

Circl, 15 november 2018

# Aanbevelingen voor Next Generation Farming

## De boer heeft de gunfactor, de sector veel minder

De noodzaak tot verduurzaming is inmiddels een *no-brainer*. Maar om de gewenste duurzaamheidstransitie te realiseren zijn er meer jonge boeren, tuinders en professionals nodig die kiezen voor deze sector: de volgende generatie boeren en tuinders. Daarvoor is maatschappelijke waardering en ruimte om te ondernemen belangrijk. Het betekent ook dat er een gezond verdienmodel moet zijn. Immers, de boer heeft een inkomen nodig en juist dat inkomen staat al decennia onder druk door de focus op prijs van de gehele voedselketen. Deze doelen zijn niet altijd even goed verenigbaar met een duurzamere landbouw.

De financiering van verduurzaming kan via vier routes lopen: De eerste is de route van 'meer met minder', dus efficiënter produceren. Dat is een route die veel ondernemers aanspreekt en veelal leidt tot lagere kosten. De tweede route is het werken op een duurzamere wijze. Hiervoor zijn aanpassingen nodig die kostenneutraal kunnen zijn als ze slim worden gedaan. De derde route is die via financiële prikkels vanuit de fiscus, RVO of GLB; vertrouwde en effectieve instrumenten. De laatste route is naar mening van ABN AMRO de koninklijke route en loopt via een meerprijs voor duurzaam geproduceerd voedsel. De hele voedselketen compenseert de meerkosten en versnelt zo de verduurzaming van de productie.

De hele agrifoodketen staat dus voor een uitdaging: Hoe kan de land- en tuinbouw toekomstbestendig worden gemaakt? Deze vraag stond 14 november centraal in Circl, het circulaire paviljoen van ABN AMRO, waar beslissers en beïnvloeders uit de agrifoodsector bijeen kwamen. Ze bogen zich over de dilemma's in de sector en gaven aanbevelingen voor toekomstbestendige ketens met een goed perspectief voor boeren en tuinders.

## Dierlijke ketens: meer inzetten op circulariteit

De samenwerking in dierlijke ketens moet beter en minder vrijblijvend worden georganiseerd. Ketens moeten vraaggestuurd worden ingericht. Zo kunnen specifieke markten met specifieke producten worden bediend. Van gras tot glas en zaadje tot karbonaadje. In deze "coalition of the willing" worden ook eventuele issues gezamenlijk opgepakt. De kalverhouderij is een voorbeeld van een keten die marktgericht produceert, issues aanpakt en regie neemt. Met meer regie is krachtige communicatie en belangenbehartiging mogelijk. Het is niet eenvoudig om leiderschap te nemen in een verdeelde sector. Verschillen van inzicht en van belangen tussen veehouders en andere schakels in de keten zijn groot. Ketenpartners en veehouders zullen bereid moeten zijn om een deel van de individuele vrijheid op te geven voor een sterker geheel. Dat vraagt om vertrouwen in je ketenpartners. ABN AMRO verwacht dat de komende jaren de transparantie en het vertrouwen kan worden verbeterd met nieuwe technologieën. Daarom participeert ABN AMRO in onderzoek om deze technologie verder te ontwikkelen.

Verder zal de veehouderij nog meer in moeten zetten op circulariteit. De sector werkt tot op zekere hoogte al circulair. Zo absorbeert de veehouderij al grote hoeveelheden voedsel dat niet geschikt is voor menselijke

consumptie. Maar dat kan beter. Zo kan mest beter worden aangewend en verwerkt, zodat de inhoudsstoffen tot waarde komen. De specifieke wensen van de teler zullen hierin leidend moeten zijn. Belangrijk is dat de organische stof in Nederlandse mest een belangrijke bijdrage kan leveren aan het herstel van bodemkwaliteit in Europa.

## Plantaardige ketens: *maak waardeverhogende activiteiten zichtbaar*

Jonge ondernemers hebben ruimte nodig om te ondernemen. Te veel regels beperken die ruimte. Eén van de belangrijkste discussiepunten in de sector is dan ook de regeldruk. In plaats van te beperken moeten we gaan naar een systeem van belonen. Niet alleen vanuit de overheid, maar ook vanuit de retail- en de bankensector. De innovatiekracht van ondernemers kan dan worden aangeboord. Hiervoor moet er wel onderscheid gemaakt worden tussen bedrijven. Wat zijn de voorlopers en welke bedrijven kunnen nog een slag maken in duurzaamheid?

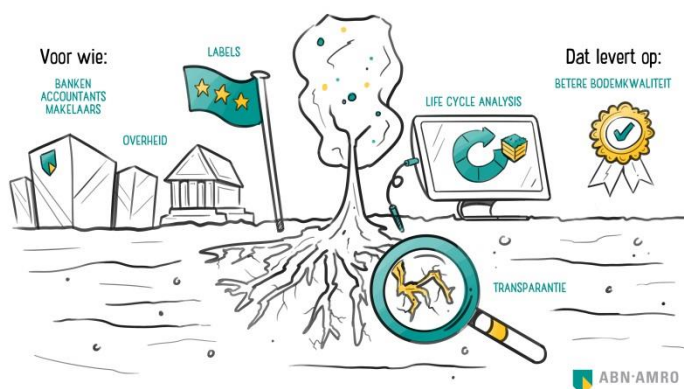
Plantaardige ketens zijn enorm afhankelijk van exportmarkten en deze markten stellen soms andere eisen. Overigens liggen deze markten met name in Europa. Vooral Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn belangrijke exportbestemmingen. In deze landen gelden andere regels en liggen producten met andere keurmerken in de supermarkt. Differentiatie tussen de ketens die voor deze markten produceren en ketens die hun producten in de thuishmarkt afzetten is belangrijk.

Informatie over de productiewijze en waardeverhogende activiteiten moeten door de hele keten zichtbaar worden. Zo wordt waarde die aan het begin van de keten is toegevoegd vastgehouden tot aan het einde van de keten naar de consument. De technologie, zoals blockchain en LCA-methodieken, die dit kunnen ondersteunen ontwikkelen zich in rap tempo. Belangrijker nog dan de ontwikkeling van de technologie is een open houding van ketenpartners. Alleen dan komen mogelijkheden tot verbetering in beeld. Duurzaamheid is niet alleen een West Europees thema maar zal ook in Azië en andere opkomende economieën steeds belangrijker worden. Door voorop te lopen in deze ontwikkeling kan Nederland gidsland zijn voor een duurzame landbouwpraktijk.

## Grondgebonden ketens: *maak investeringen in bodemkwaliteit zichtbaar via bodempaspoort*

Voor de volgende generatie moet bodemuitputting worden voorkomen. Goed bodembeheer is belangrijk bij het verbeteren van de positie van boeren en tuinders. Het creëert een breder maatschappelijk draagvlak. Met behulp van een bodempaspoort kunnen boeren en tuinders de bodemkwaliteit betrouwbaar en transparant weergegeven en het onzichtbare zichtbaar maken.

### KRACHTIGE INCENTIVES voor BODEMKWALITEIT



---

Daarnaast moeten investeringen in een hogere bodemkwaliteit ook financieel interessant worden. De koninklijke route wordt bewandeld als de keten en consumenten bereid zijn hiervoor te betalen. Bijvoorbeeld door een hogere prijs voor het product als aantoonbaar de voedingswaarde is toegenomen of als door een betere plantweerbaarheid minder chemische middelen gebruikt zijn.

Financiële prikkels zijn ook mogelijk via een lagere risico-opslag bij financiering, als de (oogst)risico's worden beperkt door een beter water bufferend vermogen of lager droogterisico. Investeringen in organische stof en actief bodemleven kosten tijd en geld. Kortlopende pacht past niet in een systeem waarbij het verbeteren van de bodemkwaliteit constante aandacht behoeft.

### **Communicatie: zet de consument centraal**

De agrarische sector als geheel ervaart een imagoprobleem en een relatief lage gunfactor. En dat terwijl de boer juist een hoge gunfactor heeft. Dat verschil kan beter benut worden. Bijvoorbeeld door de verbinding tussen boer en consument te herstellen: Laat als boer of tuinder zien wat je doet. Maatschappelijke acceptatie is immers belangrijk om goed te kunnen ondernemen. En om dat te bereiken zal de consument echt centraal gesteld moeten worden.

Consumenten willen een transparante betrouwbare keten, ze eisen eerlijkheid en ze willen duidelijke taal. Dat betekent dat de boer verantwoordelijkheid moet nemen in zijn rol als voedselproducent. Erken wat de impact op de omgeving is, zowel positief als negatief.

Duurzaamheid heeft een prijs. En dat moet naar de consument gecommuniceerd worden. Dat betekent dat boeren, tuinders en verwerkers door de hele keten moeten laten zien wat er gebeurt. Via certificaten, maar bijvoorbeeld ook door middel van digitale vastlegging door de keten heen (blockchain) en door verbeteringen zichtbaar te maken via een Life Cycle Assessment (LCA) berekening. Hiermee wordt de milieubelasting van een product berekend over de hele levenscyclus, van de delving van grondstoffen tot de afvalverwerking. Het is een heldere manier om te communiceren met de consument die op basis van dergelijke informatie begrijpt waar de prijs op gebaseerd is. Maar de boer zal zich ook moeten laten zien, onder meer door in consumententermen te denken. Ben je melkveehouder of produceer je zuivel? Teel je bieten of maak je suiker? En laat je ook als ondernemer zien: sponsor bijvoorbeeld een lokale sportclub.

### **En wat kan ABN AMRO doen?**

Ook ABN AMRO wil bijdragen aan een toekomst bestendige agrarische sector. Dit past in de aangescherpte strategie van de bank: Banking for better, for generations to come. We doen dit vooral door ondernemers en de sector te ondersteunen bij verduurzaming. De komende periode staan verschillende initiatieven op stapel. ABN AMRO organiseert workshops met relaties waarin we in gesprek gaan over bedrijfsopvolging, ruimte om te ondernemen en toekomstbestendige verdienmodellen. Verder gaan we jonge ondernemers die voor een bedrijfsovername staan helpen door te sparren over toekomstige uitdagingen.

Bovenstaande aanbevelingen zullen we onder de aandacht brengen van de diverse stakeholders in de sector. Ook zullen we een aantal van de aanbevelingen proberen te helpen realiseren.

En ABN AMRO zet in op verduurzaming, onder andere samen met technologiebedrijf Ecochain, de WUR en True Price. Met deze inzichten kunnen relaties maatregelen nemen om het energieverbruik en milieu impact te verlagen. We gaan met relaties in gesprek over hun visie en aanpak op het gebied van verduurzaming.

Tenslotte wil ABN AMRO de agrarische sector helpen door duurzame projecten te financieren tegen gunstigere voorwaarden, onder andere met behulp van de Groenbank en andere financieringsoplossingen.

---

---

*Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:*

**ABN AMRO**

**Pierre Berntsen, Directeur Agrarische Bedrijven**

[pj.berntsen@nl.abnamro.com](mailto:pj.berntsen@nl.abnamro.com)

06 51 30 18 77

---