

WRR-voedselvisie & Sociaal ondernemen

Nieuw denken over de voedselwereld

Hans Dagevos & Erik de Bakker



Even voorstellen

■ LEI – Wageningen UR

- Een van de onderzoeksinstituten van Wageningen UR
- Hoofdkantoor in Den Haag
- Specialisatie: sociaal-economische kennis, toegepast, beleidsgericht en -ondersteunend

■ Wij

- Gepromoveerd aan resp UU & UvA
- Senior onderzoeker
- Eten vanuit perspectief van mens en m'pij
- Tal van (inter)nationale publicaties & projecten





- De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid is een onafhankelijk adviesorgaan voor de regering. De WRR heeft tot taak de regering te informeren en adviseren over vraagstukken die van groot belang zijn voor de samenleving. De adviezen van de WRR zijn sector- en departementoverstijgend en multidisciplinair. Ze gaan over de richting van het overheidsbeleid voor de langere termijn.

“De Raad heeft tot taak ten behoeve van het Regeringsbeleid wetenschappelijke gefundeerde informatie te verschaffen over ontwikkelingen die op langere termijn de samenleving kunnen beïnvloeden en daarbij tijdig te wijzen op tegenstrijdigheden en te verwachten knelpunten, probleemstellingen te formuleren ten aanzien van de grote beleidsvraagstukken, en beleidsalternatieven aan te geven.”

Voedselvisie – zoeken naar verbreding

- Herorientatie op beleid: Van landbouw- naar voedselbeleid
 - Voorbij kostenefficiënter produceren en exportbevordering
 - Voorbij primaire sector
- Naar:
 - Uiteenlopende waarden rond voedsel
 - Ketenbreed



Voedselvisie – thema's van nu en straks

- Toekomstbestendige visie op voedsel heeft oog voor:
- Moderne setting & opgaven
 - Duurzaam
 - Gezondheid
 - Robuustheid



Voedselvisie – herhaling van zetten

- Duurzaam & Gezond zijn al geruime tijd hoofdthema's in voedselland
- Discussie Voedselkwaliteit (10 jaar geleden)
- Ketenomkering en vraagsturing al zo'n 20 jaar talk of the town
- Integrale benadering en institutionele afstemming (al jaren voor 2014 benadrukt)



Voedselvisie – lessons to learn

- Herhaling WRR is nog onverkort actueel:
 - Verduurzaming voedselsysteem traag & gezondheidsgerelateerde problemen allesbehalve opgelost
 - Afstand prod en cons is nog steeds groot, evenals ondoorzichtigheid en wantrouwen over en weer.
 - Voedsel als meer dan voedingswaarde en geldwaarde is nog altijd ondergeschikt
 - Beleid afgelopen jaren voert weg van WRR-beleidsadvies ipv dichterbij
 - Versnippering eerder toe- dan afgenomen



Voedselvisie – hoofdstukken op hoofdpunten

- ‘Grote’ veranderingen (globalisering, industrialisering)
- Dynamiek in voedingsland (verschuiving zwaartepunt naar retail en food service; verschuiving in eetpatronen naar meer en meer voeding van dierlijke origine (vlees, zuivel) en naar meer kant en klare samenstelling (‘gemakseten’)
- Opgaven: ecologisch voetafdruk, mondiale bevolkingsgroei, druk op landbouwareaal en andere grondstoffen, verspilling (@ecologische houdbaarheid), antibioticaresistentie, overgewicht (@volksgezondheid) en schommelingen in voedselprijzen of investeringen in strategische voedselvoorraden en buitenlandse landbouwgronden (@robuustheid).



Voedselbeleid – advies WRR

Hoofdpunten:

- Heb aandacht voor uiteenlopende waarden rond voedselproductie en – consumptie
- Hanteert een ketenbreed perspectief (van productie en verwerking naar handel tot consumptie)
- Wees doordrongen van internationale kracht- en machtsverhoudingen
- Hou rekening met onverwachte ontwikkelingen en veranderende omstandigheden



WRR - welke lessen te trekken?



- Hoofdles: breedte (in waarden; in ketenschakels; in wereldwijdheid; in 'tegenbewegingen')
 - WRR-rapport: breedte beter trefwoord dan diepte
 - Belang van met een brede blik naar voedselland kijken:
 - Een wijde blik verruimt het denken (2014)
- In navolging van WRR:
 1. 'Tegengesteld' voedingslandschap
 2. 'Tegenbeweging' van vleesminderen
 3. 'Tegenbeweging' van duurzame voedselinitiatieven

1) Voedingsland: gepolariseerd land

- Uitersten / tegengestelden (ook WRR 2014: 20)
- Gespleten land:
 - Bio & bio-industrie
 - Noviteiten & nostalgie
 - Eenheidsworst & exclusiviteit
 - Romantisering & rationalisering
 - Gezondheid & vraatzucht
 - Natuurlijk & kunstmatig
 - Genot & zonde
 - Extreem dichtbij & ongelooflijk ver weg



Voedingsland: tweestromenland

Hamburgia

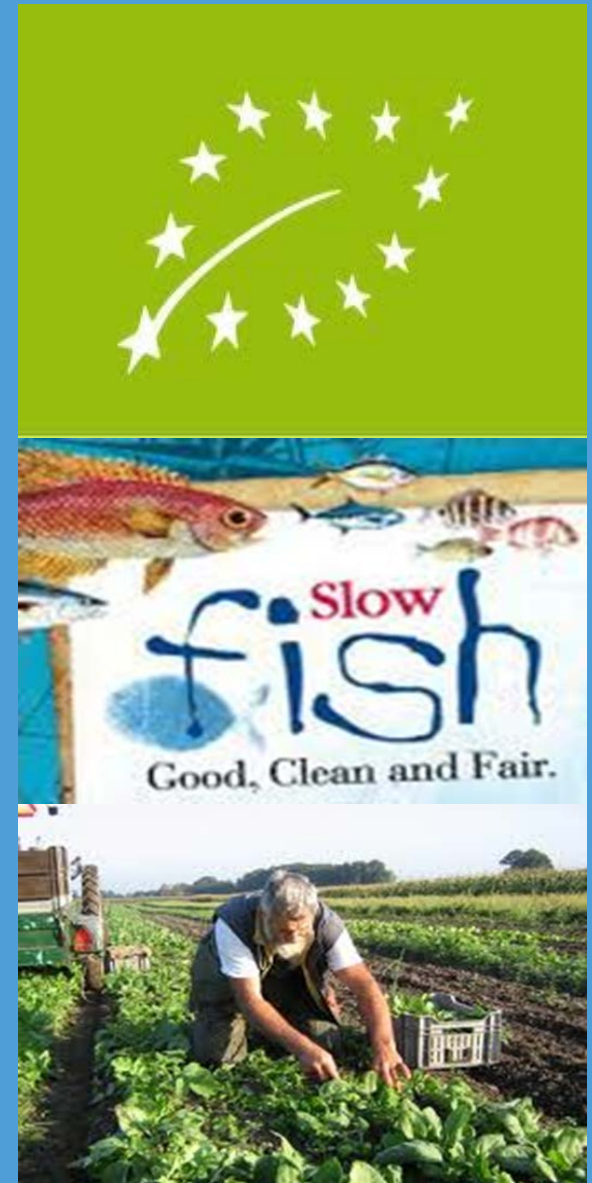
- Efficiency
- Schaalvergroting
- Intensivering
- Lange ketens
- Fast food
- Hightech/kunstmatig
- Standaardisering/homogeen
- Vervreemding



Voedingsland: tweestromenland

Ecologica

- Sufficiëntie (genoeg)
- Small is beautiful
- Extensivering
- Korte ketens
- Slow food
- Ambacht/authentiek
- Heterogeen/uniek
- Verbinding



Voedingsland: tweestromenland

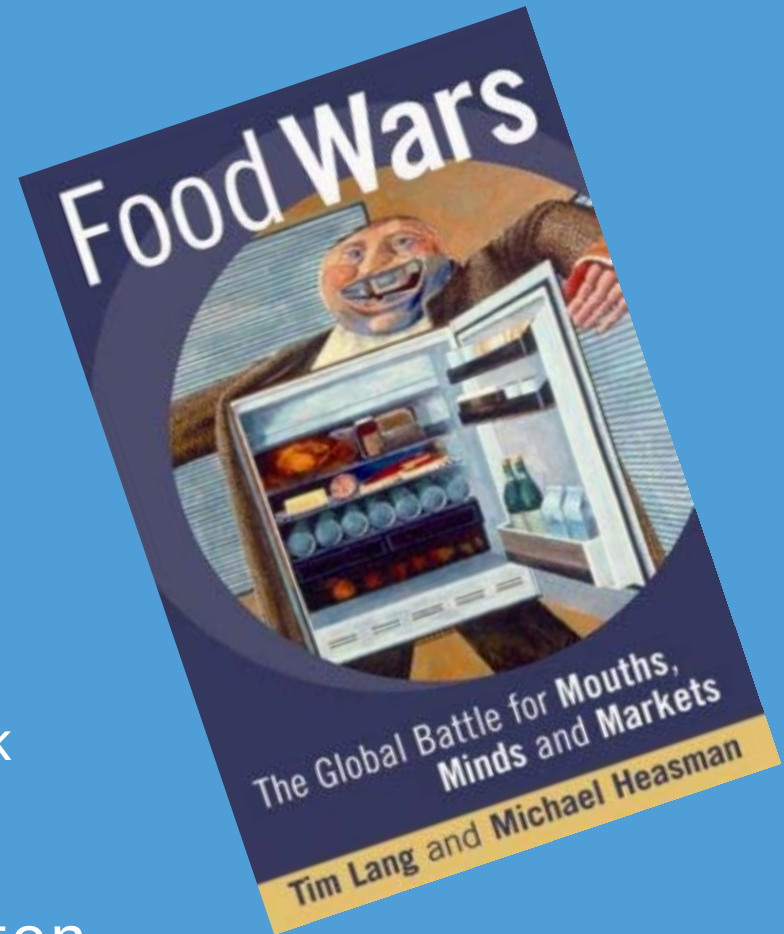
Life sciences paradigma

- Kostprijsreductie
- Opbrengsverhoging
- Technologisering van voeding

Ecologische paradigma

- Reductie voetafdruk
- Meerwaarde voor mens en natuur
- Keten is collectief verantwoordelijk

Mengvormen van beide uitersten



Bewoners van voedingsland

- Mens als consument (Hamburgia)
- Mens als Burger (Ecologica)
- 'Oude' & 'nieuwe' consumenten
- Mengvorm: Burger-consument



Bewoners van voedingsland

- Prijspakkers, Gezondheidsfanaten, Bourgondiers, Groene consumenten (organics), Gourmets/Foodies, Locavores, Dumpster divers

- Voedingsconsumenten

- Prijsbewust - Milieubewust
- Onverschillig – ongerust
- Eigenbelang – collectief belang
- Consument – burger
- Veranderingsgezind – behoudzucht

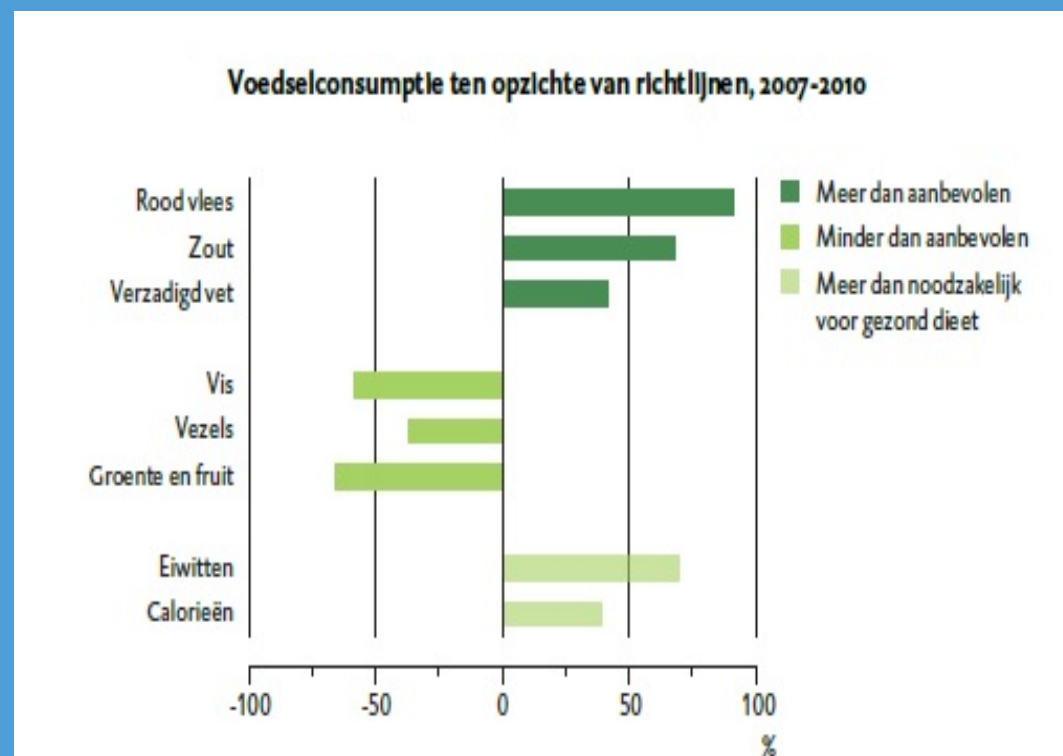


Herbivores eat plants.
Carnivores eat meat.
Locavores eat local.



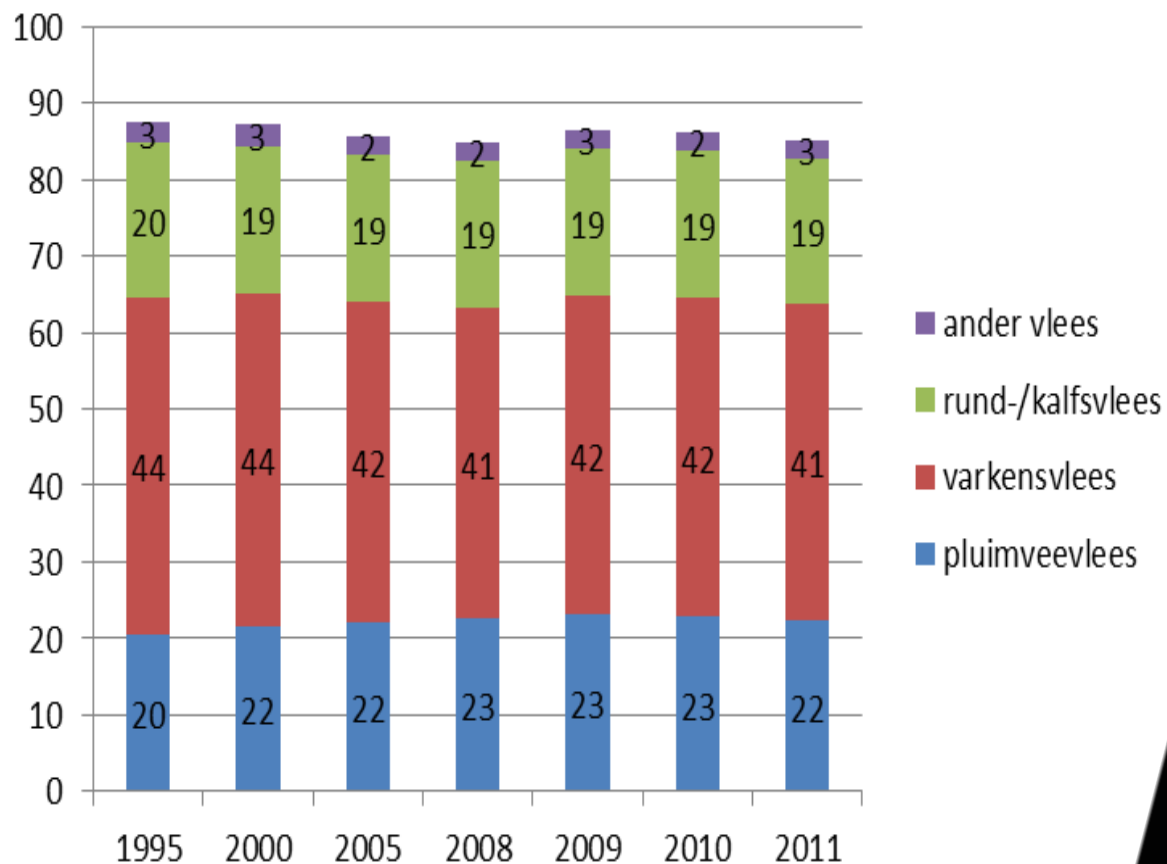
2) Tegenbewegingen: vleesminderen

- Mondiale trend: nutrition transition
 - Meer dierlijk en verzadigd
 - Minder plantaardig
- Vlees: dierenwelzijn, gezondheid, milieu & zekerheid
 - Nutrition transition 2.0 nodig (GZ, PBL, WRR, USDA, Nature, etc.)



Bron: PBL 2012a

Vlees eten: consumptie in Nederland



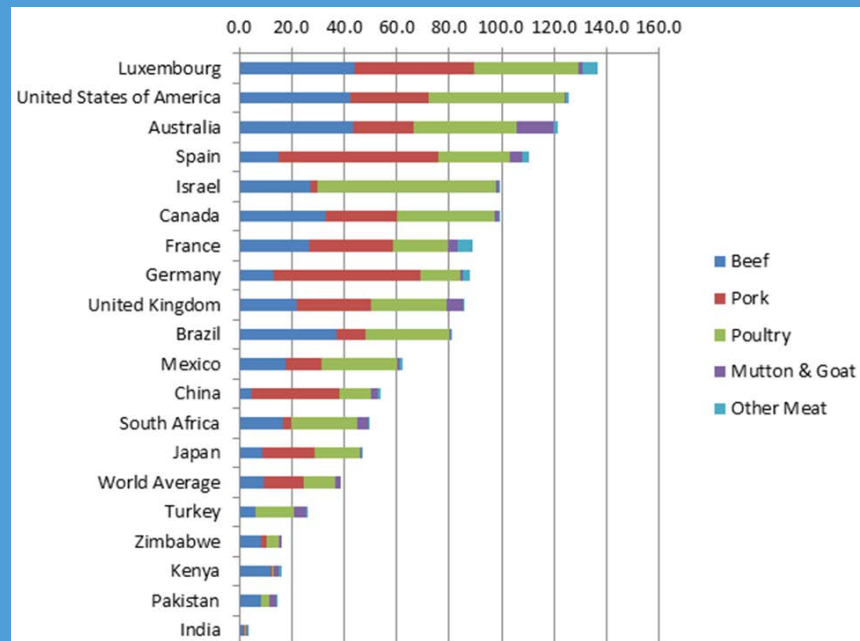
Vlees eten: consumptie in Nederland

- Op stabiel hoog niveau de laatste 15 jaar: ca. 85 kg. (karkasgewicht) per hoofd v/d bev.
- Geconsumeerde hoeveelheid: ca. 43 kg.
 - Varken en – vooral – kip populair (geworden)
- Ruime verdubbeling tov halve eeuw geleden
 - Vlees pas sinds (eind)jaren 50 alledaags
 - Aardappelen, groenten en vlees als 'oer' Hollands maal
 - Vlees is icoon van onze eetcultuur ("carnivore eetregime")



Vlees eten: mondiale ‘vleeszucht’

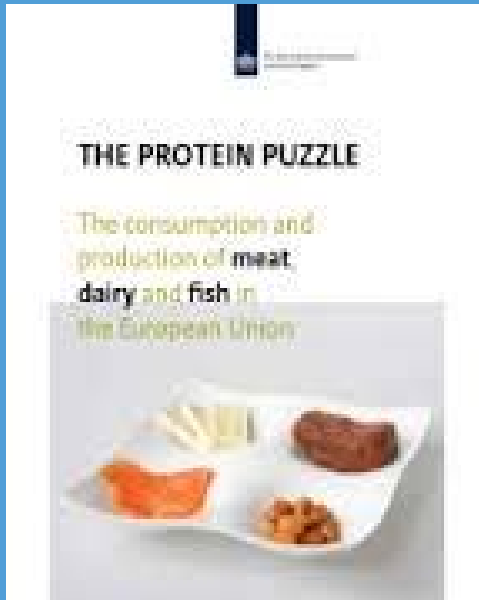
- “Natuurlijke orde der dingen”: wie rijk is, eet vlees; wie rijker wordt, gaat (meer) vlees eten
- Stijgende vleesconsumptie in rijke & arme landen
 - M.n. sinds 1980
 - M.n. sterke stijging in opkomende economieën met grote bevolking(sgroei): Azië
 - Voorzichtige aanwijzingen: verzadiging & “peak meat”



Flexitarisme te midden van carnivorisme



Vleesminderen: onder onderzoekers



Reducing Meat Consumption in Today's Consumer Society: Questioning the Citizen-Consumer Gap

Erik de Bakker · Hans Dagevos

Accepted: 12 September 2011
© The Author(s) 2011. This article is published with open access at Springerlink.com

Abstract Our growing demand for meat and dairy food products is unsustainable. It is hard to imagine that this global issue can be solved solely by more efficient technologies. Lowering our meat consumption seems inescapable. Yet, the question is whether modern consumers can be considered as reliable allies to achieve this shift in meat consumption pattern. Is there not a yawning gap between our responsible intentions as citizens and our hedonic desires as consumers? We will argue that consumers can and should be involved in realizing new ways of protein consumption in a sustainable world. In particular the large food consumption opportunities for transforming our meat consumption pose a pragmatic approach that explicitly goes beyond persuasion strategies and suggests different routes of change to a more plant-based diet. In particular the large food consumption opportunities for transforming our meat consumption pose a pragmatic approach that explicitly goes beyond persuasion strategies and suggests different routes of change to a more plant-based diet. In particular the large food consumption opportunities for transforming our meat consumption pose a pragmatic approach that explicitly goes beyond persuasion strategies and suggests different routes of change to a more plant-based diet.

Keywords Sustainable consumption · Meat · Food Transition · Ethical consumer · Food citizen

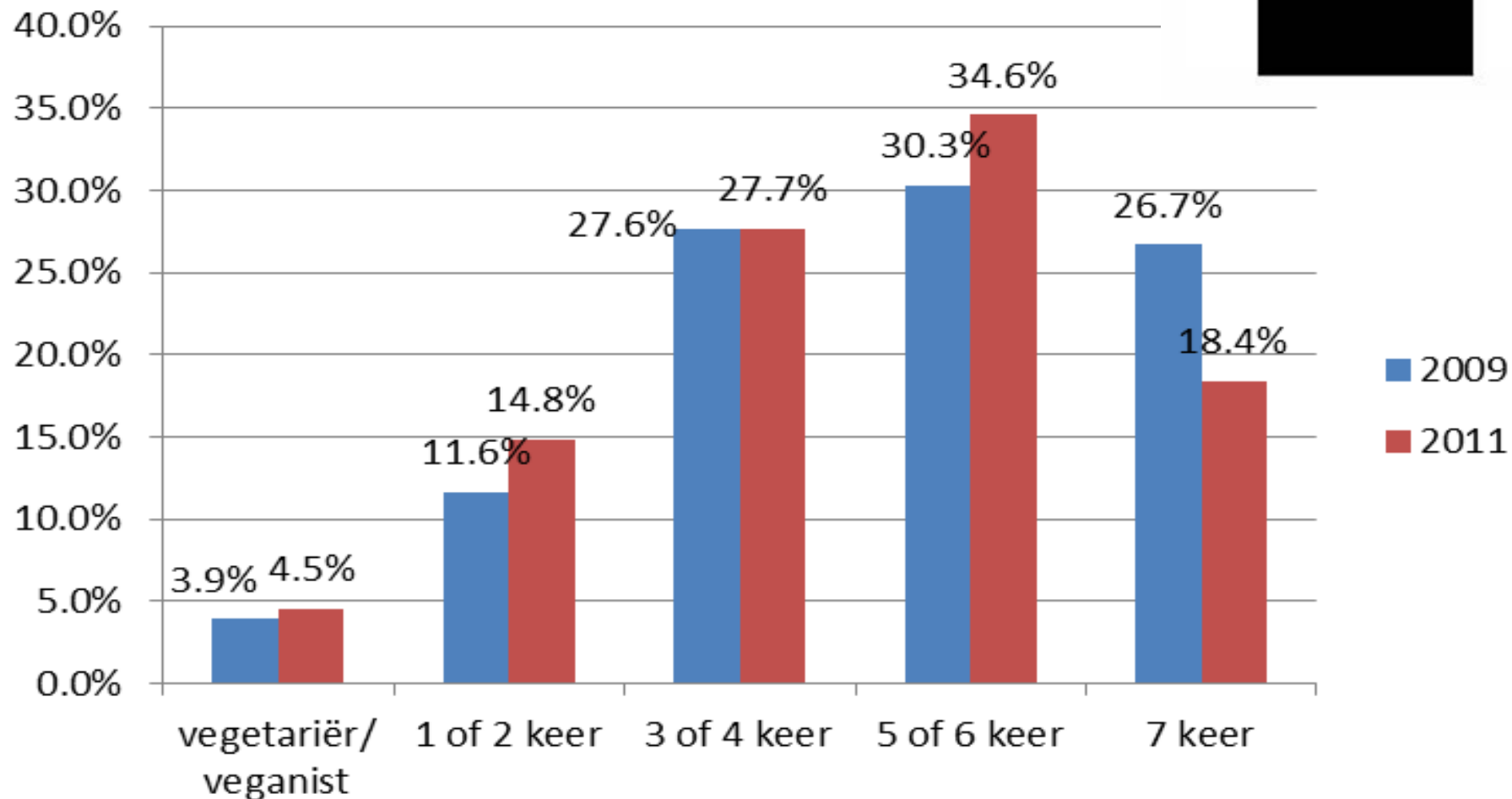


DE MACHT VAN HET MENU

Opgaven en kansen voor duurzaam en gezond voedsel



Flexitariers (N=800 / N = 1253)



Flexitariers (van 'heavy' tot 'light')

- **Light** – 2009: 70% / **2011**: 77% eet minstens 1x per week vleesloos (N&M: 86% flexitariers)
- **Medium** – 2009: 40% / **2011**: 42,5% eet 4x of minder per week vlees
- **Heavy** – 2009: 12% / **2011**: 15% eet 2x of minder per week vlees



3) 'Tegenbeweging': sociaal ondernemen / duurzame voedselinitiatieven

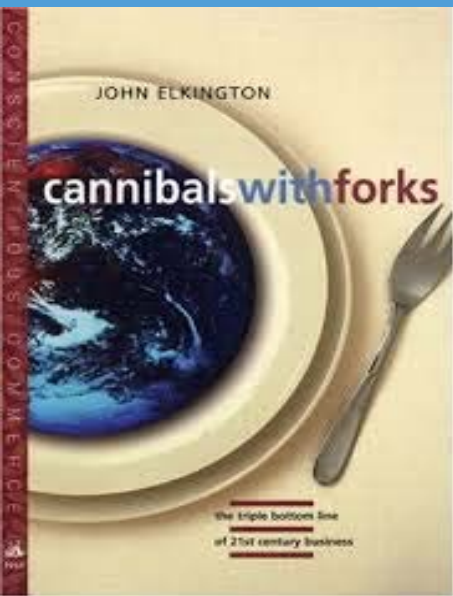
- Hoe is een breder scala van voedselwaarden te omvatten?
 - Van de 'theorie' van de WRR naar de praktijk
 - Van de P van profit naar de P's van people & planet
 - MVO / Creating shared values
 - Maatschappelijke waarden / bovenwettelijke productie-eisen
 - Van shareholders naar multiple stakeholders



Naar een duurzaam voedselsysteem



- Verandering van het bestaande landbouw- en voedselsysteem van binnenuit of buitenom?



- Elkington: vestigde de aandacht op de triple bottom line (People, planet, profit) en de mogelijkheden voor duurzaam kapitalisme (*cannibals with forks*)

Stel vragen, doe de *Need Test*:

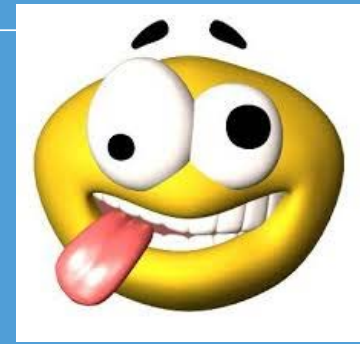
Diagnose

1. Wat is de primaire functie van een product of dienst?
2. Welke andere voordelen biedt het product of de dienst
3. Hoe waarschijnlijk is het dat er op lange termijn een behoefte of vraag is naar het product of de dienst?
4. Hoe verhoudt zich de waarde van het product of dienst tegenover de impact assessment?
5. Zou het product of de dienst duurzaam zijn in een rechtvaardige wereld met 8-10 miljard mensen?
6. Zijn er duurzame alternatieven om de functie van dit product of deze dienst te vervullen?

Prognose

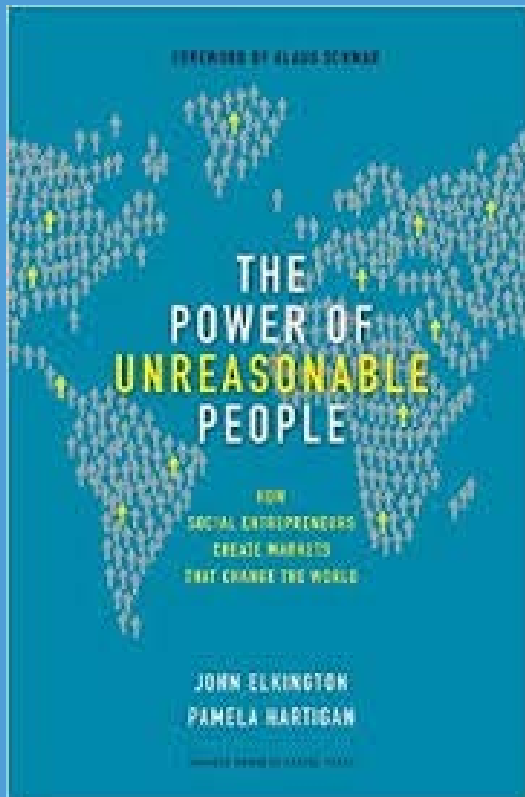
7. Gegeven de antwoorden op 1-6, welke bedreigingen en kansen zijn er voor het product of de dienst in het tijdsbestek van een duurzame transitie?

‘Je moet een beetje gek zijn’



George Bernard Shaw

- “The reasonable man adapts himself to the world; the unreasonable one persists in trying to adapt the world to himself. Therefore, all progress depends on the unreasonable man.”
- Whole Foods Markets (John Mackey) begonnen in Austin, Texas, uitgegroeid tot ‘s werelds grootste organic retailer: 87.000 werknemers, meer dan 400 filialen in VS, Ca, UK.
 - Op scherpst van de snede; schandaal overname Wild Oats (2007)



Wat zijn dit voor mensen?

Karakteristieken voor succesvolle sociale ondernemers

- 1. Proberen af te werpen van ideologische of disciplinaire beperkingen.**
- 2. Een bereidheid om innovaties en inzichten te delen met anderen.**
- 3. De sprong al wagen voor de zekerheid dat alle middelen er (zullen) zijn.**
- 4. Een balans tussen passie om iets te veranderen en een drang en ijver om effecten te meten en monitoren.**
- 5. Bezitten een gezonde vorm van ongeduld (d.w.z.: ze zouden het slecht doen in bureaucratische organisaties.)**

Sociaal ondernemen



■ 3 karakteristieken

- informele werk- en organisatiewijze
- pragmatische omgang (doe-het-zelfen) met sociale spelregels
- kunst van het verbinden met verschillende partijen (connecting conversations)

Sociaal ondernemen: organisatie

Formele organisatie

‘Strak’: gedisciplineerd, weloverwogen, onpersoonlijke relaties, geroutineerd, procedurele rechtvaardigheid

Regels, afspraken en contracten die van te zijn vastgelegd op papiervoren (Handbook mechanisme)

Evenwichtige wederkerigheid (gebaseerd op wantrouwen)

Wordt van buitenaf ‘ingevlogen’

Informele organisatie

‘Los’: spontaan, terloops, affectieve betrokkenheid, onderlinge vertrouwdsheid, creativiteit, openheid van informatie en relatieve chaos

Impliciete gedragsregels die voortkomen uit gedeelde normen en waarden (Handshake mechanisme)

Diffuse wederkerigheid (vertrouwen en herhaalde sociale uitwisseling zijn cruciaal)

Ontstaat van binnenuit

Sociaal ondernemen: spelregels

- Zichtbaar maken van sociale normen of culturele waarden
 - Bv: via 'crowdbutching' kloof tussen veehouders en consumenten overbruggen & (spel)regels en normen rondom vleesconsumptie (opnieuw) ontdekken
 - Voorbij het product/prijs alleen
 - verhaal over herkomst, vakmanschap en ambachtelijkheid
 - consumenten/burgers betrekken door ze op een koe te laten intekenen voordat die geslacht wordt



Sociaal ondernemen: verbindingkunst

- Realiseer je dat verbinding en openstaan voor verandering – vooral van jezelf – nauw met elkaar verbonden zijn.
- Verplaats je in de ander (empathie leidt vaak tot sympathie), inclusief aandacht en gehoor voor bij de ander(en) levende zorgen of verwijten.
- Stel je open voor de inbreng van ‘buitenstaanders’.
- Verbind op datgene wat je bent/voelt/belangrijk vindt/kunt waarmaken: *practice what you preach*).
- Volg als verbinder je passie en zoek naar een verdienmodel in plaats van andersom (wat niét hetzelfde is als te zeggen dat verbinden alleen een ideële basis behoeft zonder een financiële).



Verbindingsinitiatieven: opdracht



Negen praktijkvoorbeelden (*hand out*)

■ Praktijkvoorbeelden

- Wat spreekt aan & waarom?
- Welke ken je / heb je van gehoord?
- Welk modern voedselinitiatief spreekt jou aan?



Typering praktijkvoorbeelden

voedselinitiatieven onderscheiden naar hun relatie met 'het gangbare'

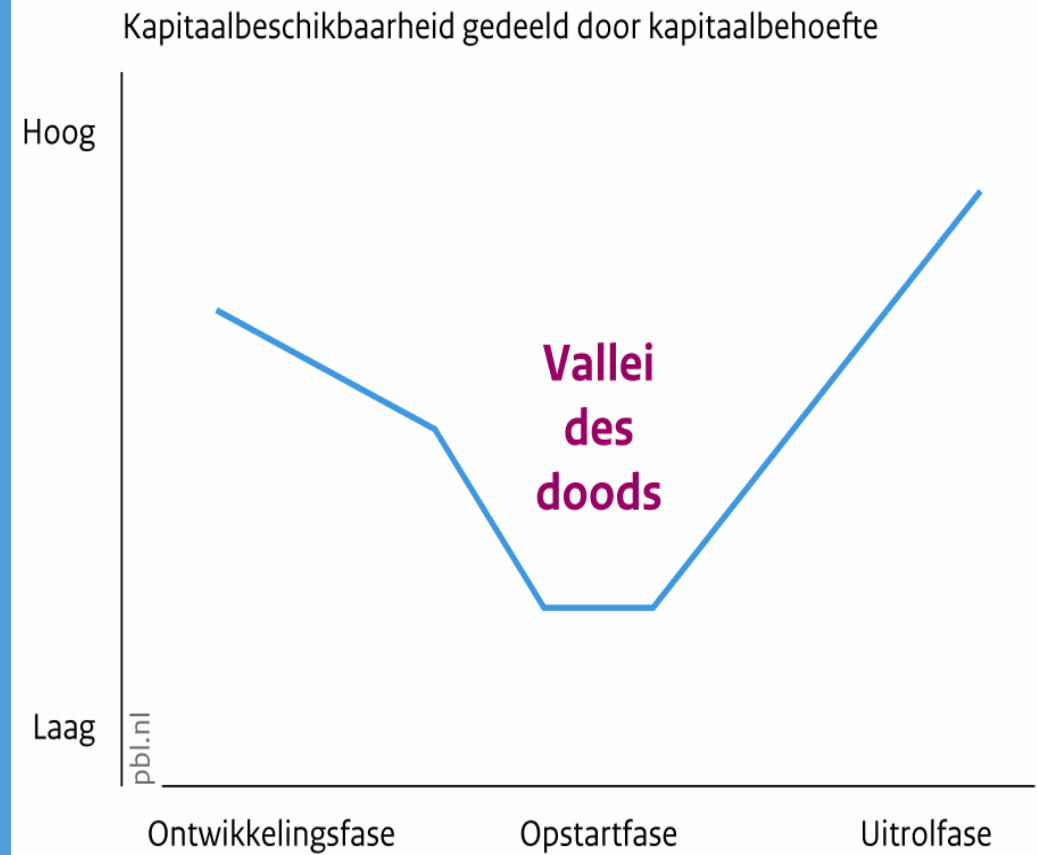
VANUIT HET GANGBARE (B2B)	MET HET GANGBARE	WEG VAN HET GANGBARE (B2C)
Floriade 2022	StreekSelecties	Uit Je Eigen stad
Agri Meet Design	Marqt	Koop een koe
Biopark Terneuzen	Feed Design Lab	Oregional

Overlevingsproblemen in opstartfase

- Collectieve baten onvoldoende in prijs geïnternaliseerd
- Instabiel overheidsbeleid
- Gebrek aan managementvaardigheden
- Banken geven minder snel krediet en gebrek aan durfkapitaal

Figuur 1

Vallei des doods in innovatieproces



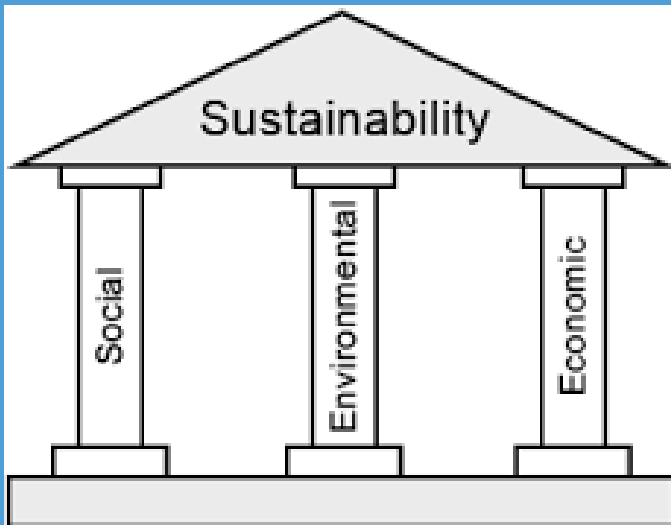
Bron: Rabobank 2014; bewerking PBL

Welke weg nemen we?



- Voorlopers en 'strong sustainability'
- Mainstream en 'weak sustainability'
- Daartussen: allerlei hybriden
- HET GAAT OM HET GEHEEL

Pijlers duurzame ontwikkeling obv studies praktijkcasussen



- Innovatieve en praktische kennis
- Marktervaring
- Betrokkenheid burgers en consumenten
- Ondersteunende beleidsarrangementen

Dank voor jullie aandacht

