



Vrijdag 9 september verschijnt het boek

**Duurzame landbouw en de vrije markt**  
**Prijzen, merken & impact per hectare**  
152 p., € 22,50  
ISBN: 978-90-6224-556-7  
Vonk Uitgevers

**Auteur: Erwin van Woudenberg**  
**Scroll naar beneden voor meer informatie over de auteur.**  
**Kijk hier naar zijn TEDX talk**

**Persexemplaren zijn per direct verkrijgbaar via de uitgever**  
[heleen.gierveld@vonkuitgevers.nl](mailto:heleen.gierveld@vonkuitgevers.nl)  
06 16 426 440

## Duurzame landbouw een kans op de markt geven

Als je de productschappen van de supermarkt moet geloven, gaat het best goed met onze vergroening. Duurzame aanprijzingen buitelen over elkaar heen. Toch zien we die duurzaamheid niet terug in het landschap, terwijl uiteindelijk elk product zijn oorsprong in de landbouw heeft. Biodiversiteits-, klimaat- en stikstofcrisis komen niet tot staan. Dat komt onder andere, aldus Van Woudenberg in zijn boek *Duurzame landbouw en de vrije markt*, omdat het begrip duurzaamheid niet beschermd is, en iedere marketeer kan er een slag naar slaan. Op het moment dat we het begrip duurzaamheid werkelijk circulair gaan definiëren, krijgt duurzame landbouw een kans op de vrije markt. Duurzaamheid van producten moet je niet langer relateren aan hun *impact per product* maar aan hun *impact per hectare*.

## Duurzame landbouw en marketing

Toen auteur Erwin van Woudenberg in 2017 aan de HAS Den Bosch (Hogere Agrarische School) als lector *Innovatief ondernemen met de natuur* werd aangesteld, ging hij op zoek naar de marketingoplossing voor duurzame landbouw. Hoe kon duurzame landbouw hoger op het wensenlijstje van de consument komen. Immers, daar ligt de invloed op de vraag.

Dat bleek ingewikkelder dan aanvankelijk gedacht: De boer heeft weinig invloed in de volledige keten, het bedrijfsleven laat zich graag leiden door de vraag van de consument. Elke burger wil best duurzaam omgaan met de natuur, maar uiteindelijk kiest diezelfde burger als consument vooral gemak, prijs en kwaliteit. En de overheid mengt zich niet in een vrije markt.

[Bekijk de eerste pagina's van het boek](#)

## Het boek: Duurzame landbouw en de vrije markt

beschrijft de werking van de verschillende partijen in de keten. De werking en de macht van de tussenhandel is misschien al wel bekend, maar de werking van het consumentenbrein, neuromarketing, beslisbomen en het ego versus het eco- bewustzijn komen ook uitgebreid aan bod. Iets waar in 'keten-discussies' snel aan voorbij wordt gegaan. Merken kunnen daar een rol in gaan spelen.

Ook pleit de auteur voor een definitie van het begrip duurzaamheid, waarbij de impact op het land uitgangspunt is, (*de impact per hectare*). Die is gerelateerd aan de ecosysteemdiensten die uiteindelijk de werkelijke maat van duurzaamheid bepalen.

De marketingdiscipline blijft vaak weg van deze discussies en gaat duurzaamheidvraagstukken mondjesmaat aan. Dat maakt dit boek uniek. Het is een fris geluid, juist ook nu. Al met al is dit boek geen marketing handleiding voor het bedrijfsleven met do's en don't. Ook neemt de auteur geen moreel standpunt in. Met dit boek levert hij inzicht in de rol van de vrije markt in de huidige duurzaamheidsdiscussie. En goede verstanders trekken daaruit hun eigen conclusie.

## Een voorbeeld uit het boek: Wat krijgt de boer

Om een duurzame landbouw te kunnen realiseren is er slecht één aandeel van de uiteindelijke winkelprijs van belang: het aandeel dat naar de boer gaat. Dat is immers het aandeel waarmee de boer zorg moet dragen voor de aarde.

Van Woudenberg rekende voor 80 producten die in het schap van elke willekeurige supermarkt liggen, de opbrengst voor de boer uit. Voor de meeste producten gaat het om centen en dubbeltjes, procentueel gezien ligt het aandeel vaak onder de 10%. Dat is bar weinig voor planeet aarde, maar het goede nieuws daarvan is dat zelfs een **verdubbeling van opbrengsten** voor de boeren, en dus voor een duurzame landbouw, niet eens zo gek veel meer zou hoeven kosten. (zie ook Zie de website [www.watkrijgtdeboer.nl](http://www.watkrijgtdeboer.nl) en de pagina's 106-110 *betalen voor de natuur* in het boek).

[watkrijgtdeboer.nl](http://www.watkrijgtdeboer.nl)

[pagina's 106-110](#)

## De uitkomst van het boek

Om een andere toekomst mogelijk te maken, een toekomst waarin boeren worden gewaardeerd en we als burger kunnen genieten van onze omgeving, poneert van Woudenberg twee oplossingen die dit, met instandhouding van de vrije markt, mogelijk kunnen maken:

1. Zolang er geen concrete invulling van het begrip duurzaamheid bestaat, zal de vrije markt niet in staat zijn om een waarlijk duurzame toekomst van onze aarde te realiseren. Het invulling geven aan het begrip duurzaamheid is voor de toekomst van onze aarde essentieel. Van Woudenberg pleit voor het meten van impact per hectare, in plaats van per product, en dit vorm te geven aan de hand van 7 criteria, die uiteindelijk ten grondslag liggen aan alle producten die wij in onze winkelwagentjes leggen: biodiversiteit, luchtkwaliteit, klimaat, verandering van landgebruik, bodemkwaliteit, waterkwaliteit en waterverbruik.
2. Het zijn de merken die de beslissingsmomenten van de consument beïnvloeden. Daarnaast zijn het ook de merken die vaak het grootste deel van de prijs die wij betalen ontvangen, waar de boer juist vaak het kleinste deel krijgt ([Zijn TEDX talk gaat in op merkbeleving](#)). Van Woudenberg is er van overtuigd dat hier mogelijkheden liggen en pleit voor een centrale rol voor merken om de duurzame toekomst van de aarde daadwerkelijk te realiseren.



## Over de auteur

Erwin van Woudenberg studeerde Milieu- en Maatschappijwetenschappen en was van 2017 tot 2022 als lector Innovatief ondernemen met de natuur verbonden aan de HAS (hogere Agrarische School) Den Bosch. Hij richtte samen met Daan Groot **de natuurverdubbelers** op. Daarnaast is hij oprichter van het bedrijf Sterkur, waarmee hij zijn principes en bevindingen in de praktijk brengt.

Tijdens zijn lectorschap gaf van Woudenberg deze TEDX talk waarin hij de consumenten mind en de marketing rol van merkbeleving uitlegt.

[Kijk naar zijn TEDX talk merkbeleving](#)

## Duurzame landbouw en de vrije markt

### Prijzen, merken & impact per hectare

Erwin van Woudenberg

Vonk Uitgevers

[www.vonkuitgevers.nl](http://www.vonkuitgevers.nl)

verschijnt 9 september 2022

ISBN 9789062245567

152 pagina's, € 22,50

Persexemplaren kunt u aanvragen bij de uitgever  
[heleen.gierveld@vonkuitgevers.nl](mailto:heleen.gierveld@vonkuitgevers.nl) - 06 16 426 440

[Vraag een persexemplaar van het boek aan](#)

**VONK**  
UITGEVERS

*boeken met kennis van de aarde*

Groener leven, de rijkdom van de natuur, biodiversiteit, het belang van ecologie, oplossingen zoeken voor pittige problemen...

Vonk Uitgevers adresteert met haar publicaties deze actuele, groene thema's, met een aanstekelijke boodschap of handelingsperspectief. Dit resulteert in praktische tuinboeken, inspirerende omdenkers en degelijke populair-wetenschappelijke titels.

Thema's waarop wij publiceren: agro-ecologie, biodiversiteit, de bodem, groen doen, natuurlijk tuinieren, permacultuur, wijsheid van de aarde en transitie. [www.vonkuitgevers.nl](http://www.vonkuitgevers.nl)

De uitgeverij gaf haar eerste publicatie uit in 1974, onder de naam Ekologische Uitgeverij.