



MICHEL VAN GEELLEN, CAMPAGNELEIDER LANDBOUW EN VOEDSEL GREENPEACE

‘Confrontatie is altijd

Milieuorganisatie Greenpeace maakt zich sterk voor duurzame landbouw. De ene keer doet de organisatie dat door de confrontatie te zoeken, de andere keer zoeken zij de dialoog met de sector. Michiel van Geelen, campagneleider landbouw en voedsel bij Greenpeace legt uit waarom die werkwijze wordt gekozen.

Tekst:
René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Greenpeace publiceerde vorig jaar de rapporten ‘Gifplanten in het tuincentrum’ en ‘Bloemen die bijen doden’. Hierin stonden de resultaten van onderzoek naar resten van gewasbeschermingsmiddelen op bloemen, planten en bolproducten in tuincentra, bouwmarkten en supermarkten. De bevindingen waren niet gunstig voor de sector. De onderzoekers troffen niet alleen op veel producten residu aan, een deel van de middelen die ze aantreffen was ook nog eens niet meer toegelaten in Nederland.

Hoewel het op basis van de resultaten voor de hand lag om de beschuldigende vinger naar de teler te richten, wees Greenpeace ook op de verantwoordelijkheid die de overheid en de retail in deze kwestie moeten nemen. Met succes, want Intratuin heeft na overleg besloten het assortiment tegen het licht te houden. Michiel van Geelen, campagneleider landbouw en voedsel bij Greenpeace zet uiteen waarom Greenpeace deze acties heeft ondernomen en waarom het logisch is dat de primaire sector niet als enige verantwoordelijk is voor duurzame landbouw.

Greenpeace streeft een duurzame landbouw na. Als de bloembollen- en vasteplantensector lang deze meeftat worden

gelegd, hoe staat de sector erop bij Greenpeace?

“Niet heel goed. Dat is de reden dat we de schijnwerper er op hebben gezet met het rapport. We richten ons erg op het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Op dat gebied doet de sector het niet bepaald fantastisch, al zie ik links en rechts dat het beter gaat. Het gat met andere agrarische sectoren is groot en in die sectoren is de situatie ook niet perfect.

Lange tijd is er niet veel aandacht voor geweest. Dat komt misschien omdat het aspect van de gezondheid en voedsel niet speelt. De discussie over resten van middelen speelt bij sierteeltproducten minder. Heel lang is bij veredeling en onderzoek eenzijdig de nadruk gelegd op producteigenschappen als houdbaarheid of kleur en niet op weerbaarheid tegen ziekten en plagen. Het is ook duur spul en mijn indruk is dat middelen ‘voor de zekerheid’ worden toegepast.

De cijfers liegen niet. Het middelengebruik per hectare blijft hoog in de bollensector, ook als het gebruik van minerale olie niet wordt meegeteld. En het is niet alleen de lelieteelt die veel gebruikt. Het geldt voor alle producten. Dat zie je terug in de metingen die we hebben gedaan. In de metingen vind je veel residu terug. In de bloembollen zijn de middelen toegelaten, maar het gaat wel om stoffen die gevaarlijk



gericht op aangaan dialoog'

zijn voor de ecologische kwaliteit van water en bodem, en schade veroorzaken aan nuttige organismen zoals bestuivers en bestrijders."

Wat zou Greenpeace anders willen zien aan deze sector?

"Onze campagne is landbouwbreed. Wij denken dat het duurzamer kan door beter gebruik te maken van de hulpbronnen die de natuur zelf biedt. Ik denk daarbij aan natuurlijke bestrijders, natuurlijke processen als natuurlijke weerbaarheid van planten, biodiversiteit, bodemweerbaarheid en bodemdiversiteit. De huidige manier van landbouw bedrijven ondergraaft juist deze natuurlijke hulpbronnen. Juist de monocultuur, slechte vruchtwisseling en kunstmestgebruik halen dat natuurlijk kapitaal onderuit. Het is een negatieve spiraal, want de landbouw wordt afhankelijk van middelen. Het natuurlijk kapitaal holt achteruit.

We hebben gemerkt dat onze studie 'Gifplanten in het tuincentrum' confronterend was. Het heeft wat teweeg gebracht. Mensen zijn geschrokken en boos. Maar het besef leeft dat er een opdracht ligt voor de sector. We zien nu ook dat er mensen mee aan de slag gaan. Veel mensen in de sector realiseren zich dat het een kans is. Er moet ook iets gebeuren, want het beschikbare middelenpakket neemt af, ook zonder dat wij iets doen. Juist de telers die nu vooroplopen door minder afhankelijk van chemie te produceren, zullen er over een aantal jaren beter voorstaan."

Hoe kan de sector zich verbeteren?

"Er zijn inspirerende voorbeelden, zoals hortensiateler Rob Jonkers. Hij is een gangbare produ-

cent, maar heel gedreven op zoek naar manieren om zo duurzaam en groen mogelijk te produceren. Ook in de bloembollensector zijn innovatieve ondernemers actief, zoals John Huiberts. Hij steekt zijn nek uit en probeert met vallen en opstaan de boel vooruit te helpen. Het is zuur voor de individuele telers dat ze er alleen voor staan. Het is moeilijk voor hen om voor hun inspanning iets extra uit de markt terug te krijgen. Doordat wij nu de vinger op de zere plek leggen, heeft de retail dit soort voorlopende telers opeens wél nodig. Ik hoop van harte dat deze koersverandering oprecht is en niet weer verwatert zodra de schijnwerpers weer ergens anders op gericht zijn."

Biologisch of gewoon duurzaam?

"Waar het om gaat is dat je de landbouw als groot geheel bekijkt en probeert de kringlopen in de sector te sluiten. Verder moeten we proberen het overmatig gebruik van niet-hernieuwbare grondstoffen te voorkomen. Ik begrijp dat het voor veel ondernemers en bepaalde sectoren erg lastig is om in één keer die omschakeling te maken naar biologisch. Wat dat betreft zou het goed zijn dat er meer mogelijkheden komen om dit stapsgewijs te doen, bijvoorbeeld door tijdelijke financiële ondersteuning of via 'tussen-keurmerken' als Milieu-keur of Groenkeur."

Waarom is dat streven naar een duurzame landbouw eigenlijk belangrijk?

"Ons hele bestaan is ervan afhankelijk. Het raakt misschien uit beeld, maar de hele mensheid is afhankelijk van de natuurlijke processen om ons heen. Schone lucht, drinkwater en voedsel komt alle-

maal voort uit de natuur. We willen dat die ecologische systemen in stand blijven zodat ze ook in de toekomst producten opleveren."

Kiest Greenpeace voor de dialoog of de confrontatie?

"We gooien vaak de knuppel in het hoenderhok, maar de confrontatie is altijd gericht op de dialoog. Die dialoog staat meestal niet in de krant. De confrontatie wel. Dat geeft soms een eenzijdig beeld. De lobby en het overleg zijn weinig sexy voor de media. Het grote publiek heeft daardoor soms het idee dat we 'belletje trekken'. Dat we roepen dat het anders moet, zonder dat we kennis van zaken hebben, maar dat is niet waar. De dialoog is belangrijk voor het veranderingsproces. We moeten ons bewust zijn dat Rome niet in een dag is gebouwd. Veranderingen kosten tijd."

Greenpeace richt zich sterk op de retail en de overheid en minder op boeren en tuinders. Waarom is dat?

"De reden om bij de retail aan te kloppen is dat de primaire sector het niet alleen kan. We praten met de primaire sector, maar denken dat die op zichzelf onvoldoende gewicht hebben om veranderingen af te dwingen. Het moet komen uit de druk van de samenleving en de overheid op de retail. Onze inschatting is dat overheden en bedrijven in hun beleid het verschil kunnen maken. Door druk op de retail te zetten proberen we indirect voorlopers in productie te stimuleren. Wat we proberen is te zorgen dat de retail de eisen aanscherpt en koplopers uit de sector stimuleert. Er ligt ook een rol voor de overheid omdat die de spelregels bepaalt.

De verduurzaming komt niet van de grond als de retail zegt, 'we

willen weer dezelfde kwaliteit als vorig jaar maar wel voor een dubbeltje minder'. We vinden het belangrijk dat niet alleen de productie duurzaam plaatsvindt, maar dat daar ook een eerlijke prijs voor wordt betaald. Het zou goed zijn als aan de relatie tussen de handel, de retail en de primaire sector meer een langetermijnvisie ten grondslag ligt."

Welke rol ziet Greenpeace voor de consument weggelegd als het gaat om de stap maken naar duurzamere bloembollen en vaste planten?

"Natuurlijk is het belangrijk dat de consument zich bewust is waar de producten vandaan komen. Maar je moet realistisch blijven. Het is voor een individuele consument niet te doen om alles uit te zoeken. Ik denk daarom dat de hele keten, van teelt tot retail, het besef en de overtuiging moet hebben dat het anders moet. Juist het tegen elkaar uitspelen van de ketenpartners, moet plaats maken voor een gezamenlijke inspanning om duurzamer te produceren. Dan ligt bij de grote retailbedrijven de taak om de voorlopers te stimuleren. Te vaak zijn de voorlopers als een Don Quichote een eenzame strijd aan het voeren. Het gaat niet om de mentaliteit van de telers, maar om die van de hele markt."

Wat maakt jou, als Greenpeace-man, boos?

"Ik vind het pijnlijk om te zien dat mensen die innovatief zijn en inspirerende dingen voor elkaar krijgen bij de afzet van hun producten, of binnen hun eigen sector, de deksel op de neus krijgen en weinig worden gesteund. Je zou juist willen dat zij wel beloond worden. De koplopers zijn de helden van de sector en zouden zo behandeld moeten worden."