



SUSTAINABILISM – 100 % duurzaam

De nieuwe economische orde: Duurzaam, eerlijk, realiseerbaar, marktconform

Alle producten worden maximaal duurzaam en hebben 100% marktaandeel

Duurzame producten komen binnen ieders bereik door veel lagere prijzen.

De manier om ook duurzaamheid te realiseren in het buitenland.

“Het is compleet nieuw, want het werkt via de consumentenprijs en is daardoor uitvoerbaar en effectief. Het heeft onverwacht grote voordelen”

Ir. Jan Wieringa MBA
Ir. Henk Tolman





Inhoudsopgave

1. Samenvatting	3
2. Waarom faalt het huidige duurzaamheidsbeleid	4
3. Sustainabilism	5
3.1. De noodzaak en waarom het eerlijk is	5
3.2. De nieuwe economische orde	5
3.3. Het doel is “100% duurzaam”	6
3.4. Producten worden steeds duurzamer	6
4. Prijzen en kosten	7
4.1. De hoogte van de accijns voor niet-duurzame producten	7
4.2. De huidige hoge prijs en de veel lagere prijs bij sustainabilism	7
4.3. Compensatie voor minimuminkomens	8
4.4. Sustainabilism kost de overheid niets	8
5. Implementatie	9
5.1. Infrastructuur is al aanwezig	9
5.2. Eén land start met één product (of met veel)	9
5.3. Internationaal geen belemmeringen maar kansen	9
5.4. Voorbeelden	10
6. Andere ideeën om de prijs van duurzame producten te beïnvloeden	12
7. The Sustainabilism Foundation	13
7.1. Doel en werkwijze	13
7.2. De initiatiefnemers	13



1. **Samenvatting**

Sustainabilism is duurzame producten goedkoper maken dan niet-duurzame producten door accijns te heffen op niet duurzame producten. Hierdoor wordt het prijstechnisch aantrekkelijker voor de consument om duurzame producten te kopen. Omdat de prijs de belangrijkste factor is bij het aankoopgedrag van consumenten zal het marktaandeel van duurzame producten 100% worden. Door de dan ontstane schaalvoordelen kunnen duurzame producten goedkoper aangeboden worden. Sustainabilism is dus een vernieuwend duurzaamheidsbeleid dat gebaseerd is op de principes van het prijsmechanisme met de door de consument te betalen prijs als drijfveer. Sustainabilism is uniek omdat via accijnzen externe kosten worden geïnternaliseerd in de consumentenprijs.

Sustainabilism is effectiever dan externe kosten internaliseren in de prijs van productiefactoren (bijvoorbeeld een heffing op energie, op grondstoffen of op de afgeleide productiefactor CO₂-uitstoot), want dan wordt de productie duurder. Dan verdwijnt de productie naar het buitenland en gaat de consument geïmporteerde goedkope niet-duurzame producten kopen.

Het is een illusie om te denken dat de wereld duurzaam wordt door consumentenvoorlichting over duurzame producten, want de grote meerderheid zal prijs gedreven altijd kiezen voor het goedkope niet-duurzame product.

In Sustainabilism wordt alleen het product welke op dat moment het meest duurzaam is op basis van de life cycle analysis (LCA) **niet** met accijns belast. In de LCA komen alle duurzaamheidsaspecten samen: klimaat, circulariteit, energiegebruik, biodiversiteit, grondstoffen gebruik, stikstofproblematiek, watergebruik, ruimtegebruik, afvalproblematiek, degradatie van bossen en oerwouden, uitstoot van giftige stoffen, etc.

Door Sustainabilism gaat het marktaandeel van duurzame producten naar 100%. Dan verdwijnen de schaalnadelen. Daardoor worden duurzame producten veel goedkoper dan de huidige duurzame producten.

Door Sustainabilism worden duurzame producten steeds duurzamer, want met duurzaamheid kan de markt veroverd worden.

Sustainabilism kost de overheid niets. Het enige wat de overheid moet doen is besluiten dat op niet-duurzame producten accijns geheven wordt. Verder is het verstandig dat een overheid de laagste inkomensgroepen compenseert voor de iets hogere prijs van producten, zodat er ook draagvlak is voor sustainabilism bij deze inkomensgroepen. Dit kan gefinancierd worden uit de accijnsinkomsten en uit vermeden kosten.

Voor de implementatie van Sustainabilism is reeds infrastructuur aanwezig. Voor non-food producten bestaat het EU-Ecolabel met reeds 71.000 gecertificeerde producten. Voor food producten bestaat het EU-Biolabel. Alle biologische voedselproducten zijn reeds gecertificeerd.

Het is mogelijk voor één land om met één product(-groep) te beginnen. Dan zal blijken hoe effectief Sustainabilism is. Dan zal ook duidelijk worden dat het niet alleen effect heeft op duurzame productie in eigen land, maar dat ook productie in het buitenland duurzaam zal worden omdat ook buitenlandse ondernemers willen blijven leveren. Dan zullen ook andere landen overgaan naar Sustainabilism.



2. **Waarom faalt het huidige duurzaamheidsbeleid?**

Sinds in 1972 het rapport “Grenzen aan de groei” van de Club van Rome verscheen is door overheden duurzaamheidsbeleid gevoerd. Vijftig jaar later worden nog steeds nergens ter wereld hoge duurzaamheidsresultaten gerealiseerd. De oorzaak hiervan moet gezocht worden in het falen van het tot nu toe gevoerde overheidsbeleid. Dit beleid en het daaraan gekoppeld falen heeft bestaan uit:

1. Geleidelijk verhogen van normen en heffingen voor producenten.

Nergens ter wereld zijn overheden echter bereid gebleken om voldoende hoge heffingen te zetten op of voldoende strenge normering op te stellen voor niet-duurzame productiefactoren. De terechte zorg is dat de concurrentiepositie van het binnenlandse bedrijfsleven benadeeld wordt ten opzichte van het buitenland, waardoor productie zou verdwijnen naar het buitenland.

2. Voorlichting aan consumenten en overleg met producenten, handel en detailhandel over duurzame producten.

Dit beleid heeft een zeer beperkte duurzaamheidsimpact. Het doet een beroep op vrijwillige gedragsverandering. Zelfs als het extreem succesvol is en er wordt bijvoorbeeld een marktaandeel van 30% gerealiseerd voor duurzame producten, dan blijft er 70% van de markt over die niet duurzaam is. De oorzaak is dat duurdere producten altijd een beperkt marktaandeel houden, omdat een groot deel van de consumenten altijd het goedkoopste product koopt.

3. Subsidiëren van duurzame producten

Een mogelijkheid voor een overheid is subsidiëring van het duurzame product, waardoor het duurzame product goedkoper wordt. Dit kost de overheid geld. Als het beleid effectief zou zijn en er worden veel duurzame producten verkocht, dan raakt de subsidiepot van de overheid leeg en dan stopt de subsidiëring en is het product weer duur. Dit is dus geen effectief beleid.



3. Sustainabilism

3.1. De noodzaak en waarom het eerlijk is

Tot nu toe worden de externe kosten doorgeschoven naar de toekomst. Dat lijkt economisch en het wordt om verschillende redenen door de samenleving min of meer geaccepteerd. Echter de urgentie is groter dan ooit om externe kosten te internaliseren met het oog op bijvoorbeeld klimaatverandering, verlies van biodiversiteit en pandemieën. Bij deze wereldproblemen vinden we dat de schade die vandaag wordt toegebracht aan de samenleving vandaag ook moet worden hersteld, omdat anders het leven op deze planeet op korte termijn in gevaar komt. Het is voor ons duidelijk dat nu schulden aangaan juist niet economisch is.

In de nieuwe economische orde, het Sustainabilism, worden de externe kosten geïnternaliseerd in de consumentenprijzen. Dit kan door zoveel accijns op niet-duurzame producten te zetten dat duurzame producten goedkoper worden dan niet-duurzame producten. Hierdoor realiseren duurzame producten op korte termijn via prijswerking vrijwel 100% marktaandeel. Dit is eerlijker en veel effectiever dan consumenten met voorlichting ervan proberen te overtuigen dat ze meer moeten betalen voor duurzame producten.

Externe kosten internaliseren in de consumentenprijs is eerlijker dan externe kosten internaliseren in de prijs van productiefactoren, zoals bijvoorbeeld een heffing op brandstoffen, op grondstoffen of een heffing op de afgeleide productiefactor CO₂-uitstoot, want dan verdwijnt het bedrijfsleven naar het buitenland, waar de productie vervuilend wordt voortgezet. Het is niet eerlijk om het binnenlands bedrijfsleven te confronteren met hogere kosten dan concurrenten in het buitenland. Daarom zullen overheden nooit hoge heffingen opleggen aan producenten.

3.2. De nieuwe economische orde

Een definitie van een economische orde is: het geheel van collectieve waarden, normen en instituties die het economisch handelen bepalen.

Waarde

In Sustainabilism staat de waarde “duurzaamheid” voorop. Duurzaamheid wordt het allerbelangrijkste doel in het ontwikkelingsproces van alle producten en diensten, want daarmee kan de markt veroverd worden.

Norm

In Sustainabilism is de norm dat externe kosten niet worden afgewenteld op toekomstige generaties. Dit is realiseerbaar door accijns te heffen op alle niet-duurzame producten waardoor gecertificeerde duurzame producten goedkoper worden dan niet-duurzame producten.

Institutie

De institutie die de duurzaamheid van producten bepaalt, is de certificeringsinstantie met deskundigencommissies die op basis van Life Cycle Analysis criteria vaststellen waaraan een product moet voldoen om gecertificeerd duurzaam te worden.

Economisch handelen

Als gevolg van accijns op niet-duurzame producten verandert in belangrijke mate het economisch handelen in de hele samenleving. Het belangrijkste doel van alle ondernemers wordt om duurzame producten en diensten te leveren, want daarmee kan geld verdiend worden.



Nieuw

Het sustainabilism is een nieuwe economische orde, omdat waarden, normen en instituties veranderen, waardoor het economisch handelen ook verandert. Alle producenten produceren duurzame producten. De consument hoeft niet meer bewust gemaakt te worden van duurzaamheidsproblemen en gemotiveerd te worden om duurzame producten te kopen. Duurzame producten kopen gaat vanzelf, want door marktwerking zijn het de enige producten die verkrijgbaar zijn.

3.3. Het doel is: “100% duurzaam”

In Sustainabilism gaat het om de producten die het meest duurzaam zijn op basis van de life cycle analysis. In de LCA komen alle duurzaamheidsaspecten samen: klimaat, circulariteit, energiegebruik, biodiversiteit, grondstoffen gebruik, stikstofproblematiek, watergebruik, ruimtegebruik, afvalproblematiek, degradatie van bossen en oerwouden, uitstoot van giftige stoffen, etc. Per productgroep zal een deskundigencommissie vaststellen welk product het meest duurzaam is. Sustainabilism zorgt ervoor dat alleen het meest duurzame product fiscaal wordt bevoordeeld, want de doelstelling is “het meest duurzaam” en niet “half-duurzaam”. Het heeft geen zin om tussencategorieën met tussentarieven in te stellen, want de route via tussencategorieën brengt meer kosten en onzekerheid voor ondernemers met zich mee. Daarna moet alsnog doorgeschakeld worden naar het meest duurzaam. Bovendien is een goedbedoeld systeem met tussencategorieën voor de consument verwarrend en onduidelijk. Keurmerken met half-duurzame tussencategorieën zoals in het “Beter leven sterren”-keurmerk van de Dierenbescherming of het “On the way to planet proof” keurmerk van Stichting Milieukeur zijn geïntroduceerd met als argument dat het meest duurzame (diervriendelijke) product voor veel consumenten te duur zou worden. Met Sustainabilism vervalt dat argument, want dan wordt het meest duurzame product goedkoper dan alle andere producten.

Er zijn nog andere duurzaamheidsaspecten die onderdeel uit maken van Sustainabilism. We denken hierbij aan sociale duurzaamheid (arbeidsomstandigheden, lonen, kinderarbeid), economische duurzaamheid (monopolisme), gezondheidsduurzaamheid (suikertaks, vettaks) of nog andere zaken die een samenleving als wenselijk ziet. Al deze aspecten kunnen ondergebracht worden in Sustainabilism.

3.4. Producten worden steeds duurzamer

“100% Duurzaam” is in Sustainabilism “het meest duurzaam” op dit moment. “Meest duurzaam” wordt door marktwerking in Sustainabilism steeds duurzamer. Het werkt als volgt. Wanneer een ondernemer een nog duurzamer product of productieproces heeft ontwikkeld dan het Eco-/Biolabel product van dat moment, kan hij nieuwe hogere criteria voor het Eco-/Biolabel aanvragen. Als de nieuwe hogere criteria worden toegekend door de deskundigencommissie, dan wordt opnieuw vastgesteld hoe hoog de accijns moet zijn opdat de producten die aan de nieuwe criteria voldoen dan de goedkoopste zijn.

Duurzaamheid wordt door het sustainabilism het allerbelangrijkste doel in het ontwikkelingsproces van alle producten en diensten, want daarmee kan de markt veroverd worden.



4. Prijzen en kosten

4.1. De hoogte van de accijns voor niet-duurzame producten

Het accijnstarief voor een niet-duurzaam product is opgebouwd uit twee delen. Het eerste deel bestaat uit de meerkosten van de productie van het duurzame product. Het tweede deel van het accijnstarief zorgt dat het duurzame product goedkoper aangeboden kan worden dan het niet-duurzame product, zodat vrijwel 100% van de consumenten kiest voor het duurzame product.

Een voorbeeld: De productiekostprijs van een energiezuinige koelkast is € 50 hoger dan de productiekostprijs van een niet-energiezuinige koelkast. Wanneer het accijnstarief voor niet-energiezuinige koelkasten € 50 zou zijn, zouden beide koelkasten voor dezelfde prijs aangeboden worden aan de consument. Om te bewerkstelligen dat de consument massaal kiest voor de duurzame variant moet boven op het productiekostprijsverschil nog een bedrag gezet worden. Dit bedrag kan vastgesteld worden op basis van de prijselasticiteit van de vraag. Stel dat bij € 30 prijsverschil bijna 100% van de consumenten kiest voor het duurzame product. Het accijnstarief op de niet-duurzame koelkast moet dan $50 + 30 = € 80$ zijn. De producent die zuinige koelkasten maakt, kan € 50 meer vragen voor de koelkast zodat hij uit de meerkosten van de productie is en de consument massaal kiest voor zijn duurzame product, omdat die € 30 goedkoper is dan de niet-zuinige koelkast.

4.2. De huidige hoge prijs en de veel lagere prijs bij sustainabilism

De hoge productiekostprijs is de hoofdoorzaak van de hoge consumentenprijs van duurzame producten. Daardoor heeft een duurzaam product een klein marktaandeel. Door dit kleine marktaandeel ontstaan drie nevenoorzaken van de hoge consumentenprijs van duurzame producten, te weten schaalnadelen, niche prijs en gebrek aan innovatie

1. Schaalnadelen

Schaalnadelen verhogen de consumentenprijs door de hogere kosten van kleinschalige productie en distributie. Wanneer de markt van duurzame producten naar 100% gaat verdwijnen de schaalnadelen in de hele productieketen. Daardoor zal de prijs voor duurzame producten veel lager worden.

2. De niche voor dure duurzame producten

Een kleine groep van consumenten is bereid om de huidige fors hogere prijs voor duurzame producten te betalen. Veel slimme aanbieders in de niche van duurzame producten maken hier gebruik van. Ze kiezen ervoor om boven op de andere factoren die maken dat een duurzaam product duurder is nog een extra marge te zetten, want het wordt er toch voor betaald door die mensen die al bereid waren om een fors hogere prijs te betalen.

Wanneer de niche voor duurzame producten is verdwenen, omdat de markt van duurzame producten 100% is, ontstaat een grote ruime markt met alleen maar duurzame producten. In deze nieuwe grote markt zien we hetzelfde gebeuren als in alle grote markten: de markt ontwikkelt zich naar een markt met prijssegmenten van het hoge prijssegment voor A-merken tot het lage prijssegment voor discount-merken.

3. Het lage budget voor Research & Development voor duurzame productie.

In de huidige kleine markt van duurzame producten is weinig budget voor Research en Development om de productiekostprijs te verlagen. Als duurzame producten 100% marktaandeel realiseren, gaat het hele budget van onderzoekinstellingen en bedrijfsleven naar de ontwikkeling van duurzame



producten en duurzame productie. Een groot deel hiervan zal gestoken worden in onderzoek naar het verlagen van de productiekostprijs van duurzame producten. Door marktwerking zal dan de consumentenprijs van duurzame producten dalen.

Samenvattend, de huidige meerprijs van duurzame producten bestaat uit de volgende vier componenten:

- hogere productiekostprijs
- schaalnadeelkosten
- extra marge voor de slimme duurzame ondernemer
- hogere prijs door weinig onderzoek naar efficiënte productie

4.3. Compensatie voor minimuminkomens

Voor de nu reeds duurzaam kopende consument worden de producten goedkoper door Sustainabilism. Voor alle andere consumenten worden de prijzen iets hoger. Wanneer deze stijging van het algemene prijspeil ongewenste koopkrachtdaling voor de laagste inkomensgroepen tot gevolg heeft, kan dit gecompenseerd worden met inkomensbeleidsinstrumenten. Deze kunnen gefinancierd worden door:

- Accijnsinkomsten
Initieel zal er bij ieder product waar Sustainabilism op toegepast wordt tijdelijk een periode zijn waarbij nog niet alle producenten kunnen voldoen aan de sustainabilism-norm. Ook bij iedere normverhoging zal er een periode zijn waarbij nog een deel van de producten niet duurzaam is. In deze perioden zullen er aanzienlijke accijnsinkomsten zijn.
- Lagere schade-kosten
De overheid heeft lagere kosten om de schade van niet-duurzame productie te neutraliseren. Tot nog toe ging het hierbij veelal om kosten die zich pas in de (verre) toekomst zouden voordoen. Steeds meer gaat het nu al om schade van niet-duurzame productie die grote bedragen opslokken van het huidige overheidsbudget, zoals bijvoorbeeld kosten van stikstofbeleid. Al binnenkort gaat het om astronomische bedragen, zoals bijvoorbeeld bij klimaatschade. Door Sustainabilism kunnen deze kosten vermeden worden.
- Lagere controlekosten
De producent van het duurzame product zal met Sustainabilism moeten betalen voor de controle van de certificering. Veel aspecten die nu nog door de overheid gecontroleerd worden in het kader van overheidsregelgeving kunnen bij invoering van Sustainabilism gecontroleerd worden in het kader van certificering. De overheid kan de controle dan achterwege laten. Een certificaat is dan voldoende om aan te tonen dat er gecontroleerd is. De overheid heeft dan minder controlekosten.

4.4. Sustainabilism kost de overheid niets

Producenten moeten hun producten laten certificeren om in aanmerking te komen voor het nul-accijnstarief. De kosten van het certificeren komen voor rekening van producenten. Dit is enigszins kostprijsverhogend en dit wordt meegenomen in de accijnsberekening voor producten die niet gecertificeerd zijn. Kortom Sustainabilism kost de overheid niets.



5. Implementatie

5.1. Infrastructuur reeds aanwezig

Er is al infrastructuur aanwezig voor de uitvoering van Sustainabilism:

In de EU bestaat het EU-Ecolabel voor non-food producten en diensten. Voor dit label bestaat sinds 1992 een op EU-verordeningen gebaseerde certificeringsinfrastructuur. Middels dit systeem zijn reeds 71.000 producten en diensten gecertificeerd.

Voor voedingsmiddelen bestaat er een complete certificeringsinfrastructuur inclusief verordeningen voor het EU-Biolabel. Alle denkbare biologische voedingsmiddelen zijn reeds EU-Biolabel-gecertificeerd.

Veelal hebben deze Ecolabel- en Biolabel-producten tot nu toe een klein marktaandeel doordat ze duurder zijn dan andere producten. Echter wanneer deze producten door Sustainabilism goedkoper worden dan andere producten zullen ze 100% marktaandeel verwerven. Ondernemers zullen dan alleen deze producten gaan produceren, verkopen en er winst mee maken.

5.2. Eén land start met één product (of met veel)

Het is niet nodig dat meerdere landen tegelijk starten met Sustainabilism. Eén land kan “morgen” starten met één product. Het effect is dat in dat land de markt voor dat duurzame product naar 100% marktaandeel gaat, want het is voor bedrijven niet meer interessant om nog niet-duurzame producten op de markt te brengen. Deze duurzame markt kan ingevuld worden door binnenlandse bedrijven maar ook door buitenlandse bedrijven.

Eén land kan het vliegwiel op gang brengen door Sustainabilism toe te passen op één duurzaam product. Daarna kan ze besluiten dat voor alle producten waar een gecertificeerde duurzame tegenhanger voor is, Sustainabilism ingevoerd wordt. Dan zullen producenten van andere producten zich realiseren dat als ze duurzaam worden en ze zich laten certificeren, ze daarna kunnen profiteren van een enorme vraag naar hun product. In korte tijd zullen duizenden nieuwe duurzame producten door Sustainabilism mainstream worden.

Wanneer één land start met Sustainabilism zullen andere landen merken dat hun duurzame bedrijven grote kansen krijgen in dat ene land. Ze zullen zich realiseren dat Sustainabilism zeer effectief is en ze zullen ook Sustainabilism invoeren. Al snel zullen duurzame producten in meerdere landen 100% marktaandeel realiseren. In korte tijd zal een groot gedeelte van de mondiale markt duurzaam zijn.

Een land kan maar beter één van de eersten zijn die kiest voor Sustainabilism, want dan geef je producenten die nog niet duurzaam kunnen produceren de tijd om nog in het buitenland hun producten te verkopen. Ondertussen kunnen ze zich voorbereiden om duurzame producten te gaan produceren, want wanneer ook het buitenland Sustainabilism invoert, zullen ze daar klaar voor moeten zijn.

5.3. Internationaal geen belemmeringen maar kansen

Wanneer een land duurzame producten niet belast met accijnzen en niet-duurzame producten wel, geldt dit zowel voor producten geproduceerd in eigen land als voor importproducten. Dit maakt dat handelsverdragen niet worden geschonden.



Internationaal zijn er grote kansen. Landen kunnen duurzaamheid in andere landen bevorderen door Sustainabilism, omdat ze duurzame producten ook uit andere landen bevoordelen boven niet-duurzame producten. Dit heeft tot gevolg dat wanneer bedrijven uit andere landen aan een land met Sustainabilism willen blijven leveren, ze duurzame producten moeten leveren. Door Sustainabilism worden bedrijven in andere landen dus duurzamer.

5.4. Voorbeelden

Voorbeeld 1: EU-Ecolabel

In de EU bestaat het EU-Ecolabel voor non-food producten en diensten. Middels dit systeem zijn reeds 71.000 producten en diensten gecertificeerd. Omdat deze producten duurder zijn dan andere producten hebben ze een beperkt marktaandeel. Wanneer voor al deze producten Sustainabilism wordt ingevoerd, kan op korte termijn een enorme duurzaamheidsslag gemaakt worden, want al deze producten krijgen 100% marktaandeel. Dit zal producenten in andere dan de 71.000 productcategorieën ertoe aanzetten om ook duurzaam te worden en een EU-Ecolabel aan te vragen.

Voorbeeld 2: koelkasten en diepvriezers

Wanneer een land aankondigt dat over één jaar zoveel accijns op niet-energiezuinige koelkasten (en diepvriezers) geheven wordt dat energiezuinige koelkasten het goedkoopst worden, is dat de ultieme prikkel voor fabrikanten om over een jaar alleen nog maar energiezuinige koelkasten op de markt te zetten. Het heeft voor hen geen zin om dan ook nog niet-energiezuinige koelkasten te maken, want die zullen voor de consument duurder zijn en dus niet verkocht worden. Wanneer in de hele EU alle koelkasten en diepvriezers duurzaam zijn dan scheelt dit veel CO₂-uitstoot. Voor koelkasten en diepvriezers bestaat reeds een energie-classificatiesysteem, dus kan er direct afgekondigd worden dat Sustainabilism over een jaar ingaat.

Voorbeeld 3: voeding

Wanneer er accijns wordt gezet op gangbare voedingsmiddelen worden biologische (EU-Bio gecertificeerde) producten goedkoper dan gangbare producten. Dan kopen alle consumenten biologische producten. Dan kunnen veel boeren in Nederland en andere landen omschakelen naar biologische landbouw en een goede prijs ontvangen voor de biologische producten. Omdat biologische producten 100% marktaandeel krijgen verdwijnen hoge kosten van kleinschalige verwerking, kleinschalig transport en kleinschalige handel. Doordat de inefficiënte kleinschaligheid verdwijnt, worden biologische producten veel goedkoper dan nu.

Door 100% biologische landbouw verdwijnen veel kostbare problemen zoals het stikstofprobleem, het biodiversiteitsprobleem, giftige stoffen in het milieu, nitraat in drinkwater, klimaatverandering door kunstmestproductie en natuurdegradatie.

Belangrijk voordeel van massale duurzame productie is dat de inkomens in de landbouw gaan stijgen, mede omdat per hectare minder wordt geproduceerd, waardoor de prijzen stijgen.

Er ontstaan geen voedsel tekorten door lagere producties per hectare, want door hogere graanprijzen stijgt ook de prijs van krachtvoer. Daardoor gaan melkveehouders en vleesveehouders minder krachtvoer voeren of ze gaan plantaardig voedsel voor humane consumptie produceren. Hierdoor daalt de melk- en vleesproductie waardoor de consumentenprijzen van melk en vlees stijgen. Door de hogere prijzen gaan consumenten minder zuivel en vlees consumeren. Er ontstaat een nieuw evenwicht in de consumptie van plantaardige en dierlijke producten. Doordat plantaardige productie veel efficiënter is dan dierlijke productie, verschuift dit evenwicht richting



plantaardige consumptie. Een grove berekening leert het volgende: wanneer de graanprijs voor de boer van € 0,20 naar € 0,60 gaat wordt een brood € 0,20 duurder, dan wordt een kilo vlees € 4,00 duurder. Dan gaan consumenten minder vlees consumeren. Er zijn dan geen ineffectieve voorlichtingscampagnes nodig om de consument aan te zetten om minder vlees te eten voor een beter klimaat.

Door duurzame landbouwproductie met lagere opbrengsten ontstaan geen voedseltekorten, want de markt zorgt ervoor dat waar eerst veevoer werd verbouwd, dan voedselgewassen voor humane consumptie worden verbouwd.

Voorbeeld 4: hout

Wanneer de EU FSC-hout goedkoper maakt dan ander hout door accijns te heffen op niet-FSC-hout dan ontstaat in de EU 100% marktaandeel voor FSC-hout. Dit betekent dat overal ter wereld bossen en oerwouden goed beheerd gaan worden. 15% van de CO₂-uitstoot wereldwijd wordt nu veroorzaakt door onverantwoorde houtoogst. Wanneer bossen en oerwouden volgens FSC-principes beheerd worden, is er nauwelijks CO₂-uitstoot.

Voorbeeld 5: palmolie en soja

Wanneer er accijns wordt gezet op (foute) palmolie, of (foute) soja gaan alternatieven voor palmolie en soja ingezet worden in de voedings- en veevoederindustrie of men gaat gecertificeerde palmolie of soja inzetten. Hierdoor wordt de verwoesting van het tropisch regenwoud een halt toegeroepen.

Voorbeeld 6: zeescheepvaart

De zeescheepvaart is zeer milieubelastend. Wanneer we willen dat zeescheepvaart duurzaam wordt, kunnen we als voorwaarde stellen dat (grondstoffen voor) gecertificeerde EU-Ecolabel- en EU-Biolabel-producten vervoerd moeten worden met gecertificeerd duurzame scheepvaart.



6. Andere ideeën om de prijs van duurzame producten te beïnvloeden

BTW verlagen

Het is mogelijk om de prijs van duurzame producten te verlagen door het BTW-tarief voor duurzame producten te verlagen. Dit is om twee redenen geen goed idee.

1. Dit beleid kan te succesvol zijn; de overheid loopt in dat geval te veel inkomsten mis omdat er minder BTW geïnd wordt.
2. De kans dat het succesvol zal zijn is niet groot, want het verlagen van het BTW-tarief betekent voor veel producten dat het duurzame product nog steeds duurder blijft dan het niet-duurzame product. Slechts een zeer beperkt aantal consumenten gaat dan over tot aankoop van duurzame producten.

True pricing

“True pricing” is een term die gehanteerd wordt om aan te geven dat in de huidige prijs van producten niet alle kosten zijn verwerkt. De definitie van de true price is de marktprijs plus de externe kosten. De externe kosten zijn de kosten die gemaakt moeten worden om de schade aan het milieu en sociale uitbuiting die de productie heeft veroorzaakt, te compenseren.

Het begrip true price biedt een aantal handelingsperspectieven. Het is een voorlichtingsinstrument om te laten zien dat de productie van een product veel externe kosten met zich meebrengt. Sommige bedrijven zetten deze informatie bij hun product. Het duurzame product wordt hierdoor niet goedkoper en niet-duurzame producten worden hierdoor niet duurder, dus het heeft geen effect op het marktaandeel van duurzame producten.

Er zijn ook initiatieven waarbij de consument gevraagd wordt om vrijwillig de true price te betalen. Wat de consument dan meer betaalt dan de kostprijs wordt gedoneerd aan goede doelen. Dit is een sympathieke manier om een zeer kleine groep consumenten duidelijk te maken dat er externe kosten zijn, maar het brengt geen ommekeer teweeg op de markt van duurzame producten.



7. The Sustainabilism Foundation

7.1. Doel en werkwijze

The Sustainabilism Foundation is een internationale lobbyorganisatie die wil bewerkstelligen dat landen Sustainabilism gaan invoeren. Hierdoor ontstaat een mondiaal duurzame samenleving. De Foundation wil snel effect sorteren, want de duurzaamheidsproblemen zijn te urgent om nog langer te wachten. We willen met een lobbyorganisatie met 45 medewerkers aan de slag. We richten ons primair op de EU en de 27 lidstaten.

De Foundation zal bewerkstelligen dat in de parlementen van de EU-lidstaten en in het Europees Parlement moties ingediend worden, om “Impactstudies Sustainabilism” te laten uitvoeren. Het realiseren van de impactstudies is onderdeel van de lobby-campagne van de Foundation.

7.2. De initiatiefnemers

De initiatiefnemers en oprichters van The Sustainabilism Foundation zijn Jan Wieringa en Henk Tolman. Beiden hebben gestudeerd aan WageningenUR. Jan heeft bovendien een MBA van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Na hun studie hebben ze verschillende carrières gehad.

Jan heeft na het bedenken in 1986 van het keurmerk Milieukeur bij CE Delft gewerkt om financiering voor het haalbaarheidsonderzoek Milieukeur gerealiseerd te krijgen. Daarna heeft hij 2 jaar als lobbyist gewerkt voor de biologische landbouw en is 6 jaar directeur van Biologica (het huidige Bionext) geweest tot 1999. In 1999 is hij gestart met Biologische Boerderij Veld en Beek. Het bedrijf staat in Doorwerth en omvat 50 melkkoeien, 50 stuks jongvee, 50 stuks vleesvee, en doet aan zuivelverwerking, tuinbouw, akkerbouw, agroforestry en natuurbeheer. Ca. 3.300 gezinnen kopen rechtstreeks zuivel, kaas, vlees, aardappelen, groente en brood van Veld en Beek. Alles van eigen boerderij. Het is de grootste consumenten-boerderij van Nederland waar nu 8 ondernemers een inkomen uithalen.

In deze periode is Jan ook nog 5 jaar lang melkveehouder, ondernemer en praktijkopleider op het gemengd opleidingsbedrijf van Warmonderhof in Dronten geweest.

Jan is de bedenker van Sustainabilism.

Henk is na zijn studie kort werkzaam geweest bij het Ministerie van Landbouw, waarna hij 9 jaar voor TNO Voeding heeft gewerkt. Daarna heeft hij 12 jaar voor diverse internationale corporate en MKB bedrijven gewerkt in commerciële en leidinggevende functies (o.a. DuPont Nutrition & Health, Solbar, Schuttelaar & Partners). De laatste 12 jaar is hij eindverantwoordelijke geweest als Algemeen Directeur of General Manager voor diverse (zuivel)laboratoriumorganisaties (o.a. Eurofins, FrieslandCampina).

Zowel Jan als Henk zijn al jaren zeer betrokken bij verduurzaming van de samenleving. Met lede ogen zien zij echter dat een werkelijke doorbraak niet wordt gerealiseerd. In hun analyse komt dat omdat een werkelijke verandering alleen tot stand zal komen als de consumentenprijs van duurzame producten lager is dan die van niet-duurzame producten. Het door hen ontwikkelde Sustainabilism is hier een oplossing voor.

Met de recent opgerichte The Sustainabilism Foundation willen Jan en Henk vaart brengen in het samen met consumenten, ondernemers en beleidsmakers tot stand brengen van een duurzame samenleving: **Sustainabilism, 100% duurzaam dus niet duur.**