



Kleinere bekers, tonijn gemengd met erwten en veel duurder vlees - de echte prijs van verduurzaming

+ exclusief voor betalende leden | **voedselketen** | supermarkten | vlees | zuivel | eieren | verduurzaming | consument | eiwittransitie | eerlijke prijs | true pricing | tapp coalitie | cataars



31 mei 2024, 7:01 | 6 min

Cécile Janssen Eindredacteur / eigenaar,

Foodlog

Deel dit artikel:



Fotocredits: (vlnr) Hendri Nortier, Ingeborg ter Laak, Lara Sibbing, Anja Hazekamp, Joost Mak voor TAPP Coalitie

De True Animal Protein Price Coalition (TAPP-coalitie) vierde woensdag een feestje. Ze bestaat 5 jaar en kan op een succesvolle periode terugkijken. In een bomvol programma kwamen de vele activiteiten en resultaten langs. Jammer genoeg liet de opzet weinig ruimte voor een echt gesprek, maar er was genoeg nieuws om mee naar huis te nemen.

Dagvoorzitter Suzanne van der Pijll had haar handen vol. Letterlijk, aan de vele spiekkaartjes waarmee ze de opeenvolgende sprekers en programmaonderdelen moest introduceren. Maar ook figuurlijk, aan de inhoudelijke vragen en stellingen die aan de orde kwamen. De middag begon uiteraard met een overzicht van 5 jaar TAPP-coalitie, door drijvende kracht Jeroom Remmers.

Samen met een 24-tal partners - inmiddels zijn het er 73 - begon Remmers in 2019 met zijn missie om, met kleine stapjes, ervoor te zorgen dat we met z'n allen minder vlees gaan eten en zo bijdragen aan minder klimaatbelasting, een betere gezondheid en meer dierenwelzijn. De TAPP-coalitie streeft naar 'een eerlijke prijs' voor vlees, zuivel en eieren. "Het is eigenlijk gek," zegt Remmers. "Bij de energietransitie kijkt niemand ervan op dat prijzen verdubbelen door de CO₂-heffingen. Wat miepen we dan over een 10 of 20% heffing op vlees?"

TAPP wil dat er in kleine stapjes een meerprijs komt op vlees en zuivel. Een beperkte meerprijs, van 20 cent per 100 gram op kippenvlees en 45 cent op varkensvlees tot 57 cent op rundvlees. De opbrengsten van die eerlijke prijs vloeien via een fonds terug naar de boeren, die kunnen investeren in bijvoorbeeld dierenwelzijnsmaatregelen. Door de hogere prijs zullen mensen minder vlees gaan eten, wat volgens TAPP hun gezondheid ten goede komt. Een win-win, die zich in de praktijk begint af te tekenen.



TAPP wil dat er in kleine stapjes een meerprijs komt op vlees en zuivel. Een beperkte meerprijs, van 20 cent per 100 gram op kippenvlees en 40 cent op varkensvlees tot 57 cent op rundvlees

landbouwwoordvoerders van de partijen die geen wetenschappelijk bureau hebben (PVV en NSC) kregen het verzoek hun visie te geven naar aanleiding van het voorstel van de eerlijke vleesprijs. Vier

"Hoewel de heffing er nog niet is," zegt Remmers, "zijn de vleesprijzen de afgelopen jaren al met 17% gestegen. En tegelijkertijd is ook de vleesconsumptie met vergelijkbare cijfers afgenomen." Het idee van 'true pricing', waarbij de milieu- en sociale kosten tot uitdrukking komen, werd vorig jaar bijvoorbeeld getest door de Duitse supermarktketen **Penny**. En ook Albert Heijn experimenteerde ermee, door klanten de eerlijke prijs van hun koffie te laten zien - en te laten betalen. Hoewel in de praktijk het aantal klanten dat ook daadwerkelijk de eerlijke prijs betaalde **tegenviel** (15%, van de havermelkdrinkers 31%), vindt het idee van de 'true price' inmiddels weerklink onder het publiek.

Ministerie 'dolblij'

Dat blijkt uit het onderzoek dat de TAPP-coalitie heeft uitgevoerd ter gelegenheid van het lustrum. Alle 14 wetenschappelijke bureaus van de politieke partijen in Nederland plus de

partijen kwamen met een antwoord, die zijn samengevat in het rapport '**Belonen en beprijzen**'. Het eerste officiële moment van de dag bestaat uit het aanbieden van dit rapport aan Jan-Willem Beaujean, directeur-generaal van het ministerie van LNV. Hij zegt 'dolblij' te zijn met het rapport waarmee hij, met de nieuwe minister van het komende rechtse kabinet, onverwijld aan de slag zal gaan. Waarom is hij blij? Omdat de transitie "onmiskenbaar en onomkeerbaar" bezig is, omdat er een toolkit ligt met directe instrumenten en omdat het teamwork van de afgelopen jaren zich in resultaten vertaalt.

Beaujean committeert zich namens het ministerie beprijzen en belonen in de eiwittransitie te blijven steunen, refererend aan het concept-landbouwakkoord waarin dit ook al was opgenomen.

Het Duitse dierenwelzijnsplan: via de btw

In hoog tempo komt het congres verder op stoom. Vorig jaar kwam uit een IPSOS-onderzoek al naar voren dat **57% van de Nederlanders voorstander is van een eerlijke vleesprijs**. Ter gelegenheid van het lustrum vulde TAPP die peiling aan met een **enquête** onder de direct betrokkenen: de melkvee-, pluimvee- en varkenshouders in Nederland. Dat levert het eerste nieuwsfeit van de dag op: Ook een meerderheid van de Nederlandse veehouders is voorstander van een duurzaamheidsheffing op vlees, zuivel en eieren. Als voorbeeld dient het Duitse dierenwelzijnsplan, waarbij de consumenten via een btw-verhoging dierenwelzijnsinvesteringen faciliteren. Vier panelleden komen het podium op: Hanneke van Ormondt (Caring Farmers), Diana Saaman (GRONDig), Wouter van Zandbrink

(GroenBoerenPlan) en Tom Kools (Transitie Coalitie Voedsel) mogen ieder een one-liner uitspreken over dit onderzoek en hup, meteen door naar het volgende thema.



Zo'n systeemverandering kost tijd, laten we die tijd ook nemen, maar laten we morgen beginnen

Noodgedwongen door gebrek aan overheidsvisie

Dat zijn twee *key notes* van respectievelijk Alex Datema (Rabobank) en Jaap Seidell (VU Amsterdam) over belonen en beprezen in de agri-foodsector. Datema vertelt over de visie die de Rabobank vorig jaar heeft opgesteld. Noodgedwongen, volgens hem, omdat andere partijen, zoals de overheid, geen visie hadden. Maar je moet nu eenmaal een kader hebben waarbinnen je kunt toetsen of je de juiste investeringen doet. Voor Rabobank staan twee *drivers* voorop: het moet gaan over brede welvaart en we moeten opereren binnen de milieugebruiksruimte. Ons huidige economische systeem stuurt

aan op intensivering, dat is - nu nog - de beste garantie voor succesvol ondernemen. Maar als we op verduurzaming willen sturen, moet je zorgen dat verduurzaming geld oplevert. Als een boer in andere waarden dan de pure voedselproductie investeert, kan hij dat geld nu niet terugverdienen.



Blijf rationeel beuken op de politiek, zegt Seidell, maar werk ook op die consument, zodat het breder landt

True value komt tot uiting als producten die 'goed' geproduceerd zijn, duurder zijn in de winkel, maar goedkoper dan producten die 'slecht' geproduceerd zijn. Zo'n systeemverandering kost tijd, laten

we die tijd ook nemen, maar laten we morgen beginnen, stelt Datema.

Seidell heeft haast. Hij vraagt zich hardop af of een prijsprikkel wel 'genoeg' is, gezien de druk van de ongezonde voedselomgeving. Als je voedsel duurder maakt, wordt het voor veel gezinnen nog moeilijker om gezond te eten en met vlees elitair maken schiet je uiteindelijk vanuit gezondheidsoogpunt weinig op. Voor een transitie naar gezond eten is veel meer nodig, zoals schoollunches,

schooltuinen, kooklessen, voedseleducatie, waarmee je bij kinderen de verbinding legt hoe het voedselsysteem in elkaar zit. "Blijf rationeel beuken op de politiek," zegt hij, "maar werk ook op die consument, zodat het breder landt."

De vier uitgenodigde (kandidaat-)Europarlementariërs (D66, CDA, GL/PvdA en PvdD) reageren keurig om de beurt op een drietal stellingen, discussie blijft uit. De opvallende situatie dat juist de CDA-kandidaat voor een emissiehandelsysteem (ETS) voor slachterijen en zuivelfabrieken is, met een EU-importhoeft op vlees en zuivel (CBAM) vooral vanwege dat laatste om goedkope import te voorkomen, terwijl de GL/PvdA-kandidaat dat niet ziet zitten, gaat aan de zaal grotendeels onopgemerkt voorbij. De politici kunnen nog net een 'pitch' volgens hun respectievelijke partijprogramma's en ze kunnen weer van het podium.



Vermaat kon het true price gap van een broodje tonijnsalade dichtend door de helft van de tonijn te vervangen door erwten

Praktische voorbeelden

Het laatste blok van de dag duikt in de praktische voorbeelden van supermarkten en cateraars. Wat werkt het best? Maak je de consument bewust, geef je haar de vrije keus, nudge je naar een duurzamere keuze of doe je aan 'health by stealth'? Anita Scholte op Reimer van Albert Heijn ziet de 6 miljoen borden die de supermarktketen dagelijks vult, als 6 miljoen kansen om sociale en duurzame verbeteringen door te voeren. Ze vertelt over het hierboven al genoemde experiment met de *true price* van koffie: hoewel 44% van de consumenten het idee herkende, betaalde maar 15% daadwerkelijk de hogere prijs. Bij de eiwittransitie richt Albert



Jaap Seidell, Joost Mak voor TAPPC

Bij Datema en Seidell voegen zich Sandra Molenaar van de Consumentenbond en Siri de Vrijer van MVO. Ook zij mogen een voorbereid woordje doen, maar voor een echt gesprek of vragen uit de zaal is nauwelijks ruimte. Want we moeten weer door. Hup snel dus naar het volgende onderdeel: het EU-verkiezingsdebat.

Heijn zich minder op vlees dan je zou denken. Ontbijt en lunch zijn voor Nederlanders veel logischere aangrijpingspunten: dan eten we immers yoghurt of een boterhammetje kaas.

Pauline Rosenberg vertelt over de pilot bij Vermaat, een cateraar die dagelijks 200.000 gasten van eten voorziet. Ook zij lieten in een pilot hun gasten kiezen om de echte prijs te betalen voor eieren, melk en croissants. Hoewel 99% dit belangrijk vond, betaalde maar 10% echt de meerprijs. De opbrengsten van de pilot werden geïnvesteerd in duurzame, lokale voedselproductie, waarmee een significante reductie in uitstoot werd gerealiseerd.

Met de inzichten uit de pilot ging Vermaat zelf aan de gang. Ze berekenden de *true price* van nog eens 10 producten en maaltijden, om vervolgens te kijken wat zij zelf konden om de *price gap* te verkleinen, zónder er de klant mee lastig te vallen. Zo bleek dat de *true price gap* van een broodje tonijnsalade of van een broodje gegrilde groente nauwelijks te verschillen. Door de groente niet langer te grillen met olijfolie, maar met lokale koolzaadolie, kon Vermaat de *true price gap* vrijwel dichten. Bij het broodje tonijnsalade lukte dat ook, door de helft van de tonijn te vervangen door erwten. Vermaat heeft besloten deze 13 producten in 50 van zijn restaurants te gaan voeren, en 10% van de *true price gap* voor eigen rekening te nemen (waarbij de klanten voortaan de *true price* meerprijs gaan betalen). Voor dat initiatief en het eerdere *true price*-onderzoek naar 13 producten

krijgt Vermaat de eerste TAPP coalitie-prijs uitgereikt.



Pauline Rosenberg ontvangt de prijs uit handen van Peter Haring, Joost Mak voor TAPPC



Albron houdt biologische melk betaalbaar door kleinere bekertjes. Greendish maakte vlees 40% duurder en scoorde 15% meer klanttevredenheid

Uit de zaal komt het voorbeeld van Albron, die ervoor kiest de keuze niet expliciet bij klant neer te leggen, maar aan 'omdenken' te doen. Hoe krijg je de klant aan de biologische melk, die duurder is maar een lagere true price heeft? Door van bekertjes van 250 ml over te stappen op bekertjes met 200 ml inhoud. En soms werkt het ook door de klant niets te vertellen, zegt Luuk Scholte van GreenDish, een horeca-adviesbureau. In een pilot voerden ze een 40% prijsverhoging door op vlees, zonder communicatie eromheen. Als iets zó duur is, moet het wel goed zijn, redeneerden de klanten en de prijs-kwaliteitsperceptie schoot omhoog. Zeker toen in de laatste fase van de pilot groenten goedkoper werden gemaakt. De klanttevredenheid schoot met 15% omhoog.

Daar had de zaal nou graag nog langer over doorgepraat. Maar de tijd was om, het programma ten einde, de borrel wachtte - met uiteraard vleesloze borrelhapjes.

De videoregistraties van het Lustrumcongres zijn op [YouTube](#) terug te zien.