

Aanbod glasgroente: continuïteit ontbreekt

Schaalvergroting en specialisatie op termijn noodzakelijk

Hoe is het gesteld met de concurrentiekracht van de Nederlandse Agribusiness en hoe kan deze worden behouden of vergroot? Het Proefstation voor Bloemisterij en Glasgroente voerde een onderzoek uit om op deze vragen antwoorden te vinden. Voor dit onderzoek werd een methode ontwikkeld voor de verzameling en analyse van informatie over ketens van Nederlandse glastuinbouwproducten. Een van de sectoren, waarvoor dit project is uitgevoerd, is de biologische glasgroentesector.

ONDERZOEK

Hoewel natuurvoedingswinkels, abonnementen, boerenmarkten en huisverkoop ook belangrijke afzetkanalen zijn, is in het onderzoek het supermarktkanaal als uitgangspunt genomen. Dit afzetkanaal heeft de grootste afzetpotentie. Om de biologische glasgroente onder de aandacht van een breed publiek te brengen, is het noodzakelijk dat de biologische producten in de supermarktketens worden aangeboden. Op dit moment is er duidelijk interesse van het supermarktkanaal in biologische glasgroente. Omdat het aanbod momenteel echter kleiner is dan de vraag, kan aan deze behoefte veelal niet worden voldaan. Wanneer bij een groeiend aanbod

de concurrentie toeneemt, zullen de afnemers bij de inkoop van biologische glasgroente meer gaan letten op de product- en leverancierskenmerken. De Nederlandse biologische glasgroentetelers zullen zich positief moeten onderscheiden van de buitenlandse concurrenten om ook op termijn een concurrerende sector te blijven. Telers zullen daarom bekend moeten zijn met de product- en leverancierskenmerken die afnemers van deze producten belangrijk vinden bij de inkoop. Om dit in kaart te brengen zijn interviews gehouden met de toonaangevende groothandelsbedrijven die aan het supermarktkanaal leveren. Hieronder vallen zowel handelsbedrijven, gespecialiseerd in biologische groenten en fruit, als bedrijven die het biologische assortiment naast het gangbare product aanbieden. Het gezamenlijke marktaandeel van de groothandelsbedrijven die voor dit onderzoek werden geïnterviewd wordt geschat op 80 procent van de totale Nederlandse biologische glasgroenteproductie. Na een aantal algemene vragen werd gevraagd wat de groothandelsbedrijven op dit moment de belangrijkste product- en leverancierskenmerken vinden. Ook werd



gevraagd een inschatting van de belangrijkste toekomstige inkoopcriteria te geven. Afsluitend is nagegaan welke aspecten de Nederlandse telers nog zouden moeten verbeteren.

Uit de algemene vragen kwam een beeld omtrent herkomst en afzet naar voren. De belangrijkste afzetmarkten van de groothandelsbedrijven zijn Engeland (51%), Duitsland (15%) en Scandinavië (14%). Het assortiment biologische glasgroente van de groothandelsbedrijven bestaat grotendeels uit komkommer en tomaat (respectievelijk 40 en 35%). Ongeveer 60% van de biologische glasgroente wordt door de handelsbedrijven direct bij de Nederlandse telers ingekocht. Circa 28%





Foto's archief Ekoland

van de verhandelde biologische glasgroente is afkomstig van buitenlandse leveranciers.

Productkenmerken

De belangrijkste productkenmerken bij de inkoop van biologisch glasgroente zijn op dit moment uiterlijk van het product en versheid. Het uiterlijk van de biologische glasgroente moet voor het supermarktkanaal nagenoeg vergelijkbaar zijn met het gangbaar geteelde product. Waar de consument van het natuurvoedingskanaal genoeg neemt met een kleine afwijking in kwaliteit, verwacht de consument in de supermarkt een kwaliteitsproduct. Er worden in dit segment dan ook dezelfde kwaliteitsklassen en -eisen gehanteerd als bij het gangbaar geteelde product. Voor de Engelse markt geldt dat de producten maximaal drie tot vier dagen na de oogst in het winkelschap moeten liggen. Door de relatief korte afstand naar Engeland en Duitsland scoort Nederland qua versheid goed ten opzichte van andere buitenlandse aanbieders.

Een ander belangrijk kenmerk is de partijgrootte. De biologische glasgroenteteelt vindt veelal op kleine schaal plaats, terwijl de supermarkten grote partijen vragen. Door grotere partijen aan te kunnen bieden kan er beter worden ingespeeld op de vraag van de supermarkt. Door schaalvoordelen kan bovendien de kostprijs in de gehele keten worden verlaagd.

Het productkenmerk dat in de toekomst het belangrijkste zal worden is de prijs/kwaliteit-verhouding. Op dit moment is dit nog niet zo belangrijk. De vraag is immers groter dan

het aanbod. Praktisch alle producten worden afgenomen. Als het aanbod gaat groeien zal de prijs/kwaliteit-verhouding een belangrijker inkoopcriterium worden. Door specialisatie in enkele gewassen kan een verbetering van de kwaliteit en een verhoging van de productie van biologische glasgroente gerealiseerd worden. In de toekomst zal ook het belang van hygiëne toenemen, zeker op de Engelse markt. Net als bij het gangbare product zullen telers van biologische producten op termijn aan bijvoorbeeld de HACCP-normen moeten voldoen.

Leverancierskenmerken

Naast productkenmerken spelen bij de inkoop van producten ook leverancierskenmerken een rol. Het EKO-keurmerk is de basis voor het biologische product en dit is dan ook het belangrijkste leverancierskenmerk. Een ander belangrijk kenmerk is de continuïteit van aanvoer gedurende het seizoen. Vooral in het supermarktkanaal een belangrijk item. De supermarktketens streven naar een continu aanbod van uniforme kwaliteit. De telers zouden minimaal drie keer per week aan de groothandelsbedrijven moeten kunnen leveren. Daarbij mag het aanbod gedurende de week niet teveel fluctueren. Een belangrijk kenmerk, gerelateerd aan de aanbodfluctuaties, is de uitwisseling van vraag- en aanbods-informatie. Voor de groothandelsbedrijven is het van groot belang dat zij weten welke hoeveelheden aangevoerd worden, zodat zij hierop kunnen inspelen. De verschillende handelsbedrijven geven aan dat de aanvoerprognoses van de



telers sterke verbetering behoeven. Vervolgens moeten deze prognoses tijdig gecommuniceerd worden.

Het EKO-keurmerk zal ook in de toekomst het belangrijkste leverancierskenmerk blijven.

Het belang van de relatie tussen teler en handelsbedrijf zal in de toekomst nog sterk toenemen. Er zullen nauwere samenwerkingsverbanden ontstaan tussen deze partijen. Door een goede samenwerking kunnen vraag en aanbod optimaal op elkaar worden afgestemd.

Ook kwaliteitszorg en voedselveiligheid op het teeltbedrijf zullen in belang toenemen. De eisen die hier vanuit de supermarkten worden gesteld, zullen op termijn vergelijkbaar zijn met de eisen die gesteld worden aan het gangbaar geteelde product.

Verbeterpunten

Bij de marktsituatie van dit moment, een vraag die het aanbod beduidend overtreft, kunnen praktisch alle biologische glasgroentetelers hun producten tegen goede prijzen afzetten. Wanneer op termijn vraag en aanbod dichter bij elkaar komen, zullen de product- en leverancierskenmerken doorslaggevend zijn voor de afzetmogelijkheden van de Nederlandse biologische glasgroente. Het afzetkanaal met de grootste afzetpotentie is het supermarktkanaal. De telers die dit afzetkanaal ook in de toekomst willen beleveren, zullen gedurende het seizoen grote partijen van uniforme kwaliteit moeten kunnen aanbieden. Schaalvergroting en specialisatie in de biologische glasgroentesector zijn noodzakelijk om een uniform kwaliteitsproduct te kunnen leveren voor een concurrerende kostprijs.

Het rapport dat over bovenstaand onderzoek is verschenen (Rapportnr. 254: Keteninformatie biologische glasgroente, f 20,00) is te bestellen bij het Proefstation voor Bloemisterij en Glasgroente. Telefoon 0174 - 636703.