

# Kosten dierwaardige veehouderij lastig door te rekenen bij export

Er wordt gewerkt aan nieuwe regelgeving om te voorzien in gedragsbehoeften van dieren in de veehouderij, en om te stoppen met, dan wel zoveel mogelijk beperken van, fysieke ingrepen. Hoe kunnen de hierbij komende extra kosten worden doorberekend?

## IN HET KORT

- De meerkosten van een dierwaardige veehouderij zijn 3,5 procent van de consumentenuitgaven aan dierlijke producten.
- Extra betalingsbereidheid van consumenten leidt niet automatisch tot ander aankoopgedrag.
- Alleen beleid op EU-niveau kan de exportmarkt beschermen en een dierwaardige veehouderij rendabel maken.

## ROEL JONGENEEL

Wetenschapper bij Wageningen Social & Economic Research

## GÉ BACKUS

Senior specialist bij Connecting Agri & Food

## MARCEL VAN ASSELDONK

Wetenschapper bij Wageningen Social & Economic Research

In maart 2024 heeft de Tweede Kamer een motie aangenomen met als strekking dat er in 2040 sprake moet zijn van een dierwaardige veehouderij. De inhoudelijke basis voor de motie is ontleend aan de zienswijze ‘Dierwaardige veehouderij’ (RDA, 2021). De Raad voor Dieraangelegenheden (RDA) constateert hierin dat de relatie van de mens met dieren in de afgelopen decennia sterk is veranderd. Consumenten maken zich steeds meer zorgen over het welzijn van landbouwhuisdieren (Grethe, 2017; EU, 2023) en hechten vanuit morele overwegingen steeds meer waarde aan dierenwelzijn. Ook is in de in 2024 herziene Wet dieren de intrinsieke waarde van dieren verankerd. Dieren worden hierin erkend als wezens met gevoel, met een eigen waarde en integriteit, los van hun nut voor de mens. De beoordeling van dierenwelzijn was daarom aan een herijking toe.

Het voorkómen van ongerief (dus gebrek aan welzijn) alleen is niet langer voldoende; ook het mogelijk

maken van welzijn wordt verplicht zodra de motie wordt uitgevoerd. Welzijn houdt onder andere in dat veehouders geen fysieke ingrepen zoals het couperen van staarten meer uitvoeren, tenzij er sprake is van medische noodzaak of een expliciete uitzondering. Daarnaast moet het dier in staat zijn te reageren op veranderingen in zijn sociale en fysieke omgeving. Vooral dit laatste vereist aanpassingen in het dierhouderijsysteem.

Daarbij rijst de vraag of de dierhouderij rendabel is als er aan dierenwelzijn meer uitgegeven moet worden. In dit artikel zetten we de economische argumenten en belangen uiteen die daarbij een belangrijke rol spelen.

## Kosten van dierwaardige veehouderij

Het investeringsbedrag dat in totaal tot 2040 gemoeid is met het realiseren van voorgenomen welzijnsmaatregelen ligt tussen de 5,9 en 8,4 miljard euro (Jongeneel et al., 2024; Backus et al., 2025). De hieruit voortvloeiende extra jaarlijkse kosten (exclusief subsidies) liggen tussen de 1,3 en 2,1 miljard euro. De kosten op boerderij-niveau stijgen hierdoor tussen de tien en twintig procent (Backus et al., 2025). In de kostenberekeningen is rekening gehouden met de kosten van maatregelen die worden gerealiseerd via aanpassing van bestaande stallen en via (gedeeltelijke) nieuwbouw of uitbreiding (kader 1).

De berekende kosten van de maatregelenpakketten hebben in alle sectoren aanzienlijke economische gevolgen. Hoe de kosten uiteindelijk gaan uitwerken hangt echter van meerdere factoren af. Voor de veehouderijbedrijven geldt dat als de vergunningverlening niet wordt losgetrokken het sowieso al niet mogelijk is om stalaanpassingen of uitbreidingen door te voeren. Verder hangt de economische inpasbaarheid af van de mate waarin maatregelen binnen het investeringsritme van de bedrijven kunnen worden doorgevoerd, alsook van de

mate en het tempo waarin afzetmarkten in binnen- en buitenland zich aan nieuwe standaarden op het gebied van dierenwelzijn aanpassen (Backus et al., 2025).

### Consumenten en betalingsbereidheid

Een belangrijke vraag is of en in welke mate consumenten bereid zullen zijn om extra te betalen voor producten afkomstig van een dierwaardige veehouderij. Het draagvlak onder Europese consumenten voor de al huidige wettelijke minimum standaarden is weliswaar groot (meer dan negentig procent (EU, 2023)). Maar hoe zit dat met de extra eisen die Nederland nu overweegt?

Op basis van een consumentensurvey kunnen vier typen Nederlandse consumenten worden onderscheiden (Market Response, 2024). Deze maken wat aantallen betreft ruim negentig procent van de consumenten uit. Daarnaast is er nog een relatief kleine groep “overig” (circa 10 procent van het totaal) van mensen die ofwel geen vlees consumeren, of als ze wel vlees consumeren aangeven niets in hun gedrag te willen veranderen.

In de consumententypologie is een onderscheid gemaakt in kennis, houding en gedrag van consumenten. Circa 45 procent van de consumentenpopula-

### Krimp van de veestapel

KADER 1

Bij het doorrekenen van de extra kosten op sectorniveau is in beide doorrekening verondersteld dat het beleid tot een krimp van de veestapel van twintig procent zal leiden. Met name maatregelen die binnen bestaande stallen leiden tot meer leefruimte per dier, vergen niet alleen investeringen maar ook nieuwe vergunningen om een grotere stal te bouwen. Maar de vergunningverlening voor vergroting van de staloppervlakte zit door het stikstofdossier op slot. De enige manier om dan aan de nieuwe welzijnseisen te voldoen is het verkleinen van de veestapel op bedrijfsniveau.

Nederland voert al een beleid gericht op verkleining van de veestapel, onder andere door diverse opkoopregelingen om de stikstofneerslag op Natura 2000-gebieden te verminderen.

Als gevolg van de opkoop vallen de berekende extra kosten op sectorniveau eveneens twintig procent lager uit dan in een scenario met een gelijkblijvende omvang van de veestapel. Mocht er vanwege opkoopregelingen een verdere krimp in dieraantallen boven deze twintig procent komen, dan zullen de investeringsbehoefte en de jaarkosten voor de sector lager zijn.

tie heeft relatief weinig kennis van dierenwelzijns- en gezondheidsaspecten rond vlees. Ruim twintig procent van de populatie (type rood) vindt aandacht voor dierenwelzijn en milieu belangrijk en houdt in het aankoopgedrag hier ook nu al rekening mee. Ook de type geel en type blauw vinden bepaalde eigenschappen van vlees (milieuvriendelijkheid en weinig conserveermid-

delen) belangrijk, maar maar vinden ook gezondheidsaspecten en verpakking belangrijk. En 26 procent van de populatie geeft aan dat betaalbaarheid een belangrijk punt voor hen is. Die groep (groen) maakt zich verder weinig zorgen over dierenwelzijn (of dat heeft minder prioriteit). Circa driekwart van de Nederlandse consumenten lijkt bereid meer te betalen (Market Response, 2024).

### Extra kosten consument

Wanneer de extra kosten van een meer dierwaardige veehouderij volledig worden doorberekend aan de consument, leidt dit tot een stijging van de uitgaven aan dierlijke producten van circa 3,5 procent, oftewel ongeveer 67 euro per huishouden per jaar. Dit betreft uitsluitend producten uit een meer dierwaardige veehouderij die in Nederland worden afgezet. De relatieve stijging van de consumentenprijs is kleiner dan de kostenstijging op boerderijniveau, omdat de kosten en marges in de schakels na het boerenbedrijf niet toenemen: het aandeel van de productiekosten van de boerderij bedraagt

bijvoorbeeld slechts 23 procent van de supermarktprijs van varkensvlees (Agro-Nutri Monitor, 2025).

Daarnaast is rekening gehouden met het feit dat niet alle consumenten bereid zijn een hogere prijs te betalen. De prijsgevoeligheid van consumenten is daarom meegenomen via een gemiddelde prijselasticiteit van  $-0,5$  voor alle dierlijke producten. Deze prijsrespons dempt de toename van de totale huishoudelijke uitgaven aan dierlijke producten. Afgezet tegen het totale besteedbare inkomen komt dit neer op een stijging van circa 0,2 procent (Backus et al., 2025).

Betalingsbereidheid leidt niet automatisch tot daadwerkelijk aankoopgedrag. Voor marktpartijen is de uitdaging om houding en voornemens van consumenten ten aanzien van dierenwelzijn meer in overeenstemming te brengen met hun daadwerkelijke aankoopgedrag. Daarbij speelt dat consumenten twijfelen aan de werkelijke herkomst van zulke producten. Dat is op zich niet verwonderlijk omdat de productiewijze van melk, vlees of eieren veelal niet aan het product zelf is te 'herkennen'. Dierenwelzijn is een 'vertrouwensgoed' (*cre-*

**Typologie van consumenten en hun mening over vleesconsumptie**

TABEL 1

Consumenten typologie	Rood	Geel	Groen	Blauw
<b>Typering m.b.t. vleesconsumptie</b>	Biologisch, vleesvervangers, dubbel gevoel	Lokaal en eerlijke prijs voor de boer	Vertrouwd, betaalbaar en lekker	Innovatie, gezondheid, maar niet te weerstaan
<b>Kennis</b>	Relatief hoog	Gemiddeld	Relatief laag	Relatief hoog
<b>Houding</b>	Aandacht voor milieu en dierenwelzijn is belangrijk	Kiest gezonde kwaliteitsproducten: eerlijke prijs is belangrijk; klimaatverandering vraagt om aanpassing in consumptie	Betaalbaarheid, smaak en bereidingsgemak zijn belangrijk; consumeert graag stukje vlees: hoeft niet anders	Gaat voor gezonde producten in milieuvriendelijke verpakking; houdt van stukje vlees, maar let wel op conserveermiddelen.
<b>Gedrag</b>	Eet vaker biologisch, vindt dierenwelzijn belangrijk, ook duurzame verpakking: eet ook vleesvervangers	Eet vaker vleeswaren en wit vlees; kijkt naar herkomst; heeft weinig met vleesvervangers	Eet vaker vlees zonder keurmerk, niet teveel bewerkt, en product moet niet te duur zijn	Eet vaker bewerkt vlees, vindt gezond belangrijk, heeft minder met alternatieven voor vlees
<b>Leeftijd</b>	Relatief jong (<35) en gezinnen	Relatief ouder; vaak tweepersoons-huishoudens	Relatief ouder; vaak tweepersoons-huishoudens	Middelbare leeftijd; vaak huishoudens met drie of meer leden
<b>Opleiding</b>	Hoog	Gemiddeld, of lager	Gemiddeld	Hoog
<b>Prijsbewustheid?</b>	Enigszins	Weinig	Ja	Weinig
<b>Meer dierenwelzijn belangrijk?</b>	Ja	Enigszins	Niet zo	Enigszins
<b>Aandeel in onderzoek</b>	19%	22%	26%	25%

Gebaseerd op Jongeneel et al (2024) en Market Response (2024) | ESB

*dence good*). Dat vraagt om betrouwbare en herkenbare informatie (keurmerken) over producten, zodat consumenten onderbouwde keuzes kunnen maken (Gorton et al., 2023). Of deze extra betalingsbereidheid daadwerkelijk leidt tot ander aankoopgedrag, hangt sterk af van de beschikbaarheid én de mate waarin het aangeboden product aansluit bij de identiteit, aankoopgewoonten, en andere sociale factoren als groepsdruk en groepsnorm (Onwezen et al., 2011).

### Exportafhankelijkheid is groot

De meeste Nederlandse consumenten zijn dus bereid meer te betalen, maar de sector produceert met name voor de export. De zelfvoorzieningsgraad ligt ver boven de honderd procent. De totale exportwaarde van de dierlijke sectoren bedraagt 23 miljard euro; dat is circa 27 procent van de totale exportwaarde van de Nederlandse land- en tuinbouw (Jukema et al., 2025). Indien Nederland eenzijdig voor hogere dierwaardigheidsstandaarden kiest, werkt dat negatief uit op de concurrentiepositie van de Nederlands veehouderijsectoren omdat dit tot significante verschillen in productiekosten kan leiden ('level playing field').

Bijna zestig procent van de Europese consumenten is bereid om meer te betalen voor diervriendelijke producten, hoewel dat in Nederland wat hoger ligt (EU, 2023). Wel zijn er grotere regionale verschillen. In Noordwest-Europa is er een relatieve sterke wens om verbeterstappen te maken. Hierdoor zijn er zeker mogelijkheden om marktaandeel te behouden, ondanks de kosten van extra welzijnseisen in Nederland. Maar de mogelijkheden om de kosten van extra welzijnseisen in Nederland aan afzetmarkten buiten Noordwest-Europa door te berekenen, vormen een uitdaging aangezien daar aanzienlijk minder consumenten bereid zijn om voor dierenwelzijn te betalen.

### Conclusie

Een dierwaardige veehouderij vraagt vooral om meer leefruimte voor de dieren. Dit brengt extra investerings- en houderijkosten met zich mee. Er zijn aanwijzingen dat de meerderheid van de consumenten in Nederland en ook in de rest van de EU bereid is om meer te betalen voor verbetering van dierenwelzijn. Maar omdat een groot deel van de dierhouderij op de export is gericht, wordt het lastig om de hogere productiekosten aan de consument door te berekenen.

Een oplossing om ondanks de verschillen in consumentenvoorkeuren toch te kunnen blijven exporteren,

is dan een verhoging van de wettelijke minimumstandaarden in de hele EU. Die bereidheid blijkt er echter vooralsnog niet te zijn. Wel hebben Europarlementariers begin 2024 gevraagd om een duidelijke tijdlijn voor het updaten van de EU-regels voor dierenwelzijn (EU, 2024).

Indien Nederland eenzijdig voor hogere (minimum) dierwaardigheidsstandaarden kiest, werkt het daardoor ontstane ongelijke speelveld negatief uit op de concurrentiepositie van de sterk export-afhankelijke Nederlands veehouderijsectoren.

### Literatuur

- Agro-Nutri Monitor (2025) Hoofdrapport: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen. Wageningen Social & Economic Research Rapport, 2025-101-1. Te vinden op [www.acm.nl](http://www.acm.nl).
- Backus, G., R. Jongeneel, M. van Asseldonk et al. (2025) Economische impactanalyse AMvB dierwaardigheid in de veehouderij ten behoeve van de internetconsultatie. Wageningen Economic Research en Connecting Agri & Food, Rapport, 2025-054. Te vinden op [research.wur.nl](http://research.wur.nl).
- EU (2023) Special Eurobarometer 533: Attitudes of Europeans towards animal welfare. Europese Commissie, 19 oktober. Te vinden op [www.eurcaw-ruminants-equines.eu](http://www.eurcaw-ruminants-equines.eu).
- EU (2024) EU agricultural outlook, 2023–2035. Europese Commissie Rapport, 29 januari. Te vinden op [agriculture.ec.europa.eu](http://agriculture.ec.europa.eu).
- Gorton, M., C.-H. Yeh, E. Chatzopoulou et al. (2023) Consumers' willingness to pay for an animal welfare food label. *Ecological Economics*, 209, 107852.
- Grethe, H. (2017) The economics of farm animal welfare. *Annual Review of Resource Economics*, 9, 75–94.
- Jongeneel, R., G. Backus, M. van Asseldonk en S. van Kampen (2024) Werken aan dierenwelzijn in de veehouderij. Een sociaaleconomische impactanalyse. Wageningen Economic Research en Connecting Agri&Food, Rapport, 2024-126.
- Jukema, G., P. Ramaekers en P.J. Woltjer (2025) De Nederlandse agrarische sector in internationaal verband: editie 2025. Wageningen Social & Economic Research en Centraal Bureau voor de Statistiek, Rapport, 2025-016.
- MarketResponse (2024) Kennis, houding en gedrag rondom vleesconsumptie. Informatie gedeeld door COV.
- Onwezen, M., J. van 't Riet en J. Bartels (2011) Voedselbalans 2011, Deel II Consumenten. Te vinden op [edepot.wur.nl](http://edepot.wur.nl).
- RDA (2021) Zienswijze 'Dierwaardige veehouderij'. Raad voor diereenaangelegenheden, Rapport, 18 november.