



Winnaar 2017
Volkert
Engelsman

'Het moet radicaal anders'

Zelf doen

- Verantwoord eten
- Schoner rijden
- Stroom besparen
- Goede kleding kopen



tsoenlijk rekenen'. Dat is wat **Volkert Engelsman**, de nieuwe nummer 1 in Duurzame 100, doet. Er moet een prijs hangen aan vervuiling en uitbuiting dat de consument weet wat een peer of appel 'echt' kost. Een complexe puzzel, waarmee Engelsmans bedrijf Eosta wereldwijd vooroploopt.

ESTHER BIJLO FOTO'S LARS VAN DEN BRINK

Groenteboer met een radicale visie op de economie

En man staat met een zakje druiven in een opblaasbad vol water. Aangekleed. In een supermarkt. Het beeld heeft een boodschap. 'Koop biologische druiven en bespaar 25.200 liter water.' Dit is een krachtig tafereel dat te vinden is op een kaartje aan de druiven hangt. Zo weet de consument: deze biologische druiven zijn dan misschien duurder dan gangbare, maar dat levert ook wat op. Aan de andere kant van het beeld is dat ook nog in geld uitgedrukt. De gangbare druiven kosten 672 euro aan water per hectare per jaar, de biologische 339 euro. Tel uit je winst.

Die 'winst' is wat Volkert Engelsman drijft. Niet de gewone economische winst die na gewoon boekhouden eraan de streep overblijft. Maar winst in termen van kwaliteit, vruchtbaarheid van de bodem, minder uitstoot en ook het welzijn en inkomen van de producenten.

Engelsman leidt het grootste import- en distributiebureau in biologische groenten en fruit in Europa, Eosta, op. Het huist in een onopvallend pand op een bedrijfsterrein vlakbij de A12 in het groene hart. 'De groententuin uit Waddinxveen', noemt hij zichzelf, ook zonder ironie. Wel een groenteboer met een vergaande visie op de economie. "Het huidige economisch systeem is failliet", zegt Engelsman stellig in zijn kantoor. "Duurzaam ondernemen zou gaan over 'people, planet, profit', die drie p's. Maar de bottom line is altijd de winst. Met zo'n benadering



OORDEEL
VAN DE JURY
KOOS BIESMEIJER

"Volkert Engelsman loopt voorop in de transitie naar duurzame, verantwoordelijke voedselproductie, één van onze grootste uitdagingen. Engelsman zet de hele keten in beweging."

kom je daarom niet echt verder. Het gevaar is dat duurzaam ondernemen te veel blijft hangen bij dingen als elektrisch rijden en dubbelzijdig printen. Het moet radicaal anders. De begrippen 'winst' en 'kosten' moeten we anders gaan definiëren."

Engelsman geeft een voorbeeld. "Als ik voor mijn bedrijf een vrachtwagen gebruik, dan moet ik die afschrijven. Dat komt terug in de kosten. Als ik de bodem gebruik, hoef ik dat niet te doen. Het gevolg: in de wereld verdwijnen per minuut 30 voetbalvelden aan vruchtbare landbouwgrond. Dat is 12 miljoen hectare per jaar. Dat zie je nergens terug in de kosten omdat we maar naar één ding kijken: de opbrengst per hectare."

Een doodlopende weg, volgens Engelsman. Daarom begon het bedrijf een proef om alle 'echte kosten', maar ook de baten van biologisch en gangbaar tegenover elkaar te zetten, een primeur in de wereld. Dat betekent effecten meenemen als uitputting of verrijking van de bodem, CO₂-uitstoot en watergebruik. Daarnaast moeten ook de werknemers in de keten een 'eerlijk' loon ontvangen, zo niet dan is er 'sociale schade'. Aan al die effecten wordt een prijs gehangen. Eosta maakte die rekensommen voor een aantal producten, zoals peren uit Argentinië en sinaasappels uit Zuid-Afrika. De resultaten van deze eerste 'geïntegreerde winst- en verliesrekening' zijn drie maanden geleden bekendgemaakt. En dan blijkt: niet biologische producten zijn te duur, maar gangbare spullen te goedkoop. >>

Neem die druiven die de man in het zwembadje in zijn hand heeft. Bij gangbare productie zou de bodem per hectare per jaar 1163 euro in waarde verminderen. Teelt de boer biologisch, dan wordt de bodem juist rijker, die gaat er 254 euro op vooruit. Het voordeel voor de samenleving telt op tot 1417 euro per hectare. "We hebben ook de gangbare buurman van de biologische boer gecheckt", licht Engelsman toe. "Die gebruikt kunstmest, is daarmee op de korte termijn productiever maar op den duur zal de productie afnemen. Terwijl de bioboer met zijn afwisseling van gewassen de bodem juist opbouwt en voor lief neemt dat de opbrengst per hectare lager is. Maar hij kan dat wel eindelijk volhouden."

Die bedragen op de kaartjes zijn niet met de natte vinger tot stand gekomen. Achter de proef van Eosta, dat producten onder de merknaam Nature & More in de winkel heeft liggen, zit een wereldwijd samenwerkingsverband. De wereldvoedselorganisatie FAO, de milieuorganisaties van de VN, de wereldkoepel van alle gangbare voedselbedrijven WBCSD, de denktank natuurlijk kapitaal TEEB, het ministerie van economische zaken, grote accountantskantoren: allemaal werken ze mee aan methodes om de 'echte' kosten

en baten van productie te kwantificeren.

Een enorme puzzel, erkent Engelsman. "Je kunt niet elk aspect meenemen. Neem de bodem: miljarden organismen zorgen daar in een perfecte symfonie voor vitaliteit. Hoe moet je daar een prijs aan hangen? Dat kan niet. Verarming van de bodem, erosie, kun je wel meten, bijvoorbeeld aan de hand van het gehalte organische stof in de bodem. Als dat toeneemt is het een goed teken."

Hoe leg je dit uit aan de consument? "Die krijgt de werkelijke kosten van de productie van voedsel vaak niet te zien. Supermarkten haten transparantie en onderschatten de consument. Onze producten liggen bijvoorbeeld wel bij Albert Heijn. Maar er moet 'AH Biologisch' op staan, labels met het verhaal van de teler en de gevolgen voor planeet en mensen eraan mag niet."

Zijn felheid deed de wenkbrauwen fronsen bij AH na een interview in *het Financieele Dagblad*. Engelsman noemde de grootgrutter 'crimineel' omdat het bedrijf telers tegen elkaar uitspeelt, voortdurend op zoek naar de laagste prijs. "Ik zeg het niet altijd even handig", blikt hij terug. "Maar het is een verdeel- en heersspel, een *race to the bottom* met mens en milieu als verliezers. Dat is niet te handhaven. Overigens is het te makkelijk alleen Albert Heijn aan te vallen. Het werkelijke probleem is een weeffout in de economie. Niemand staat 's ochtends op met de gedachte: nu gaan we de kluit eens flink belazeren en het milieu verpesten. En toch gebeurt het."

Gangbare supermarkten hebben wel interesse in de resultaten van de proef maar staan ook weer niet aan de voordeur te trappelen. Belangstelling komt vooral uit het midden- en kleinbedrijf en de financiële sector. "Er staan er twintig, dertig in de wachtrij die onze methoden ook toe willen passen." De 'groene' winst- en verliesrekening haalt duurzaamheid ook uit de morele sfeer, vindt Engelsman. "Het moet uit het domein van de wereldverbetereers naar de economische sfeer. We moeten gewoon fatsoenlijk gaan rekenen en rapporteren in plaats van ons rijk rekenen ten koste van sociaal en natuurlijk kapitaal. Dan geef je de financiële sector, de beleggers, de aandeelhouders, ook iets in handen. Daar ligt de sleutel."

Even later beent Engelsman door de hallen naast het kantoor. Die staan vol paarse kistjes groente en fruit. Het bedrijf groeit hard, de heipalen voor en nieuw, circulair, gebouw van 30.000 vierkante meter worden aan de overkant van de snelweg in de grond gestampt. Een deel van de handel gaat fysiek via Waddinxveen. Het wordt anders verpakt, of juist niet. Een laserapparaat zet op de schil van avocado's dat ze biologisch zijn zodat er geen plastic omheen hoeft, ook een primeur van Eosta.

Boven de uitgangen naar de vrachtwagens hangen gele bordjes met een keur aan Europese bestemmingen. Engelsman wijst richting de citroenen, de puntpaprika's, de zakjes kurkuma. "Dit gaat allemaal naar het buitenland. Bijna alle landen zijn verder met biologische producten dan Nederland. Grote supermarkten hier zeggen geregeld: er is te weinig aanbod aan biologisch. Dat is onzin, je moet er alleen wel voor willen betalen." <<



Supermarkten
haten
'transparantie'