

Duurzaam eten bereik je

Tijdens de coronapandemie verspreidde het begrip ‘korte ketens’ zich in een razend tempo. Mensen kochten steeds meer lokaal, wisten de weg naar de dichtstbijzijnde boerderijwinkel te vinden of haalden een zak aardappelen in een kraampje langs de weg. Maar wat verstaan we nou precies onder zo’n korte keten? En is dat de toekomst? De partners van NAJK gingen met NAJK-bestuurders en -leden een interessante discussie aan over het allesomvattende onderwerp ‘ketens’.

Tekst: Christel Klok (communicatiemedewerker NAJK)

Een korte keten betekent niets meer dan een (korte) verbinding tussen de boer en de consument. Een duidelijke lijn vanuit een verwerker of producent naar de horeca of supermarkt, die waarde toevoegt aan een product. Maar waarom is dat zo belangrijk en hoe kort is die verbinding eigenlijk? Over één ding zijn de aanwezige leden en partners het unaniem eens: of de keten nu ‘lang’ of ‘kort’ is, voor een boer of tuinder is een sterke keten essentieel.

Vriend of vijand?

Het is algemeen bekend dat de boer en tuinder vaak maar weinig betaald krijgen voor hun product. Het gevaar ligt dan ook snel op de loer om een supermarkt als een soort vijand te beschouwen. Zonde, want je kunt elkaar als verschillende partijen in de keten juist versterken. Dit zien ook de aanwezige partners tijdens de themabijeenkomst. Sectorleider tuinbouw bij Flynth, Cor Fijter, zou de supermarkt zelfs eerder als ‘vriend’ zien dan vijand. Het is voor velen nou eenmaal een grote afzetpartij. Lotte van Dueren den Hollander, Coördinator Kennis bij BO Akkerbouw, ziet dit ook: “Uiteindelijk zijn we voor een groot deel van onze afzet gewoon afhankelijk van de supermarkt.” Toch ziet niet iedereen het exact op deze manier. OAJK-bestuurder Bart Stegink zet zijn varkensvlees lokaal af bij de consument en plaatselijke horeca en kijkt hier

toch net iets anders naar. “Je hebt ook ondernemers die bijna al hun productie zelf af kunnen zetten. Dat is financieel gezien natuurlijk een stuk interessanter, omdat je de hele ‘supermarktschakel’ ertussenuit haalt en aan hen dus geen extra marge hoeft af te dragen.”

Korte ketens zijn de toekomst!

“Het stukje korte ketens moet wel bij je passen als ondernemer”, merkt Davy te Bokkel (DeLaval) terecht op. Niet elke boer heeft hetzelfde ondernemersprofiel en daarbij wordt het streven om alleen nog maar Nederlandse producten in het schap te hebben liggen, volgens de meesten nog best een uitdaging. “Of je het nu hebt over geitenmelk, uien of (friet)aardappelen: veel Nederlandse producten gaan naar het buitenland”, legt Melissa van de Kam-Jacobs, sectormanager bij Interpolis, uit. “We kunnen niet 100% voor de Nederlandse markt produceren, we importeren én we exporteren.” Rogier Verburgh (ForFarmers) denkt dat een korte keten wel kansen biedt: “Als je kijkt naar de CO2-footprint, wat heel actueel is, dwingt dat de supermarkt om producten zo dicht mogelijk bij huis af te nemen.”

Supermarkt als boodschapper

De Overijsselse varkenshouder Bart Stegink vindt het een hele uitdaging om bij de consument het besef te krijgen dat je beter een Nederlands product kunt

pakken. Bij hem in de buurt is destijds een heel project opgezet waarmee ze streekproducten proberen af te zetten in de supermarkt. “De eerste paar weken liep dat best goed, want het was nieuw en er staat goed uitgelegd waar alles vandaan komt. Maar wanneer de nieuwigheid er een beetje af is, kiest de consument al snel weer voor het goedkopere product uit het buitenland.” Volgens hem moet de Nederlandse keten veel meer gepromoot worden en Melissa van de Kam-Jacobs (Interpolis) ziet hier een mooie kans voor de supermarkten: “De supermarkt kan een goede partner zijn in de beeldvorming van de agrarische sector. Uitdragen dat we trots zijn op Nederlandse producten, de veiligheid en kwaliteit.” Cor de Fijter (Flynth) vraagt zich op zijn beurt af hoe je met korte ketens de marktvaart en productie goed op elkaar af kunt stemmen: “Elke keten die we hebben, is volgens mij afhankelijk van zijn export. Nederland is een kei in de productie van een kwalitatief, hoogstaand, goed product. Wij zijn dan ook genoodzaakt om met ons kwalitatief goede product ook de verder van ons afgelegen gebieden te bedienen. We zullen hierin samen met de keten op moeten trekken.”

Positie van de boer versterken

Volgens de aanwezige partners en leden kunnen ketenpartijen een belangrijke rol spelen bij het versterken van de positie

“DE SUPERMARKT KAN EEN GOEDE PARTNER ZIJN IN DE BEELDVORMING VAN DE AGRARISCHE SECTOR. Uitdragen dat we trots zijn op Nederlandse producten, de veiligheid en kwaliteit.”

- MELISSA VAN DE KAM - JACOBS (INTERPOLIS) -

met een 'korte keten'

NAJK-leden en -partners over het thema 'ketens'



**"HET GESPREK IS BELANGRIJK, HET BEGRIP IS BELANGRIJK,
het samen denken, samen delen en
dan pas samen vermenigvuldigen."**

- COR DE FIJTER (FLYNTH) -

van de boer. Zo ziet ook Lotte van Dueren den Hollander (BO Akkerbouw) een meerwaarde van ketenpartijen en de bijbehorende vraagstukken. "Kijk maar eens naar een probleem als ritnaalden dat sinds een aantal jaren steeds meer opkomt in de aardappels. Het grootste probleem ligt eigenlijk bij de teler, maar BO Akkerbouw heeft nu een onderzoek opgestart waarbij letterlijk de hele keten aan tafel zit en bijdraagt in financiering om een probleem aan te pakken." Interpolis ziet zichzelf maar als een klein onderdeel van de keten, maar ervaart ook wel degelijk de impact ervan. "Neem het 'Beter Leven 1 ster'-keurmerk, waar in het kader van dierenwelzijn meer ruimte wordt gecreëerd voor de dieren, maar vervolgens eigenlijk de brandveiligheid en daarmee

het dierenwelzijn teniet gedaan wordt", geeft Melissa van de Kam-Jacobs (Interpolis) aan. "We zijn zeker niet tegen de extra ruimte, maar willen wel graag dat dat veilig wordt gedaan en dat de kosten ook eerlijk worden verdeeld." Dit voorbeeld benadrukt het belang van samenwerking en communicatie met de ketenpartijen. Wanneer er aanpassingen gedaan moeten worden aan een bepaald concept, of dit nu het vergroten van de stal is, het plaatsen van luchtwassers of de gewasbescherming binnen de akkerbouw, zou je te allen tijde eerst met de ketenpartijen om tafel moeten zitten en kijken naar de impact en het kostenplaatje van deze plannen. Geen overhaaste beslissingen nemen, maar gezamenlijk tot een goed plan komen. Wat dat betreft zouden

ketenpartijen zeker een goede bijdrage kunnen leveren aan het verbeteren van de positie van de boer.

Samen denken, samen delen, samen vermenigvuldigen

We hebben informatie uit de ketens nodig om de goede dingen te kunnen doen. "Begrijpen we elkaar in de keten en vertrouwen we elkaar dusdanig dat we op de lange termijn met elkaar gaan samenwerken?", vraagt NAJK-voorzitter Roy Meijer aan de aanwezigen. Davy te Bokkel (DeLaval) denkt dat het wederzijdse begrip vanuit boeren, verwerkers en retailers er nauwelijks was, maar dat daar verandering in is gekomen. "Door de veelvuldige aandacht die de sector in de afgelopen jaren heeft gevraagd en gekregen, is het gelukt om de verschillende partijen in de keten en de consument dichter bij elkaar te brengen," legt hij uit. Maar dit heeft tijd nodig. "Het gesprek is belangrijk, het begrip is belangrijk, het samen denken, samen delen en dan pas samen vermenigvuldigen", sluit Cor de Fijter (Flynth) af.

Zowel internationaal als nationaal zijn (jonge) boeren en tuinders gebaat bij een wederzijdse verbinding van boeren, tuinders, verwerkers en retailers die waarde toevoegt aan een product: de zogeheten waardeketens. Met het project Waardecreatie in Ketens (WiK) levert NAJK hier, samen met LTO en Rabobank, een belangrijke bijdrage aan. Op blz. 14 vertelt NAJK-voorzitter Roy Meijer graag meer over dit project. <

Deze discussiebijeenkomst met het thema 'ketens' is tot stand gekomen met medewerking van Cor de Fijter (Flynth), Davy te Bokkel (DeLaval), Rogier Verburgh (ForFarmers), Melissa van de Kam-Jacobs (Interpolis), Lotte van Dueren den Hollander (BO Akkerbouw en HAJK-bestuurder), Bart Stegink (varkenshouder en OAJK-bestuurder) en Roy Meijer (voorzitter NAJK).