



Schuttelaar  
& Partners



Ministerie van Landbouw, Visserij,  
Voedselzekerheid en Natuur

# LVVN eindrapportage bovenwettelijke duurzaamheidseisen aan de primaire sector

IUC-kenmerk 202407110

17 januari 2024

Schuttelaar & Partners

## Colofon

Schuttelaar & Partners, the Agency for a Healthy World  
Auteurs: Justin Kerkmeijer, Roos Benard, Just Blonk & Suzanne van der Pijl

Onderzoeksperiode: oktober 2024 - januari 2025

IUC-kenmerk: 202407110



© Schuttelaar & Partners. Alle teksten, beelden, logo's en andere content in deze worden beschermd door het auteursrecht, tenzij anders vermeld. Reproductie en/of gebruik is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming. Onze algemene voorwaarden zijn te vinden op [schuttelaar.nl/voorwaarden](https://schuttelaar.nl/voorwaarden).



## Voorwoord

Dit onderzoek is gerealiseerd dankzij constructieve en prettige samenwerkingen

Onze dank gaat uit naar de marktpartijen die bereid zijn geweest hun kennis te delen via interviews. Uit respect voor hun anonimiteit worden deze partijen niet bij naam genoemd.

Ook bedanken wij Jasper Lok en Cas Zeldenrust die het onderzoek vanuit LVVN hebben gecoördineerd.

Parallel aan dit onderzoek liep het onderzoek van Geelen Consultancy, ook in opdracht van het ministerie LVVN. Dat onderzoek belicht de wijze waarop agrarische ondernemers aankijken tegen de bovenwettelijke duurzaamheidseisen. Gezamenlijk bieden deze rapporten een ketenbreed perspectief op bovenwettelijke eisen.



# Inhoudsopgave

|                                                                            |             |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|
| • <a href="#">Inleiding</a>                                                | p.5         |
| • <a href="#">Onderzoeksopzet</a>                                          | p.7         |
| • <a href="#">Scope en randvoorwaarden</a>                                 | p.8         |
| <b>Het Nederlandse voedselsysteem</b>                                      | <b>p.9</b>  |
| • <a href="#">Landschap in beweging</a>                                    | p.17        |
| <b>Deskstudie</b>                                                          | <b>p.19</b> |
| • <a href="#">Methodiek deskstudie</a>                                     | p.20        |
| • <a href="#">Duurzaamheidsambities marktpartijen</a>                      | p.23        |
| • <a href="#">Duurzaamheidseisen</a>                                       | p.35        |
| <b>Diepte-interviews</b>                                                   | <b>p.55</b> |
| • <a href="#">Methodiek diepte-interviews</a>                              | p.56        |
| • <a href="#">Perspectieven van marktpartijen op bovenwettelijke eisen</a> | p.57        |
| <b>Conclusies en aanbevelingen</b>                                         | <b>p.75</b> |
| • <a href="#">Conclusie en aanbevelingen</a>                               | p.76        |
| • <a href="#">Bronnen</a>                                                  | p.80        |
| <b><a href="#">Bijlage: Schema's</a></b>                                   | <b>p.87</b> |





# Inleiding

## Inleiding

Het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) wil haar inzicht vergroten in de duurzaamheidsdoelen en -eisen die afnemende ketenschakels stellen aan de (Nederlandse) primaire producenten van voedingsmiddelen. De onderzoeksvraag van het rapport luidt:

*Welke bovenwettelijke eisen stellen marktpartijen aan Nederlandse primaire producenten en wat zijn de gevolgen voor de Nederlandse primaire sector?*

De volgende deelvragen staan centraal:

- Welke **bovenwettelijke eisen** zijn er **per sub-sector**?
- Wat zijn **motiveringen van marktpartijen** om bovenwettelijke eisen te stellen (wie/wat bepaalt deze eisen)?
- Hoe wordt er gekeken naar **doel- en middelsturing**?
- In hoeverre wordt er door marktpartijen rekening gehouden met de **uitvoerbaarheid en administratieve lasten** voor de agrariër?
- Zijn er **verschillen tussen sectoren** en/of is er een **samenhang** binnen sectoren te herkennen?
- In welke mate wordt de agrariër voor de gevraagde inspanningen **beloond** (o.a. financieel, afzetzekerheid en communicatief)?
- Stellen de marktpartijen aan **producenten in het buitenland** andere bovenwettelijke duurzaamheidseisen?
- Wat is de rol van **regeneratieve- en biologische landbouw**?



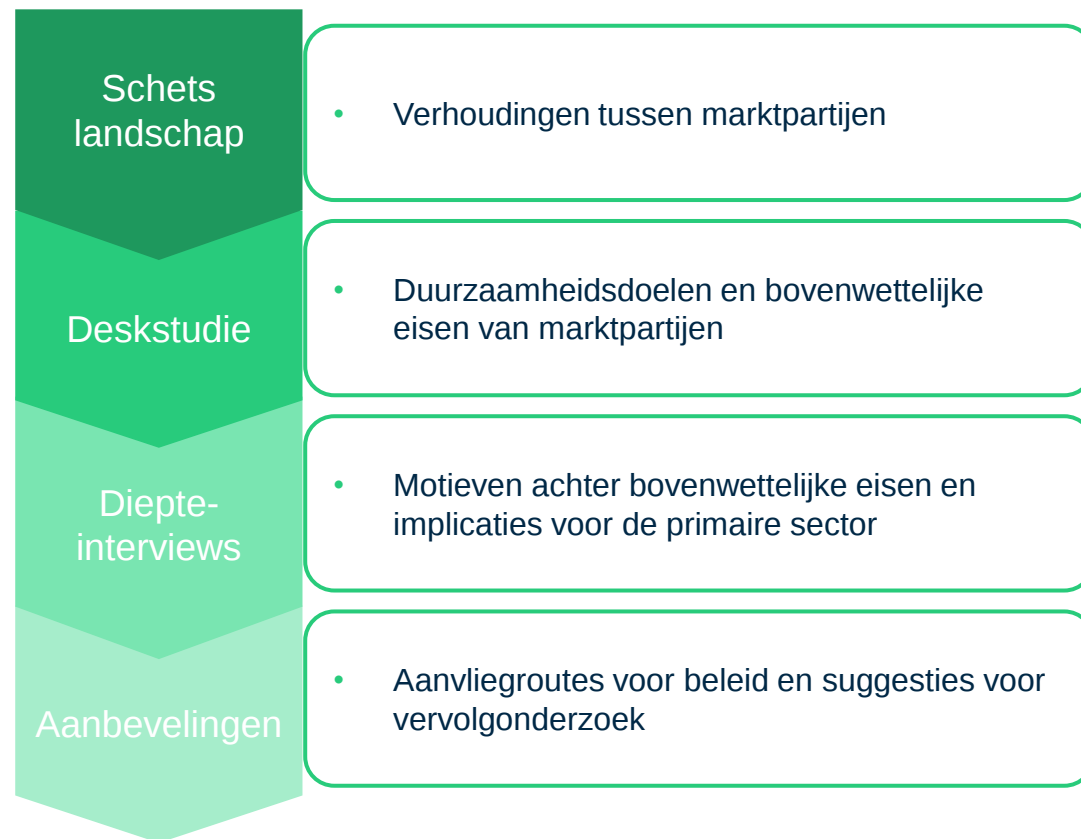
## Onderzoeksopzet

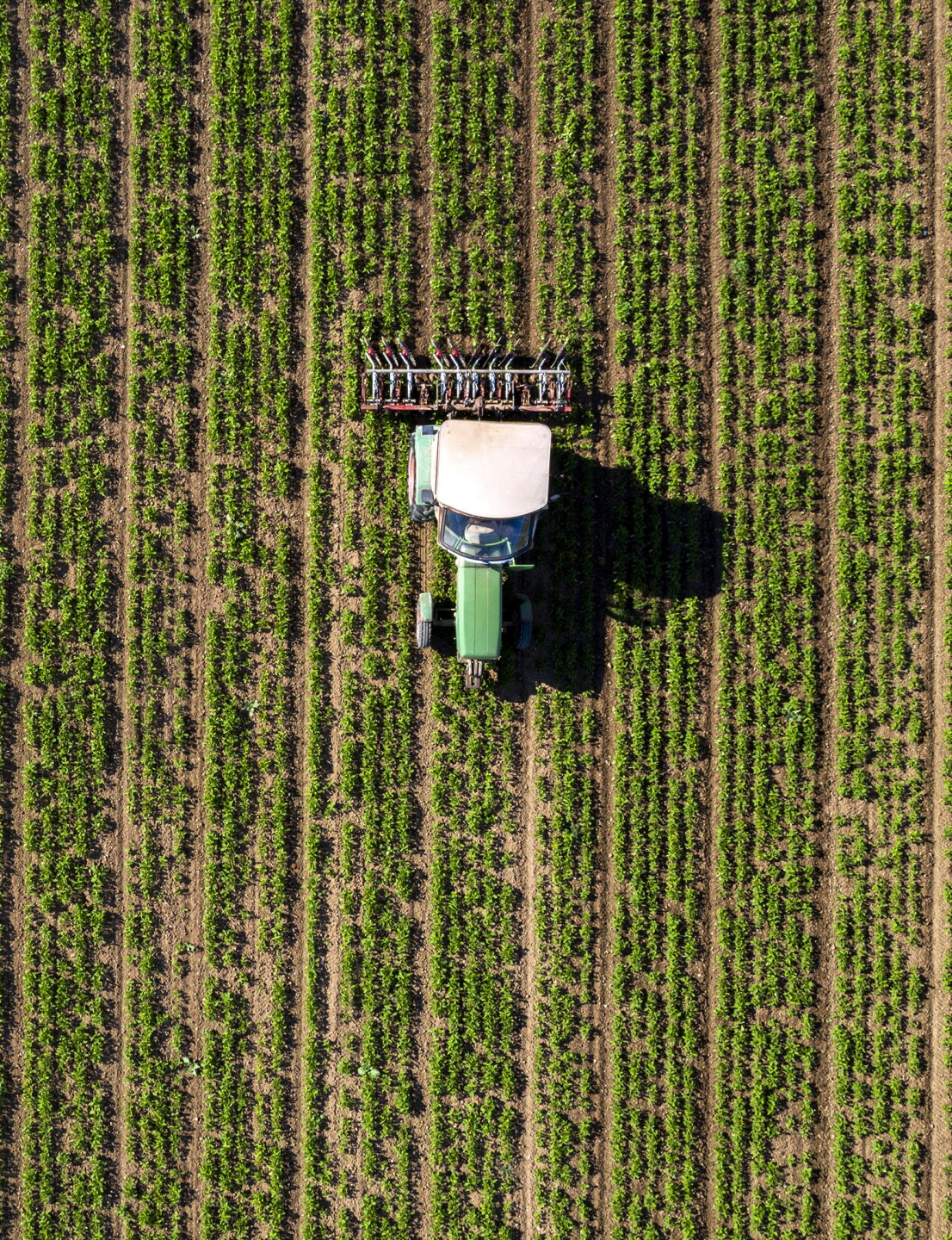
Dit onderzoek bestaat uit drie delen. Ten eerste wordt het **Nederlandse voedselsysteem** omschreven om inzicht te geven in de verhoudingen. Dit gebeurt op basis van openbare data en actualiteiten.

Het tweede deel van het onderzoek bestaat uit een deskstudie naar de duurzaamheidsrapporten, inkoopvoorwaarden en gedragscodes van verschillende toonaangevende Nederlandse marktpartijen. Het hoofddoel is het verkrijgen van **overzicht van de duurzaamheidseisen** die worden gesteld aan de Nederlandse primaire sector en aan welke duurzaamheidsdoelen deze eisen bijdragen. Daarnaast geeft de deskstudie indicatieve antwoorden op de verschillende deelvragen van het onderzoek.

In het laatste deel van het onderzoek wordt, via interviews met marktpartijen, dieper ingegaan op **de redentie achter de gestelde duurzaamheidseisen** en de implicaties hiervan voor agrariërs. De verkregen inzichten vormen de basis voor het beantwoorden van de verschillende deelvragen.

Tot slot worden op basis van deze antwoorden **enkele conclusies getrokken en aanbevelingen** gedaan.





## Scope en randvoorwaarden

1. Dit onderzoek richt zich op bovenwettelijke eisen ten aanzien van de duurzaamheid van de productiewijze. Dit omvat **milieu, klimaat, natuur, dierenwelzijn en rapportageverplichtingen** van deze thema's.
2. **Centraal staan harde bovenwettelijke afspraken en eisen waar de primaire producent mee te maken krijgt.** Wettelijke eisen worden meegenomen wanneer marktpartijen hierin twee jaar op vooruitlopen.
3. Dit onderzoek **beperkt zich tot afnemende partijen van landbouwproducten** (voedselverwerkende bedrijven, inkooporganisaties, supermarkten en foodservicebedrijven) **ook wel marktpartijen genoemd** in dit onderzoek.
4. **Producten afkomstig uit risicolanden**, zoals cacao, tropisch fruit, koffie en thee **zijn geen onderdeel van dit onderzoek.**
5. Dit onderzoek is **gebaseerd op een deskstudie en diepte-interviews.** Vanwege vertrouwelijkheid zijn de resultaten geaggregeerd.



# Het Nederlandse voedselsysteem

## Agrifood in een ecosysteem

Het voedselsysteem wordt weergegeven als een **complex ecosysteem** van schakels die elkaar wederzijds beïnvloeden. In dit rapport wordt een schematische weergave gepresenteerd van de marktpartijen die een rol spelen bij het stellen van bovenwettelijke duurzaamheidseisen, in lijn met de onderzoeksvraag.



## Het Nederlandse voedselsysteem als een zandloper

Het voedselsysteem in Nederland is op te delen in een aantal belangrijke schakels, van de productie van grondstoffen tot aan de verkoop aan consumenten. Dit systeem wordt vaak beschreven als een **zandlopermodel** vanwege de structuur waarin veel producenten aan de ene kant en veel consumenten aan de andere kant afhankelijk zijn van een relatief klein aantal schakels in het midden. Deze bedrijven bepalen grotendeels welke producten op de markt komen en op welke manier de voedselproductie wordt georganiseerd. Ze hebben daardoor veel invloed op prijs en duurzaamheidseisen.

De schakels van de voedselketen worden hieronder beknopt omschreven en op de pagina hierna schematisch weergegeven.

- **Land- en tuinbouw en vissersschepen (primaire sector)**

De eerste schakel in de Nederlandse voedselsysteem zijn de primaire producten van ons voedsel; oftewel agrariërs, tuinders en vissers. Nederland telt zo'n **51.000 land- en tuinbouwbedrijven**. Daarnaast zijn er circa **580 vissersschepen** actief die werkgelegenheid bieden aan circa 1.800 mensen.

- **Voedselverwerkende bedrijven**

Voedselverwerkende bedrijven vormen de volgende schakel in de voedselketen. Zij zijn verantwoordelijk voor de verwerking en distributie van producten. Dit doen ongeveer **9.200 voedselverwerkende bedrijven** in Nederland. **3% van deze bedrijven is verantwoordelijk voor 50% van de totale omzet in deze sector**. Deze zijn omschreven in het figuur als grote bedrijven, de overige 97% bedrijven zijn micro- en mkb-bedrijven.

- **Inkooporganisaties, retailers en groothandels**

Inkooporganisaties zijn gespecialiseerd in het centraliseren en coördineren van de inkoop voor één of meerdere retailketens en foodservicebedrijven. Ze kopen grote volumes in, waardoor ze schaalvoordelen en efficiënte logistiek kunnen realiseren. Op het moment zijn er in Nederland **vijf grote inkoopkantoren**: Ahold Delhaize, Jumbo Groep, SuperUnie, Lidl en Aldi. Er zijn zeventien retailers (supermarktformules) waarvan de **vijf grootste supermarkten een gezamenlijk marktaandeel van circa 80%** hebben (zie pagina 16). Er zijn **vier groothandels dominant** in de foodservice. Sligro Food Group, Hanos, Bidfood en Makro hebben gezamenlijk ruim de helft van het marktaanbod.

- **Foodservice**

De foodservicemarkt is meer versnipperd, maar wordt wel gedomineerd door **290 foodservice bedrijven met een marktaandeel van circa 60%**.

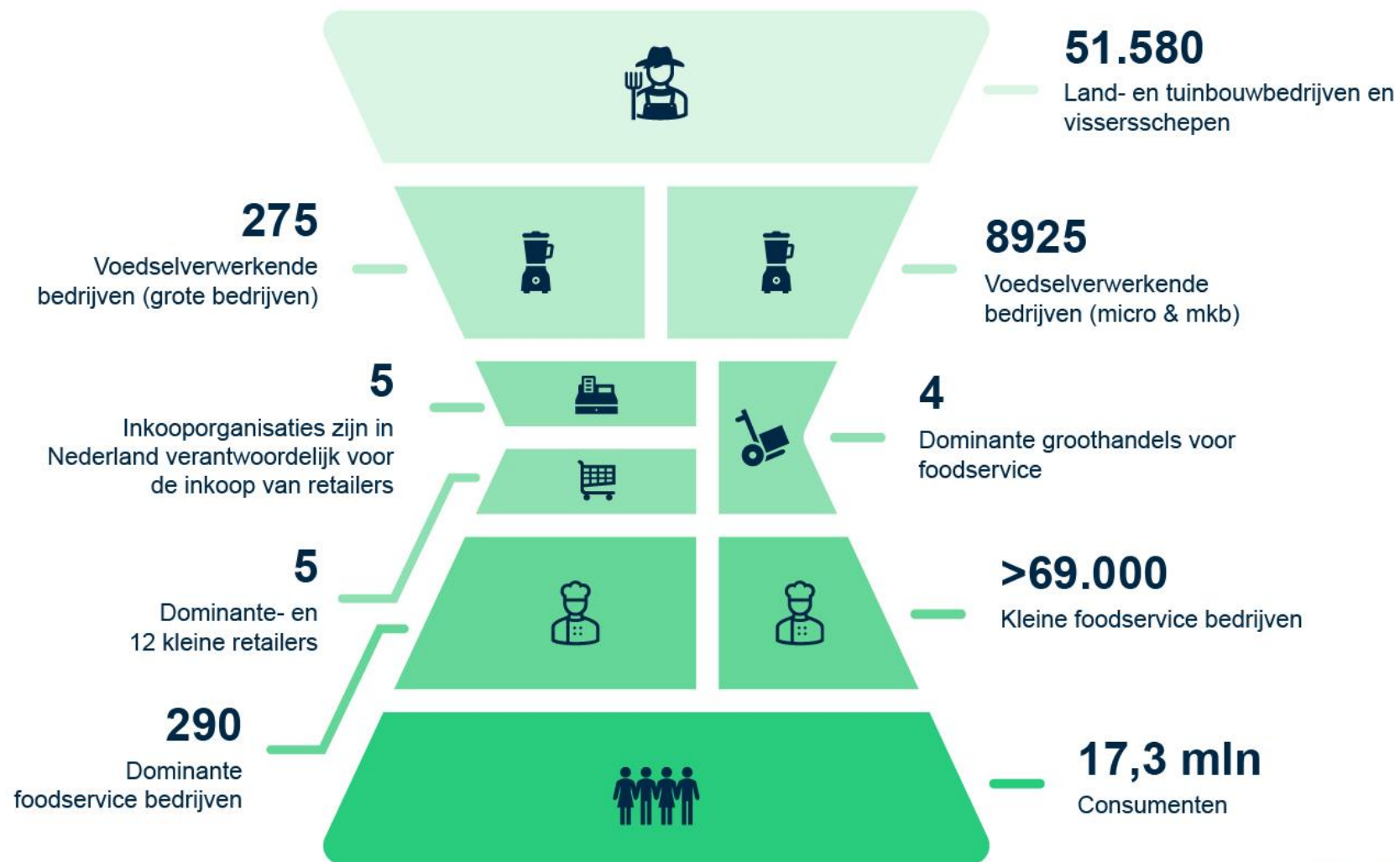
- **Consumenten**

Nederlanders (17,3 miljoen) besteden 59% van het budget wat ze besteden aan voedsel in supermarkten (39,1 miljard euro) en 29% in foodservice (19 miljard euro).



## Spelers in het Nederlandse voedselsysteem

Dit figuur laat zien hoe marktpartijen zich tot elkaar verhouden in een zandlopermodel. In de smalle, middelste laag van het systeem vormt een relatief klein aantal grote bedrijven de belangrijkste schakels tussen producent en consument.



© S&P 2025



## Elke sector is uniek

De vorige pagina's schetsen een generiek beeld van het Nederlandse voedselsysteem. Op de volgende pagina's zoomen we in op de zuivelsector en de tomatensector om aan te tonen dat sectoren onderling sterk kunnen verschillen. Bieden sectoren hebben een grote exportstroom. De zuivelsector wordt daarbij gekenmerkt door grootschalige, sterk geïntegreerde ketens. De keten van de tomaat is daarentegen minder rechtlijnig. Hier zien we veel verschillende routes van teler tot consument en geven aan welk deel in Nederland blijft. Deze ketens in beeld hebben we in 2018 gemaakt in opdracht van het CBL.

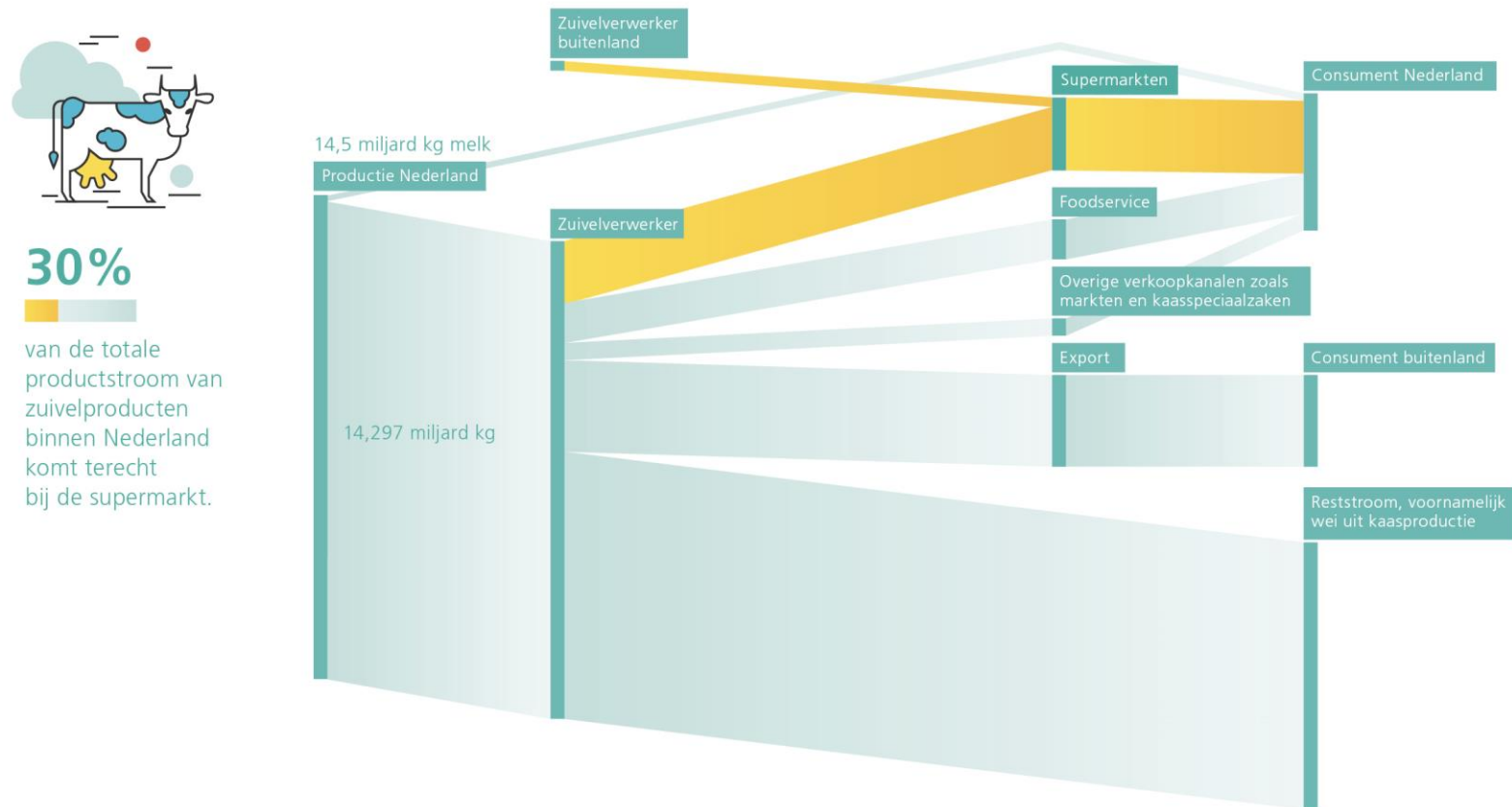


## De Nederlandse Zuivelketen

Dit figuur geeft de productstromen in de zuivelketen in Nederland.

Nederland is een van de **grootste zuivelproducenten en -exporteurs ter wereld**. Dit geeft zuivelverwerkers een centrale positie in de keten. Grote bedrijven zoals FrieslandCampina en A-ware hebben internationale bekendheid.

Zo'n 30% van de zuivel die in Nederland wordt geproduceerd komt in de supermarkt terecht. Een vergelijkbare hoeveelheid wordt geëxporteerd of verkocht via andere afzetkanalen. Ook blijft een groot deel ~40% achter als reststroom.



### Achtergrondinformatie

Dit stroomdiagram geeft de volumes tussen de verschillende schakels in de voedselketen binnen Nederland weer. Deze visualisatie is een vereenvoudigde weergave van de zuivelketen. De schakels en volumes in de keten zijn in kaart gebracht op basis van publiekelijk beschikbare bronnen, interviews met ketenexperts en inschattingen. De import van melk van buitenlandse melkveehouders is buiten beschouwing gelaten.

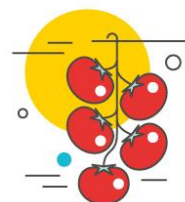
Uitgevoerd door: Schuttelaar & Partners, september 2018.

## De Nederlandse tomatenketen

Dit figuur illustreert de productstromen in de Nederlandse tomatenketen

Nederland is de **grootste tomatenexporteur binnen de Europese Unie**. Ongeveer 85% van de in Nederland geteelde of geïmporteerde tomaten is bestemd voor export.

In tegenstelling tot zuivel volgen tomaten verschillende routes naar hun afzetkanalen. Sommige tomaten worden verwerkt, terwijl andere rechtstreeks via de groothandel naar supermarkten gaan. Van de tomaten die in Nederland worden verwerkt, gaat een bijna even grote hoeveelheid naar de foodservice als naar de supermarkten.



9%

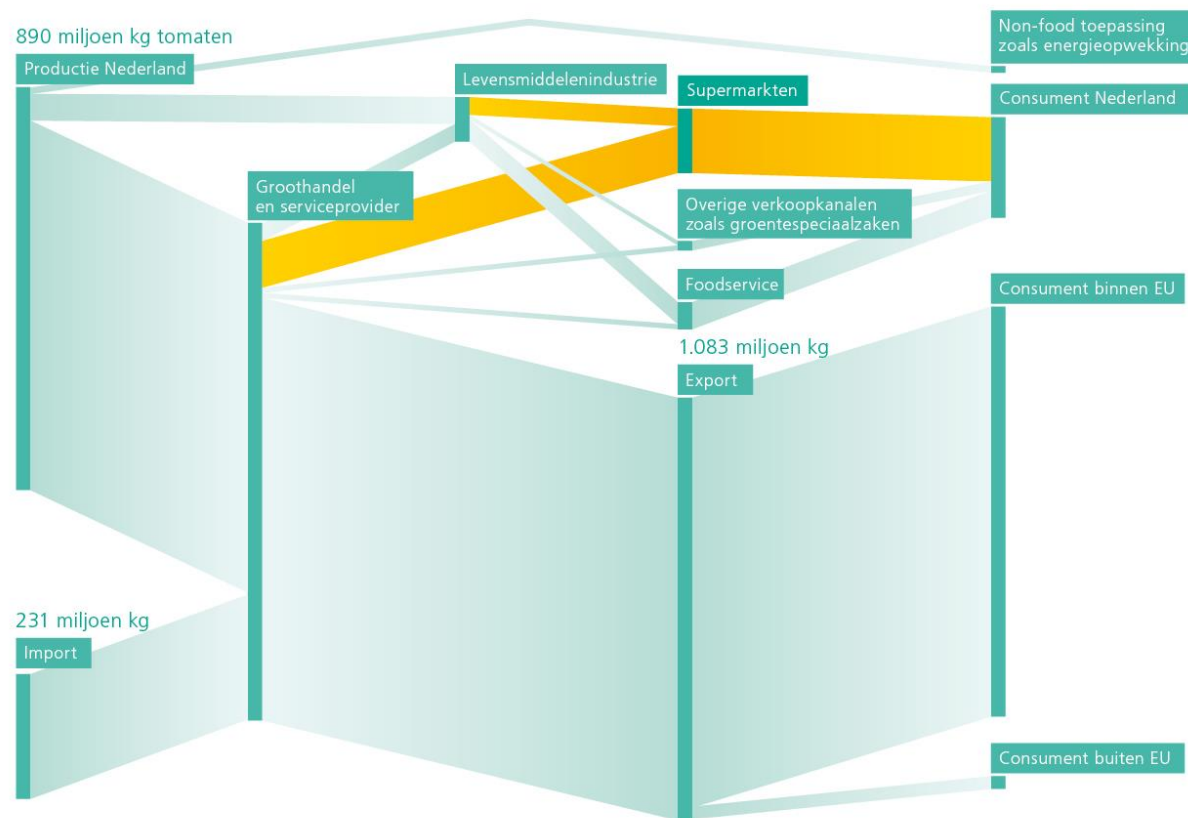
van de totale productstroom van tomaten en tomaatproducten binnen Nederland komt terecht bij de supermarkt.

### Achtergrondinformatie

Dit stroomdiagram geeft de volumes tussen de verschillende schakels in de voedselketen binnen Nederland weer. Deze visualisatie is een vereenvoudigde weergave van de tomatenketen. De schakels en volumes in de keten zijn in kaart gebracht op basis van publiekelijk beschikbare bronnen, interviews met ketenexperts en inschattingen.

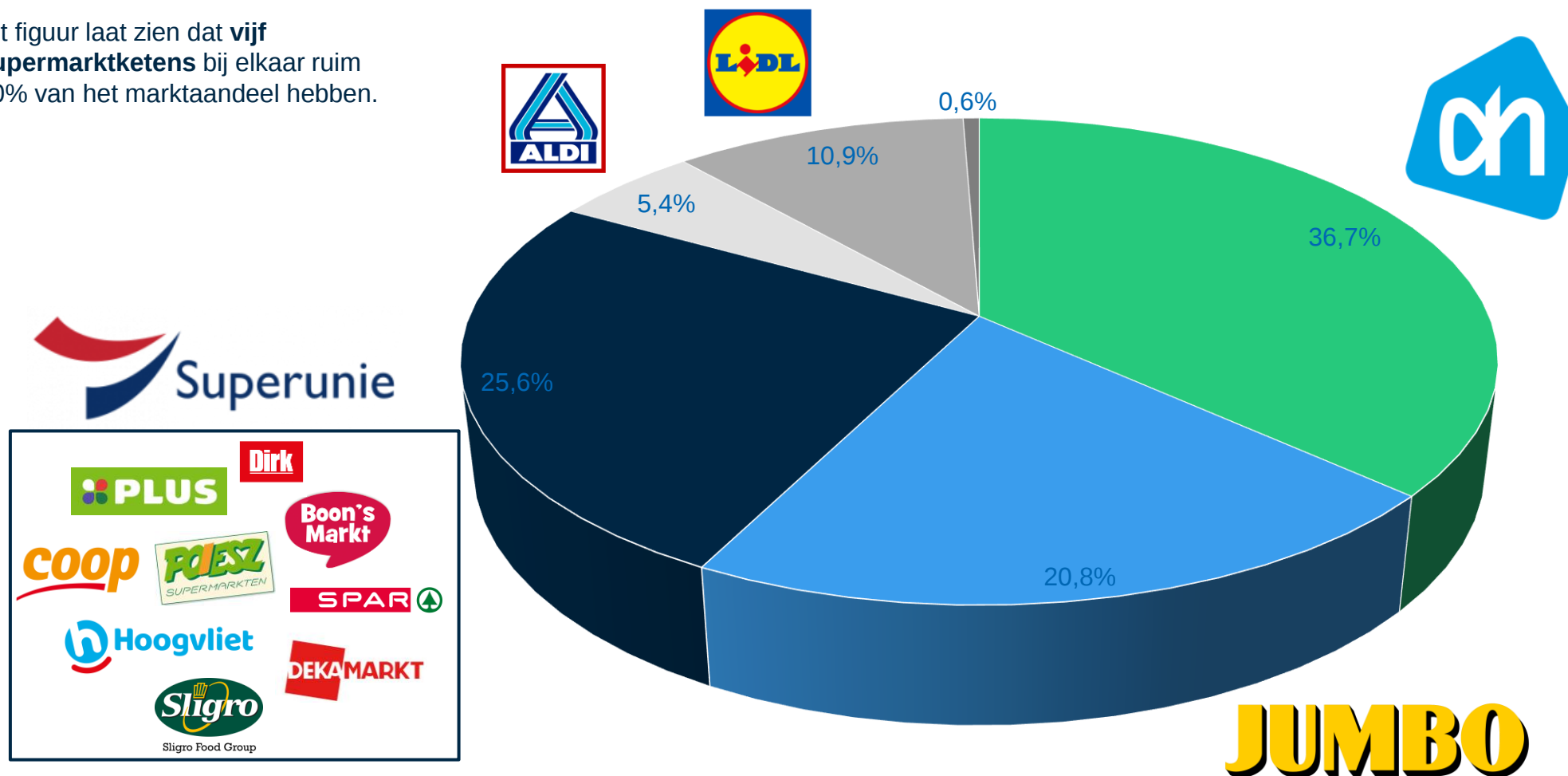
Uitgevoerd door: Schuttelaar & Partners, september 2018.

## De tomatenketen in beeld



## Marktaandeel supermarktketens 2023

Dit figuur laat zien dat **vijf supermarktketens** bij elkaar ruim 80% van het marktaandeel hebben.





# Landschap in beweging

## Harmonisatie en transparantie

Er is een krachtige beweging naar **meer transparantie, traceerbaarheid en harmonisatie van duurzaamheidseisen**. Die beweging wordt aangestuurd vanuit zowel de Europese commissie, de Nederlandse overheid, de markt en de consument.

### Europese richtlijnen

(Aangekondigde) Europese interventies sturen op ketenverantwoordelijkheid en eerlijke, transparante en vergelijkbare communicatie over duurzaamheid op voedingsproducten. Hierdoor neemt **datagestuurde verduurzaming** toe.

- Ketenverantwoordelijkheid: EUDR, CSDDD
- Duurzaamheidsrapportage: CSRD
- Duurzaamheidscommunicatie: GCD, ECGT
- Klimaatdoelstellingen: SBTi, CSRD

### Europese initiatieven

In Europa zijn er initiatieven gericht op **harmonisatie** van milieudata(bases), methodieken en indicatoren.

- Eco-score is een Europees milieulabel (kleurschaal zoals Nutri-Score) over de ecologische voetafdruk van voedingsmiddelen (meerdere indicatoren).

- Life ECO FOOD CHOICE project is gericht op de ontwikkeling van één geharmoniseerd ecolabel voor al het voedsel in Europa. Met als doel het veranderen van het dieet en het stimuleren van productverbetering. Nederland is betrokken met 7 andere landen.

### Retail

De inkoop van retail en foodservice schaal op en wordt steeds meer Noordwest Europees georiënteerd. Het is aannemelijk dat dit leidt tot verdere **harmonisatie van duurzaamheidseisen tussen landen**. Centralisatie maakt tegelijk retailers minder afhankelijk van één leverancier en maakt dat zij makkelijker prijzen kunnen bepalen.

In 2023 heeft CBL aangekondigd te streven naar **één bovenwettelijke duurzaamheidsstandaard** waarbij producenten eerlijke vergoedingen ontvangen. Hiermee wordt mogelijk de bodem omhoog getrokken en de complexiteit verminderd.

### Consument

Milieu Centraal heeft voor consumenten duidelijkheid gecreëerd door 12 geaccrediteerde keurmerken te selecteren en te erkennen als **Topkeurmerken**. Deze keurmerken bieden transparante en betrouwbare richtlijnen om duurzamere keuzes te faciliteren. Daarnaast is er **aangescherpt toezicht** op groene claims, onder andere door toedoen van de ACM, de RCC en initiatieven zoals de Superlijsten.



# Deskstudie

## Methodiek deskstudie

### Selectie van marktpartijen

Voor de deskstudie zijn er zestien afnemende partijen geselecteerd die gezamenlijk een representatief beeld geven binnen de Nederlandse markt.

Circa 70% van ons voedsel wordt verkocht door **supermarkten**. Daarom zijn zij stevig vertegenwoordigd in dit onderzoek met drie van de vijf grootste supermarkten en de grootste **inkoopcoöperatie** voor supermarkten

Ook **foodservice** levert direct aan de consument. Daarvan zijn een **cateringservice** en een **groothandel** meegenomen.

Er zijn twee voedingsmiddelenbedrijven meegenomen met de omvang van **internationale multinational**. Door hun schaal en wereldwijde aanwezigheid zijn zij van grote invloed op de manier waarop voedsel wordt geproduceerd, verwerkt en geconsumeerd.

Ook zijn er zeven bedrijven meegenomen die een essentiële schakel zijn binnen de sectoren **tarwe, akkerbouw, zuivel, vlees/pluimvee, vis, groenten en fruit**. Op eigen wijze dragen zij bij aan de verduurzaming van de primaire sector.

### Selectie en analyse van bronnen

De volgende openbaar en opvraagbare bronnen zijn gebruikt:

- Jaar- en duurzaamheidsverslagen;
- Code-of-conducts/inkoopvoorwaarden;
- Aanvullende rapporten/beleid/programma's/certificeringseisen waaraan gerefereerd in hiervoor genoemde documenten;
- Monitors van media en vakbladen voor (aanvullende) relevante ontwikkelingen in 2024.

De gegevens zijn als volgt geanalyseerd:

1. Doelstellingen van marktpartijen zijn gecategoriseerd op basis van de thema's klimaat, natuur, dierenwelzijn, eiwittransitie en biologisch.
2. De bovenwettelijke eisen die hieruit voorkomen, in combinatie met eventuele andere eisen die gesteld worden in inkoopvoorwaarden/inkoopbeleid zijn op basis van dezelfde categorieën ingedeeld.
3. Vervolgens zijn deze eisen ingedeeld op basis van de landbouwsector waar ze betrekking op hebben.

## Selectie van betrokken marktpartijen in deze studie (1)

| Afnemende partij | Sector/<br>Ketenplek   | Onderbouwing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Albert Heijn     | Supermarkt             | Albert Heijn is de <b>grootste supermarktketen</b> van Nederland en is onderdeel van Ahold Delhaize. Ze spelen een dominante rol in de Nederlandse retailmarkt en hebben een breed netwerk van leveranciers en eigen merken.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Aldi             | Supermarkt             | Aldi is een <b>discountsupermarktketen die zowel in Nederland als internationaal</b> actief is. Ze richten zich op het aanbieden van een klein maar efficiënt assortiment aan producten tegen lage prijzen. Aldi koopt direct in bij producenten en biedt voornamelijk huismerken aan.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Albron           | Foodservice            | Albron is <b>een van de grootste foodserviceorganisaties</b> in Nederland en levert <b>cateringdiensten</b> aan diverse sectoren, waaronder bedrijven, zorginstellingen, recreatieparken en scholen. Ze kopen voedsel in bij producenten en distributeurs om een breed scala aan gerechten en maaltijden te bereiden.                                                                                                                                                                                                                                 |
| Argifirm         | Akkerbouw              | Agrifirm is een <b>coöperatie</b> en <b>een van de grootste spelers in de tarwehandel en -verwerking</b> in Nederland. Ze zijn een belangrijke schakel tussen de agrarische productie en de verwerking van voedsel en veevoer. Ze hebben een sterke positie in de Nederlandse agrarische sector en werken nauw samen met akkerbouwers om de kwaliteit en opbrengst van tarwe te optimaliseren.                                                                                                                                                        |
| Cornelis Vrolijk | Vis                    | Cornelis Vrolijk is een toonaangevend <b>visserijbedrijf dat actief is in de vangst, verwerking en distributie van vis en zeevruchten</b> . Ze zijn betrokken bij de gehele keten, van vangst op zee tot verwerking en levering aan supermarkten en groothandels.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Danone           | Multinational          | Danone is <b>een van de grootste spelers in de zuivel-, babyvoeding- en watersector</b> . Het bedrijf heeft een breed portfolio van merken die wereldwijd verkrijgbaar zijn. Door haar schaal en wereldwijde aanwezigheid heeft Danone een grote invloed op de manier waarop voedsel wordt geproduceerd, verwerkt en geconsumeerd.                                                                                                                                                                                                                    |
| FrieslandCampina | Zuivel                 | FrieslandCampina is <b>een van de grootste zuivelcoöperaties ter wereld</b> en opereert in zowel de productie als de verwerking van melk. Het bedrijf werkt nauw samen met agrariërs om de kwaliteit van de melk te waarborgen en investeert in duurzame landbouwpraktijken en dierenwelzijn. Ze zijn betrokken bij de gehele keten, van melkinzameling bij boerderijen tot productie, verpakking en distributie van zuivelproducten.                                                                                                                 |
| Greenery         | Akkerbouw/<br>Tuinbouw | The Greenery is een toonaangevende <b>Nederlandse afzetorganisatie voor groenten en fruit</b> . Ze spelen een belangrijke rol in de voedselketen door als schakel te fungeren tussen producenten (agrariërs) en retailers of groothandels. Ze werken samen met een groot netwerk van Nederlandse en buitenlandse agrariërs om een breed assortiment van AGF-producten (aardappelen, groente en fruit) aan te bieden. Ze leveren deze producten aan supermarkten, groothandels, foodservicebedrijven en exportmarkten, zowel binnen als buiten Europa. |



## Selectie van betrokken marktpartijen in deze studie (2)

| Afnemende partij | Sector/<br>Ketenplek | Onderbouwing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hak              | Akkerbouw            | HAK is een <b>producent van groenteconserven en verwerkt verse groenten en peulvruchten tot lang houdbare producten</b> . Ze kopen hun grondstoffen direct van lokale agrariërs en verwerken deze op hun eigen productielocaties. HAK werkt nauw samen met Nederlandse en Belgische agrariërs en zet zich in voor duurzame teeltmethoden.                                                                                                                                                                  |
| Hilton Foods     | Vlees en vis         | Hilton Food Group is een grote speler in de <b>verwerking en verpakking van vlees en vis, en levert direct aan retailers</b> . Ze opereren internationaal en werken nauw samen met supermarktketens om verse en voorverpakte producten te leveren.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Jumbo            | Supermarkt           | Jumbo is de op <b>één na grootste supermarktketen van Nederland</b> en heeft een sterke positie in de markt. Ze zijn een familiebedrijf en richten zich op het bieden van betaalbare en kwalitatieve producten. Jumbo koopt direct in bij producenten en heeft een breed assortiment aan verse producten en huismerken.                                                                                                                                                                                    |
| Plukon           | (pluimvee)<br>Vlees  | Plukon Food Group is <b>een van de grootste producenten en verwerkers van pluimveevlees in Europa</b> . Plukon speelt een centrale rol in de pluimveeketen door betrokken te zijn bij bijna alle stappen van het proces: van de teelt en het slachten van pluimvee tot de verwerking en verpakking van kipproducten. Ze werken nauw samen met pluimveehouders in meerdere Europese landen, zoals Nederland, Duitsland, België, en Frankrijk, en beheren hun eigen slachthuizen en verwerkingsfaciliteiten. |
| Royal Cosun      | Akkerbouw            | Royal Cosun is een <b>agrarische coöperatie gespecialiseerd in de verwerking van gewassen zoals suikerbieten (Suiker Unie), aardappelen (Aviko) en groenten</b> . Ze produceren ingrediënten en eindproducten voor zowel de voedingsmiddelenindustrie als de consument. Cosun werkt nauw samen met agrariërs en verwerkt landbouwproducten tot hoogwaardige ingrediënten en producten.                                                                                                                     |
| Sligro           | Groothandel          | Sligro is een toonaangevende <b>groothandel en leverancier van foodservice-producten</b> in Nederland, gericht op horeca, catering, en foodretail. Als belangrijke speler in de Nederlandse voedselmarkt vertegenwoordigt Sligro een groot deel van de foodservice-sector, wat hen invloedrijk maakt in de verduurzaming van de voedselketen en het bevorderen van duurzame inkooppraktijken binnen Nederland.                                                                                             |
| SuperUnie        | Inkoop               | Superunie is een <b>inkoopcoöperatie die 13 supermarktorganisaties in Nederland vertegenwoordigt</b> , waaronder bekende ketens zoals PLUS, COOP en Jan Linders. Ze zijn verantwoordelijk voor de gezamenlijke inkoop van producten voor hun leden, wat hen in staat stelt om betere inkoopvoorwaarden en prijzen te bedingen.                                                                                                                                                                             |
| Unilever         | Multinational        | Unilever is <b>een van de grootste consumentenbedrijven ter wereld</b> en heeft een uitgebreid assortiment aan voedingsmiddelen en huishoudelijke producten. Het bedrijf richt zich vooral op verwerkte voedingsmiddelen, snacks en spreads, en is actief in meerdere segmenten van de voedselketen. Door haar schaal en wereldwijde aanwezigheid heeft Unilever een grote invloed op de manier waarop voedsel wordt geproduceerd, verwerkt en geconsumeerd.                                               |





**Duurzaamheids-  
ambities  
marktpartijen**

# THEMA'S VAN MARKT- PARTIJEN

## KLIMAAT



## NATUUR



## BIOLOGISCH



## EIWITTRANSITIE



## DIERENWELZIJN



## Blik op duurzaamheidsambities marktpartijen

Op deze pagina sommen we de meest opvallende bevindingen op na het bestuderen van de duurzaamheidsverslagen van marktpartijen. Op de volgende pagina's is te zien op welke thema's er welke ambities door marktpartijen zijn geformuleerd.

### 1. Klimaat en natuur veelvuldig gekozen thema's

Bijna alle onderzochte partijen hebben ambities op klimaat en op natuur. Meestal is de klimaatambitie gericht op het verkleinen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk. Het tempo en de aanpak om dit te bereiken verschillen echter. Op natuur lopen de ambities sterk uiteen, zowel de focus als de aanpak.

### 2. Brede inzet van supermarkten

Retailers hebben de grootste verscheidenheid aan thema's waarop zij ambities hebben geformuleerd. Zo stellen ze nagenoeg allemaal eisen op het gebied van zowel dierenwelzijn, de eiwittransitie als het aandeel biologische producten.

### 3. Keurmerken en certificering als doel

Het vergroten van het aandeel (top)keurmerken is soms een opzichzelfstaand duurzaamheidsdoel. Met name bij retailers wordt er gestreefd naar een zo hoog mogelijk percentage gecertificeerde producten of producten met een (top)keurmerk.

### 4. Eerlijke prijs voor Nederlandse sector verwerkt in programma's

Eerlijke prijs voor Nederlandse primaire sector is vaak onderdeel van duurzaamheidsprogramma's, waarin een beloning wordt gekoppeld aan extra inspanningen.

### 5. De (in)directe rol van internationale verdragen en richtlijnen

De meeste doelen die worden gesteld door marktpartijen zijn te herleiden tot internationale verdragen en regelgeving. Denk aan het Klimaatakkoord van Parijs voor klimaatdoelstellingen en de Europese richtlijnen EUDR en CSDDD voor ontbossing. Vanaf 2025 verplicht de EUDR bedrijven om te garanderen dat producten zoals soja en palmolie niet afkomstig zijn van recent ontbost land, waardoor ontbossing als gevolg van EU-import wordt verminderd. De CSDDD verplicht bedrijven om risico's, zoals ontbossing in hun toeleveringsketen actief aan te pakken, waardoor duurzaamheid en verantwoordelijkheid worden bevorderd. Deze laatstgenoemde wetgeving zit nog in de goedkeuringsfase en zal naar verwachting vanaf 2026 van kracht zijn. Wanneer partijen hierop vooruitlopen, dan is er sprake van bovenwettelijke ambitie.

### 6. Geen eisen voor tegengaan voedselverspilling en duurzame verpakkingen voor producenten

Meerdere marktpartijen hebben ambities op het gebied van voedselverspilling. Deze ambities richten zich voornamelijk op de verwerking van producten en het tegengaan van derving. Dit betekent dat deze ambities momenteel vrijwel geen invloed hebben op primaire producenten. Hetzelfde geldt voor duurzame verpakkingen.

### 7. Duurzaamheidsambities en bovenwettelijk eisen zijn nauw verweven

De insteek van dit onderzoek was om duurzaamheidsambities te inventariseren en te zien hoe deze vertaald worden naar bovenwettelijke eisen. Ambities en eisen zijn in de praktijk vaak nauw verweven met elkaar; bijvoorbeeld door een keurmerk als doel te stellen. Keurmerken zijn daarmee tegelijkertijd het doel, als de eis waaraan agrariërs moeten voldoen..

### 8. Via biologisch wordt aan meerdere duurzaamheidsthema's gewerkt.

Daarom wordt de inzet op dit keurmerk apart uitgewerkt.



## Klimaatambities marktspelers (1)

Marktpartijen formuleren klimaatambities over verschillende scopes. In dit onderzoek zijn de ambities voor Scope-3 relevant, omdat de teelt en productie van grondstoffen hierbinnen vallen.

- **Scope 1** – emissies afkomstig van eigen bedrijfsactiviteiten en eigendommen,
- **Scope 2** – emissies door aangekochte energie,
- **Scope 3** – emissies buiten de eigen bedrijfsactiviteiten en eigendommen, maar binnen de eigen waardeketen.

Uit onze analyse blijkt dat **9 van de 17 onderzochte marktpartijen** een concrete doelstelling voor Scope-3 hebben vastgesteld.

Albert Heijn, Aldi, Danone, FrieslandCampina, Jumbo, Hilton Foods Group en Unilever hebben hun klimaatdoelstellingen laten verifiëren door het **Science Based Targets initiative (SBTi)**. Hier wordt onafhankelijk gevalideerd of klimaatdoelstellingen in lijn zijn met het Klimaatakkoord van Parijs. Royal Cosun heeft zich ook gecommitteerd aan het SBTi, maar heeft doelstellingen nog niet publiekelijk gecommuniceerd en deze zijn nog niet geverifieerd door het SBTi.

Retailers Albert Heijn en Jumbo hanteren het zogenaamde **SBTi 'suppliers commitment'**. Dit houdt in dat zij verwachten dat minimaal 65% van hun leveranciers klimaatdoelstellingen formuleert en deze laat verifiëren via het SBTi. Leveranciers moeten hiermee voldoen aan strikte normen voor emissiereductie. Het doel hiervan is om ook partijen verder in de keten verantwoordelijk te maken voor het verminderen van broeikasgasemissies.

Onder deze leveranciers vallen vaak bedrijven zoals HAK en FrieslandCampina, die hun producten verkopen via retailers. Hoewel agrariërs zelf niet verplicht zijn zich te committeren aan SBTi-doelen, spelen zij vanwege de aanzienlijke bijdrage van de primaire sector aan emissies wel een cruciale rol. Leveranciers hebben vaak duurzaamheidsprogramma's die specifiek gericht zijn op de primaire sector om emissies inzichtelijk te maken en te reduceren. Dit helpt zowel leveranciers als retailers bij het behalen van hun Scope 3-doelen en brengt een bredere duurzaamheidsbeweging op gang.

FrieslandCampina, Danone, Royal Cosun, en Unilever maken gebruik van specifieke programma's, standaarden en financiële prikkels om leveranciers – vooral agrariërs in de primaire sector – te stimuleren om emissiereductie en duurzaamheidsdoelen te behalen:

- Danone voert het **Farming for Generations**-programma, gericht op regeneratieve landbouwpraktijken die naast koolstofreductie ook biodiversiteit en bodemgezondheid bevorderen.
- FrieslandCampina heeft het **Fokus planet**-programma, waarin agrariërs financieel worden beloond voor verduurzaming van hun bedrijfsvoering, zoals de reductie van methaanuitstoot door verbeterd veevoer.
- Royal Cosun maakt gebruik van het **SCO2RE+**-programma, gericht op emissiereductie binnen alle scopes.
- Unilever ondersteunt duurzaamheidsdoelen via hun **Climate & Nature Fund**, dat regeneratieve landbouw stimuleert en agrariërs ondersteunt bij de implementatie van klimaatvriendelijke methoden.
- Agrifirm stelt doelen op productniveau in plaats van op scope-niveau en stimuleert emissiereductie op het erf, onder meer via het programma '**Grip op de bodem**'.



## Klimaatambities marktspelers (2)

Van de negen bedrijven zonder concrete Scope 3-doelstellingen zijn er vier bezig met het ontwikkelen van dergelijke doelen. De toenemende druk vanuit afnemende partijen, vooral retailers, en de aankomende regelgeving, zoals de **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)** die vanaf boekjaar 2026 rapportage over emissies verplicht stelt, stimuleren dit.

De klimaatambities van marktpartijen vertalen zich vooral in **emissiereductiedoelstellingen** voor directe leveranciers en niet voor primaire producenten. Toch lijkt het onvermijdelijk dat strengere eisen voor broeikasgasuitstoot ook voor producenten zullen worden ingevoerd om de klimaatdoelen van bedrijven te realiseren.

Momenteel zien we concrete doelstellingen op het gebied van duurzaamheid vooral terug in certificeringen van producten binnen de AGF-, eieren- en zuivelsector. Veel retailers koppelen hun doelstellingen aan keurmerken zoals **On the way to PlanetProof** waarin klimaat een belangrijke rol speelt. Daarnaast heeft het keurmerk **Beter voor Natuur en boer** dat door Albert Heijn wordt gebruikt voor Nederlandse AGF, ei, varkensvlees en zuivel aandacht voor maatregelen omtrent klimaat.

In de zuivelsector zien we dat zowel retailers als hun toeleveranciers verder in de keten klimaat een prominente plaats geven binnen **duurzaamheidsprogramma's**, waaraan agrariërs (al dan niet verplicht) deelnemen. Hierbij wordt vaak gestuurd op het behalen van een zo laag mogelijke uitstoot per kilogram geproduceerde melk. In andere sectoren is dit beeld minder duidelijk zichtbaar.

Klimaat is ook een onderdeel van **Global G.A.P. certificering** en de standaarden van het **SAI-platform**, twee internationaal erkende duurzaamheidsstandaarden die gericht zijn op AGF. De eisen binnen deze standaarden zijn echter minder concreet dan bij de eerder genoemde voorbeelden.

### Deelconclusie

Op het gebied van klimaat hebben vrijwel alle marktpartijen duidelijke doelstellingen gesteld. Deze ambities worden richting de primaire producenten vertaald in de vorm van keurmerken, certificeringen en duurzaamheidsprogramma's die specifieke klimaatcriteria bevatten. In vrijwel elke sector zien we dergelijke klimaat gerelateerde eisen terugkomen, met uitzondering van de groothandel, foodservice en vissector, waar concrete klimaatdoelen nog een kleinere rol spelen. Binnen deze sectoren zijn echter wel ontwikkelingen gaande, mede gestimuleerd door de komst van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Het monitoren van emissies op het erf brengt administratieve lasten met zich mee en levert alleen een meerprijs op wanneer er aantoonbare emissiereductie wordt gerealiseerd.

Duurzaamheidsprogramma's, certificeringen en standaarden zijn doorgaans van toepassing op buitenlandse en Nederlandse agrariërs.

## Natuurambities marktspelers (1)

Natuurambities worden vaak gesteld; **16 van de 17 onderzochte marktpartijen hebben natuurdoelstellingen** op een of meerdere van de volgende thema's:

- Biodiversiteit
- Bodemgezondheid
- Gewasbeschermingsmiddelen
- Ontbossing
- Overbevissing

Deze thema's zijn vaak geïntegreerd in keurmerken, certificeringen en duurzaamheidsprogramma's

### AGF (de tuin- en tuinbouw)

Voor AGF-producten heeft natuur vaak betrekking op biodiversiteit, bodemkwaliteit en het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Deze aspecten worden vaak integraal opgenomen in certificeringen of keurmerken. Global G.A.P. fungeert hierbij als een internationale standaard waaraan alle AGF-producten moeten voldoen. Zowel de retail als bijvoorbeeld The Greenery streeft naar 100% Global G.A.P.-certificering.

Daarnaast streven retailers naar een zo hoog mogelijk aandeel Nederlandse versproducten die voldoen aan integrale duurzaamheidskeurmerken, zoals On the way to PlanetProof, Beter voor Natuur en Boer en Biologisch. Dit leidt tot een duidelijke discrepantie tussen Nederlandse en buitenlandse primaire producenten, waarbij strengere eisen vaak specifiek gelden voor Nederlandse producten.

### Eieren en (pluim)veehouderij

Voor marktpartijen van eieren en vlees is ontbossing een belangrijk thema, vooral omdat palmolie en soja wat gebruikt wordt voor veevoer, vaak afkomstig zijn uit landen met een hoog risicoprofiel. Bijna alle marktpartijen geven aan dat de ketens in deze sector geheel ontbossingsvrij moeten zijn. Hierbij streven ze ernaar dat het veevoer gecertificeerd is volgens de standaarden van de Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) en/of de Round Table on Responsible Soy (RTRS), of een equivalent daarvan.

Veevoerproducent Agrifirm speelt hierop in door uitsluitend Europese soja en gecertificeerde palmolie in te kopen. Dit beleid zal naar verwachting verder worden uitgebreid wanneer de EUDR (Europese Ontbossingsverordening) in werking treedt. Albert Heijn hanteert het keurmerk Beter voor Natuur en agrariër, dat, net als het keurmerk On the Way to PlanetProof, waarin biodiversiteit geïntegreerd is in de eisen.

### Melkveehouderij

In de melkveehouderij zien we aandacht voor biodiversiteit, bodemkwaliteit en ontbossing. Ontbossing wordt daarbij vaak gekoppeld aan de problematiek rondom het voer voor melkvee. Daarnaast eisen retailers regelmatig dat Nederlandse zuivel voldoet aan On the way to PlanetProof, waarbij biodiversiteit en bodemkwaliteit worden meegenomen in de eisen. Hetzelfde geldt voor het keurmerk Beter voor Natuur en agrariër. Verder zien we dat verschillende zuivelverwerkers, al dan niet in samenwerking met supermarkten, biodiversiteit en bodemkwaliteit integreren in hun eigen duurzaamheidsprogramma's.



## Natuurambities marktspelers (2)

### Visserij

In de visserij wordt logischerwijs aandacht besteed aan **overbevissing**. Cornelis Vrolijk en Albron eisen dat al hun vis gecertificeerd is volgens MSC- of ASC keurmerk. De retail streeft ernaar uitsluitend vis aan te bieden die gecertificeerd is met het ASC-, MSC-, biologische keurmerk of Global G.A.P.-certificaat.

### Regeneratieve landbouw

Danone en Unilever richten zich op regeneratieve landbouw, een benadering die gericht is op een betere balans met de natuur en gunstig kan zijn voor biodiversiteit, bodemkwaliteit, dierenwelzijn en het klimaat. Beide bedrijven zijn aangesloten bij het SAI-platform, een internationaal kennisplatform dat landbouw verduurzaming wil bevorderen via kennisdeling en standaardisering. Samen met de leden ontwikkelt het SAI-platform richtlijnen voor regeneratieve landbouw. Hoewel de definitieve aanpak nog in ontwikkeling is, ligt het in de verwachting dat deze vorm van landbouw wereldwijd invloed zal krijgen op primaire producenten.

### Biologisch

Verschillende partijen als Albert Heijn, Albron, HAK, Jumbo en PLUS hebben een groeiambitie op hun omzet van biologische producten en/of productgroepen volledig te vervangen voor biologische producten. Mede door maatregelen gericht op bodemgezondheid en gewasbescherming draagt het keurmerk bij aan natuurambities. Door het integrale en wettelijke karakter van het keurmerk, wordt deze apart behandeld.

### Deelconclusie

Retailers richten hun natuurambities vaak op het behalen van specifieke streefdoelen: ze streven ernaar dat een bepaald percentage van hun producten een keurmerk draagt dat positieve impact heeft op natuurthema's. De inhoud van deze keurmerken verschilt per sector, waarbij keurmerken en programma's voor AGF- en zuivelproducten doorgaans de meeste natuurthema's behandelen. Retailers stellen vaak doelen voor het aandeel Nederlandse of Europese producten binnen deze categorieën dat aan zo'n keurmerk voldoet. Voor producten uit andere regio's gelden dergelijke eisen meestal niet, wat soms leidt tot een onderscheid tussen producenten uit Nederland, Europa en andere delen van de wereld.

Naast de retailsector spelen natuurdoelen ook een belangrijke rol voor zuivelverwerkers, die deze integreren in hun duurzaamheidsprogramma's. Tot slot hebben enkele grote internationale bedrijven doelstellingen voor regeneratieve landbouw geformuleerd, al is het nog onduidelijk wat deze doelstellingen precies inhouden en hoe ze zullen worden uitgevoerd.



## Dierenwelzijnsambities (1)

Voor dierenwelzijn hebben 11 van de 17 marktpartijen concrete ambities geformuleerd, waarbij het **Beter Leven Keurmerk** (BLK) een belangrijke rol speelt als sturingsmechanisme. Alle retailers hanteren inmiddels BLK 1 ster als bodem voor vers kippenvlees en eieren.

- Albert Heijn hanteert ook voor vers vlees en vleeswaren BLK 1 ster, met uitzondering van bewerkt buitenlands vlees. Eieren als ingrediënt moeten voldoen aan de **‘barn-ei’ norm**, wat aangeeft dat het minimaal scharreleieren zonder vrije uitloop betreft. Kip en kalkoen moeten minimaal voldoen aan de categorie **Regular+** binnen het certificeringsprogramma **‘Kip van Morgen’**. Voor Regular+ gelden eisen op het gebied van groeisnelheid, leefruimte en antibioticagebruik.
- Jumbo richt zich bij haar huismerk waar mogelijk op BLK1 ster. Voor rundvlees wordt het eigen certificaat **‘Rund op z’n best’** gehanteerd.
- PLUS hanteert BLK 2 sterren voor eieren en voor **‘Blonde d’Aquitaine’**-rundvlees, naast BLK 1 ster voor verse kip en varkensvlees. Het rund- en varkensvlees komt uit een gesloten keten.
- Andere partijen zoals Superunie sturen ook op dierenwelzijn, met eisen zoals BLK 1 ster of certificering via **‘On the way to PlanetProof’** of **bioloigsch**, waarin eveneens dierenwelzijnseisen zijn opgenomen.
- Albron verkoopt uitsluitend **Kipster-eieren** met **BLK 3 sterren**.

- Sligro biedt uitsluitend kip aan met minimaal BLK 1 ster.

Dierenwelzijn binnen de (pluim)veehouderij:

- Hilton Food Group streeft naar **100% humane slacht** en stimuleert verantwoord antibioticagebruik binnen de gehele keten.
- Plukon richt zich op het verhogen van gecertificeerde leefomstandigheden voor kippen en wil ten minste **50% van hun kippen antibiotica-vrij houden**.
- Daarnaast moet alle kip van Plukon voldoen aan **de richtlijnen van IKB-Kip (Integrale Ketenbeheersing-kip)**, waarin zowel wettelijke als bovenwettelijke eisen op het gebied van dierenwelzijn en voedselveiligheid worden gesteld. Vergelijkbare richtlijnen bestaan ook voor bijvoorbeeld varkens en eieren.

Dierenwelzijn binnen de visserijsector:

- Binnen de **visserijsector krijgt dierenwelzijn minder aandacht**: Bij Cornelis Vrolijk zijn geen specifieke dierenwelzijnsambities te lezen.

Dierenwelzijn binnen overige marktpartijen:

- Agrifirm werkt aan **duurzame landbouwpraktijken** met als doel om het gebruik van diergeneesmiddelen te verminderen door de natuurlijke weerstand van dieren te verhogen.
- Danone en Unilever benaderen dierenwelzijn via het **SAI-platform als onderdeel van bredere, regeneratieve landbouwdoelen**.



## Dierenwelzijnsambities (2)

- FrieslandCampina heeft meerdere duurzaamheidsprogramma's en certificeringen, waarin dierenwelzijn een thema is. Er wordt o.a. een meerprijs geboden aan agrariërs met **weidegang** en aan agrariërs die meedoen met het topkeurmerk **On the way to PlanetProof**.

### Deelconclusie

Concrete doelstellingen op het gebied van dierenwelzijn worden vaak gebaseerd op het Beter Leven Keurmerk (BLK). Voor retailers is BLK 1 ster de norm geworden voor eieren en kippenvlees. Ook in de foodservice wordt BLK gehanteerd. Voor varkens- en rundvlees worden eveneens eisen gesteld aan BLK-certificering, al komt dit minder frequent voor.

Andere marktpartijen richten hun inspanningen vooral op verantwoord antibioticagebruik en een humane omgang met dieren, inclusief slachtprocessen. Concrete uitwerkingen van deze ambities ontbreken echter vaak.



## Ambities op de eiwittransitie

De eiwittransitie, gericht op een **verschuiving van dierlijke naar plantaardige eiwitten**, is een ambitie voor **7 van de 17 onderzochte marktpartijen**.

Meerdere retailers en een foodservicebedrijf streven naar een assortiment dat in **2025 voor 50% en in 2030 voor 60% plantaardig**

De inkooporganisatie Superunie laat het bepalen van specifieke ambities over aan haar leden. Unilever streeft ernaar om tegen 2025 een omzet van 1,5 miljard euro te realiseren uit **plantaardige vlees- en zuivelalternatieven**. Een soortgelijke doelstelling zien we bij Hilton Food Group, dat tegen 2025 de verkoop van plantaardige, vegetarische en flexitarische producten (producten met toegevoegde groenten die voorheen volledig uit vlees of vis bestonden) wil verdubbelen ten opzichte van 2020.

Voedselverwerker HAK richt zich op het stimuleren van plantaardige consumptie door **innovatie in hun productaanbod**. Ook werken ze samen met retailers om producten met peulvruchten en plantaardige ingrediënten aantrekkelijker en toegankelijker te maken.

### Deelconclusie

De ambities vertalen zich nog niet naar doelstellingen die invloed hebben op bovenwettelijke eisen voor producenten. Uit de duurzaamheidsverslagen blijkt dat de doelstellingen rond de eiwittransitie vooral gericht zijn op het verschuiven van consument aankopen.



## Ambities op biologisch

Biologisch wordt apart behandeld als een opzichzelfstaand doel, maar draagt ook direct bij aan thema's zoals klimaat, biodiversiteit, een gezonde bodem en dierenwelzijn.

Voor biologische producten hebben **5 van 17 marktpartijen concrete ambities geformuleerd**. Daarbij hebben een aantal retailers recent hun groeiambitie omhoog bijgesteld. Mogelijk worden deze inspanningen gestimuleerd door de overheidsdoelstelling van 15% biologisch landbouwareaal in 2030 en het bijbehorende actieplan.

Er zijn twee strategieën die vaak worden toegepast: enerzijds sturen retailers (vooral in de AGF-sector) op een **verhoogde omzet** van biologische producten in de komende jaren. Anderzijds kiezen marktpartijen voor een **vervangingsstrategie**, waarbij een geheel product of productgroep alleen nog biologisch wordt aangeboden door een partij.

Albert Heijn streeft naar een omzetaandeel van 10% biologische AGF in 2026. Jumbo heeft dezelfde ambitie, maar zet deze op 2027. PLUS streeft naar een verdubbeling van het omzetaandeel van biologisch naar 5% in 2025 en biedt uitsluitend nog biologische dagverse zuivel aan, naast onbewerkte uien en aardappelen. Alle drie de supermarkten werken aan een breder biologisch aanbod binnen hun merkassortiment. Inkoper Superunie laat haar aangesloten partijen vrij in het bepalen van hun biologische ambities.

Albron heeft als concrete biologische doelstelling om **uitsluitend biologische zuivel aan te bieden**,

HAK streeft ernaar om stapsgewijs volledig over te stappen naar **100% biologische peulvruchten en groenten** in 2027.

### Deelconclusie

Doelen rondom biologisch richten zich meestal op AGF- en zuivelproducten. Retailers en enkele andere spelers spelen hierin een voortrekkersrol. Doelstellingen rondom biologisch maken doorgaans geen onderscheid tussen binnenlandse en buitenlandse agrariërs.



## Tussentijdse bevindingen

Tijdens de analyse van de duurzaamheidsverslagen, inkoopvoorwaarden en gedragscodes van verschillende marktpartijen hebben we de volgende bevindingen gedaan met betrekking tot de onderzoeksvragen:

### **Hoe komen de eisen tot stand? Hoe lang gelden de eisen en worden ze door de tijd geactualiseerd?**

De meeste eisen zijn gebaseerd op geaccrediteerde systemen zoals keurmerken en certificeringen. Vooral in de retail worden veel duurzaamheidsambities direct gekoppeld aan deze systemen. Daarnaast zetten steeds meer marktpartijen in de zuivelsector eigen duurzaamheidsprogramma's op binnen hun kwaliteitssystemen. De eisen binnen deze systemen gelden doorgaans voor minimaal één jaar en worden periodiek bijgewerkt.

### **Aan welke duurzaamheidsdoelen dragen de eisen bij? In welke mate wordt de agrariër voor de gevraagde inspanningen beloond (o.a. financieel, afzetzekerheid en communicatief)?**

Klimaat, natuur en dierenwelzijn zijn thema's waarop veel marktpartijen ambities hebben geformuleerd. Deze ambities worden vaak gebundeld binnen keurmerken, certificeringen en duurzaamheidsprogramma's. Ook zijn er ambities gericht op het vergroten van het aandeel (top)keurmerken, en daarin specifiek het aandeel biologisch.

Daarnaast wint regeneratieve landbouw terrein als duurzaamheidsdoel, hoewel de precieze implicaties hiervan nog niet zijn uitgewerkt. Het volgende hoofdstuk zal verder ingaan op de mate van beloning voor de gevraagde inspanningen

### **Zijn er verschillen tussen sectoren en/of inkopende partijen en is er een samenhang of patroon te herkennen?**

Retailers zijn belangrijke aanjagers in het stellen van duurzaamheidsdoelen en -eisen, met name in de AGF-, (pluim)veehouderij- en melkveesector. In de melkveesector hebben daarnaast veel marktpartijen hun eigen duurzaamheidsprogramma's. In de AGF-sector ligt de nadruk op klimaat en natuur, in de (pluim)veehouderij op dierenwelzijn en ontbossing, en in de melkveesector komen al deze thema's samen. Voor vis richten zowel de doelen als eisen zich vrijwel uitsluitend op de ASC- en MSC-certificeringen.

### **Stellen de afnemende partijen aan producenten in het buitenland andere bovenwettelijke duurzaamheidseisen?**

In de retail worden soms andere eisen gesteld aan Nederlandse producenten. Voor Nederlandse AGF-agrariërs wordt bijvoorbeeld vaak naast een Global G.A.P.-certificering ook een On the way to PlanetProof- of Beter voor Natuur en Boer-keurmerk gevraagd, terwijl dit voor buitenlandse agrariërs niet altijd geldt. Het is belangrijk te benadrukken dat zowel Nederlandse als buitenlandse producenten aan strenge eisen moeten voldoen om toegang te krijgen tot de Nederlandse markt. Echter, de specifieke aanvullende keurmerken en certificeringen kunnen variëren op basis van lokale initiatieven en afspraken binnen de Nederlandse retailsector.



# Duurzaamheids- eisen



## Inleiding duurzaamheidseisen

In het vorige hoofdstuk onderzochten we welke **duurzaamheidsdoelen** verschillende marktpartijen stellen en hoe deze zich verhouden tot de bovenwettelijke eisen die zij opleggen aan de primaire sector.

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op deze **bovenwettelijke eisen**. Eerst geven we een typering van de verschillende soorten bovenwettelijke duurzaamheidseisen. Vervolgens presenteren we een overzicht van deze eisen en vergelijken we schema's uit de tuinbouw- en melkveesector. Dit biedt inzicht in de effecten van de verschillende soorten bovenwettelijke eisen op de primaire sector. Daarbij besteden we speciale aandacht aan de administratieve lasten en aan mechanismen om duurzaamheidsinspanningen te belonen.

## Keurmerken en certificeringen

Duurzaamheidsambities en -eisen worden vaak geformuleerd via **certificeringen** en **keurmerken**. Beide wijzen erop dat een product of productieproces voldoet aan specifieke normen of kwaliteitscriteria en worden doorgaans beoordeeld door een onafhankelijke partij.

**Certificeringen** zijn meestal niet bedoeld voor consumentenherkenning, maar gericht op **zakelijke partners** om te bewijzen dat bepaalde standaarden en procedures correct worden nageleefd.

Een **keurmerk** is een **herkenningssymbool** voor consumenten dat op producten wordt aangebracht. Op deze manier kunnen zij in één oogopslag geïnformeerd worden over de duurzaamheids- of kwaliteitskenmerken van een product

**Topkeurmerken** stellen de **strengste eisen** met betrekking tot duurzaamheid, betrouwbaarheid én transparantie. Deze scoring wordt gedaan door Milieu Centraal.

Om zich te blijven onderscheiden introduceren supermarkten soms concepten met extra eisen bovenop geaccrediteerde keurmerken. Een voorbeeld is het **concept K-EI Lekker van Jumbo**, dat aanvullende eisen stelt bovenop het Beter Leven keurmerk 3 sterren. Bijvoorbeeld vroegherkenning waardoor alleen leghennetjes geboren worden.

(Top)keurmerken zijn een **volwassen deel van de markt** geworden.

- Het aandeel verkocht voedsel met topkeurmerk is 13%.
- Omzet keurmerkproducten ca. 10 miljard euro.
- Ca. 4000 - 5000 land- en tuinbouwbedrijven werken volgens On the way to PlanetProof, Beter Voor, Beter Leven of Biologisch.

Keurmerken en certificeringen maken gebruik van **geaccrediteerde systemen** waarin specifieke criteria aan duurzaamheidsthema's worden gekoppeld. Soms delen ze dezelfde systemen. Zo gebruikt het keurmerk Beter Voor het systeem van het Beter Leven Keurmerk (BLK) voor dierenwelzijn en delen van Global G.A.P voor AGF. Hierdoor lijken veel keurmerken op schaniveau op elkaar. Wel blijven er verschillen bestaan in de specifieke eisen die worden gesteld.

Naast verschillen in eisen zijn er ook verschillen in het **verdienmodel**, de keuze tussen **middel- en doelvoorschriften**, en de manier waarop eisen worden **opgesteld en herzien**.

## Gesloten ketens & verduurzaming door kwaliteitssystemen

### Gesloten ketens

Marktpartijen ontwikkelen steeds vaker eigen (gesloten) ketens om duurzaamheidsdoelen makkelijker na te streven en bovenwettelijke eisen te implementeren. In een gesloten keten werken ze nauw samen met specifieke agrariërs. Voorbeelden hiervan zijn Jumbo met Tuurlijk! voor zuivelproducten, het rund- en varkensvlees van PLUS, en Albert Heijn met hun certificering 'Beter voor Natuur en Boer'.

Gesloten ketens zijn gebaseerd op **langdurige samenwerkingen**. Dit biedt zekerheid aan beide partijen en bevordert investeringen in verduurzamende maatregelen. Vaak zijn keurmerken, zoals het Beter Leven Keurmerk, On the way to PlanetProof of Biologisch onderdeel van gesloten ketens. Dit geldt bijvoorbeeld voor het 2-sterren BLK rund- en varkensvlees van PLUS.

Gesloten ketens maken het makkelijker voor supermarkten om **risico's te beheersen**, zoals schandalen rond voedselveiligheid of dierenwelzijn, omdat zij directe controle hebben over de hele keten. Ook versterken ze het **imago van** de supermarkt, omdat consumenten meer vertrouwen hebben in producten die transparant en duurzaam geproduceerd zijn.

Daarentegen neemt de afhankelijkheid van leveranciers en agrariërs van één supermarktketen toe. Dit kan risico's met zich meebrengen, bijvoorbeeld wanneer de vraag naar hun producten verandert of wanneer de supermarkt besluit andere eisen te stellen

### Verduurzaming door middel van kwaliteitssystemen

Veel marktpartijen hebben bepaalde kwaliteitssystemen waar agrariërs in hun keten aan moeten voldoen. Het komt steeds vaker voor dat bovenwettelijke duurzaamheidseisen een onderdeel worden van deze kwaliteitssystemen. Deze zijn vaak gericht op het stimuleren van verbeteringen op **specifieke duurzaamheidsthema's** van de keten. Voor deze thema's worden KPI's opgesteld, waarop agrariërs worden beoordeeld.

Een voorbeeld hiervan is het kwaliteitssysteem Foqus Planet van FrieslandCampina. Dit systeem hanteert KPI's voor onder andere dierenwelzijn, klimaat en biodiversiteit. Voor elke KPI zijn een minimumwaarde en een topwaarde vastgesteld. Melkveehouders die beter presteren dan de drempelwaarde ontvangen een premie. Hoe beter de prestaties, hoe hoger de premie die zij ontvangen.



## Sturen op KPI's

Er is een sterke beweging richting **doelsturing** en **datagestuurde verduurzaming**. Hierdoor wordt de rol van KPI's (prestatie-indicatoren) steeds belangrijker. KPI's maken het mogelijk om duurzaamheidsprestaties te meten en gericht te sturen naar een specifiek duurzaamheidsniveau.

De afnemer bepaalt de standaarden, vaak met een drempelwaarde en een topwaarde per KPI, en stimuleert daarmee zowel achterblijvers als koplopers. De primaire producent levert de benodigde data. Vaak is een financiële **beloning** gekoppeld aan het behalen van de KPI's.

In de zuivelsector wordt al veel gebruik gemaakt van KPI's en is de KringloopWijzer een veel gebruikt systeem om duurzaamheidsprestaties te meten en monitoren. Voor zowel de akkerbouw als de melkveehouderij is er een Biodiversiteitsmonitor ontwikkeld. Daarnaast is er voor de akker- en tuinbouw een Milieu-indicator Gewasbeschermingsmiddelen (MIG) in ontwikkeling. In de varkenssector gaat de ontwikkeling echter minder snel, omdat varkens vaak in gesloten systemen worden gehouden, wat sturing op managementniveau lastiger maakt dan in de zuivelsector.

Voorbeelden:

- In de melkveehouderij zijn er kwaliteitssystemen, zoals Fokus planet, waarmee via KPI's premies kunnen worden behaald op basis van de behaalde resultaten.
- Ook het keurmerk On the way to PlanetProof maakt gebruik van KPI's van de Biodiversiteitsmonitor. Wanneer de KPI's worden behaald, ontvangt de agrariër een meerprijs voor het product.

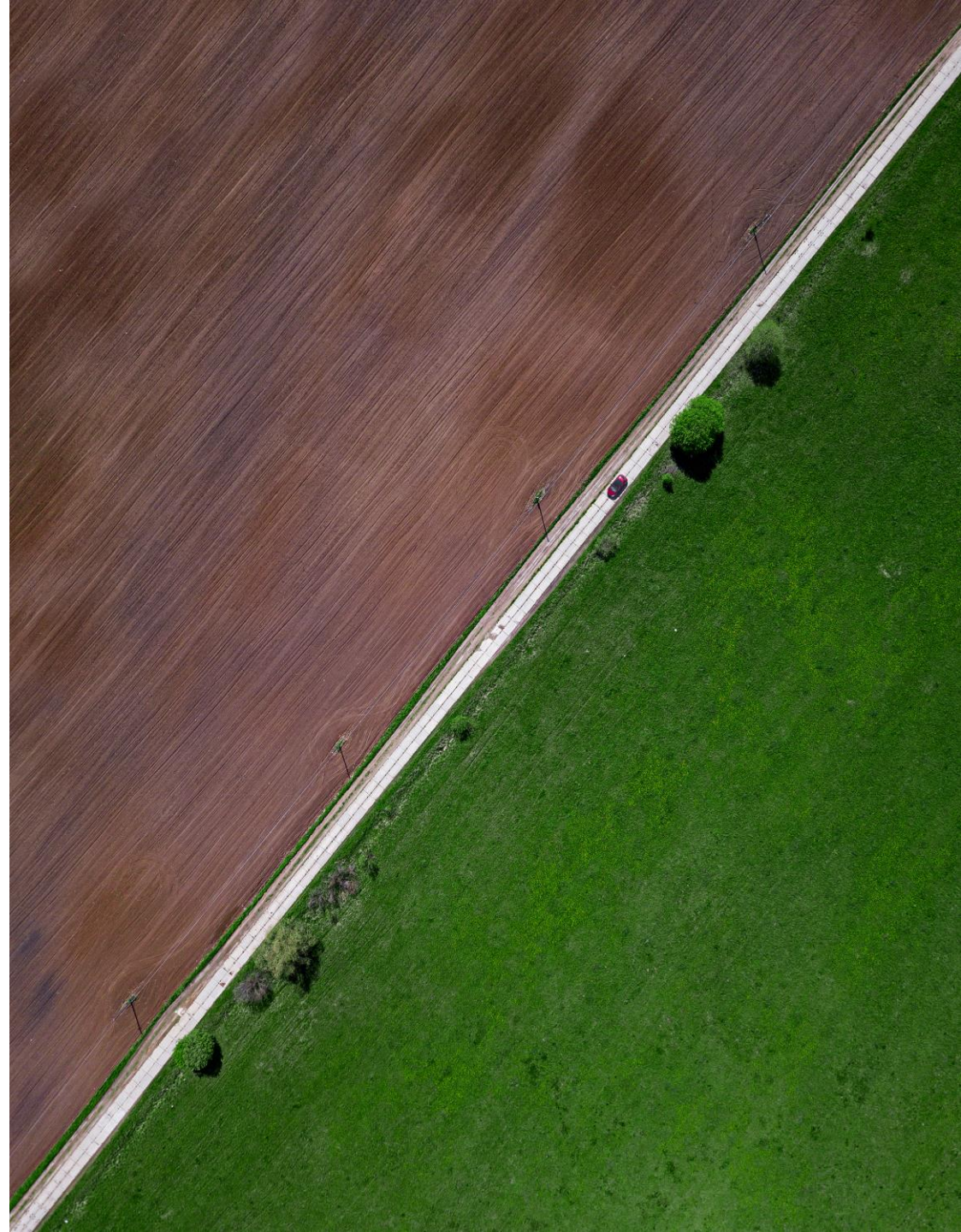


## Blik op de duurzaamheidseisen van marktpartijen

1. We zien in grote lijnen drie vormen van bovenwettelijke eisen: keurmerken, certificeringen en kwaliteitssystemen. De kwaliteitssystemen komen vooral veelvuldig voor in de melkveehouderij.
2. Marktpartijen trekken in verschillende sectoren succesvol de bodem omhoog. Zo is Global G.A.P. een bijna universeel geaccepteerde standaard geworden in de AGF-sector. Voor vers kippenvlees en eieren is bij alle supermarkten Beter Leven Keurmerk 1-ster de norm geworden.
3. In de melkveehouderij hebben meerdere marktpartijen zelf een systeem ontwikkeld om de bodem omhoog te trekken, zoals Fokus planet van FrieslandCampina.
4. Keurmerken zoals On the Way to PlanetProof en biologisch zijn vaak gebaseerd op geaccrediteerde systemen en garanderen daarmee een gedegen borging. Kwaliteitssystemen maken vaak gebruik van KPI's voor hun borging.
5. Regeneratieve landbouw wijkt hiervan af. Hoewel de exacte uitwerking en definitie nog in ontwikkeling zijn, wordt de implementatie ervan al in gang gezet.
6. Beloningen worden zelden expliciet vermeld in duurzaamheidsverslagen en inkoopvoorwaarden. We zien echter een toenemende ambitie voor gesloten ketens vanuit de retail, waarin agrariërs een afzetgarantie hebben en steeds vaker een vergoeding ontvangen om te verduurzamen. Dit zien we vooral in de vleessector.
7. In de melkveehouderij zien we veel kwaliteitssystemen waarin drempel- en topwaarden voor KPI's worden vastgesteld. Aan deze KPI's zijn beloningen gekoppeld die afhangen van de prestaties van agrariërs.
8. De voorwaarden van keurmerken en certificeringen worden periodiek herzien. Het proces van herziening en de betrokkenheid van agrariërs hierin verschilt per systeem.
9. Veel keurmerken zijn ontwikkeld voor de Nederlandse markt en/of de primaire sector. Om ook goed in het buitenland toepasbaar te zijn, is een vertaalslag nodig.
10. We zien vanuit de retail een toenemende ambitie om via gesloten ketens samen te werken met Nederlandse agrariërs. Daarnaast streven de meeste retailers naar 100% certificering met een keurmerk voor hun Nederlandse AGF. Dit geldt doorgaans niet voor geïmporteerd AGF.
11. De duurzaamheidsthema's die aan bod komen in bovenwettelijke eisen zijn vaak vergelijkbaar binnen een sector, maar de precieze invulling ervan verschilt. Er zijn namelijk verschillen in de specifieke doelen die worden gesteld en in de wijze waarop deze bereikt moeten worden. Daarin zien we een onderscheid tussen doelsturing en middelsturing.

## Overzicht van genoemde duurzaamheidseisen

De volgende pagina bevat een opsomming van de verschillende bovenwettelijke duurzaamheidseisen die naar voren kwamen in de deskstudie. Deze zijn gecategoriseerd per landbouwsector en onderverdeeld in: a) topkeurmerken, b) overige keurmerken en c) overige systemen. In de daaropvolgende pagina's worden de verschillende systemen beknopt toegelicht. De bijlage bevat uitgebreidere toelichtingen op deze systemen.



## Bovenwettelijke eisen: genoemde geaccrediteerde systemen door marktpartijen

|                     | Topkeurmerken                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Overige keurmerken                                                                                                                                                                                                                                                | Andere systemen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Akker/tuin bouw     |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                   |
| Visserij            |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| (Pluim)-veehouderij |      |        |          |
| Melkvee-houderij    |                                                                                                                                                                   |    |     |

\*Schema geverifieerd gedurende de interviews.

## Bovenwettelijke eisen: genoemde Topkeurmerken door marktpartijen (1)



Het ASC-keurmerk (Aquaculture Stewardship Council) is **een internationaal erkend keurmerk** dat garandeert dat **vis, schaal- en schelpdieren** duurzaam zijn **gekweekt** met aandacht voor het **milieu, biodiversiteit, en sociale omstandigheden**.



Het biologisch keurmerk is een **Europees keurmerk, verankerd in wet- en regelgeving**. Het garandeert dat producten op een **milieu- en diervriendelijke manier** zijn geproduceerd, **zonder gebruik van synthetische bestrijdingsmiddelen, kunstmest of genetische modificatie**.



Het Beter Leven-keurmerk met 3 sterren is **een Nederlands topkeurmerk** dat het **hoogste niveau** van **dierenwelzijn** aangeeft, vergelijkbaar met Biologisch. Alle dieren **kunnen naar buiten** en hun leefomgeving is zo ingericht dat ze **veel keuzevrijheid hebben in hun gedrag**.



Het Beter Leven-keurmerk met 2 sterren is **een Nederlands topkeurmerk** dat aangeeft dat **dierenwelzijn ver boven de wettelijke standaard ligt**, waarbij dieren **veel ruimte, afleiding en betere leefomstandigheden krijgen** dan in de reguliere veehouderij.



Het MSC-keurmerk (Marine Stewardship Council) is **een internationaal erkend keurmerk** dat aangeeft dat vis en zeevruchten afkomstig zijn uit **duurzaam beheerde visserijen die de visbestanden en ecosystemen gezond houden**.

## Bovenwettelijke eisen: genoemde Topkeurmerken door marktpartijen (2)



On the way to PlanetProof is een **Nederlands integraal duurzaamheidskeurmerk** met extra aandacht voor **klimaat, natuur én dier**.



Het RSPO-keurmerk (Roundtable on Sustainable Palm Oil) is **een internationaal erkend keurmerk** en geeft aan dat palmolie is geproduceerd met aandacht voor **het behoud van bossen, biodiversiteit, eerlijke arbeidsomstandigheden** en het **welzijn van lokale gemeenschappen**.

## Bovenwettelijke eisen: overige genoemde keurmerken door marktpartijen



Het Beter Leven-keurmerk met 1 ster is **een Nederlands keurmerk** dat aangeeft dat **dierenwelzijn boven de wettelijke standaard ligt**, waarbij dieren **meer ruimte en afleiding** hebben dan in de reguliere veehouderij. Daarnaast mogen dieren **altijd naar buiten**.



Beter voor Boer en Natuur is een **Nederlands keurmerk** dat aangeeft dat producten afkomstig zijn van boeren die duurzamer werken. Het keurmerk heeft aandacht voor **dierenwelzijn, klimaat, biodiversiteit, en een eerlijke prijs voor de agrariër**.



Het Weidemelk-keurmerk is een **Nederlands keurmerk** dat garandeert dat de melk afkomstig is van koeien die **minstens 120 dagen per jaar en minimaal 6 uur per dag in de wei grazen**.

## Bovenwettelijke eisen: andere genoemde systemen door marktpartijen (1)



Caring Dairy is een **duurzaamheidsprogramma** voor de melkveehouderij en heeft als doel dat zij zich binnen vier thema's continu verbeteren; **blijve koeien, meer gras en biodiversiteit, beter klimaat en natuur, en sociale betrokkenheid.**



Het Foqus planet is een **duurzaamheidsprogramma** van FrieslandCampina dat zich op duurzame zuivelproductie. Agrariërs worden aangemoedigd om hun bedrijfsvoering te verbeteren op het gebied van **dierenwelzijn, klimaat, biodiversiteit en weidegang** door middel van **KPI's**.



Het Global G.A.P.-keurmerk (Good Agricultural Practices) is een **internationaal erkende certificeringsstandaard** dat normen voor landbouwproductie stelt om de **voedselveiligheid, duurzaamheid en traceerbaarheid** van producten te waarborgen.



IKB Ei is een **kwaliteitssysteem** voor de Nederlandse eiersector dat toeziet op **voedselveiligheid, dierenwelzijn en traceerbaarheid**. Het systeem omvat zowel wettelijke als bovenwettelijke eisen.



IKB Kip is een **internationaal kwaliteitssysteem** dat de productie van kippenvlees borgt op het gebied van **voedselveiligheid, dierenwelzijn en traceerbaarheid**. Het systeem omvat zowel wettelijke als bovenwettelijke eisen.

## Bovenwettelijke eisen: andere genoemde systemen door marktpartijen (2)



IKB Varken is een **kwaliteitssysteem** voor de Nederlandse varkenshouderij dat zich richt op **voedselveiligheid, dierenwelzijn, en traceerbaarheid**. Het systeem omvat zowel wettelijke als bovenwettelijke eisen.



De Round Table on Responsible Soy (RTRS) is een **internationaal erkend initiatief** dat **richtlijnen en standaarden ontwikkelt** voor **duurzame soja-productie**, met als doel en **sociale verantwoordelijkheid** te bevorderen en **ontbossing** te verminderen.



Het SAI-platform (Sustainable Agriculture Initiative) is een **wereldwijd initiatief** dat duurzame landbouw promoot door **richtlijnen te ontwikkelen** waarmee duurzaamheidsstandaarden **vergeleken** kunnen worden. Dit doen ze o.a. voor regeneratieve landbouw.



Tuurlijk! is een **duurzaamheidsprogramma** voor de melkveehouderij. Het programma richt zich op **verbeterde leefomstandigheden** voor de dieren en een positieve bijdrage aan **natuur en klimaat**.

## Vergelijking van twee schema's in akker en -tuinbouw

We hebben de twee meest voorkomende duurzaamheidssystemen in de akker- en tuinbouw in detail met elkaar vergeleken; het certificeringschema Global G.A.P en het keurmerk On the way to PlanetProof. Deze vergelijking staat op de volgende pagina.

Daaruit volgen drie constatering:

### 1. Overlap in thema's

De duurzaamheidsthema's die worden aangesneden in de eisen overlappen grotendeels.

### 2. De sturing op management

De mate waarin de schema's ingrijpen op het management van agrariërsbedrijven verschilt. Het voorbeeld toont dat bij Global G.A.P. de invloed beperkt blijft tot het niveau van het opstellen van managementplannen en het vergoten van bewustwording. Het is sterk gericht op middelsturing.

Bij On the way to PlanetProof worden concrete maatregelen geëist, waarbij agrariërs zelf mogen kiezen welke maatregelen zij toepassen. Daarnaast moeten zij geregeld aan meetbare normen voldoen. Hier is sprake van een hogere mate van doelsturing.

### 3. Administratieve last

We constateren voor beide schema's een vergelijkbare administratieve last. Zoals de tabel laat zien, wordt het opstellen van plannen en het rapporteren over resultaten veelvuldig gevraagd.



## Vergelijking van twee schema's in akker en -tuinbouw

| Categorie                              | Global G.A.P.                                                                                                                                                                                     | On the way to PlanetProof                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Afvalbeheer en materiaalgebruik</b> | Bedrijven moeten een afvalbeheersysteem opzetten waardoor afval geen gevaar vormt voor mens en milieu.                                                                                            | Bedrijven moeten hun afval gescheiden afvoeren en registreren. Dit gaat gepaard met het verplicht doorvoeren van enkele keuzemaatregelen als het gebruiken van gerecycled materiaal of het verwaarden van afvalstromen.                      |
| <b>Biodiversiteit</b>                  | Bedrijven zijn verplicht om een biodiversiteitsplan op te stellen en uit te voeren. Daarnaast mag geen landbouw op ontbost gebied plaatsvinden.                                                   | Verplichting om biodiversiteit en natuur op het bedrijf te stimuleren. De agrariër kiest de maatregelen die bij zijn/haar bedrijf passen, zoals nestgelegenheid en bloeiende akkerranden.                                                    |
| <b>Bodembeheer</b>                     | Bedrijven moeten een bodembeheerplan hebben en uitvoeren. Daarin moet bewijs worden aangevoerd van de toegepaste maatregelen en moet onderbouwd worden waarom bepaalde beheerkeuzes zijn gemaakt. | Bedrijven moeten op zijn minst een neutrale organische stoffenbalans hebben en minimaal twee maatregelen nemen tegen erosie. Daarnaast moeten enkele keuzemaatregelen worden doorgevoerd zoals het gebruik van rustgewassen.                 |
| <b>Energie en klimaat</b>              | Bedrijven worden aanbevolen om te inventariseren hoe ze koolstof kunnen vasthouden op hun erf en dat ze zich bewust zijn van manieren om hun uitstoot te verminderen.                             | Bedrijven moeten hun uitstoot berekenen en voldoen aan een uitstootnorm. Daarnaast moeten energiebesparende maatregelen worden genomen uit een lijst met keuzemaatregelen.                                                                   |
| <b>Gewasbeschermingsmiddelen</b>       | Bedrijven mogen alleen wettelijk toegestane producten gebruiken, deze gebruiken op de aanbevolen manier en moeten het gebruik registreren.                                                        | Bedrijven gebruiken biologische en mechanische gewasbescherming waar mogelijk. Actieve stoffen waarvoor een beter alternatief beschikbaar is mogen niet toegepast worden.<br>Limiet per gewas voor de toegepaste hoeveelheid actieve stof.   |
| <b>Mestgebruik</b>                     | Meststoffen moeten correct geregistreerd worden en bedrijven moeten weten welke nutriënten er in hun mest aanwezig zijn.                                                                          | Bedrijven bemesten met dierlijke mest, compost en kunstmest op basis van grond- en gewasanalyses. Daarnaast moeten ze het uitspoelen van kunstmest voorkomen en aanvullende keuzemaatregelen nemen om de bodemvruchtbaarheid hoog te houden. |
| <b>Waterbeheer</b>                     | Bedrijven moeten een waterplan, inclusief een risicoanalyse, hebben en deze zo goed mogelijk uitvoeren. Daarnaast zijn er voorschriften m.b.t. de waterkwaliteit en voedselveiligheid.            | Bedrijven moeten een waterplan opstellen en daarnaast zoveel mogelijk water hergebruiken en vervuiling van grond- en oppervlaktewater voorkomen.                                                                                             |



## Vergelijking van schema's in melkveesector

In de melkveesector zien we vanuit de deskstudie de grootste variatie aan bovenwettelijke eisen. Deze zijn in detail met elkaar vergeleken (zie de schema's op pagina 51-53).

Daaruit volgen de volgende constatering:

### 1. Een gedeelde basis

In de melkveehouderij zien wij een gedeelde basis in de KringloopWijzer. Marktpartijen brengen vervolgens accentverschillen aan of stellen aanvullende eisen.

### 2. Overlap in thema's

Net als bij de akker- en tuinbouw adresseren de schema's vaak dezelfde thema's en vertonen ook de bijbehorende criteria overeenkomsten.

### 3. De sturing op management

Bij keurmerken heeft middelsturing de overhand. Het keurmerk On the Way to PlanetProof richt zich echter ook op doelsturing. Bij kwaliteitssystemen zien we voornamelijk doelsturing terugkomen.

### 4. Administratieve last

Vaak is de controle voor een groot deel administratief (zoals het invullen van de KringloopWijzer), hoewel audits ter plaatse ook vaak steekproefsgewijs plaatsvinden. Onafhankelijke instellingen voeren zowel de fysieke als de administratieve audits uit.

### 5. Borging en sanctiebeleid

Bij keurmerken kan als sanctie worden opgelegd dat melk niet langer mag worden verkocht onder het betreffende keurmerk. Bij kwaliteitssystemen bestaat het sanctiebeleid vaak uit het mislopen van een premie of het niet accepteren van geleverde melk.

Een groot deel van de keurmerken wordt geborgd doordat de eisen worden opgesteld door een onafhankelijke stichting, vaak in samenwerking met experts. Bij veel kwaliteitssystemen ligt de borging in de verantwoording van de gebruikte indicatoren, die bijvoorbeeld wetenschappelijk onderbouwd zijn.

### 6. Beloning voor inspanningen

De mate en de manier waarop agrariërs beloond worden voor hun duurzaamheidsinspanningen verschilt tussen systemen. Bij alle keurmerken is een van de beloningen dat melk verkocht wordt met een keurmerk; dit kan, indien van toepassing, leiden tot een meerprijs. Bij alle kwaliteitssystemen die doelsturing toepassen, zien we dat melkveehouders een financiële beloning ontvangen voor hun duurzaamheidsinspanningen.

Een belangrijk onderscheid is dat agrariërs in sommige systemen een vergoeding ontvangen om verduurzamende investeringen te bekostigen, terwijl het in andere systemen gaat om een premie die afhankelijk is van de geleverde prestatie. Het bedrag van een vergoeding staat vaak vast, terwijl een premie variabel is en afhankelijk van de geleverde prestaties.



## Vergelijking eisen in de melkveesector

|                           | Type eis       | Thema's                                                                                                    | Doel/middel            | Sanctiebeleid             | Controle/<br>rapportage                                                                                                                                           | Borging eisen en<br>kwaliteit                                                | Beloning                                                                                                                                                     |
|---------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biologisch                | Topkeurmerk    | Biologisch en GMO-vrij vee en voer, dierenwelzijn, pesticidegebruik, mestgebruik, medicijngebruik, ruwvoer | Middelsturing          | Uitsluiting certificering | Door één erkende controlerende instantie; SKAL, veelal administratief.                                                                                            | Verankerd in Europese wet- en regelgeving.                                   | Producten kunnen worden aangeboden met een keurmerk dat bekend is in de hele EU, vaak tegen een meerprijs. Soms wordt een vergoeding betaald.                |
| On the way to PlanetProof | Topkeurmerk    | Biodiversiteit en landschap, dierenwelzijn, klimaat                                                        | Doel- en middelsturing | Uitsluiting certificering | Controle wordt uitgevoerd door een onafhankelijke, geaccrediteerde instelling. Initieel fysiek, daarna ook administratief. Agrariërs of derden nemen monsters af. | Middels een stichting. Eisen worden opgesteld door Colleges van Deskundigen. | Agrariërs ontvangen een vaste vergoeding boven op hun melkprijs; 5 euro per 100kg melk. De melk mag worden verkocht met een keurmerk.                        |
| BLK                       | (Top) keurmerk | Dierenwelzijn, landschapselementen, kruidenrijk grasland, regels rondom krachtvoer                         | Middelsturing          | Uitsluiting certificering | Controle door geaccrediteerde controlerende instellingen op de boerderij en in de keten.                                                                          | Middels een stichting.                                                       | Melkveehouders ontvangen geen premie voor hun deelname, geregeld wel een vergoeding voor nodige investeringen. De melk mag worden verkocht met een keurmerk. |

## Vergelijking eisen in de melkveesector

|                                 | Type eis  | Thema's                                                                      | Doel/middel          | Sanctiebeleid             | Controle/<br>rapportage                                                                                                                                                                                                                                    | Borging eisen en<br>kwaliteit                                                                                                                                                         | Beloning                                                                                                                       |
|---------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Beter Voor<br>Boer en<br>Natuur | Keurmerk  | Biodiversiteit,<br>diergezondheid,<br>leefomgeving van de<br>dieren, klimaat | Vooraf middelsturing | Uitsluiting certificering | Controle door<br>geaccrediteerde<br>controleerende<br>instellingen, veelal<br>administratief.<br>Derden nemen<br>monsters af.                                                                                                                              | Middels een<br>stichting. Normen<br>worden opgesteld<br>door het bestuur,<br>ook is er een<br>klachten-<br>mechanisme.                                                                | Een vergoeding van<br>5 cent voor iedere<br>kilogram melk. De<br>melk mag worden<br>verkocht met een<br>keurmerk.              |
| Weidemelk                       | Keurmerk  | Dierenwelzijn                                                                | Middelsturing        | Uitsluiting certificering | Inspectie bij 40% van<br>de deelnemende<br>melkveehouders op<br>procedures en<br>administratie.                                                                                                                                                            | Middels een stichting<br>die de voorwaarden<br>opstelt.                                                                                                                               | Melk mag worden<br>verkocht met een<br>weidemelk-<br>keurmerk.                                                                 |
| Caring Dairy                    | Programma | Biodiversiteit en<br>natuur,<br>dierenwelzijn, milieu<br>en klimaat          | Doelsturing          | Financiële sanctie        | Een deel van de<br>prestaties wordt door<br>een geaccrediteerde<br>instelling (Qlip)<br>gecontroleerd, de<br>rest via een niet-<br>geaccrediteerd<br>bureau. Controle op<br>basis van data van<br>landelijke databases<br>en steekproeven op<br>bedrijven. | Controle op<br>aannemelijkheid<br>data door extern<br>bureau, KPI's<br>worden<br>overgenomen van<br>wetenschappelijk<br>onderbouwde<br>systemen en<br>onafhankelijke<br>organisaties. | Een premie van 5<br>cent per 100kg melk<br>voor ieder van de 18<br>gestelde<br>indicatoren, tot een<br>maximum van 75<br>cent. |

## Vergelijking eisen in de melkveesector

|              | Type eis  | Thema's                                                        | Doel/middel            | Sanctiebeleid                                            | Controle/<br>rapportage                                                                                    | Borging eisen en<br>kwaliteit                                                           | Beloning                                                                                       |
|--------------|-----------|----------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Foqus planet | Programma | Biodiversiteit en natuur, dierenwelzijn, klimaat               | Doelsturing            | Melk wordt niet aangenomen door verwerker                | Melktests, administratieve en fysieke controles door een onafhankelijke geaccrediteerde instelling (Qlip). | Borging van het systeem door het gebruik van meetbare indicatoren.                      | Een premie op basis van acht indicatoren, tot een maximum bedrag van 1,50 euro per 100kg melk. |
| Tuurlijk!    | Programma | Biodiversiteit, dierenwelzijn, grondgebruik en milieu, klimaat | Doel- en middelsturing | Agrariër ontvangt geen premie, melk kan worden geweigerd | Administratieve en fysieke controles door onafhankelijke geaccrediteerde instellingen.                     | Borging door gebruik het van een wetenschappelijk onderbouwd systeem (KringloopWijzer). | Een premie tot 5 euro per 100kg melk.                                                          |

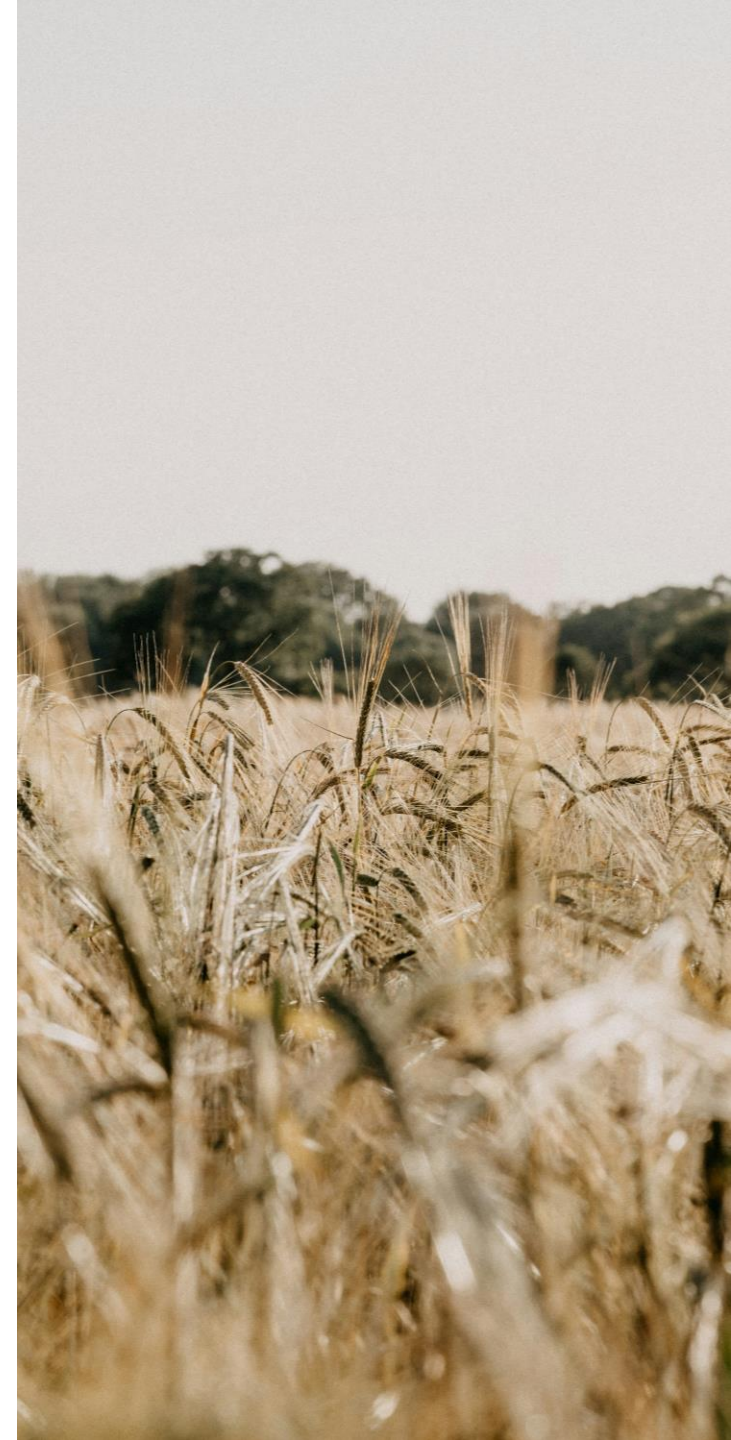
## De opkomst van regeneratieve landbouw

Regeneratieve landbouw wint aan populariteit als strategie om landbouwpraktijken duurzamer te maken. Grote bedrijven zoals Unilever, Ahold en Danone, die zijn aangesloten bij het Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI-Platform), zetten hier actief op in. Hoewel regeneratieve landbouw geen eenduidige definitie heeft, draait het om enkele duidelijke doelen: verbetering van bodemkwaliteit, bevordering van biodiversiteit, vermindering van watergebruik en het terugdringen van CO<sub>2</sub>-uitstoot. Het centrale uitgangspunt is het herstel van ecosystemen en natuurlijke hulpbronnen.

Het SAI Platform ontwikkelt richtlijnen om agrariërs te ondersteunen bij het behalen van deze doelen. Ondertussen werken bedrijven als Unilever en Jumbo aan concrete projecten, zoals het Wortel Collectief. Unilever heeft bijvoorbeeld als doel gesteld om tegen 2030 regeneratieve landbouwtechnieken toe te passen op één miljoen hectare land.

De richtlijnen van het SAI Platform zijn echter geen harde bovenwettelijke eisen, maar eerder richtlijnen voor verduurzaming. Bedrijven bepalen zelf hoe zij hun leveranciers beoordelen op basis van deze richtlijnen. In plaats van strikte regels op te leggen, worden de richtlijnen gebruikt om samenwerking en verbeteringen te stimuleren. Ze geven agrariërs praktische suggesties, bijvoorbeeld op het gebied van bodemgezondheid en waterbeheer, zonder dat er een verplichting is om aan alle aspecten te voldoen.

Vooralsnog lijkt regeneratieve landbouw meer een algemeen raamwerk te zijn dan een duidelijk pakket aan bovenwettelijke eisen.



# Diepte- Interviews

## Methodiek diepte-interviews

In de diepte-interviews zijn de volgende categorieën en het aantal vertegenwoordigers per categorie meegenomen:

- Grote voedselverwerkers en agrarische coöperaties (5)
- Retail (4)
- Grote foodservicebedrijven (3)

De diepte-interviews zijn gebruikt om de deelvragen, zoals omschreven op pagina 6, verder te beantwoorden. Vanwege vertrouwelijkheid zijn de resultaten van de geïnterviewde partijen geaggregeerd.



## Perspectieven van marktpartijen op bovenwettelijke eisen (twee sporen)

|                                  | Nederlandse (Top)keurmerken                                                                                                | Kwaliteitssystemen                                                                 |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Type producten                   | Nederlandse onbewerkte producten voor de Nederlandse markt                                                                 | Gelden vaak voor alle producten, ook als ze geëxporteerd of verder verwerkt worden |
| Type eiser                       | Vooraf supermarkten en A-merken                                                                                            | Vooraf verwerkers en agrarische coöperaties                                        |
| Duurzaamheids-thema's            | Breed en integraal                                                                                                         | Focus op klimaat                                                                   |
| Doel- en middelsturing           | Zijn vaak een combinatie van doel- en middelsturing, verschilt tussen keurmerken                                           | Vooraf gebruik van doelsturing                                                     |
| Drijfveren                       | Naast het halen van duurzaamheidsambities ook een hulpmiddel om een duurzaam verhaal richting de consument over te brengen | Borging van een basisstandaard en beheersing van klimaatverandering                |
| Transparantie richting consument | Een hoofddoel                                                                                                              | Geen hoofddoel, transparantie van B2B is leidend                                   |

# Motiveringen

**“Wij investeren actief in verduurzaming om toekomstige beschikbaarheidsproblemen te voorkomen.”**

**Food service**

**“Klanten vragen steeds vaker om keurmerken, en wij hebben dit vertaald naar een duidelijke eis aan onze boeren.”**

**Verwerker**

## Motiveringen voor bovenwettelijke eisen

- We zien vooral dat marktpartijen bovenwettelijke eisen stellen als een vorm van **klimaatadaptatie en -mitigatie om hun bedrijfsvoering in de toekomst veilig te stellen**.
- Bij retail en foodservice komt daar nog een stukje **onderscheiding op duurzaamheid, ketenverantwoordelijkheid of vraag vanuit de consument** bij.
- Ook is voor voedselverwerkende bedrijven **de vraag naar duurzame producten vanuit afnemende bedrijven** en belangrijk motief.
- Bij een enkele marktpartijen is het **voorsorteren op wet- en regelgeving of druk van NGO's** een motivatie om te verduurzamen.

Het verhogen van de **toekomstbestendigheid, onderscheiding, ketenverantwoordelijkheid** en **vraag vanuit de consument of de markt** zijn de meest voorkomende motiveringen.



## Doel- of middelsturing

**“Doelsturing, wij schrijven boeren niet voor hoe ze hun bedrijf moeten runnen.”**

**Food service**

**“Middelsturing is essentieel om te sturen op moeilijk meetbare KPI's, zoals biodiversiteit.”**

**Verwerker**

## Kijk op doel- en middelsturing

### Doelsturing

- Marktpartijen zien veel voordelen in doelsturing, mits er goede KPI's zijn om deze te ondersteunen.

### Middelsturing

- Marktpartijen denken dat middelsturing nodig blijft omdat sommige duurzaamheidsprestaties, zoals biodiversiteit en dierenwelzijn, moeilijk meetbaar zijn.
- Middelsturing is daarbij makkelijker om over te communiceren naar de consument.

Hoewel doel en middelsturing vaak als **tegenpolen** worden gepositioneerd, kunnen zij **elkaar** ook **aanvullen**.



## **Uitvoerbaarheid & administratieve lasten**

**“Boeren die meten, hebben betere  
inzage om hun bedrijfsvoering te  
verbeteren.”**

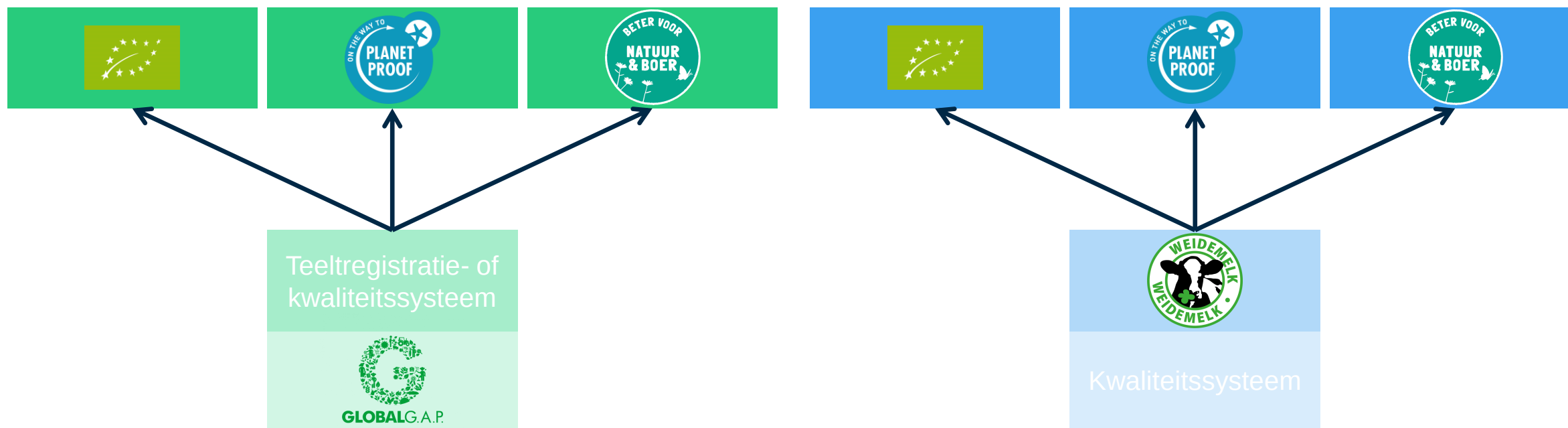
**Retail**

**“Een boer wil boer zijn en geen  
boekhouder.”**

**Verwerker**

## Uitvoerbaarheid

Het stapelen van een keurmerk op een certificering of kwaliteitssysteem is **mogelijk en gebeurt veel** in de praktijk. Keurmerken zelf zijn echter moeilijk te stapelen, daar moet een **keuze** worden gemaakt.



*Schematische weergave van de interactie tussen keurmerken, certificeringen in de akker- en tuinbouw (groen) en melkveehouderij (blauw). Weidemelk is officieel een keurmerk. Echter, aangezien het een keurmerk is dat zich enkel richt op één specifiek thema, weidegang, is het relatief makkelijk in te passen in andere keurmerken. Dit is echter de uitzondering die de regel bevestigt.*

## Administratieve lasten

- Veel **agrarische voedselverwerkers** pleiten voor één integraal duurzaamheidsschema dat in heel Europa toepasbaar is. Dat zou administratieve lasten voor agrariërs verminderen.
- Over het algemeen zien marktpartijen het **registreren van duurzaamheidsdata** (voor zowel een keurmerk als kwaliteitssysteem) **als een kans** voor de primaire sector. Dit geeft agrariërs namelijk **inzichten** waarmee hun bedrijfsvoering kan worden **geoptimaliseerd**.
- **Retail** omarmt **(Top)keurmerken**, die volgens hen **rekening houden met de belastbaarheid** van een agrariër.

Over het algemeen zien marktpartijen het **registreren van duurzaamheidsdata** als een **goede zaak**.



## Afstemming binnen sectoren

**“We houden ons vast aan de  
gevestigde Topkeurmerken.”**

**Retail**

**“PlanetProof is, net als ons  
kwaliteitssysteem, gekoppeld aan  
de KringloopWijzer.”**

**Verwerker**

# De afstemming van duurzaamheidssystemen in verschillende sectoren

## Tuin- en akkerbouw

- Global G.A.P. wordt universeel gebruikt.
- Daarbovenop worden wel verschillende aanvullende eisen gesteld. Biologisch is daarin een steeds vaker voorkomend keurmerk.
- Tijdens de interviews is meermaals de behoefte aan meer standaardisering geuit.

## Melkveehouderij

- De KringloopWijzer is een meetmethode om duurzaamheidsprestaties op het erf te meten. Deze wordt gehanteerd door bijna alle Nederlandse verwerkers en leveranciers.
- In bijna alle keurmerken en kwaliteitssystemen zijn elementen van de KringloopWijzer verwerkt. De manier waarop verschilt echter sterk per systeem waardoor de uiteindelijke eisen nog steeds verschillen.

## (Pluim)veehouderij

- BLK 1 ster is een veelvoorkomende eis retail, en in mindere mate in de foodservice.
- IKB-standaarden worden gebruikt door de hele keten in de dierlijke productie: van veehouders en verwerkers tot supermarkten en exporteurs. Hierdoor ontstaat een transparante en controleerbare keten die voldoet aan zowel wettelijke als bovenwettelijke eisen. Veel marktpartijen stellen echter ook aanvullende eisen.

## Visserij

- Sectorstandaarden zijn nu vooral beperkt tot keurmerken in de retail en foodservice.
- Deze keurmerken zijn MSC, ASC en Global G.A.P. Biologisch komt ook voor, maar in mindere mate.

In alle sectoren zijn **systemen die bijna universeel worden gebruikt**. Binnen sectoren blijven echter **verschillen** bestaan. Dit komt met name door **accentverschillen** en **aanvullende eisen**.



## Beloning van extra inspanningen

**“We betalen een vaste meerprijs voor producten met een On the Way to PlanetProof certificering.”**

**Verwerker**

**“We sluiten meerjarige contracten af zodat boeren de tijd hebben om aan duurzaamheid te werken.”**

**Retailer**

## Manieren van belonen

### Beloningen bij (Top)keurmerken

- Steeds vaker betalen marktpartijen een **vergoeding** die (deels) de kosten dekt voor de benodigde aanpassingen om aan een keurmerk te voldoen. Dit betreft dus een beloning op basis van een inspanningsverplichting.
- Bij keurmerken zien we dat marktpartijen bereid zijn langere contracten af te sluiten met agrariërs als ze zich laten certificeren. Bijvoorbeeld door opzetten van gesloten ketens tussen agrariërs en retailers. Dit verhoogt de **afzetzekerheid**.

### Beloningen bij kwaliteitssystemen

- Bij kwaliteitssystemen is vaak een **financiële premie** gekoppeld aan duurzaamheidsprestaties. Dit bedrag is variabel, afhankelijk van de score op verschillende parameters, waarbij op klimaat de hoogste beloning te halen is. Dit is dus een beloning op basis van **resultaatverplichting**.
- Volgens verschillende marktpartijen helpt het meten van duurzaamheidsprestaties agrariërs ook om meer inzicht in hun bedrijfsvoering te krijgen, wat leidt tot efficiëntere productie en uiteindelijk een **beter rendement**.

Agrariërs ontvangen vaak **een financiële beloning** als ze verduurzamen. Bij keurmerken is dit een **vergoeding** op basis van een inspanningsverplichting, bij kwaliteitssystemen is dat een **premie** op basis van geleverd resultaat. Bij keurmerken krijgen agrariërs daarnaast geregeld een verhoogde **afzetzekerheid**. Bij kwaliteitssystemen krijgen agrariërs meer **inzicht in hun bedrijfsvoering**.



# Verschillen eisen aan Nederlandse- of buitenlandse agrariërs

**“Wij zijn een globale partij waarbij zo min mogelijk verschil aan eisen is gewenst.”**

**Foodservice**

**“Nederlandse keurmerken zijn in het buitenland niet te verwaarden voor een boer.”**

**Verwerker**

## Verschillen in eisen aan binnen- en buitenlandse agrariërs

### Nederlandse keurmerken

- Nederlands georiënteerde marktpartijen maken vooral gebruik van **(Top)keurmerken**.
- Deze zijn voor buitenlandse agrariërs vaak **lastig te verwaarden** waardoor niet altijd bereid om aan de bijbehorende eisen te voldoen. Biologisch vormt een **uitzondering**.
- Als producten uit eigen land niet voorradig zijn kunnen marktpartijen uitwijken naar buitenlandse agrariërs.
- Hierdoor komt het voor dat een (Top)keurmerk vereist is voor producten van eigen bodem, terwijl dat voor **producten uit het buitenland niet** wordt geëist.
- Dit zien we met name bij **groente en fruit**.

### Kwaliteitssystemen

- Kwaliteitssystemen gelden voor **alle** agrariërs die aan een marktpartij willen leveren.
- Veel internationaal opererende marktpartijen werken in een markt waar Nederlandse keurmerken **verstorend** kunnen zijn.
- Hierom zijn de eisen voor binnen- en buitenlandse agrariërs binnen kwaliteitssystemen meestal **hetzelfde**.
- Veel internationaal opererende kiezen er liever voor om **lokale KPI's** toe te voegen aan hun **globale raamwerken** als dat nodig wordt geacht.

Er zijn **enkele verschillen** tussen eisen aan binnen- en buitenlandse agrariërs. Dit komt alleen voor bij eisen via **Nederlandse Topkeurmerken**. Dit komt omdat marktpartijen indien producten uit eigen land niet voorradig zijn, soms uit moeten wijken naar buitenlandse telers die niet altijd voldoen aan de eisen van Nederlandse Topkeurmerken.



# De rol van regeneratieve landbouw

**“Bij regeneratief focussen we op bodem, water, biodiversiteit, footprint én een verdienmodel.”**

**Verwerker**

**“Regeneratieve landbouw is een integrale benadering die nodig is om de productiviteit van onze landbouw te beschermen.”**

**Verwerker**

## De rol van regeneratieve landbouw

- Op dit moment omvat regeneratieve landbouw vooral **leidende principes** (een *global framework*). Bedrijven staan nu vrij om hun hier hun eigen KPI's aan te koppelen. Het past daarom binnen de kaders van **datagestuurde verduurzaming en doelsturing**.
- Deze beweging wordt aangestuurd door **multinationals**, als antwoord op **klimaatverandering** en **oogsten die onder druk staan**.
- Is gericht om een **garantie van duurzaamheid van business to business** te waarborgen en niet zichtbaar voor consumenten.

Op dit moment is er nog **geen concrete uitwerking** van wat regeneratieve landbouw precies behelst. Om die reden is het op het moment eerder **een denkrichting** dan een **concrete bovenwettelijke eis**.



# De rol van biologische landbouw

**“Biologisch is een keurmerk die over de hele wereld bekend is.”**

**Retail**

**“Biologisch landbouw is mede door de Green Deal in opkomst in Nederland.”**

**Verwerker**

## De rol van biologische landbouw

- Er is **groeïende aandacht voor biologisch gecertificeerde producten** onder de onderzochte marktpartijen.
- Biologisch zien zij als relevant omdat het een **positieve bijdrage levert aan meerdere opgaven**, zoals klimaat, natuur en dierenwelzijn.
- Ook voelen zij zich **aangemoedigd door de Europese Green Deal** waarin een percentage voor het biologisch areaal in 2030 is gesteld.
- Zij vinden het een voordeel dat **biologisch wettelijk erkend** is en bekend is voor de consument.
- Een ander voordeel is dat biologische certificering **te verwaarden is in het buitenland**, terwijl dit voor Nederlands georiënteerde keurmerken minder vanzelfsprekend is.
- Enkele daarvan bieden **financiële ondersteuning** aan boeren die de overstap maken naar biologische landbouw.
- Marktpartijen noemen ook het voordeel van **samenwerking binnen een groeiend netwerk van biologisch gecertificeerde producenten en leveranciers**, wat schaalvoordelen en kennisdeling mogelijk maakt.

Biologisch wordt in **toenemende mate door verschillende marktpartijen gesteld als bovenwettelijke eis** voor (een deel van) hun assortiment. Daarnaast is biologisch **internationaal gemakkelijk te verwaarden**.





# Conclusie en aanbevelingen

## Conclusies (1)

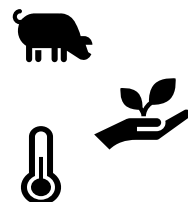
**Supermarkten** lijken een **belangrijke aanjager** van bovenwettelijke eisen vanuit de Nederlandse markt.



De meeste bovenwettelijke eisen zijn onderdeel van **geaccrediteerde systemen** zoals **keurmerken en certificeringen**.



De meeste bovenwettelijke eisen richten zich op **klimaat, natuur en dierenwelzijn** (vaak geïntegreerd). Waarbij de eerstgenoemde vaak de boventoon voert.



**Financiële beloning** (meerprijs) **verankerd in** veel **geaccrediteerde systemen**. Daarnaast bieden ze vaak ook **verhoogde afzetzekerheid**.



Bovenwettelijke eisen verschillen in **hoe ze landbouwpraktijken beïnvloeden**: Sommige zijn **voorschriften**, andere **meetbare doelen**. Soms wordt het opstellen van **een plan** vereist.



**Biologisch** is als enige geaccrediteerde systeem **verankerd in Europese wet- en regelgeving**. Het wordt in recente jaren **vaker gesteld als bovenwettelijke eis**.



Voor AGF-producten zien we dat er soms **verschillende eisen** worden gesteld aan **Nederlandse, Europese** en **niet-Europese agrariërs**.



In de melkveesector zien we veel **initiatieven vanuit de markt** op basis van **specifieke KPI's**.



We zien, ondanks CSRD-wetgeving, een **afwachtende houding** bij **foodservice- en voedselverwerkende bedrijven** bij het stellen van bovenwettelijke eisen in jaarverslagen.



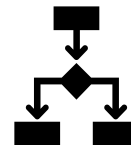
## Conclusies (2)

We zien grofweg **twee sporen** van bovenwettelijke eisen:

- 1) **Nederlandse (Top)keurmerken**
- 2) **Kwaliteitssystemen**



Eisen **verschillen per sector**. In alle sectoren zijn **systemen die bijna universeel worden gebruikt**. Ook binnen sectoren blijven echter **verschillen** bestaan. Dit komt met name door **accentverschillen** en **aanvullende eisen**.



Het **combineren van keurmerken** blijkt lastig in de praktijk. **Keurmerken en kwaliteitssystemen combineren** kan wel. Over het algemeen wordt het **registreren van duurzaamheidsdata** gezien als een **goede zaak**.



Bij keurmerken worden agrariërs vaak beloofd d.m.v. **een vergoeding** en **verhoogde afzetzekerheid**. Bij kwaliteitssystemen is dit **een financiële beloning** en **inzicht in duurzaamheidsprestaties**. De eerstgenoemde zijn op basis van een **inspanningsverplichting**, de beloningen voor kwaliteitssystemen zijn op basis van een **resultaatverplichting**.



Het verhogen van de **toekomstbestendigheid**, **onderscheiding**, **ketenverantwoordelijkheid** en **vraag vanuit de consument of de markt** zijn de meest voorkomende motiveringen.



Er is **groeïende aandacht voor biologisch gecertificeerde producten** onder marktpartijen. Een ander voordeel is dat biologische certificering **te verwaarden is in het buitenland**, terwijl dit voor Nederlands georiënteerde keurmerken minder vanzelfsprekend is.



Marktpartijen zien dat agrariërs **behoefte hebben aan doelsturing**. Voor sommige thema's blijft **middelsturing** nodig.



Regeneratieve landbouw wordt nu nog ingezet als **breed raamwerk** waaraan kwaliteitssystemen **verdere invulling** geven.



Er zijn **enkele verschillen** tussen eisen aan binnen- en buitenlandse agrariërs. Dit komt voor bij eisen via **Nederlandse Topkeurmerken**.

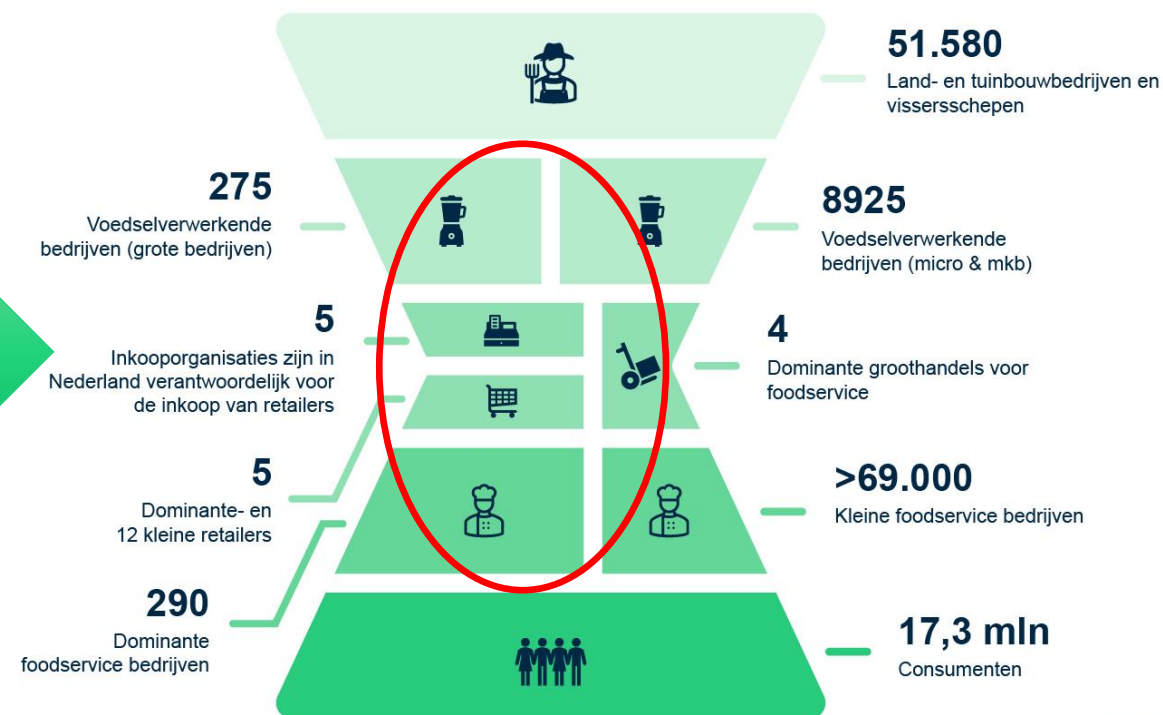
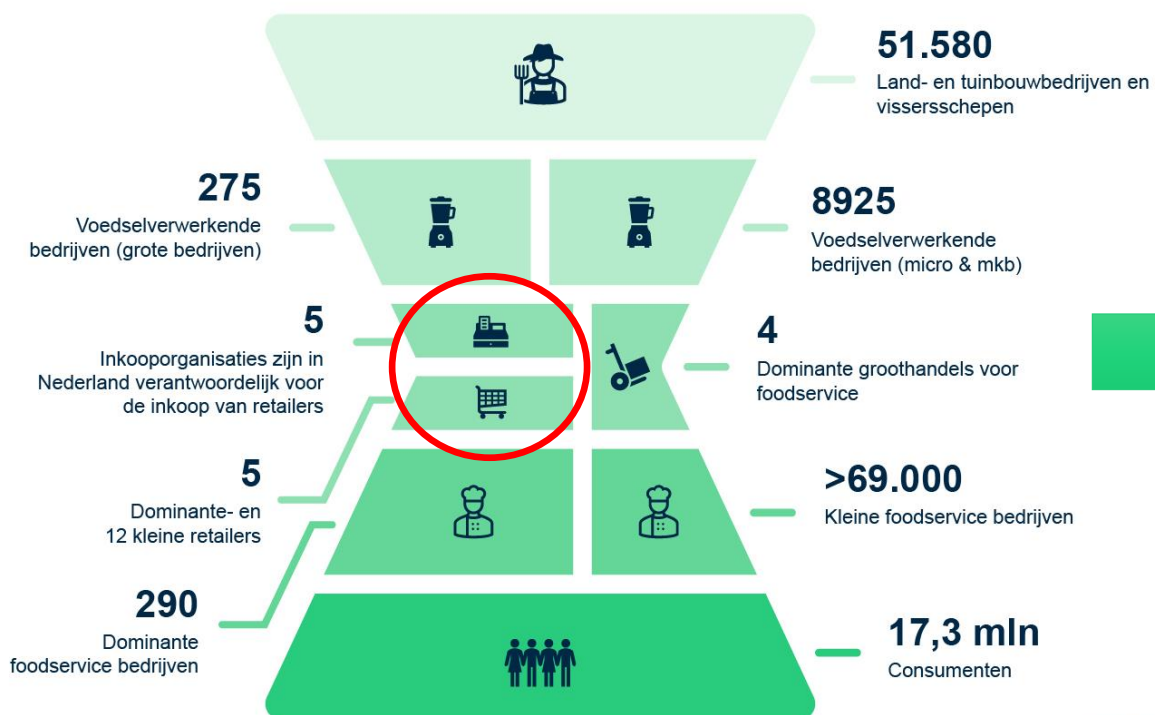


## Aanbevelingen

- ✓ **Blijf inzetten op gevestigde Topkeurmerken.** Deze keurmerken hebben een belangrijke aanjagende functie tot verdere verduurzaming. Daarnaast is het belangrijk om erop toe te blijven zien dat deze keurmerken zich blijven ontwikkelen om verdere stappen te zetten op het gebied van verduurzaming.
- ✓ Onderzoek hoe **sector brede meetmethoden** ingepast kunnen worden in **kwaliteitssystemen** en **keurmerken**. Dat vergemakkelijkt de eventuele overstap naar een keurmerk en helpt bij het creëren van een gedeelde standaard.
- ✓ Zet in op het **definiëren van sectorspecifieke standaarden en meetmethoden**, zoveel mogelijk op Europees niveau. Op die manier kan de 'bodem' omhoog worden getrokken.
- ✓ Onderzoek op **productniveau** waar de meeste winst op verduurzaming behaald kan worden. Omdat de structuur van productketens sterk varieert, is het verstandig te focussen op producten met veel potentieel, in plaats van alleen naar de betrokken partijen te kijken.
- ✓ **Onderzoek** welke partijen, naast supermarkten, de **belangrijkste aanjagers voor verduurzaming** in **verschillende productgroepen** kunnen zijn.
- ✓ Bespreek met **verwerkers** en bedrijven in de **foodservice** over hoe zij hun aanjagende rol voor verduurzaming kunnen invullen.
- ✓ Stimuleer het **biologische keurmerk**, omdat daarmee op meerdere duurzaamheidsthema's tegelijk wordt gestuurd (zoals klimaat, natuur, dierenwelzijn, etc.).



## Aanbeveling: Verbreed de focus



Wij adviseren het ministerie van LNV om de focus op het verduurzamen van de landbouw, door middel van bovenwettelijke eisen, verder te verbreden. Meer aandacht zou moeten worden gericht op voedselverwerkers en dominante foodservicebedrijven.



# Bronnen

## Bronnenlijst (1)

- [Agrifirm Dashboard Strategic CSR Objectives 2018](#)
- [Agrifirm Jaarverslag 2023](#)
- [Agrifirm Maatschappelijk jaarverslag 2015](#)
- [Agrifood eisen veevoer 2017](#)
- [AH Minimum requirements social compliance & the environment for own brand products 2021](#)
- [AH.nl Klimaathub](#)
- [Albert Heijn Duurzaamheidsverslag 2023](#)
- [Albert Heijn Missieverslag 2021](#)
- [Albron Impact Report 2023-2024](#)
- [Albron Impactvolle Producten Magazine](#)
- [ALDI dierenwelzijnsbeleid 2022](#)
- [ALDI duurzamere koffie](#)
- [ALDI duurzaamheidsdoelen 2022](#)
- [ALDI duurzaamheidsrapport 2021](#)
- [ALDI duurzamere palmolie](#)
- [ALDI duurzamere thee](#)
- [ALDI Nord Sustainability Report 2021](#)
- [ALDI vegetarisch en plantaardig doelstelling](#)
- [Beter Leven Keurmerk, alle dieren](#)
- [Beter Voor Natuur & agrariër - AGF](#)
- [Beter voor Natuur & agrariër - Ei](#)
- [Beter voor Natuur & agrariër - Kip](#)
- [Beter voor Natuur & agrariër - Varken](#)
- [Beter voor Natuur & agrariër - Zuivel](#)
- [Beterleven.dierenbescherming.nl kalkoenen](#)
- [beterleven.dierenbescherming.nl konijnen](#)
- [beterleven.dierenbescherming.nl leghennen](#)
- [beterleven.dierenbescherming.nl varkens](#)
- [Beterleven.dierenbescherming.nl vleeskuikens](#)
- [Brochure beter voor boer & Natuur 2022](#)
- [Certificatieschema OTWTPP voor melk 2023](#)
- [Certification scheme On the way to PlanetProof Plant Based Products](#)
- [Code Verantwoord Inkopen Jumbo](#)
- [Coöperatie Koninklijke Cosun algemene inkoopvoorwaarden](#)
- [Cornelis Vrolijk Algemene inkoopvoorwaarden 2022](#)
- [Cosunleden.nl Unitip](#)
- [Danone climate transition plan 2023](#)
- [Danone Sustainability Policy 2022 implementation business partners](#)
- [Danone Sustainable Sourcing Policy 2024](#)
- [Dashboard duurzaamondernemen 2022](#)
- [FrieslandCampina Jaarverslag 2023](#)
- [FrieslandCampina Zero Deforestation and Conversion Policy 2024](#)
- [FrieslandCampina.com Focus planet](#)



## Bronnenlijst (2)

- [Food Personality | Het wortel collectief unilever zet in op regeneratieve landbouw](#)
- [GLOBAL GAP IFA groente en fruit](#)
- [HAK Maatschappelijk Impact Rapport 2023](#)
- [Hilton Food Group Animal Welfare Policy 2024](#)
- [Hilton Food Group Deforestation policy 2024](#)
- [Hilton Food Group Sustainability report 2023](#)
- [IKB Ei Voorschriften 2022](#)
- [IKB Kip Voorschriften 2024](#)
- [IKB Varken Voorschriften 2023](#)
- [Inkoopvoorwaarden Albron 2024](#)
- [Integrated Annual Report Danone 2023](#)
- [Jumbo Jaarverslag 2023](#)
- [Jumbo Jaarverslag duurzaamheid 2023](#)
- [Jumbo MVO voorwaarden 2024](#)
- [Jumbo MVO voorwaarden 2024](#)
- [Jumbo nieuws 27/09/24](#)
- [Jumbo.com Samen tegen klimaatverandering](#)
- [Landelijke Eiweet Monitor 2023](#)
- [Minimun requirements social compliance & the environment for own brand products AH](#)
- [MVO Verslag 2022 Cornelis Vrolijk](#)
- [Plukon Algemene Inkoopvoorwaarden](#)
- [Plukon CSR 2022](#)
- [PLUS jaarverslag 2023](#)
- [PLUS OTWTPP 2021](#)
- [Principles SAI platform](#)
- [Royal Cosun Jaarverslag 2023](#)
- [SKAL voorwaarden Teelt van gewassen](#)
- [SKAL voorwaarden Veehouderij](#)
- [Sligro Food Group Jaarverslag 2023](#)
- [Standards of Engagement Ahold 2024](#)
- [Superunie Duurzaamheidsverslag 2023](#)
- [Superunie Duurzaamheidsverslag 2023](#)
- [Superunie Jaarverslag Duurzame Handel 2020](#)
- [Sustainability Policy Superunie](#)
- [The Greenery algemene inkoopvoorwaarden AGF 2019](#)
- [The Greenery Annual report 2018](#)
- [The Greenery Duurzame teelt](#)
- [Tuurlijk! Certificeringsschema](#)
- [Unilever Regenerating nature](#)
- [Unilever Regenerative agriculture principles 2021](#)
- [Unilever annual report and accounts 2023](#)
- [Unilever Sustainability Goals 2024](#)
- [Unilever Sustainable Agricultural Principles 2024](#)
- [Voortgang 2022 Klimaatplan FrieslandCampina](#)
- [Weidegang certificering Voorschriften 2024](#)



## Over Schuttelaar & Partners

**Bij Schuttelaar & Partners staat een duurzame en gezonde toekomst centraal. Al bijna 30 jaar werken we samen met onze klanten aan de realisatie hiervan en hebben we veel voor elkaar gekregen.**

We richten ons op het gezonder en duurzamer maken van ons agrofoodstelsel en het realiseren van een vitale samenleving waarin de kwaliteit van leven voorop staat. Een gezonde leefstijl in alle levensfasen is daarbij essentieel. We zetten ons in voor verandering van de voedselproductie, zodat een groeiende bevolking gevoed kan worden zonder de aarde uit te putten. En we stimuleren dat een duurzame en gezonde voedselkeuze voor consumenten vanzelfsprekend wordt. Daarnaast zetten we ons volop in om de energietransitie te versnellen.

We werken met multidisciplinaire teams op onze 4 hoofdthema's. De teams bestaan uit inhoudelijk gedreven consultants, communicatie- en public affairs adviseurs, designers en digital developers. Gepassioneerde vakmensen werken graag bij ons. Specialististen die hun kennis en denkvermogen koppelen aan ons ideaal om daadwerkelijk bij te dragen aan een gezondere en duurzamere planeet.



## Auteurs

### Suzanne van der Pijll – Managing Partner voedseltransitie & duurzame verpakkingen

Als Managing Partner bij Schuttelaar & Partners, adviseert Suzanne al meer dan 25 jaar agro-foodorganisaties over duurzame transitie. Ze heeft uitgebreide ervaring met stakeholderdialogen en een groot netwerk binnen de sector.



### Justin Kerkmeijer – Projectleider, CSRD

Justin begeleidt klanten bij CSRD-trajecten en ondersteunt organisaties met duurzaamheidsstrategieën, inclusief beleidsvorming en KPI-ontwikkeling. Hij focust daarbij op klimaat en emissieberekeningen.



### Roos Benard – Senior adviseur voedseltransitie

Roos heeft ervaring in public affairs en campaigning voor voedseltransitie en landbouwbeleid. Ze promoveerde op stakeholderperspectieven bij verduurzaming, en specialiseert zich in stakeholderdialogen.



### Just Blonk – Junior Adviseur voedseltransitie

Just combineert inhoudelijke kennis met communicatieve vaardigheden. Zo vertaalt hij complexe duurzaamheidsvraagstukken in het voedselsysteem naar strategieën met krachtige communicatie.





**Schuttelaar**  
& Partners

**schuttelaar.nl**

**06 - 51797717**

**suzanne.van.der.pijl@schuttelaar.nl**

#### **Den Haag**

Zeestraat 84  
2518 AD Den Haag

#### **Wageningen**

Bronland 12-S  
6708 WH Wageningen

#### **Brussel**

Rue Belliard 199, bte 22  
B-1040 Brussel

#### **Volg ons op social media**



werkenbijschuttelaar



schuttelaar & partners

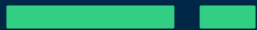


schuttelaar



schuttelaar & partners International

© Schuttelaar & Partners. Alle teksten, beelden, logo's en andere content in deze presentatie worden beschermd door het auteursrecht, tenzij anders vermeld.  
Reproductie en/of gebruik is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming. Onze algemene voorwaarden zijn te vinden op [schuttelaar.nl/voorwaarden](https://schuttelaar.nl/voorwaarden).



# The Agency for a Healthy World



Schuttelaar  
& Partners



**The  
Agency  
for a  
Healthy  
World**



# Bijlage: Schema's

## Akker-/tuinbouw



[Skal Biocontrole | Teelt van gewassen](#)



[Plantaardig - On the way to PlanetProof](#)



[Beter Voor - AGF](#)



[Global GAP IFA fruits and vegetables](#)



[Sustainable Agriculture Principles and Practices — SAI Platform](#)

## Visserij



[Skal Biocontrole | Aquacultuur](#)



[Global GAP - visserij](#)



[The New ASC Farm Standard - ASC International](#)



[Developing the MSC Standards | Marine Stewardship Council](#)

## (Pluim)veehouderij (1)



[Skal Biocontrole | Veehouderij](#)



[On the way to PlanetProof](#)



[Beter Voor](#)



[IKB Ei certificatieschema](#)



[IKB Kip certificatieschema - AVINED](#)

## (Pluim)veehouderij (2)



[De dieren op een rij - Beter Leven keurmerk](#)



[De dieren op een rij - Beter Leven keurmerk](#)



[De dieren op een rij - Beter Leven keurmerk](#)



[RSPO Certification - Roundtable on Sustainable Palm Oil \(RSPO\)](#)



[RTRS certification](#)



[Over IKB Varken - IKBVarken](#)

## Melkveehouderij (1)



[Skal Biocontrole | Veehouderij](#)



[Melk - On the way to PlanetProof](#)



[Beter Voor - Zuivel](#)



[De dieren op een rij - Beter Leven keurmerk](#)



[Criteria Zuivel - Tuurlijk!](#)

## Melkveehouderij (2)



[RSPO Certification - Roundtable on Sustainable Palm Oil \(RSPO\)](#)



[Weidemelk - Voorwaarden](#)



[Fokus planet](#)



[RTRS certification](#)



[Caring Dairy duurzaamheidsprogramma](#)



**Schuttelaar**  
& Partners



**The  
Agency  
for a  
Healthy  
World**