



Natuurlijk
Kapitaal

Aan de slag met TCA

Van inzicht naar impact

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Wat is TCA.....	4
3. TCA in het kort.....	5
4. Externaliteiten.....	6
5. Hotspots.....	7
6. De stappen van TCA.....	8
7. Tenslotte.....	15
8. Praktijkvoorbeelden (best practices).....	16

Inleiding

True Cost Accounting (TCA) en True Pricing zijn methodes om de echte kosten van een product of dienst in kaart te brengen, inclusief de verborgen of externe kosten die vaak niet in de prijs worden meegenomen. Denk aan milieuschade, sociale gevolgen, gezondheidskosten, en uitputting van natuurlijke hulpbronnen die ontstaan bij de productie, maar niet direct worden doorberekend aan de consument.

Toch blijft de praktijk vaak achter: bedrijven zien TCA vaak als iets complex of als een analytisch instrument dat losstaat van hun eigen verduurzamingsinspanningen. Daarnaast zijn rekenmethodieken voor TCA nog niet altijd praktisch toepasbaar of betaalbaar.

MVO Nederland gelooft dat bedrijven ook zonder volledig ontwikkelde rekenmethodiek kunnen werken aan verduurzaming en echte prijzen. Juist door pragmatisch aan te sluiten op wat bedrijven al doen in hun keten, beleid of inkoop, kunnen TCA-principes een motor worden voor impact.

Met dit stappenplan slaan we een brug van inzicht naar impact.

Eerst beschrijven we wat TCA inhoudt en gaan we dieper in op de schade of nadelen die een bedrijf, product of activiteit kan veroorzaken, maar die niet worden doorberekend in de prijs. Ook vind je in dit stappenplan de stappen van de TCA-methodiek, de uitdagingen hierin én wat bedrijven al kunnen doen om ermee aan de slag te gaan. Leer ook van drie praktijkvoorbeelden van TCA-projecten en drie praktijkvoorbeelden van bedrijven die werken volgens TCA-principes.

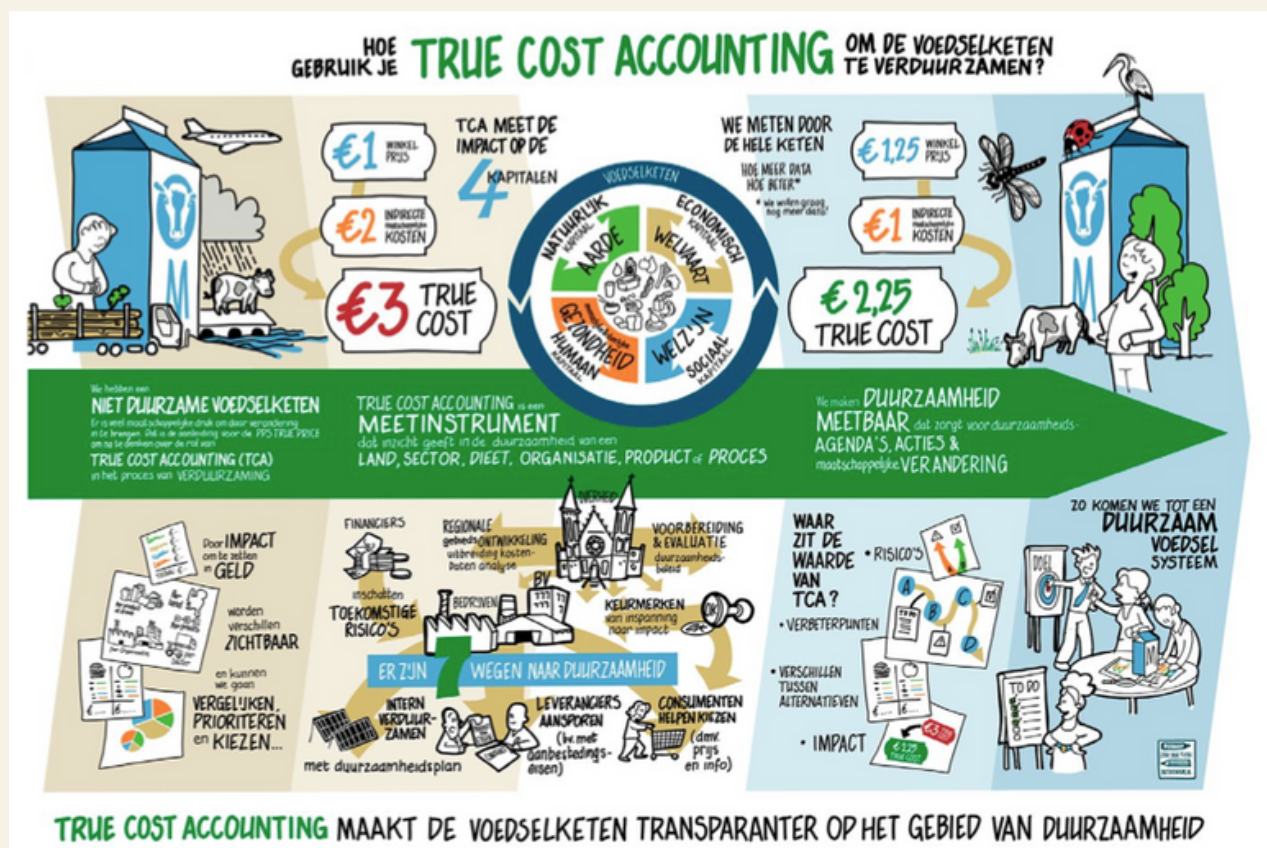
Na het lezen van dit stappenplan weet je waar je morgen mee aan de slag kan om de negatieve impact van jouw bedrijfsactiviteiten te verkleinen én deze door te berekenen in je prijs. We baseren ons hierbij op verschillende rapporten en ervaringen uit de praktijk. Een uitgebreide bronnenlijst vind je in de bijlage.

Wat is TCA?

True Cost Accounting (TCA) is een methode om zichtbaar te maken wat een product écht kost voor mens, milieu en maatschappij, ook als die kosten niet in de verkoopprijs zitten. Deze kosten noemen we externaliteiten en staat gelijk aan de negatieve impact. Een product lijkt wel goedkoop, maar veroorzaakt ondertussen CO₂-uitstoot, bodemuitputting of onderbetaling in de keten. Deze verborgen kosten worden nu vooral betaald door toekomstige generaties, de natuur, of maatschappij.

TCA kijkt echter niet alleen naar schade. Het kan ook gaan om **baten** – oftewel de positieve impact van een product of productieproces. Denk aan een methode die de bodem juist verrijkt, mensen eerlijk betaalt, of actief bijdraagt aan herstel van natuur of sociale ongelijkheid. TCA helpt om zowel de schade als de waarde die producten veroorzaken inzichtelijk te maken. Het doel is niet alleen transparantie, maar ook: beter sturen op duurzame keuzes, zowel in productie, inkoop als communicatie.

Figuur 1, een afbeelding van onze partners bij Wageningen Economic Research, laat goed zien wat TCA inhoudt en hoe het bijdraagt aan verduurzaming.



Figuur 1: TCA als meetinstrument voor duurzamer voedsel. Bron: [Whitepaper van Wageningen Economic Research](#)

TCA in het kort

Dit betekent TCA concreet voor bedrijven

1. Inzicht geven in verborgen kosten die nu niet in de prijs zijn opgenomen.
2. Vergelijking tussen product- of ketenopties mogelijk maken.
3. Richting geven aan verduurzamingskeuzes (bijv. waar de grootste winst zit).
4. Een basis bieden voor het financieel waarderen van duurzaamheidsinspanningen.
5. Sturing geven aan innovatie, inkoop en assortimentsbeleid.
6. Verbinding leggen tussen financiële sturing en maatschappelijke waarde.
7. Ondersteunen bij communicatie, rapportage en transparantie, o.a. richting CSRD, Green Claims of aanbestedingen.

Wat TCA (nog) níet is of kan doen:

1. Het is geen allesomvattend meetinstrument: niet alle impacts zijn goed meetbaar of monetariseerbaar (zoals welzijn, onzekerheid of culturele schade).
2. Het biedt geen kant-en-klare oplossingen: TCA identificeert problemen, maar lost ze niet op – daarvoor zijn aanvullende acties of samenwerking nodig.
3. Het vervangt geen due diligence of risicobeheer – het kan die processen wél verrijken.
4. Het is geen exacte wetenschap: methodieken zijn in ontwikkeling, waarderings zijn contextafhankelijk.
5. Het is geen verplichting of keurmerk – maar kan wel helpen om geloofwaardig(er) te verduurzamen en te communiceren.

Goed om te weten:

in deze publicatie kiezen we bewust voor een vereenvoudigde benadering. We richten ons op een praktische vertaalslag richting bedrijven, zonder alle technische details van de methodiek opnieuw uiteen te zetten. Daar zijn anderen simpelweg beter in.

Voor wie wél op zoek is naar meer achtergrond over de TCA-methodiek, de typen kapitaal, specifieke toepassingen en recente ontwikkelingen, verwijzen we je graag naar alle publicaties uit de [PPS True Price van Inzicht naar Actie](#), [True Price](#) en [FoodCost](#).

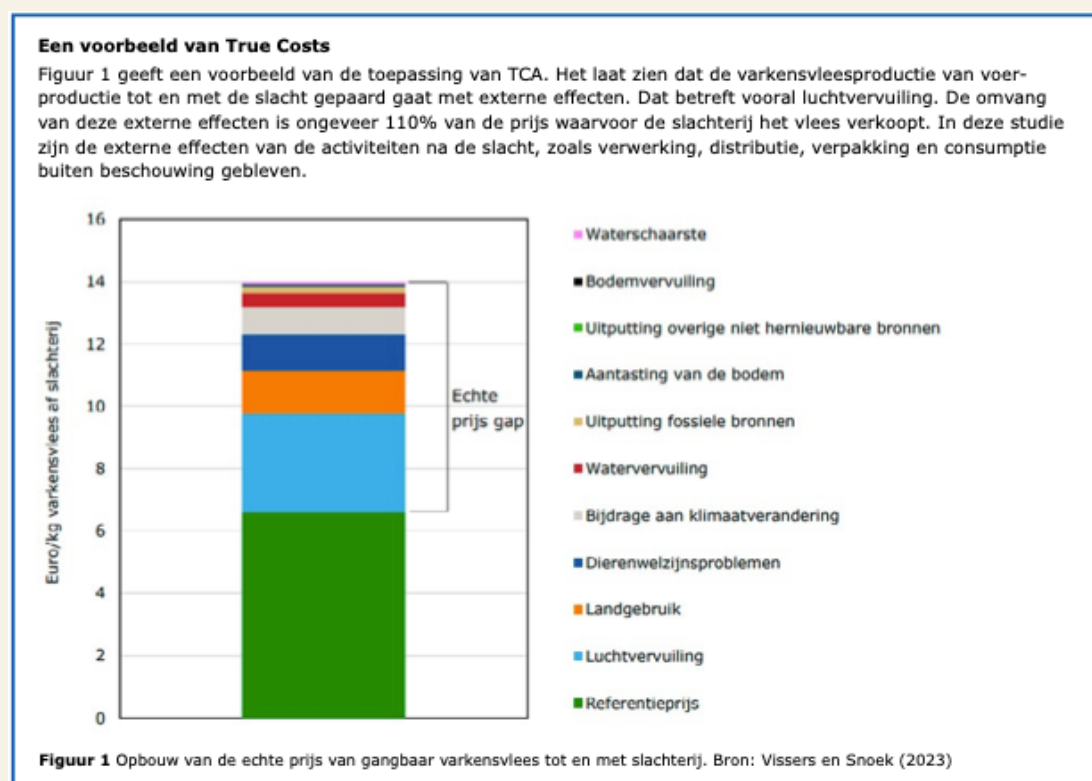
Externaliteiten

EXTERNALITEITEN: verschillende termen, één betekenis

De term externaliteiten roept mogelijk wat verwarring op. Eigenlijk zijn er verschillende termen waarmee hetzelfde bedoeld wordt, maar realiseren bedrijven zich dit niet altijd. Daarom nog een extra verduidelijking: externaliteiten gaan het om de negatieve (of positieve) gevolgen van een product op natuur en maatschappij gedurende de hele levenscyclus van een product (van grondstofwinning tot afvalverwerking). Andere termen die in de praktijk ook een sterke link hebben met externaliteiten, zijn bijvoorbeeld: impacts (uit de CSRD), risico's (uit de OESO-richtlijnen en CSDDD), milieubelasting en (slechte) sociale of arbeidsomstandigheden.

Het **in kaart brengen**, **kwantificeren** en waar mogelijk **monetariseren** van externaliteiten helpt, zodat ze meegenomen kunnen worden in besluitvorming, prijsstelling en beleid. Hiermee maakt TCA de “echte prijs” van producten zichtbaar.

In figuur 2 een voorbeeld van de true cost van een product en diverse externaliteiten (ofwel de verborgen kosten en negatieve impact van dit product op mens en milieu). Bron: Wageningen Economic Research



Figuur 2: Opbouw van echte prijs: Bron: <https://library.wur.nl/WebQuery/edepot/678868>

Hieronder volgt een korte omschrijving van de belangrijkste categorieën van externaliteiten. Deze is gebaseerd op verschillende bronnen, waaronder True Price.

Hotspots

Binnen TCA verwijst een **hotspot** naar een onderdeel van de waardeketen waar relatief veel negatieve externe effecten of externaliteiten optreden – zoals CO₂-uitstoot, mensenrechtenschendingen, watergebruik of dierenleed. Deze hotspots kunnen zich bevinden in een product, ingrediënt, productiefase, toeleveringsland of actor binnen de keten. TCA kan helpen om zo'n hotspot zichtbaar te maken op basis van cijfers via impactmetingen of materialiteitsanalyses. Ook de MVO Risicochecker kan helpen inzicht te krijgen.

Hotspots worden vaak zichtbaar via impactmetingen of materialiteitsanalyses. Ze helpen bij het prioriteren: waar zit de grootste impact én waar is beïnvloeding mogelijk? Hotspots zijn geen vast gegeven – ze verschillen per product, keten, sector en regio. Een aantal voorbeelden van hotspots zijn:

- Veevoer uit Zuid-Amerika als hotspot in vlees- en zuivelketens vanwege ontbossing en CO₂-uitstoot;
- Loononderbetaling bij koffiecoöperaties in Afrika of kledingproductie in Zuid-Azië;
- Biodiversiteitsverlies door monocultuurteelt in groentesectoren;
- Afval en verspilling in horeca en retail bij verse producten.

De stappen van TCA

Stap 1: Scopebepaling

Wat houdt deze stap in?

Bepalen wat je gaat analyseren of verduurzamen: een product, ingrediënt, proces, regio of waardeketen. Dit is essentieel om complexiteit te beheersen en om resultaten bruikbaar te maken voor je doelstelling (bijv. interne besluitvorming, aanbesteding of communicatie). Ook bepaal je welke externaliteiten je meeneemt en waarom.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

De juiste afbakening is lastig. Niet elke impact is altijd relevant (bijv. dierenwelzijn bij groenteproductie) en je moet keuzes maken in ketenstappen, datagebruik en doelgroep.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Teken je waardeketen uit om hotspots te identificeren.
- Kies een product of keten waar je al invloed op hebt.
- Betrek toeleveranciers in het vaststellen van de scope.
- Gebruik bestaande analyses zoals LCA's, DMA's of impactrapportages.

Stap 2: Het meten van effecten op mens, milieu en economie

Wat houdt deze stap in?

In kaart brengen waar negatieve impacts optreden en waar juist verhoogde positieve waarde zit. TCA vraagt om een holistische ketenbenadering waarin je effecten over de hele levenscyclus onderzoekt.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

Er bestaan veel meetmethoden met verschillende indicatorensets en benaderingen. Sommige impacts (zoals biodiversiteit of mensenrechten verderop in de keten) zijn lastig meetbaar. Ook is het verzamelen van betrouwbare data tijdrovend en soms kostbaar.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Begin met wat al beschikbaar is binnen je organisatie.
- Gebruik bestaande meetinstrumenten per thema (bijv. Life Cycle Analyses, RIVM-data, [CE Delft-emissiefactoren](#)).
- Combineer kwantitatieve data met kwalitatieve inzichten zoals interviews of ketendialogen, of gebruik de [MVO risico-checker](#).
- Accepteer onzekerheden – niet alles hoeft perfect meetbaar te zijn.

De stappen van TCA

Stap 3: Het uitdrukken van impact in financiële termen (monetariseren)

Wat houdt deze stap in?

Door impacts te vertalen naar euro's of andere eenheden kun je ze onderling vergelijken en prioriteren. Dit helpt bij hotspotanalyses, besluitvorming en communicatie.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

Niet alle effecten zijn goed te waarderen in euro's. Verschillende methodologieën en contexten (bijv. droogte vs. waterrijke regio's) geven verschillende uitkomsten.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Gebruik bestaande data van True Price, CE Delft of RIVM.
- Begin met CO₂-uitstoot of living wage/living income – die zijn relatief goed te berekenen.
- Werk met indicatieve schattingen en relatieve vergelijkingen tussen alternatieven (bijv. koemelk vs. havermelk).

Stap 4: Integratie van inzichten in besluitvorming of prijsvorming

Wat houdt deze stap in?

Gebruik de inzichten uit TCA om je keuzes, marges, assortiment of investeringen aan te passen. Denk aan assortimentsoptimalisatie, interne CO₂-prijzen of het betalen van eerlijke lonen.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

De uitkomsten zijn niet altijd eenduidig of goed vergelijkbaar. Bovendien is het onbekend hoe eindklanten deze inzichten meewegen.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Pas je businessmodel of inkoopvoorwaarden aan om negatieve impact te reduceren.
- Laat prijs én impact meewegen in beslissingen.
- Betaal een hogere prijs aan boeren of leveranciers om verduurzaming mogelijk te maken.

De stappen van TCA

Stap 5: Het reduceren van de true cost

Wat houdt deze stap in?

De kern van TCA: actief de externe kosten verlagen. Dit doe je door negatieve effecten te verkleinen en positieve waarde te vergroten.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

TCA laat zien waar de problemen zitten, maar biedt niet automatisch oplossingen. Acties moeten vaak los van de berekening worden ontwikkeld. Een hogere prijs leidt ook niet vanzelf tot impactreductie.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Werk met regeneratieve of circulaire grondstoffen.
- Verkort je keten of verwerk lokaal.
- Verbeter arbeidsomstandigheden en betaal leefbare lonen.
- Help klanten om duurzame keuzes te maken met duidelijke uitleg.

In diverse programma's van MVO Nederland werken we namelijk dagelijks samen met bedrijven aan het verlagen van de 'echte prijs' of 'echte kosten' van hun product en het anders waarderen van negatieve en positieve impacts. Via projecten in en met de keten, maar ook concreet door vraag naar duurzame producten en bedrijven te laten groeien en samen te brengen. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- [Programma Natuurlijk Kapitaal](#)
- [Boeren Natuurlijk](#)
- [Pathways 2 Prosperity](#)
- [TCA in Koffie](#) (afgerond)
- [Imvo voucher projecten](#) (afgerond)

Op basis van al die uiteenlopende voorbeelden, hebben we voor een selectie van de eerder genoemde externaliteiten in onderstaande tabel gelijk een aantal concrete acties geselecteerd die jij als bedrijf kunt gaan toepassen. Hoe simpel sommige van deze acties misschien ook mogen lijken, meerdere acties samen maken echt verschil. Zo kan ook jij sneller verduurzamen, een lagere true cost of true price voor jouw product bereiken en zo werken we samen aan een duurzamer voedselsysteem:

De stappen van TCA

Externaliteit	TCA Reductie Actie
Broeikasgasemissies (GHG)	Begin met CO ₂ -hotspots vaststellen via tools; Pas assortiment/inkoop aan op uitstoot; Stimuleer duurzame keuzes bij klanten.
Luchtvervuiling	Breng transportstromen in kaart; Kies lokaal; Werk aan het verkorten van je ketens.
Watergebruik	Kies producten met lage waterimpact; Vermijd geïmporteerde waterintensieve producten; Koop regeneratieve of biologische producten.
Waternvervuiling	Werk met regeneratieve/biologische boeren; Stel inkoop- of teeltcriteria; Voorkom dubbele wasprocessen.
Landgebruik	Kies plantaardig, circulair en lokaal; Stel teeltcriteria op bij je inkoop; Koop seizoensgebonden.
Biodiversiteitsverlies	Pas assortiment of herkomst aan; Werk met natuurinclusieve boeren; Draag bij aan biodiversiteitsherstel.
Bodemvervuiling / -uitputting	Werk samen met regeneratieve boeren; Gebruik reststromen voor inputs, zoals biocompost; Neem voorwaarden mee in je inkoop.
Grondstoffengebruik / materiaalintensiteit	Analyseer je grondstoffen; Kies circulaire grondstoffen of processen; Kies herbruikbare verpakkingen.

De stappen van TCA

Afvalproductie	Meet verspilling; Verbeter processen om verspilling te voorkomen; Gebruik bijproducten of afvalstromen om te verwaarden.
Kinderarbeid	Gebruik een S-LCA of OESO due diligence; Draag bij aan inkomensverbetering bij boeren en arbeiders; Werk samen met ngo's.
Gedwongen arbeid	Idem. Werk met (sociaal) gecertificeerde plantages; Stel ketentransparantie-eisen.
Discriminatie	Start D&I-beleid; Neem op in inkoopcode; Werk met partners die zelfde waarden uitstralen.
Onveilige arbeidsomstandigheden	Stel veiligheidseisen aan keten; Werk met audits; Ga in gesprek met ketenpartners over verbetering.
Gezondheidsschade door werk	Stel eisen aan werkomstandigheden bij leveranciers; Werk aan verbetering met partners; Beperk gebruik van pesticiden en kunstmest.
Gezondheidseffecten voor consumenten	Stuur op gezondheid in aanbod en communicatie; Stel plantaardige of biologische keuzes beschikbaar; Werk met onbewerkt assortiment.
Onderbetaling / leefbaar loon	Werk aan leefbaar loon of inkomen verderop in de keten; Beloon boeren voor ecosysteem diensten; Creëer extra waarde uit producten.
Gebrek aan sociale voorzieningen	Neem sociaal minimum op in beleid; Werk met ngo's; Betaal leefbaar loon in de keten.
Overtreding vakbondsrechten	Gebruik sociale audits; Stel vrijheid van organisatie als norm; Werk met vakbonden samen.
Intimidatie / misbruik op werkvloer	Stel gedragscode op; Monitor klachtenmechanisme; Train medewerkers.

Tabel 8: Concrete acties voor het verbeteren van externaliteiten

De stappen van TCA

Stap 6: Communiceren, monitoren en transparantie

Wat houdt deze stap in?

Maak je voortgang inzichtelijk en wees transparant over wat je wel en niet meeneemt. Dit versterkt vertrouwen, intern draagvlak én externe samenwerking.

Welke uitdaging brengt dit met zich mee?

Bedrijven zijn terughoudend om onvolledige informatie te delen. Er is angst voor reputatieschade of misinterpretatie. Tegelijk komen eisen zoals CSRD en Green Claims Directive eraan.

Wat kunnen bedrijven nu al doen?

- Documenteer keuzes, aannames en wat je (nog) niet hebt meegenomen.
- Koppel je TCA aan jaarverslagen of CSRD-rapportages.
- Kies per impactgebied 1-2 indicatoren en volg die jaarlijks.
- Deel voortgang en dilemma's actief met stakeholders.

Samenvattend

We snappen dat veel van deze TCA stappen misschien bekend voor komen en lijken op andere duurzaamheidsinitiatieven of managementcycli die je als bedrijf mogelijk al toepast, bijvoorbeeld je due diligence risico-analyse, dubbele materialiteitsanalyse of CO2-prestatieladder en SBTi exercities.

Daarom het samenvattende advies: als je al weet waar de impacts, risico's en impacts in je keten zitten, heb je in feite al de bouwstenen van TCA. Gebruik ze om je hotspots te herkennen, kosten zichtbaar te maken en duurzamere keuzes te onderbouwen.

Nu we theoretische stappen hebben besproken, kijken we in de volgende paragraaf naar hoe bedrijven dit in de praktijk toepassen.

Tenslotte

Of je nu werkt aan impactmeting, leefbare lonen, CO₂-reductie of duurzamere inkoop: TCA helpt je om maatschappelijke kosten zichtbaar te maken én gericht te verminderen.

Nog even kort op een rij de vijf belangrijkste lessen om concreet met TCA aan de slag te gaan:

1. **Begin klein en concreet:** Kies een product, regio of keten waar je invloed op hebt.
2. **Gebruik wat je al weet:** Bouw voort op bestaande data, analyses en duurzaamheidsinspanningen.
3. **Denk in stappen, niet in perfectie:** Je hoeft niet alles te monetariseren om impact te maken.
4. **Werk samen in de keten:** Duurzame verbeteringen bereik je niet alleen, maar met leveranciers, partners en klanten.
5. **Maak het zichtbaar:** Monitor voortgang, wees eerlijk over dilemma's, en communiceer je keuzes.

Nawoord

Deze publicatie is mede mogelijk gemaakt vanuit het project 'Verkenning Programma TCA ter verduurzaming van het voedselsysteem' en het "Natuurlijk Kapitaal Programma", van het Ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur.

Wij danken alle betrokkenen die hebben bijgedragen aan het tot stand komen van deze publicatie – in het bijzonder de geïnterviewden, deelnemers aan de focusgroepen, respondenten van de enquête, en de opdrachtgever LVVN.

Deze publicatie is met zorg samengesteld. We hebben gestreefd naar een heldere en toegankelijke weergave van de materie, zonder daarbij tekort te doen aan de onderliggende complexiteit.

Hoewel we uiterste zorg hebben besteed aan de inhoud, kunnen zich toch onvolkomenheden voordoen. Aan deze publicatie kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.

Over MVO Nederland

MVO Nederland stuurt de transitie naar de duurzame economie binnen de grenzen van natuur en maatschappij met het grootste duurzame-bedrijfsnetwerk van Nederland. Voor een duurzame economie moet het huidige systeem op de schop. Wij stimuleren en ondersteunen bedrijven om hieraan bij te dragen. Daarnaast sporen we de overheid aan om duurzaam ondernemen de standaard te maken. Meer informatie: www.mvonederland.nl.

Praktijkvoorbeelden (best practices)

CASUS HUTTEN CATERING

Hutten Catering liet in samenwerking met Wageningen Economic Research de milieukosten van hun cateringassortiment analyseren. Ze beschikten niet over een volledige TCA-methodiek, maar maakten slim gebruik van bestaande tools en databronnen. Ze verzamelden productdata van ruim 1.800 producten (gewicht, categorie, volume). 64% van de producten werd succesvol gekoppeld aan de RIVM database van milieubelasting van voedingsmiddelen, wat samen 94% van het verkochte volume dekte. De milieu-impact werd omgerekend naar 'true cost' in euro's, gebaseerd op indicatoren als klimaatverandering, landgebruik en waterverbruik. Slechts enkele productgroepen veroorzaakten het grootste deel van de negatieve impact, zoals vlees, sauzen en dranken. De milieukosten varieerden tussen locaties, afhankelijk van het assortiment. De analyse leverde waardevolle inzichten op voor assortimentskeuzes en klantgesprekken.

Lessen voor bedrijven:

- Je hoeft niet álles te meten of monetariseren om ergens te beginnen. Kies een focusgebied. Richt je bijvoorbeeld op de grootste volumes of meest verkochte producten voor maximale effectiviteit.
- De RIVM-database biedt een toegankelijke eerste stap richting inzicht in milieu-impact.
- Kwalitatieve inzichten zijn ook waardevol, zelfs zonder precieze monetaire vertaling.

Praktijkvoorbeelden (best practices)

CASUS METROPOOLREGIO AMSTERDAM

Metropoolregio Amsterdam onderzocht samen met Wageningen Economic Research hoe de maatschappelijke kosten – via TCA – van salades uit korte ketens zich verhouden tot die uit lange, gangbare ketens. Hierbij is o.a. gebruik gemaakt van LCA's en S-LCA, al was harde data niet overall beschikbaar. Om dit in te vullen is gebruik gemaakt van kwalitatieve data. De milieukosten van korte en lange ketens waren in deze casus grotendeels vergelijkbaar, zeker bij eenvoudige, seizoensgebonden bladgroenten. Het verschil in impact zat minder in de ketenlengte, en meer in de teeltmethoden (bijv. regeneratief versus gangbaar. Producten uit duurzame, regeneratieve teelt kunnen wel degelijk tot lagere milieukosten leiden – vooral als er weinig externe inputs worden gebruikt (zoals kunstmest of fossiele energie)), het energiegebruik (zoals verwarmde kassen), en de logistieke efficiëntie (gebundeld of versnipperd vervoer). De sociale baten bij korte ketens leek wel toe te nemen.

Lessen voor bedrijven:

- Interviews en kwalitatieve analyses zijn waardevolle aanvullingen wanneer data ontbreekt.
- Seizoensgebonden en lokaal inkopen loont, mits dit hand in hand gaat met duurzame teeltpraktijken, zoals natuur-inclusieve of regeneratieve landbouw.
- Sociale meerwaarde kan wél groot zijn – ook al is die minder makkelijk te meten.

Praktijkvoorbeelden (Best Practices)

CASUS CRISP

Crisp is een online supermarkt en richt zich op het verduurzamen van hun assortiment, met name door in 2030 minstens 30% van hun groenten en fruit afkomstig te laten zijn van regeneratieve boerderijen. Ze zijn lid van het collectief Boeren Natuurlijk en hebben al contracten afgesloten met regeneratieve boeren. Crisp behaalde een B Corp-certificering met een score van 109.3, wat aangeeft dat ze voldoen aan hoge normen op het gebied van sociale en milieuprestaties. Daarnaast werken ze samen met regeneratieve boeren om de negatieve impact, zoals CO₂-uitstoot en biodiversiteitsverlies, van hun producten op mens en milieu te verminderen en voorkomen.

Lessen voor bedrijven:

- Werk samen met leveranciers en duurzame partners om impact te meten, doelen te realiseren en verbeteringen in de keten te bereiken.
- Gebruik bestaande certificeringen en initiatieven om de impact van producten en processen te onderbouwen en verbeteren.
- Verduurzamen kan zonder financiële berekeningen vooraf: start met inzicht en keuzes in de keten, de financiële vertaling volgt later.

Praktijkvoorbeelden (best practices)

CASUS ALBERT HEIJN TO GO

Albert Heijn voerde in samenwerking met Impact Institute/ True Price een pilot uit in drie AH To Go-winkels, waarbij de TCA voor koffie berekend werd aan de hand van de True Price methode en klanten de mogelijkheid kregen om vrijwillig tijdelijk de 'echte prijs' voor hun koffie te betalen. Het verschil werd aan een ngo betaald ter verduurzaming van de koffiesector. De pilot was met name bedoeld om consumentenbereidheid te testen, maar door te communiceren over de true price, vergrootte AH bewustzijn over de verborgen kosten van koffie en melk, waaronder de impact op mens en milieu. Dit stuurde gedragsverandering (ander inkoopgedrag). Een deel van de klanten was bereid om de echte prijs te betalen, echter gaven klanten wel aan meer transparantie te willen over de bestemming van het extra betaalde bedrag.

Lessen voor bedrijven:

- Maak verschillen zichtbaar tussen productvarianten (ook als je niet de volledige echte prijs weet, maar bijvoorbeeld wel 'lokaal versus import', 'regeneratief versus gangbaar', de CO₂-uitstoot, of het betaalde loon verderop in de keten).
- Je hoeft niet de hele TCA zelf te berekenen. Maak gebruik van bestaande studies en bronnen - zoals True Price, de RIVM database of sectorstudies - om verschillen tussen producten of keuzes inzichtelijk te maken. Zelfs zonder precieze eurobedragen kun je al zeggen: "Optie A is waarschijnlijk duurzamer dan optie B" (let wel op onderbouwing i.v.m. Green Claims Directive).
- Je hoeft niet je hele assortiment door te rekenen, je kunt ook kiezen voor een veel verkocht product, of een product waarvan je weet dat er veel milieu- of sociale kosten aan zitten, waarschijnlijk heb je dit voor de CSRD ook al uitgezocht.

Praktijkvoorbeelden (best practices)

CASUS YESPERS

Yespers is een Nederlands merk van ontbijt- en snackproducten dat zich richt op het creëren van een duurzame en inclusieve voedselketen. Hun missie is om maximale waarde toe te voegen aan elk ingrediënt en elke samenwerking, met als doel een toekomstbestendig voedselsysteem. In 2024 opende Yespers in Den Haag de Total Value Factory, 's werelds eerste zero-waste fabriek gericht op het volledig benutten van appels waar ook nog eens gewerkt wordt met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. In deze fabriek wordt elke component van de appel verwerkt. Steeltjes: gedroogd en verwerkt tot appelthee. Pitjes: geperst tot appelolie voor gebruik in cosmetica. Klokhuizen en pulp: verwerkt tot appelsap, appelstroop en appelpoeder. Appelblokjes: gedroogd en gebruikt in granola en ontbijtproducten. Deze aanpak zorgt voor een lagere echte prijs van appel als grondstof. Ook heeft Yespers i.s.m. True Price een True Cost-berekening uitgevoerd voor hun appelketen. Deze analyse bracht de verborgen sociale en milieukosten in kaart. De inzichten uit deze analyse hebben Yespers geholpen om hun processen te optimaliseren en de externe kosten te verlagen.

Lessen voor bedrijven:

- Het berekenen van de sociale en milieukosten van producten helpt bij het identificeren van verbeterpunten in de keten en het productieproces.
- Volledige benutting en verwaarding van product zorgt voor een lagere echte prijs. Door elke component van een grondstof te gebruiken, kan de waarde worden gemaximaliseerd en negatieve gevolgen worden 'verspreid'.
- Door samen te werken met ketenpartners kunnen duurzame en eerlijke ketens worden opgebouwd.

Praktijkvoorbeelden (best practices)

CASUS JOHNNY CASHEW

Johnny Cashew is opgericht om de cashewsector te verduurzamen. Door de keten te verkorten en lokaal in Afrika (ipv Azië) te verwerken – waar de cashew groeit – reduceren ze transportgerelateerde CO₂-uitstoot, werken ze aan goede arbeidsomstandigheden, en creëren ze lokaal waarde. De werkwijze van Johnny Cashew richt zich dus sterk op het verminderen en voorkomen van externaliteiten. Een aantal elementen uit hun impactrapport: Ze gebruiken kwalitatieve ketenanalyse om problemen te benoemen: onnodige kilometers, arbeidsomstandigheden, verlies van waarde door grading en breuknootjes. Ze gebruiken geen true price/monetarisatie van de problemen, maar wel eenvoudige, concrete metrics (minder transportkilometers per container, stijging van lokale werkgelegenheid, betere verwaarding van breuknoten). Johnny Cashew verlegt de marges en toegevoegde waarde naar de bron door lokaal te verwerken en breuknoten te verwaarden. De consumentenprijs blijft concurrerend, maar is gebaseerd op een keten waarin minder externaliteiten worden afgewenteld.

Lessen voor bedrijven:

- Beperk je scope en begin gericht: kies één product, hotspot of ketendeel waar je invloed hebt en impact kunt maken.
- Ook zonder eurobedragen kun je sturen op impact: werk met relatieve verschillen zoals minder uitstoot, minder verspilling of betere waarde voor boeren.
- De grootste winst zit in voorkómen van impact — niet in compenseren: pas je ketenontwerp of productkeuzes aan waar dat commercieel haalbaar is.