

## **Naar een milieuvriendelijke tuinbouw.**

1. Milieuvriendelijke produktie en afzet van land- en tuinbouwprodukten is maatschappelijk wenselijk. Zij kunnen slechts worden gerealiseerd door een veelheid van acties en maatregelen.

2. Een milieuvriendelijke tuinbouw kan slechts tot stand komen via een adaptief proces, waarin op basis van ervaring en nieuwe inzichten stapsgewijs het uiteindelijke doel wordt bereikt. In dit proces moet een evenwicht bestaan tussen het maatschappelijk wenselijke en praktisch mogelijke. Dit laatste vereist het vertrouwen van de samenleving in het milieubeleid van de tuinbouw.

3. Stimulansen voor een milieuvriendelijke produktie en afzet van tuinbouwprodukten zijn thans met name :

- meer duidelijkheid over de milieubelasting van produkten,
- meer milieubewust handelen van consumenten,
- kostenverlaging van milieuvriendelijke produktie,
- betere marketing van milieuvriendelijk geteelde produkten.

4. Het aantal consumenten, dat "Milieuvriendelijkheid" als belangrijkste keuzecriterium hanteert bij de aankoop van voedingsmiddelen en hiervoor wil inleveren op smaak, prijs en gemak, is bescheiden.

Wil de markt voor milieuvriendelijk geteelde tuinbouwprodukten van grote betekenis worden, dan moeten deze produkten concurrerend zijn op smaak, gezondheid en prijs.

5. Betrouwbare en begrijpelijke informatie over de milieuvriendelijkheid van tuinbouwprodukten, is belangrijk vanwege het gebrekkig consumenteninzicht in de milieubelasting van deze produkten.

Eenzijdige niet geverifieerde milieucclaims van producenten bezitten weinig overtuigingskracht. Dergelijke claims ontmoeten een gezond wantrouwen van consumenten- en milieuorganisaties.

Een gecertificeerde agromilieukeur, die aan landbouwprodukten pittige milieu-eisen stelt welke regelmatig worden aangescherpt, lijkt een nuttig instrument voor het bevorderen van milieuvriendelijke produktie in de "klassieke" tuinbouw.

6. Tuinders mogen op korte termijn geen extra-winsten verwachten van een overgang op een milieuvriendelijke produktiewijze. Vanuit de marketing gezien is het aantrekkelijke van een milieuvriendelijke teelt dat geverifieerde milieucclaims het produktimago en de afnemerstrouw versterken. Milieuvriendelijke produktie is dan ook vanuit commerciële gezichtshoek een lange termijn strategie, een investering in de toekomstige concurrentiepositie.

7. De Nederlandse tuinbouw wil bij voorkeur concurreren op kwaliteit en service. Milieuvriendelijkheid is een kwaliteitsaspect waarop de Nederlandse tuinbouw vanwege haar intensieve teeltmethode in het nadeel lijkt ten opzichte van een aantal buitenlandse producenten.

De Nederlandse tuinbouw is de "Shock" fase van de milieukritiek gepasseerd en heeft de fase bereikt van een planmatige aanpak van de milieuproblematiek. "High tech" produktiemethoden, zoals biologische ziektebestrijding en computer-gestuurde produktieprocessen in kassen, blijken waardevolle hulpmiddelen voor een milieuvriendelijk beleid.

De communicatie van een "wetenschappelijk-technologische" oplossing van milieuproblemen is moeilijker dan die van de "natuurlijk-ecologische" oplossing. Communicatie vormt daarom een centraal instrument in een milieuvriendelijke strategie van de Nederlandse tuinbouw.

8. Ondernemers dragen, los van de eventuele impulsen uit de markt, een eigen verantwoordelijkheid voor de milieuvriendelijkheid van hun bedrijfsvoering, . Systematische aandacht voor milieuvraagstukken schept soms mogelijkheden, die zonder veel extra kosten kunnen worden gerealiseerd. Voorlichting aan tuinders ten aanzien van milieu-vraagstukken is ook om die reden van grote betekenis.

9. De overheid kan de aansturing van een milieuvriendelijke tuinbouw via de markt stimuleren door zich in te zetten voor:

- een doorzichtige markt voor wat betreft milieu-aspecten,
- de doorwerking van milieukosten in de marktprijzen,
- een milieubewust koopgedrag van consumenten.

-----

13 november 1994.

M.T.G. Meulenbergh.