



Credit: Shutterstock

# Duurzame samenwerking in kringlooplandbouw in Nederland

Willy Baltussen & Michiel van Galen, november 2020

## Inleiding

De land- en tuinbouw staat voor een fors aantal uitdagingen. Behoud van bodemvruchtbaarheid, herstel van biodiversiteit, het klimaatakkoord, vermindering van uitstoot van stikstof, beperken geuroverlast, en verbetering dierenwelzijn zijn slechts een paar van de uitdagingen waar de sector mee te maken heeft.<sup>1</sup> Volgens de visie van Minister Schouten is een omslag naar kringlooplandbouw noodzakelijk om deze maatschappelijke uitdagingen het hoofd te bieden. En er is haast geboden. Een systeemwijziging naar een circulaire landbouw in een circulaire economie vraagt vandaag om stappen te zetten. Van gras tot glas. Van korrel tot borrel. Van zaadje tot karbonaadje. Deze transitie gaat gepaard met investeringen en onzekerheid. Verduurzaming kan bovendien alleen succesvol zijn als daarvoor betaald wordt: verdienvermogen.<sup>2</sup> De werkgroep Verdienvermogen onder leiding van Hester Maij schetst dat er een dubbel ongelijk speelveld is voor een Nederlandse kringlooplandbouw: negatieve externe effecten op het milieu van conventionele Nederlandse landbouw zijn niet betaald en dit geldt veelal ook voor de buitenlandse concurrentie. Een belangrijke vraag die nu naar voren komt is hoe de investeringen die de sector moet doen, kunnen worden gedragen door alle partijen in de keten tot en met de consument en hoe zo een eerlijk speelveld kan worden gecreëerd. Kortom, hoe kan een 'eerlijke' prijs worden gerealiseerd voor duurzaam voedsel?<sup>3</sup> Met een 'eerlijke' prijs doelen we op een prijs die recht doet aan de inspanningen en bijdragen van alle partijen aan de kosten en de opbrengsten. Wat een 'eerlijke' prijs is heeft te maken met de gebruikte referentie die voor iedere partij anders kan zijn. De hoogte van kosten, risico's, machtsverhoudingen, eerder gerealiseerde prijzen en een hele reeks andere factoren hebben invloed op de 'eerlijke' prijs. Daarbij dient ook gekeken te worden naar de inspanningen die partijen doen om maatschappelijke kosten van productie te verminderen. Verder dient bedacht te worden dat eerlijkheid moeilijk in rekenregels te vatten is maar duiding geeft aan gevoelens van rechtvaardigheid. Dus een ondernemer met een goed inkomen kan de prijs als oneerlijk betitelen indien hij vindt dat een andere ketenpartij veel meer aan 'zijn' product verdient.

<sup>1</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/beleidsnota-s/2018/09/08/visie-landbouw-natuur-en-voedsel-waardevol-en-verbonden>

<sup>2</sup> [https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2019/10/07/goed-boeren-kunnen-boeren-niet-alleen\\_rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw](https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2019/10/07/goed-boeren-kunnen-boeren-niet-alleen_rapport-van-de-taskforce-verdienvermogen-kringlooplandbouw)

<sup>3</sup> Er zijn verschillende meningen over het begrip 'eerlijke' prijs waarbij sommigen een sterk accent leggen op ethiek en weer anderen meer vanuit de economie redeneren. Wanneer we dit onderwerp benaderen vanuit de economie hanteren we meestal de term 'juiste prijzen' (Jongeneel, R., W. Baltussen, S. van Berkum en Krijn Poppe, 2020. White paper Juiste en eerlijke prijzen voor voedsel. 2020-009.

---

Voor een kansrijke omslag naar kringlooplandbouw is volgens de werkgroep Verdienvermogen een transitie nodig die voldoet aan de volgende voorwaarden:<sup>2</sup>

- voldoende inzicht in de kringloopprestaties
- voldoende ruimte voor ondernemerschap
- gelijk speelveld met niet-kringloopactiviteiten in binnen- en buitenland.

Bij de omslag naar kringlooplandbouw hoort een 'eerlijke' prijs voor geleverde inspanningen. Verder wordt keer op keer benadrukt door de werkgroep dat de transitie alleen mogelijk is indien in agrarische ketens, of beter nog tussen alle partijen in het hele voedselsysteem, samengewerkt wordt. Deze noodzaak wordt bevestigd door NEVEDI (zie box 1).

De afgelopen decennia zijn er al heel veel initiatieven ontwikkeld om voedselsystemen duurzamer te maken. Zo groeit de biologische landbouw nog altijd gestaag en er zijn grootschalige projecten om de weidegang van melkkoeien te bevorderen. De producten van deze initiatieven hebben echter te maken met concurrentie van goedkopere gangbare producten. Andere duurzame producten vergen soms langdurige technologische innovatieprocessen met hoge kosten en onzekere investeringen als gevolg. Lokale initiatieven van veelal korte ketens proberen consumenten te vinden die iets meer willen betalen voor een duurzaam product. Veel van die initiatieven zijn echter relatief kleinschalig en hebben moeite om een groter marktaandeel te verwerven, terwijl juist een snelle opschaling naar het gehele voedselsysteem geboden is om een daadwerkelijke verduurzamingwinst te kunnen maken. Overigens is de transitie naar duurzame voedselsystemen niet alleen een Nederlands uitdaging. Ook grote buitenlandse bedrijven maken de laatste tijd een opvallende omslag naar duurzame voedselketens. Danone kondigde bij monde van de bestuursvoorzitter Emmanuel Faber aan dat het huidige voedselsysteem een doodlopende weg is voor de toekomst. Twintig grote voedselbedrijven met 500 mld. euro omzet gaan binnen de coalitie 'One Planet Business for Biodiversity' (OP2B) werken aan op de natuur gebaseerde oplossingen.<sup>4</sup> Kernvraag is en blijft hoe de partijen in de hele keten samen tot een duurzame oplossing kunnen komen.

Doel van dit artikel is om een overzicht te geven van de ontwikkelingen in de praktijk ten aanzien van samenwerking binnen voedselsystemen en de mogelijkheden tot meer samenwerking in de toekomst binnen de Nederlandse context. Samenwerking in ketenverband op de langere termijn is een voorwaarde om sneller en grotere duurzaamheidssprongen te realiseren (zie ook reactie van NEVEDI in Box 1). We gaan in dit artikel in op vier onderwerpen, namelijk:

- Wie neemt het initiatief tot samenwerking?
- De gedragingen van ketenpartijen in de samenwerking, wat onder ander tot uiting komt in de transactievormen (contracten, convenanten, integratie).
- Ruimte binnen de Europese en Nederlandse juridische context voor meer samenwerking.
- Leidt meer samenwerking tot eerlijke prijzen?

Het artikel is tot stand gekomen op basis van bestaand onderzoek en grotendeels uitgevoerd voor de uitbraak van het coronavirus in Nederland.

## Initiatiefnemers tot samenwerking

Verduurzamingsinitiatieven zijn niet beperkt tot één schakel van de voedselketen. Er zijn in alle schakels voorbeelden van voorlopers te vinden. Hieronder zijn voorbeelden gegeven van primaire ondernemers, verwerkers, handelaren en supermarkten. Van oudsher is samenwerking ontstaan om redenen van efficiëntie (lagere transactiekosten) en kwaliteitsverbetering. De laatste jaren is de nadruk meer komen te liggen op verduurzaming. Kringlooplandbouw krijgt vanaf 2019 meer nadruk.

---

<sup>4</sup> <https://twitter.com/emmanuelfaber/status/1176543275639103489?s=12>

Recente voorbeelden waarbij primaire ondernemers het initiatief nemen om tot een duurzamer voedselsysteem te komen zijn Vallei Varken<sup>5</sup> en Bief Select.<sup>6</sup> Ook coöperaties van boeren en tuinders werken aan duurzaamheid, zoals FrieslandCampina<sup>7</sup> en FruitMasters.<sup>8</sup> De ketenmodellen die bij deze voorbeelden horen zijn echter verschillend. Bij Vallei Varken zet één primaire ondernemer zijn varkensvlees via diverse kanalen (direct naar consument, via slagers en via de supermarkten) af naar de eindconsument. Bij Bief Select organiseert een primaire ondernemer de inkoop van kalveren en de afzet van rundvlees namens circa 80 andere producenten. Het vlees, geproduceerd onder twee sterren Beter Leven keurmerk, wordt via diverse supermarkten afgezet. Bij FruitMasters hebben de primaire ondernemers zich verenigd in een afzetorganisatie voor de verkoop van hun fruit in binnen- en buitenland. De producten worden door FruitMasters begeleid vanaf teelt tot de aanschaf door de consument. Daarnaast zijn er legio voorbeelden van korte ketens waarbij de ondernemer(s) streven naar een direct contact tussen de producent en de consument en waarbij meer transparant is waar het voedsel vandaan komt en hoe het wordt geproduceerd. In veel gevallen zetten de producenten de producten via meerdere kanalen af naar de consument. Onderzoek in diverse landen in de wereld laat zien dat de primaire ondernemers in korte ketens hun onderhandelingspositie als iets beter beoordelen, echter de algemene beoordeling is niet echt verschillend tussen de 'korte' en 'lange' keten, omdat indicatoren vaak tegengesteld scoren.<sup>9</sup> Korte ketens worden door de ondernemers gewaardeerd op het vlak van hogere opbrengstprijzen en het contact met de consument, echter grote hoeveelheden product kunnen niet afgezet worden. Het onderzoek laat niet zien of hogere prijzen in kortere ketens ook tot hogere inkomens leiden. Duidelijk is wel dat de kosten in vrijwel alle gevallen stijgen in kortere ketens. Voor de Nederlandse situatie is geen onderzoek bekend naar de winstgevendheid van kortere ketens. Hoewel korte ketens dus vaak transparanter zullen zijn dan lange ketens, is het voor consumenten lang niet altijd inzichtelijk waar de voor- en nadelen liggen.

### Ervaart Nevedi de ontwikkelingen in het kader van kringlooplandbouw, ketensamenwerking en eerlijke prijzen als een bedreiging of een kans?

#### Reactie Nevedi

Nevedi is van mening, zoals ook te lezen valt in haar recent gepubliceerde visie 2020-2025 *Voer voor ketensamenwerking* dat de Nederlandse diervoederindustrie tot de meest circulaire in Europa behoort. Dit vormt dan ook een uitstekende basis om samen met de andere spelers in de dierlijke ketens, deze ketens te verduurzamen. *Ketensamenwerking is geen kans, laat staan een bedreiging voor verduurzaming van de dierlijke productie, maar een bittere noodzaak!* De grote en zeer diverse eisen op het gebied van duurzaamheid vergen een intensieve afstemming en samenwerking om tot een integrale verduurzaming te komen.

Nevedi heeft de kringlooplandbouw omarmd als een van de centrale thema's in haar eerdergenoemde visie en heeft de ambitie uitgesproken om een wezenlijke bijdrage te leveren aan het verkleinen van de footprint (broeikasgassen, stikstof, ammoniak en fosfaat) van ons voedsel en het circulaire maken van het voedselsysteem. Het sluiten van kringlopen, zo klein als kan, zo groot als moet, kan een belangrijke bijdrage leveren aan het verkleinen van onze voedselvoetafdruk. Daarbij zullen we wel alert moeten zijn op mogelijke trade-offs naar andere duurzaamheidseisen in binnen- en buitenland.

Een eerlijke prijs is een randvoorwaarde om de transitie naar duurzaam, circulair voedselsysteem te komen. Eerlijk betekent voor Nevedi niet alleen een passende vergoeding voor de veehouder, voor inspanningen die hij of zij levert om te voldoen aan vragen van markt en maatschappij, maar voor alle schakels in de keten. Een vergoeding waarvan Nevedi hoopt dat die uit de markt komt maar, indien dit niet mogelijk is, waarvan maatschappij en overheid ook beseffen dat schakels in de keten op een andere manier moeten worden betaald voor geleverde inspanningen. Een ander aspect van die eerlijke prijs betreft de prijs van producten die in Nederland wel verkocht worden, maar die niet aan diezelfde hoge duurzaamheidseisen voldoen en niet bijdragen aan sluiten van kringlopen. De interne Europese markt en door de EU gesloten internationale verdragen bieden tot op heden ruimte aan producten die in het gunstigste geval voldoen aan de Europese criteria voor voedselveiligheid, maar op het gebied dan dierwelzijn, duurzaamheid en circulariteit vaak sterk te wensen overlaten. Zolang 'true pricing' op

<sup>5</sup> <https://valleivarken.nl/>

<sup>6</sup> <http://www.biefselect.nl/over-bief-select/henk-broeders>

<sup>7</sup> <https://www.frieslandcampina.com/nl/duurzaamheid/>

<sup>8</sup> <https://fruitmasters.com/nl/organisatie/duurzaamheid/>

<sup>9</sup> <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/15/4004>

---

deze producten niet van toepassing, zal de gewenste transitie van ons voedselsysteem grote vertraging oplopen. Omgekeerd zal een werkelijk eerlijke prijs voor deze producten bijdragen aan een versnelling van de transitie naar een duurzaam, circulair voedselsysteem. Een eerlijke prijs is kortom een geweldige kans!!

Ook verwerkers van voedsel hebben programma's om duurzame(re) producten in de markt te zetten. VION heeft de Groene Weg voor biologisch varkensvlees en de Good Farming Star voor het één ster Beter Leven concept van de dierenbescherming.<sup>10</sup> HAK heeft in het verleden verschillende keren biologische producten geïntroduceerd, maar anno 2019 teelt het bedrijf niet biologisch. HAK richt zich wel op verduurzaming en heeft recent aangegeven dat ze boeren die volgens de beginselen van 'On the way to PlanetProof' telen, hun extra kosten gaat vergoeden.<sup>11</sup> Een andere verwerker is Royal A-Ware, dat samen met Albert Heijn een duurzame en transparante zuivelketen heeft opgezet in 2018.<sup>12</sup> Ook bij A-Ware worden de primaire ondernemers beloond in de vorm van een hogere melkprijs voor deelname aan het concept. Een volledig geïntegreerde voedselketen is voor kalfsvlees door VanDrie Group tot stand gebracht. Zij kopen de kalveren, produceren het voer, huren primaire ondernemers in voor het houden van de runderen, slachten de runderen en verwaarden huiden, vlees en restproducten in binnen- en buitenland. Primaire ondernemers in deze keten hebben een van de stabielste inkomens binnen de agrarische sector ondanks het feit dat de EU-subsidies sinds 2014 in Nederland sterk verminderd zijn. Ook VanDrie Group levert één ster Beter Leven keurmerk voor afzet in de Nederlandse supermarkten en is transparant over de herkomst van producten.

Handelsbedrijven zoals Bakker Barendrecht, onderdeel van Greenyard, werken aan verduurzaming van de voedselketen door duurzame handel, duurzame teelt, verlagen van de ecologische voetafdruk en gezonde producten met lokale betrokkenheid.<sup>13</sup> EOSTA is een handelsbedrijf in verse biologische groente en fruit, met een grote mate van transparantie in de keten. Dit bedrijf heeft de afgelopen jaren diverse duurzaamheidsprijzen in de wacht gesleept.<sup>14</sup> Duurzaamheid bij handelsbedrijven staat vooral in het teken van inkoop van duurzame producten, maar in een aantal gevallen ook in het teken van verduurzamen van hun eigen activiteiten, onder andere transport van voedselproducten.

Supermarktorganisaties zijn ook volop bezig met duurzaamheid op diverse terreinen. Denk hierbij aan tegengaan voedselverspilling, duurzame verpakkingen en inkoop van producten. In enkele gevallen gaan specifieke supermarktketens een stap verder door een uniek duurzaam product op de markt te brengen, zoals de reeds genoemde A-Ware zuivelproducten en rondeeieren<sup>15</sup> bij Albert Heijn en de Kipster<sup>16</sup> bij Lidl. Een overzicht van de verkoop van gecertificeerde duurzame levensmiddelen in Nederland is te vinden in de jaarlijkse Monitor Duurzaam Voedsel.<sup>17</sup> Het marktaandeel duurzaam voedsel is tussen 2013 tot 2019 gestegen van 6 naar 14% van de totale aankopen van voedsel. In deze monitor worden 10 voor de consumenten herkenbare en door derden gecontroleerde certificaten meegenomen als zijnde duurzaam. Kipster is een voorbeeld van een samenwerking die gericht is op zowel verdienvermogen als op kringlooplandbouw.

## Transactievormen bij diverse samenwerkingsvormen

Om samenwerking voor meer duurzaamheid tot een succes te maken is naast enthousiaste ketenpartijen en transparantie, ook een transactiemodel nodig waarbij alle partijen zich voldoende beloofd en zeker voelen om de benodigde investeringen en verplichtingen aan te gaan. In tabel 1 is een overzicht gemaakt van transactievormen die voorkomen bij samenwerking binnen

---

<sup>10</sup> <https://www.vionfoodgroup.com/pork/brands-concepts>

<sup>11</sup> <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/hak-breekt-lans-voor-betere-betaling-boeren-die-investeren-in-duurzaamheid/>

<sup>12</sup> <https://www.royal-aware.com/nl/over-royal-a-ware/nieuws/albert-heijn--royal-a-ware-verduurzamen-kaas--en-zuivelschap/114>

<sup>13</sup> <https://www.bakkerbarendrecht.nl/Duurzaamheid>

<sup>14</sup> <https://www.eosta.com/en/about-eosta>

<sup>15</sup> <http://www.rondeeieren.nl/>

<sup>16</sup> <https://www.kipster.nl/>

<sup>17</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/11/17/toegenomen-vraag-en-aanbod-duurzaam-voedsel>

voedselsystemen. Indien het initiatief bij de primaire ondernemers vandaan komt, ligt het accent vaak op directe transacties tussen de producent en consument al dan niet in de vorm van abonnementen, zogenaamde korte ketens. Daarnaast zijn FruitMasters en andere producentenorganisaties voorbeelden van een samenwerking waarbij de samenwerkingsorganisatie ondersteuning levert aan zijn leden. Deze ondersteuning vervalt als je geen lid bent. Samenwerking gaat ook vaak gepaard met bepaalde concepten of certificaten. Bij Fruitmasters kunnen primaire ondernemers zich ook verenigen rond zogenaamde clubbrassen, zoals Kanzi (appel) en Migo (peer). Binnen het concept Bief Select dat bijvoorbeeld het twee sterren Beter Leven keurmerk heeft, vormen contracten de basis van de samenwerking tussen Bief Select enerzijds en de ondernemers anderzijds.

**Tabel 1** *Typische transactievormen afhankelijk van de initiatiefnemer van de ketensamenwerking op een duurzaamheidsinitiatief*

Initiator	Contracten	Convenanten/ concepten	Lidmaatschappen/ integratie	Korte ketens
Primaire ondernemers	X	X	X	X
Verwerkers	X	X		
Handel	X	X		
Supermarkten	X	X		

Als het initiatief bij verwerkers, handel of supermarkten ligt, is de transactievorm meestal een contract voor wat langere termijn al dan niet in combinatie met een bepaald concept of convenant. In de veehouderijsectoren zijn dierenwelzijnsinitiatieven volop aanwezig naast de biologische houderij. In de plantaardige sector is in 2017 het concept 'On the way to PlanetProof'<sup>18</sup> geïntroduceerd door de Stichting Milieukeur, inmiddels omarmd door veel supermarkten. Dit keurmerk is beschikbaar voor aardappelen, groente, fruit, zuivel, eieren en sierteeltproducten.

Een kenmerk van contracten is dat veelal geen harde afspraken over prijzen zijn opgenomen. In veel gevallen krijgen de deelnemende primaire ondernemers een hogere prijs (opcenten) per eenheid product voor de geleverde duurzaamheidsinspanning ten opzichte van het gangbare of conventionele product. Indien de prijs voor het gangbare product ver onder de kostprijs ligt, krijgen ook de producenten van duurzame producten een prijs die waarschijnlijk onder hun kostprijs ligt. Door ACM<sup>19</sup> is, in opdracht van het ministerie van LNV, onderzoek gestart naar de prijsopbouw van gangbare ketens versus hun duurzame(re) variant. Uit dit onderzoek blijkt dat voor de biologische variant de extra productiekosten ten opzichte van de gangbare variant in de onderzochte periode gedekt werden uit de hogere opbrengsten. Een ander resultaat uit het onderzoek is dat supermarkten voor biologische producten een relatief kleinere marge realiseren dan voor de gangbare varianten. Fruittelers geven aan dat voor 'On the Way to PlanetProof' de extra opbrengsten niet de extra kosten dekken. Inmiddels hebben LTO en NFO de samenwerking met het keurmerk verbroken<sup>20</sup>. De onderbouwing met cijfers over kosten en opbrengsten ontbreekt (nog) omdat dit keurmerk in 2019 van start is gegaan. Voor veel andere ketens met 'On the Way to PlanetProof' zijn in ketenverband wel afspraken gemaakt over meerprijzen ten opzichte van de gangbare variant en zijn primaire producenten duidelijk minder negatief tot zelfs zeer positief.

## Juridische mogelijkheden tot meer samenwerking in voedselsystemen

Kringlooplandbouw, verduurzamen, samenwerken en de positie van de boer liggen vaak in elkaars verlengde. Uniek voor voedsel is dat primaire ondernemers meer mogelijkheden hebben om samen op te trekken dan andere ketenschakels. Dit komt omdat de Europese en de Nationale wetgevers vinden dat hun positie zwak is ten opzichte van partijen in andere ketenschakels (toelevering, verwerking,

<sup>18</sup> <https://www.smk.nl/1/home.html>

<sup>19</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-voedselmonitor-geeft-eerste-inzicht-prijsvorming-en-belemmeringen-voor-biologische-productie>

<sup>20</sup> <https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2020/11/07/lto-akkerbouw-en-nfo-nemen-afstand-van-planetproof>

handel en retail). Er zijn twee belangrijke voorwaarden voor de horizontale samenwerking, namelijk dat de primaire ondernemers zich verenigd hebben in een zogenaamde producentenorganisatie of coöperatie die officieel aangemeld is en dat zwart op wit staat welke activiteiten ze gezamenlijk gaan uitvoeren (bijvoorbeeld de verkoop van de gezamenlijke productie). In 2018 is met behulp van een enquête<sup>21</sup> aan primaire ondernemers gevraagd of ze samenwerken bij de verkoop en/of verwerking van hun producten. Er zijn min of meer drie groepen sectoren te onderscheiden, namelijk sectoren waar veel wordt samengewerkt bij de afzet van producten zoals de vollegrondsgroenteteelt, glasgroenteteelt, fruitteelt en melkveehouderij (meer dan de helft van de ondernemers). De akkerbouw vormt een tweede groep waarin 38% van de ondernemers samenwerkt bij de verkoop van producten. Een derde groep is de intensieve veehouderij (varkens en pluimvee). Daar werkt minder dan een kwart van de ondernemers samen in de afzet van hun producten (tabel 2).<sup>19</sup>

Zowel de EU als de Nederlandse overheid willen de positie van de primaire ondernemers verder versterken. De EU heeft in 2019<sup>22</sup> een wetsvoorstel aangenomen waarin bepaalde handelspraktijken verboden zijn, bijvoorbeeld voor bederfelijk voedingsproducten later dan 30 dagen na ontvangst te betalen en een bestelling van dergelijke producten te annuleren. Andere handelspraktijken zoals het retourneren van onverkochte producten of betalen voor promotie zijn alleen toegestaan indien er vooraf duidelijke afspraken over gemaakt zijn. Lidstaten hebben 2 jaar de tijd om dit wetsvoorstel in nationale wetgeving te vertalen.

Binnen Nederland is de Wet Ruimte voor duurzaamheidsinitiatieven ingediend bij de Tweede Kamer.<sup>23</sup> Dit wetsvoorstel beoogt partijen te helpen duurzaamheidsinitiatieven te realiseren door hen de mogelijkheid te geven hun initiatieven om te laten zetten in voorschriften. Door een duurzaamheidsinitiatief in regelgeving te vertalen, worden belemmeringen voor de totstandkoming of voor het succes van zulke initiatieven weggenomen. Bedrijven en inwoners krijgen hierdoor meer ruimte als zij samen willen werken aan oplossingen die het milieu minder belasten of de klimaatverandering tegengaan. Of en in welke mate deze wet de positie van de primaire ondernemers gaat versterken is momenteel nog onzeker.

**Tabel 2** Primaire ondernemers (% van totaal binnen de sector) die samenwerken bij verkoop en/of verwerken van producten in diverse sectoren

Sector	Percentage ondernemers dat samenwerkt
Melkvee	64
Varkenshouderij	22
Vleespluimveehouderij	12
Legpluimveehouderij	12
Akkerbouw	38
Vollegrondsgroentetelers	64
Glastuinders	76
Fruittelers	55

Bron: Baltussen et al. (2018)<sup>24</sup>

## Leidt samenwerking tot 'eerlijke' prijzen

Meer samenwerking tussen ondernemers en binnen voedselsystemen leidt meestal tot meer transparantie binnen de keten en ook naar de consument. Indien deze samenwerking leidt tot een toenemend vertrouwen in elkaar, kunnen de transactiekosten dalen. Wantrouwen kan door ingewikkelde contracten echter ook tot extra transactiekosten leiden. Zoals in het voorafgaande gemeld gaat het bij de prijsafspraken vaak om een plus op de prijs ten opzichte van gangbare

<sup>21</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/06/29/onderzoek-positie-primaire-producent-in-de-keten>

<sup>22</sup> [https://www.europa-nu.nl/id/vkrqo4kp4zta/oneerlijke\\_handelspraktijken\\_in\\_de](https://www.europa-nu.nl/id/vkrqo4kp4zta/oneerlijke_handelspraktijken_in_de)

<sup>23</sup> <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/wetsvoorstellen/detail?id=2019Z14708&dossier=35247>

<sup>24</sup> <https://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/538882>

---

producten. Bij een overaanbod in de gangbare markt kan dit voor duurzame producten nog steeds een gevoel geven van 'oneerlijke' prijzen voor een duurzaam product. De biologische sector heeft een verdienmodel dat geen direct verband houdt met de gangbare markt, maar dat door toetredingseisen tracht vraag en aanbod van producten in evenwicht te houden waardoor de prijs op peil blijft. Wachtlijsten voor bedrijven die willen overschakelen zijn het gevolg en dat kan ook als 'oneerlijk' ervaren worden. Samenwerking binnen voedselsystemen kan onder voorwaarden tot eerlijker prijzen leiden. Dit geldt vooral als marktfalen zoals de machtsverhouding tussen partijen in de keten, informatieverschillen en transactiekosten verminderd of opgelost worden.

## Conclusie

Maatschappelijk is er een wens om te verduurzamen. De EU en nationale overheid kijken daarbij naast milieu-eisen ook naar de positie van de primaire ondernemer binnen de voedselketens. Een 'eerlijke' prijs is uiteindelijk ook een van de duurzaamheidsaspecten. Deze factsheet laat zien dat er mogelijkheden zijn om in ketenverband tot 'eerlijke' prijzen te komen voor duurzame producten. Er zijn talloze voorbeelden van ketensamenwerkingen gericht op het verbeteren van duurzaamheid. Initiatiefnemers zijn in alle ketenschakels te vinden. Verbetering van duurzaamheid vereist in elk geval samenwerking in ketens. Die samenwerking gaat in de meeste gevallen verder dan normale leveringscontracten en raakt ook aan de discussie rondom eerlijke prijsvorming omdat de inspanningen die partijen in verduurzamingstrajecten moeten doen niet altijd op een normale manier door de markt vergoed worden. Convenanten, integraties en samenwerkingen in duurzaamheidsconcepten met een meerprijs zijn manieren om dit op te lossen. Op de lange termijn is een 'eerlijke' prijs onontbeerlijk om duurzaamheidssprongen waar te maken, zie de discussie omtrent 'On the Way to PlanetProof'. De deelnemers aan de keten en de beleidsmakers en consumenten dienen daarbij voldoende geïnformeerd te zijn over ieders bijdrage aan duurzaamheid en de context waarbinnen bedrijven opereren om te bepalen wat een 'eerlijke' prijs zou kunnen zijn.

---

### Meer informatie

Willy Baltussen  
T +31 (0)70 33 581 171  
E [willy.baltussen@wur.nl](mailto:willy.baltussen@wur.nl)  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)