

Institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor

Vekenningen van wie, wat en hoe



LEI

WAGENINGEN UR

Institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor

Verkenningen van wie, wat en hoe

P.T.M. Ingenbleek

V.M. Immink

M.A.M. Mooren







September 2008

Rapport 2008-053

Projectcode 30968

LEI Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de werkvelden:

-  Internationaal beleid
-  Ontwikkelingsvraagstukken
-  Consumenten en ketens
-  Sectoren en bedrijven
-  Milieu, natuur en landschap
-  Rurale economie en ruimtegebruik

Dit rapport maakt deel uit van het werkveld Consumenten en ketens.

Foto: Shutterstock

Institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor; Verkenningen van wie, wat en hoe

Ingenbleek, P.T.M., V.M. Immink en M.A.M. Mooren

Rapport 2008-53

ISBN/EAN 978-90-8615-253-7; Prijs € 16

84 p., fig., tab., bijl.

De roep om het dierenwelzijn in de veehouderij te verbeteren, klinkt de laatste jaren steeds luider in de Nederlandse samenleving. De ontwikkeling van een dierenwelzijnsmonitor helpt de gewenste transparantie te creëren omdat het inzicht geeft in het niveau van dierenwelzijn. Deze inzichten kunnen onder andere gebruikt worden om burgers en consumenten te informeren. Om maatschappelijke draagkracht te creëren voor de monitor is er naast een technische structuur waarin dierenwelzijn gemonitord en gevalideerd kan worden, ook een *institutionele inbedding* nodig die de monitor werkbaar maakt en implementeert in de markt en samenleving. Dit rapport verkent het wie, wat en hoe van deze institutionele inbedding rond de monitor.

The call to improve animal welfare in livestock farming has become increasingly insistent in Dutch society in recent years. The development of an animal welfare monitor helps to create the desired transparency, because it provides insight into the level of animal welfare. Amongst other things, this insight can be used to provide citizens and consumers with information. In order to create a social basis for the monitor, besides the need for a technical structure in which animal welfare can be monitored and validated, there is also a need for an institutional embedding that makes the monitor workable and implements it within the market and within society. This report explores the who, what and how of this institutional embedding of the monitor.

Bestellingen

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, 2008

Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9000 gecertificeerd.

Inhoud

	Woord vooraf	6
	Samenvatting	7
	Summary	10
1	Inleiding	13
	1.1 Achtergrond	13
	1.2 Probleemstelling	15
	1.3 Onderzoeksmethode en wijze van rapporteren	17
2	Het 'wie': de stakeholders	18
	2.1 Inleiding	18
	2.2 Toeleveranciers	19
	2.3 Afnemers	20
	2.4 Implementeerdere: ketenpartijen	22
	2.5 Beïnvloeders	25
	2.6 Scherprechters	26
	2.7 Samenvatting	27
3	Het 'wat': de gebruiksdoelen	28
	3.1 Inleiding	28
	3.2 Gebruiksdoelen	28
	3.3 'Black-box' dierenwelzijnsmonitor	30
	3.4 Samenvatting	32
4	Het 'hoe': besluitvorming over dierenwelzijn	34
	4.1 Inleiding	34
	4.2 Methode	35
	4.3 Resultaten	37
	4.4 Implicaties cases	48
	4.5 Samenvatting	50

5	De institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor: een scenario analyse	51
5.1	Inleiding	51
5.2	Scenarioanalyse	51
5.3	Scenario 1: de monitor als één van de vele instrumenten	54
5.4	Scenario 2: de onomstreden Europese standaard in theorie	55
5.5	Scenario 3: marktgerichte en gecoördineerde implementatie	56
5.6	Samenvatting	58
6	Conclusies en aanbevelingen	59
	Literatuur	61
	Bijlagen	
1	Groslijst stakeholders	65
2	Bespreking van schematische beslisbomen bij de standaarden	75

Woord vooraf

De ontwikkeling van een dierenwelzijnsmonitor heeft de laatste jaren veel aandacht gekregen in het Europese en Nederlandse dierenwelzijnsonderzoek. Een dergelijke monitor kan ertoe bijdragen dat de veehouderij transparanter wordt en dat consumenten geïnformeerde keuzes kunnen maken wanneer het gaat om dierenwelzijn. Om dit te bereiken is er naast de techniek om dierenwelzijn te meten en te valideren, ook inzicht nodig in de institutionele inbedding van een dergelijk instrument. Dit rapport richt zich op deze institutionele inbedding rond de monitor die een belangrijke impact kan hebben op het dierenwelzijn in de Nederlandse veehouderij.



Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

De roep om het dierenwelzijn in de veehouderij te verbeteren, klinkt de laatste jaren steeds luider in de Nederlandse samenleving. De ontwikkeling van een dierenwelzijnsmonitor helpt de gewenste transparantie creëren omdat het inzicht geeft in wat dierenwelzijn precies is en wat het niveau van dierenwelzijn is. Deze inzichten kunnen onder andere gebruikt worden om burgers en consumenten te informeren. De dierenwelzijnsmonitor is daarom de laatste jaren een belangrijke peiler geweest in het dierenwelzijnsbeleid van het ministerie van LNV. Deze welzijnsmonitor is een wetenschappelijk gevalideerd, bruikbaar en geaccepteerd systeem om het welzijn van dieren in de keten transparant te maken en te koppelen aan producten. De welzijnsmonitor gaat zoveel mogelijk uit van het intrinsieke welzijn van het dier dat wordt gemeten aan de hand van verschillende parameters en criteria.

Om maatschappelijk draagkracht te creëren voor de monitor is er naast een technische structuur waarin dierenwelzijn gemonitord en gevalideerd kan worden, ook een *institutionele inbedding* nodig die de monitor werkbaar maakt en implementeert in de markt en samenleving. We definiëren institutionele inbedding daarbij als het samenspel van stakeholders dat de monitor realiseert en implementeert. Dit brengt drie vragen met zich mee: Welke stakeholders zijn er betrokken bij de dierenwelzijnsmonitor?; Wat wordt de dierenwelzijnsmonitor precies/welke functies gaat deze vervullen in de samenleving?; Op welke manier kunnen stakeholders gezamenlijk tot besluiten komen bij de vorming van waardeoordelen op basis van de welzijnsmonitor? Het antwoord op deze vragen kan helpen om een vierde vraag te beantwoorden, namelijk: Wat is in potentie de impact van de monitor, gegeven een bepaalde institutionele inbedding die daaromheen georganiseerd wordt?

Steeds meer organisaties zijn betrokken bij het bevorderen van dierenwelzijn en spelen daarom ook een rol bij de dierenwelzijnsmonitor. We kunnen deze stakeholders indelen naar de rol die zij vervullen richting het dierenwelzijn en de welzijnsmonitor in een zogenaamde 'dierenwelzijnsketen'. Daarin wordt een onderscheid gemaakt naar stakeholders in een rol als toeleverancier van de monitor (kennisinstellingen en overheid), afnemers van de monitor of de informatie die daaruit voortkomt (overheid en gedragscodeorganisaties), implementeerders (ketenpartijen), beïnvloeders (dierenbeschermingsorganisaties en overheid) en scherprechters (consument en overheid). Bij de komst van een dierenwelzijnsmonitor zullen bestaande gedragscodeorganisaties zich de vraag stellen of

het wenselijk is dat een monitor in hun gedragscode geïntegreerd zal worden. Ook is het denkbaar dat een nieuwe gedragscodeorganisatie opgericht wordt rondom de monitor, analoog aan het Freedom Food-concept uit het Verenigd Koninkrijk of het concept van de Viswijzer van de Stichting Noordzee.

De monitor kan naast het primaire doel om dierenwelzijn inzichtelijk te maken ook nog andere doelen dienen, namelijk: verbetering van technische resultaten, verbetering en/of behoud van imago, hulpmiddel om van middel naar doelvoorschriften te komen, minder administratieve lasten, hulpmiddel om houderij en managementsystemen te vergelijken, hulpmiddel om nieuwe en bestaande houderijsystemen te toetsen, en hulpmiddel om afweging van parameters te maken. De vorm die de welzijnsmonitor zal aannemen kan variëren van een verzameling losse parameters die inzicht geven in bepaalde welzijnscomponenten van het dier tot een index waarbij alle verschillende informatie wordt ingedikt tot een rapportcijfer van 0 tot 10. Een derde mogelijkheid is dat de monitor wordt gebruikt om verschillende 'producten' op te baseren die verschillende gebruiksdoelen kunnen dienen. Een dergelijke 'productlijn' vergt coördinatie en strategische marketingcompetenties die in dat geval een plaats zullen moeten krijgen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor om de productlijn te kunnen ontwikkelen en op het juiste moment, in de juiste vorm aan de juiste doelgroepen aan te kunnen bieden.

Binnen de institutionele inbedding rond de monitor zal bepaald moeten worden hoe zwaar verschillende parameters wegen en wanneer een bepaalde score voldoende diervriendelijk is. Om hier inzicht in te ontwikkelen is naar het besluitvormingsproces omtrent dierenwelzijnsstandaarden gekeken in gedragscodeorganisaties (Peter's Farm, Volwaard, Biologisch en GlobalGap). In alle organisaties draait de besluitvorming om de afweging tussen enerzijds de 'ideale criteria' voor het dier en anderzijds de praktische haalbaarheid. De Dierenbescherming en sectorvertegenwoordigers hebben in alle cases daarom een relatief belangrijke rol en zullen dus naar verwachting ook een belangrijke rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Retailers stellen voornamelijk randvoorwaarden, maar houden zich afzijdig van de inhoud. Zij zullen dus waarschijnlijk geen centrale rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Bij het opstellen van criteria zijn in alle gevallen dierenwelzijn, kosten en marketing integraal met elkaar verbonden. Een institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor zal deze drie aspecten dus ook moeten herbergen en met elkaar moeten kunnen verbinden. De standaarden die vanuit de samenleving zijn geïnitieerd hebben een complexere structuur van besluitvorming dan de initiatieven die vanuit de markt worden gestart. Een informele sfeer waarin betrokkenen een gezamenlijk doel leren bereiken, zou voor een

institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor voordelen kunnen hebben omdat participanten gezamenlijk belemmeringen leren overwinnen.

Om inzicht te verkrijgen in de gevolgen die de komst van de monitor zou kunnen hebben gegeven een bepaalde institutionele inbedding is een scenario-analyse gedaan. Er zijn drie scenario's uitgewerkt, waaruit duidelijk wordt dat de vorm van de institutionele inbedding waarschijnlijk een grote invloed zal hebben op het gedrag van stakeholders en dus op de impact van de dierenwelzijnsmonitor. Om de impact van de monitor op het dierenwelzijn te maximaliseren lijkt het op basis van deze scenario's van belang dat er binnen de institutionele inbedding tot een eenduidige index gekomen wordt waarin alle parameters een plaats hebben, er niet alleen een normerende taak wordt uitgevoerd, maar ook een marketingtaak, in de zin dat er verschillende 'producten' worden ontwikkeld die aan de wensen van specifieke stakeholders tegemoet komen, er een brede maatschappelijke draagkracht is en de organisatie niet uitsluitend Europees is maar ook een Nederlandse tak heeft.

Summary

Institutional embedding of the animal welfare monitor; An exploratory study of who, what and how

The call to improve animal welfare in livestock farming has become increasingly insistent in Dutch society in recent years. The development of an animal welfare monitor helps to create the desired transparency, because it provides insight into precisely what animal welfare is and into the level of animal welfare. This insight can be used, among other things, to inform citizens and consumers. The animal welfare monitor has therefore been an important component of the animal welfare policy of the Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality in the past few years. This welfare monitor is a scientifically-validated, usable and accepted system for making the welfare of animals in the chain transparent and linking it to animal products. The welfare monitor starts as far as possible from the intrinsic welfare of the animal, which is measured using various parameters and criteria.

In order to create a social basis for the monitor, besides the need for a technical structure in which animal welfare can be monitored and validated, there is also a need for an institutional embedding that makes the monitor workable and implements it within the market and within society. We define institutional embedding in this context as the interplay of stakeholders that realises and implements the monitor. This raises three questions. Which stakeholders are involved with the animal welfare monitor? What precisely will the animal welfare monitor become/which functions will it perform in society? And how can stakeholders jointly reach decisions in the creation of value judgements based on the welfare monitor? The answer to these questions can help to answer a fourth question: what is the potential impact of the monitor, given a particular institutional embedding that is organised around it?

An increasing number of organisations are involved in the promotion of animal welfare and therefore also play a role in the animal welfare monitor. We can divide these stakeholders according to the role they perform in relation to animal welfare and the welfare monitor in an 'animal welfare chain'. We distinguish here between stakeholders in a role as suppliers of the monitor (knowledge institutions and government), users of the monitor or the information that emerges from it (government and code of conduct organisations), implementers (chain parties), influencers (animal protection organisations and government)

and executioners (consumer and government). With the arrival of an animal welfare monitor, existing code of conduct organisations will ask themselves whether it is desirable for a monitor to be integrated into their code of conduct. It is also conceivable that a new code of conduct organisation will be established around the monitor, analogous with the Freedom Food concept from the United Kingdom or the Stichting Noordzee's (North Sea Foundation) Viswijzer (Fish Index) concept.

Besides the primary goal of making animal welfare transparent, the monitor can also serve other goals, i.e., the improvement of technical results, the improvement and/or retention of image, an aid to moving from regulations as means to regulations as goals, fewer administrative burdens, an aid to comparing livestock housing and management systems, an aid to testing new and existing livestock housing systems, and an aid to weighing up parameters. The form that the welfare monitor will take can vary from a collection of loose parameters that provide insight into particular components of animal welfare to an index in which all the different information is compressed into a report mark from 0 to 10. A third possibility is that the monitor will be used as a basis for different 'products' to serve different user goals. Such a 'product line' demands coordination and strategic marketing competencies that must then be given a place in the institutional embedding of the animal welfare monitor in order to be able to develop the product line and to offer it at the right time and in the right form to the right target groups.

Decisions will have to be made within the institutional embedding of the monitor on how heavily different parameters weigh and when a particular score is sufficiently animal-friendly. In order to develop an insight into this, we looked at the decision-making process relating to animal welfare standards in code of conduct organisations (Peter's Farm, Volwaard, Biologisch (Organic) and GlobalGap). In all these organisations, decision-making centres around striking a balance between the 'ideal criteria' for the animal, on the one hand, and the practical feasibility, on the other. Dierenbescherming (the Animal Protection Society) and industry representatives therefore have a relatively important role in all the cases and are therefore also expected to play an important role in the institutional embedding of the animal welfare monitor. Retailers primarily set limiting conditions, but hold themselves aloof from the content. They will therefore probably not play a central role in the institutional embedding of the animal welfare monitor. In drawing up criteria, animal welfare, costs and marketing are integrally bound up with each other in all cases. An institutional embedding of the animal welfare monitor will therefore also have to accommodate these three aspects and be able to link them together. The standards that have been initiated

from society have a more complex decision-making structure than the initiatives that are started from the market. An informal atmosphere in which the parties involved learn to achieve a common goal could have advantages for an institutional embedding of the animal welfare monitor, because the participants would learn jointly to overcome obstacles.

We have carried out a scenario analysis in order to gain insight into the possible consequences of the arrival of the monitor, given a particular institutional embedding. Three scenarios have been elaborated, from which it is clear that the form of the institutional embedding will probably have a great influence on the behaviour of stakeholders and, therefore, on the impact of the animal welfare monitor. In order to maximise the impact of the monitor on animal welfare, it appears important on the basis of these scenarios: that an unequivocal index is created within the institutional embedding, in which all the parameters have a place; that not only a standardising, but also a marketing task is performed, in the sense that different 'products' are developed to meet the wishes of specific stakeholders; that there is a broad social basis; and that the organisation should not be exclusively European but also have a Dutch branch.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De roep om het dierenwelzijn in de veehouderij te verbeteren, klinkt de laatste jaren steeds luider in de Nederlandse samenleving. De lijn die het kabinet in antwoord daarop volgt, is uitgewerkt in de *Nota Dierenwelzijn* (LNV 2007, p. 11). Hierin is onder andere de doelstelling opgenomen dat dieren in de (vee)houderij in principe zichtbaar moeten zijn voor burgers:

'Maatschappelijke transparantie is de norm bij het houden van dieren opdat de burger als consument zijn verantwoordelijkheid kan nemen bij de aanschaf van dierlijke producten of een gezelschapsdier.'

Deze sluit aan bij een andere belangrijke doelstelling, namelijk dat:

'Consumenten beschikken over voldoende kennis, informatie en ondersteuning om in redelijkheid een afweging te kunnen maken bij hun aankoop van dierlijke producten wat dierenwelzijn betreft.'

Nederland sluit wat dat betreft aan bij het Europese actieplan (januari 2006) ter bevordering van dierenwelzijn (Beers et al., 2007). Het Europese beleid is gericht op twee sporen. Enerzijds wil men onverminderd vasthouden aan regelgeving om het algemene basisniveau te garanderen en te verhogen en aanvullend wil men een marktspoor volgen om voor bepaalde onderwerpen een extra slag te kunnen maken. Het marktspoor kan de regelgeving daarbij niet vervangen, wel aanvullen. (LNV 2007, p. 7).

De ontwikkeling van een dierenwelzijnsmonitor helpt de gewenste transparantie creëren omdat het inzicht geeft in wat dierenwelzijn precies is en dus ook wat het niveau van dierenwelzijn is in bepaalde sectoren die aan de basis liggen van bepaalde productstromen. Deze inzichten kunnen onder andere gebruikt worden om burgers en consumenten te informeren. De ontwikkeling van de dierenwelzijnsmonitor is daarom de laatste jaren een belangrijke peiler geweest in het dierenwelzijnsbeleid van het ministerie van LNV (LNV 2001).

De welzijnsmonitor is een wetenschappelijk gevalideerd, bruikbaar en geaccepteerd systeem om het welzijn van dieren in de keten transparant te maken

en te koppelen aan producten. De welzijnsmonitor gaat zoveel mogelijk uit van het intrinsieke welzijn van het dier.

Dat wordt gemeten aan de hand van verschillende parameters/criteria¹ die vervolgens gegroepeerd worden tot scores op principiële vragen, zoals: Worden de dieren goed gevoed en voorzien van water? Worden de dieren correct gehuisvest? Zijn de dieren gezond? Is het gedrag van de dieren een weergave van een geoptimaliseerd emotioneel welzijn? ²

Het gecombineerde antwoord op deze vragen geeft een zo realistisch mogelijke inschatting van het welzijn op een schaal van goed tot slecht (een zogenaamde dierenwelzijnsindex). Dit kan vervolgens gecommuniceerd worden naar de consument. Alle informatie kan getraceerd worden naar individuele maatregelen. Daarmee kunnen bijvoorbeeld ook veehouders en slachterijen in staat worden gesteld de resultaten van de individuele maatregelen te gebruiken om sterktes en zwaktes in hun stalsystemen en management vast te stellen.

De ontwikkeling van de dierenwelzijnsmonitor gebeurt met name op Europees niveau binnen het *Welfare Quality*-project. Daar aan gekoppeld wordt ook binnen het door LNV ondersteunde onderzoek gewerkt aan de dierenwelzijnsmonitor (zie bijvoorbeeld kader 1).

¹ Afwezigheid van honger en van dorst, voldoende gelegenheid om te rusten, goed klimaat, goed bewegingsklimaat, afwezigheid van pijn en ziekte, afwezigheid van pijn veroorzaakt door management-handelingen, uitdrukking van sociaal gedrag en andere gedragsvormen, een goede mens-dierrelatie, afwezigheid van angst.

² www.welfarequality.net.

Kader 1 Dierenwelzijnsmonitor vleeskalveren

De dierenwelzijnsmonitor vleeskalveren beoogt het begrip dierenwelzijn meetbaar te maken, aldus Kees van Reenen (*Kennisonline*, oktober 2007). De ontwikkeling van de welzijnsmonitor voor vleeskalveren is met name gebaseerd op parameters die objectief aan het dier vastgesteld kunnen worden. De ontwikkeling bestaat uit de keuze van de juiste dierparameters. Vooralsnog wordt hierbij gedacht aan Hb-gehaltenes, de incidentie van lebmaagulcera en het voorkomen van abnormaal oraal gedrag. Daarnaast zal er aandacht moeten zijn voor huisvesting en maatschappelijke beeldvorming. Na de slacht worden de dieren ook nog gecontroleerd op mogelijke afwijkingen in longen, pens en lebmaag. De verzamelde gegevens worden bewerkt tot scores en kengetallen die in principe bruikbaar zijn voor alle houderijsystemen. De initiële keuze voor de kalversector is gebaseerd op de reeds bestaande sterke integratie in deze sector, maar ook op de belangstelling die deze sector voor de ontwikkeling van een welzijnsmonitor heeft laten blijken. De ontwikkeling geniet brede steun bij zowel de sector als bij andere stakeholders, zo zijn de twee belangrijkste marktpartijen de Van Drie Group en Alpuro Group betrokken. Naar verwachting kan hier een voorbeeldwerking van uit gaan die belangrijk is om soortgelijke ontwikkelingen in andere sectoren in gang te zetten. De dierenwelzijnsmonitor voor vleeskalveren komt in 2010 beschikbaar.

Bron: Kennisonline, oktober 2007.

1.2 Probleemstelling

In de *Nota Dierenwelzijn* (2007, p. 11) wordt erop gewezen dat de verantwoordelijkheid voor het welzijn van het dier niet alleen ligt bij de boer maar ook bij andere spelers in de keten en de consument. De minister schrijft:

'Een duurzame dierhouderij zal in mijn ogen dan ook het resultaat zijn van de dynamiek en het samenspel tussen ondernemers, maatschappelijke organisaties en de consument.'

Ook voor de totstandkoming van een dierenwelzijnsmonitor zal dit samenspel noodzakelijk zijn. De monitor kent immers vele belanghebbenden, ook wel stakeholders genoemd, die noodzakelijk zijn bij de (subjectieve) interpretatie die bij de vorming van een dierenwelzijnsmonitor onvermijdelijk is. Daarbij kan gedacht worden aan de volgende situaties:

- wanneer er een index wordt gevormd op basis van de monitor die varieert van goed tot slecht, dan blijft de vraag welk niveau een voldoende waard is

en welk niveau een onvoldoende. Hier zal (menselijke) interpretatie van de gegevens een oordeel moeten vellen;

- om tot één enkele score van goed tot slecht te komen zullen verschillende parameters tot één geheel gesmeed moeten worden. Hier zullen oordelen geveld moeten worden over hoe zwaar de verschillende aspecten meegerekend moeten worden en of een hoge score op het ene aspect een lage score op het andere kan compenseren;
- behalve dierenwelzijn zullen ondernemers ook met andere issues rekening moeten houden om tot een duurzame veehouderij te komen. Dierenwelzijn zal soms afgewogen moeten worden tegen andere aspecten als veiligheid, milieuvriendelijkheid en zelfs winstgevendheid. Hierbij is het onvermijdelijk een mening te vormen over op welke aspecten van dierenwelzijn welke tijdelijke of permanente compromissen gesloten kunnen worden.

Om maatschappelijke draagkracht te creëren voor de monitor zal consensus over deze en mogelijke andere punten bereikt moeten worden tussen stakeholders. Er zal dus niet alleen een technische structuur nodig zijn om dierenwelzijn te monitoren en valideren, maar ook een *institutionele inbedding* die de monitor werkbaar maakt en implementeert in de markt en samenleving. We definiëren institutionele inbedding daarbij als het samenspel van stakeholders dat de monitor realiseert en implementeert. Dit brengt drie belangrijke vragen met zich mee:

- welke stakeholders zijn er betrokken bij de dierenwelzijnsmonitor?
- wat wordt de dierenwelzijnsmonitor precies; welke functies gaat deze vervullen in de samenleving?
- op welke manier kunnen stakeholders gezamenlijk tot besluiten komen bij de vorming van waardeoordelen op basis van de welzijnsmonitor?

Het antwoord op deze vragen kan gebruikt worden om een vierde vraag te beantwoorden, namelijk:

- wat zijn in potentie de gevolgen van de monitor, gegeven een bepaalde institutionele inbedding die daaromheen georganiseerd wordt?

Deze vragen komen voort uit een onderzoekstraject rond de verwaarding van de dierenwelzijnsmonitor dat de afgelopen jaren binnen het beleidsondersteunende onderzoeksprogramma van LNV doorlopen is. Door het LEI en de leerstoelgroep Marktkunde en Consumentengedrag van Wageningen Universiteit is daarin onderzoek verricht naar dierenwelzijn in de markt (Ingenbleek et al.,

2004). In het kader van de implementatie van de dierenwelzijnsmonitor is er onderzoek verricht naar de gedragscodeorganisaties, dierenbeschermingsgroepen, de meerkosten van dierenwelzijnsmaatregelen en financiële beleidsinstrumenten (Ingenbleek 2006). Ook is onderzocht hoe de verwachte meerkosten gemanaged kunnen worden (Ingenbleek *et al.*, 2006). In 2006 ontstond de behoefte aan verdere implementatie van de dierenwelzijnsmonitor in de kalversector. Een bijeenkomst met de klankbordgroep van dit project leidde tot de onderzoeksvraag naar een institutionele inbedding voor de dierenwelzijnsmonitor, toepasbaar op de gehele veehouderij en niet alleen specifiek op de kalversector.

1.3 Onderzoeksmethode en wijze van rapporteren

Om inzicht te krijgen in *wie* de stakeholders zijn bij de dierenwelzijnsmonitor is geanalyseerd welke partijen een belang (= 'stake') hebben bij de dierenwelzijnsmonitor. De resultaten hiervan zijn gerapporteerd in hoofdstuk 2.

Vervolgens zijn in hoofdstuk 3 de verschillende gebruiksdoelen, het *wat* van de dierenwelzijnsmonitor, uitgewerkt en is onderzocht welke stakeholders baat zouden kunnen hebben bij welke gebruiksdoelen.

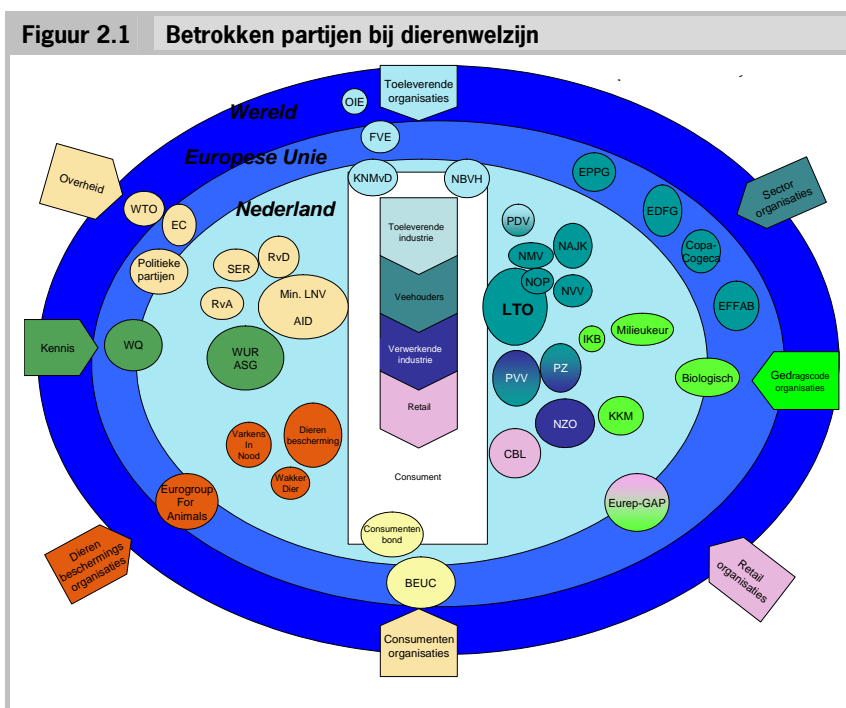
Om inzicht te krijgen in *hoe* partijen op een gezamenlijke manier tot besluiten kunnen komen is er een caseanalyse gemaakt van bestaande besluitvorming over dierenwelzijn. Deze analyse geeft inzicht in het feit dat de standaarden in een dierenwelzijnsmonitor niet alleen bepaald worden door de technische resultaten, maar ook door wie er aan onderhandelingstafel zitten en welke rol deze verschillende spelers daar vervullen. De resultaten van deze cases zijn beschreven in hoofdstuk 4.

Om tot slot inzicht te verwerven in de rol van de dierenwelzijnsmonitor in het maatschappelijke speelveld en de markt, zijn er in hoofdstuk 5 enkele op de toekomst gerichte scenario's opgesteld. Deze kunnen beleidsmakers helpen bij het nemen van beslissingen rond de implementatie van de dierenwelzijnsmonitor. In hoofdstuk 6 worden enkele conclusies en aanbevelingen geformuleerd.

2 Het 'wie': de stakeholders

2.1 Inleiding

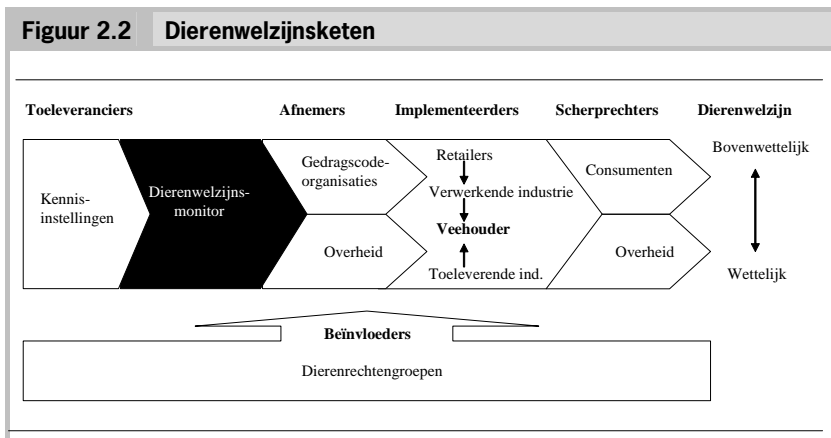
Steeds meer organisaties zijn betrokken bij het bevorderen van dierenwelzijn en spelen daarom ook een rol bij de dierenwelzijnsmonitor. Een overzicht van de institutionele omgeving staat uitgewerkt in figuur 2.1. Hierin zijn de meeste relevante stakeholders die een belang hebben bij een dierenwelzijnsmonitor opgenomen. Het resultaat van deze brede inventarisatie is een groslijst. In de bijlage wordt een meer uitgebreide beschrijving van de groslijst weergegeven.



Behalve de ketenpartijen in de dierlijke ketens zijn er verschillende andere stakeholders aan te duiden. Naast de overheid zijn dat de kennisinstellingen (met name die instellingen die kennis over dierenwelzijn produceren), dierenbeschermingsorganisaties, vertegenwoordigende organisaties van retailers, vee-

houders, toeleveranciers en consumenten, en de zogenaamde gedragscodeorganisaties die criteria opstellen voor dierenwelzijn en duurzaamheid. Hierbij is ook een doorkijk gemaakt naar de Europese stakeholders en waar relevant naar partners op wereldniveau.

We kunnen deze stakeholders tevens groeperen naar de rol die zij vervullen richting de dierenwelzijnsmonitor, respectievelijk als toeleverancier (kennisinstellingen en overheid), afnemers (overheid en gedragscodeorganisaties), implementeerdere (ketenpartijen), beïnvloedere (dierenbeschermingsorganisaties en overheid) en scherprechter (consument en overheid) (zie figuur 2.2, waarbij de overheid voor de duidelijkheid alleen in haar belangrijkste rollen is weergegeven, namelijk als afnemer en scherprechter).



2.2 Toeleveranciers

De *kennisinstellingen* staan aan de basis van de dierenwelzijnsmonitor. Zij leveren input in de vorm van kennis over dierenwelzijn en methodieken om afwegingen te maken tussen verschillende parameters. Naast de kennisinstellingen kan ook de overheid gezien worden als een toeleverancier. Zij faciliteert immers het dierenwelzijnsonderzoek op zowel nationaal als Europees niveau. Bij de ontwikkeling van de dierenwelzijnsmonitor is de Animal Science Group (ASG) van UR Wageningen nauw betrokken. Op Europees niveau is ASG één van de deelnemende kennisinstellingen aan Welfare Quality.

De kennisinstellingen zijn niet zozeer gebruiker van de monitor maar vooral toeleverancier van benodigde kennis. Zij zullen voortdurend nieuwe inzichten naar boven brengen over wat diervriendelijk is en wat niet. Het gebruik van de monitor in de praktijk kan zelf ook nieuwe gegevens opleveren die interessant zijn voor wetenschappelijk onderzoek.

2.3 Afnemers

De overheid en gedragscodeorganisaties kunnen gezien worden als (potentiële) afnemers van de dierenwelzijnsmonitor. De overheid kan deze gebruiken om het minimumniveau vast te stellen en te controleren, de gedragscodeorganisaties kunnen de monitor inpassen om de hogere niveaus vast te stellen en te controleren die in de markt verwaard kunnen worden.

Overheid

De overheid is een afnemer omdat zij de monitor kan gebruiken om de huidige wetgeving te controleren op relevantie, deze aan te scherpen en de naleving te controleren. Tegelijkertijd vervult de overheid echter ook een rol als toeleverancier (door onderzoek te financieren), is zij mogelijk betrokken bij de implementatie (bijvoorbeeld wanneer de AID de monitor gaat gebruiken) en vervult zij de rol van scherprechter wanneer zij de monitor gebruikt als instrument om minimum-eisen vast te stellen.

De overheid stelt de wettelijke minimeisen met betrekking tot dierenwelzijn vast en ziet erop toe dat deze gehandhaafd en nageleefd worden (dit laatste is een taak van de AID). Zij wordt hierin geadviseerd door de adviesraden als de Raad voor Dierenaangelegenheden en de SER. In de Raad voor Dierenaangelegenheden zijn het bedrijfsleven, de consumenten, maatschappelijke organisaties en de wetenschap en de overheid vertegenwoordigd. Het is een overlegplatform van organisaties en deskundigen dat de minister van LNV adviseert over strategische vraagstukken op het gebied van de gezondheid en het welzijn van gehouden dieren. Zij baseert zich daarbij op de meest recente ontwikkelingen in de wetenschap en houdt rekening met de opvattingen die leven in de Europese en in het bijzonder de Nederlandse samenleving.

De overheid is hierbij gehouden aan Europese wet- en regelgeving en overige afspraken zoals gemaakt in het kader van wereldhandelsverdragen, de WTO. De overheid stimuleert het proces om te komen tot een verbetering van het welzijn tot een bovenwettelijk niveau bijvoorbeeld door de financiering van on-

derzoek op dit gebied. De door de overheid ingestelde Raad voor Accreditatie (RvA) certificeert de controleorganisaties voor de verschillende gedragscodes.

Gedragscodeorganisaties

Wanneer dierenwelzijnsnormen het wettelijke niveau overstijgen, zijn zij het terrein van zogenaamde gedragscodeorganisaties. Deze organisaties zijn daarom in potentie belangrijke afnemers van de monitor. Ingenbleek en Meulenberg (2005) definiëren een gedragscodeorganisatie voor duurzame landbouw als een niet-gouvernementele organisatie (NGO), die één of meerdere formele gedragsregels heeft ontwikkeld op het milieu en/of sociale gebied van duurzame landbouw, en waaraan producenten vrijwillig willen voldoen c.q. deze regels willen implementeren. Gedragscodeorganisaties opereren op terreinen waar gebrek is aan overheidsorganisatie.

Zij opereren in de markt door implementatie van kwaliteitsborgingssystemen die wettelijke minimumeisen overschrijden en bedienen daarmee een bepaald marktsegment. Er bestaat een groot aantal gedragscodes voor de veehouderijsector variërend van een breed palet aan duurzaamheidseisen en eisen op een hoog niveau tot een smal palet aan duurzaamheidseisen en eisen op een laag niveau. Dierenwelzijn wordt hierbij als een onderdeel van duurzaamheidseisen opgevat. Voorbeelden van gedragscodes waarin dierenwelzijnsnormen opgenomen zijn, zijn: Biologisch, IKB, Eurep-Gap, Volwaard, Milieukeur, scharrelvarkenshouderij, scharrelpluimveehouderij, Peter's Farm en KKM. Onafhankelijke certificeringsorganisaties controleren of de regels worden nageleefd.

Gedragscodeorganisaties kunnen zowel door ideële organisaties worden geïnitieerd als door ondernemingen uit de agrarische sector of de keten. Zo heeft het Productschap voor Vee, Vlees en Eieren in het begin van de jaren negentig het kwaliteitsborgingssysteem Integrale Keten Beheersing (IKB) voor varkens, rundvee, pluimvee en eieren ingevoerd. Het Productschap Zuivel heeft samen met LTO-Rundveehouderij het kwaliteitsprogramma Keten Kwaliteit Melk opgericht.

De eisen die IKB-Rund stelt komen in grote mate overeen met de eisen die KKM stelt. Peter's Farm is ontwikkeld door Alpuro, een kalverenintegratie. Ook enkele bedrijven kunnen dus een gedragscodeorganisatie oprichten, bijvoorbeeld door inkoopvoorwaarden te formuleren in samenspraak met maatschappelijke organisaties en toeleveranciers.

Bij de komst van een dierenwelzijnsmonitor zullen bestaande gedragscodeorganisaties zich de vraag stellen of het wenselijk is dat een monitor in hun gedragscode geïntegreerd zal worden. Ook is het denkbaar dat een nieuwe gedragscodeorganisatie opgericht wordt rondom de monitor, analoog aan het

Freedom Food-concept uit het Verenigd Koninkrijk of het concept van de Viswijzer van de Stichting Noordzee.

2.4 Implementeerdere van de monitor: ketenpartijen

De implementeerdere zijn de partijen die aan de regels van de overheid moeten voldoen, én de partijen die gedragscodeorganisaties in de arm nemen of oprichten om te voldoen aan een vraag in de markt. Hierbij nemen de retailers of merkproducenten (een specifieke groep in de verwerkende industrie) vaak het voortouw en zij vragen de veehouders de criteria van de gedragscodeorganisaties in de praktijk toe te passen (waarbij de veehouders dan vaak weer hun toeleveranciers zullen moeten betrekken). Dit leidt vervolgens tot een hoger niveau van dierenwelzijn.

Retail

De detailhandel is de laatste (en daarom vaak omschreven als machtige) schakel naar de consument. Vanwege de rol van de retail als ketenregisseur, kunnen retailers waarschijnlijk vaak een doorbraak forceren in de implementatie van de monitor. Of zij deze rol op zich zullen nemen zal afhangen van de mate waarin de monitor hun strategie ondersteunt. Retailers kunnen hun concurrentiepositie versterken door de kosten terug te brengen en/of klantwaarde te verhogen. Strategieën van retailers zijn in grote mate richtinggevend bij de wensen van retailers ten aanzien van dierenwelzijn. Retailers met een klantwaardestrategie zullen dierenwelzijn en andere maatschappelijke aspecten eerder gebruiken om hun relatieve klantwaardepositie te versterken, terwijl retailers met een relatieve kostenstrategie hun concurrenten pas zullen volgen wanneer er druk vanuit de markt ontstaat. Retailers die zich op specifieke segmenten richten zoals ambachtelijke slagerijen en natuurvoedingswinkels hebben vaak corresponderende wensen ten aanzien van dierenwelzijn.

Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) is de brancheorganisatie van alle supermarkten in Nederland en treedt op als belangenbehartiger van de levensmiddelenbranche. Thema's waar het CBL zich mee bezighoudt zijn: inkoopvoorwaarden, transparantie in de keten (tracking & tracing), borgingseisen aan leveranciers (waaronder GlobalGap) en informatievoorziening aan consumenten (etikettering). Een andere belangrijke groep retailers die niet over het hoofd gezien mag worden is de food service, waaronder de horeca en catering.

Verwerkende industrie

De belangen van de verwerkende industrie zijn minder eenduidig. Door de verwerking en verhandeling van producten afkomstig van de veehouderijen, voegt de industrie waarde toe in de keten. De industrie bestaat hiermee uit een groot aantal bedrijven die allen hun eigen strategie hebben om waarde toe te voegen. In het algemeen kan gesteld worden dat het voldoen aan de voorwaarden van de dierenwelzijnsmonitor een 'licence to deliver' kan worden voor een retailer met specifieke wensen ten aanzien van dierenwelzijn, of een uiting van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit kan tegelijkertijd ook een bepaalde conditie opwerpen: partijen die reeds in hun eigen dierenwelzijnsprogramma's geïnvesteerd hebben, zullen de monitor waarschijnlijk beschouwen als een risico dat onder hun investering gelegd wordt. Zij zullen mogelijk voorwaarden stellen ten aanzien van de terugverdientijd van de reeds gedane investeringen.

Behalve dat de (grotere) partijen waarschijnlijk zelf invloed willen uitoefenen op de vorming van een monitor, is er een grote schakering aan vertegenwoordigende organisaties. Voor de melkveehouderij is de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) de brancheorganisatie van de Nederlandse zuivelindustrie. Op het gebied van dierenwelzijn stuurt het Productschap Zuivel (PZ) onderzoeksprogramma's voor diergezondheid aan. De vele brancheorganisaties die in de vee-, vlees en eierensector werkzaam zijn, werken samen in het Productschap voor Vee, Vlees en Eieren (PVE). Als organisatie voor de gehele bedrijfskolom bereidt de PVE standpunten voor over (inter)nationale politieke zaken als die meer dan één schakel raken. Bij kwesties als dierziekten en voedselveiligheid zijn productschappen een aanspreek- en coördinatiepunt. Verder fungeert het PVE als kenniscentrum voor onder meer kwaliteitsbeheer en houdt het PVE zich bezig met (preventieve) diergezondheidszorg en dierenwelzijn. In dat verband is het PVE betrokken bij de regelingen voor groepskalveren, scharrelvarkens en scharrelpluimvee. Het PVE steunt het convenant biologische varkenshouderij. Er is overleg met maatschappelijke organisaties en het PVE is vertegenwoordigd in de Raad voor Dierenaangelegenheden.

De veehouder

Tot de groep veehouders worden de rundveehouders, varkenshouders en pluimveehouders gerekend. De kern van hun activiteiten is de productie van vee (fokmateriaal), vlees, eieren en zuivel. De veehouders zijn verenigd in een aantal belangenorganisaties: LTO, NAJK, NVV, NMV, NOP, NVP, enzovoort. De Land en Tuinbouw Organisatie (LTO) is hiervan veruit de grootste en vertegenwoordigt circa 50.000 ondernemers. LTO wordt gevormd vanuit 3 regionale ledenorganisaties: de Zuidelijke LTO (ZLTO), de Limburgse Land en Tuinbouw Bond (LLTB)

en LTO-Noord. Een deel van de varkenshouders is vertegenwoordigd in de Nederlandse Vakbond voor Varkenshouders. Voor de melkveehouders bestaat sinds 10 jaar de Nederlandse Melkveehouders Vakbond. De pluimveehouders zijn georganiseerd in de Nederlandse Organisatie van Pluimveehouders (NOP). Deze organisatie werkt samen met de LTO-organisaties en stemt ook af met de Nederlandse Vakbond voor Pluimveehouders. Via de belangenorganisaties LTO en NVV zijn de veehouders vertegenwoordigd in de productschappen PWV/PVE en PZ. Deze publiekrechtelijke organisaties houden zich naast het voeren van medebewind ook bezig met activiteiten die de gehele bedrijfskolom betreffen, waaronder dierenwelzijn en diergezondheid.

In een manifest van LTO Nederland waarin haar visie op de koers voor 2007-2011 en de ontwikkeling van het agrarische ondernemerschap in die periode wordt weergegeven, is een visie op dierenwelzijn opgenomen. Er wordt genoemd dat dierenwelzijn hoog in het vaandel staat. De eisen en randvoorwaarden voor verdere verbetering wordt gezien als een Europees thema en dient door de overheid op Europees niveau eenduidig te worden geregeld. Om de concurrentiepositie van de Nederlandse landbouw te waarborgen is het belangrijk dat binnen Europa dezelfde regels gelden en uitgevoerd worden door de verschillende lidstaten.

Ten aanzien van de wensen en criteria kan verwacht worden dat de belangenorganisaties deze ook zullen bezien vanuit bovenstaande visie op de concurrentiepositie van het agrocomplex; in acht nemende dat de veehouderijsectoren circa 70% van hun producten exporteren (LTO 2006). Ook in het buitenland is er echter in toenemende mate een gedifferentieerde vraag naar verschillende niveaus van kwaliteit, duurzaamheid en dierenwelzijn. Veehouders staan daardoor in toenemende mate onder druk om zich te specialiseren op een bepaalde keten.

Toeleverende industrie

Tot de toeleverende industrie rekenen we de mengvoederindustrie, de veterinairen, de accountants, de veehandel, de veeverbeteringsorganisatie en de stallenbouwers en machinebouwers. Hoewel niet alle toeleveranciers een relevante relatie hebben met dierenwelzijn, is er een duidelijk verband met de volgende partijen:

- de veevoederindustrie beïnvloedt het dierenwelzijn omdat voer een integraal onderdeel uitmaakt van de levenskwaliteit van het dier (bijvoorbeeld in afstemming met het houderijsysteem);
- de dierenarts heeft vaak een vertrouwensrelatie met de veehouder, maar houdt tegelijkertijd ook toezicht. Het KNMvD (beroepsvereniging van dieren-

- artsen) vindt dat het welzijn van dieren om twee redenen hoog op de agenda moet staan. Vanuit het ethisch perspectief is het uitgangspunt de intrinsieke waarde van het dier. Op meer technische gronden stellen zij dat een goed product alleen kan worden verkregen van gezonde dieren (www.knmvd.nl);
- de machine- en stallenbouwers zijn gebaat bij de ontwikkeling van nieuwe producten. Zo is er een ComfortClass-proefstal in Raalte gebouwd waarin voorwaarden voor het varkenswelzijn concreet zijn gemaakt (www.comfortclass.nl);
 - de veehandel is ook een belangrijke partij; het welzijn van dieren tijdens het transport is sinds lange tijd onderwerp van discussie.

2.5 Beïnvloeders

Dierenbeschermingsorganisaties werpen zich op als vertegenwoordiger van de burgers met een warm hart voor dieren. Zij beïnvloeden feitelijk alle stadia van de dierenwelzijnketen door input te leveren aan kennisinstellingen en druk uit te oefenen op de overheid, ketenpartijen en de consument via de publieke opinie en het lobby circuit. Soms participeren zij rechtstreeks in gedragscodeorganisaties. De belangrijkste organisaties hierbij zijn de Dierenbescherming, de Stichting Wakker Dier en de Stichting Varkens in Nood. Ook de Partij voor de Dieren kan hierbij genoemd worden.

De Dierenbescherming is met bijna 200.000 leden, tienduizenden donateurs, 108 afdelingen en bijna 100 samenwerkende asielen, van deze 3 organisaties, veruit de grootste organisatie in Nederland die opkomt voor de belangen van dieren. De Dierenbescherming werkt aan de verbetering van de (Europese) wetgeving en probeert diervriendelijk (koop)gedrag te stimuleren. De Stichting Varkens in Nood komt op voor de productievarkens door het lot te verbeteren van dieren in de bio-industrie. De organisatie biedt werk aan 3 voltijdwerkers. De Stichting Wakker Dier (5 voltijdwerkers en 500 vrijwilligers) is een campagneorganisatie met als doel 'het bevorderen van het welzijn en de rechtspositie van landbouwhuisdieren, het bestrijden van de bio-industrie en het stimuleren van een mens-, dier- en milieuvriendelijke veeteelt'.

Uit eerder onderzoek blijkt dat de dierenbeschermingsorganisaties veel waarde hechten aan de dierenwelzijnsmonitor. Het moet gaan om een objectief en wetenschappelijk vastgestelde dierenwelzijnsmonitor die zowel door de consument als de producent gebruikt kan worden. Voor de consument wordt daarbij gedacht aan een cijfersysteem. In het beste geval zouden door te monitoren bepaalde productiewijzen die als beneden de maat worden gezien, af moeten

vallen. Een monitoringssysteem moet ten minste een objectief onderscheid maken. De Dierenbescherming ziet een eigen grote rol en is positiever over de mogelijkheden in de markt (overheidsregels zijn ook niet alles). Varkens in Nood en Wakker Dier zijn somber over de mogelijkheden in de markt en zien een veel grotere rol voor de overheid weggelegd om eisen te stellen en regie te voeren (Ingenbleek, 2006).

2.6 Scherprechters

Voor wat betreft de ondergrens van het dierenwelzijn is de overheid de scherprechter. Zij beslist immers over het niveau van wetgeving. De consument beslist over de bovengrens door een keuze te maken uit het beschikbare aanbod. Uit de literatuur blijkt dat de consument wil 'dat het wel goed zit' op het gebied van dierenwelzijn (Ingenbleek et al., 2004). Omdat de Nederlandse overheid niet op eigen houtje de eisen kan verhogen zonder de concurrentiepositie van de veehouders in gevaar te brengen en er internationaal geen overeenstemming bestaat over het niveau van dierenwelzijn, kan de consument er niet zomaar vanuit gaan dat het wel goed zit. Voor wat betreft het bovenwettelijke niveau van dierenwelzijn zou de consument dus scherprechter moeten zijn.

Dierenwelzijn is in het aankoopproces een 'credence attribute'; de consument kan doorgaans niet op basis van eigen deskundigheid en ervaring beoordelen of een voedingsmiddel verantwoord is geproduceerd. Een label of informatie op een etiket kan de consument informeren over het niveau van dierenwelzijn. Daarbij mag echter niet over het hoofd worden gezien dat consumenten dergelijke signalen vaak 'associatief' zullen gebruiken, bijvoorbeeld als kwaliteitssignaal voor een product en niet zozeer als ethische productinformatie los van de andere productkenmerken. Een aankoopbeslissing voor een bepaald voedingsmiddel wordt vaak in luttele seconden genomen. Veel consumenten zullen daarom vooral het aankooppatroon veranderen wanneer het vertrouwen beschaamd is in een bepaald merk of een bepaalde retailer. Actiegroepen maken daar handig gebruik van in hun campagnes om de consument te wijzen op de praktijken in de totstandkoming van de producten. De merkproducenten en retailers zullen op hun beurt proberen zich te beschermen tegen een negatieve pers middels hun 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'-programma's.

Een dierenwelzijnsmonitor kan aan het fundament liggen van informatie over het welzijn op een schaal van goed tot slecht. De consumentenbond treedt op als belangenbehartiger van de consument en streeft doorgaans naar zo volledig mogelijke informatie. Het ligt echter in de lijn der verwachting dat niet alleen de

consumenten, maar juist de partijen die hen willen beïnvloeden (retailers, merkfabrikanten, dierenrechtenorganisaties en overheid) de informatie zullen gebruiken om hun doelstellingen te bereiken. De manier waarop de consument reageert zal in grote mate bepalen hoe het dierenwelzijn zich zal ontwikkelen. Daarin is de consument dus de scherprechter.

2.7 Samenvatting

Steeds meer organisaties zijn betrokken bij het bevorderen van dierenwelzijn en spelen daarom ook een rol bij de dierenwelzijnsmonitor. We kunnen deze stakeholders indelen naar de rol die zij vervullen met betrekking tot de dierenwelzijn en de welzijnsmonitor in een zogenaamde 'dierenwelzijnsketen'. Daarin wordt een onderscheid gemaakt naar stakeholders in een rol als toeleverancier (kennisinstellingen en overheid), afnemers (overheid en gedragscodeorganisaties), implementeerders (ketenpartijen), beïnvloeders (dierenbeschermingsorganisaties en overheid) en scherprechters (consument en overheid).

3 Het 'wat': de gebruiksdoelen

3.1 Inleiding

Voor een goed begrip van de stakeholders, is het van belang de gebruiksdoelen van de dierenwelzijnsmonitor te kennen. Deze worden in de eerste paragraaf van dit hoofdstuk besproken. Vervolgens wordt ingegaan op de mogelijke vormen van de monitor.

3.2 Gebruiksdoelen

De monitor kan naast het primaire doel om dierenwelzijn inzichtelijk te maken ook nog andere doelen dienen. De discussie tijdens en volgend op een workshop rond de dierenwelzijnsmonitor in het najaar van 2005, leverde een overzicht van gebruiksdoelen op (Ingenbleek, 2006), die hier verder worden uitgewerkt:

Verbetering van technische resultaten

Omdat het welzijn van dieren vaak samenhangt met de kwaliteit en/of de efficiency van productie, kan een dierenwelzijnsmonitor ook tot betere resultaten leiden. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan de aanwezigheid van gebreken (gebroken botten), het percentage uitval, de vleeskwaliteit (bijvoorbeeld als gevolg van stresshormonen), en hoe vet of dun een dier is. Dit is met name interessant voor de veehouder, zeker wanneer deze wordt afgerekend op kwaliteitscriteria die via dierenwelzijn verbeterd kunnen worden. Op die manier verbetert het ook de positie van de verwerkende industrie. De toeleverende industrie heeft er belang bij om systemen te ontwerpen en grondstoffen aan te leveren die gunstig zijn voor de veehouder. Een eenduidige monitor helpt hen dus om gerichte investeringen te doen, waarbij eventuele extra kosten voor dierenwelzijn (gedeeltelijk) gecompenseerd worden door een hogere efficiëntie en kwaliteit in de keten.

Verbetering en/of behoud van imago

Verbetering van imago kan op twee manieren optreden. In de eerste plaats kan de beeldvorming van de maatschappij ten aanzien van de (intensieve) veehouderijsector positief beïnvloed worden door de inzet van de dierenwel-

zijnsmonitor. In de tweede plaats kunnen marktpartijen zoals retailers en merkfabrikanten de monitor gebruiken om bovenwettelijke niveaus van dierenwelzijn aan hun producten te koppelen. Dit versterkt het kwaliteitsimago van deze producten (zie Ingenbleek et al., 2004). Hierbij hoeft niet alleen gedacht te worden aan Nederlandse retailers en merkproducenten, maar de Nederlandse sector kan de monitor ook gebruiken als extra service aan buitenlandse afnemers, waarmee dus feitelijk de positie van de Nederlandse sector versterkt wordt.

Naast een verbetering van het imago kan de monitor door deze partij en ook gebruikt worden als instrument voor het behoud van imago. Dierenrechtenorganisaties kunnen deze partijen via de publieke opinie immers aanspreken op hun gedrag ten aanzien van dierenwelzijn. Dit kan hun merknaam en imago beschadigen. Om deze beschadiging te voorkomen kunnen zij de monitor gebruiken om aan te geven welk niveau van dierenwelzijn zij hanteren en welke dierenwelzijnsdoelstellingen zij hebben voor de toekomst. Zonder een eenduidige monitor is het voor deze partijen veel moeilijker om te voorspellen welke issues wanneer tegen hen gebruikt zullen worden. Dit maakt investeringen in dierenwelzijn minder gericht en meer risicovol. Ook de campagne gelden van de dierenrechtengroepen kunnen effectiever ingezet worden. Zij kunnen op basis van de monitor gemakkelijk de slecht scorende partijen identificeren en daar hun pijlen op richten. Dit voorkomt dat partijen die met de juiste intenties investeren in dierenwelzijn desondanks aan de schandpaal genageld worden terwijl (minder zichtbare) partijen die niets doen buiten schot blijven.

Hulpmiddel om van middel- naar doelvoorschriften te komen

Een brede, algemeen geaccepteerde toepassing van de dierenwelzijnsmonitor kan ertoe leiden dat middelvoorschriften omgezet kunnen worden in doelvoorschriften. Hiermee worden dan niet langer de risico's voor dierenwelzijn als voorschriften voor groeps grootte, ruimte per dier, ammoniakniveaus en dergelijke, gecontroleerd maar doelen voor het intrinsieke welzijn van het dier nagestreefd.

Minder administratieve lasten

Wanneer de dierenwelzijnsmonitor geïmplementeerd wordt door de meeste gedragscodeorganisaties en door de overheid om doelwetgeving op te baseren, dan kan de controle van gedragsregels en voorschriften op het gebied van dierenwelzijn sterk gereduceerd worden. Wanneer bekend is wat de score van een bedrijf is volgens de monitor, wordt meteen duidelijk of dit

bedrijf de wettelijke norm heeft gehaald, en de norm van private (al dan niet bovenwettelijke) gedragscodes zoals GlobalGap, Milieukeur, en IKB. Dit zou tot aanzienlijk minder administratieve lasten voor een bedrijf moeten leiden voor de boer en de controlerende en certificerende instanties.

Hulpmiddel om houderij- en managementsystemen te vergelijken

De dierenwelzijnsmonitor moet duidelijkheid verschaffen over de staat van dierenwelzijn in de verschillende houderijsystemen. Wat betekent bijvoorbeeld een vrije uitloop voor het welzijn van de dieren, hoe is het welzijn van biologisch gehouden zeugen ten opzichte van de gangbare zeugenhouderijen, wat betekent het weiden van de koeien voor hun welzijn, enzovoort. Deze inzichten helpen de toeleverende industrie om hun bijdrage aan dierenwelzijn te optimaliseren en de veehouders die inzicht kan krijgen in waarom collega's beter of slechter scoren dan zij zelf.

Hulpmiddel om nieuwe en bestaande houderijsystemen te toetsen

De dierenwelzijnsmonitor kan op termijn een instrument zijn voor beleidsvorming, bijvoorbeeld om de diervriendelijkheid van nieuwe houderijsystemen te toetsen. Wanneer doelvoorschriften gehanteerd worden ten aanzien van nieuwe houderijsystemen, geeft dit mogelijk meer ondernemersruimte aan de toeleverende industrie om te innoveren.

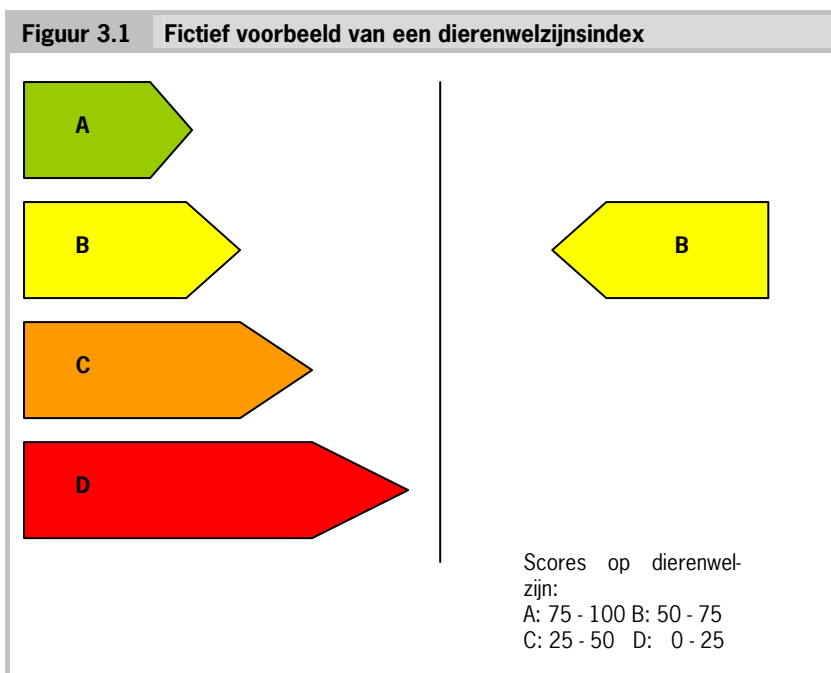
Hulpmiddel om afweging van parameters te maken

Zodra er consensus bestaat over hoe de verschillende parameters van de monitor gezamenlijk het dierenwelzijn vertegenwoordigen, kan dit inzicht ook gebruikt worden om in specifieke situaties keuzes te maken. Een voorbeeld hiervan is het vergroten van de bewegingsruimte voor kippen die tegelijkertijd echter gepaard gaat met meer concurrentie en gevechten. Eventuele conflicterende belangen met andere domeinen (bijvoorbeeld ecologisch) zullen binnen de gedragscodes opgelost moeten worden.

3.3 'Black box' dierenwelzijnsmonitor

In figuur 2.2 is de dierenwelzijnsmonitor in het zwart aangeduid. De monitor is in feite ook een 'black box' omdat we op dit moment meer weten over de informatie die er aan de ene kant in gestopt wordt en de effecten die er aan de andere kant uit moeten komen, dan over de vorm van de monitor. Er zijn 3 manieren om tegen de monitor aan te kijken:

1. een verzameling losse parameters die inzicht geven in bepaalde welzijnscomponenten van het dier, maar waarbij geen totaaloordeel wordt geveld over het dierenwelzijn als geheel. Dat betekent dat de monitor in de praktijk vooral een technische verzameling meetinstrumenten blijft;
2. een index, waarbij alle verschillende informatie wordt ingedikt tot een (rapport)cijfer van 0 tot 10 dat inzicht geeft in het dierenwelzijn als geheel (of ABCD zoals in Figuur 3.1). De cijfers worden toegekend aan bepaalde productstromen en kunnen dus eventueel gecommuniceerd worden naar de consument;
3. een productlijn van verschillende instrumenten (ontwikkeld op basis van dezelfde dierwetenschappelijke kennis) die verschillende gebruiksdoelen kunnen dienen, zoals een index, losse parameters die inzicht kunnen geven in specifieke issues, een benchmarkinstrument voor veehouders, enzovoort.



De derde mogelijkheid verdient meer uitleg. Zoals hierboven is aangegeven heeft de dierenwelzijnsmonitor meerdere gebruiksdoelen, naast het primaire gebruiksdoel van het creëren van transparantie. De monitor kan dus aangeboden worden aan verschillende doelgroepen die er verschillende doelen mee wil-

len bereiken. Wanneer ervoor gekozen wordt de volledige potentie van de monitor te benutten, is het logisch om de informatie uit de monitor in verschillende 'producten' aan te bieden aan de verschillende doelgroepen. Enkele voorbeelden:

- als benchmarkinstrument waarmee veehouders hun eigen praktijken kunnen vergelijken met die van anderen;
- als databank waar de overheid en gedragscodeorganisaties controle-informatie uit kunnen halen zonder dat zij iedere keer alle bedrijven moeten bezoeken;
- als meetlat aan de hand waarvan retailers en merkproducenten hun doelstellingen kunnen bepalen voor bovenwettelijke normen voor dierenwelzijn die zij willen hanteren voor bepaalde merken;
- als meetlat waar dierenrechtengroepen retailers en merkproducenten op kunnen beoordelen;
- als meetlat aan de hand waarvan systeemontwerpers nieuwe diervriendelijke systemen kunnen ontwerpen;
- als meetlat aan de hand waarvan de overheid doelvoorschriften kan formuleren en bestaande en nieuwe houderijsystemen kan evalueren;
- als extra service waarmee Nederlandse veehouders hun positie op exportmarkten kunnen versterken.

Een dergelijke 'productlijn' brengt nieuwe uitdagingen met zich mee. Het vergt immers coördinatie en competentie om al deze producten te ontwikkelen en aan te bieden. Ook dient er nagedacht te worden over de volgorde waarin dat zou moeten gebeuren. Dit zijn vragen die beantwoord zullen moeten worden in de institutionele inbedding rond de monitor. Indien de index zich ontwikkelt tot een reeks van verschillende producten en diensten, dan zal deze institutionele inbedding dus over een strategische marketingcompetentie moeten beschikken die helpt om de monitor om te zetten in producten en diensten die op maat zijn gemaakt voor de verschillende doelgroepen en die deze doelgroepen aanmoedigen de informatie te gebruiken.

3.4 Samenvatting

De monitor kan naast het primaire doel om dierenwelzijn inzichtelijk te maken ook nog andere doelen dienen, namelijk: verbetering van technische resultaten, verbetering en/of behoud van imago, hulpmiddel om van middel- naar doelvoorschriften te komen, minder administratieve lasten, hulpmiddel om houderij en

managementsystemen te vergelijken, hulpmiddel om nieuwe en bestaande houderijsystemen te toetsen, en hulpmiddel om een afweging van parameters te maken. De vorm die de welzijnsmonitor zal aannemen, kan variëren van een verzameling losse parameters die inzicht geven in bepaalde welzijnscomponenten van het dier tot een index waarbij alle verschillende informatie wordt ingedikt tot een rapportcijfer van 0 tot 10. Een derde mogelijkheid is dat de monitor wordt gebruikt om verschillende 'producten' op te baseren die verschillende gebruiksdoelen kunnen dienen. Een dergelijke 'productlijn' vergt coördinatie en strategische marketingcompetentie die in dat geval een plaats zal moeten krijgen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor.

4 Het 'hoe': besluitvorming over dierenwelzijn

4.1 Inleiding

Hoe de dierenwelzijnsmonitor ook wordt, deze zal waarschijnlijk nooit een volledig eenduidig antwoord kunnen geven op wat dierenwelzijn precies is. Er zullen vragen blijven bestaan over hoe belangrijk bepaalde parameters zijn ten opzichte van anderen, of een lage score op de ene parameter wordt gecompenseerd door een hoge op de andere, en of een bepaalde score nu wel of geen voldoende waarde is.

In de huidige markt bestaan al diverse bovenwettelijke dierenwelzijnstandaarden van diverse gedragscodeorganisaties. De stakeholders van deze organisaties hebben specifieke criteria voor veehouders en andere ketenpartijen opgesteld, als gevolg van de op dat moment beschikbare kennis over dierenwelzijn en het samenspel tussen marktpartijen. Uit deze processen kunnen lessen getrokken worden die bruikbaar zijn voor de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Zij hebben bijvoorbeeld afwegingen moeten tussen de ideale situatie voor het dier en de praktische en financiële haalbaarheid in de productiesystemen. Ook hebben zij in sommige gevallen dierenwelzijn moeten inpassen in een bredere duurzaamheidsdoelstelling.

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van beschrijvingen van 4 cases meer duidelijkheid gegeven over hoe dit proces van besluitvorming over dierenwelzijnscriteria plaats vindt in de markt door ketenpartijen en dierenrechtenorganisaties. Een viertal voorbeelden worden beschreven vanuit de praktijk waar stakeholders tot een normering voor dierenwelzijn zijn gekomen, waarbij wordt teruggeblikt hoe de normeringsproces is verlopen. De cases die worden beschreven zijn: Peter's Farm, Volwaard, Biologisch en GlobalGap.

In paragraaf 4.2 wordt ingegaan hoe het complexe proces van stakeholder betrokkenheid in de besluitvorming inzichtelijk te krijgen vanuit literatuurbronnen. In paragraaf 4.3 wordt de methode beschreven die is toegepast om tot de case beschrijvingen te komen, gevolgd door paragraaf 4.4 waarin de caseselectie beschreven wordt. De resultaten van de cases worden weergegeven in paragraaf 4.5, de implicaties voor het onderzoek in paragraaf 4.6. Het hoofdstuk sluit af met een samenvatting.

4.2 Methode

In dit onderzoek zal voortgebouwd worden op eerder onderzoek naar besluitvormingsprocessen in gedragscodeorganisaties door middel van casestudie. De nadruk bij iedere case zal liggen op het afwegen van dierenwelzijnscriteria, hoewel deze in enkele gevallen onderdeel zijn van een breder beleid als voedselveiligheid en corporate social responsibility.

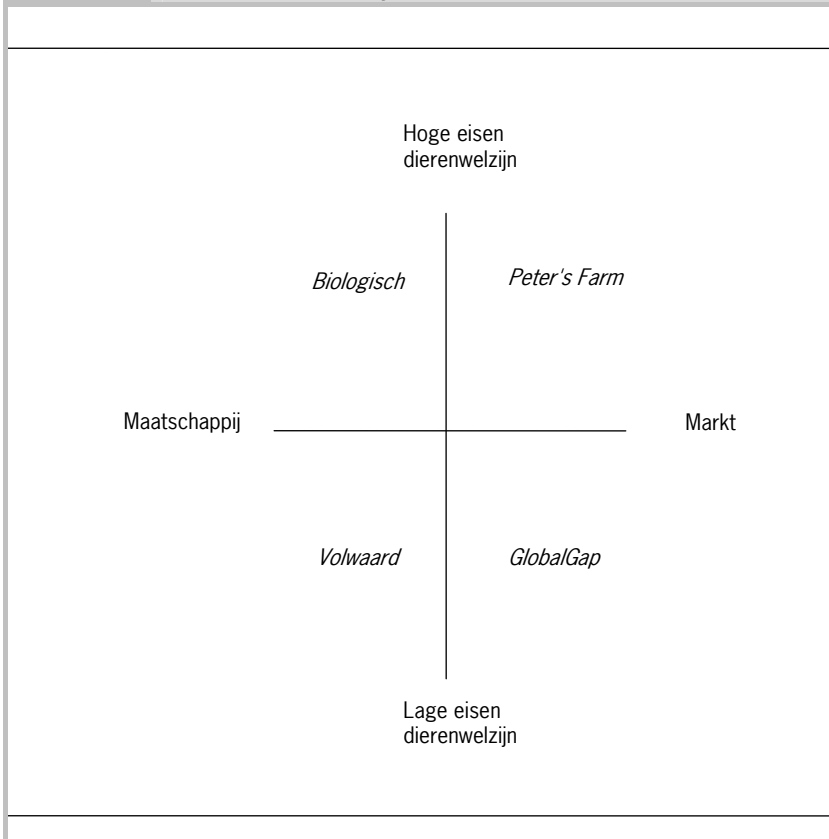
Caseselectie

In de markt zijn verschillende niveaus gecreëerd voor producten met dierenwelzijn. De basis wordt gevormd doordat bedrijven verplicht zijn te voldoen aan het wettelijke minimumniveau voor dierenwelzijn, daarnaast zijn er initiatieven die de lat hoger willen leggen als gevolg van marktwerking. Deze bovenwettelijke standaarden zijn ontwikkeld door het bedrijfsleven op zelfstandige basis, of in samenwerking met non-gouvernementele organisaties (NGO's), die betrekking hebben op het formuleren van criteria voor dierenwelzijn an sich, of breder, als onderdeel van duurzaamheid bijvoorbeeld als corporate social responsibility (CSR), en in een aantal gevallen is de overheid daar ook bij betrokken (Ingenbleek et al., 2006). Dit heeft geleid tot een segmentering van de markt in een laag en hoog niveau - zie voor een dergelijke indeling ook Ingenbleek en Meulenbergh (2006).

Behalve naar de relatieve hoogte van de standaarden, kunnen gedragscodeorganisaties ook ingedeeld worden op basis van wie de dominante stakeholder is die het initiatief heeft genomen om tot standaarden te komen. Voor iedere standaard moeten afwegingen gemaakt worden tussen de idealen van de maatschappij en de commercie van de markt. Het overbruggen van deze tweespalt is ook in de literatuur terug te vinden (zie bijvoorbeeld Handelman en Arnold 1999). Gedragscodeorganisaties kunnen daarom gegroepeerd worden in de mate waarin zij een maatschappelijk, dan wel een marktgericht initiatief zijn.

Voor de 4 kwadranten die op basis van deze 2 dimensies worden verkregen zijn de meest representatieve cases geselecteerd op basis van uitgebreide deskresearch en gesprekken met stakeholders. Vervolgens zijn de cases aan 3 experts voorgelegd om te controleren of de cases ook daadwerkelijk representatief zijn voor een bepaald kwadrant. De geselecteerde cases zijn Peter's Farm, Biologisch, Volwaard, en GlobalGap (figuur 4.1).

Figuur 4.1 Cases in de dimensies van markt en maatschappij, en het niveau van dierenwelzijnseisen



Dataverzameling

Het verzamelen van data voor het bestuderen van de cases is als volgt gegaan. Op basis van de literatuur en theoretische achtergrond is bepaald welke onderwerpen in iedere case moesten terugkomen (Capon en Hulbert, 1975; Cyert en March, 1963; Daft, Sormunen en Parks, 1988; Farley, Hulbert en Weinstein, 1980; Hambrick en Mason, 1984; Mitchel, Agle en Wood, 1972; Trondsen, 1996; Webster en Wind, 1972). Er is een eerste aanzet van de casebeschrijving gemaakt op basis van intensieve deskstudie van artikelen, publieke bronnen en websites, en interviews die eerder bij deze organisaties hebben plaatsgehad. Daarna is er een vragenlijst opgesteld voor het verkrijgen van gedetailleerde informatie. In totaal zijn 11 expertinterviews uitgevoerd bij personen die direct of

indirect bij de besluitvorming van de gedragscodeorganisaties betrokken zijn, of zijn geweest. Van 6 interviews (Biologica (2-maal), Dierenbescherming (2-maal), GlobalGap, Peter's Farm) is een bandopname gemaakt die zijn uitgewerkt tot transcripten. Van de andere interviews zijn onmiddellijk na het gesprek aantekeningen gemaakt. Naar aanleiding van deze gesprekken is per gedragscodeorganisatie een stap-voor-stapbeschrijving en beslisboom gemaakt van de besluitvorming met de afzonderlijke activiteiten, de hiërarchische volgorde, en de betrokkenheid van de verschillende stakeholders per activiteit. Deze beschrijving inclusief schema van de beslisboom is voorgelegd aan de verschillende stakeholders voor commentaar. Van deze mogelijkheid hebben 3 geïnterviewde personen (Biologica, Peter's Farm, GlobalGap) gebruik gemaakt. Ten behoeve van de overzichtelijkheid van deze rapportage is van de definitieve case beschrijvingen een samenvatting gemaakt.

4.3 Resultaten

4.3.1 Peter's Farm

Peter's Farm is gekozen omdat het een initiatief is van een marktpartij om afzetmarkt te behouden en winnen door een dierenwelzijnsegment te creëren. De combinatie van marketing met innovatie in stalsystemen heeft vooroplopende afzetpartijen aangesproken, omdat zij hiermee hun maatschappelijke betrokkenheid kunnen tonen. Nieuwe technologie maakte het mogelijk om nieuwe normen en marketing te realiseren, waarvoor afzetpartijen gevoelig zijn. In een markt met één dominante actor, namelijk de Van Drie Groep met een Europees marktaandeel van bijna 20%, tegen Alpuro Group met een aandeel van tegen de 5%, aldus Korstiaan Mulderij van Alpuro Groep, vormde de keuze voor Peter's Farm een belangrijk onderdeel van de marketingstrategie. De motivatie om Peter's Farm te ontwikkelen is voor Alpuro meer afkomstig uit het perspectief van afzetcreatie (inspelen op de vraag) dan dat zij louter ethisch gedreven is. Het is ook een aanzet om tot meer openheid van de sector te komen, waarbij dierenwelzijn als een peiler van de lange termijn strategie wordt beschouwd (*Boerderij*, 2005).

De stakeholders bij Peter's Farm zijn: Alpuro Group, retailers, en de Dierenbescherming. Alpuro Group is de belangrijkste stakeholder die het concept voor Peter's Farm in 1997 zelfstandig heeft opgesteld. De Alpuro Group introduceert met Peter's Farm de voederautomaat en de webcam in de kalverstal in 1997, waarmee het mogelijk werd de groeps grootte te vergroten in vergelijking met

de reguliere kalvermesterij, van 4-8 kalveren naar 40-80 kalveren per groep, en toch de individuele verzorging te geven.

Voor de beschrijving van het normeringsproces wordt teruggedeneerd vanaf de huidige normen van Peter's Farm. Een beslisboom illustreert het normeringsproces zoals weergegeven in bijlage 2.

Peter's Farm is een concept dat door Alpuro Group op eigen kracht is ontworpen. Toen de eerste stallen volgens het concept waren ingericht, heeft men een vergelijkend gedrags- en welzijnsonderzoek laten uitvoeren door ethologen van Wageningen Universiteit, om zo een 'onafhankelijk' extern oordeel te krijgen. Naar aanleiding van het rapport zijn later diverse zaken aangepast, waaronder het ruimer verstrekken van ruwvoerders. Daarnaast is er een smaaktest uitgevoerd door het Centrum voor Smaakonderzoek waarin werd aangetoond dat Peter's Farm kalfsvlees beter scoort op malsheid dan regulier kalfsvlees. Het onderzoeksrapport is tijdens een congres van Wageningen Universiteit (1999) gepresenteerd waarbij het Peter's Farm-concept werd gepresenteerd. De Dierenbescherming heeft daar kritisch positief gereageerd.

Voor Alpuro Group was er nu voldoende basis om Peter's Farm actief met marketing te lanceren. In 2002 gaf Albert Heijn zijn leverancier te kennen dat zij behoefte had aan kalfsvlees, waarbij zij zich meer kon profileren ten opzichte van de concurrerende supermarkten. Albert Heijn kwam daar met de toenmalige leverancier niet uit en men is toen verder gaan kijken, zoals bij Peter's Farm. Op basis van stalbezoeken, de onderzoeksresultaten en het congres, en de marketing waren voor Albert Heijn reden om in 2004 over te stappen naar kalfsvlees van Peter's Farm. Dit was voor Peter's Farm een belangrijke doorbraak, met name vanwege de referentiekraft die er van Albert Heijn uitgaat in het buitenland.

Een tweede onderzoek naar het welzijn van Peter's Farm-kalveren dat door ID Lelystad werd uitgevoerd in opdracht van de voormalige leverancier van Albert Heijn, de Van Drie Groep, leidde tot enige verwarring (hoewel de wetenschappers het niet principieel oneens met elkaar waren). Dit was reden voor Albert Heijn om te rade te gaan bij de Dierenbescherming voor een 'second opinion'. Zij wilde graag van een onafhankelijke instantie een oordeel, niet omdat onduidelijk was dat Peter's Farm beter was, maar vooral vanwege mogelijke aandacht in de pers (bron: Korstiaan Mulderij, Alpuro Group). John Oosterhuis, voormalig kwaliteitsmanager bij Albert Heijn, zegt hier het volgende over:

'Wij zijn retailers, geen dierenartsen of veeartsen of zo. De Dierenbescherming, daar hebben we een goede verstandhouding mee. We proberen ook de dingen die zij aandragen mee te nemen in overleggen waar dan ook.'

De Dierenbescherming heeft toen aangegeven dat zij Peter's Farm net iets beter vindt dan reguliere groepshuisvesting. Voor verdere aanscherping van de normen worden door de Dierenbescherming samen met de kwaliteitsmanager van Alpuro Group een aantal bedrijfsbezoeken per jaar uitgevoerd. Bert van den Berg, beleidsmedewerker bij de Dierenbescherming, formuleert het als volgt:

'Je gaat eerst door ontkenning en bagatelliseringsfase heen, vervolgens onderkenning en dan blijkt het allemaal heel moeilijk om te veranderen. Dat gaat wat ons betreft allemaal langzaam, maar goed ze doen het wel.'

Ook de retailers voeren bedrijfsbezoeken uit. Tesco huurt ethologen in die drie keer per jaar op dierenwelzijn komen controleren. Korstiaan Mulderij, Director Food van de Alpuro Group, formuleert het als volgt:

'Een aantal punten hebben zij [ethologen] nog steeds op hun wensenlijstje staan, die wat hun betreft ingevuld moeten worden. Maar die wij op korte termijn niet in kunnen vullen omdat daar financiële consequenties aan zitten, die zij ook niet kunnen dragen. Dat is het spanningsveld.'

'Als je nu al ziet hoeveel weerstand er is bij retailers. De prijs van kalfsvlees is al hoog. Peter's Farm gaat daar nog weer een schijf bovenop, hoeveel weerstand dat al oproept. Dan overleg je dat met die mensen [retailers]. We kunnen ze wel op stro leggen, maar dat betekent nog weer X% bij de prijs. Dan zeggen ze, laat maar zitten.'

Binnen dit perspectief van markt wensen en wensen van maatschappelijke organisaties, wetgeving, gaat de ontwikkeling van de Peter's Farm standaard verder. Afzetpartijen bepalen wel in belangrijke mate de richting van de voortgang.

4.3.2 Biologisch

De biologische sector is een voorbeeld van een publieke normstelling. De overheid besloot deze productiewijze te ondersteunen, en tevens de normering vorm te geven zonder deze direct op te leggen. Ook op internationaal niveau zijn overheden regelgeving en richtlijnen gaan opstellen. In 1991 kwam de plantaardige biologische productie in de EU onder EU-regelgeving (EU-verordening 2092/91). Voor de dierlijke biologische productie volgde in augustus 2000 een aanvulling op de bestaande verordening.

De belangrijkste stakeholders vormen Biologica, Skal, overheid en de sector. Biologisch kenmerkt zich door een brede vertegenwoordiging van stakeholders in diverse organen, zie tabel 4.1. De taken van de productwerkgroepen (PWG) bestaan uit het adviseren over biologische wet- en regelgeving en het initiëren van nieuwe richtlijnen, daarnaast het initiëren en begeleiden van kennisprojecten, en het zorgen voor actieve betrokkenheid van het bedrijfsleven. De technische werkgroep (TW) houdt zich bezig met de technisch (juridische) uitwerking van standpunten en bekijkt de haalbaarheid ervan. Ook is de TW het centrale orgaan bij uitwisseling van informatie over voorstellen, vanuit de sector, evenals vanuit Brussel. Het Overlegorgaan Biologische Regelgeving (OBR) functioneert als adviesgroep en is met instemming van het ministerie van LNV opgericht (Marian Blom, Biologica)

Forum	Partijen	Namens	Belang
Product Werk Groep (PWG)	Biologische varkenshouders Productschap Vee Vlees en Eieren Dierenbescherming LNV SKAL Biologica	Biologische varkenssector Varkenssector Burger Staat LNV Sector	Werkbare normen Haalbare normen Ethische normen Goede wetgeving Controleerbare normen Coördinatie en Biologisch gedachtegoed
Technische Werkgroep (TW)	SKAL LNV De Vakgroep Vereniging Biologische Productie- en handelsbedrijven Hoofd Productschap Akkerbouw Biologica	LNV Staat Biologische varkenssector Voedings- en handelssector Productschappen Sector	Controleerbare normen Goede wetgeving Werkbare normen en regels voor biologische principes Haalbare normen Haalbare normen Coördinatie en Biologisch gedachtegoed

Tabel 4.1 Partijen en hun rol met vertegenwoordiging in de overlegfora
PWG, TW, OBR (vervolg)

Overlegorgaan	Centraal Bureau Levensmiddelenhandel	Supermarkten	Haalbare normen
Biologische	Hoofd Productschap Akkerbouw	Productschappen	Haalbare normen
Regelgeving	LTO	Producenten	Haalbare normen
(OBR)	Productschappen Vee, Vlees en Eieren	Sector	Haalbare normen
	Stichting Natuur en Milieu	Burger	Ethische normen
	Vereniging Biologische Productie- en handelsbedrijven	Voedings- en handelssector	Haalbare normen
	Biologica	Sector	Coördinatie en Biologisch gedachtegoed
	Als toevoerder: SKAL	LNV	Controleerbare normen
	LNV	Staat	Goede wetgeving

Voor het weergeven van het normeringsproces wordt teruggereïerd vanaf de huidige norm voor de uitloop van biologische varkens. Een beslisboom illustreert het normeringsproces zoals weergegeven in bijlage 2.

Het besluitvormingsproces werd geïnitieerd door Biologische varkenshouders die regels wilden omtrent de uitloop van varkens. In het beginstadium is er vooral gediscussieerd of dit een interpretatiekwestie betrof, maar uiteindelijk was ook de PWG van mening dat er aanvullende regels moesten komen om duidelijkheid te krijgen bij nieuwe stalaanvragen en om misbruik te voorkomen. Bij de TW (in het bijzonder Skal) kwam men echter niet verder. Skal stelde dat er met nieuwe eisen, nieuwe regels nodig waren, en dat dat alleen mogelijk was via Brussel, een weg die jaren duurt. Die discussie was niet opgelost, maar zakte een beetje in totdat het weer beter ging met de sector. Dit geschil, of het een aanvullende regel of een interpretatie betrof, is voorgelegd aan het OBR in het jaar 2003. Het OBR stelde dat als het interpretatie zou zijn, de sector het verder zelf kon uitwerken. Daarmee brak een nieuw stadium aan in het normeringsproces waarbij de PWG in overleg met Skal een norm moest proberen te formuleren die als interpretatie van de huidige regels kon worden opgenomen.

Bij de PWG varkensvlees is toen de discussie gestart over hoe de norm eruit moet zien, waarbij ze tot een norm moet zien te komen waar alle partijen zich in kunnen vinden. De PWG bestond uit vertegenwoordigers van de Vereniging van

Biologische Varkenshouders (VBV), Dierenbescherming, en een onderzoeker met expertise over huisvesting. De voersector heeft zich bij deze discussie op de achtergrond gehouden. De Dierenbescherming stond in voor de ethische aspecten van de normen. Hoewel ze altijd mooiere normen willen hebben, staat realisme in de discussie voorop. De VBV richtte zich vooral op praktische zaken en maakte zich vooral actief naarmate de eindafronding van de norm in zicht kwam, zoals: 'Zijn er al stallen gebouwd en wat betekent dat? Vanaf welke datum gaat dat in?' De beleidsmedewerker van Biologica, Clemens Oude Groeniger, stelde na afloop van iedere vergadering van de PWG een samenvattende formulering op over hoe de uitloop eruit moest zien op basis van de bijeenkomst. Daarbij moest hij de eis beperkt houden zodat deze onder de interpretatie van de bestaande regels kon vallen.

Met veel partijen die mee kunnen praten zijn er veel eisen die tot een uitgebreide norm kunnen leiden. Toch lukte het iedere keer om een voorstel te formuleren, waarop de deelnemers konden reageren. De belangrijkste participanten, VBV en de Dierenbescherming, zijn tot een norm gekomen, mede dankzij de constructieve opstelling. Clemens Oude Groeniger, kennismedewerker Biologica en voorzitter PWG varkensvlees, formuleert het als volgt:

'Hoe je je opstelt als partij, dat bepaalt hoe het landt. En dat je ook oren hebt naar andere meningen. Dat bepaalt weer hoe je argumenten weegt. Je kan wel het welzijn van de biggen willen garanderen, maar als er geen ontwikkeling is van de sector, wat win je er dan mee? Dat zijn de verhoudingen in zo'n groep, dat je samen iets van de grond krijgt.'

Het voorstel is voorgelegd aan het OBR in het jaar 2007. Er werd een concrete eis neergelegd, waarbij werd gesteld dat het hier om interpretatie ging van een algemene regel in de EU-verordening. Het verzoek is beoordeeld en heeft geleid tot een positief advies. Het OBR heeft daarbij de voor- en nadelen afgewogen, waarbij wordt gelet op zaken als: Is het interpretatie? Kunnen er problemen ontstaan bij deze opvatting? Wat is het risico voor Skal? Natuur en Milieu waren niet aanwezig bij de behandeling van dit voorstel. Aanvullend op de PWG, kan het OBR als er een beroep op haar wordt gedaan, nogmaals het voorstel van de sector beoordelen, vanuit bestuursmatig/beleidsmatig perspectief op controleerbaarheid en afbreukrisico. Marian Blom, kennismedewerker Biologica en secretaris OBR, formuleert het als volgt:

'Het ging meer over, is het echt interpretatie? En kan je het dan nog goed controleren Skal? Lossen we daarmee het probleem op, dat is ook een discussiepunt geweest. Op die manier is erover gepraat.'

4.3.3 Volwaard

Volwaard-kip is een ontwikkeling die voortkomt uit maatschappelijke kritiek op de pluimveesector op het gebied van dierenwelzijn, voedselveiligheid en mestoverschotten. Deze kritiek is onder andere gericht op de groeisnelheid en het sterftepercentage van de dieren. De welzijnsproblemen waren voor de Commissie Alders in opdracht van toenmalig minister Apotheker van LNV aanleiding om te komen tot de aanbeveling voor nader onderzoek naar de mogelijkheden in de markt voor een (gecertificeerd) 'tussenproduct'. Hierbij gaat het om een vleeskuiken met meer welzijnskwaliteiten dan het huidige vleeskuiken, maar minder vergaand dan voor het biologische vleeskuiken of het Franse 'Label Rouge'. De belangrijkste stakeholders van Volwaard bestaan uit de volgende partijen: Dierenbescherming, Coppens Diervoeders, Coop, Jumbo Supermarkten, Albert Heijn, ZLTO. Zij vormden de stuurgroep Volwaard. In de stuurgroep vertegenwoordigt ZLTO de belangen van de pluimveehouders. Andere betrokken stakeholders zijn Flandrex Nederland, slachterij voor pluimvee.

Het normeringsproces kende een drietal fasen. De eerste fase is de onderzoeksfase geweest waarin de randvoorwaarden voor Volwaard zijn bepaald, en heeft in totaal 3 jaar geduurd van 2000 tot 2003. In de tweede fase heeft vooral het zoeken van afzetpartijen centraal gestaan en het aanscherpen van de randvoorwaarden. Deze fase heeft 4 jaar geduurd. In het najaar van 2006 begint de derde fase als besloten wordt tot een marktintroductie bij de supermarkten in januari 2007. Het moment is dan gekomen om de normen concreet te maken, en er worden pluimveehouders gezocht die de Volwaard-kip willen produceren. Deze fasen staan schematische weergegeven in bijlage 2.

In de eerste fase is de stuurgroep bestaande uit de Dierenbescherming, Coppens, Albert Heijn en Coop aan de slag gegaan. Eerst zijn de mogelijkheden vanuit de ethologische en economische perspectieven onderzocht, en daarnaast de kaders die de supermarktorganisaties nodig achten voor een succesvolle introductie. Met de keuze voor het ras was voor de Dierenbescherming al een belangrijke stap voorwaarts gezet. Vanuit de supermarkten werd echter aangegeven dat er meer moest gebeuren om toegevoegde waarde voor de consument te creëren, zoals vrije uitloop. Ook werd er gezamenlijk afgesproken dat de meerkosten maximaal 20% mochten zijn. Afsluitend van deze

fase is er een symposium gehouden waarbij de haalbaarheid werd geschetst voor geïnteresseerden. Hierbij sloot ook ZLTO zich aan.

Het zoeken naar meerdere supermarkten staat centraal aan het begin van fase 2. De supermarkten in de stuurgroep hebben altijd aangegeven dat er meerdere supermarkten betrokken moesten worden, omdat ze aangaven dit niet alleen te kunnen en te willen. Coppens, ZLTO en de Dierenbescherming hebben daarom gesprekken gehouden bij inkopers van supermarktorganisaties. De aanwezigheid van de Dierenbescherming bij de gesprekken wekte een positieve indruk bij de supermarkten. Twee retailers, Jumbo Supermarkten en Jan Linders, gaven aan bereid te zijn hieraan mee te werken, naast Albert Heijn en Co-op, die al in de stuurgroep vertegenwoordigd zijn. Dit proces ging niet zozeer over de randvoorwaarden van de standaard, maar meer over praktische zaken. Marijke de Jong, beleidsmedewerker Dierenbescherming, formuleert het als volgt:

'Het rijp maken van de geesten. Het is moeilijk aan te duiden. Het is niet zo dat als een grote multinational zegt, nou we zetten er eens even wat mensen op om een nieuw product in de markt te zetten. Zo gaat het niet, het is veel liefdewerk, oud papier geweest. We hebben met retailers ook meerder gesprekken gehad, dat is niet met één gesprek klaar. Dat is ook bij hun denk ik een rijpingsproces, een groeiproces geweest.'

Met het zoeken naar pluimveehouders is gewacht tot er zicht was op afzet en de normen op papier stonden. Het risico voor de pluimveehouders is aanzienlijk omdat zij moeten investeren in met name stalaanpassingen, zoals een overdekte uitloop. Vooral omdat de supermarkten zich niet langer dan voor één jaar wilden vastleggen, waarmee de investeringen in stalaanpassingen nog niet zijn terugverdiend. In deze fase vormen de producenten met de vertegenwoordiger van ZLTO een werkgroep. Deze werkgroep komt eens per kwartaal bij elkaar om ervaringen te delen. ZLTO vertegenwoordigde de belangen van de producenten in de stuurgroep.

Een grote evaluatie vindt plaats aan het einde van het marketingjaar. Dan zal het hele concept geëvalueerd worden: heeft het positieve invloed op diervriendelijk consumeren? De bijzondere samenwerking tussen de Dierenbescherming en supermarktorganisaties zal worden meegenomen, inclusief het nieuwe logo Beter Leven. Heeft het logo geen schade voor het imago van de Dierenbescherming, en wat vinden de retailers van het logo? De resultaten hiervan zullen worden meegenomen in de ledenvergadering van de Dierenbescherming. Toekomstige ontwikkeling ten aanzien van de normering zal afhangen van een aan-

tal factoren, zoals inbedding in de markt. Een aantal jaren zullen nodig zijn om Volwaard goed in te bedden in de markt. Dan zal worden gekeken of normen opgekrikt kunnen worden, de Dierenbescherming zal dan meer de rol van adviseur krijgen. Voor de supermarktorganisaties is de ontwikkeling van Volwaard ten opzichte van andere segmenten in het bijzonder de onderkant van de markt relevant. Als Volwaard na een aantal jaren vooral de onderkant van de markt verdringt, biedt dit mogelijkheden voor ontwikkeling.

4.3.4 GlobalGap

GlobalGap, voorheen Eurepgap, is gekozen omdat deze gedragscodeorganisatie zich richt op een brede reeks van duurzaamheidseisen, die wereldwijd van toepassing zijn voor de primaire bedrijven die aan supermarkten leveren. Normen ten aanzien van dierenwelzijn zijn vooral aanbevelingen (niet in alle landen staat dierenwelzijn hoog genoeg op de agenda om harde eisen te stellen), maar daarmee zijn het wel indicatoren die belangrijk worden gevonden en waarmee in de toekomst nog meer rekening moet worden gehouden door dierlijke sectoren. Primaire producenten kunnen daarmee alvast rekening houden met hun investeringen.

De stakeholders bij GlobalGap zijn retailorganisaties en ketenpartijen. De belangrijkste stakeholder is de retailer: GlobalGap is een initiatief van retailers om risico's ten aanzien van voedselveiligheid zoveel mogelijk af te dekken en inkoopvoorwaarden te harmoniseren. Supermarkten wilden meer grip krijgen op de wijze waarop landbouwproducten geproduceerd worden, omdat calamiteiten veel geld kosten, maar supermarkten ook wettelijk aansprakelijk zijn, en bovendien door hun klanten worden aangesproken op de kwaliteit van het product. Organisaties kunnen lid worden van GlobalGap; dit geldt in principe voor iedere organisatie. Binnen GlobalGap worden verschillende besluitvormingseenheden onderscheiden, zie hiervoor tabel 4.2. Platform Globalgap is een forum op nationaal niveau en functioneert als vooroverleg voor de internationale sectorcommissie, en ten behoeve van kennis en informatie-uitwisseling. De sectorcommissie is een internationaal forum met als doel standaarden te ontwerpen. Het bestuur van GlobalGap staat boven de sectorcommissie en neemt de definitieve besluiten.

Tabel 4.2 Forums en stakeholders GlobalGap		
Forum GlobalGap	Instituut/partij (afgevaardigde)	Belangenvertegenwoordiging
Platform GlobalGap	PVE	Varkenssector
	ZLTO	Varkenssector
	Ahold	Albert Heijn supermarkten
	CBL	Supermarkten
	LNV	Staat
Sector commissie dierlijk	Namens Nederland:	
	PVE	Varkenssector
	ZLTO	Varkenssector
	Ahold	Albert Heijn supermarkten
	CBL	Supermarkten
GlobalGap bestuur	Ahold	Supermarkten
	Vion	Leveranciers

Voor dierlijke sectoren geldt vaak dat er op nationaal niveau al verschillende kwaliteitssystemen bestaan, zoals het Integrale Ketenbeheersing systeem (IKB) voor de Nederlandse veehouderijbedrijven. Ook voor de varkenshouderij is er een IKB-certificering sinds het begin van de jaren negentig. GlobalGap heeft er voor gekozen om nationale kwaliteitssystemen te beoordelen aan de eigen wensen en waar mogelijk over te nemen. Voor primaire bedrijven is het een groot voordeel als een bestaande standaard ook voor GlobalGap geldt, zodat ze niet worden opgezadeld met additionele certificering. Een beslisboom illustreert het normeringsproces zoals weergegeven in figuur in bijlage 2.

In 2004 is door de sectorcommissie van GlobalGap bepaald dat er een wereldwijd certificaat komt voor de varkenshouderij. Voor het schrijven van een internationaal certificaat geeft de sectorcommissie aan welke onderwerpen aanbod komen tijdens, hoewel leveranciers daar niet om stonden te springen. Voorafgaand aan het overleg van de sectorcommissie komt in Nederland het platform GlobalGap bijeen om de uitgangspunten van elkaar helder te krijgen. LTO neemt veelal het initiatief voor dit overleg. Naast de afgevaardigden uit het platform kunnen ook anderen daarvoor worden uitgenodigd, zoals bijvoorbeeld vertegenwoordigers uit de diervoederbranche, afhankelijk van het onderwerp. Omdat de Nederlandse varkenshouderij al het IKB-certificaat heeft dat de kwaliteit van de productie bewaakt en de herkomst van vlees en daarmee de voedselveiligheid van het vlees, sluit dit goed aan bij de doelstellingen van GlobalGap.

Voor alle afgevaardigde vormde het IKB-certificaat dan ook zo veel mogelijk het uitgangspunt voor inbreng in het internationale overleg. Het overleg tussen de ketenpartijen wordt gekenmerkt als constructief en verloopt in goede sfeer (Marc Jansen, CBL). De internationale besprekingen in de sectorcommissie vinden tweejaarlijks ergens in de wereld plaats, meestal in Europa. Omdat de normen van GlobalGap voor de hele wereld gaan gelden, en Nederland in dit perspectief daarvoor een kleine speler is, betekent dit dat zij niet altijd dezelfde restricties kan hanteren die voor de Nederlandse situatie gelden. Het is ook in het belang van de Nederland dat bepaalde normen elders in de wereld gaan gelden. In de discussie over de verschillende onderdelen probeert de Nederlandse delegatie de IKB-normen er wel zoveel mogelijk in te krijgen. De inbreng van de supermarktorganisaties in de discussie vinden de producenten beperkt. Hans Schouwenburg, Productschap Vee Vlees Eieren, formuleert het als volgt:

'Het heeft te maken met de politiek die retailers vaak volgen. Voor een deel ook ingegeven dat ze daar weinig mensen voor hebben. Ze geven globaal wat aan, mengen zich niet in de discussie zodat ze achteraf hun handen vrij hebben, dat ze nog nee kunnen zeggen'.

Vanuit de supermarkten is er bijvoorbeeld nadrukkelijk geuit dat dierenartsbezoek moet plaatsvinden. In Nederland wordt ieder bedrijf maandelijks door een dierenarts bezocht, zoals is vastgelegd in IKB, in de GlobalGap-standaard is dit eenmaal per kwartaal geworden. Tijdens het internationaal congres vinden ook presentaties plaats door NGO's over doelstellingen. Marc Jansen, Hoofd Consument en Kwaliteit bij CBL, formuleert het als volgt:

'We hebben ook wel eens presentaties gehad op een internationaal congres van het Wereld Natuurfonds. Die organisaties zien daar toch mogelijkheid om aandacht voor hun zaak te krijgen. Op zich is daar niks mis mee. Alleen, wat je wilt voorkomen als retail is dat je het niet te veel laat verwateren.'

Door het internationale karakter vindt dit soort lobbyprocessen bij voorkeur plaats op Europees niveau. Ten aanzien van dierenwelzijn wordt vooral met de Europese organisatie van dierenwelzijnsorganisaties gewerkt. Dat wil niet zeggen dat het pad ook al niet wat wordt geëffend door nationale belangenorganisaties, maar de Nederlandse Dierenbescherming bijvoorbeeld vindt het moeilijk om invloed uit te oefenen. Er zijn wel gesprekken tussen de Dierenbescherming en leden van het platform GlobalGap over de normen (Marijke de Jong, Dieren-

bescherming). Marijke de Jong, beleidsmedewerker bij de Dierenbescherming, formuleert het als volgt:

'GlobalGap is een hele taaie. Daar krijg je niet goed voet aan de grond, dat vind ik niet goed. Terwijl het bedrijfsleven daar wel gewoon in zit. Ik heb niet het idee dat ze goed naar ons luisteren.'

In de vleesmodules heeft IKB een forse stempel gedrukt op de standaard GlobalGap. Marc Jansen, Hoofd Consument en Kwaliteit bij CBL, formuleert het als volgt:

'Dan zie je in de praktijk dat diegene die daar het meeste energie insteken ook het meest gehoord worden.'

Uiteindelijk wordt dat dan geaccepteerd door iedereen en afgezegeld door de board. Nationale standaarden kunnen nu aan een benchmarkprocedure worden onderworpen. Dit is een proces met peer review, waarna de leden ook nog beoordelen of de ingediende standaard voldoet aan de eisen zoals men die zich stelt (globalgap.nl). Vanaf dan zullen supermarkten aankondigen dat zij voortaan de GlobalGap-certificeringsschema's zullen eisen van al hun leveranciers van de betreffende sector (Ingenbleek et al., 2006).

4.4 Implicaties cases

De 4 cases zijn voorbeelden hoe normen geformuleerd worden in het krachtenveld van stakeholders: hoe de besluitvorming in zijn werk gaat bij dierenwelzijnsstandaarden, de mate waarin en wanneer ketenpartijen, maatschappelijke organisaties en overheid betrokken zijn.

Alle activiteiten draaien om het maken van afweging tussen enerzijds de 'ideale criteria' voor het dier en anderzijds de praktische haalbaarheid. Dit wordt weerspiegeld in de rol van de verschillende stakeholders: Dierenbescherming en sectorvertegenwoordigers hebben in alle cases een relatief belangrijke rol als representanten van respectievelijk het dier en praktijk. De resultaten staan of vallen dus vaak met de vraag of deze twee partijen er samen uit zullen komen. Deze twee groepen zullen dus naar verwachting ook een belangrijke rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Hoewel de retail in alle cases een belangrijke rol speelt door de randvoorwaarden aan te geven, nemen retailers afstand van de besluitvorming an sich. Zij zullen dus waarschijn-

lijk geen centrale rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor.

Voor het bepalen van de 'ideale criteria' wordt er informatie verzameld en aangedragen door vooral de onderzoeksinstituten naar het effect van bepaalde normen voor dierenwelzijn (Volwaard en Peter's Farm) met de op dat moment beschikbare mogelijkheid om dierenwelzijn/diergezondheid te meten, of wordt er op basis van beschikbare kennis een expertoordeel gevraagd (Biologisch). De dierenwelzijnsmonitor zou dit proces aanzienlijk kunnen vereenvoudigen, omdat informatie rechtstreeks beschikbaar is.

Bij de praktische haalbaarheid zijn de kosten van de dierenwelzijnsmaatregelen een belangrijk overweging vanuit marketingperspectief. Voor alle cases geldt dat de ethische component en de marketingcomponent sterk met elkaar zijn verweven, hoewel de balans per gedragscodeorganisatie anders ligt. GlobalGap is een business-to-businessopzet, waar management van kosten en risico's centraal staan, de waardevermeerdering voor consumenten beperkt is waardoor de producten geen consumentenkeurmerk krijgen. Daarnaast zijn er initiatieven die kiezen om dierenwelzijn nog meer naar voren te halen en te versnellen, omdat er een groep consumenten bestaat die hiervoor bereid is extra te betalen, zoals de doelstelling met Volwaard-kip en Peter's Farm, waarbij marketing een belangrijke rol speelt. In alle gevallen zijn dierenwelzijn, kosten en marketing integraal met elkaar verbonden. Een institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor zal deze drie aspecten dus ook moeten herbergen en met elkaar moeten kunnen verbinden.

De standaarden die vanuit de samenleving zijn geïnitieerd hebben een complexere structuur van besluitvorming dan de initiatieven die vanuit de markt worden gestart. Bij initiatieven vanuit de samenleving wordt een breed draagvlak gecreëerd en daarom hebben alle belanghebbenden inspraak. In de case over Biologisch kwamen daarbij vooral de formele aspecten naar voren (de vraag of het om interpretatie ging of niet) en bij Volwaard meer de informele (de relaties tussen de deelnemers). De informele sfeer bij Volwaard heeft er waarschijnlijk toe bijgedragen dat de participanten gezamenlijk veel geleerd hebben van het traject, wat het eindresultaat ten goede kwam. Een dergelijk informele sfeer waarin betrokkenen gezamenlijk leren een doel te bereiken, zou daarom ook voor een institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor voordelen kunnen hebben.

4.5 Samenvatting

In dit hoofdstuk is gekeken naar het besluitvormingsproces omtrent dierenwelzijnsstandaarden in gedragscodeorganisaties. Er is gekeken naar Peter's Farm, Volwaard, Biologisch en GlobalGap. In alle organisaties draait de besluitvorming om de afweging tussen enerzijds de 'ideale criteria' voor het dier en anderzijds de praktische haalbaarheid. De Dierenbescherming en sectorvertegenwoordigers hebben in alle cases daarom een relatief belangrijke rol en zullen dus naar verwachting ook een belangrijke rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Retailers stellen voornamelijk randvoorwaarden, maar houden zich afzijdig van de inhoud. Zij zullen dus waarschijnlijk geen centrale rol spelen in de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Bij het opstellen van criteria zijn in alle gevallen dierenwelzijn, kosten en marketing integraal met elkaar verbonden. Een institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor zal deze 3 aspecten dus ook moeten herbergen en met elkaar moeten kunnen verbinden. De standaarden die vanuit de samenleving zijn geïnitieerd hebben een complexere structuur van besluitvorming dan de initiatieven die vanuit de markt worden gestart. Een informele sfeer waarin betrokkenen een gezamenlijk doel leren bereiken, zou voor een institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor voordelen kunnen hebben omdat participanten gezamenlijk belemmeringen leren overwinnen.

5 De institutionele inbedding van de dierenwelzijnsmonitor: een scenario-analyse

5.1 Inleiding

Nu er zicht is op de belangrijkste stakeholders rond en gebruiksmogelijkheden van de dierenwelzijnsmonitor, is de volgende belangrijke vraag wat de impact van de monitor zou kunnen zijn gegeven een bepaalde institutionele inbedding. Om hier inzicht in te verkrijgen is een scenarioanalyse gedaan. In de volgende paragraaf wordt uitgelegd hoe deze analyse aangepakt is. Vervolgens zijn de 3 meest inzichtrijke scenario's beschreven.

5.2 Scenarioanalyse

Bij een scenarioanalyse worden een aantal ontwikkelingen of gebeurtenissen met elkaar in verband gebracht, leidend tot mogelijke scenario's die zich in een bepaald terrein zouden kunnen gaan afspelen in de toekomst. Scenarioanalyse wordt bijvoorbeeld veel gebruikt in de strategische beeldvorming in het bedrijfsleven. Daar werd de techniek met name populair nadat Shell in de jaren zeventig op basis van scenario's als enige oliemaatschappij was voorbereid op een oliecrisis.

Bij de hier geformuleerde scenario's zijn er een aantal externe ontwikkelingen constant gehouden. Er is van uitgegaan dat er geen grote verschuivingen gaan optreden rond dierenwelzijn in de internationale handelsverdragen. Ook is ervan uitgegaan dat er geen grote economische veranderingen plaats zullen vinden en dat er geen structurele veranderingen plaats zullen vinden in de aankooppatronen van consumenten omdat de prijzen van voedingsmiddelen stijgen. Voorts is er geen rekening gehouden met de mogelijke variatie in kosten en tijdsinzet van verschillende ketenpartijen (en boeren) om de gegevens voor de verschillende monitoren beschikbaar te maken. Dergelijke ontwikkelingen kunnen leiden tot heel andere scenario's maar zijn hier buiten beschouwing gelaten.

De geformuleerde scenario's richten zich op de vorm en het functioneren van de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor. Er is een onderscheid gemaakt naar het functioneren, de aard, de nationaliteit en de maatschappelijke draagkracht van de organisatie:

- ten aanzien van het functioneren kan er een onderscheid gemaakt worden naar een organisatie die er in slaagt om een eenduidige index te construeren uit het beschikbare wetenschappelijke materiaal en een organisatie die ervoor kiest om de parameters afzonderlijk van elkaar te implementeren;
- ten aanzien van de aard is er een onderscheid gemaakt tussen een uitsluitend normerende organisatie waarin een groep vertegenwoordigers van verschillende stakeholders komt tot een uitspraak over wat (meer en minder) diervriendelijk is en een marktgerichte organisatie die producten ontwikkelt die tegemoet komen aan de gebruiksdoelen (zie hoofdstuk 3);
- voor wat betreft de maatschappelijke draagkracht is een onderscheid gemaakt tussen een instituut met een grote draagkracht (brede vertegenwoordiging van gezaghebbende stakeholders) en een instituut met een geringe draagkracht (smallere vertegenwoordiging bestaande uit minder gezaghebbende stakeholders);
- vervolgens kan een organisatie die criteria formuleert voor alleen dierenwelzijn, onderscheiden worden van een organisatie die een breder pallet aan duurzaamheidseisen hanteert;
- ten slotte kan er ten aanzien van de nationaliteit een onderscheid aangebracht worden tussen een zuiver Europese organisatie zonder Nederlandse tak en een Nederlandse organisatie die zich na verloop van tijd lieert aan een Europese instelling en daarmee feitelijk een lokale vertegenwoordiging wordt van een Europees instituut. Vanuit het Europese Welfare Quality project is al een voorstel gedaan om op Europees niveau een dierenwelzijnsinstituut op te richten om de in dit project opgedane kennis te beheren en gebruiken. Hierbij wordt ook gedacht aan een Europees centrum dat als kennismake-laar functioneert (zie box 2) (Blokhuis et al., 2007);

Kader 2 European Centre for Animal Welfare

The European Centre for Animal Welfare (ECAW) as proposed has a central role in assuring the welfare of all vertebrate animals kept for economic purposes. Three, closely integrated, functions of ECAW are:

- to set, update, upgrade and manage a European animal welfare standard and to define welfare assessment tools – to check the standards are met - using the available scientific knowledge and relevant input from stakeholders;
- to initiate, coordinate, integrate and utilize scientific research for sustained progress of the animal welfare standards;

to encourage dialogue between stakeholders (policy makers, scientists, citizens, producers etc.) by providing transparent, ready-to-use information on the standards, their scientific basis and implementation, so that the benefits are utilized as much as possible in EU and proactive animal welfare policies are promoted worldwide.

Bron: ECAW: The European Centre for Animal Welfare. A contribution to define structure and functions of an idea. Prof Harry Blokhuis, Prof Linda Keeling, Prof Xavier Manteca, Prof Christine Nicol, Dr Marek Spinka, Dr Isabelle Veissier.

Verschillende vormen van institutionele inbedding kunnen een verschillende uitwerking hebben op het gedrag van stakeholders. De verschillende dimensies kunnen met elkaar gecontrasteerd worden, leidend tot een groot aantal scenario's over hoe zij het gedrag van stakeholders zouden kunnen beïnvloeden. Bij deze stakeholders is gekeken naar de consument, retailers en merkfabrikanten, boeren, dierenrechtenorganisaties, kennisinstellingen, gedragscodeorganisaties en de overheid.

In totaal zijn er 3 scenario's uitgewerkt. Het doel van de scenarioanalyse is niet om een realistische voorspelling van de toekomst, maar juist om inzicht te krijgen in het samenspel van een aantal ontwikkelingen. De scenario's zijn dus niet extern getoetst op waarschijnlijkheid. Ze zijn opgesteld op basis van voortschrijdende inzichten uit gesprekken met stakeholders, desk research, resultaten van verschillende projecten in dierenwelzijnsprogramma's, congressen en bijeenkomsten. De scenario's beschrijven de ontwikkelingen omstreeks 2013, een paar jaar na de komst van de eerste dierenwelzijnsmonitor.

5.3 Scenario 1: de monitor als één van de vele instrumenten

Het eerste scenario beschrijft een situatie waarin een monitor beheerd wordt die uitsluitend bestaat uit losse (technische) parameters, door een Europese organisatie die zich uitsluitend met normerende taken over dierenwelzijn bezighoudt. De organisatie bestaat uit een smalle groep stakeholders met een geringe uitstraling naar de andere stakeholders.

Omdat de basis van het instituut betrekkelijk smal is en de vorm van de monitor vrij technisch, spreekt de dierenwelzijnsmonitor niet sterk tot de verbeelding. *Retailers en merkfabrikanten* die wat aan dierenwelzijn willen doen, zoeken daarom contact met de gematigde dierenbeschermingsorganisaties. Deze helpen hen om keuzes te maken tussen de criteria voor en niveaus van dierenwelzijn en ze geven de marktinitiatieven maatschappelijke status.

Gedragscodeorganisaties die de monitor zouden moeten integreren in hun schema's, zien de monitor niet als de onomstreden Europese standaard maar als één van de vele instrumenten die er beschikbaar zijn (naast verschillende niveaus van wetgeving uit verschillende landen, biologische criteria en anderen). Sommige gedragscodeorganisaties maken gebruik van één of verschillende parameters, maar het totale pakket wordt maar zelden geïmplementeerd.

De op samenwerking gerichte rol van de gematigde *dierenrechtengroepen* geeft ruim baan voor de radicalere dierenrechtengroepen. Zij zoeken voortdurend de aandacht door nieuwe issues van dierenleed naar voren te brengen waarbij zij inspelen op de emotie van de consument en waar mogelijk worden merkfabrikanten en retailers rechtstreeks aan de schandpaal genageld. Dit maakt het voor deze marktpartijen moeilijk te voorspellen welke issues naar boven komen en zij gebruiken een deel van hun budgetten om in te kunnen spelen op de actualiteit.

Keurmerken, voorlichting, informatie op etiketten en claims maken weinig indruk op de *consument*. Wanneer de consument een kwaliteitsproduct koopt dat diervriendelijk blijkt te zijn, dan vindt zij of hij dat mooi meegenomen. Dierenwelzijn is namelijk regelmatig in het nieuws en de op emotie gebaseerde campagnes raken de consument wel. Voorzover ze het bij kunnen houden, mijden de meer bewuste consumenten daarom bepaalde winkels en merken. De emotie regeert en bepaalt de dierenwelzijnsagenda.

Boeren nemen dierenwelzijnsissues steeds minder serieus. Ze worden regelmatig geconfronteerd met nieuwe maatregelen die aan de emotiegebaseerde issues een eind moeten maken. In hun praktijk zien zij echter lang niet altijd de relevantie van de welzijnsverbeterende maatregelen. De houding wordt cynischer en minder constructief.

Luisterend naar de maatschappelijke discussie, volgt de *overheid* vaak de actuele issues en blijft op die manier zichtbaar in het speelveld. Vanwege de beperkte acceptatie van de monitor slaagt de overheid er niet in om deze te gebruiken als doelvoorschrift. Discussies leiden steeds tot de vraag waarom dit Europese instrument zo centraal zou moeten staan, terwijl op heel veel plaatsen goed werk verricht wordt met het ontwikkelen van welzijnsriteria.

5.4 Scenario 2: de onomstreden Europese standaard ... in theorie

In het tweede scenario is de monitor gevormd als index door een maatschappelijk breed gedragen Europese instelling met een normerende taak voor zowel dierenwelzijn als voor andere duurzaamheidsaspecten in de veehouderij.

Merkfabrikanten en retailers vragen hun inkopers en kwaliteitsmanagers gebruik te maken van de Europese index omdat deze op een relatief goedkope manier geloofwaardigheid geeft aan hun maatregelen. Zij gebruiken stickers als 'duurzaam en diervriendelijk' op vers vleesproducten. In de praktijk kan dit echter verschillende betekenissen hebben. De producten zijn geproduceerd óf boven de Europese wettelijke normen, óf door fabrikanten die de ambitie uitspreken om blijvend te stijgen op basis van de meetlat (hoe snel en hoe hoog zij zullen stijgen wordt echter lang niet altijd duidelijk), óf door fabrikanten die (waar mogelijk) gebruik maken van het monitoringssysteem zonder aan te geven hoe hoog de scores zijn. Sommigen van deze aanbieders maken handig gebruik van de onduidelijkheid, anderen hebben hun goede intenties zien opgaan in praktische problemen bij de implementatie.

Gedragscodeorganisaties die verbonden zijn met retailers en merkproducenten ontkomen er niet aan om aan te geven waar hun criteria staan op de Europese animal welfare index. Hun belangrijkste stakeholders dringen er regelmatig op aan om gebruik te maken van het instrument. Stap voor stap incorporeren de gedragscodeorganisaties de index in hun bestaande certificeringssystemen. De voorlopers formuleren hun doelstellingen voor de toekomst al op basis van de index ('We willen van een 6 gemiddeld dit jaar in drie jaar tijd naar een 7 en we helpen boeren om zich in die richting te ontwikkelen'). De meer idealistische gedragscodeorganisaties zoals Biologisch bewerden echter dat zij een klasse apart zijn, vanwege hun lange traditie in duurzame productie. Voorlopig hanteren zij het standpunt dat zij een solide systeem hebben waarbij dat wat er beloofd wordt ook wordt waargemaakt. De nieuwe Europese instelling moet in dat opzicht volgens hen nog veel leren.

Voor de *boer* sluit de ontwikkeling naar het nieuwe Europese systeem niet altijd aan bij de praktijk. Er is de nodige weerstand van onder andere sectororganisaties die aangeven dat de inkoopcriteria in Zuid-Europa veel trager geïmplementeerd worden dan hier. Ondanks het feit dat er een onomstreden Europese groep verantwoordelijk is voor de index, is er in de praktijk volgens hen lang niet altijd sprake van level playing field. Zij klagen dat de overheid zou moeten ingrijpen omdat de concurrentie met het buitenland niet eerlijk is. Inkoopers stellen wel eisen volgens hen, maar geven geen afzetgaranties terwijl de producten te duur worden voor andere markten.

De belangrijkste *dierenrechtenorganisaties* zijn vertegenwoordigd via een Europees samenwerkingsverband in de organisatie rond de index. De groepen die niet vertegenwoordigd zijn, wijzen op de tekortkomingen in de praktijk. Zij blijven de media zoeken en verwijten de index een te centrale en bureaucratische houding, met het dier als kind van de rekening. Sommigen pleiten voor een terugkeer naar oude systemen en sporen consumenten aan om vegetarisch en desnoods Biologisch te eten, want het Europese systeem is volgens hen niet betrouwbaar.

De *consument* wil graag dat het geregeld is en heeft vaak het gevoel dat het ook daadwerkelijk geregeld is. De meer betrokken consumenten hebben echter hun vraagtekens en blijven zich richten op de natuurvoedingswinkels en biologische producten. Daarnaast is er een groep cynische consumenten die zich graag laat verleiden door de vleesaanbiedingen ('Je hoort immers toch regelmatig dat het allemaal niet klopt wat ze beweren', 'Er staat op mijn worst toch ook diervriendelijk, wat is daar niet goed aan dan?').

De *overheid* bekijkt wat de reclamecodecommissie kan doen in de markt en ondersteunt de implementatie van de index middels allerlei projecten. In de toekomst dan kan de index ook gebruikt worden voor de wetgeving naar doelvoorschriften, dus dan wordt ook de boer er beter van is een veelgehoorde redenering.

5.5 Scenario 3: marktgerichte en gecoördineerde implementatie

In scenario 3 is de monitor verwerkt tot een reeks producten die verschillende gebruiksdoelen dienen. Deze worden ontwikkeld door een Nederlandse organisatie die steeds nauwere banden onderhoudt met een Europees platform. Beide organisaties zijn breed gedragen onder stakeholders.

Merkfabrikanten en retailers gebruiken dierenwelzijn met andere aspecten zoals milieuvriendelijkheid om hun producten te onderscheiden op basis van duurzaamheid. Zij raden hun gedragscodeorganisaties aan om van de index gebruik te maken. De retailers en fabrikanten die zich niet op kwaliteitsproducten met hoge marges richten, maar op een relatief lagere prijs, proberen op gepaste afstand te volgen zonder de reputatie te laten beschadigen door actiegroepen, maar met een relatief kostenvoordeel ten opzichte van de voorlopers.

Gedragscodeorganisaties werken nauw samen met het instituut. Het helpt hen actief om nieuwe criteria te formuleren en geleidelijk over te stappen op de vernieuwende methodiek van de monitor.

De *boer* wordt ondersteund vanuit de organisatie. De monitoringsmethodiek is geleidelijk ingevoerd, eerst middels benchmarkinstrumenten waarmee een boer zijn eigen bedrijf kon vergelijken met anderen, vervolgens is de methodiek gebruikt om technische resultaten te verbeteren en de voorlopers ontvangen zelfs een premium voor een hoge score op de index. De producten van deze boeren worden naar meer betalende retailers en merkfabrikanten afgezet die dit weten te verwaarden op de consumentenmarkt.

Dierenrechtenorganisaties maken dankbaar gebruik van de algemene dierenwelzijnsindex door te onderzoeken welke bedrijven uit de toon vallen. Ze spreken deze bedrijven daar rechtstreeks op aan, informeren de consument over deze lage scores en wijzen de consument wat dat betreft op zijn/haar verantwoordelijkheid. Daar waar spanningsvelden zitten tussen dierenwelzijn en andere duurzaamheidsaspecten zoals milieu, proberen stakeholders gezamenlijk een standpunt te formuleren. De prijs voor de meest diervriendelijke supermarkt wordt tegenwoordig door de Dierenbescherming uitgereikt op basis van de dierenwelzijnsindex.

De consument wil dat het geregeld is en heeft ook het gevoel dat het geregeld is en dat hij/zij dus vertrouwen kan houden in de favoriete winkels en merken.

De overheid ondersteunt de implementatie van de index door de organisatie te ondersteunen die de producten ontwikkelt uit de monitor en door projecten te financieren waarin deze organisatie rechtstreeks samenwerkt met ketenpartijen. Er worden bovendien geleidelijk aan plannen ontwikkeld om de wetgeving te veranderen van middel- naar doelvoorschriften op basis van de monitor.

5.6 Samenvatting

Om inzicht te verkrijgen in de impact van de monitor gegeven een bepaalde institutionele inbedding is een scenarioanalyse gedaan. Er zijn 3 scenario's uitgewerkt, waaruit duidelijk wordt dat de vorm van de institutionele inbedding waarschijnlijk een grote invloed zal hebben op het gedrag van stakeholders en dus op de impact van de dierenwelzijnsmonitor. Om de impact van de monitor op het dierenwelzijn te maximaliseren lijkt het op basis van deze scenario's van belang dat er binnen de institutionele inbedding tot een eenduidige index gekomen wordt waarin alle parameters een plaats hebben, er niet alleen een normerende taak wordt uitgevoerd, maar ook een marketingtaak, in de zin dat er verschillende 'producten' worden ontwikkeld die aan de wensen van specifieke stakeholders tegemoet komen, er een brede maatschappelijke draagkracht is en de organisatie niet uitsluitend Europees is maar ook een Nederlandse tak heeft.

6 Conclusies en aanbevelingen

De ontwikkeling en implementatie van een dierenwelzijnsmonitor is een strategisch proces. Tot op heden is de aandacht vooral uitgegaan naar de technische kant van de monitor: het meetbaar maken en valideren van dierenwelzijn. Naarmate de introductie van de dierenwelzijnsmonitor echter dichterbij komt, wordt ook de vraag hoe de monitor geïmplementeerd gaat worden in markt en samenleving belangrijker.

Er bestaat nog geen helder beeld van hoe de toekomst van de welzijnsmonitor eruit zal zien. Er zijn veel gebruiksmogelijkheden en stakeholders. Dit betekent dat niet alleen de technische kant van de dierenwelzijnsmonitor invloed zal hebben op de impact van het instrument, maar ook de institutionele inbedding van de monitor.

Deze impact wordt zichtbaar in de 'dierenwelzijnketen' van toeleveranciers (kennisinstituten en overheid), afnemers (overheid en gedragscodeorganisaties), implementeerdere (ketenpartijen), beïnvloedere (dierenbeschermingsorganisaties en overheid) en scherprechtere (consument en overheid). Daarbinnen loopt een spoor via de overheid die de minimumeisen voor dierenwelzijn bepaalt en controleert. Een welzijnsmonitor kan op termijn bijdragen aan de komst van doelvoorschriften, wat de controle eenvoudiger en goedkoper zou kunnen maken en meer vrijheid geeft aan ontwerpers van houderijsystemen zonder het dierenwelzijn daarbij te schaden. Daarnaast loopt een spoor dat leidt tot bovenwettelijke eisen via de markt. Dit proces is ingewikkelder en omvat een samenspel van ketenpartijen (met name retailers en merkfabrikanten) die gedragscodeorganisaties inzetten om criteria op te stellen voor veehoudere en andere ketenpartijen. Dierenrechtenorganisatie beïnvloeden dit proces en de consument fungeert als scherprechter.

In de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor zullen deze stakeholders een plaats moeten krijgen. In de sociale infrastructuur zijn mogelijk verschillende taken te vervullen, met name een normerende taak (om standaarden of een index te ontwikkelen uit de monitor) en een marketingtaak die ertoe bijdraagt dat de monitor geïmplementeerd wordt. Bij de normerende taak gaat het bij bestaande richtlijnen voor dierenwelzijn steevast over de afweging van de ideale normen vanuit het dier gezien en dat wat praktisch haalbaar is. Dierenrechtenorganisatie en sectorvertegenwoordigere zijn dan ook de belangrijkste partijen die het samen eens zouden moeten worden over de normering. De case van Volwaard laat zien dat wanneer deze organisatie een gezamenlijk doel voor

ogen hebben, dat zij gezamenlijk en in een informele sfeer kunnen leren hoe dat doel bereikt kan worden. Binnen de context van de institutionele inbedding rond de dierenwelzijnsmonitor kan dit bijvoorbeeld de gezamenlijke ontwikkeling van een index of andere producten zoals een benchmarkinstrument zijn.

De dierenwelzijnsmonitor speelt een belangrijke faciliterende rol in het proces dat via de markt loopt. Het kan ertoe bijdragen dat de euro's die door marktpartijen gespendeerd worden aan dierenwelzijn ook daadwerkelijk ten goede komen aan het dier. Dit is echter niet gegarandeerd, maar hangt onder andere af van een effectief georganiseerde institutionele inbedding rond de monitor. In het slechtste scenario worden de budgetten die private partijen in het welzijn van dieren willen investeren, niet of nauwelijks benut om het dierenwelzijn te maximaliseren. De overheid kan door het organiseren van een effectieve institutionele inbedding rond de monitor, een positieve invloed uitoefenen op het proces waarmee de markt bijdraagt aan dierenwelzijn.

In de scenarioanalyse kwam bijvoorbeeld aan het licht dat om de invloed van de monitor op het dierenwelzijn te maximaliseren er binnen de institutionele inbedding tot een eenduidige index gekomen wordt waarin alle parameters een plaats hebben, er niet alleen een normerende taak wordt uitgevoerd, maar ook een marketingtaak in de zin dat er verschillende 'producten' worden ontwikkeld die aan de wensen van specifieke stakeholders tegemoet komen, er een brede maatschappelijke draagkracht is en de organisatie niet uitsluitend Europees is maar ook een Nederlandse tak heeft. Deze beschouwingen kunnen LNV helpen adequaat te reageren wanneer de (technische) dierenwelzijnsmonitor gereedkomt. Er zijn dan beslissingen nodig ten aanzien van wie de eigenaar wordt van de dierenwelzijnsmonitor, welke rol deze gaat vervullen en hoe de leemtes ingevuld worden.

Literatuur

Andersen, E.S., *The evolution of belevings goods: A transaction approach to product specification and quality control*. MAPP working paper no 21, 1994.

Beers et al., Een analyse van beleidsnota's en een overzicht van welzijnsitems in de sectoren. 2007

Berg, B. van den, *Vergelijkingen van veehouderij systemen voor enkele diersoorten*. Dierenbescherming, Den Haag, 2002.

Binnekamp, M.H.A., *National Review Report Workpackage 1.3 2005 Welfare Quality Project*. Wageningen University, 2005.

Biologica (2007) Biologische landbouw en verwerking - Regelgeving in Nederland

Notitie : versie 12 juni 2007.

Blokhuis, H., L. Keeling, X. Manteca, C. Nicol, M. Spinka en I. Veissier, ECAW: The European Centre for Animal Welfare. A contribution to define structure and functions of an idea. European Centre for Animal Welfare, 2007.

Boerderij, Interview K. Mulderij, 29 maart 2005.

Bokkers, E.A.M. en P. Koene, Activity, oral behaviour and slaughter data as welfare indicator in veal calves: a comparison of three housing systems. *Applied Animal Behaviour Science*, 2007, 75: 1-15.

Bunte, F.H.J., W.E. Kuiper, M.A. van Galen en S.T. Goddijn, *Macht en Prijsvorming in Agrofoodketens*. Rapport 5.03.01. LEI, Den Haag, 2003.

Capon, N. en J. Hulbert, *Decision System Analysis in Industrial Marketing*. *Industrial Marketing Management*, 1975, 4, pp.143-160

Eisenhardt, K.M., Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 1989, 10, pp. 803-813.

Enting, J., B. Bosma, I. Vermeij, M. Steverink en J. Kampshof, 'Economie'. In: *Themaboek Biologische varkenshouderij*; Stichting Biologische Varkenshouderij, Gemert, 2002.

Farley, J., J. M. Hulbert en D. Weinstein, Price setting and volume planning by two European industrial companies: a study and comparison of decision processes. *Journal of marketing*, 1980, Vol. 44 pp 46-54.

Horne, van P.L.M, H. Kortstee, E. Oosterkamp en T. Veldkamp, *Producentenorganisaties in de varkens- en pluimveehouderij; een instrument voor verandering?* LEI, Den Haag, 2007.

Horne, van P.L.M. J. van Harn, J.H. van Middelkoop en G.M.L. Tacken, *Perspectieven voor een alternatieve kuikenvleesketen*. Marktkansen voor een langzaam groeiend vleeskuiken LEI, Den Haag, 2003.

Immink, V. M., *Actoren analyse varkensvleeshouderij*. LEI, Den Haag, december 2005

Ingenbleek, P.T.M., M. Binnenkamp, J.C.M. van Trijp en J.J. de Vlieger, *Dierenwelzijn in de markt, een drieliek van consumenten, retailers en belangenorganisaties*. P.T.M. Rapport 5.04.11. LEI, Den Haag, december 2004.

Ingenbleek, P.T.M. (red) *Dierenwelzijn in transitie; Thema's rond de implementatie van de dierenwelzijnsindex*. Rapport 5.06.04. LEI, Den Haag, 2006.

Ingenbleek, P.T.M. , M. Binnekamp en H. van Trijp (2006) Betalen voor dierenwelzijn; Barrières en oplossingsrichtingen in consumentenmarkten en business-to-business markten. LEI rapport 5.06.02, maart 2006.

Jap, S. D., 'Pie-Expansion' Efforts: Collaboration Processes in Buyer-Supplier Relationships. *Journal of Marketing Research*. November 1999, pp. 461-75.

Kennis-Online (2007) Wageningen-UR, Communication Services, Jaargang 4, oktober 2007.

Lauwere, C.C., P. Roelofs en B.W. Zaalmink. De boerenkip- een perspectiefvol vleeskuikenconcept. LEI, Den Haag. (in voorbereiding)

LEB (2006), Landbouw-Economisch Bericht. LEI, Den Haag.

LEB (2007), Landbouw-Economisch Bericht. LEI, Den Haag.

LNV (2001) Beleidsvoornemen Dierenwelzijn Houden van dieren, Ministerie van LNV.

LNV (2007) Nota Dierenwelzijn. Ministerie van LNV.

LTO Nederland (2006), Ruimte voor agrarisch ondernemerschap.

Nijboer, Harm. De fatsoenering van het bestaan. Consumptie in Leeuwarden tijdens de Gouden Eeuw. proefschrift Rijksuniversiteit Groningen, Groningen, 192, 2007.

PBO Blad (2006), jaargang 56, 27 oktober 2006 nummer 59

Tacken, G., I. van den Berg en M. Meeusen, Consumentenonderzoek biologische producten. LEI, Den Haag, 2006.

Trondsen, T. J., Some Characteristics of Adopters of a Major Innovation in the Computer Field and its Potential Use in Marketing. *Industrial Marketing Management*, 25(6):567–576. November 1996.

Webster, F. E. and Wind, Y., *Organizational Buying Behavior*. Prentice-Hall. 1972.

Interviews

Bert van den Berg, Beleidsmedewerker Dierenbescherming, 2007

Harry Blokhuis, Zweedse Landbouwuniversiteit, 2007

Marian Blom, Kennismedewerker Biologica, 2007

Eddie Bokkers, onderzoeker-projectleider Animal Sciences Group, 2007

Rob de Bruin, Inkoopmanager Vlees, COOP, 2005

Eric Goewie, vrmg. vz. Skal, 2004

Peter van Horne, onderzoeker LEI, 2007

Marc Jansen, Hoofd Consument en Kwaliteit CBL, 2007

Marijke de Jong, beleidsmedewerker Dierenbescherming, 2007

Harry Kortstee, onderzoeker LEI, 2007

Korstiaan Mulderij, Commercial Director Food Alpuro Goup, 2007

John Oosterhuis, vmlg. Kwaliteitsmanager Albert Heijn, 2005

Clemens Oude Groeniger, Kennismedewerker Biologica, 2007

Kees van Reenen, onderzoeker-projectleider Animal Sciences Group, 2007

Hans Schouwenburg, PVE 2005

Miriam de Wit, Skal, 2004

Groepsdiscussies en congressen

Welfare Quality Stakeholder Conference, mei 2007, Berlijn.

Eurogroup for animal welfare, juni 2006, Bologna

Swedish group for animal welfare, oktober 2007, Stockholm

Bijlage 1

Groslijst stakeholders

Producenten

Naam:

LTO-Nederland, Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland

Omschrijving:

LTO-Nederland is de overkoepelende belangenorganisatie van alle agrarische ondernemers in Nederland. LTO bestaat uit drie regionale organisaties (ZLTO, LLTB, LTO-Noord) en een koepel LTO-Nederland. COPA-Cogeca is de Europese partner.

Positie:

60.000 leden

Bron:

LTO Nederland – Ruimte voor agrarisch ondernemerschap. www.lto.nl.
www.copa-cogeca.be.

Naam:

NAJK: Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt

Omschrijving:

De vereniging voor bedrijfsopvolg(st)ers en hun partners (van 18 tot 35 jaar) en ook voor andere jongeren die hart hebben voor de land- en tuinbouw.

Positie:

12.000 leden

Bron:

www.najk.nl

Naam:

NVV, Nederlandse Vakbond Varkenshouders

Omschrijving:

Varkensvakbond sinds 1994 die opkomt voor de belangen van de varkenshouder. Wordt ondersteund door groot aantal bedrijven uit de industrie die de NVV landelijk financieel sponsoren.

Positie:

Leden vertegenwoordigen ruim 50% van de totale varkensstapel

Bron:

www.nvv.nl

Naam:

NMV, Nederlandse Melkveehoudersvakbond

Omschrijving:

De NMV komt op voor de belangen van melkveehouders.

Bron:

www.nmv.nl

Naam:

NOP, de Nederlandse Organisatie van Pluimveehouders

Omschrijving:

Sinds 40 jaar behartigt de NOP de sectorale belangen van de pluimveehouders.

De NOP werkt voor de overstijgende belangen samen met LTO-N.

Positie:

1200 leden

Bron:

www.nop.nl

Naam:

NVP, de Nederlandse Vakbond voor pluimveehouders

Omschrijving:

Sinds 2 jaar actief als belangenbehartiger voor de pluimveehouder; werkt hier-
toe samen met de NVV.

Positie:

Onbekend

Bron:

www.nvpluimveehouders.nl

Naam:

Biologica

Omschrijving:

De ketenorganisatie voor de biologische land- en tuinbouw. De ondernemers hebben zich gebundeld in de vakgroep biologische landbouw van LTO-N en Biologica. De vakgroep werkt intensief samen met de Biologische Pluimveehouders Vereniging (BPV), de Vereniging van Biologische Varkenshouders (VBV), de biologische geitenhouders van de Groene Geit en de biologische melkveehouders van Natuurweide.

Bron:

www.biologica.nl

Naam:

EFFAB, European Forum of Farm Animal Breeders

Omschrijving:

De Europese organisatie van fokkerij, veeverbeteringsorganisaties.

Bron:

www.effab.org

Naam:

European Dairy Farmers Group (EDFG) en European Pig Producers Group (EPPG)

Omschrijving:

Organisaties voor melkveehouders en varkenshouders in Europees verband.

Positie:

Onduidelijk. in 2003 had de EPPG 107 Nederlandse leden.

Toeleverende Industrie

Naam:

Productschap Diervoeder

Omschrijving:

Het Productschap Diervoeder is ingesteld voor de Nederlandse diervoederkolom en heeft tot taak zowel het maatschappelijk belang te dienen als het gemeenschappelijk belang van de ondernemers en werknemers in de productiekolom. De diervoedersector in Nederland bestaat uit alle bedrijven die diervoeders op de markt brengen: mengvoederbedrijven, levensmiddelenproducenten, fouragebedrijven, handelaren en huisdiervoederproducenten. In het PDV zijn o.a. vertegenwoordigd de Nederlandse Vereniging Diervoederindustrie, de Vereniging van Producenten van Natte Veevoeders, de Koninklijke Vereniging Het Comité van Graanhandelaren, Nederlandse Vereniging van Handelaren in Stro, Fourages en Aanverwante Producten. Het PDV werkt samen met andere productschappen, LTO-Nederland en de NZO.

Positie:

PDV vertegenwoordigt circa 1800 bedrijven met zo'n 9000 medewerkers en een omzet van circa 4 miljard euro.

Bron:

In het belang van sector en samenleving, Productschap Diervoeder. www.pdv.nl

Naam:

Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde (KNMvD)

Omschrijving:

De KNMvD is de beroepsorganisatie van alle dierenartsen in Nederland en houdt zich bezig met alle aspecten van diergezondheid en dierenwelzijn. De FVE is de Europese tak. De OIE de internationale organisatie.

Bron:

www.knmvd.nl, www.fve.org, www.oie.int.

Naam:

Stallenbouwers waaronder Brouwers Stalinrichting, Spinder, De Boer

Verwerkende industrie

Naam:

Productschap voor Vee, Vlees en Eieren (PVE)

Omschrijving:

Het Productschap voor vee, vlees en eieren bestaat uit een gezamenlijk secretariaat (bestuursorganisatie) van de onderliggende productschappen vee & vlees en eieren, beiden met eigen bestuursorganen en werkapparaat. Het PVE bereidt als organisatie voor de gehele bedrijfskolom standpunten voor over (inter) nationale politieke zaken als die meer dan een schakel raken. Voor kwesties zoals dierziekten en voedselveiligheid zijn de PVE aanspreek- en coördinatiepunt. Het PVE fungeert als kenniscentrum voor onder meer kwaliteitsbeheer. De dierziektebestrijding en preventieve en diergezondheid vallen ook onder de collectieve activiteiten. De besturen van de PVV en PVE worden geadviseerd door een groot aantal (advies)commissies die vaak per sector georganiseerd zijn en waarin de brancheorganisaties uit de keten participeren. Zo zijn er en participeren:

- Adviescommissie kalveren: Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV, www.cov.nl), LTO-N, Nederlandse Bond van Handelaren in Vee (NBHV, www.bhv.nl), PDV;
- Adviescommissie runderen: COV, LTO-N, NBHV, Koninklijke Nederlandse slagersorganisatie, CBL;
- Adviescommissie Varkens: LTO-N, NVV, COV, CBL, Vereniging voor de Nederlandse Vleeswarenindustrie, NBHV;
- Commissie Varkenshouderij: LTO-N, NVV, KI- en Fokkerijverenigingen;

- Commissie Runderen: LTO-N, COV, NBHV, NZO, Nederlandse Veeverbeteringsorganisaties;
- Sectorcommissie pluimveevlees: NOP, Vereniging van Nederlandse Pluimveeverwerkende Industrie (www.nepluvi.nl), Nederlandse Bond van poeliers en wildhandelaren, CBL;
- Sectorcommissie eieren: Nepluvi, NVP, Algemene Nederlandse Vereniging van Eierhandelaren (Anevei, www.anevei.nl), CBL.

Van de brancheorganisaties kunnen we de leden bedrijven ook nog vermelden, maar in dit kader gaat dit wellicht te ver.

Positie:

PVE brengt alle partijen in de keten bijeen (legitimatief)

Bron:

www.pve.nl en andere genoemde web-sites.

Naam:

Productschap voor Zuivel (PZ).

Omschrijving:

Het Bestuur wordt naast leden van de NZO gevormd vanuit de organisaties LTO-N, het CBL, de CNV, de FNV en de Vereniging Gemeenschappelijk Zuivelsecretaariaat (Gemzu), de brancheorganisatie van de groothandelaren in zuivelproducten. Het PZ houdt zich bezig met het onderzoek en diergezondheid voor de melkveehouderij, de productie en EU-afzet en de in- en uitvoer.

Positie:

Het PZ brengt alle partijen in de keten bijeen en coördineert.

Bron:

www.pz.nl.

Naam:

Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO).

Omschrijving:

De Nederlandse Zuivel Organisatie houdt zich bezig met de collectieve belangenbehartiging voor de totale Nederlandse zuivelindustrie. Hierin werken de particuliere en coöperatieve bedrijven samen aan de beleidsterreinen melkveehouderij en boerderijmelk, overheidsregelingen en markt, kwaliteitsaangelegenheden en sociale aangelegenheden.

Positie:

Leden, circa 12.500 medewerkers in de productiebedrijven.

Bron:

www.nzo.nl.

Retail

Naam:

Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL).

Omschrijving:

Het CBL is de brancheorganisatie van alle supermarkten in Nederland en treedt op als belangenbehartiger van de levensmiddelenbranche. Thema's zijn tracking & tracing in de keten, borgingseisen voedselveiligheid aan leveranciers, etikettering, transparantie. Het CBL is betrokken namens Nederland bij de ontwikkeling van GlobalGap. Dit zijn de eisen die in wereldwijd verband aan boeren en tuinders worden gesteld aangaande voedselveiligheid, duurzaamheid en kwaliteit. Het CBL heeft voor de Nederlandse markt namens de supermarkten het heft in handen genomen om de invoering van GlobalGap te bevorderen. Voor de AGF sector zijn de protocollen zover dat er volop wordt gecertificeerd. Op dit moment zijn conceptprotocollen voor de dierlijke sector opgesteld. Het Ministerie van LNV ondersteunt een campagne 'de boer op met GlobalGap'. Uiteindelijk moet GlobalGap de wereldwijde overkoepelende norm worden voor voedselveiligheid in de primaire sector.

Positie:

30 leden.

Bron:

www.cbl.nl, www.globalgap.nl.

Consument

Naam:

Consumentenbond en het Voedingscentrum.

Omschrijving:

De belangenbehartiging voor de consument wordt door de consumentenbond gedaan. De consumentbond verschaft informatie en test producten. Dierenwelzijn is geen speerpunt. Op het gebied van voedsel is het Voedingscentrum een bron van informatie voor de consument. Zo is er veel informatie te vinden over dierenwelzijn in de veehouderij. De consumentenbond is aangesloten bij de Europese consumentenorganisatie (BEUC).

Bron:

www.voedingscentrum.nl; www.consumentenbond.nl. www.beuc.eu.

Dierenbeschermingsorganisaties

Naam:

Dierenbescherming.

Omschrijving:

De Dierenbescherming is met bijna 200.000 leden, tienduizenden donateurs, 108 afdelingen en bijna 100 samenwerkende asielen, van deze drie organisaties, veruit de grootste organisatie in Nederland die opkomt voor de belangen van alle dieren. De Dierenbescherming werkt aan de verbetering van de (Europese) wetgeving en probeert diervriendelijk (koop)gedrag te stimuleren. Op haar web-site geeft de organisatie per diersoort een uitvoerige beschrijving van de status quo op het gebied van dierenwelzijn en verbeteringspunten. De dierenbescherming werkt mee in projecten van de sector waarin dierenwelzijn centraal staat. In Europees verband participeert de Dierenbescherming in de 'Eurogroup for Animals'; een lobby-organisatie om het dierenwelzijn in Europa te verbeteren. Er is veel informatie te vinden over dit punt op de web-site.

Positie:

Erkende organisatie met veel kennis over dierenwelzijn.

Bron:

www.dierenbescherming.nl; www.eurogroupforanimals.org.

Naam:

Stichting Wakker Dier.

Omschrijving:

De Stichting Wakker Dier (5 fte en 500 vrijwilligers) is een campagneorganisatie met als doel 'het bevorderen van het welzijn en de rechtspositie van landbouwhuisdieren, het bestrijden van de bio-industrie en het stimuleren van een mens-, dier- en milieuvriendelijke veeteelt'.

Positie:

Campagneorganisatie.

Bron:

www.wakkerdier.nl.

Naam:

Stichting Varkens in Nood.

Omschrijving:

De Stichting Varkens in Nood komt op voor de productievarkens door het lot te verbeteren van dieren in de bio-industrie. De organisatie biedt werk aan 3 fte.

Positie:

Campagneorganisatie.

Bron:

www.varkensinnood.nl.

Gedragscodeorganisaties

Naam:

Stichting Milieukeur.

Omschrijving:

SMK zet zich al ruim dertien jaar in voor milieubewust handelen voor producent en consument. Zij beheren vijf programma's, te weten Milieukeur Agro/Food, Milieukeur non-food, Europees Ecolabel, Groen Label Kas en Duurzaam terreinbeheer. Onder het programma Agro/Food zijn onder andere criteria ontwikkeld voor varkens en varkensvleesproducten. Deze criteria worden vastgesteld door een College van Deskundigen en worden gecontroleerd door onafhankelijke certificatie-instellingen. In het College van Deskundigen zijn deskundigen van consumenten- en producentenorganisaties, detailhandel, milieuorganisaties en overheid, vertegenwoordigd. De criteria hebben betrekking op een beperkt gebruik en emissie-arme toepassing van gewasbeschermingsmiddelen en meststoffen, en een verantwoorde omgang met energie, water, afvalstoffen en verpakking. Er wordt zoveel mogelijk aandacht besteed aan dierenwelzijn, natuurbeheer en voedselveiligheid.

Positie:

Met name vanuit plantaardige sector opgezet, nu verbreed (duurzaamheidseisen), 13 fte.

Bron:

www.milieukeur.nl.

Naam:

Stichting Keten Kwaliteit Melk.

Omschrijving:

KKM is opgericht door de NZO en de vakgroep LTO melkveehouderij. KKM is een kwaliteitsborgingsregeling voor melkveehouders. Diergezondheid en – welzijn zijn punten die onder de KKM vallen.

Bron:

www.ocmonline.nl, www.zuivelonline.nl.

Naam:

Biologisch.

Omschrijving:

De biologische wijze van produceren is op wetgeving gestoeld; nationale en Europese wetgeving. Op de naleving vindt toezicht plaats. Biologische producten zijn niet alleen herkenbaar aan de aanduiding 'biologisch', maar vaak ook aan een keurmerk. De voorschriften die aan het gebruik van private keurmerken zijn gesteld, zijn niet altijd precies dezelfde als de voorschriften in de biologische verordening. Vaak gelden aanvullende eisen om het keurmerk te mogen gebruiken, bijvoorbeeld ten aanzien van de huisvesting van dieren.

Bron:

www.biologica.nl, www.skal.com.

Naam:

IKB (wordt geprivatiseerd, bijvoorbeeld in de vorm van een stichting).

Omschrijving:

Integrale Keten Beheersing. IKB is een kwaliteitsborgingssysteem voor de hele productieketen. Er is een IKB Varkens, IKB Rund, IKB Kip en Kalkoen en IKB Ei. De IKB-normen richten zich op productveiligheid, traceerbaarheid, diergezondheid en dierhygiëne.

Bron:

www.ikbvarkens.nl.

Overheid, adviesraden

Naam:

Ministerie LNV.

Omschrijving:

Min LNV, AID, EC Directorate for General health and consumer protection. WTO.

Bron:

www.minlnv.nl.

Naam:

Raad voor Dierenaangelegenheden.

Omschrijving:

In de Raad voor Dierenaangelegenheden zijn het bedrijfsleven, de consumenten, maatschappelijke organisaties en de wetenschap en de overheid vertegenwoordigd. Het is een overlegplatform van organisaties en deskundigen dat de Minister van LNV adviseert over strategische vraagstukken op het gebied van de gezondheid en het welzijn van gehouden dieren. Zij baseert zich daarbij op de meest recente ontwikkelingen in de wetenschap en houdt rekening met de op-

vattingen die leven in de Europese en in het bijzonder de Nederlandse samenleving.

Bron:

www.raadvoordierenaangelegenheden.nl.

Naam:

Sociaal Economische Raad (SER).

Omschrijving:

De Sociaal Economische Raad heeft een aantal adviezen uitgebracht op het gebied van keurmerken en duurzame ontwikkeling.

Bron:

www.ser.nl.

Naam:

Raad voor Accreditatie.

Omschrijving:

De RVA is opgericht door de overheid en is nu de enige Nederlandse accreditatieorganisatie op publiek terrein.

Positie:

Onafhankelijke Stichting.

Bron:

www.rva.nl.

Kennisinstellingen

Naam:

Wageningen UR/Animal Science Group en Welfare Quality

Omschrijving:

Wageningen University and Research Centre participeert in het Europese Project: Welfare Quality. Voor de WUR zijn met name de ASG (projectcoördinatie) en SSG betrokken.

Bron:

www.asg.nl, www.welfarequality.net, www.lei.nl, www.wur.nl

Bijlage 2

Bespreking van schematische beslisbomen bij de standaarden

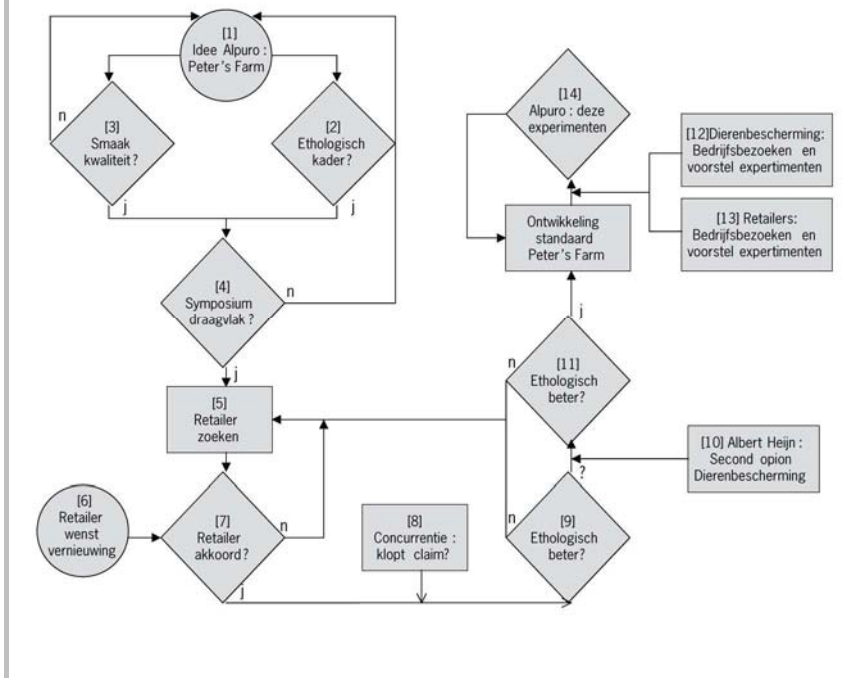
Peter's Farm

[1] Peter's Farm is een concept dat door Alpuro Group op eigen kracht is ontworpen. [2] Toen de eerste stallen volgens het concept waren ingericht, heeft men een vergelijkend gedrags- en welzijnsonderzoek laten uitvoeren door ethologen van de Wageningen Universiteit, om zo een 'onafhankelijk' extern oordeel te krijgen. De conclusie van onderzoek luidde dat de kalveren van Peter's Farm een beter welzijn hebben dan box- en groepskalveren. De onderzoekers hadden enige punten van zorg, namelijk dat er nog steeds verschillende vormen van afwijkend gedrag (urinezuigen en tongspelen) voorkwamen: symptomen van verminderd welzijn, en dat vooral voeding een probleem is. Hier gaat het om het beperkt verstrekken van ruwvoer aan herkauwers. Naar aanleiding van het rapport zijn later diverse zaken aangepast, waaronder het ruimer verstrekken van ruwvoerders (Korstiaan Mulderij, Alpuro Group). [3] Daarnaast is er een smaaktest uitgevoerd door het Centrum voor Smaakonderzoek waarin werd aangetoond dat Peter's Farm kalfsvlees beter scoort op malsheid dan regulier kalfsvlees. [4] Het onderzoeksrapport is tijdens een congres van Wageningen Universiteit (1999) gepresenteerd waarbij het Peter's Farm concept werd gepresenteerd. De Dierenbescherming heeft daar kritisch positief gereageerd. Zoals dat dan gaat zet Peter's Farm tot op de dag van vandaag op haar website de positieve quote van die bijeenkomst uit 1999 (bron: Bert van den Berg, Dierenbescherming). [5] Voor Alpuro Group was er nu voldoende basis om Peter's Farm actief met marketing te lanceren. Alle geïnterviewden vinden dat de marketing er goed uit ziet. [6] In 2002 gaf Albert Heijn zijn leverancier te kennen dat zij behoefte had aan kalfsvlees waarbij zij zich meer kon profileren ten opzichte van de concurrerende supermarkten. Albert Heijn kwam daar met de toenmalige leverancier niet uit, en men is toen verder gaan kijken, zoals bij Peter's Farm (bron: Bert van den Berg, Dierenbescherming). [7] Op basis van stalbezoeken, de onderzoeksresultaten en het congres, en de marketing waren voor Albert Heijn redenen om in 2004 over te stappen naar kalfsvlees van Peter's Farm (bron: John Oosterhuis, Albert Heijn). [8] Voor de toenmalige leverancier van Albert Heijn, de Van Drie Groep, was dit zeer ongunstig, niet zozeer vanwege het verlies van omzet, maar vooral vanwege de referentiekraft die er van Albert Heijn uit-

gaat in het buitenland. [9] De Van Drie Groep vroeg daarop onderzoekers van het toenmalige Instituut voor Dierhouderij en Diergezondheid in Lelystad (ID-Lelystad) om de resultaten van het door Wageningen Universiteit uitgevoerde vergelijkende onderzoek nog eens nader te bekijken. Er werd toen door ID-Lelystad gecommuniceerd dat het onderzoek, op basis van variabelen gemeten aan de kalveren zelf, geen aanwijzingen heeft opgeleverd dat kalveren in Peter's Farm een hoger welzijnsniveau bezitten dan kalveren in conventionele groepshuisvesting. Peter's Farm lijkt met name goed te scoren op de Tiergerechtigheidsindex (TGI) op omgevingskenmerken (bron: interview Kees van Reenen, ASG). Ook de onderzoekers van de Leerstoelgroep Ethologie hebben later een veel genuanceerde conclusie verwoord in een wetenschappelijk publicatie die in 2001 over het onderzoek voor Alpuro Group is verschenen (Bokkers en Koene, 2001). Hieruit blijkt dat de onderzoekers het met elkaar eens waren. Ondanks de resultaten van het onderzoek die zeker niet ten nadele spraken voor Peter's Farm, en dat de stallen duidelijk verschillend zijn van regulier, leidde de discussie tot verwarring.

[10] Dit was reden voor Albert Heijn om te raadde te gaan bij de Dierenbescherming voor een 'second opinion'. Zij wilde graag van een onafhankelijke instantie een oordeel, niet omdat onduidelijk was dat Peter's Farm beter was, maar vooral vanwege mogelijke aandacht in de pers (bron: Korstiaan Mulderij, Alpuro Group). Omdat ze er toch niet uitkomen. [11] De Dierenbescherming heeft toen aangegeven dat zij Peter's Farm net iets beter vinden dan reguliere groepshuisvesting (bron: interview Bert van den Berg, Dierenbescherming). Ook de Britse Dierenbescherming heeft de voordelen en nadelen van Peter's Farm bekeken. [12] Voor verdere aanscherping van de normen worden door de Dierenbescherming samen met de kwaliteitsmanager van Alpuro Group een aantal bedrijfsbezoeken per jaar uitgevoerd. [13] Ook de retailers voeren bedrijfsbezoeken uit. Tesco huurt ethologen in die drie keer per jaar op dierenwelzijn komen controleren. [14] Binnen dit perspectief van marktwensen en wensen van maatschappelijke organisaties, wetgeving, gaat de ontwikkeling van de Peter's Farm standaard verder. Afzetpartijen bepalen wel in belangrijke mate de richting van de voortgang.

Figuur B2.1 **Stroomdiagram Peter's Farm**



Biologisch

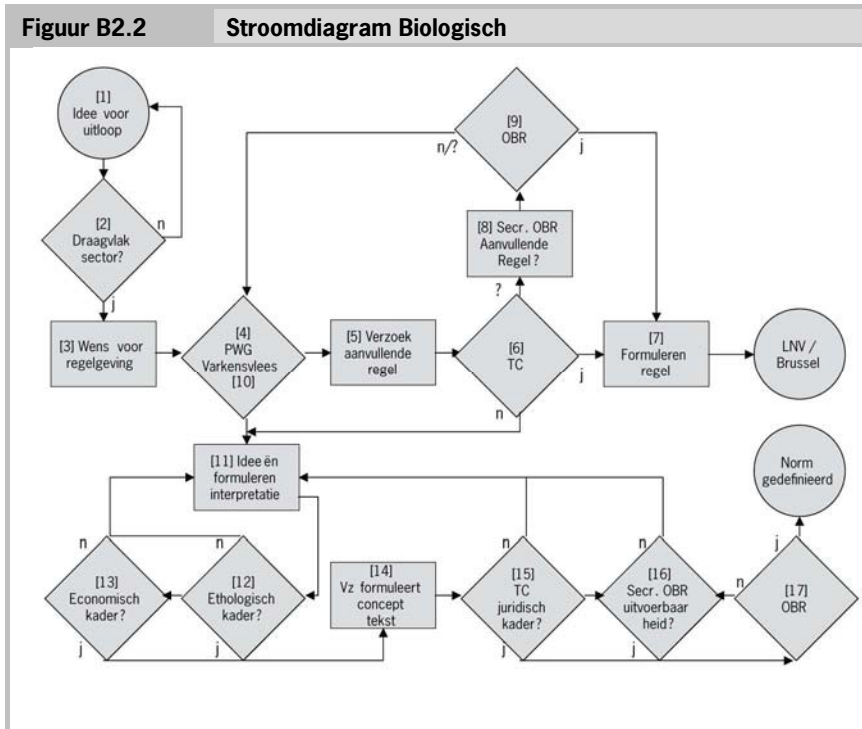
[1] Biologische varkenshouders wilden regels voor uitloop van biologische varkens. [2] Vanuit de biologische sector werd deze wens gedeeld, en [3] men heeft toen de wens kenbaar gemaakt bij de PWG varkensvlees. [4] In het beginstadium over de normstelling voor de uitloop van biologische varkens werd er vooral gediscussieerd over het feit of het hier 'interpretatie' betrof of dat er nieuwe regels moesten komen. De PWG varkensvlees was ook van mening dat er aanvullende eisen moesten komen voor de uitloop van biologische varkens. [5] Om duidelijkheid te krijgen over de eisen voor nieuwe stalaanvragen en misbruik te voorkomen, werd er een verzoek om tot eisen te komen ingediend door de PWG bij de TW, in het bijzonder aan Skal. [6] De reactie van Skal was dat zij geen nieuwe eisen in regels kunnen opnemen, dat zou immers verder gaan dan hun taak om de regels te handhaven. [7] Skal stelde dat er met nieuwe eisen, nieuwe regels nodig waren, en dat dat alleen mogelijk was via Brussel, een weg die jaren duurt. Die discussie was niet opgelost, maar zakte een beetje in totdat

het weer beter ging met de sector. [8] Dit geschil, of het een aanvullende regel of een interpretatie betrof, is voorgelegd aan het OBR in het jaar 2003. [9] Het OBR heeft het verzoek behandeld, maar heeft er geen inhoudelijke uitspraak over gedaan, alleen een procedurele. Het OBR stelde namelijk dat zij niet over deze vraagstelling gaat. Bovendien gaf ze aan dat, als het interpretatie zou zijn, de sector het verder zelf kon uitwerken (Marian Blom, Biologica). [10]

Daarmee brak een nieuw stadium aan in het normeringsproces waarbij de PWG in overleg met Skal een norm moest proberen te formuleren die als interpretatie van de huidige regels kon worden opgenomen. [11] Bij de PWG varkensvlees is toen de discussie gestart over hoe de norm er uit moet zien, waarbij ze tot een norm moet zien te komen waar alle partijen zich in kunnen vinden. De PWG bestond uit vertegenwoordigers van de Vereniging van Biologische Varkenshouders (VBV), Dierenbescherming, en een onderzoeker met expertise over huisvesting. De voersector heeft zich bij deze discussie op de achtergrond gehouden. [12] De Dierenbescherming stond in voor de ethische aspecten van de normen. Hoewel ze altijd mooier normen willen hebben, staat realisme in de discussie voorop. [13] De VBV richtte zich daarbij vooral op praktische zaken en maakte zich vooral actief naarmate de eindafronding van de norm in zicht kwam: Zoals zijn er al stallen gebouwd en wat betekent dat? Vanaf welke datum gaat dat in. [14] De beleidsmedewerker van Biologica, Clemens Oude Groeniger, stelde na afloop van iedere vergadering van de PWG een samenvattende formulering op over hoe de uitloop er uit moest zien op basis van de bijeenkomst. Ondertussen was het de uitdaging om de eis beperkt te houden zodat deze onder de interpretatie kan vallen. Met veel partijen die mee kunnen praten zijn er veel eisen die tot een uitgebreide norm kunnen leiden. Toch lukte het iedere keer om een voorstel te formuleren, waarop zowel [15] de TW als [16] de secretaris van het OBR dan reageren. Skal denkt het liefst op zo'n laag niveau mee, om een goed voorstel te krijgen. Daarnaast heeft ook de secretaris een keer aangegeven dat het zo niet naar het OBR kan, want die gaan hiermee niet akkoord, want zij kijken ook naar de uitvoerbaarheid. Op deze manier is het een aantal keren teruggeven aan de PWG (interview Marian Blom, Biologica).

De VBV en de Dierenbescherming zijn tot een norm gekomen, mede dankzij de constructieve opstelling van beide partijen door de jaren heen. Het laatste stukje bleek lastig en daarop heeft de voorzitter van de PWG varkensvlees het mandaat van de andere leden gekregen om dat met Skal tot een definitieve tekst te komen. [17] Het voorstel is voorgelegd aan het OBR in het jaar 2007. Er werd een concrete eis neergelegd, waarbij werd gesteld dat het hier om interpretatie ging van een algemene regel in de EU-verordening. Het verzoek is beoordeeld en heeft geleid tot een positief advies. Het OBR heeft daarbij de

voor- en nadelen afgewogen, waarbij wordt gelet op zaken als: Is het interpretatie? Kunnen er problemen ontstaan bij deze opvatting? Wat is het risico voor Skal? Natuur en Milieu waren niet aanwezig bij de behandeling van dit voorstel. Aanvullend op de PWG, kan het OBR als er een beroep op haar wordt gedaan, nogmaals het voorstel van de sector beoordelen, vanuit bestuursmatig/beleidsmatig perspectief op controleerbaarheid en afbreukrisico.



Volwaard

[1] In fase 1 is de stuurgroep bestaande uit de Dierenbescherming, Coppens, Albert Heijn en Coop aan de slag gegaan. Eerst zijn de mogelijkheden vanuit [2] ethologisch en [3] economisch perspectieven onderzocht, en daarnaast de kaders die de supermarktoorganisaties nodig achten voor een succesvolle introductie. Met de keuze voor het ras was voor de Dierenbescherming al een belangrijke stap voorwaarts gezet. [4] Vanuit de supermarkten werd aangegeven dat alleen een ander ras niet voldoende zou zijn. Er moest meer gebeuren om toegevoegde waarde ten opzichte van regulier te genereren. De supermark-

ten stelden als randvoorwaarden dat er vrije uitloop moest zijn, waarvan zij dachten dat het de consument aanspreekt en derhalve verkoopbaar maakt (interview Rob de Bruin). Toen is gekozen om aanvullend onderzoek te starten naar de effecten van overdekte uitloop op uitval en welzijn (Van Horne et al., 2003). De supermarkten stelde een grens van 20% extra kosten die ook acceptabel was vanuit de Dierenbescherming, omdat er voldoende dierenwelzijn verbetering werd gerealiseerd met een ander ras en vrije uitloop. Bovendien gaven supermarkten een duidelijk signaal dat het niet meer dan 20% duurder mocht zijn, anders zou het niet meer verkoopbaar zijn. De discussie over de randvoorwaarden met de vertegenwoordigers van de supermarkten verliep ook niet dwingend, maar meer adviserend.

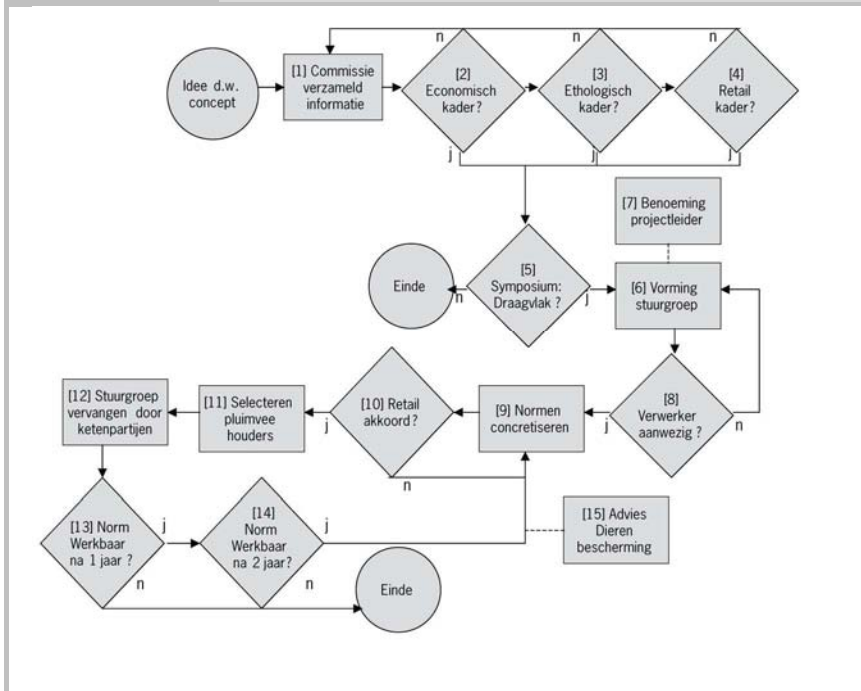
Ook vanuit het perspectief van de retailer wordt de goede werksfeer bevestigd.

Naast de randvoorwaarde ten aanzien van de uitloop heeft de retailer de technisch eisen aan de pluimveesector zelf overgelaten. [5] Afsluitend van deze fase is er een symposium gehouden waarbij de haalbaarheid werd geschetst voor geïnteresseerden. Onder de partijen was voldoende draagvlak om verder te gaan. [6] ZLTO gaf aan zich te willen aansluiten. ZLTO maakt het mogelijk [7] een projectleider aan te stellen, die indirect werd gefinancierd door het NCB ontwikkelfonds. [8] Daarnaast werd Flandrex bereid gevonden om de verwerking, planning en assortimentsbeheer op zich te nemen. [9] Het zoeken naar meerdere supermarkten staat centraal aan het begin van fase 2. De supermarkten in de stuurgroep hebben altijd aangegeven dat er meerdere supermarkten betrokken moesten worden, omdat ze aangaven dit niet alleen te kunnen en te willen. Coppens, ZLTO en de Dierenbescherming hebben daarom gesprekken gehouden bij inkopers van supermarktorganisaties. Tijdens de gesprekken stonden de drie randvoorwaarden centraal en hoe zij hier tegen aankeken. De aanwezigheid van de Dierenbescherming bij de gesprekken wekte een positieve indruk bij de supermarkten. [10] Een tweetal retailers Jumbo Supermarkten en Jan Linders gaf aan bereid te zijn hieraan mee te werken, bovenop Albert Heijn en Coop die al in de stuurgroep vertegenwoordigd zijn. Dit proces ging niet zozeer over de randvoorwaarden van de standaard, maar meer over praktische zaken (bron Marijke de Jong, Dierenbescherming). Een aantal factoren zijn aan te wijzen als het gaat om de marketing van de standaard zowel bij de organisaties intern als naar andere organisaties. Alles draait om gemotiveerde de personen. Alle stuurgroep leden waren gemotiveerde mensen die het initiatief hebben gedragen en verkocht in hun eigen organisatie en bij anderen. Een goede reden - drive - hebben om te participeren blijkt een belangrijke succesfactor bij een veranderingsproces als Volwaard (Lauwere et al., in voorbereiding). Een idee heeft tijd en ruimte nodig. Het blijkt veel werk en partijen zijn er niet continu mee

bezig. Iedereen moet het naast zijn reguliere werk doen, en bedrijfspartijen hebben nog geen enkele inkomsten.

Er moet een trekkende partij zijn. Iemand moet zorgen dat de partijen obstakels uit de weg ruimen. Lauwere wijdt dit aan het feit dat er geen sprake is geweest van een duidelijke probleemeigenaar. De trekkende partijen, de Dierenbescherming en Coppens, kunnen onmogelijk de verantwoordelijkheid nemen of het risico dragen voor de supermarkten. [11] Met het zoeken naar pluimveehouders is gewacht tot er zicht was op afzet en de normen op papier stonden. Dit lijkt risicovol omdat de kans bestond dat het proces voor een deel moest worden overgedaan (Lauwere et al., in voorbereiding). Het is ook gelukt maar dat was nog niet eens zo makkelijk, want het is voor hen eender. Het risico voor de pluimveehouders is aanzienlijk omdat zij moeten investeren in met name stalaanpassingen, zoals een overdekte uitloop. Vooral omdat de supermarkten zich niet langer dan voor één jaar wilden vastleggen, waarmee de investeringen in stalaanpassingen nog niet zijn terugverdient (bron: Marijke de Jong, Dierenbescherming). [12] In deze fase vormen de producenten met de vertegenwoordiger van ZLTO een werkgroep. Deze werkgroep komt eens per kwartaal bij elkaar om ervaringen te delen. ZLTO vertegenwoordigd de belangen van de producenten in de stuurgroep. [13] Een grote evaluatie vindt plaats aan het einde van het marketing jaar. Dan zal het hele concept geëvalueerd worden: Heeft het positieve invloed op diervriendelijk consumeren? De bijzondere samenwerking tussen de Dierenbescherming en supermarktorganisaties zal worden meegenomen, inclusief het nieuwe logo Beter Leven. Heeft het logo geen schade voor het imago van de Dierenbescherming, en wat vinden de retailers van het logo? De resultaten hiervan zullen worden meegenomen in de ledenvergadering van de Dierenbescherming. [14] Toekomstige ontwikkeling ten aanzien van de normering zal afhangen van een aantal factoren, zoals inbedding in de markt. Een aantal jaren zullen nodig zijn om Volwaard goed in te bedden in de markt. [15] Dan zal worden gekeken of normen opgekrikt kunnen worden, de Dierenbescherming zal dan meer de rol van adviseur krijgen. (bron: Marijke de Jong, Dierenbescherming). Voor de supermarktorganisaties is de ontwikkeling van Volwaard ten opzichte van andere segmenten in het bijzonder de onderkant van de markt relevant. Als Volwaard na een aantal jaren vooral de onderkant van de markt verdringt biedt dit mogelijkheden voor ontwikkeling.

Figuur B2.3 **Stroomdiagram Volwaard**



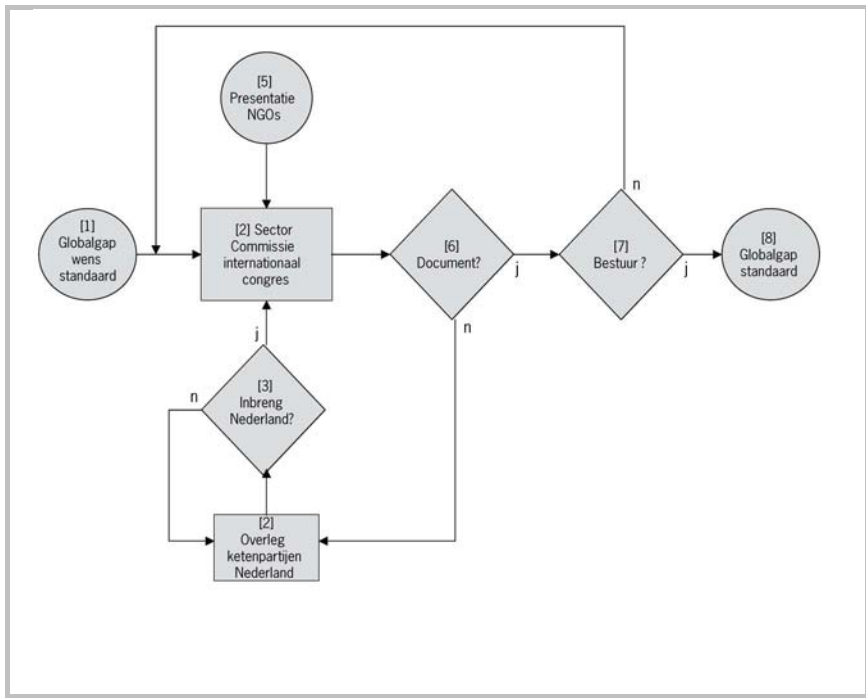
GlobalGap

[1] In 2004 is door de sectorcommissie van GlobalGap bepaald dat er een wereldwijd certificaat komt voor de varkenshouderij. Voor het schrijven van een internationaal certificaat geeft de sectorcommissie aan welke onderwerpen aanbod komen tijdens het certificeringsproces, hoewel leveranciers daar niet om stonden te springen. [2] Voorafgaand aan het overleg van de sectorcommissie komt in Nederland het platform GlobalGap bijeen om de uitgangspunten van elkaar helder te krijgen. LTO neemt veelal het initiatief voor dit overleg. Naast de afgevaardigden uit het platform kunnen ook anderen daarvoor worden uitgenodigd, zoals bijvoorbeeld vertegenwoordigers uit de diervoederbranche, dat is afhankelijk van het onderwerp. Omdat de Nederlandse varkenshouderij al het IKB-certificaat heeft dat de kwaliteit van de productie bewaakt en de herkomst van vlees en daarmee de voedselveiligheid van het vlees, sluit dit goed aan bij de doelstellingen van GlobalGap. [3] Voor alle afgevaardigde vormde het IKB-certificaat dan ook zo veel mogelijk het uitgangspunt voor inbreng in het internationale overleg. Het overleg tussen de ketenpartijen wordt gekenmerkt als

constructief en verloopt in goede sfeer (bron: Marc Jansen, CBL). [4] De internationale besprekingen in de sectorcommissie vinden tweejaarlijks ergens in de wereld plaats, meestal in Europa. Omdat de normen van GlobalGap voor de hele wereld gaan gelden, en Nederland in dit perspectief daarvoor een kleine speler is, betekent dit dat zij niet altijd dezelfde restricties kan hanteren die voor de Nederlandse situatie gelden. Het is ook in het belang van de Nederland dat bepaalde normen elders in de wereld gaan gelden (bron: Hans Schouwenburg, PVE). In de discussie over de verschillende onderdelen probeert de Nederlandse delegatie de IKB normen er wel zoveel mogelijk in te krijgen. De inbreng van de supermarktorganisaties in de discussie vinden de producenten beperkt. Vanuit de supermarkten is er bijvoorbeeld nadrukkelijk geuit dat dierenartsbezoek moet plaatsvinden. In Nederland wordt ieder bedrijf maandelijks door een dierenarts bezocht, zoals is vastgelegd in IKB, in de GlobalGap standaard is dit eenmaal per kwartaal geworden (bron: Marc Jansen, CBL). [5] Tijdens het internationaal congres vinden ook presentaties plaats door NGO's over doelstellingen (Marc Jansen). Door het internationale karakter vindt dit soort lobbyprocessen bij voorkeur plaats op Europees niveau. Ten aanzien van dierenwelzijn wordt vooral met de Europese organisatie van dierenwelzijnorganisaties gewerkt. Dat wil niet zeggen dat het pad ook al niet wat wordt geëffend door nationale belangenorganisaties, maar de Nederlandse Dierenbescherming bijvoorbeeld vindt het moeilijk om invloed uit te oefenen. Er zijn wel gesprekken tussen de Dierenbescherming en leden van het platform GlobalGap over de normen (bron: Marijke de Jong, Dierenbescherming). [6] In de vleesmodules heeft IKB een forse stempel gedrukt op de standaard GlobalGap. [7] Uiteindelijk wordt dat dan geaccepteerd door iedereen en afgezegeld door de board. [8] Nationale standaarden kunnen nu aan een benchmarkprocedure worden onderworpen. Dit is een proces met peer review beoordeling, waarna de leden ook nog beoordelen of de ingediende standaard voldoet aan de eisen zoals men die zich stelt (globalgap.nl). Vanaf dan zullen supermarkten aankondigen dat zij voortaan de door GlobalGap certificeringsschema's zullen eisen van al hun leveranciers van de betreffende sector (Ingenbleek et al., 2006).

Figuur B2.4

Stroomdiagram GlobalCap



Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen Universiteit en Researchcentrum. Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen de Social Sciences Group.

Meer informatie: www.lei.wur.nl

