

PERSBERICHT

25 juni 2020

Onderzoek wijst uit: consument weet niet wat boer verdient

12.700 Nederlandse respondenten overschatten inkomsten van boer met bijna 50%

Agrarische coöperatie Agrifirm heeft onderzoek gedaan naar de prijsbewustheid van de Nederlandse consument. Met de campagne 'Gebruik je boerenverstand' wil Agrifirm de Nederlandse boeren helpen om de consument meer inzicht te geven in de inkomstenverdeling in de voedselketen. Daaruit is gebleken dat de prijs die de boer ontvangt voor zijn producten, te hoog wordt inschat door Nederland. Gemiddeld werden de inkomsten van de boer door de 12.700 respondenten met bijna 50% overschat.

Aanscherping maatregelen agrarische sector

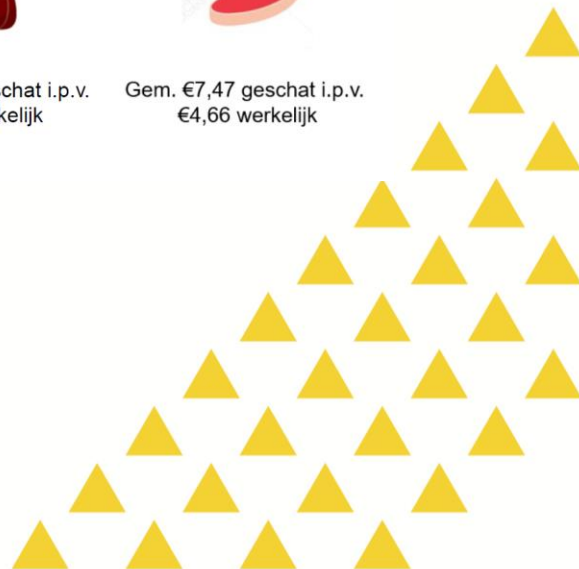
De Nederlandse overheid en consumenten stellen steeds meer eisen aan Nederlandse boeren. Structurele maatregelen op het vlak van duurzaamheid en dierenwelzijn worden continu aangescherpt, terwijl de beloning voor deze investeringen van de boeren al jaren amper gestegen is. Denk bijvoorbeeld aan weidegang van de koeien, meer hokruimte voor de varkens en restricties op het gebruik van meststoffen. Om te kunnen investeren in een blijvende verduurzaming van de agrarische sector is een beter verdienvermogen voor de boer noodzakelijk. De Nederlandse consument betaalt, ten opzichte van andere (West-)Europese landen een relatief lage prijs voor haar boodschappen, maar overschat welk deel van de voedselprijs naar de boer gaat. ([Bron: CBS 2018](#))

Uitkomst onderzoek: Nederland overschat inkomen boer

De deelnemers aan het onderzoek schatten de omzet voor de boer substantieel te hoog in ten opzichte van wat de Nederlandse boer daadwerkelijk voor zijn producten ontvangt.

Gemiddeld werden de inkomsten van de boer met bijna 50% overschat door de 12.700 respondenten. De volgende producten bleken uitschieters in de onderzoeksresultaten:

1 kg Bospeentjes	1 kg Kip	1 kg Hamlappen	1 kg Biefstuk
			
Gem. €0,57 geschat i.p.v. €0,15 werkelijk	Gem. €1,36 geschat i.p.v. €0,80 werkelijk	Gem. €3,28 geschat i.p.v. €1,76 werkelijk	Gem. €7,47 geschat i.p.v. €4,66 werkelijk



Geografisch bleken er geen verschillen, zowel in de Randstad als in de meer landelijke gebieden in Nederland waren dezelfde misvattingen zichtbaar. Ook leeftijdscategorie lijkt geen impact te hebben op de prijsperceptie. Een opvallend resultaat uit het onderzoek is dat vrouwen de inkomsten van de boer significant hoger inschatten dan in werkelijkheid het geval is (vrouwen zaten er gemiddeld 56% naast en mannen zaten er gemiddeld 39% naast).

Vergroten bewustwording Nederlandse consument

“Agrifirm is gestart met deze campagne om mensen ervan bewust te maken dat we een enorme druk leggen op onze boeren en telers met alle eisen die we stellen aan ons voedsel”, zegt Dick Hordijk, CEO van Royal Agrifirm Group. “Door deze campagne en het onderzoek krijgt de consument een beter inzicht in de voedselketen en willen we de waardering voor voedsel van Nederlandse bodem vergroten. Het vervolg van de campagne ‘Gebruik je boerenverstand’ laat zien hoe boeren in Nederland voedsel produceren en wat zij doen aan thema’s als biodiversiteit, dierenwelzijn en voedselkwaliteit. De afgelopen jaren hebben Nederlandse boeren enorm veel geïnvesteerd in bijvoorbeeld dierenwelzijn en verduurzaming, terwijl de prijs die ze voor hun producten krijgen amper is gestegen. Nu en in de toekomst zullen er alleen maar strengere maatregelen worden opgelegd. Boeren en telers kunnen en willen daar aan voldoen, mits ze een correcte prijs krijgen voor hun producten.” Agrifirm zet zich in voor het realiseren van (retail)concepten waarmee de boer een betere prijs krijgt en onderzoekt mogelijkheden voor kortere ketens om zo consument en boer dichter bij elkaar te brengen.

Bekijk hier de Vox Populi video: <https://vimeo.com/432173244>

** Opbrengstschattingen voor de boer bij producten als eieren, aardappelen, kip, rundvlees, bospeen, boerenkaas, peren, varkensvlees en bloemkool zijn opgevraagd. Er is bewust gekozen voor een selectie producten die in alle supermarkten verkrijgbaar zijn en er is rekening gehouden met gemiddelde marktprijs (voor de boer) van een heel jaar om zogenaamde “seasonality” impact op te vangen.*

Meer informatie over het onderzoek: www.gebruikjeboerenverstand.nl.

Royal Agrifirm Group

Met meer dan 3.000 betrokken medewerkers met de ambitie om iedere dag te excelleren, draagt Royal Agrifirm Group bij aan een verantwoorde voedselketen voor toekomstige generaties. Wij leveren meetbare, relevante en duurzame waarde op het boerenerv, op de akker en aan de voederindustrie. 120 jaar geleden opgericht in Nederland, zijn we nu een toonaangevende, agrarische coöperatie met een internationaal netwerk van dochterbedrijven gevestigd in Europa, Zuid-Amerika, de Verenigde Staten van Amerika, Azië en een wereldwijd distributienetwerk.

Door talloze jaren van mondiaal wetenschappelijk onderzoek te combineren met lokale, specifieke kennis van de agrarische en veevoedersector, bieden wij onze klanten wereldwijd de beste oplossingen voor de uitdagingen waar zij iedere dag mee te maken hebben. Met

kwalitatief hoogwaardige diervoeders, premixen, concentraten, mineralenmengsels en additieven voor de veevoederindustrie, producten voor gewas- en teeltverbetering, dier- en gewasspecifieke digitale oplossingen en professioneel advies, bieden we nutritionele oplossingen voor ondernemende veehouders, integraties, voerbedrijven, distributeurs en teeltoplossingen voor telers. Wij willen de nummer één kennis- en oplossingsgerichte partner zijn voor onze klanten op het gebied van veevoeders, teelten en dier-, plant- en bodemgezondheid.

Better Together | www.agrifirm.com

Noot voor de redactie (niet voor publicatie)

Dit is een persbericht van Royal Agrifirm Group. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Charlotte Gunnink, woordvoerder Royal Agrifirm Group.

M: +31 6 13 95 23 73

E: c.gunnink@agrifirm.com

