

LNV Consumentenplatform

Voedselverliezen, verspilde moeite?

Achtergrondinformatie

16 juni 2006

LNV Consumentenplatform

Voedselverliezen, verspilde moeite?

Bevat informatie over voedselverliezen in de keten, bij consumenten en de beelden die hierover bestaan.

Inhoud	Pagina
• Definitie van voedselverliezen	3
• Hoofdstuk 2 Achtergrondinformatie	4
1. Inleiding	4
2. Issues rond verliezen van voedsel	4
3. Werking van de keten	5
4. Reststromen	7
5. De keten exclusief de consument	8
6. Rol van de consument in de keten	10
7. Stakeholders	12
Literatuur	13
• Colofon	15

Definitie

Wat wordt verstaan onder het begrip voedselverliezen?

Bij voedselverliezen gaat het om voedsel dat de rest- en/of afvalstromen ingaat en daarmee waarde verliest voor de consument en de ketenpartijen.

Toelichting van deze definitie:

Voedselverliezen ontstaan niet alleen bij de consument of bij de supermarkt maar ook eerder in de voedselproductieketen. De voedselverliezen bestaan uit eind- of tussenproducten van de voedselproductie die door mensen kunnen of konden worden gegeten maar uiteindelijk met waardeverlies een andere bestemming vinden. Bij waardeverlies kan gedacht worden aan het verlies van financiële of maatschappelijke waarde. De overheid bestempelt producten die afgeprijsd worden door supermarkten of een nuttige bestemming vinden via bijvoorbeeld voedselbanken niet als voedselverlies. Dit voedsel wordt immers door mensen geconsumeerd en is dus niet op te vatten als rest- of afvalstroom. Er bestaan eind -of tussenproducten van de voedselproductie waarvoor het economisch meer rendabel is om ze in productieprocessen te gebruiken buiten de voedselketen, b.v. in de chemische industrie. Omdat dit niet leidt tot financieel waardeverlies wordt dit vanuit de optiek van de overheid niet gezien als voedselverlies.

Hieronder volgen 4 voorbeelden om bovenstaande toelichting te illustreren;

- Vaak ontstaan er bij het fabriceren van een voedselproduct andere goed eetbare producten waarvoor een andere toepassing wordt gevonden. Bijvoorbeeld vleesreepjes die te gebruiken zijn voor het maken van worst of resten van wortels die bruikbaar zijn voor het maken van wortelsap. Dit valt niet onder voedselverliezen.
- Bepaalde producten die ontstaan tijdens de voedselproductie zijn niet eetbaar voor mensen en vallen daarmee buiten de definitie. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan botten die overblijven na de slacht. Of bierbostel dat als bijproduct ontstaat bij het brouwen van bier.
- Als voedsel bedorven is en daardoor wordt weggegooid valt het wel binnen de definitie. Dit bederf had immers voorkomen kunnen worden en onder andere omstandigheden was het voedsel gewoon geconsumeerd.
- Sommige bijproducten van voedselproductie zijn in principe wel eetbaar maar niet of nauwelijks als voedsel verkoopbaar. Hierbij valt te denken aan stukken vet van dieren. Zulke producten kunnen soms meer geld opbrengen op een andere manier dan als gebruik voor voedsel. Dit is dan ook niet te beschouwen als voedselverlies.

Vanuit de overheid wordt bewust over voedselverliezen gesproken en niet over voedselverspilling. Het woord verspilling heeft een moralistische lading.

Het bedrijfsleven gebruikt in plaats van het woord voedselverliezen het woord derving om met name het financiële waardeverlies aan te duiden. De omvang van dit waardeverlies is zodanig dat deze private partijen het optreden van derving vooral om bedrijfseconomische redenen willen verminderen. Sinds januari 2006 wordt er hiervoor door een breed consortium bestaande uit bedrijfsleven en partijen uit de onderzoeksweld onder de naam Fresh on Demand gewerkt aan het opstellen van een kennis- en innovatieagenda. In deze agenda wordt onder het begrip derving verstaan: Het waardeverlies van versproducten in de keten dat ontstaat door kwaliteitsverlies. Derving kan daarbij resulteren in (een combinatie van) het weggooien van niet meer verkoopbare voorraad en het tijdig afprijzen van versproducten om dit te voorkomen. Opgemerkt kan worden dat niet alle ketenpartijen nadelen ondervinden van derving. Het speelt vooral een rol in de schakel waar derving optreedt. In de achtergrondinformatie wordt hier nader op ingegaan.

Achtergrondinformatie

1. Inleiding

Het weggooien van voedselresten is van alle tijden, maar is toch aan verandering onderhevig. Het consumentengedrag is in de laatste decennia sterk gewijzigd. De stijging in de welvaart, een veranderend leefpatroon en wijzigingen in het aanbod zijn enkele van de factoren die hierin een rol spelen. Ook wettelijke eisen en logistiek spelen een rol. Analyses van de hoeveelheden voedsel die verloren gaan leiden tot indrukwekkende getallen. Is dit reden voor aandacht en eventueel actie van de overheid? In dit document komen achtereenvolgens aan de orde: de maatschappelijke aspecten (planet, people, profit) van voedselverliezen, de krachten en machten binnen de keten die invloed uitoefenen op voedselverlies, en de rol en mening van de verschillende stakeholders hierin.

2. Issues rond verliezen van voedsel

Planet (milieu)

Wanneer voedsel op tafel komt, heeft het vaak al een lange weg afgelegd. Het wordt geteeld, getransporteerd, bewerkt en verpakt. Deze stappen brengen negatieve neveneffecten met zich mee in de vorm van bijproducten, afval, verzuring, smogvorming en de emissie van broeikasgassen. De beperking van onnodig afval, emissies en het gebruik van grondstoffen (waaronder fossiele energie), is een belangrijk issue voor de duurzaamheid van onze samenleving.

Milieu is daarmee een belangrijk issue bij de productie van voedsel. De voedselketen heeft een belangrijk aandeel in zeven van de tien milieuthema's: ruimtegebruik, verzuring, vermesting, klimaatverandering, visgebruik, watergebruik en bestrijdingsmiddelen (Senternovem). Beperking van overbodige productie kan een substantiële bijdrage leveren aan een duurzame samenleving, bijvoorbeeld door minder verbruik van water, energie en brandstoffen.

Om de milieubelasting van verschillende activiteiten met elkaar te vergelijken, worden er bij het bepalen van de Mondiale Voetafdruk (waarmee kan worden berekend hoeveel hectare één persoon met zijn consumptiepatroon op aarde inneemt) zes thema's onderscheiden: wonen en duurzaam bouwen, papier en afval, energie in wonen, vakantie en recreatie, verkeer en vervoer, en voedsel. In de berekening van deze voetafdruk bepaalt voedsel 39% van de totale grootte van deze afdruk, waarbij de consumptie van vlees 6%, zuivel 9% en 'overige voedsel' (niet uitgewerkt wat deze categorie omvat) 24% voor zijn rekening neemt (De Kleine Aarde, 2001).

Vervoer en voedsel zijn activiteiten die grotendeels samenhangen. 30% van de vrachtvervoersbewegingen in Nederland heeft betrekking op de voedselketen. Een reductie van het vervoersvolume kan leiden tot een aanzienlijke besparing in wegilometers met bijbehorend ruimte-, energie- en grondstoffengebruik. Een gemiddelde kilo voedsel die door de consument wordt weggegooid staat – exclusief verpakking – voor een energieverlies van één liter brandstof (Milieucentraal 2004). Een kilo vlees of een kilo sperziebonen uit Kenya staat zelfs gelijk aan het gebruik van twee liter benzine. Een belangrijk deel van de energie die tijdens het productieproces in voedselproducten wordt gestopt bestaat uit transport. Het is duidelijk dat beperking van verliezen van voedsel een bijdrage levert aan een beter milieu.

People (ethiek)

Kijkend naar ethische motieven, die het weggooien van voedsel problematiseren, staan met name de relaties tussen Noord-Zuid en issues rondom honger en schaarste in de wereld centraal. In het (al dan niet huiselijke) dagelijks verkeer wordt een moreel appèl gedaan op mensen die voedsel weggooien: "Jij hebt zeker de hongerwinter niet meegemaakt". Daarmee ontstaat een schuldgevoel omtrent het weggooien van eten, met als waarde het volledig benutten van consumeerbare voedingsmiddelen. In het Consumentenonderzoek (desk study) en in het Impressieverlag panels komen de waarden van consumenten omtrent voedselverliezen uitgebreid aan de orde.

Profit (economie)

Het verlies van voedsel speelt in de schakel waar ze plaats vindt een economische rol. Zowel bij bedrijven als bij de consument heeft het verlies van voedsel financiële consequenties. Bij de consument gaat het om de eigen portemonnee terwijl het in de keten afhankelijk is van het verbruik in de vorige of latere schakels. Een overmatig gebruik van grondstoffen in een latere schakel van de keten betekent dat de omzet vergroot wordt. In de schakels volgend op de schakel waar verliezen geleden worden kan het leiden tot prijsverhoging, want de verliezen moeten op de een of andere manier verrekend worden. Indien dit niet mogelijk is kan overmatig verlies een rol spelen in de continuïteit van een bedrijf.

In het volgende hoofdstuk zullen we ingaan op de omvang van de verliezen.

3. Werking van de keten

Voordat een product in de winkel ligt heeft het een lange weg afgelegd. In elke schakel van de voedselproductieketen wordt een grondstof be- of verwerkt. De ingrediënten voor voedsel zijn afkomstig uit de land- en tuinbouw, visserij en visteelt. Het aantal bewerkingen dat deze ingrediënten moet ondergaan is bepalend voor de lengte van de voedselketen. De basisvorm van de keten is weergegeven in het volgende schema. Dit is een vereenvoudigde vorm, waar veel variaties en toevoegingen bij mogelijk zijn.

Schematische weergave van een voedselketen.



In deze voedselketen wordt de eerste schakel gevormd door uitgangsmaterialen (bijv. biggen, zaden, planten) en/of grondstoffen. Dan volgt de primaire productie (bijv. varkens, eieren, groenten, fruit, vis). Deze producten gaan naar de verwerking of bewerking (bijv. vleesverwerking, brood, snijderijen, visverwerker) en daarna komen ze in de winkels (of horeca e.a.) terecht en vervolgens bij de consument. Tussen alle schakels in de voedselketen vinden transporten van de genoemde ingrediënten plaats en treden verliezen op.

De keten wordt langer als de ingrediëntenstroom via handelshuizen gaat en de ingrediënten worden opgeslagen in logistieke centra. Er kunnen bijvoorbeeld ook meerdere verwerkingsstappen plaatsvinden op verschillende bedrijven. Uitgangsmaterialen en grondstoffen kunnen zelf het product zijn van een andere keten. Dan zit er een keten vóór deze keten. Een big kan het product van een fokkerijorganisatie zijn met meerdere stappen.

Iedere schakel kan zijtakken hebben van toeleveranciers en/of afnemers. In de verwerkende industrie kunnen producten van verschillende ketens samen komen. Een 'pizzafabriek' heeft toeleveranciers in vlees-, vis-, groente-, graan-, specerijen- en andere ketens. In veel schakels worden nevenproducten en reststromen geproduceerd die de keten verlaten.

In en tussen alle schakels kunnen verliezen optreden. Deze veroorzaken rest- en afvalstromen en gaan gepaard met waardeverlies voor de voedselketen en de consument. In tabel 1 staan de verliezen in percentages van de omzet in gewicht. De cijfers zijn uitgesplitst in twee kanalen waarlangs voedsel tot de consument kan komen. Enerzijds de retail (supermarkten, speciaalzaken, e.a.) waar de consument voedsel inkoopt om dit (deels) zelf te bereiden. Anderzijds het zogenaamde food service kanaal, hierbij kan men denken restaurants, kantines etcetera.

Binnen de retailkolom gaat in de toelevering al 15-20% verloren. Daarvan gaat weer 5 % verloren bij de retail zelf. Van het voedsel dat de consument vervolgens aankoopt wordt 10-15% weggegooid. In de foodservicekolom wordt 6% van de voedingsmiddelen weggegooid. De cijfers in deze kolom gelden voor niet bereide voedingsmiddelen, daarom staat de consument in deze kolom ook op 0%. Naast deze schattingen op ketenonderdeel bestaan er ook grovere schattingen over het totaal aan voedselverliezen in de keten. Dit wordt door WUR/AFSG geschat op 30 tot 40 %.

Tabel 1. Verliezen in de voedselketen in percentages van de omzet in gewicht

Verliezen naar deel van de keten	Retail	Food service
Toelevering	15-20%	15 – 20 %
Retail resp. food service	5%	6 %
Consument	10-15%	0 %

Bron: Milieucentraal (2006) www.milieucentraal.nl en WUR/AFSG Fresh on demand.

De verliezen in financiële termen staan in tabel 2. De bedragen voor verliezen in de retail kolom liggen veel hoger dan in het food service kanaal. Reden is dat de omzet in deze kolom veel hoger is. Ook liggen de verhoudingen anders omdat producten achterin de keten meer verwerkingsstappen hebben ondergaan en daarmee meer waarde hebben dan producten vooraan de keten. Deze cijfers zijn gebaseerd op een omrekening van tabel 1.

De consument gooit volgens deze tabel voor € 600 miljoen aan voedingsmiddelen weg. Hierbij gaat WUR/AFSG uit van verliezen die nog beïnvloedbaar zijn. Dus voordat de consument ze bereid heeft. Worden de verliezen berekend inclusief bereide producten (de definitie in het beleidsdossier) dan komen de verliezen volgens hun schattingen bij de consument zelfs uit op ruim € 2 miljard.

Tabel 2. Verliezen in de voedselketen in miljoenen Euro's

Verliezen naar deel van de keten	Retail	Food service	Totaal
Toelevering	250	70	320
Retail resp. food service	500	140	640
Consument	600	0	600
Totaal*	1.350	210	1.560

Bron: Milieucentraal (2006) www.milieucentraal.nl en WUR/AFSG Fresh on demand

De cijfers hebben betrekking op weggooien vóór de bereiding, dus rechtsreeks naar de vuilnisbak. Het weggooien van bereide voedingsmiddelen is niet in de tabel opgenomen (WUR/AFSG).

Wanneer we kijken naar de retail, blijken de grootste verliezen te worden veroorzaakt door de kant en klaar maaltijden, vers gesneden groente, vlees en vis. De verliezen variëren per productgroep van gemiddeld 1,5 % tot 15%. Ook salades, gebak en brood worden genoemd als producten met hoge verliespercentages.

De situatie lijkt voor andere industriële landen zoals Duitsland, Engeland en de VS vergelijkbaar te zijn. Volgens een recente studie zijn de verliezen in de VS echter aanzienlijk hoger (Luitjes e.a., Fresh on Demand).

4. Reststromen

Het niet aanwenden van tussenproducten van de humane voedingsketen voor de productie van voedsel hoeft niet een totaal verlies van de waarde te betekenen. Tussenproducten kunnen via een omweg bijvoorbeeld als diervoeder weer in de humane voedingsketen terechtkomen, maar er zijn ook alternatieve toepassingsmogelijkheden voor het gebruik van reststromen.

Arcadis (2001) heeft een rangschikking gemaakt van mogelijkheden voor benutting van reststromen naar afnemende waarde. Zij scharen voedselbanken als toepassing voor humane consumptie ook in dit rijtje van reststromen. Alhoewel LNV ervoor kiest om dit niet te benoemen als reststroom geeft dit onderzoek een interessant overzicht van de diverse mogelijkheden.

- Toepassing voor humane voeding (voedselbanken)
- Converteerbaar voor humane voeding
- Toepassing in diervoer
- Grondstoffen voor de industrie
- Verwerken tot meststof door vergisting
- Verwerken tot meststof door composteren
- Toepassing voor duurzame energie (doel is energieopwekking)
- Verbranden als afval (doel is vernietiging)
- Storten

De benutting van reststromen voor voedselbanken, diervoeder, grondstoffen voor de industrie en verwerking van meststoffen worden hieronder uitgebreider toegelicht

Voedselbanken

Producten die verkeerd gelabeld, foutief verpakt, of verkeerd geleverd zijn, worden vaak uit het reguliere circuit genomen terwijl zij toch geschikt zijn voor menselijke consumptie. Een deel van deze producten wordt aangeboden aan de voedselbanken die in diverse plaatsen zijn opgericht om mensen met gebrek aan financiële middelen te voorzien van een maaltijd.

In dit voorbeeld is er sprake van humane consumptie. Indien het goederen betreft die niet meer acceptabel zijn voor de reguliere ketens en dus in feite in waarde gedaald zijn, is er wel sprake van een financieel verlies. Vanuit maatschappelijk oogpunt ligt dit anders. Het leveren van voedsel via voedselbanken vervult een bijzondere rol voor economisch zwakke groepen in de samenleving en de voedselbanken hebben zeker een maatschappelijke waarde.

Diervoeder

Nederland heeft een grote expertise in het gebruik van de bijproducten uit de voedselketen voor diervoeding. De veehouderij is een grote factor in het tot waarde brengen van bijproducten. In de schakel waar grondstoffen worden be- en verwerkt zoals in de aardappelproducten industrie, wordt het afval afgevoerd en vooral gebruikt als

grondstof voor de bereiding van droge mengvoeders. De varkenshouderij heeft een groot scala aan grondstoffen uit de voedingsindustrie die verwerkt worden in nat bijvoer. Ook aardappelresten kunnen hieraan toegevoegd worden. Gerstafval uit bierbrouwerijen gaat naar de rundveesector.

Gebruiksmogelijkheden kunnen soms ingrijpend wijzigen. Zo heeft het voorkomen van BSE de benuttingsmogelijkheden van dierlijk slachtafval en dode dieren drastisch gewijzigd, en worden deze resten nu uitgesloten van de diervoederketens.

Grondstoffen voor de industrie

Nevenstromen kunnen de basis vormen van andere industrieën. Dierlijke vetten worden in de oleochemische industrie ingezet voor de productie van meest uiteenlopende componenten die soms voor veel geld worden verkocht. Deze ingrediënten worden gebruikt voor cosmetica en medicinale toepassingen. Botten worden bijvoorbeeld verwerkt tot lijm of porselein en suikerhoudende restanten in de bietenindustrie tot alcohol.

Meststoffen en energie

Een toepassing die financieel minder opbrengt is het gebruik van voedselresten als meststof of voor energieopwekking. Schuimaarde in de bietenteelt wordt gebruikt als meststof. Huisvuil, inclusief etensresten, is te scheiden in een composteerbaar en een niet composteerbaar deel. De verwerking van het composteerbare deel, zoals voornamelijk het GFT-afval resulteert in compost dat weer afgezet kan worden in de particuliere tuin of als organische stof bron in de land- en tuinbouw.

Een andere mogelijkheid is om de afvalstromen te gaan gebruiken voor energieopwekking. Deze mogelijkheid zal op termijn meer worden toegepast in combinatie met co-vergisting van dierlijke mest dat resulteert in brandstof die als gas of elektra wordt afgezet. Dit is een vorm van duurzame energieopwekking. De restanten die overblijven worden als mest afgezet. Alleen de restanten met eiwitten en koolhydraten (energiehoudende stoffen) komen in aanmerking voor co-vergisting. Vetten en oliën die worden gebruikt in restaurants en huishouding hebben een hoge calorische waarde en zijn voor dit doel te gebruiken.

5. De keten exclusief de consument

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan staan bij verliezen in de keten tot aan de consument. Bekende oorzaken voor verliezen in de keten zijn, veroudering van de producten, opslag onder niet optimale omstandigheden, transport en andere handelingen, door onjuiste verwerking, door te grote aangekochte hoeveelheden en door het weggooiën van restanten van maaltijden in food service kanalen.

Afstemming tussen schakels in de keten

Een enquête van WUR/A&F (Coalitievorming beperken derving van versproducten in de agroketen) wees op de volgende oorzaken voor verliezen bij de handels- en verwerkingsschakels van de keten:

- Minimale batchgroottes in productiebedrijven
- Breedte /diepte van het assortiment
- Omloopsnelheid
- Slechte verkoopprognoses
- Defecte /onjuiste verpakking
- Weers- en seizoensinvloeden
- Geen informatie over acties van concurrenten
- Slechte kwaliteit van geleverde grondstoffen
- Schatting van rendement grondstof versus wat uiteindelijk nodig is.

*‘Verliezen hebben veel te maken met plannen en bestellen. Er zit een dilemma tussen een verkoopkrachtige presentatie, die rekening houdt met extra vraag, en maatwerk.’
(stakeholder interview)*

Afstemmingsproblemen binnen de keten worden beïnvloed door het vermogen om macht uit te oefenen, regie te voeren en schakels op elkaar aan te laten sluiten. Planning en logistiek spelen een grote rol, maar er zijn ook onzekerheden ten aanzien van de markt, zoals het gedrag van de concurrent, het weer (dat invloed heeft op productkwaliteit) en menselijke fouten. De aard en de kwaliteit van de be- en verwerking speelt eveneens een rol.

Verder heeft iedere keten zijn eigen karakteristiek, die maakt dat de kosten van verliezen meer of minder snel oplopen. In de dierlijke sectoren ligt de kiloprijs van de verliezen gemiddeld vele malen hoger dan bij verse groenten.

Ook de risico's lopen uiteen: verouderd vlees is een veel groter risico dan een verouderde krop sla. De consequenties van incidenten in de dierlijke eiwitsectoren, zoals melk en zuivel zijn ernstiger en daardoor is het toezicht relatief zwaar. Dit betekent dat voedsel snel afgeschreven moet worden. Een onverpakt plakje kaas of worst in een kantine of restaurant mag maximaal anderhalf tot twee uur uitgesteld liggen en moet daarna verwijderd worden.

De enquête van WUR/A&F geeft de volgende mogelijkheden aan om verliezen in de keten tot aan de consument terug te dringen:

- Samenwerking met afnemer
- Meer inzicht in de marktontwikkelingen
- Optimaliseren van verkoop voorspellingen
- Saneren van productgroepen / verkleinen assortiment
- Beter kwaliteitsmanagement en productontwikkeling
- Inkoop van grondstoffen beter afstemmen op de verkoop
- Temperatuur in de keten constant optimaal houden
- Verkorten van lead-time in de keten
- Betrouwbare en goede samenwerking met grondstoffen leveranciers
- Producten die over de THT dreigen te gaan, in een vroeg stadium onderkennen en zo mogelijk via een ander kanaal verkopen
- Inzicht in voorraden verbeteren
- Consument beter voorlichten m.b.t. koeling
- Personeel in winkel opleiden in omgaan met minder houdbare ingrediënten.

Detailhandel

Na de verwerking gaan de ingrediënten de winkelketen of horeca in. De verpakte producten zijn voorzien van een bewaaradvies. Deze adviezen geven aan hoe lang en op welke manier het product bewaard moet worden. Bij ingrediënten die zijn verpakt in folie vormt de verpakking een belangrijk hulpmiddel ter beperking van het verlies aan kwaliteit in de winkelketen.

Onverpakte versproducten zijn extra gevoelig voor verliezen. Consumenten zijn zeer kritisch en zoeken tussen van alle producten de mooiste uit. De vele handelingen die deze ingrediënten in de winkel ondergaan door het oppakken en neerleggen, leiden tot bijvoorbeeld kneuzingen en schade aan blad bij fruit en groenten. De winkel is genoodzaakt om deze producten regelmatig in de schappen te controleren en producten met afwijkingen te verwijderen. Grote winkelketens voeren deze producten meestal af, terwijl groente-speciaalzaken en de horeca producten met afwijkingen soms nog verwerken in bijvoorbeeld salades.

TGT en THT

Zoals aangegeven in het beleidsdossier maakt de vermelding van een THT of TGT datum onderdeel uit van de etiketteringsrichtlijn. Verpakte ingrediënten zijn vaak voorzien van een TGT ('te gebruiken tot') datum. Deze datum staat op producten die kort houdbaar zijn en geldt als uiterste consumptiedatum bij ongeopende verpakking. Overschrijding leidt onherroepelijk tot verwijdering. Het vaststellen van een TGT-datum is een factor in het ontstaan van verliezen.

Op langer houdbare ingrediënten staat een THT ('tenminste houdbaar tot') datum. De THT datum is te vinden op producten die korter houdbaar zijn dan anderhalf jaar en op conserven in glas en blik. Producenten mogen de THT-datum vrijwillig gebruiken als aanduiding die de kwaliteit garandeert tot de aangegeven datum. Overschrijding van de THT-datum heeft geen onmiddellijke gevolgen voor de kwaliteit.

6. Rol van de consument in de keten

Gemakstrend

De komst van de tweeverdieners en kleinere gezinnen in combinatie met de toenemende vergrijzing en de trend naar gemaksvoding hebben ervoor gezorgd dat het aanbod van losse producten in de winkels is afgenomen. Steeds vaker worden de belangrijkste groentes gesneden en verpakt aangeboden. Het voordeel hiervan is dat na een werkdag snel een maaltijd is samen te stellen. Door de komst van de magnetron is deze trend versneld.

De ontwikkeling van de traditionele Hollandse keuken naar andere eetgewoonten (pasta- en rijstgerechten e.a.) heeft duidelijk de vraag doen ontstaan naar gesneden gemengde groenten. De omzet van groentesnijderijen is van 1998 tot 2003 toegenomen van € 206 mln naar € 312 mln (Bron: HBAG). De gesneden ingrediënten zijn gevoeliger voor bederf dan hele producten. Verpakkingen met sla of andere gesneden groentes zijn maar kort houdbaar en de consument wordt bij te grote aankopen al spoedig gedwongen om ze bij het afval te gooien.

Er is behoefte aan langere houdbaarheid. Voor tweeverdieners is het gebruikelijk dat éénmaal per week inkopen worden gedaan. Deze wijze van inkopen betekent dat er voor een gehele week verse ingrediënten worden gekocht. Thuis gaan deze producten of in de koeling of in het vriesvak. Fruit wordt niet altijd gekoeld. De bewaarduur leidt ondanks de koeling van de consument vaak tot verliezen.

'Supermarkten en ook individuele consumenten willen nooit nee verkopen. Er wordt teveel gekocht, teveel ingeslagen en in feite ook teveel gegeten. Het hangt samen met de levensstijl en de overvloed. De ontwikkeling van een fijnmazig naar een grofmazig winkelnet is hier debet aan. En het kopen van grotere hoeveelheden eenmaal per week maar eigenlijk nog liever eenmaal per twee weken of per maand, als dat zou kunnen.'
(stakeholder interview)

De consument staat voor de keuze om van de restanten na de bereiding en nuttiging weer een maaltijd te bereiden (zgn. kliekjesdag), tweemaal hetzelfde eten eventueel met tussenpozen van één of enkele dagen of de restanten gewoon weg te gooien. Verpakkingen die aangebroken zijn, zijn veel minder houdbaar geworden en worden eerder door de consument weggegooid.

'Tot aan de koelkast zijn veel goederen verpakt en relatief veilig. Het hanteren van eetwaren en het opslaan van geopende verpakkingen in de koelkast kan leiden tot besmetting en tot kruisbesmetting bijvoorbeeld van vleesbacteriën op groente.'
(stakeholder interview)

Aankoopmotieven

Consumenten leggen steeds vaker de relatie tussen voeding en gezondheid. Zo zegt meer dan de helft (57%) van de Nederlandse consumenten bij de aanschaf altijd of vaak op het gezondheidsaspect te letten (LEI, 2003). Een aanzienlijk deel van de mensen die boodschappen doen maakt zich zorgen over de veiligheid van hun voedsel: 17% volgens het CBL (CBL, 2003) en 37% volgens LNV (LNV, 2002). Het milieu is een minder belangrijk, maar niet onbelangrijk thema bij de aanschaf van voedingsmiddelen. Uit onderzoek van de Consumentenbond blijkt dat 23% van de consumenten bewust duurzame producten koopt, 35% zijn vertraagde volgers en 42% koopt niet bewust (Consumentenbond, 2001). Onderzoek van Biologica onder kopers van biologische producten wijst uit dat men vooral biologische producten koopt vanwege de redenen gezondheid, smaak, milieu en dierenwelzijn (Biologica, 2003).

Omdat bij voeding zoveel meer meespeelt dan het milieu alleen, kan het raadzaam zijn om in de communicatie de andere motieven (zoals lekker eten) als ingang te gebruiken, bijvoorbeeld in de vorm van een rubriek 'recept van de dag', waar impliciet milieu-informatie (denk aan groenten van het seizoen) aan bod komt.

Als gevraagd wordt hoeveel energie mensen denken dat het telen van en het vervoeren van groenten en fruit kost, heeft men duidelijk niet echt een besef. Weinig mensen letten op de transportafstand die goederen afleggen. Het gemak van het product is een veel belangrijkere afweging bij de aankoop dan land van herkomst of biologische kenmerken. Zelfs bij mensen die zeiden op het land van herkomst te letten, gaf slechts 15 procent aan dit direct in verband te brengen met de afstand en vervoer. (Milieu Centraal, Het digipanel over voeding). Energiegebruik blijkt nauwelijks een onderwerp te zijn voor de consument.

Verandering van de consument

Verschillende communicatiecampagnes hebben als doel voedselverliezen door consumenten terug te dringen langs de lijn kennis, houding en gedrag. Door de kennis over voedselverliezen (en hun eigen aandeel daarin) te vergroten, kan de houding van mensen ten aanzien van verliezen veranderen en daarmee ook het gedrag. Naar aanleiding van het vooronderzoek in 2001 naar de achtergronden van consumentengedrag met betrekking tot voedselverliezen, startte Milieu Centraal de communicatiecampagne "Voorkom verspilling, koop voedsel op maat." De campagne liep vanaf eind 2001 tot halverwege 2003 en bestond o.a. uit de verspreiding van informatie over voedselverliezen en kopen op maat. Milieu Centraal ontwikkelde de zogenaamde "Weggooitest" waarmee consumenten zelf konden bijhouden hoeveel voedsel zij weggooien (in kilo's, euro's en hoeveelheid energie). Het onderwerp voedselverliezen sloeg destijds in als een bom en kreeg veel aandacht in de media. De Weggooitest was (als brochure) opvraagbaar en is nog altijd beschikbaar als PDF.

Ook het Brussels Observatorium voor Duurzame Consumptie communiceert uitgebreid over voedselverliezen als belangrijk onderdeel van duurzame consumptie. Op de website is informatie te vinden voor "denkers" (studies en achtergrondinformatie over duurzame consumptie) en "doeners" (actieve methodes zoals spelletjes voor de consument om inzicht te krijgen in duurzame consumptie).

Cijfers over de effectiviteit van communicatiecampagnes zijn zeldzaam. In Vlaams onderzoek naar de drempels van afvalpreventiegedrag stelt men dat de obstakels die bij gezinnen leven om de afvalberg te verminderen dermate groot zijn, dat deze niet alleen via communicatiecampagnes kunnen worden opgelost. Het betreffende (kwalitatieve) onderzoek is uitgevoerd onder dertig gezinnen in Vlaanderen. Hoewel het onderwerp breder was dan alleen voedselverliezen – het ging ook om het sorteren van afval en om het minder weggooien van producten in het algemeen – is de conclusie over communicatiecampagnes opvallend: “Dergelijke campagnes kunnen de houding en het gedrag van gemotiveerde personen nog verbeteren, maar zullen slechts een beperkt effect hebben op het grootste deel van de bevolking, dat zich sterk laat leiden door comfort-overwegingen en de prijs van de producten (...).” Daarnaast doen de onderzoekers de aanbeveling om mensen beter te informeren over het resultaat van hun weggooigedrag. “De ondervraagden zijn van oordeel dat zij al veel inspanningen doen, maar vinden ook dat ze te weinig informatie ontvangen over het resultaat van hun inspanningen.”

7. Stakeholders

Bij het issue van verlies van voedsel in de keten spelen verschillende partijen een rol. Naast overheid, ketenpartijen en consumenten, zijn ook kerkelijke- en milieugroeperingen in de samenleving in meerdere of mindere mate actief. Daarnaast is de rol van kennisinstituten niet te onderschatten.

Instituten

De programma's van Stichting Agro Keten Kennis in samenwerking met Wageningen-UR of SenterNovem vormen de basis van de kennisopbouw en de aanzet tot de agendavorming rondom het thema voedselverliezen. LNV is een belangrijke financier van deze programma's geweest. Ook Stichting Milieu centraal is vanuit Milieu oogpunt een belangrijke agenderende instantie geweest op het gebied van verliezen in de voedselketen. De studies van deze organisaties zijn veelal de bron van de publicaties.

De Wageningen UR heeft met het initiatief 'Fresh on Demand' (FoD) een kennisgedreven interesse in het inperken van voedselverliezen. Bij FoD wordt gezocht naar manieren om 'derving' tegen te gaan in een consortium waarin verschillende ketenpartijen een plaats vinden. Ook de overheid is uitgenodigd om deel te nemen. De bedoeling van FoD is om innovatieve manieren te vinden om voedselverliezen in de keten tegen te gaan en waardecreatie te realiseren.

Ketenpartijen

Ketenpartijen hebben elk een andere visie op het verlies van voedsel. Niet alle gesproken vertegenwoordigers zien het voedselverlies in de keten als voornaamste thema en tegelijkertijd zet men ook vraagtekens bij de overheidsinzet. Veelal wordt veel verwacht van de markt, waarbij de consument de eisen stelt. Er is terughoudendheid ten aanzien van de eigen inzet richting de consument.

'Retailers zouden 'boodschappen' over het omgaan met levensmiddelen kunnen doorgeven aan de consument, maar ze willen absoluut niet bevoogdend optreden. Gemak staat hoog aangeschreven en 'boodschappen' doen afbreuk aan het gemaksimago' (stakeholder interview)

Opvallend is dat een aantal ketenpartijen bereid is om het Fresh on Demand traject te steunen, hetgeen aangeeft dat zij vanuit economisch perspectief kansen zien om de ketenefficiëntie te verhogen of om consumenten op nieuwe manieren te bedienen zodat zorgvuldiger omgesprongen wordt met schaarste van hulpbronnen.

Andere maatschappelijke organisaties

In het debat rond voedselverliezen zijn natuur- en milieuorganisaties niet prominent aanwezig. Kerkelijke organisaties en voedselbanken hebben het echter wel op hun agenda staan, vanuit het solidariteitsperspectief (Noord-Zuid relatie en armoedebestrijding).

Verder overheerst het besparingsmotief. Het NIBUD heeft bijvoorbeeld samen met Milieucentraal een publicatie gemaakt over deze besparingsmotieven. Deze is door andere 'consuminderende' organisaties overgenomen.

Onlangs is bij de omroep Llink het programma 'No Waste Like Home' gelanceerd, waarbij onnodig weggooien van diverse producten waaronder voedsel aan de orde gesteld wordt.

Literatuur

- AKK studies (website)
 1. Derving in versketens
 2. Reductie afval en uitvalstromen Albert Heijn keten
 3. Van probleemresidu naar waardevolle componenten middels herwonnen sap Provalor 2005
 4. Reductie product verlies in de gesneden groenteketen (ATO en LEI 2003)
 5. Nieuwe afzetketens reststromen groenteverwerkende industrie
 6. Energietransitie ketenefficiëntie beperken derving in versketens
- Milieu Centraal (website)
 1. Minder vlees en vis eten, 16 maart 2006
 2. Doe de weggooitest
 3. Voeding
 4. Kopen op maat
 5. Bewaren van voedsel
- Voedingscentrum (website)
 1. De voedselketen; weet wat je eet
 2. Wet- en regelgeving
 3. Biologisch voedsel
- Pegge, S.M., Dijke, I.van,
Coalitievorming beperkt derving van versproducten in de agroketen.
November 2004
- Hoof M.van, H. Peppelenbos (Agrotechnology en Food innovations)
C. van Wijk Praktijkonderzoek Plant en Omgeving
Deskstudie Post Harvest biologische producten. (2005)
- Productschap Tuinbouw

Marktdata verse groenten en fruit in Nederland 2004 (2005)

- Voort M. van der e.a Praktijkonderzoek Plant en Omgeving
Covergisting van gewasresten (2006)
- Arcadis voor LNV 2001
Hergebruik van reststromen uit de voedings- en genotmiddelenindustrie
- Novem (2002)
Beschikbaarheid van reststromen uit de voedings- en genotmiddelenindustrie voor energieproductie
- Senter Novem
 1. Kansen voor de Keuken 2005
 2. Bouwsteen voeden
 3. Voeden en Duurzaam Consumeren (verwijzen naar Milieu als motivatie)
http://www.senternovem.nl/Duurzaam_Consumeren/bouwstenen/consumptievoeden.asp
- Voedsel en Waren Autoriteit 2005
Verwerking en afvoeren gebrekskaas "Actie Muizenval II"
- LNV Directie Kennis (in concept)
Beschrijving ketens; beschrijving van de belangrijkste Nederlandse voedselketens
- Koens, J.F., Het digipanel over voeding, Milieu Centraal, 2006
- Milieu Centraal, Factsheet 3/7/2001, verliezen en verspilling van voedsel
- Voedselbanken (geven voedsel dat 'over de tkt datum' is aan Nederlanders in financiële nood):
(<http://www.voedselbankleiden.nl/Persbericht%20Voedselbank%20Leiden.doc>)
- Ouderen: "minder weggooien bespaart!"
<http://www.seniorweb.nl/nieuwstoon.asp?ArtikelID=8219&RubriekID=3&SoortID=3>
- Milieuorganisaties : Belgische duurzaamheidsdenktank (samenwerking consumentenorganisatie en milieuorganisatie):
<http://www.observ.be/beta/nl/denkers.php?ID=214&LEVEL=2> ;
- Agriholland
<http://www.agriholland.nl/nieuws/artikel.html?id=63641>
- Resultaten van het onderzoek in Brussel:
http://evelyne.huytebroeck.be/IMG/doc/20060315_NL_dossier_presse_gaspi_alimentaire.doc
- Milieu Educatief Centrum geeft relatie verspilling voedsel en verspilling energie weer.
- Kringloopglas: goedkoper om minder afval te produceren "Minder afval, minder kosten"
http://www.kringloopglas.nl/files/media/artikelen/minder_afval_minder_kosten_4_2004.doc

- Diverse gemeentes: ‘Voorkom afval, koop voedsel op maat’
- Dieetclub: wel en niet weggooien (ivm dieet). Motivatie: derde wereld en honger. <http://www.opdieet.nl/boodschappen.htm>
- Luitjes, H, Pegge S., Stam, J, Van Staalduinen J. , Fresh on Demand, concept programmavoorstel. WUR in samenwerking met IBM.
- De la Court et al, Naar een grenzeloos duurzame gemeente, De Kleine Aarde, 2001
- Ministerie van VROM:
 - Nationaal Milieu Beleidsplan 4 (NMP4), 2001
 - Toekomstagenda Milieu, 2004
- LEI, Innovatie in de Agrofoodketen, 2006
- Onderzoek NIBUD in samenwerking met Milieu Centraal (presentatie 2005).
- Testexperiment Inter-Environnement Brussel gesteund door het Brussels Instituut voor Milieubeheer (BIM).
- “Afvalpreventie in Vlaanderen.” Onderzoek van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) in opdracht van de Openbare Afvalmaatschappij van het Vlaamse Gewest (OVAM).
- “Domeinverkenning Voeden”, Schuttelaar & Partners (2000) in opdracht van het ministerie van VROM.
- “Verspilling van voedsel. Vooronderzoek naar de achtergronden van consumentengedrag.” Marije van den Bogerd, Universiteit Leiden. December 2001.
- Resultaten sorteeranalyses, gemeente Ouder-Amstel, maart 2002 en september 2002.

Colofon

Hoofdstukken 1 en 2
 Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
 Directie Industrie en Handel
 Directie Kennis
 070 378 6868

Hoofdstukken 3 en 4
 Schuttelaar & Partners, Adviesbureau voor Maatschappelijke Communicatie B.V.
 070 318 4444
 E-mail: info@schuttelaar.nl

Pers
 Directie Voorlichting
 Nynke van der Zee : (070) 378 4018
n.vanderzee@minlnv.nl

LNV Consumentenplatform

Directie Voedselkwaliteit en Diergezondheid
Willem Roeterdink en Eelco Klein (070) 378 4453/4131
E-mail: w.roeterdink@minlnv.nl en e.klein@minlnv.nl

Meer informatie over het LNV Consumentenplatform is te vinden op www.minlnv.nl/consumentenplatform

Voedselverliezen, verspilde moeite? Is een publicatie van het Ministerie van LNV in samenwerking met adviesbureau Schuttelaar & Partners.

Eerder in het LNV Consumentenplatform:

- NL voor mensen. Nationale Landschappen in ontwikkeling (10 maart 2006)
- Diermeel, voer voor discussie (november 2005)
- Dierenwelzijn, willen we dat weten? (juni 2005)
- Platteland, ook voor uw vrije tijd? (maart 2005)
- Geeft decontaminatie veilig pluimveevlees? (december 2004)
- Natuurlijkheid, waarde voor beleid (juni 2004)
- Voedsel zonder risico: wensen en grenzen (februari 2004)
- Ons voedsel over tien jaar (oktober 2003)
- De prijs van duurzame voedselproductie (juni 2003)
- Vis als het maar verantwoord is! (april 2003)
- Genetische modificatie en voedsel, weet u wat dat is? (november 2002)
- Kiezen voor groenten en fruit (september 2002)
- Waar komt mijn vlees vandaan? (april 2002)