

Klimaatverandering toenemend risico voor voedingsmiddelenproducenten



Inhoudsopgave

Inleiding 3

Klimaatverandering zeer grote uitdaging 4

Nederlandse voedingsmiddelenproducenten gevoelig voor wereldwijde klimaatverandering 6

Beheersen klimaatimpact stijgt op managementagenda voedingsmiddelenproducenten 11

Consumenten zijn bewust van impact klimaatverandering op supermarktschap 14

Colofon 16

Klimaatverandering toenemend risico voor voedingsmiddelenproducenten

Nederlandse handelaren en verwerkers van voedingsmiddelen kopen voor ruim 30 miljard euro overal ter wereld producten en ingrediënten in. Bananen, cacao, exotische kruiden of avocado's groeien immers niet dichtbij. Door deze afhankelijkheid worden Nederlandse voedingsmiddelenbedrijven blootgesteld aan de effecten van wereldwijde klimaatverandering. Vooral bedrijven die hun inkoop onvoldoende spreiden en uit landen kopen die gevoelig zijn voor klimaatverandering lopen een risico.

Nederlandse levensmiddelenbedrijven produceren jaarlijks voor circa 90 miljard euro aan voedingsmiddelen. Hiermee worden Nederlandse, maar bijvoorbeeld ook Duitse, Britse en Franse consumenten gevoed. Om deze producten te maken heeft de sector ingrediënten nodig uit eigen land, zoals zuivel, vlees en tomaten, en uit het buitenland, zoals palmolie, bananen en koffie. Deze producten zijn gevoelig voor weersomstandigheden en daardoor schommelt de beschikbaarheid, kwaliteit en prijs. Als gevolg van klimaatverandering zullen deze schommelingen in heftigheid en frequentie toenemen. Dit geldt in het bijzonder voor producten die uit landen buiten Europa komen, maar ook voor Nederlands en Europees aanbod.

Extreme droogte of regenval heeft nu al effect op handels- en verwerkingsbedrijven van voedingsmiddelen. Zo kwam de olijven-oogst vorig jaar onder druk te staan door droogte in Spanje, wat zorgde voor [duurdere olijfolie](#). Watertekorten in Mexico hadden effect op de oogst van jalapeño-peper wat weer resulteerde in een enorme [prijsstijging van dit ingrediënt](#). En extremere weersomstandigheden in India zorgden voor flink [hogere suikerprijzen](#). De slechte kwaliteit en lagere opbrengsten van pepers leidden ertoe dat een producent van sriracha-saus in 2022 tijdelijk de productie stop moest zetten en ook in 2023 veel minder kon produceren.

In deze analyse onderzoekt ABN AMRO welke ingrediënten en producten voor de Nederlandse voedingsmiddelenbedrijven kwetsbaar zijn voor klimaatverandering. Het tegengaan van klimaatverandering is eveneens een grote en belangrijke uitdaging voor deze bedrijven, bijvoorbeeld door de broeikasgasuitstoot in het eigen bedrijf en de aanvoerketen fors te reduceren. Dit is echter geen onderdeel van deze analyse.

Aan de hand van invoerdata van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en de klimaatkwetsbaarheid-index van het Notre Dame Global Adaptation Initiative (ND-GAIN) wordt onderzocht welke producten onder druk kunnen komen te staan. Bovendien heeft ABN AMRO in kaart gebracht welke producten uit een beperkt aantal landen komen en waardoor de leveringszekerheid extra kwetsbaar kan zijn. Een product dat uit slechts een of twee landen komt, is meestal meer blootgesteld aan klimaatrisico dan een product dat uit heel veel verschillende landen kan worden ingekocht. Dit zogeheten concentratierisico is dan ook onderdeel van de analyse.

Hieronder wordt eerst ingegaan op de uitdagingen van klimaatverandering en het effect op de landbouw in verschillende landen, daarna wordt gekeken naar het effect van klimaatverandering op Nederlandse voedingsmiddelenproducenten. Tot slot kijken we naar mogelijke strategieën om hier als bedrijf mee om te gaan en naar het gedrag van consumenten ten aanzien van klimaatverandering.



Klimaatverandering zeer grote uitdaging

De wereldwijde klimaatverandering is een van de meest dringende uitdagingen van de 21e eeuw. De temperatuur is in de afgelopen vijf decennia sneller gestegen dan in elke andere periode in de afgelopen 2000 jaar, [rapporteert](#) het Intergovernmental Panel of Climate Change (IPCC). De wijdverspreide en aanzienlijke gevolgen van klimaatverandering treft ook boeren.

De afhankelijkheid van bodemleven, weeromstandigheden en biodiversiteit maakt de landbouw zeer gevoelig voor veranderingen in het klimaat. Dit is altijd al zo geweest. Echter worden de veranderingen steeds heviger bijvoorbeeld in de vorm van extreme droogte en regenval. Dit is vooral toe te schrijven aan de wereldwijde broeikasgasuitstoot van de afgelopen decennia. Het reduceren van broeikasgasuitstoot sorteert helaas pas op lange termijn in een positief effect op het klimaat.

Impact van klimaatverandering op de landbouw

De landbouw is sterk afhankelijk van land, water en andere natuurlijke hulpbronnen die door het klimaat worden [beïnvloed](#). Temperatuurstijgingen, veranderende neerslagpatronen, toenemende koolstofconcentraties in de lucht en extreme weersomstandigheden als droogte en overstromingen beïnvloeden daarom de productie van gewassen.

De impact van klimaatverandering op gewassen varieert per gewastype en factoren zoals technologische ontwikkeling. Zo kunnen fluctuaties in temperatuur en neerslag de groeiperioden van gewassen veranderen, wat zowel een positief als negatief effect kan hebben op de gewassenteelt.

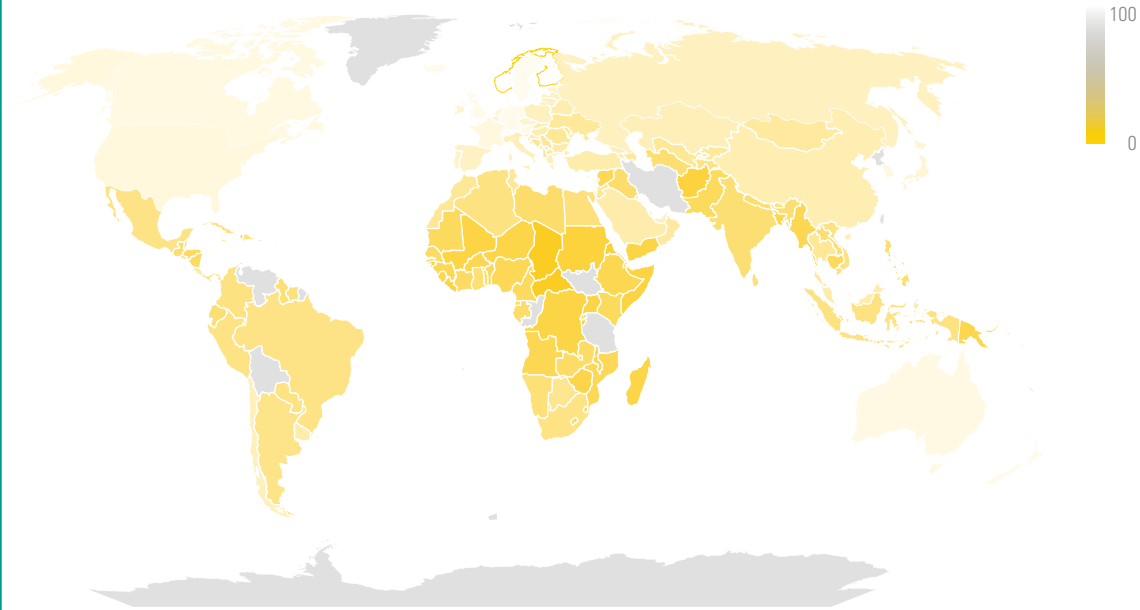
De impact van klimaatverandering verschilt bovendien in hoge mate per land of regio. Sommige landen zijn kwetsbaarder voor klimaatverandering. Dit komt onder andere door hun ligging, de kwaliteit van de infrastructuur en de mogelijkheid van het land en boeren om te investeren in technieken om met een veranderend klimaat om te gaan.



Afrika en Zuid-Azië meest kwetsbaar voor klimaatverandering

Landen in Afrika en Zuid-Azië zijn het meest kwetsbaar voor klimaatverandering. De impact van klimaatverandering op de oogst van gewassen is hoog. Zo zal ongeveer 40 procent van het land dat nu in Afrika wordt gebruikt om maïs te verbouwen door klimaatverandering [niet langer geschikt zijn](#). Tegelijkertijd zijn deze landen kwetsbaar omdat ze een groeiende bevolking moeten voeden, relatief weinig landbouwtechnologieën beschikbaar hebben, weinig geasfalteerde wegen kennen en de toegang tot elektriciteit beperkt is.

ND-Gain scores over de wereld



Bron: ND-GAIN, ABN AMRO

De Notre Dame Global Adaptation Initiative (ND-GAIN) beoordeelt de kwetsbaarheid van een land voor klimaatverandering en de mogelijkheid om investeringen uit de private en publieke sector aan te wenden voor aanpassingsmaatregelen. De kwetsbaarheid wordt op basis van drie componenten bepaald: de blootstelling van verschillende sectoren aan klimaatgerelateerde gevaren, de gevoeligheid voor de gevolgen van deze gevaren, en het aanpassingsvermogen om met deze gevolgen om te gaan. De investeringscapaciteit wordt eveneens gemeten aan de hand van drie onderdelen: de economische situatie, de bestuurscapaciteit van een land en de sociale omstandigheden die de samenleving helpen om efficiënt gebruik te maken van investeringen in bijvoorbeeld educatie en innovatie. Hoe lager de totaalscore, hoe kwetsbaarder het land is voor klimaatverandering.

Nederlandse voedingsmiddelenproducenten gevoelig voor wereldwijde klimaatverandering

Doordat voedingsmiddelenproducenten producten in veel verschillende landen inkopen raakt wereldwijde klimaatverandering ook de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie. De prijs, kwaliteit en beschikbaarheid zullen in de toekomst veel meer variëren en dat geeft onzekerheid.

De Nederlandse voedingsmiddelenindustrie importeert voor meer dan 30 miljard euro aan voedingsmiddelen. Daarvan komt 30 tot 40 procent uit landen buiten de Europese Unie. Belangrijke invoerlanden zijn Brazilië voor onder meer vlees, groente, fruit en granen, Ivoorkust voor koffie, en Peru en Zuid-Afrika voor groente en fruit, zoals avocado en druiven.

Productiebedrijven lopen meer risico dan handelshuizen

Productiebedrijven die geïmporteerde producten verwerken tot eindproducten zijn doorgaans meer gevoelig voor de gevolgen van klimaatverandering dan handelaren die bijvoorbeeld producten alleen opslaan, verpakken en distribueren naar supermarkten en horeca. Deze laatste groep is over het algemeen meer flexibel en minder kapitaalintensief dan de eerste.

Productiebedrijven hebben minder flexibiliteit. Een gedwongen verlaging van de productie omdat ingrediënten niet beschikbaar of te duur zijn, kost vaak veel geld. Productiebedrijven zijn immers kapitaalintensief en de afschrijving van productielijnen loopt gewoon door.

Ook bedrijven die zich op producten richten die feitelijk uit één ingrediënt bestaan, zoals appels of vlees, zijn beperkt in het snel ontwikkelen van nieuwe producten en proposities die klimaatbestendiger zijn. Andere fabrikanten hebben meer vrijheidsgraden; een fabrikant van koekjes of kant-en-klarmaaltijden kan eenvoudiger ingrediënten uitwisselen. Toch zijn ook deze bedrijven kwetsbaar, vooral wanneer het variëren in essentiële ingrediënten complex is. Het gebruik van alternatieve ingrediënten kan bijvoorbeeld te veel concessies doen aan de herkenbare smaak en textuur van producten.



Veel producten gevoelig voor klimaatverandering

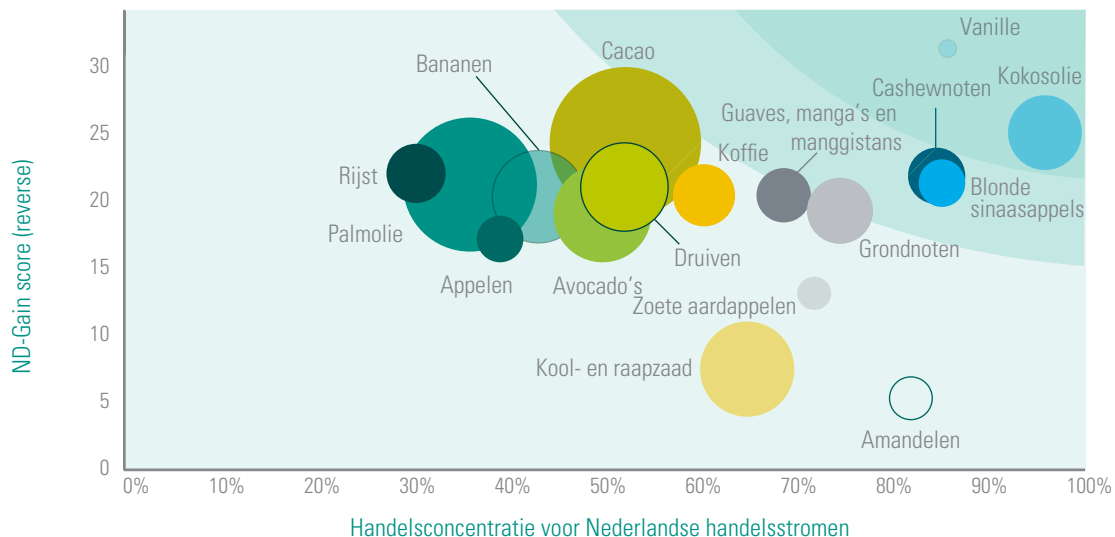
Onderstaande grafiek toont een aantal producten, waarbij de grootte van de bolletjes de omvang van de Nederlandse import uit landen buiten Europa weergeeft. Aan de y-as staat de klimaatgevoeligheid voor deze producten, waarbij de ND-GAIN-scores zijn weergegeven: hoe hoger de score, hoe groter de klimaatgevoeligheid. De x-as geeft de handelsconcentratie weer in procenten van de twee grootste importlanden.

Een groot deel van de getoonde producten en ingrediënten is gevoelig voor klimaatverandering. Bij een kleiner deel is daarbovenop sprake van een relatief hoge handelsconcentratie. Zo komen kokosolie, vanille, sinaasappelen en cashewnoten uit landen die klimaatkwetsbaar zijn terwijl het grootste deel van deze producten bovendien worden geïmporteerd uit een beperkt aantal landen. Deze producten zijn in de onderstaande grafiek daardoor ook rechtsboven geplot. Vanille wordt met name ingevoerd uit Madagaskar, Kokosolie uit Maleisië en cashewnoten uit Vietnam.



Andere agrarische producten die weliswaar uit klimaatkwetsbare landen komen, maar waarbij het concentratie-risico wat lager ligt, zijn palmolie, cacao, bananen en avocado's. Deze producten zijn in de linkerhelft van de grafiek te vinden. Wel valt bij deze producten op te merken dat de volumes van deze producten relatief groot zijn en daarmee ook het absolute belang voor de voedingssector.

Kokosolie, cashewnoten en vanille komen vooral uit klimaatkwetsbare landen



Bron: CBS, ND-GAIN, ABN AMRO

De invoerwaarde van de verschillende plantaardige producten is gebaseerd op cijfers van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) over 2022. De getoonde producten zijn een selectie op basis van een opvallende positie in de matrix en/of hoogte van invoerwaarde en/of een opvallende handelsconcentratie. Het is dus slechts een greep uit de verschillende producten die geïmporteerd worden.

De handelsconcentratie toont het percentage van de invoerwaarde die uit de grootste twee landen komt. Zo komt rijst uit tien verschillende landen buiten Europa, zoals Thailand, India en Cambodja. De invoer is redelijk gelijk over deze landen verdeeld, waardoor slechts 30 procent uit de twee grootste landen komt. De handelsconcentratie geeft dus een indicatie van de afhankelijkheid van een beperkt aantal landen. Hoe hoger de handelsconcentratie, hoe moeilijker het wordt om bij een mislukte oogst een alternatief te vinden, zo is de aanname hierachter. Europa en de landen buiten Europa zijn hierbij separaat beoordeeld.

De klimaatkwetsbaarheid is bepaald aan de hand van de index die is ontwikkeld door [Notre Dame Global Adaptation Initiative \(ND-GAIN\)](#). Anders dan in de ND-GAIN index geven hogere scores hier een hogere kwetsbaarheid voor klimaatverandering weer. De score neemt ook de mogelijkheid van landen mee om de gevolgen van klimaatverandering te mitigeren. Er wordt dan gekeken naar bijvoorbeeld de mogelijkheid van de private en publieke sector om te investeren in klimaatadaptatie. De score die weergegeven is in de grafiek is een gewogen gemiddelde van de verschillende scores die de uitvoerende landen van ND-GAIN hebben gekregen.

Doordat de Rotterdamse haven een belangrijk invoerpunt is voor de rest van Europa vormt, importeert Nederland veel goederen die direct worden doorgevoerd naar andere landen, zoals Duitsland of Frankrijk. Deze wederuitvoer zorgt er dus voor dat de daadwerkelijke volumes bestemd voor de Nederlandse industrie lager kunnen liggen. De omvang van de bolletjes zijn dan ook slechts een indicatie van de werkelijke import door Nederlandse voedingsmiddelenproducenten.

Plantaardige oliën belangrijk voor voedingsmiddelenproducenten

Palmolie, kokosolie en kool- en raapzaadolie zijn belangrijke ingrediënten die producenten inkopen uit landen buiten Europa. Zo importeert Nederland zo'n 2 miljoen ton ruwe palmolie. Een deel wordt door bedrijven zelf gebruikt, een deel dient voor andere industriële toepassingen zoals diervoer, en een deel wordt uitgevoerd naar Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. De Nederlandse voedingsmiddelenindustrie gebruikt zo'n 300 duizend ton voor de productie van levensmiddelen. Plantaardige oliën zijn essentieel en zitten in veel bewerkte voedingsproducten, zoals koekjes, chips en margarine.

Palmolie, kokosolie en raapzaadolie zijn gevoelig voor klimaatverandering. In 2021 werd dit al duidelijk toen droogte in Canada en overstromingen in Indonesië zorgde voor een lager aanbod van raapzaad- en palmolie. Dit dreef de prijzen van alle plantaardige oliën omhoog. Als er een tekort aan een bepaald type plantaardige olie is, kan een fabrikant ervoor kiezen om een ander type olie te gebruiken. Hierdoor zijn prijzen van alle plantaardige oliën met elkaar verbonden.

Door misoogsten stegen de prijzen van plantaardige oliën

Index



Bron: FAO

De prijs van plantaardige oliën liep na 2021 verder op door de oorlog in Oekraïne. Uit dit land komt het gros van alle zonnebloemolie. De hoge handelsconcentratie van zonnebloemolie zorgde ervoor dat bedrijven zonder dit product kwamen te zitten. Dit dreef niet alleen de prijs van alle plantaardige oliën naar een historische hoogte, maar zorgde er ook voor dat recepten aangepast moesten worden. Het aanpassen van recepten bleek mogelijk, maar heeft soms gevolgen voor de smaak, bereidingswijze en structuur. De functionele eigenschappen van olie verschillen namelijk per type.

Veel plantaardige oliën komen uit landen die kwetsbaar zijn voor klimaatverandering. Hoewel de wereldwijde productie van palmolie met name in Indonesië en Maleisië is geconcentreerd, komt de palmolie die Nederland binnenkomt tevens uit andere landen, zoals Papoea Nieuw-Guinea, Guatemala, Colombia en Costa Rica. Hierdoor is de handelsconcentratie van palmolie relatief laag. Echter, doordat de wereldwijde productie wel gecentreerd is, zal een wijdverspreide misoogst in Indonesië wel een relatief grote invloed op de prijs uitoefenen. Bovendien heeft een aantal landen waar palmolie vandaan komt een slechte ND-GAIN-score, wat betekent dat ze kwetsbaar zijn voor klimaatverandering.

Kokosolie heeft wel een hoog concentratierisico. Nederland importeert dit product met name uit de Filipijnen en voor een klein deel uit Indonesië. Wereldwijd is Indonesië echter wel de grootste producent. Zowel palmolie als kokosnootolie groeien in ecologisch gevoelige gebieden, zoals kuststreken of regio's met hoge vochtigheid en regenval. Bovendien zijn deze gewassen meerjarig. Snelgroeiende seizoensgewassen zijn relatief snel aan te vullen, maar een meerjarig gewas in de vorm van bomen of struiken kan door schade langere tijd onbruikbaar zijn. Indien nieuwe bomen geplant moeten worden, kan het soms jarenlang duren voor ze weer productief zijn. Daarnaast wordt de productie van onder meer palmolie beperkt vanwege duurzaamheidsredenen. Om het kappen van tropisch bos tegen te gaan, wordt de productie van palmolie de komende jaren niet verder opgeschaald.

Koffie en cacao schaarser en duurder

Niet wijdverspreid, maar wel belangrijk voor de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie zijn cacao en koffie. Dit komt omdat de Amsterdamse haven en daarmee Nederland van oudsher een belangrijke rol speelt in de overslag van koffie en cacao. Zowel koffie als cacao zijn gevoelig voor klimaatverandering. Deze producten komen uit een beperkt aantal landen en de omstandigheden waaronder deze gewassen groeien worden steeds uitdagender en beperkter. Dit heeft impact op de kwaliteit, prijs en beschikbaarheid van deze ingrediënten.



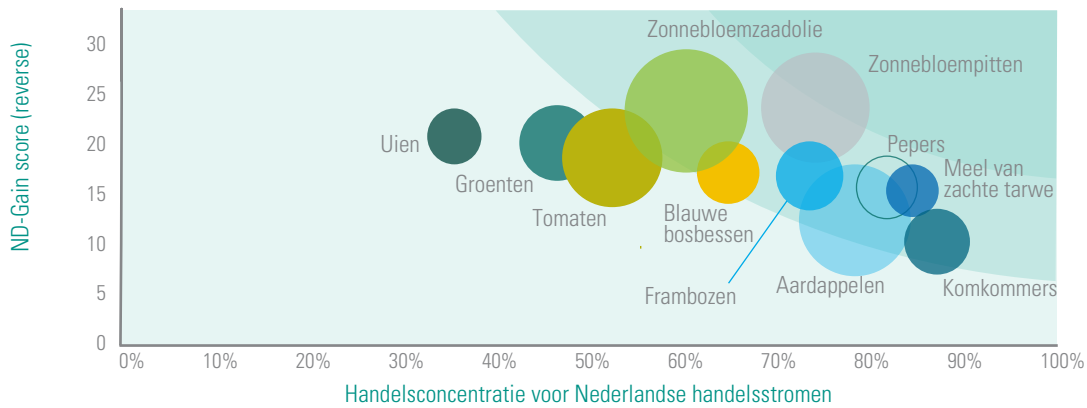
Ook klimaat in Europa verandert

Bedrijven in de foodsector importeren ook veel ingrediënten, halffabricaten en voedingsmiddelen uit verschillende Europese landen. Een aantal van deze producten produceert Nederland zelf, maar wordt in andere seizoenen uit warmere landen gehaald. Zo komen tomaten uit de Nederlandse kassen, maar in de winter komt deze vruchtgroente uit onder meer Spanje.

Hoewel een aantal landen in Europa kwetsbaar is voor klimaatverandering, zijn de daaraan verbonden risico's iets minder groot dan in veel andere landen buiten Europa. Binnen Europa is vaak meer geld en kennis om de effecten van klimaatverandering deels te mitigeren.

Toch valt het concentratierisico van een aantal producten op. Zonnebloemproducten komen vooral uit Oekraïne. Veel groente- en fruit, zoals frambozen, bosbessen en sla komen uit Spanje. Dit is ook het land wat binnen Europa relatief slecht scoort op de ND-GAIN Index. Hoewel de risico's minder groot zijn en veel van deze gewassen niet meerjarig zijn, neemt de leveringszekerheid wel af. Zo zorgde een misoogst in Spanje als gevolg van hevige regenval in 2017 tot lege schappen voor sla en spinazie.

Producten uit Europa ook kwetsbaar voor klimaatverandering



Bron: CBS, ND-GAIN, ABN AMRO

Infrastructuur ook gevoelig voor klimaatverandering

Naast mislukte oogsten, kan klimaatverandering ook op andere manieren de toevoer van voedingsproducten inperken. Zo kunnen vaarroutes beperkt worden, bijvoorbeeld door extreem laag of extreem hoog water. Ook kunnen door ondergelopen wegen vrachtwagens niet meer op de plaats van bestemming komen. Denkbaar is ook dat landen bij weersextremen besluiten de uitvoer van agrarische producten te beperken, doordat het cruciaal wordt geacht om de eigen bevolking eerst te voeden.



Beheersen klimaatimpact stijgt op managementagenda voedingsmiddelenproducenten

Voor ondernemers wordt het een grote uitdaging om de komende decennia flexibel en snel in te spelen op de gevolgen van klimaatverandering. Het niet voldoen aan leveringscontracten richting afnemers als supermarkten kan leiden tot ontevreden consumenten, boetes en reputatieschade. In sommige gevallen kan de onvoorspelbare beschikbaarheid, lagere kwaliteit of hoge prijs van ingrediënten het noodzakelijk maken om activiteiten af te schalen, wat direct impact heeft op de afzet en omzet. De CSRD-wetgeving verplicht de komende jaren veel bedrijven om deze risico's inzichtelijk te maken en op te nemen in de jaarlijkse verslaglegging. Daardoor krijgen de gevolgen van klimaatverandering op het bedrijfsmodel extra aandacht.

De uitdagingen bieden echter ook kansen. Bedrijven die klimaatrisico's relatief goed beheersen en grip hebben op de levering van ingrediënten, hebben een concurrentievoordeel. Afnemers zoals supermarkten zullen leveranciers immers steeds meer beoordelen op leveringszekerheid, constante kwaliteit, prijzen en inzicht in milieuprestaties.

Om grip te krijgen op de constante beweeglijkheid in de grondstoftoevoer kunnen bedrijven een impactanalyse maken. Wat zijn de risico's en hoe zijn ze te beheersen? Vervolgens is het een taak van onder meer inkopers, communicatie-experts en verkopers om deze risico's daadwerkelijk te verkleinen. Hieronder wordt dit verder toegelicht.

Impactanalyse zeer relevant

Bedrijven kunnen in samenwerking met bijvoorbeeld klimaatexperts analyseren welke ingrediënten kwetsbaar zijn voor klimaatverandering. De impactanalyse richt zich op de kwetsbaarheid voor klimaatverandering van de gebruikte ingrediënten en de mogelijke effecten op prijzen, kwaliteit en leveringszekerheid.

In de analyse komen verschillende vraagstukken aan de orde, zoals: Wat is de prijselasticiteit van producten, oftewel zijn consumenten bereid om meer te betalen voor bepaalde producten? Zijn er alternatieven mogelijk voor kwetsbare productstromen, bijvoorbeeld door in andere landen en bij andere toeleveranciers in te kopen? Zijn er technische innovaties om ingrediënten op een andere manier te produceren, bijvoorbeeld door zaadveredeling of door samen met boeren klimaatbestendige teeltmethoden toe te passen?



Beheren van klimaatimpact taak voor het hele bedrijf en keten

Het vervolgens beheersen van de klimaatimpact is een taak voor het hele bedrijf. De volatiele beschikbaarheid, kwaliteit en prijs van ingrediënten zijn immers bedrijfsrisico's die in verschillende onderdelen van het bedrijfsproces gemerkt gaan worden. Zo krijgen onder meer inkopers, productontwikkelaars, productieleden, logistieke planners en communicatiespecialisten te maken met deze klimaatrisico's.

Belangrijke rol voor de inkoopafdeling en productontwikkeling

Inkopers spelen een cruciale rol in het waarborgen van de stabiliteit van de grondstoffenvoorziening en hebben vaak dagelijkse contacten met leveranciers. Het is de kunst om de gehele aanvoerketen te kunnen doorgronden, risico's te identificeren, te volgen en te mitigeren.

Inkopers kunnen klimaatrisico's mitigeren door te onderzoeken of de ingrediënten bij andere leveranciers of uit andere landen zijn in te kopen. Deze diversificatie is niet nieuw maar wordt nog belangrijker voor de continuïteit van de productie. Waar mogelijk kunnen bedrijven dit ook samen met andere leveranciers oppakken onder bijvoorbeeld de paraplu van brancheverenigingen.

Daarnaast kunnen inkopers klimaatrisico's beheersen door in samenspraak met productontwikkelaars te bekijken welke substituten er voor bepaalde ingrediënten beschikbaar zijn. Kunnen andere plantaardige oliën gebruikt worden in bepaalde recepturen? Kan voor een vruchtensap een andere vrucht gebruikt worden, als er tijdelijk bijvoorbeeld onvoldoende mango's beschikbaar zijn? Ook zullen productontwikkelaars de zoektocht moeten leiden naar het gebruik van meer klimaatbestendige ingrediënten. Dit vergt vaak extra inspanningen om dezelfde kwaliteit en smaak te handhaven. Kunstmatige intelligentie in de productieontwikkeling is hierbij een steeds behulpzamer hulpmiddel.



Verder kunnen inkopers risico's mitigeren door langetermijnrelaties met leveranciers op te zetten en bijvoorbeeld te investeren in klimaatbestendige productiemethoden. Dit zorgt voor meer grip op de toeleveringsketen. Daarbij past ook een bepaalde coulance als toeleveranciers door extremere weeromstandigheden hun leveringsverplichtingen niet kunnen nakomen.

Disrupties door klimaatverandering vragen om een nauwkeurige omschrijving in leveringscontracten. Tijdens de coronacrisis ontstonden er soms leveringsproblemen, wat leidde tot discussies tussen leveranciers en supermarkten over het begrip 'overmacht'. Eenzelfde discussie zou moeten plaatsvinden over klimaatverandering. Wanneer is sprake van overmacht als producten niet beschikbaar zijn en wanneer is sprake van het niet robuust genoeg inregelen van productieketens?

Tot slot is het van belang dat inkopers ver genoeg vooruit kunnen kijken om tijdig maatregelen te treffen als een oogst mislukt. Kunstmatige intelligentie kan een rol spelen door betere weersvoorspellingen te combineren met lokale eigenschappen van productie. Hierdoor worden inkopers beter en tijdiger geïnformeerd.

Communicatie sleutel tot goede verhouding leverancier en afnemer

Het aanpassen van het receptuur, een prijsverhoging of het niet kunnen leveren van producten zijn vervelende onderwerpen om aan te snijden. Deze onderwerpen komen door klimaatverandering echter wel vaker ter sprake. Het is een taak van de communicatieafdeling om transparant te zijn naar afnemers en consumenten over veranderingen in productbeschikbaarheid en prijs als gevolg van klimaatverandering.





Deze boodschap wordt vooral richting professionele partijen belangrijker en zal met data onderbouwd moeten worden. Dit kan ook met beeldmateriaal om te laten zien hoe de conditie op akkers is ingeval van bijvoorbeeld extreme droogte waardoor de hoeveelheid en kwaliteit van producten niet optimaal zijn. Een goed onderbouwde boodschap leidt tot meer kennis en hopelijk een beter begrip bij zowel afnemer als consument.

Naast externe communicatie is ook interne communicatie belangrijk. Bekendheid met de effecten van klimaatverandering op het bedrijfsmodel is een belangrijke voorwaarde om tijdig risico's te onderkennen en actie te ondernemen. De communicatie tussen de inkoop- verkoop- en productie-afdelingen zal actueel en duidelijk moeten zijn wanneer zich daadwerkelijk problemen voordoen.

Complexe taak voor productie

Het beheersen van het productieproces wordt bij toenemende onzekerheid over de aanvoer van producten complexer als het vaker schuiven met verschillende ingrediënten nodig is. Dit vraagt om een groot aanpassingsvermogen van de productieafdeling. Het streven is hierbij om de aanwezige productiecapaciteit zoveel mogelijk te benutten. Dit betekent het minimaliseren van de zogeheten 'down time'. Wanneer productielijnen onderbenut zijn, brengt dit namelijk kosten met zich mee. Door de risico's goed in kaart te hebben, en bijvoorbeeld alternatieven voor bepaalde ingrediënten of routes klaar te hebben liggen, minimaliseert een bedrijf de down time.

Productieleiders kunnen zich verder richten op het optimaliseren van het transport, de voorraad en het productieproces om verspilling te minimaliseren. Het incalculeren van extremer weer in voorraadplanning en productieplanning neemt daarom in belang toe. Minder verspillen en efficiënter omgaan met grondstoffen leidt niet alleen tot minder afhankelijkheid van toeleveringsketens, maar ook tot duurzamere en goedkopere productie.

Voor alle beroepsgroepen geldt dat het verzamelen en interpreteren van betrouwbare data een competentie is die belangrijker wordt om risico's te beheersen. Daarnaast is flexibel omgaan met de onzekerheid die klimaatverandering met zich meebrengt een steeds belangrijkere vaardigheid voor medewerkers in de levensmiddelenindustrie.

Beheersen van klimaatimpact met oog voor sociale en ecologische gevolgen

Het beheersen van klimaatimpact is nauw verbonden met veel verschillende complexe duurzaamheidsvraagstukken, zoals klimaatneutraal produceren, eerlijke lonen in de keten, biodiversiteitsverlies en het voeden van een groeiende bevolking. Consumenten, de maatschappij en ook steeds vaker de overheid vragen van bedrijven om op al deze vlakken hun bedrijfsvoering te verbeteren. Zo moeten bedrijven op grond van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) rapporteren over hun risico's die ze lopen door klimaatverandering, biodiversiteitsverlies en veranderende duurzaamheidswetgeving. Tegelijkertijd moeten bedrijven rapporteren over hun eigen impact op tal van duurzaamheidsonderwerpen.



Consumenten zijn bewust van impact klimaatverandering op supermarktschap

Een volatiele of beperktere beschikbaarheid van ingrediënten kan leiden tot een hogere prijs. Deze hogere prijs kan uiteindelijk deels of helemaal doorberekend worden in de prijs die consumenten betalen. De afgelopen twee jaar bleek dat veel voedingsmiddelen over het algemeen prijsinelastisch zijn. Voedingsmiddelen zijn in twee jaar tijd immers met circa 25 procent gestegen en de verkoop is slechts beperkt afgenomen.

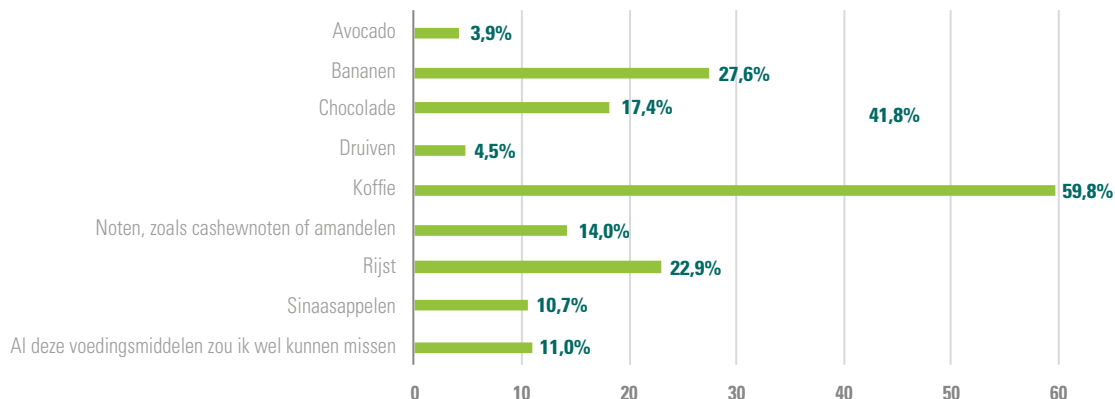
Een groot deel van de consumenten is zich bewust dat klimaatverandering invloed gaat hebben op de beschikbaarheid en prijzen van voedsel. Uit consumentenonderzoek dat in opdracht van ABN AMRO is uitgevoerd in januari 2024 onder 1040 consumenten blijkt dat ruim de helft van de Nederlandse consumenten denkt dat klimaatverandering (zeer) veel invloed gaat hebben op de beschikbaarheid van voedsel. En ruim 80 procent van de Nederlandse consumenten verwacht dat klimaatverandering leidt tot een prijsstijging van voedsel.

Koffie zal het meest gemist worden

In hoeverre een hogere prijs van voedingsmiddelen leidt tot een lagere vraag is afhankelijk van de prijselasticiteit van voedingsmiddelen. Producten die geen substituuut kennen of producten die consumenten niet kunnen missen zijn vaak zeer prijsinelastisch. Consumenten zullen deze producten dan ook bij een hogere prijs blijven kopen. ABN AMRO vroeg aan consumenten welke van de producten die gevoelig zijn voor klimaatverandering ze niet zouden kunnen missen. Vooral koffie, bananen en rijst zijn populaire producten waarvan veel consumenten aangeven niet zonder te kunnen.

Koffie is noodzaak, druiven zijn voor de consument minder van belang

(N=1024)



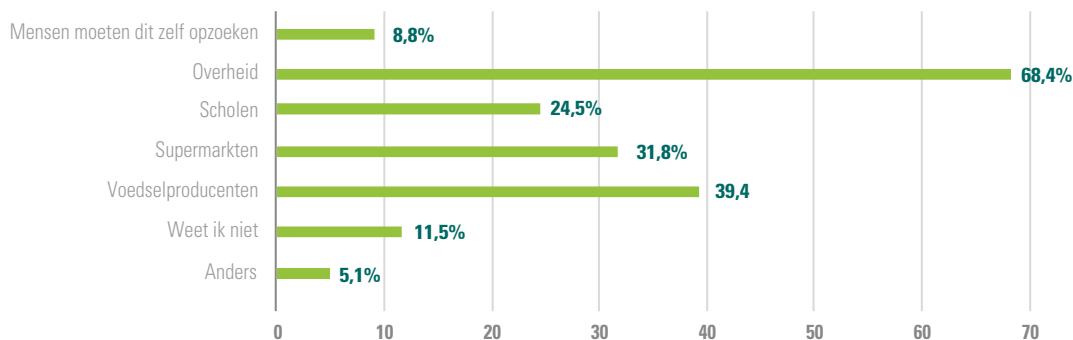
Bron: Panelwizard in opdracht van ABN AMRO Bank



Een grote meerderheid van de Nederlanders (68,4 procent) is van mening is dat de overheid primair verantwoordelijk is om consumenten te informeren over de effecten van klimaatverandering op de beschikbaarheid en prijs van voedsel. Voedselproducenten (39,4 procent) en supermarkten (31,8 procent) worden hier ook als belangrijke spelers gezien. Een kleiner percentage ziet een rol weggelegd voor scholen (24,5 procent) of denkt dat mensen dit zelf moeten opzoeken (8,8 procent). Een nog kleiner deel van de respondenten (5,1 procent) heeft een andere mening of weet het niet (11,5 procent).

Consumenten zien overheid als belangrijkste bron voor informatie over gevolgen van klimaatverandering op de beschikbaarheid en prijs van voedselproducten

(N=1024)



Bron: Panelwizard in opdracht van ABN AMRO Bank

Het is opvallend dat de consument vooral wijst naar de overheid om ze te informeren. Het is namelijk aannemelijk dat de supermarkt en voedingsmiddelenproducenten beter in staat zijn om consumenten voor te lichten. Kennelijk zien consumenten de overheid nog steeds als een belangrijke bron voor objectieve en transparante communicatie en mogelijk ook als regisseur om een beter voedselsysteem te creëren. Voor supermarkten en voedingsmiddelenproducenten blijft het echter wel van belang om goed te communiceren over de beschikbaarheid van producten en prijzen. Zij staan immers dicht bij boer, producent en consument.



Colofon

Dit rapport is een uitgave van ABN AMRO. Het in deze publicatie gebruikte consumentenonderzoek is in januari 2024 uitgevoerd door PanelWizard.

Auteurs

Nadia Menkveld

Sector econoom Agrarisch en Food ABN AMRO

nadia.menkveld@nl.abnamro.com

06 13 54 51 47

Rob Morren

Sector banker Food ABN AMRO

rob.morren@nl.abnamro.com

Julie Kiveron

Sector analist ABN AMRO

julie.kiveron@nl.abnamro.com

Eindredactie

Bendert Zevenbergen

Illustraties en opmaak

Kollerie Reklame-advies & Promotions

Foto's

shutterstock.com

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Naast een copyright is er sprake van een right to copy. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Teksten zijn afgesloten op 5 april 2024.

©ABN AMRO, april 2024

