

LNV Consumentenplatform
'(On)Zichtbare prijs'
Over prijsinterventies op duurzaam voedsel
18 juni 2010

LNV Consumentenplatform - **'(On)Zichtbare prijs'**
Over prijsinterventies op duurzaam voedsel

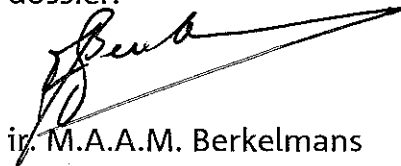
Den Haag, 14 juli 2010

Voorwoord

Consumenten betalen vaak niet de volledige prijs van hun voedsel. De maatschappelijke kosten kunnen hoger zijn dan het prijskaartje in de winkel omdat de milieukosten, de aantasting van de biodiversiteit, de uitstoot van broeikasgassen en het welzijnsniveau van dieren niet worden meegerekend in de prijs. Consumenten nemen hun aankoopbeslissingen op basis van verkeerde prijsinformatie, economen spreken in dit verband over de externe kosten van productie. Is er een reden voor de overheid om in te grijpen in de prijsvorming van voedsel en, zo ja, hoe doe je dat dan op een efficiënte wijze?

Op 18 juni 2010 heeft het LNV Consumentenplatform het thema “(On)zichtbare prijs”, over prijsinterventies op duurzaam voedsel besproken. Daarbij kwamen vragen aan de orde als: moet je wel bij de consument zijn of moet je niet liever veel eerder in de productieketen ingrijpen, bijvoorbeeld bij de productie van veevoer. Val de consument niet lastig met nog meer ingewikkelde keuzes. Daarnaast zijn er naast prijsinterventies natuurlijk veel meer instrumenten om voedsel meer duurzaam te maken, zoals voorlichting en regelgeving. Een ander punt uit de discussie is het koopkrachteffect van mogelijke prijsinterventies op de minder bedeelde bevolkingsgroepen.

Ingrijpen in de prijsvorming van voedsel door de overheid heeft dus vele aspecten die je niet in één middag consumentenplatform kunt oplossen. Toch vinden wij dat het consumentenplatform met een aantal nuttige aanbevelingen is gekomen. In dit dossier leest u meer hierover. Ik wens u veel plezier bij het lezen van dit dossier.



ir. M.A.A.M. Berkelmans

Plv. directeur Agroketens en Visserij
Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Inhoud	Pagina
1. Verslag LNV Consumentenplatform	6
2. Beleidsdossier	11
3. Achtergronddossier	15
4. Opinie onderzoek	21
5. Stakeholdersinterviews	25
6. Colofon	27

1. Verslag LNV Consumentenplatform



Verslag LNV Consumentenplatform: (On)Zichtbare Prijs Den Haag, 18 juni 2010

De productie van voedsel brengt kosten met zich mee. Economische kosten voor grondstoffen, arbeid, verwerking en transport, maar ook maatschappelijke kosten. De maatschappelijke kosten komen tot uitdrukking in de wissel die de voedselproductie trekt op ecosystemen, het klimaat, maar ook de arbeidsomstandigheden van mensen in ontwikkelingslanden.

Voedselprijzen komen in een spel van vraag en aanbod tot stand. Hierbij worden niet alle (maatschappelijke) kosten verwerkt. Het niet verwerken van alle kosten is iets wat steeds vaker besproken wordt als 'issue' in media, door NGO's en politici. Voorbeelden van de toenemende aandacht zijn het doen van aangifte van medeplichtigheid aan slavernij door het eten van foute chocolade door Teun van de Keuken in 2004 en het burgerinitiatief 'stop fout vlees' uit 2007 van Milieudefensie. Ook komt het tot uiting in de recente discussie over 'de vlees-kiloknallers'.

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (hierna LNV) gebruikt al deze maatschappelijke geluiden in de vorming van haar beleid. Het verwelkomt initiatieven die bijdragen aan de verduurzaming van de voedselketen van producent tot consument. LNV initieert en participeert in verschillende rondetafels, convenanten en platforms om deze verduurzamingsbeweging zo goed mogelijk te sturen en ondersteunen.

Een van de instrumenten om verduurzaming te stimuleren is het inzetten van prijsmaatregelen op voedsel. Hierover sprak het LNV consumentenplatform op 18 juni 2010 in Den Haag.

De discussie werd gevoerd aan de hand van de volgende beleidsvragen:

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. In hoeverre bestaat de noodzaak om binnen nu en vijf jaar, prijsinterventies op voedsel te plegen?2. Hoe kan de overheid een rol vervullen in prijsinterventies op voedsel?3. Welke mix van (prijs)maatregelen, spreekt (de maatschappij) het meest aan? |
|--|

Voor de bespreking van dit thema konden de leden van het LNV Consumentenplatform gebruik maken van:

- een overzicht van het huidige beleid;
- achtergrondinformatie over het thema;
- een verslag van straatinterviews met mensen op verschillende plaatsen in Den Haag;
- een verslag van interviews met verschillende stakeholders.

Deze documenten zijn te vinden op: www.minlnv.nl/Consumentenplatform.

In dit verslag staat een weergave van de discussie in het LNV Consumentenplatform met daaropvolgend een puntsgewijze opsomming van de belangrijkste uitkomsten van de discussie.

1. Discussie

1.1 Algemeen

Het belang van het doorrekenen van alle maatschappelijke kosten in de prijs van producten wordt door de platformleden onderkend. Het huidige systeem houdt onvoldoende rekening met de belastende effecten die onze voedselproductie en –consumptie tot gevolg heeft. De milieuschade die de productie van verschillende voedingsmiddelen oplevert, moet duidelijker zichtbaar gemaakt worden en ingrijpen is volgens het platform noodzakelijk. Aspecten zoals CO₂-uitstoot, het kappen van tropisch regenwoud en andere effecten zouden doorberekend moeten worden in de prijs van producten. Dit geldt niet alleen voor voedsel, ook bij andere producten moeten de maatschappelijke kosten inzichtelijk gemaakt worden.

Hoewel de noodzaak tot ingrijpen breed gedeeld wordt, is er discussie over de wijze waarop deze kosten moeten worden doorberekend. De inzet van prijsmaatregelen kan hiervoor een goed middel zijn, maar wel onder bepaalde voorwaarden. Daarnaast zijn er volgens het platform alternatieven zoals een gebruiksbelasting of een natuurlijke bronnenbelasting.

1.2 Heffingen onder voorwaarden, aanpak in keten mogelijk effectief

Wanneer men kiest voor een heffing op bepaalde producten moet zorgvuldig omgegaan worden met het geld dat dit oplevert. Eventuele extra inkomsten voor de overheid moeten meteen geïnvesteerd worden in duurzame initiatieven en innovaties. Daarmee worden prijsmaatregelen ingezet als gericht instrument voor verduurzaming en niet als algemeen instrument om gedrag te veranderen. Andere instrumenten zijn daartoe volgens het platform meer effectief.

Het is belangrijk om goed te kijken op welke plaats interventies het meest effectief zijn. Verschillende leden pleiten er voor om in de keten in te grijpen en niet bij de consument. De consument bevindt zich aan het einde van de keten waar verschillende ketens samenkomen. Door uitsluitend daar in te grijpen bestaat het gevaar van ongewenste neveneffecten. Het is mogelijk effectiever om maatregelen te nemen die ketenpartijen stimuleren om te verduurzamen. Grijp in waar de pijn zit, aldus het platform. Bovendien zal er ook een prijseffect optreden wanneer in de keten hogere productiekosten gemaakt worden omwille van duurzaamheid.

Bij het nemen van maatregelen signaleert het platform een probleem met het grote aantal variabelen waarmee rekening gehouden moet worden. Duurzaamheid is een begrip dat vele aspecten omvat waardoor het niet voor iedere productgroep gemakkelijk zal zijn gerichte maatregelen te formuleren. De overheid moet daarom niet streven naar sturing op detailniveau, maar een helder doel formuleren en daar vanuit terugredeneren.

1.3 Belangrijke rol voor markt

Hoewel de overheid een belangrijke rol heeft bij de verduurzaming van de keten, signaleert het platform ook dat er bemoedigende initiatieven vanuit de markt zijn. Initiatieven zoals de Round Table for Sustainable Soy hebben geleid tot verduurzaming in de hele keten en leiden vanzelf tot prijsstijging van minder duurzame producten. Bovendien is het moeilijk om als Nederlandse overheid invloed uit te oefenen op processen die zich in landen in Afrika of andere delen van de wereld afspelen. Dat kan effectiever en eenvoudiger geregeld worden door ketenpartijen via het eigen netwerk.

Internationaal laten ook partijen als Tesco zien dat marktpartijen zich in kunnen zetten op thema's als waterschaarste en klimaatverandering. Partijen hoeven dan ook niet te wachten tot de overheid eisen stelt. Het bedrijfsleven is bovendien vanwege haar oriëntatie op de markt goed in staat maatschappelijke vraagstukken aan te voelen.

1.4 Inzetten op bewustzijn

Naast verduurzaming in de keten blijft bewustzijn een belangrijk aspect om op in te zetten. De platformleden vinden dat het kennisniveau over duurzaamheid bij veel consumenten nog te laag is. Zo weten veel consumenten bijvoorbeeld niet dat het eten van vlees belastend voor het milieu is. Mensen moeten weten welke verantwoordelijkheid ze zelf kunnen nemen en wat de gevolgen van hun eigen gedrag zijn. De overheid speelt een rol in het informeren van de consument, maar moet erop letten dat de juiste toon wordt aangeslagen. Te vaak is de boodschap te belerend of humorloos, aldus het platform.

Het platform adviseert te onderzoeken hoe de complexiteit van het begrip duurzaamheid helder kan worden gecommuniceerd naar het grote publiek. De term prijsinterventie vindt het platform niet passend omdat de overheid vaker met subsidies en heffingen bepaalde gunstige effecten tracht te bereiken. In de communicatie moet bovendien niet gesproken worden over middelen, maar over de concrete aspecten van duurzaamheid waarbij de consument zich iets kan voorstellen.

1.5 Pakket aan maatregelen effectief

Verduurzaming is vooral een kwestie van een pakket aan maatregelen: eerlijkere prijzen, goede voorlichting, maatschappelijke bewustwording en duurzamere productieprocessen. Daarnaast raadt het platform aan een om een werkgroep in te stellen voor de fiscale vergroening van het landbouwbeleid. Die kan onderzoeken welke (combinatie van) maatregelen met meest effectief zijn in het bereiken van de duurzaamheidsdoelstellingen die LNV zich stelt.

Hoofdpunten discussie

- Het belang van het doorrekenen van alle maatschappelijke kosten in de prijs van producten wordt door de platformleden onderkend en de noodzaak tot ingrijpen benadrukt. Het huidige systeem houdt onvoldoende rekening met de belastende effecten die onze voedselproductie en -consumptie tot gevolg heeft.
- Wanneer men kiest voor een heffing op bepaalde producten moet volgens het platform zorgvuldig omgegaan worden met het geld dat dit oplevert. Eventuele extra inkomsten voor de overheid moeten meteen geïnvesteerd worden in duurzame initiatieven en innovaties.
- Ingrijpen in de keten is mogelijk effectiever dan bij de consument. De consument bevindt zich aan het einde van de keten waar verschillende ketens samenkomen. Door daar in te grijpen bestaat het gevaar van ongewenste neveneffecten. Het is effectiever maatregelen te nemen die ketenpartijen stimuleren om te verduurzamen.
- Hoewel de overheid een belangrijke rol heeft bij de verduurzaming van de keten, signaleert het platform ook dat er bemoedigende initiatieven vanuit de markt zijn. Initiatieven zoals de Round Table for Sustainable Soy hebben geleid tot verduurzaming in de hele keten en leiden vanzelf tot prijsstijging van minder duurzame producten.
- Het platform adviseert te onderzoeken hoe de complexiteit van het begrip duurzaamheid helder kan worden gecommuniceerd naar het grote publiek. De term prijsinterventie vindt het platform niet passend omdat de overheid vaker met subsidies en heffingen bepaalde gunstige effecten tracht te bereiken.

- Verduurzaming is vooral een kwestie van een pakket aan maatregelen: eerlijkere prijzen, goede voorlichting, maatschappelijke bewustwording en duurzamere productieprocessen. Daarnaast raadt het platform aan een om een werkgroep in te stellen voor de fiscale vergroening van het landbouwbeleid

2. Procedurele zaken

Afscheid leden

De leden Saskia Aalbers, Jolinde Hageman, Ellen Govers, Anneke Ammerlaan en Annick de Witt nemen afscheid van het platform. De voorzitter dankt ze voor hun goede en kritische bijdrage tijdens de afgelopen jaren.

Aanwezigen 18 juni 2010

Aanwezige platformleden

Marijke Vos (voorzitter)
Saskia Aalbers
Anneke Ammerlaan
Gerrit Antonides
Rob Baan
Jolinde Hageman-van Dijk
Ellen Govers
Arie van der Linden
Annick de Wit
Garjan Sterk
Hanna Schösler
Jan-Paul van Soest
Corine Wantenaar

Ministerie van LNV

Michel Berkelmans
Henk Riphagen
Tineke Martens
Wim Ruiterkamp
Ika van de Pas
Sara Huang

Schuttelaar & Partners

Taco Juriaanse
Annelieke Dijkstra

2. Beleidsdossier



1. Inleiding

In het beleidsdossier wordt gewoonlijk voor elk consumentenplatform de beleidsmatige achtergrond op een bepaald onderwerp geschetst. Voor het onderwerp 'prijnsinterventies op voedselproducten' is er nog geen specifiek beleid. Dit beleidsdossier is daarom bedoeld om de maatschappelijke context te schetsen en een overzicht te geven van (beleids)stukken die door andere departementen of instanties zijn geschreven.

2. Maatschappelijke context

Nationaal

Kosten voor voedselprijzen komen in een spel van vraag en aanbod tot stand. Hierbij worden niet alle (maatschappelijke) kosten verwerkt. Dit staat nader uitgewerkt in het achtergrond dossier. Het niet verwerken van alle kosten is iets wat al vaker aan de orde is geweest in Nederland. Voorbeelden hiervan zijn het doen van aangifte van medeplichtigheid aan slavernij door het eten van foute chocolade door Teun van de Keuken in 2004¹ en het burgerinitiatief 'stop fout vlees' uit 2007 van Milieudefensie. Ook komt het tot uiting in de recente discussie over 'de vlees-kiloknallers'.

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (hierna LNV) gebruikt al deze maatschappelijke geluiden in de vorming van haar beleid. Wij verwelkomen initiatieven die bijdragen aan de verduurzaming van de voedselketen van producent tot consument. LNV initieert en participeert in verschillende rondetafels, convenanten en platforms om deze verduurzamingsbeweging zo goed mogelijk te sturen en ondersteunen.

Internationaal

In verschillende EU-landen is door de overheid voedselbeleid opgezet. Ook zijn er (maatschappelijke, politieke en/of ambtelijke) discussies gaande in andere Europese landen als Zweden, Duitsland, België, Spanje, de UK en Frankrijk over verduurzaming van voedsel, al wordt het overal anders ingevuld. Een aantal voedingsmiddelenbedrijven heeft al besloten vrijwillig de co2-footprint van het product op de verpakking te plaatsen (o.a. Tesco en PepsiCo). Voorzover bekend is er in geen enkel land sprake van fiscale maatregelen specifiek gericht op de verduurzaming of vergroening van de voedselconsumptie.

Wel staan fiscale (consumenten)maatregelen met betrekking tot verduurzaming of vergroening internationaal in de kijker. Vele grote mondiale organisaties hebben hun zorgen geuit over de negatieve effecten als uitputting van natuurlijke hulpbronnen, opwarming van het klimaat etc. In relatie tot de economische groei van de afgelopen decennia. De FAO bijvoorbeeld heeft zich achter de voorstanders van een vleestax geschaard.

Verduurzaming of vergroening bij andere sectoren

Ook zijn er voorbeelden te noemen vanuit andere sectoren waarin gepoogd is verduurzaming of vergroening na te streven door fiscale en/of financiële instrumenten. Zo zijn er bijvoorbeeld de groene en grijze stroom, de vliegtaks en de verpakkingenbelasting.

- Groene stroom (elektriciteit opgewekt uit duurzame energiebronnen als wind, water en biomassa bijstook) is tot 2005 gesubsidieerd door de overheid zodat het ongeveer net zo duur was als gewone, grijze stroom.
- De vliegtaks is een ander voorbeeld: deze werd op 1 juli 2008 ingevoerd en op 1 juli 2009 afgeschaft en was een onderdeel van de 'Wet belastingen op

¹ resulterend in het chocolademerkt Tony's Chocolonely

milieugrondslag'. Deze maatregel is uiteindelijk afgeschaft, onder meer door druk vanuit reisorganisaties en luchthaven Schiphol, om o.a. de concurrentiepositie van Schiphol te verbeteren.

- De verpakkingenbelasting is op 1 januari 2008 ingevoerd als vergroenende maatregel. Bedrijven die verpakkingen of verpakte producten voor de eerste keer op de markt brengen moeten deze belasting betalen. Hoe milieuvriendelijker een verpakking, hoe meer een bedrijf moet betalen. Het bedrag dat deze belasting opbrengt gaat deels naar een verpakkingenfonds en deels naar de algemene middelen. Deze belastingmaatregel bestaat nog steeds.

Deze voorbeelden grijpen/grepen niet allemaal aan bij de consument. Wel is er kritiek geuit op de vliegtaks en de verpakkingenbelasting omdat eventuele hogere kosten voor vliegtickets en verpakte producten werden doorberekend aan de consument, zodat deze hierdoor de uiteindelijke prijs ervoor betaalt.

3. Politieke context

In het kader van de Tweede Kamerverkiezingen van 2010 en de brede heroverwegingen die in 2009 tijdens Prinsjesdag zijn aangekondigd, heeft dit onderwerp ook politiek steeds meer aandacht gekregen. Zo is er in het rapport van de studiegroep herziening belastingstelsel te lezen:

"Belastingen zijn in beginsel een efficiënt instrument om milieubeleid vorm te geven. Met belastingen is het mogelijk om externe kosten van voor het milieu schadelijk gedrag te internaliseren. Het instrument is daarom terecht veelvuldig ingezet. Een verdergaande inzet van dit instrument zal echter moeten worden bezien in samenhang met andere instrumenten. (...) Nieuwe milieubelastingen worden alleen aanbevolen indien zij duidelijke milieueffecten hebben tegen lage administratieve lasten en uitvoeringskosten. De vleesbelasting voldoet hier niet aan en wordt daarom afgeraden. In plaats van een heffing op vlees zou er ook kunnen worden gedacht aan een heffing op veevoer. Deze zou waarschijnlijk tot een ander milieueffect leiden. Doordat de heffing op veevoer alleen zal doorwerken op de prijs van Nederlands vlees zal als gevolg van de prijsstijging de vraag naar Nederlands vlees afnemen."

Ook in de partijprogramma's van de grote politieke partijen staan verwijzingen naar vergroening en verduurzaming van de economie. In onderstaand kader worden een aantal speerpunten van politieke partijen opgenoemd.

- **PvdA** is voorstander van vergroening van de belastingen door subsidies toe te spitsen op duurzaamheid en door grote investeringen in duurzame energievoorziening. Daarnaast stellen ze strakke milieuwetten op en maken ruim baan voor groen ondernemerschap.
- **CDA** wil dat bij (fiscale) stimuleringsmaatregelen de bijdrage aan duurzaamheid in de gehele keten en op de lange termijn leidend is.
- Enkele punten bij **GroenLinks**: de overheid richt een Groene Investeringsbank op, die gunstige kredieten beschikbaar stelt voor groene investeringen. Alle subsidies die niet gericht zijn op een duurzame economie worden afgebouwd. Resterende subsidies worden, waar mogelijk, vervangen door overheidsgaranties en -kredieten. Het belastingstelsel wordt vergroend. Bestaande milieubelastingen op verpakkingen, energie, afvalstoffen en brandstoffen worden verhoogd. Voor vlees gaat het hoge btw-tarief gelden.
- **D66** is voorstander van het verder vergroenen van het belastingstelsel. Zij willen duurzaam gedrag belonen en milieuvriendelijk gedrag bestraffen. Dat doen zij door de BTW op de consumptie van niet-biologisch vlees (de kiloknallertax) en de energiebelasting te verhogen. Daarnaast willen zij ook een stap zetten in het in rekening brengen van de 'echte' kosten voor milieuvriendelijk gedrag bij de producenten en hierom bestaande vrijstellingen voor energieheffingen voor de landbouwsector en lagere accijns op 'rode diesel' afschaffen.

- De **SP** streeft naar een zo sterk mogelijke vergroening van het belastingstelsel, waarbij milieuvriendelijk produceren wordt bevorderd en vervuilende productie zwaarder wordt belast.
- Voor de **VVD** is het van belang dat duurzaamheid een aanpak is waarin evenwicht is tussen economie, ecologie en de wensen uit de samenleving. De overheid moet hierin heldere doelen stellen en ondernemers uitdagen met oplossingen te komen.

4. Beschouwing

Tot slot een opsomming van een aantal belangrijke overwegingen bij de hierboven geschetste ontwikkelingen op verduurzaming of vergroening van de economie.

- *Verschuiving van de discussie in de tijd.* Een belangrijke constatering van het oplaaien van deze discussie is dat er maatschappelijk gezien meer draagkracht lijkt te komen voor meer 'ingrijpende' maatregelen voor verduurzaming (belastingen, subsidies etc.) in plaats van de 'softere' maatregelen (informerende van de consument, maar de consument maakt haar eigen keuzes), zoals het de afgelopen jaren was.
- *Het doel van de maatregelen.* Verduurzamen van de consumptie, verduurzaming van de productie, spekken van de belastingkas, electoraal gewin, of een combinatie. Met name het doel van het internaliseren van externe kosten (dierenwelzijn, biodiversiteitsverlies etc) van productie en consumptie van (voedsel)producten is gezien de rol die de overheid zou moeten spelen een belangrijk uitgangspunt voor de discussie.
- *De verschillende soorten maatregelen.* De discussie gaat vandaag over fiscale maatregelen. Naast fiscale prikkels om verduurzaming van consumptie/productie zijn er ook subsidiemogelijkheden voor duurzame consumptie/productie, marketingmaatregelen, educatie etc. Uiteindelijk kan een mix van deze instrumenten effectiever/efficiënter zijn dan één (fiscaal) instrument.
- *De rol en houding van de overheid.* Nu de discussie over meer ingrijpende maatregelen weer terug op tafel is, verdient het aanbeveling om een verkenning naar de mogelijkheden en kansen van financiële en fiscale maatregelen te kijken voor vergroening van de maatschappij als geheel en voedselproductie en -consumptie in het bijzonder.

5. Vragen aan het Consumentenplatform

Dit brengt LNV ertoe de volgende vragen aan het consumentenplatform voor te leggen:

1. *In hoeverre bestaat de noodzaak om binnen nu en vijf jaar, prijsinterventies op voedsel te plegen?*
2. *Hoe kan de overheid een rol vervullen in prijsinterventies op voedsel?*
3. *Welke mix van (prijs)maatregelen, spreekt (de maatschappij) het meest aan?*

3. Achtergronddossier



Achtergrondossier

1. Inleiding

In dit achtergrondossier behandelen we enkele aspecten van prijsinterventies in de voedselketen door de overheid. Er bestaat maar weinig feitenmateriaal over de effecten van prijsinterventies in de markt voor voedsel. Er zijn wel veel plannen om in te grijpen in de prijsvorming, maar daadwerkelijke experimenten zijn (nog) onbekend.

In dit dossier beginnen we met de vraag waarom de overheid zich zou moeten bemoeien met de prijsvorming van voedsel. Wat is de legitimiteit van het overheidsoptreden? Daarna kijken we naar de mogelijkheden die de overheid heeft om in consumentenprijzen in te grijpen. De *hoe*-vraag gaat over de verschillende instrumenten die de overheid zou kunnen toepassen. Dit wordt geïllustreerd met een analyse van het Centraal Planbureau van de vleesheffing uit 2007. Ook wordt een prijsexperiment aangestipt voor biologisch voedsel dat LNV in 2006 liet uitvoeren in een aantal supermarkten. Tot slot wordt het essay 'Over het motiveren tot gezonder en duurzamer consumeren'² behandeld.

2. Legitimatie van overheidsingrijpen in de prijsvorming van voedingsmiddelen

De prijs van voedsel in de supermarkt komt gewoonlijk tot stand door onderhandelingen tussen producenten en inkopers. Het normale spel van vraag en aanbod op de markt zoals dat ook het geval is voor mobiele telefoons, huizen of auto's. Natuurlijk spelen factoren als de grootte van de aanbieder of afnemer, marktsegment, gewenste marge van de ketenschakel, marktaandeel een grote rol in dit ragfijne spel. Producentenprijzen staan sterk onder invloed van jaarlijks wisselende oogsten, de consumentenprijzen hebben daar veel minder last van. Een beetje groter aanbod van paprika's op de afzetmarkt leidt tot lage prijzen voor de telers en veelal tot een slecht bedrijfsresultaat. De consument in de supermarkt merkt daar niet zoveel van.

Dat er soms zeer scherp geprijsde aanbiedingen in de supermarkt liggen ('één kilo kipfilet voor € 4,99") roept veel reactie op bij beleidsmakers en politici. Deze zogenaamde kiloknallers stimuleren de vleesconsumptie, leiden tot een aantasting van de duurzame productie en dat ervaren de criticasters als moreel onwenselijk. Zij verdenken de producenten ervan dat deze niet alle productiekosten in deze scherpe prijs verrekenen en dat de consument zijn aankoopbeslissing neemt op basis van een verkeerd prijssignaal. Een te lage prijs leidt tot overconsumptie.



Hoe zit het met de kostprijs van voedsel? Het begint met de productie van het landbouwproduct. De producent zal alle kosten die hij maakt proberen terug te verdienen in zijn verkoopprijs aan de groothandel. Het gaat om de aankoop van zaaizaden of jongvee, de levering van kunstmest, gewasbeschermingsmiddelen, dieselolie voor zijn trekker en ga zo maar door. Ook kosten als pacht, rente en aflossing aan de bank, waterschapslasten moeten worden terugverdiend bij de verkoop. Wat hij niet meerekent zijn de kosten van ammoniakuitstoot uit zijn stal, het fijnstof dat vrijkomt of de kosten

² geschreven door onderzoeksinstituut WUR-LEI op verzoek van LNV, april 2010

van de broeikasgassen die zijn melkkoeien produceren. Dat zijn onzichtbare kosten voor de producent evenals de kosten van de uitspoeling van nitraten en fosfaten in de sloten. Milieuvervuiling of aantasting van de biodiversiteit zijn wel kosten voor de samenleving, hoewel het moeilijk is om de hoogte hiervan te bepalen. Drinkwaterbedrijven maken hoge kosten om het fosfaat uit het grondwater te halen voordat het geschikt is voor consumptie. Producenten wentelen deze kosten af op de samenleving, economen spreken in dit verband over negatieve externe effecten of over marktfalen.

Ingrijpen van de overheid in de prijsvorming is gerechtvaardigd als de negatieve milieueffecten onvoldoende tot uitdrukking komen in de marktprijzen. Wanneer producenten bepaalde maatschappelijke kosten afwentelen op de samenleving dan krijgen consumenten een verkeerd prijssignaal. De overheid kan met prijsmaatregelen ervoor zorgen dat de negatieve milieueffecten ook meegenomen worden in de verkoopprijs. Naast milieu kan er nog een reden zijn om een product duurder te maken, namelijk ongewenste gezondheidseffecten. Roken of het drinken van alcohol veroorzaakt aanzienlijke gezondheidsschade die ten laste komen van de samenleving in de vorm van hogere ziektekosten, verkeersongevallen, etc. De overheid kan ongewenst consumentengedrag beïnvloeden door hoge accijnzen op deze producten te leggen. Hierdoor zal er minder gerookt of gedronken worden, zo is de redenering. Ook de consumptie van voedsel met een hoog gehalte aan ongezonde vetten zou door prijsbeleid ontmoedigd kunnen worden.



Een veel vergeten gezichtspunt is de bestemming van de overheidsheffingen. Een belasting op een milieuvervuilend of ongezond product kan gebruikt worden om de schade die dit product aanricht te herstellen. Een vliegticketbelasting kan bijvoorbeeld gebruikt worden elders in de wereld bossen aan te planten, een vleesheffing om het gebruik van plantaardige eiwitten te bevorderen, etc. In de ogen van economen hoeft een heffing niet altijd te leiden tot een lagere consumptie, het enige dat telt is dat alle maatschappelijke kosten in de prijs van het product tot uitdrukking komen.

3. Hoe kan de overheid ingrijpen in de prijsvorming?

Dat kan op verschillende manieren. In het verleden heeft de overheid minimum- en maximumprijzen voor voedsel toegepast. Tot in de jaren tachtig was er een minimumprijs voor consumptiemelk, met als oogmerk om de melkboeren te beschermen tegen het stunts met melk door de supermarkten. Ook is er ten tijde van zeer slechte aardappeloogsten door het kabinet Den Uijl een maximumprijs voor aardappelen in de winkel overwogen. Daarnaast kan de overheid accijnzen opleggen, dat zijn vaste bedragen per gewicht of volume van product. Dit gaat het beste als de producten langs een paar centrale distributiepunten gaan, zoals het geval is bij benzine (olie-maatschappij), alcohol of suiker (maar één producent). Een ander model is het verhogen van btw waarbij zowel het volume als de prijs een rol speelt. Dit is eenvoudig uit te voeren door voedsel van het lage naar het hoge btw-tarief te brengen. Tot slot kan de overheid voedsel om allerlei redenen subsidiëren. In de voormalige Oostbloklanden was dit een populaire methode om de bevolking rustig te houden en de regeringen in ontwikkelingslanden gebruiken nog steeds voedselsubsidies om de stedelijke massa's aan zich te binden. Dit instrument zou ook gebruikt kunnen worden om voedsel met bijzondere eigenschappen goedkoper te maken. Om de mogelijke prijsinterventies door de overheid in beeld te brengen, passeren hieronder een aantal relevante publicaties op dat gebied.

Boeren met toekomst

In 2007 heeft de Tweede Kamer gedebatteerd over het burgerinitiatief 'Boeren met toekomst' dat was gelanceerd door Milieudefensie. Kern van het voorstel was een halvering van de intensieve veehouderij in Nederland, ruimere huisvestingsnormen en een terugdringing van het gebruik van geïmporteerde soja. Onderdeel was ook een heffing op de consumptie van vlees van € 0,85 per kg. Het Centraal Planbureau (CPB) en het Milieu en Natuurplanbureau (MNP) hebben de effecten van het plan doorgerekend. Voor onze discussie is vooral het effect van de vleesheffing interessant.

In 2005 aten wij als Nederlanders ongeveer 86 kg vlees per persoon, oftewel in totaal 1,4 miljoen ton per jaar. Het CPB berekent dat de voorgestelde vleesheffing van € 0,85 per kg jaarlijks circa € 660 miljoen opbrengt. De planbureaus denken dat een vleesheffing binnen de huidige EU-kaders mogelijk is. Zolang de heffing niet leidt tot grensformaliteiten en het geld niet wordt gebruikt voor een speciaal doel, mag het denken zij. Nederland zou het in de vorm van een bijzondere verbruiksbelasting kunnen doen zoals de heffing op frisdrank of de heffing op alcohol. Argumenten voor een dergelijke belasting zijn het vermeende luxe of ongezonde karakter. Wel wijzen de planbureaus op de aanzienlijke administratieve lasten van een heffing op vlees. Dit zou kunnen worden ondervangen door te kiezen voor een verhoging van het btw-tarief. Dat lijkt gemakkelijker uitvoerbaar.

Het verwachte effect op de vleesconsumptie is voornamelijk bescheiden: de prijsverhoging van gemiddeld 10% leidt slechts tot een daling van de vleesconsumptie met 2,5 %. Dit komt omdat de consumptie van vlees niet erg prijsgevoelig is, prijswijzigingen leiden maar tot een beperkte reactie van de consumenten. Amerikaans onderzoek spreekt over een geringe prijselasticiteit van -0,3 (USDA,2005). Het is de vraag of prijsinterventies wel effectief zijn in een voedselmarkt met een zo'n geringe prijselasticiteit.

Biologisch prijsexperiment



Niet alleen ongewenste milieu- of gezondheidseffecten kunnen beprijsd worden door het opleggen van een fiscale heffing. Ook gewenst gedrag van consumenten kunnen gestimuleerd worden door een prijssubsidie. Als producten een positief extern effect hebben, bijvoorbeeld biologisch voedsel, dan kan er reden zijn om de prijzen te verlagen.

LNV heeft in 2006 een prijsexperiment uitgevoerd in tien plaatsen in Nederland. Daarbij werden de prijzen in de supermarkt voor een aantal biologische producten gedurende een paar maanden met 5 tot 40 % verlaagd. Dit leidde tot een behoorlijke toename van de afzet. Er was sprake van een elastische relatie tussen prijs en hoeveelheid. Consumenten zeiden bovendien dat ze wel meer willen betalen voor biologische dan voor gangbare producten als deze gemiddeld niet meer dan 20 tot 25 % duurder zijn. Vóór dat LNV het experiment uitvoerde waren de prijzen voor biologische producten gemiddeld 60 % hoger en tijdens het experiment nog zo'n 35 %. De conclusie van de onderzoekers die het experiment gevolgd hebben is dat prijs er zeker toe doet maar dat smaak en routine ook belangrijke motieven zijn voor aankoopbeslissingen van consumenten.

Essay WUR-LEI over motiveren tot gezonder en duurzamer consumeren

Het onlangs verschenen³ essay gaat over het beïnvloeden van het gedrag van consumenten bij de aankoop van voedsel. Wat kan de overheid doen om het gedrag van consumenten in positieve zin te beïnvloeden? Het LEI onderscheidt drie categorieën maatregelen:

1. educatieve maatregelen
2. marketing, en
3. regelgeving

Ad 1) Bij educatie gaat het om:

- voorlichtingsboodschappen (de schijf van vijf);
- informatie van de consumenten, en
- het ontwikkelen van kennis bij bepaalde bevolkingsgroepen (smaaklessen op basisscholen)

Ad 2) Marketing gaat een stap verder en werkt met prikkels op de winkelvloer. De klassieke marketingmix bestaat uit de 4 p's: product, prijs, promotie en plaats. Door hier mee te variëren, kan het aankoopgedrag van consumenten beïnvloed worden. Presentatie van gezonde producten, portiegroottes aanpassen, ruimte in het schap, het hoort allemaal tot de directe beïnvloeding van de consument bij zijn aankoopbeslissing.

Ad 3) Regelgeving gaat zowel over het stelsel van eisen aan de producten (geen transvetten of vast frituurvet) als over het geven van financiële prikkels. Hieronder rekenen ze ook belastingmaatregelen als accijnzen en btw.

In het essay gaan de auteurs uitvoerig in op belastingmaatregelen als een vorm van prijsbeleid. In de belastingtheorie is het legitiem om de maatschappelijke kosten van een product te compenseren door een heffing. Dat geldt voor producten met negatieve gezondheidsaspecten (tabak, alcohol) of milieueffecten (energiegebruik). De onderzoekers achten een verhoging van het btw-tarief op voeding van 6 naar 19 % mogelijk. Het verlagen van het lage tarief naar 0% voor bijvoorbeeld biologische producten is volgens de EU btw-richtlijn niet mogelijk. Daarvoor moet de richtlijn aangepast worden. Ook mag er geen sprake zijn van discriminatie tussen soortgelijke producten: biologisch vlees moet hetzelfde belast worden als gangbaar geproduceerd vlees.

Een prijsverhoging van voedsel door een belasting zal niet altijd helemaal worden doorberekend in de consumentenprijs. De onderzoekers verwachten dat de productie- en distributieketen een deel van de verhoging zal absorberen door genoeg te nemen met een lagere marge. De effecten van prijsinterventies op de consumentenkeuze lijkt beperkt te zijn. Nederlanders geven maar een klein deel van hun inkomen uit aan voedsel en zijn naar verwachting niet zo gevoelig voor prijsstijgingen of -dalingen. Tot slot wijst het LEI, net als de Planbureaus, op de hoge uitvoeringskosten en de toename van de administratieve lasten van het bedrijfsleven.

³ april 2010

4. Hoofdpunten achtergrondossier

- Wanneer niet alle maatschappelijke kosten in de prijs van voedsel zijn meegenomen, is er sprake van een negatief extern effect oftewel van marktfalen. Hierdoor bestaat de legitimatie voor overheidsingrijpen, bijvoorbeeld door een heffing op te leggen. Aan de andere kant: wanneer voedsel een positief extern effect heeft (bijvoorbeeld biologisch voedsel) zou de overheid dit kunnen subsidiëren.
- Prijsinterventie kan op vele manieren: door het instellen van minimumprijzen om bepaalde aanbieders te beschermen of maximumprijzen als er sprake is van een misoogst. Het leggen van een heffing op niet-duurzaam geproduceerd voedsel of een subsidie geven op biologische producten behoren ook tot de mogelijkheid. Sommige ngo's suggereren een verhoging van het btw-tarief of een heffing op bijvoorbeeld veevoer.
- Beprijzen van voedsel hoeft niet altijd te leiden tot een verlaging van de consumptie. De overheid kan de opbrengst van de heffing ook gebruiken om compenserende maatregelen te treffen die de negatieve externe effecten neutraliseren. Voorbeeld is het aanleggen van bossen in ontwikkelingslanden als compensatie voor de uitstoot van CO₂.

4. Opinie onderzoek (straatinterviews)



Opinie onderzoek

1. Inleiding

In samenwerking met het ministerie van LNV heeft Schuttelaar & Partners straatinterviews uitgevoerd. Onderwerp van de bijeenkomsten was prijsmaatregelen op voeding. Dit is een impressieverslag van de interviews. Doel van de interviews was een indruk te krijgen van de mogelijke invloed van prijsmaatregelen op het aankoopgedrag van mensen en de mate waarin de maatregelen als aanvaardbaar gezien worden.

2. Deelnemers

In totaal zijn 24 consumenten op straat geïnterviewd op twee plaatsen in Den Haag. De Haagse Markt en de Frederik Hendriklaan. Voor deze plaatsen is gekozen vanwege de verschillen in bevolkingssamenstelling. De Haagse Markt bevindt zich in een gebied van de stad met veel lage inkomens en mensen van verschillende culturele achtergronden. De Frederik Hendriklaan is een chique winkelstraat met relatief veel biologische en natuurwinkels in een van de duurste wijken van Den Haag.

Voor deze aanpak is gekozen om vooral de verschillen tussen deze bevolkingsgroepen te benadrukken.

3. Stramien interviews

Tijdens de korte gesprekken werd aandacht besteed aan de volgende onderwerpen:

- Hoe belangrijk is prijs bij de aankoop van voeding?
- Hoe zou de consumptie veranderen bij prijsverhoging of -verlaging?
 - Casus: vlees, groenten en koffie
- Mag de overheid ingrijpen op de prijs van producten ten behoeve van verduurzaming?

4. Bevindingen

Prijs vooral belangrijk voor lagere inkomens

Tijdens de interviews op de markt kwam naar voren dat naast zaken als kwaliteit en versheid, prijs een belangrijke factor is bij het kopen van eten. Mensen gaan op de markt op zoek naar producten met een goede prijs-kwaliteit verhouding, maar kopen wel de dingen waar ze 'zin in hebben'. Geen van de geïnterviewden gaf aan omwille van de prijs bepaalde zaken niet (meer) te eten.

"Wat dacht je? Ik heb een uitkering van 900 euro, natuurlijk let ik op de prijs! Maar ik eet natuurlijk wel gewoon wat ik lekker vind."

In tegenstelling tot de mensen met lagere inkomens speelt voor de mensen met de hoge inkomens prijs niet of nauwelijks een rol. Men geeft aan bij de aankoop van eten vooral te letten op kwaliteit en duurzaamheid. Veel van de mensen met de hogere inkomens proberen bewust verantwoorde producten te kopen en laten zich daarbij niet door prijs leiden.

"Het is misschien heel erg, maar ik let totaal niet op de prijs. Ik kan het me makkelijk veroorloven, dus waarom ook niet?"

Besparing liever op andere dingen dan eten

Geconfronteerd met een mogelijke prijsstijging van bepaalde producten geven de meeste mensen aan niet snel hun gedrag te zullen wijzigen. Dit geldt voor zowel de lage als de hoge inkomensgroepen. De lagere inkomensgroepen geven aan liever op andere zaken te besparen dan eten. Dat wordt gezien als primaire levensbehoefte en men zal pas bij een grote prijsstijging overwegen andere producten te kopen. Voor de hogere inkomens is dit nog minder relevant. Zij kopen enerzijds al vaker verantwoorde producten en zijn anderzijds minder gevoelig voor prijs.

"Ik let al op dingen als biologisch, daar speelt de prijs geen rol bij"

Opvallend genoeg geeft vrijwel iedereen uit de lagere inkomensgroepen aan ook bij prijsdaling van verantwoorde producten het aankoopgedrag niet te zullen veranderen. Kwaliteit en smaak blijven de belangrijkste aankoopcriteria en veel mensen zijn er niet van overtuigd dat de kwaliteit en smaak van verantwoorde producten beter zijn dan van gangbare producten.

Vooral vlees 'heilig', groenten en koffie minder

In de interviews werd aandacht besteed aan drie 'cases' om de thematiek concreet te maken: een relatieve prijsstijging van vlees ten opzichte van plantaardige eiwitbronnen, van kasgroenten en groenten uit het buitenland ten opzichte van seizoensgroenten en van gangbare koffie ten opzichte van gecertificeerde fair trade koffie.

Met name het eten van vlees is voor veel mensen een 'must'. Slechts een enkeling geeft aan zonder probleem een dag minder vlees te eten wanneer de prijs ervan zou stijgen. In de hogere inkomensgroepen ziet niemand aanleiding om omwille van de prijs minder vlees te eten. Zij doen dit overigens wel omwille van de milieueffecten die het eten van vlees in hun ogen heeft.

"Ik eet gewoon waar ik zin in heb. Als ik een biefstukje wil, eet ik een biefstukje"

Dit zelfde geldt voor de discussie over seizoensgroenten, hoewel hier een ander motief achter lijkt te zitten. Bij vlees lijken mensen vooral vanuit smaak en hun beleving van eten te redeneren. Bij groenten speelt gemak een belangrijke rol. Wanneer bepaalde groenten buiten het seizoen aanzienlijk duurder worden weten mensen niet goed wat ze in plaats daarvan moeten klaarmaken. De enige groep waarvoor dit minder lijkt te gelden zijn de wat ouderen. Zij zijn zich al bewust van seizoenen en houden daar rekening mee in hun eetpatroon.

"Ik wil ook in de winter gewoon lekker eten, en dat kan niet met al die wintergroenten, ik weet gewoon niet wat ik ermee moet"

Koffie lijkt het minst 'geladen' product. Weinig mensen hechten echt veel waarde aan een vast koffiemark. Smaak is een belangrijk element, maar als het prijsverschil erg groot zou worden, is men bereid te wisselen van gangbare koffie naar fair trade koffie.

Geen principiële bezwaren tegen overheidsingrijpen

Naast de discussie over vlees, groenten en koffie is ook gevraagd naar de mening over overheidsingrijpen ten behoeve van verduurzaming. Vrijwel alle geïnterviewde consumenten hadden hier weinig tot geen bezwaar tegen. De meesten vinden het de taak van de overheid om algemene belangen (zoals duurzaamheid) te beschermen. Ook als dat betekent een heffing op minder duurzame producten.

"De wetenschappers en politici moeten bepalen wat goed is voor Nederland. Zij moeten de randvoorwaarden maken. Als dat betekent dat sommige dingen duurder worden, het zij zo"

Deze mening gold met name voor de lagere inkomensgroepen, terwijl bij de hogere inkomens een enkeling stellig tegen overheidsingrijpen in de markt was. Daarnaast ziet men liever dat verduurzaming via wetgeving en voorlichting gestimuleerd wordt dan via prijsmaatregelen. De overheid heeft een verantwoordelijkheid om partijen uit de keten aan te spreken op hun verantwoordelijkheid, zonder dat de consument daar door geraakt hoeft te worden

5. Observaties

- Naast kwaliteit is prijs voor met name de lagere inkomensgroepen belangrijk.
- Bij prijswijzigingen zijn mensen geneigd eerst te zoeken naar andere bespaarposten alvorens het eetgedrag aan te passen.
- Met name de lagere inkomensgroepen zullen gevoelig zijn voor prijsmaatregelen, de hogere niet of nauwelijks.
- Ingrijpen op de prijs van vlees roept de meeste weerstand op bij mensen. Voor seizoensgroenten geldt vooral dat men het als 'lastig' ervaart wanneer niet het hele jaar door voor dezelfde prijs groente gekocht kan worden. Voor koffie is het voor de meeste mensen vrij gemakkelijk een overstap te maken naar een ander type.
- Er zijn geen grote bezwaren tegen overheidsingrijpen, hoewel dit niet alleen middels prijsmaatregelen, maar ook via wetgeving richting ketenpartijen moet gebeuren.

5. Stakeholdersinterviews



Stakeholdersinterviews

1. Inleiding

In samenwerking met het Ministerie van LNV heeft Schuttelaar & Partners telefonische interviews met zes stakeholders gehouden. Onderwerp van de interviews was de mogelijkheid om prijsmaatregelen op voeding in te zetten. Doel van het onderzoek was te inventariseren wat de houding van partijen om LNV heen ten opzichte van dergelijke maatregelen is.

2. Opzet

Tijdens de interviews werd gevraagd naar de wenselijkheid en effectiviteit van mogelijke prijsmaatregelen, de voorwaarden waaronder deze succesvol kunnen zijn en de mate waarin de overheid een rol kan en mag spelen bij de prijsstelling van producten.

3. Deelnemers

Niet alle namen van de betrokken organisaties kunnen hier worden genoemd. Het betrof onder andere FairFood, Unilever, VION, CONO Kaasmakers, Jumbo Supermarkten. Dit verslag bevat een bundeling van de belangrijkste punten uit de interviews. De zaken die in dit verslag naar voren komen zijn niet te koppelen aan organisaties of individuen.

4. Bevindingen

Prijsmaatregelen niet zonder meer kansrijk

Het verduurzamen van de voedselproductie en -consumptie wordt door de geïnterviewde stakeholders erkend als belangrijke doelstelling. Over de manier waarop die doelstelling verwezenlijkt moet worden bestaan verschillende meningen. In het algemeen kijkt men met enige scepsis naar prijsmaatregelen als instrument. Voor sommigen kunnen prijsmaatregelen een onderdeel van een bredere aanpak zijn, maar de meesten geven de voorkeur aan andere instrumenten. Wanneer overheden toch kiezen om een prijsmechanisme in te voeren gelden enkel voorwaarden:

- Prijsmaatregelen zijn alleen relevant wanneer er een directe koppeling is tussen het opgebrachte bedrag en een kostenpost die daarmee voldaan wordt. Bij de verduurzaming van voeding is dit erg moeilijk en dat maakt prijsmaatregelen moeilijk te verantwoorden. Het roept vragen op over wat te doen met de opbrengsten en waar het geld voor gebruikt wordt.
- Voordat prijsmaatregelen ingevoerd worden moet objectief vastgesteld worden welke producten hieronder vallen. De vraag is wie die grens trekt en of de overheid voldoende in staat is een oordeel te vellen over welke producten wel en niet belast worden.
- De neveneffecten van prijsmaatregelen moeten goed in ogenschouw genomen worden. Het moet leiden tot meer duurzaamheid op zowel macro- als microniveau. Dat wil zeggen dat het niet mag leiden tot het verplaatsen van bijvoorbeeld dierlijke productie naar het buitenland, waardoor er geen mondiale duurzaamheidswinst optreedt.
- Prijsmaatregelen zijn alleen dan effectief wanneer er een voldoende groot prijsverschil gehaald wordt.

Daarnaast worden ook enkele specifieke kanttekeningen geplaatst:

- Prijsmaatregelen kunnen ongewenste sociale effecten hebben. Met name lagere inkomensgroepen zullen geraakt worden door een prijsverhoging op bepaalde

producten, terwijl de hogere inkomensgroepen zich kunnen permitteren om onduurzame gedrag te blijven vertonen.

- Nederland moet zich bewust zijn van haar positie binnen de Europese en mondiale economie. Prijsmaatregelen in de Nederlandse markt zouden verstorend werken en leiden tot zaken als 'vleestoerisme' naar de buurlanden.
- Er zal veel weerstand vanuit de markt en keten komen tegen prijsmaatregelen. De overheid neemt het risico zo geen serieuze en betrouwbare gesprekspartner meer te zijn.
- Het verleden heeft uitgewezen dat heffingen en andere prijsmaatregelen niet of slechts matig effectief zijn. Voorbeelden zijn de vliegtaks, verpakkingsbelasting en accijnzen op benzine. Het is daarmee niet waarschijnlijk dat prijsmaatregelen op voeding een voldoende groot effect zullen hebben om het inzetten ervan te rechtvaardigen.

Brede aanpak heeft voorkeur

Prijsmaatregelen worden gezien als een te smalle benadering van het probleem. Daarom pleiten respondenten voor andere benaderingen:

- LNV moet scherp formuleren wat het beoogde resultaat van hun beleidsdoelstellingen is en vanuit dat resultaat terugredeneren naar mogelijke maatregelen. Op dit moment gebeurt dat nog niet altijd voldoende waardoor te smalle maatregelen worden besproken die niet leiden tot het beoogde resultaat.
- Redeneer vanuit doelstellingen en niet vanuit de middelen. Door het instrumentarium als vertrekpunt van de discussie te nemen bestaat het risico dat er een te eenzijdige prikkel in de markt ontstaat. Partijen proberen dan vooral aan de randvoorwaarden van de maatregel te voldoen en streven niet noodzakelijkerwijs naar meer duurzaamheid.
- De maatschappelijke kosten van voeding hebben niet uitsluitend betrekking op duurzaamheid. Ook de gezondheidseffecten van te veel en te ongezond eten brengen grote maatschappelijke kosten met zich mee. De focus moet daarom op voeding als segment gericht zijn en niet gestructureerd naar beleidsdomeinen van de verschillende ministeries;
- Wanneer prijsmaatregelen leiden tot een prijsverhoging is dit een te negatieve benadering. Je gaat op die manier consumenten straffen voor verkeerd gedrag in plaats van belonen voor goed gedrag. Een prijsverlaging voor verantwoorde producten zou daarom beter zijn.

Alternatieven voor prijsmaatregelen

Een bredere aanpak bedient zich van meer dan alleen prijsmaatregelen. Hierbij worden de volgende zaken genoemd:

- De overheid moet marktpartijen stimuleren om vanuit hun eigen expertise en creativiteit tot oplossingen te komen. Er zijn veel bemoedigende initiatieven in de markt die de ruimte moeten krijgen van de overheid.
- Kijk naar initiatieven in de keten zoals de ontwikkeling rondom tussensegmenten. Dat bewijst dat een positieve benadering waarbij meerdere partijen uit de keten geactiveerd worden kunnen leiden tot meer duurzaamheid.
- Regulering en wetgeving zijn meer effectieve manieren om verduurzaming te bewerkstelligen. Zo ligt de 'pijn' niet slechts bij een partij in de keten en is er duidelijkheid over de randvoorwaarden. Daarbij is het zeer belangrijk dat er duidelijk en eenduidig beleid gevoerd wordt. Een prijsmaatregel is een halfslachtige maatregel. Als de overheid daadwerkelijk vindt dat bepaalde producten 'slecht' zijn, moeten die producten uit de schappen gehaald worden. Je kunt dingen niet voor 50% verbieden.

Colofon

Hoofdstuk 1

Beleidsdossier:

Tineke Martens (Ministerie van LNV, Directie Voedsel, Dier en Consument)

E-mail: t.martens@minlnv.nl

Hoofdstuk 2

Achtergrondinformatie:

Henk Riphagen (Ministerie van LNV, Directie Agroketen en Visserij)

E-mail: h.riphagen@minlnv.nl

Hoofdstukken 3 en 4

Schuttelaar & Partners: 070-318 4444

E-mail: info@schuttelaar.nl

Pers

Directie Communicatie

Thijs van Son: 070-378 4513

m.d.m.van.son@minlnv.nl

LNV Consumentenplatform

Directie Voedsel, Dier en Consument

Sara Huang en Wim Ruiterkamp: 070-757 3811 en 070-738 5723

E-mail: s.huang@minlnv.nl en w.ruiterkamp@minlnv.nl

Afbeeldingen afkomstig van LNV Beeldbank en www.sxc.hu

Oplage: 40 stuks

Meer informatie over het LNV Consumentenplatform is te vinden op:

www.minlnv.nl/Consumentenplatform

'(On)Zichtbare prijs' Over prijsinterventies op duurzaam voedsel, is een publicatie van het Ministerie van LNV in samenwerking met adviesbureau Schuttelaar & Partners.

Eerder in het LNV Consumentenplatform:

- Een leven gezond, een gezond leven (12 maart 2010)
- Informeren, beïnvloeden of sturen? (20 november 2009)
- Nanotechnologie: Klein maar fijn? (3 juli 2009)
- Van picknickplek tot ecoduct, over mensenwensen voor natuur (17 april 2009)
- Interne evaluatie LNV Consumentenplatform (28 november 2008)
- Melk, vlees en eieren: onze zorg? (12 september 2008)
- Vis moet, kan dat? (21 mei 2008)
- Het etiket, waar staat dat voor? (november 2007)
- Leefbare stad, groene stad? (juni 2007)
- Voedsel versus Energie, een dilemma? (maart 2007)
- Jeugd en Natuur (november 2006)
- Voedselverliezen, verspilde moeite? (juni 2006)
- NL voor mensen, Nationale Landschappen in ontwikkeling (maart 2006)
- Diermeel, voer voor discussie (november 2005)
- Dierenwelzijn, willen we dat weten? (juni 2005)
- Platteland, ook voor uw vrije tijd! (maart 2005)
- Geeft decontaminatie veilig pluimveevlees? (december 2004)
- Natuurlijkheid, waarde voor beleid (juni 2004)
- Voedsel zonder risico: wensen en grenzen (februari 2004)
- Ons voedsel over tien jaar (oktober 2003)
- De prijs van duurzame voedselproductie (juni 2003)
- Vis als het maar verantwoord is! (april 2003)
- Genetische modificatie en voedsel, weet u wat dat is? (november 2002)
- Kiezen voor groenten en fruit (september 2002)
- Waar komt mijn vlees vandaan? (april 2002)