

De strijd tegen voedselverlies

nieuws

De voedingsindustrie staat voor een dilemma. Aan de ene kant dringen veeleisende klanten aan op transparantie, duurzaamheid, traceerbaarheid, gezondheid en kwaliteit van voedingsproducten. Aan de andere kant is er de constante bekommernis om de kosten en prijzen te drukken. Er wordt steeds meer geïnvesteerd in de ontwikkeling van gezonde en duurzame producten – deels als antwoord op de verwachtingen van de consument, maar ook uit eigen overtuiging. Hoe kan duurzaamheid de groei van een onderneming bevorderen en hoe kunnen gevestigde groepen duurzaamheid integreren in hun productieproces en bedrijfsstrategie?

3 DECEMBER 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:52

Lees meer over:
voedingsindustrie
consument



De voedingsindustrie staat voor een dilemma. Aan de ene kant dringen veeleisende klanten aan op transparantie, duurzaamheid, traceerbaarheid, gezondheid en kwaliteit van voedingsproducten. Aan de andere kant is er de constante bekommernis om de kosten en prijzen te drukken. Er wordt steeds meer geïnvesteerd in de ontwikkeling van gezonde en duurzame producten – deels als antwoord op de verwachtingen van de consument, maar ook uit eigen overtuiging. Hoe kan duurzaamheid de groei van een onderneming bevorderen en hoe kunnen gevestigde groepen duurzaamheid integreren in hun productieproces en bedrijfsstrategie?

In zijn boek 'Morgen op het menu' bundelt ING verschillende verhalen die ondernemers wil inspireren om hun bedrijf nog beter te maken en aan te passen aan de verwachtingen van de wereld van morgen. De thema's duurzame productie en de strijd tegen voedselverspilling staan hoog op de agenda en was de centrale focus van de derde dialoogsessie.

In verhouding tot de totale productie en consumptie van voeding is het voedselverlies in de landbouw, voedingsindustrie en huishoudens volgens een rapport van de Vlaams Ketenplatform Voedselverlies in 2017 relatief laag. Het voedselverlies in de voedingsindustrie bedraagt circa 1,5 procent van de totale productie. In de landbouw is dit 4 procent. In de huishoudens bedraagt het voedselverlies ten opzichte van de totale voedselconsumptie 5,9 procent. Om het voedselverlies te verminderen is er een interessante app op de markt, de opener van het rondetafelgesprek: de 'Too Good To Go'-app die vooral populair is bij jongeren.

Via de app kunnen producten uit de retail en de horeca die weggegooid zouden worden met 50 procent korting besteld worden. Interessant voor de consument maar de voedingsbedrijven zijn hier niets mee, zo luidt het aan tafel.

Verminderen van voedselverlies is veeleer te halen door de consument beter uit te leggen wat het verschil is tussen de datum van minimale houdbaarheid (THT) en de uiterste consumptiedatum (TGT). Er is nood aan bewustwording dat een product niet meer eetbaar is eenmaal de THT-datum is verstreken. Tegelijk vraagt de verpakking aandacht: goed ontworpen verpakkingen, zoals kleinere portiegroottes en hersluitbaar, kunnen ervoor zorgen dat consument de hoeveelheid voedsel de gewenste hoeveelheid koopt. OVAM publiceerde hier enkele jaren geleden een studie over. Innovatieve bewaarstechnieken, waaronder verpakken onder gemodificeerde gassen, kunnen ervoor zorgen dat een kwart minder grondstoffen verloren gaan en tegelijk de ecologische voetafdruk vermindert. Er wordt opgemerkt dat voedselverlies dat terecht komt in diervoer ook bijdraagt aan een duurzamere productketen en circulaire economie.

Aan bod kwam ook het grote aanbod van producten in de winkelschappen: verschillende merken, leveranciers en prijscategorieën. Is dat wel nodig, kan dit niet minder? De kans dat producten niet verkocht raken en het voedselverlies toeneemt, is hierdoor groter. Retailers willen echter geen lege ruimtes in het winkelschap dat door hen wordt gevuld. Concurrentie in het schap verlaagt bovendien hun inkooprijzen, die de keten financieel onder druk zet. De verdeling van de toevoegde waarden is niet altijd evenwichtig. Daarbij komt nog dat voeding relatief goedkoop is. In de prijs zijn de negatieve milieueffecten niet of onvoldoende meegenomen. Een eerlijke prijs voor de schakels in de productketen is daarentegen evident bij het realiseren van of investeren in duurzamere productketens.

Een opportuniteit in het terugdringen van het voedselverlies zijn de maaltijdboxen die de retailers, al dan niet online, aanbieden. De consument koopt de juiste hoeveelheden voor de bereiding van zijn maaltijden, waardoor simpelweg niets over hoeft te blijven.

E-commerce biedt hierbij het voordeel dat de bestellingen van de consument direct terecht komen bij de voedingsproducent, die alleen de hoeveelheden produceert die de consumenten vragen. Voedselverlies wordt langs deze weg teruggedrongen. Dat is nog niet alles. E-commerce heeft ook nog als voordeel dat bij het online meer (persoonlijke) informatie over het koopgedrag van de consument bij het online shoppen beschikbaar komt, waar de aanbieders hun profijt mee kunnen doen bij het gericht inkopen en produceren.

Natuurlijk kwam de korte keten ook ter sprake. Vanuit duurzaamheidsoogpunt is het grote voordeel het terugdringen van het transport bij de aanvoer van de grondstoffen naar de verwerker dan wel verkoper van verse producten. Korte ketens zijn niet het economisch model voor een de voedselvoorziening van de wereldbevolking: 9,7 miljard inwoners in 2050, urbanisatie en groeiende welvaart van de middenklassen in de opkomende economieën.

Veelbelovend is de Europese Horizon2030 agenda voor duurzame ontwikkeling. Die bevat zeventien doelstellingen - de Sustainable Development Goals of SDG's - om de wereld weer op het pad van duurzame ontwikkeling te brengen. Hierbij wordt gekeken naar voedselsystemen over alle sectoren heen.

Aan de basis van in duurzaam en ecologisch verantwoord produceren liggen bewustwording van de duurzaamheidsproblematiek in de productketen, visie en de strategie van de bedrijven. Een illustratief voorbeeld is de keuze voor duurzamere verpakkingen, die hoog op de agenda van de EU staan.

Inkopers kiezen daarentegen in principe voor de goedkoopste verpakkingen, die voldoen aan de vereiste criteria voor de productkwaliteit en -veiligheid. Kennis over duurzaamheidsaspecten van de verpakkingen ontbreekt veelal. Bioplastics, bijvoorbeeld, zijn tot driemaal duurder, maar alleen merkeigenaren die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben en de consument hiervoor laten betalen, maken deze keuze. Voorwaarde is wel dat de duurzamere verpakking voldoet aan de vereiste verpakkingseisen voor de kwaliteit en voedselveiligheid. Naast bioplastics geldt dit uiteraard ook voor beter recycleerbare verpakkingen en circulaire verpakkingketens. Aandacht vraagt wel de huidige wetgeving die beperkingen oplegt bij het recycleren. Dit geldt overigens ook voor hergebruik van reststromen van agrarische producten en water in de productie.

Data zijn tegenwoordig het nieuwe kapitaal, dit geldt voor proces- en productgegevens, die integraal beoordeeld kunnen worden. Bij oudere installaties en proceslijnen is dit al wat moeilijker dan bij zogenoemde Industrie 4.0-bedrijven of fabrieken van de toekomst. Uitdaging is de ontwikkeling van algoritmes die de data snel vertalen in informatie voor de verschillende afdelingen in de bedrijven: van inkoop, over productie en kwaliteit tot marketing en verkoop, logistiek en distributie. De flexibiliteit in de logistiek neemt toe. Gepersonaliseerde producten komen in beeld. Externe informatie als weersvoorspellingen, marktontwikkelingen zijn hierbij welkom aanvullingen. Nog meer winst is te halen uit het delen van informatie door de keten heen, en mogelijkheden biedt voor optimalisatie in de keten: van grond tot mond. Voorwaarde is wel dat de verschillende partijen de data willen delen en elkaar kunnen vertrouwen. Blockchaintechnologie biedt hierbij veelbelovende mogelijkheden. Partners kunnen zelf bepalen welke data ze delen met anderen en welke niet.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra