

Concurrentiemonitor varkensvlees



LEI

WAGENINGEN UR

Concurrentiemonitor varkensvlees

M.A. de Winter
G.M.L. Tacken

LEI-rapport 2010-016
April 2010
Projectcode 31247
LEI, onderdeel van Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de volgende onderzoeksvelden:



Sector & Ondernemerschap



Regionale Economie & Ruimtegebruik



Markt & Ketens



Internationaal Beleid



Natuurlijke Hulpbronnen



Consument & Gedrag

Concurrentiemonitor varkensvlees

Winter, M.A. de en G.M.L. Tacken

LEI-rapport 2010-016

ISBN/EAN: 978-90-8615-422-7

Prijs € 19,25 (inclusief 6% btw)

84 p., fig., tab., bijl.

Concurrentiekrachtmeting van de Nederlandse varkensvleessector op landen-niveau en sectorniveau aan de hand van een methodologisch raamwerk, dat is gebaseerd op statistische bronnen. In de meting worden alle schakels in de keten beschreven vanaf producent tot en met consument. In de studie wordt Nederland vergeleken met andere belangrijke EU-landen, waaronder de belangrijkste productielanden (Denemarken, Duitsland, Spanje en België) en afzetlanden (Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Italië).

Measurement of the competitiveness of the pork sector at country and sector levels using a methodology based on statistical sources. The measurement comprises all links in the chain from the producer up to and including the consumer. The study compares the Netherlands with other important EU member states, including the major producing countries (Denmark, Germany, Spain and Belgium) and the major markets (Germany, United Kingdom and Italy).

Project BO-03-008-011, 'Concurrentiemonitor varkensvlees'

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het LNV-programma
Beleidsondersteunend Onderzoek; Thema: Markt, concurrentiekracht & innovatie, cluster: Economisch perspectiefvolle agroketens.

Foto: Marcel Bekken

Bestellingen

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, onderdeel van stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2010
Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9000 gecertificeerd.

Inhoud

	Woord vooraf	7
	Samenvatting	8
	Summary	10
1	Inleiding	12
	1.1 Aanleiding	12
	1.2 Doelstelling	12
	1.3 Afbakening	13
	1.4 Leeswijzer	13
2	Primaire sector	14
	2.1 Inleiding	14
	2.2 Productie	14
	2.3 Productiestructuur	17
	2.4 Werkgelegenheid en productiviteit	23
	2.5 Conclusie	26
3	Internationale handel	27
	3.1 Inleiding	27
	3.2 Export	27
	3.3 EU-exportmarktaandeelen en Balassa-indices	38
	3.4 Import	41
	3.5 Conclusie	46
4	Vleesindustrie	48
	4.1 Inleiding	48
	4.2 Europa	48
	4.3 Conclusie	60
5	Afzetmarkten	61
	5.1 Inleiding	61
	5.2 Thuismarkt Nederland	62
	5.3 Verenigd Koninkrijk	65

5.4	Italië	67
5.5	Duitsland	69
5.6	Conclusie	72
6	Conclusie	74
	Literatuur en websites	77
	Bijlage	
1	CN-codes internationale handel	80

Woord vooraf

Deze rapportage is geschreven in het kader van het project Concurrentie-monitor dat in 2008 is uitgevoerd. In dit onderzoek is de concurrentiepositie van de Nederlandse varkensvleessector onderzocht.

Het LEI heeft dit onderzoek uitgevoerd onder begeleiding van een commissie, die bestond uit de heren Porte, Van Leeuwen en Van Straaten van het ministerie van LNV. Het onderzoek heeft daarnaast veel baat gehad bij de medewerking van een aantal internationale en nationale experts:

- De heer Bansback Red Meat Industry Forum (Verenigd Koninkrijk);
- De heer Flemin Danish Meat Association (Denemarken);
- De heer Roest Research Center for Animal Production (Italië);
- De heer Uffelmann RölfsPartner Group (Duitsland);
- De heer Viaene Universiteit Gent (België);
- De heer Backus LEI Wageningen UR (Nederland);
- De heer Baltussen LEI Wageningen UR (Nederland);
- De heer Hoste LEI Wageningen UR (Nederland).

Dit onderzoek is gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Op deze wijze willen wij hen allen danken voor hun inbreng.



Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

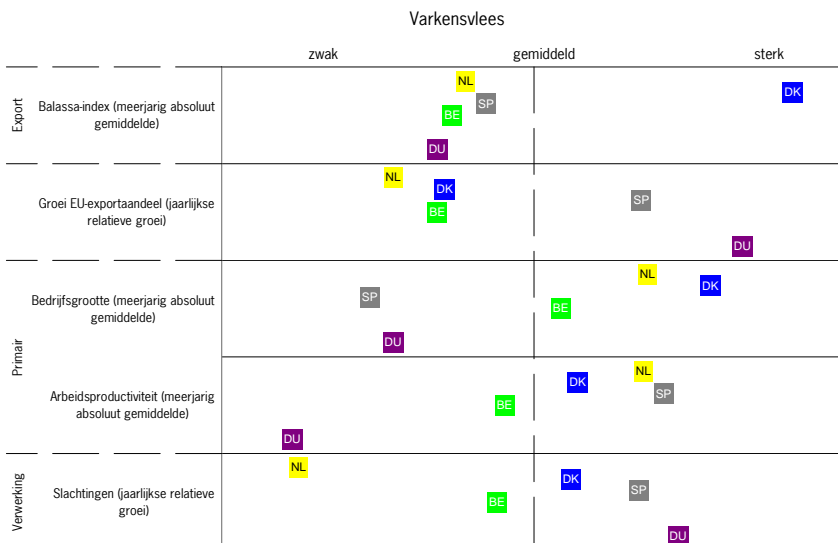
Binnen dit onderzoek wordt de eerder ontwikkelde methodiek voor het meten van concurrentiekracht op landen- en sectorniveau toegepast op de Nederlandse handel in varkensvlees. Door middel van deze methodiek wordt de Nederlandse sector in kaart gebracht en daarbij afgezet tegen zijn belangrijkste concurrenten.

Uit de uitwerking van het conceptueel model blijkt dat de handel in varkensvlees vanuit Nederland naar andere landen veelal binnen de grenzen van Europa plaatsvindt. Intercontinentale handel komt relatief weinig voor.

Voor Nederland is de export van relatief groot belang, evenals voor Spanje en in mindere mate België en Duitsland. De varkensvleesexport is voor één land in het bijzonder van relatief groot belang: Denemarken. Denemarken is dan ook de grootste Europese exporteur van varkensvlees, al heeft ook Nederland een sterke positie in de handel van varkensvlees. Beide landen exporteren van oudsher relatief veel bacon. De exporten van Spanje en Duitsland nemen relatief gezien sterk toe, onder andere vanwege de toenemende zelfvoorzieningsgraad in die landen. Duitsland is in 2008 zelfvoorzienend geworden. De grotere afzetmarkten binnen de EU zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië. Nederland is op al deze markten aanwezig en behoort tot de top van de leveranciers.

Uit de vergelijking van de primaire sector vallen twee landen op: Nederland en Denemarken. Beide landen kenmerken zich door relatief grote en meer gespecialiseerde primaire bedrijven met de bijbehorende goede technische en economische resultaten. Deze dieren gaan vooral levend de grens over, maar een deel wordt ook binnen de eigen landgrenzen geslacht en verwerkt tot vlees. In het algemeen neemt het aantal slachtingen jaarlijks licht toe, maar niet in Nederland. Zoals genoemd, heeft Nederland zijn focus verlegd en is gro(o)t(er) geworden in de export van *levende* varkens en biggen. Nederland heeft vooral op het gebied van levende dieren een sterke(re) concurrentiepositie te handhaven, op het gebied van varkensvlees telt Nederland iets minder mee. Wel heeft Nederland met Vion een sterke troef in handen. Vion behoort met betrekking tot bedrijfsomvang tot de top drie varkensslachters van de wereld, net als het Deense Danish Crown. Wat betreft de handel in varkensvlees gaat het meer om bedrijven en regio's (in de wereld) dan om landen. Het speelveld van de vleesindustrie globaliseert.

Naar verwachting zet de groei van de varkensvleesconsumptie per persoon door, vooral in de nieuwere lidstaten, en blijft varkensvlees één van de meest favoriete vleessoorten. Consumenten in alle landen zijn gericht op prijs, gezondheid en gemak, terwijl prijs en smaak nog steeds de belangrijkste aankoopfactoren zijn. Consumenten kopen steeds meer (a) voorverpakt vlees en (b) in de supermarkt. Deze supermarktorganisaties worden steeds groter, wat resulteert in minder inkooppartijen van varkensvlees die meer invloed (ver)krijgen. Onderstaande figuur vat de concurrentiekracht van Nederland en haar concurrenten in het speelveld met betrekking tot varkensvlees samen.



Ontwikkelingen met een grote impact op de concurrentiepositie van Nederland in de handel van varkensvlees worden niet verwacht. Wel komt de concurrentiepositie van de Nederlandse primaire varkensbedrijven onder druk te staan door toenemende en soms strengere maatschappelijke eisen die door de Nederlandse overheid gesteld worden. Ook (politieke) handelsbelemmeringen die hun oorsprong vinden in besmettelijke dierziekten en handelsconflicten en/of WTO kunnen de concurrentiepositie beïnvloeden. Omdat deze onvoorspelbaar van aard zijn, is de invloed op de concurrentiepositie niet in te schatten.

Summary

Competitiveness monitor for pork

Within this study, the previously developed method for measuring competitive power at country and sector levels is applied to the Dutch trade in pork. By means of this methodology, the Dutch sector is charted and compared to its main competitors.

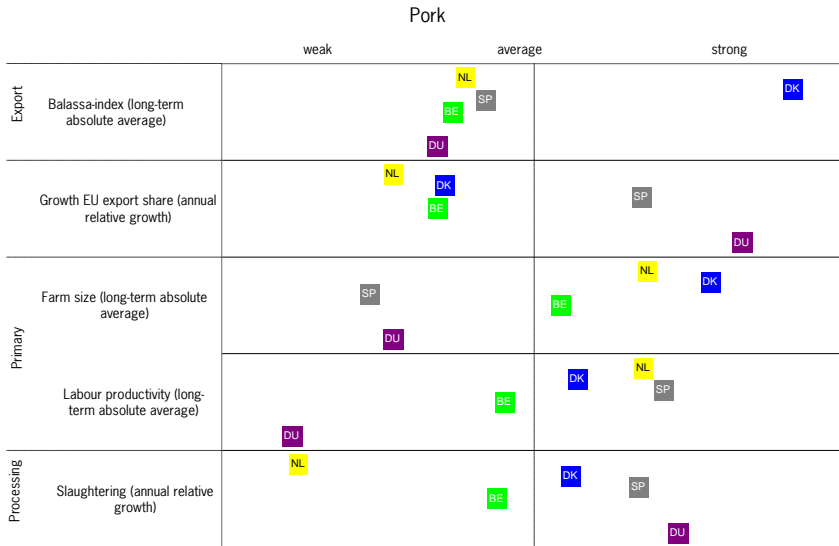
The conceptual model shows that Dutch trade in pork to other countries mainly takes place within Europe. Intercontinental trade is relatively infrequent.

Export is fairly important for the Netherlands, as it is for Spain and to a lesser extent Belgium and Germany. Pork exports are relatively important for one country in particular: Denmark. Denmark is the biggest European exporter of pork, despite the strong position of the Netherlands in the pork trade. Both countries traditionally export a lot of bacon. Exports from Spain and Germany are increasingly steady, also due to the increasing self-sufficiency in those countries. Germany became self-sufficient in 2008. The bigger markets within the EU are the United Kingdom, Germany and Italy. The Netherlands is present in all these markets and is one of the top suppliers.

When comparing the primary sector, two countries are notable: the Netherlands and Denmark. Both countries are characterised by relatively big and more specialised primary farms with good technical and economic results. These animals are exported alive, but some are also slaughtered within the national borders and processed into meat. In general, the number of slaughters is rising slightly every year, but not in the Netherlands. As mentioned, the Netherlands has extended its focus and increased the export of *live* pigs and piglets. With respect to live animals in particular, the Netherlands has a strong(er) competitive position to maintain, but is not so important with respect to pork. However, Vion provides the Netherlands with a strong trump card. With regard to size, Vion is one of the top three pig slaughter companies in the world, like Danish Crown (Denmark). With regard to the pork trade, it is more about farms and regions (in the world) than about countries. The playing field of the meat industry is becoming more global.

The growth of pork consumption per person is expected to continue, particularly in the newer EU member states and pork will remain one of the favourite types of meat. Consumers in all countries focus on price, health and

convenience, while price and flavour are still the main purchase factors. Consumers are buying more and more (a) pre-packed meat and (b) in the supermarket. These supermarket organisations are continually expanding, resulting in fewer purchase organizations of pork which gain in influence. The figure summarises the competitive power of the Netherlands and its competitors in the playing field regarding pork.



Developments with a great impact on the competitiveness of the Netherlands in the trade of pork are not expected. However, the competitiveness of Dutch primary pig farms will come under pressure as a result of increasing and sometimes stricter social requirements set by the Dutch government. Political and other forms of trade restrictions originating from infectious animal diseases and trade conflicts and/or WTO can influence that competitiveness. As these are unpredictable in their nature, the influence on competitiveness cannot be estimated.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit is verantwoordelijk voor het overheidsbeleid ten aanzien van de Nederlandse land- en tuinbouwsectoren. Een van de doelstellingen van het beleid is het versterken van de concurrentiepositie van de Nederlandse land- en tuinbouw. De concurrentiepositie kan bijvoorbeeld worden bepaald aan de hand van de marktaandeelen van de Nederlandse bedrijven. De concurrentiepositie wordt beïnvloed door de concurrentiekracht van de sector. De concurrentiekracht zegt iets over de mate waarin de bedrijven nu en in de toekomst in staat zijn te concurreren en bijvoorbeeld daarvoor werkgelegenheid en inkomen te genereren.

Om het beleid te ondersteunen laat het ministerie van LNV periodiek onderzoek uitvoeren naar de concurrentiepositie en concurrentiekracht van verschillende agrosectoren in het kader van het project 'Concurrentie-monitor'. In het verleden is onder andere onderzoek gedaan naar de groentesector (Tacken et al., 2007), de fruitsector, in het bijzonder appels, peren en aardbeien (Van Galen en Hietbrink, 2008), de zuivelsector (Tacken et al., 2008) en handel in levende biggen en varkens (De Winter et al., 2008). Dit rapport betreft een onderzoek naar de concurrentiepositie en -kracht van de Nederlandse varkensvleessector, in vergelijking met de belangrijkste concurrerende landen.

1.2 Doelstelling

Ten behoeve van de beleidsvoorbereiding heeft het ministerie van LNV behoefte aan informatie betreffende mogelijke veranderingen ten aanzien van de productie en handel van Nederlands varkensvlees. De onderzoeksvraag luidt: Wat is de concurrentiekracht van de Nederlandse varkensvleessector in internationaal perspectief, en hoe verhoudt deze zich tot de concurrentiepositie van onze belangrijkste concurrenten?

1.3 Afbakening

Het onderzoek heeft betrekking op de concurrentiekracht van Nederlandse export van varkensvlees ten opzichte van de concurrenten. In de analyse met betrekking tot de primaire sector zijn fokvarkens- en vleesvarkensbedrijven betrokken (respectievelijke FADN-codes 5011 en 5012). Geselecteerde concurrenten van Nederland zijn met betrekking tot het onderzoek naar de handel in varkensvlees: Denemarken, Duitsland, Spanje en België. De landen Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Italië zijn geselecteerd als de belangrijkste afzetmarkten.

1.4 Leeswijzer

Na de introductie wordt in de volgende hoofdstukken het conceptuele model toegepast op de varkensvleeskolom. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de primaire sector, waarna in hoofdstuk 3 de internationale handel in varkensvlees weergegeven wordt. Hoofdstuk 4 staat vervolgens stil bij de vleesindustrie en de belangrijkste afzetmarkten en consumptieontwikkelingen worden in hoofdstuk 5 belicht. Het rapport sluit af met de belangrijkste conclusies in hoofdstuk 6.

2 Primaire sector

2.1 Inleiding

In deze Concurrentiemonitor ligt de focus op de varkensvleeskolom met inbegrip van het primaire bedrijf tot aan de finale consument. In dit hoofdstuk worden de geselecteerde landen in de Concurrentiemonitor (Nederland, Denemarken, Duitsland, België en Spanje) met elkaar vergeleken middels een analyse van de primaire sector. De bedrijven in primaire sector leveren de input voor varkensvlees in de vorm van de levende dieren. Ten eerste wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de productie van de verschillende landen evenals de zelfvoorzieningsgraad en de productiestructuur. De analyse vindt daarnaast plaats op de werkgelegenheid en productiviteit in de verschillende landen. Het hoofdstuk sluit af met conclusies.

Het houden van varkens kan opgedeeld worden in twee typen activiteiten: het houden van zeugen (fokkerij) en het houden van vleesvarkens (vleesproductie). In dit hoofdstuk wordt een analyse op hoofdlijnen gemaakt met, voor een aantal aspecten, een aparte toelichting naar type. Voor meer informatie over de twee typen wordt verwezen naar Concurrentiemonitor levend vee; De Nederlandse concurrentiepositie in de handel van varkens en biggen (De Winter et al., 2008).

2.2 Productie

Mondiaal gezien worden de meeste varkens gehouden in China, gevolgd door de Verenigde Staten (Veauthier en Windhorst, 2007). De derde plaats wordt bezet door Brazilië met ruim 33 miljoen varkens in 2006. In de Europese Unie worden circa 160 miljoen varkens gehouden (tabel 2.1). De vijf geselecteerde landen in de Concurrentiemonitor behoren allen tot de top van Europa en hebben gezamenlijk meer dan de helft van de Europese varkensstapel in 2007 (53%). In 1995 was dit nog minder dan de helft (46%). Het totaal aantal varkens in de EU-27 is tussen 2006 en 2007 licht afgenomen, met name door een daling van het aantal dieren in Polen. Binnen Europa worden de meeste varkens gehouden in Duitsland en Spanje (meer dan 25 miljoen), gevolgd door Polen (17,6 miljoen) en een aantal West-Europese landen (Frankrijk (bijna 15 miljoen),

Denemarken (ruim 13 miljoen) en Nederland (bijna 12 miljoen stuks). Ten opzichte van vijf jaar geleden (2002) laat vooral Spanje een relatieve toename in het aantal dieren zien. Deze komt voort uit veranderingen die de laatste jaren in de Spaanse veehouderij hebben plaatsgevonden, waaronder een herstructurering van de veestapel. Daarentegen hebben met name Polen, maar ook Frankrijk, België en het Verenigd Koninkrijk in 2007 minder varkens dan vijf jaar geleden. De ontwikkeling van het aantal varkens in Nederland en België wordt gekenmerkt door een afname van het aantal dieren als gevolg van de door de overheid ingestelde opkoopregelingen (in 2001) in die landen.

De zelfvoorzieningsgraad van de varkenssector in de onderzochte landen is weergegeven in figuur 2.1.¹ Hieruit blijkt ten eerste dat Europa (EU-25) ruim in haar eigen behoefte kan voorzien met een zelfvoorzieningsgraad van 108%. Bijna alle geselecteerde landen in de Concurrentiemonitor kunnen meer dan ruim in hun eigen behoefte voorzien. Vooral Denemarken valt op en steekt met kop en schouders boven de anderen uit met een zelfvoorzieningsgraad van circa 600%. De groei of de rek van de Deense zelfvoorzieningsgraad lijkt er evenwel uit te zijn; voor het eerst sinds 2005 is sprake van een daling. Dit beeld wordt niet bevestigd door experts, die zich deze ontwikkeling niet kunnen voorstellen. Nederland en België zijn daarnaast ook in ruime mate zelfvoorzienend (circa 200) en Spanje iets minder (125). Nederland werd in de beginjaren 2000 gekenmerkt door een daling. Deze is gerelateerd aan de door het ministerie van LNV² ingestelde opkoopregeling. Duitsland is een vreemde eend in de bijt met een zelfvoorzieningsgraad kleiner dan 100%. Experts geven aan dat Duitsland ondertussen een zelfvoorzieningsgraad van meer dan 100% realiseert. Aldus blijkt dat in de meeste landen de nationale productie de nationale behoefte overstijgt, zodat deze landen (zeer) exportgericht zijn. En hoewel Duitsland en Spanje de landen met de meeste varkens zijn, is de zelfvoorzieningsgraad het laagst binnen de geselecteerde landen in deze Concurrentiemonitor. De landen met relatief minder varkens zijn in ruime mate zelfvoorzienend, Denemarken in het bijzonder.

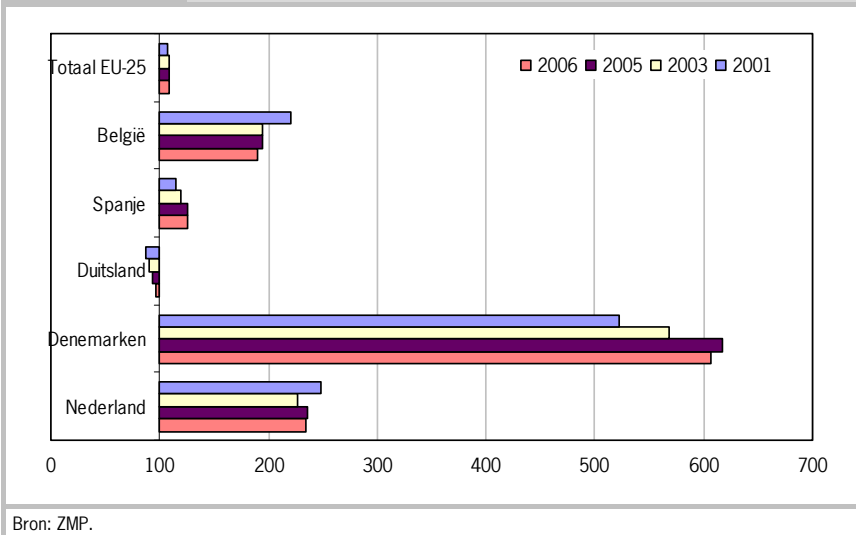
¹ De zelfvoorzieningsgraad geeft de mate aan waarin een land in zijn eigen behoefte kan voorzien en met betrekking tot de varkenssector omvat het de gehele sector van productie tot consumptie - dus niet enkel vlees, maar ook levende dieren. De zelfvoorzieningsgraad wordt berekend als het quotiënt van de varkensvleesproductie (=bruto eigen productie in kilogrammen) en wat er beschikbaar is voor consumptie (=beschikbaar voor verbruik in kilogrammen).

² Destijds onder leiding van minister Brinkhorst.

Tabel 2.1	Varkensstapel: alle dieren per land (x 1.000 stuks)									
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Duitsland	n.a.	23.737	25.767	25.958	26.252	26.495	26.335	26.989	26.821	27.113
Spanje	15.949	18.125	22.149	23.858	23.518	24.098	24.895	24.889	26.219	25.617
Polen	19.739	20.343	16.992	17.494	18.997	18.439	17.396	18.711	18.813	17.621
Frankrijk	12.013	14.531	15.168	15.275	15.378	15.265	15.150	15.123	15.009	14.968
Denemarken	9.282	10.709	12.642	12.975	12.879	12.969	13.407	12.604	13.613	13.170
Nederland	13.788	13.935	12.822	11.514	11.154	10.766	11.140	11.000	11.220	11.710
Italië	8.837	8.061	8.646	8.766	9.166	9.157	8.972	9.200	9.281	9.273
Roemenië	12.003	7.960	4.797	4.447	5.058	5.145	6.495	6.604	6.815	6.565
België	6.426	7.153	7.266	6.775	6.600	6.366	6.319	6.253	6.304	6.200
Verenigd Koninkrijk	7.479	7.442	5.948	5.687	5.330	4.843	4.787	4.726	4.731	4.674
Overige	27.456	28.937	25.114	25.389	26.079	25.428	23.668	23.016	23.104	22.650
<i>Totaal EU-27</i>	<i>n.a.</i>	<i>160.931</i>	<i>n.a.</i>	<i>158.138</i>	<i>160.411</i>	<i>158.970</i>	<i>158.562</i>	<i>159.115</i>	<i>161.929</i>	<i>159.561</i>

Bron: Eurostat.

Figuur 2.1 Zelfvoorzieningsgraad varkenssector per land



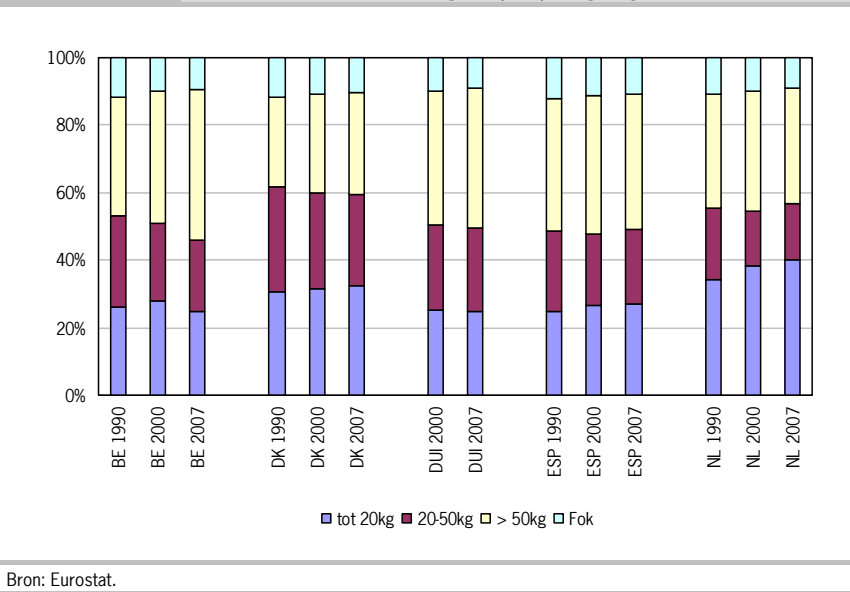
2.3 Productiestructuur

De meeste bedrijven met varkens bevinden zich in Duitsland en Spanje, overeenkomstig de landen met de meeste dieren. Nederland en Denemarken volgen met ongeveer evenveel bedrijven en België sluit de rij, zie tabel 2.2. Verder valt op dat in al deze landen het aantal bedrijven zeer snel afneemt terwijl de varkensstapel gegroeid is of iets afneemt. Er is aldus sprake van een schaalvergrotingsproces in alle Concurrentiemonitor landen. Per land zijn de meeste (grotere) varkenshouderijen geconcentreerd in regio's, te weten: Catalonië (Spanje), NordRhein-Westfalen en Nedersachsen (Duitsland), Gelderland en Brabant (Nederland), Zuid-Denemarken en Midden-Jutland (Denemarken) en (West-)Vlaanderen (België).

Tabel 2.2 Aantal bedrijven met varkens per land (x 1.000 stuks)					
	1990	1995	2000	2003	2005
België en Luxemburg	20.740	13.360	10.590	8.880	7.930
Denemarken	31.360	21.420	15.480	11.110	9.020
Duitsland	n.a.	n.a.	141.450	102.170	88.680
Spanje	310.920	209.860	180.630	130.750	115.760
Nederland	29.300	22.390	16.430	10.730	9.690
Bron: Eurostat.					

Een nadere blik op de varkensstapel laat zien dat deze in de verschillende landen min of meer overeenkomt (figuur 2.2). Een relatief kleiner deel van de veestapel bestaat uit zeugen (en beren), het merendeel uit biggen en vleesvarkens. Wel hebben Nederland en Denemarken relatief meer biggen tot 20 kg dan hun concurrenten. Vreemd is dit niet; deze twee landen staan bekend als exporteur van biggen. Dit is niet zonder reden. Ten eerste worden Nederland en Denemarken gekenmerkt door een sterke productiviteitsstijging in de vermeerderingstak. Daarnaast speelt ook de milieuwetgeving een rol. Deze wet- en regelgeving verbindt het aantal te houden dieren aan een maximum per bedrijf. Door de verschillende milieunormen voor zeugen en vleesvarkens is het voor ondernemers uit oogpunt van arbeidsopbrengst interessanter om zeugen te houden en daar in uit te breiden. Dit resulteert in scheefgroei in de verhouding zeugen ten opzichte van vleesvarkens dat het bestaande 'overschot' aan biggen versterkt. Tot slot speelt de grotere financieringsbehoefte bij uitbreiding in vleesvarkens een rol. Op een vleesvarkensbedrijf dient meer dan tweemaal zo veel geïnvesteerd te worden als op een qua arbeidsomvang vergelijkbaar zeugenbedrijf (De Winter et al., 2008).

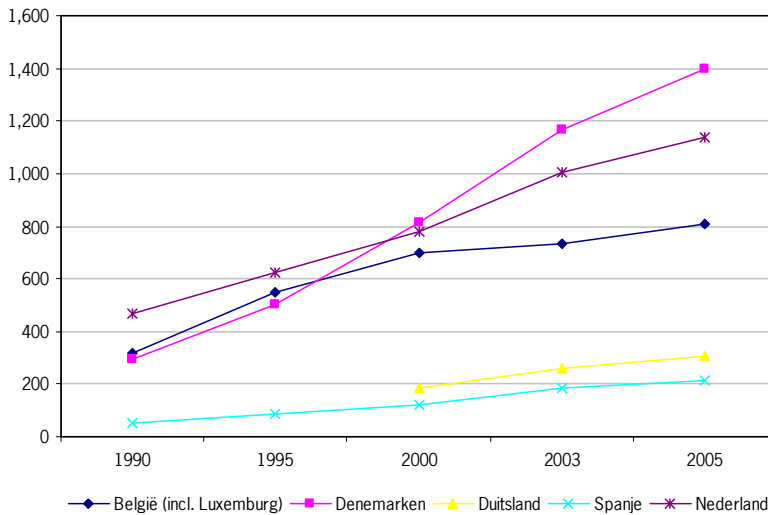
Figuur 2.2 Verdeling van de varkensstapel naar biggen tot 20 kg, vleesvarkens vanaf 20 kg en (fok)zeugen per land



Bron: Eurostat.

Hoewel Duitsland en Spanje de meeste bedrijven met varkens herbergen, is de omvang van deze bedrijven relatief klein. De Duitse en Spaanse bedrijven zijn relatief het kleinst met gemiddeld minder dan 300 dieren per bedrijf (zie ook figuur 2.3). Deense en Nederlandse bedrijven daarentegen zijn relatief de grootste met gemiddeld meer dan 1.000 dieren per bedrijf. Nederland was koploper in deze, maar is sinds de beginjaren van 2000 voorbij gestreefd door Denemarken. De schaalvergroting verloopt in Denemarken en Nederland het snelst. Hierbij dient opgemerkt te worden dat het een gemiddelde betreft van alle bedrijven met varkens. De variatie bestaat bijvoorbeeld door het type bedrijf en daarmee het type dier dat gehouden wordt (vleesvarkens, zeugen of beide). Een vleesvarkenshouder houdt gemiddeld meer varkens dan een zeugenhouder. Daarnaast bestaat er spreiding in het gemiddelde door bijvoorbeeld regio-invloeden. Ter illustratie Duitsland. In Duitsland telt een gemiddeld bedrijf 75 zeugen. Maar in de Duitse deelstaten Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen ligt de gemiddelde bedrijfsgrootte hoger met circa 90 zeugen en in Oost-Duitsland lopen op een gemiddeld bedrijf 243 zeugen rond.

Figuur 2.3 Gemiddeld aantal dieren per bedrijf met varkens per land (totale varkensstapel per land/aantal bedrijven met varkens per land)



Bron: Eurostat.

Bedrijfsomvang kan ten dele een indicator voor specialisatie en bedrijfspresaties zijn. Technische kengetallen geven hierin meer inzicht, zie tabel 2.3. Ook hier geldt dat verschillen tussen bedrijven binnen landen groter kunnen zijn dan de verschillen tussen landen. Uit de tabel blijkt dat de varkenssectoren in Nederland en Denemarken zich op een hoog technisch niveau bevinden. Zo scoren beide landen bijvoorbeeld zeer goed op het aantal biggen per zeug per jaar en voederconversie. België weet daarentegen tegen de laagste kosten per kilogram gewicht te produceren, op de voet gevolgd door Nederland. Uit onderzoek van Hoste en Bondt (2006) naar de productiekosten van varkensvlees zijn deze in Duitsland relatief hoog, net als in Polen en Spanje. Nederland realiseerde daarentegen de relatief laagste kosten binnen de onderzochte West-Europese landen. Kostprijsstudies van InterPIG ondersteunen dit beeld (Hoste, persoonlijke mededeling). Bovendien laten deze studies eveneens kostprijzen van enkele niet-Europese landen zien, zoals Brazilië en de Verenigde Staten. Hieruit blijkt dat deze twee landen, die te boek staan als grote vleesexporteurs, goedkoper kunnen produceren met respectievelijk 0,91 en 0,98 euro per kilo-

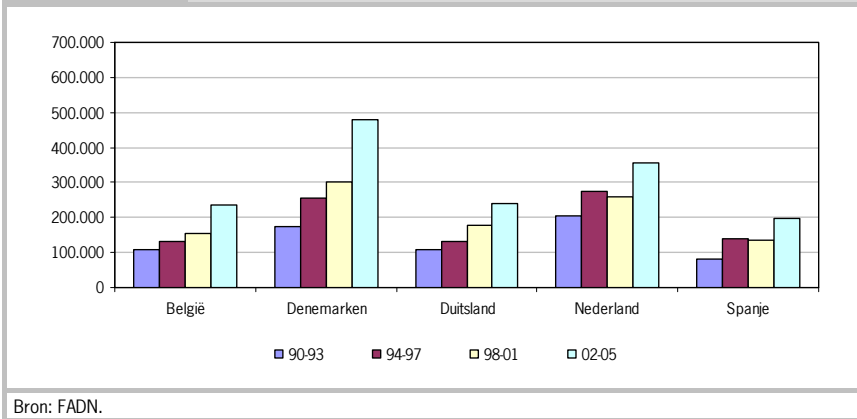
gram geslacht gewicht in 2006. Bovendien loopt in 2013 in Nederland de overgangstermijn voor wetgeving ten aanzien van dierenwelzijn (Varkensbesluit) en milieu (ammoniak) af en dienen alle bedrijven te voldoen aan de (nieuwe) eisen op deze gebieden. De productiekosten van Nederlands varkensvlees op primaire bedrijven wordt hierdoor nadelig beïnvloed (zie ook Hoste en Puister, 2008; Baltussen et al., 2010).

Tabel 2.3 Enkele technische kengetallen per land					
	Nederland	Denemarken	Duitsland	Spanje	België
<i>Vermeerdering</i>					
Aantal biggen per zeug per jaar (afgeleverd, stuks)	23,96	25,03	21,79	n.a.	20,1
Sterftepercentage biggen (%)	12,7	14,1	14,3	n.a.	13,8
Aantal worpen per zeug per jaar (stuks)	2,34	2,23	2,27	n.a.	2,18
<i>Vleesvarken</i>					
Gem. groei per dag (gr)	772	873	720	n.a.	n.a.
Aflevergewicht, levend (kg)	114,2	107	119	n.a.	110 a)
Voederconversie	2,71	2,87	2,95	n.a.	n.a.
Kostprijs per kg geslacht gewicht (euro/ 2006)	1,28	1,34	1,46	n.a.	1,24
a) Gemiddeld gewicht van verkochte vleesvarkens. Bron: Diverse (InterPIG. De resultaten zijn onderling niet volledig vergelijkbaar door verschillende databronnen tussen landen (onder andere selectie van bedrijven)).					

Wat betreft omzet (in euro per bedrijf) laten de bedrijven in alle landen een min of meer gelijk patroon zien (figuur 2.4). Zo realiseren bijvoorbeeld alle landen sinds 2000 aanzienlijke hogere gemiddelde omzetten per bedrijf. De daling in de omzet van Nederland en Spanje in de periode 1998-2001 is te relateren aan de uitbraak van varkenspest in die landen, of de nasleep hiervan.¹ Als gevolg van de schaalvergroting die in Denemarken sneller is gegaan dan in Nederland, hebben de Deense bedrijven een sterkere omzetgroei gerealiseerd dan de Nederlandse. Absoluut gezien steken deze landen (Nederland en Denemarken) boven de andere landen uit.

¹ Een uitbraak van varkenspest in Nederland in 1997 en in Spanje in 2001.

Figuur 2.4 Gemiddelde omzet per bedrijf per periode per land (in euro's)



Het solvabiliteitsratio is de verhouding tussen het eigen vermogen en het totale vermogen van het bedrijf. De solvabiliteitsratio geeft een indruk van het vermogen van bedrijven om eventuele financiële tegenvallers op te vangen, door in te teren op het eigen vermogen. Als minimumnorm voor deze solvabiliteitsratio voor gespecialiseerde varkensbedrijven wordt vaak een waarde tussen 0,2 en 0,3 gehanteerd. Solvabiliteitsratio's verschillen evenwel per bedrijfstak (bijvoorbeeld verfindustrie of varkenshouderij).

Uit tabel 2.4 blijkt ten eerste dat de solvabiliteit op bedrijven met vleesvarkens in Denemarken hoger is dan op bedrijven met zeugen. Verder blijkt dat gemiddeld genomen bedrijven in Spanje en Duitsland een solvabiliteitsratio ruim boven de norm hebben. Denemarken en Nederland, en in mindere mate België, worden gekenmerkt door een relatief lage solvabiliteit. In Nederland en Denemarken wordt relatief veel geïnvesteerd met vreemd vermogen, waardoor de solvabiliteit laag is. Het hebben van veel vreemd vermogen op de balans is overigens iets wat Spaanse en Duitse varkenshouders nauwelijks kennen. Het bankstelsel in Spanje is daar debet aan: het is niet mogelijk om hypotheek voor bedrijfsgebouwen te verkrijgen en aldus moeten deze investeringen uit de winst gehaald worden. In Duitsland ligt de reden in de structuur van de sector. De Duitse varkenssector telt veel kleine bedrijven, die niet investeren. Vooral Deense varkensbedrijven laten over de afgelopen jaren een toename van het vreemd vermogen zien en hebben enorme bedragen op de balans staan (in 2005 bijna 2 miljoen euro aan vreemd vermogen op de eindbalans van fokvarkensbedrijven en ruim 1 miljoen euro met betrekking op de eindbalans van vleesvarkensbedrij-

ven). Nederlandse bedrijven hebben sinds het begin van deze eeuw ook aanzienlijk meer vreemd vermogen op de balans staan dan in de jaren ervoor (gemiddeld bijna 0,7 miljoen euro (fokvarkensbedrijven) en circa 0,45 miljoen euro (vleesvarkensbedrijven)). Nederlandse en Deense varkensbedrijven zijn de enige die nagenoeg structureel meer vreemd vermogen dan eigen vermogen op de balans hebben staan. Het is niet ondenkbaar dat dit samenhangt met de gehanteerde *business models* in de landen. Hierin verschillen de landen namelijk. Denemarken en Nederland worden gekenmerkt door (vrij) ondernemerschap en in de andere landen vindt daarentegen vaker samenwerking middels een vorm van integratie plaats. Experts geven aan dat deze vorm van samenwerken de ondernemer beperkt in zijn ondernemerschap.

Tabel 2.4 Gemiddelde solvabiliteitsratio per primair bedrijf per periode per land

	Vermeerdering				Vleesvarkens			
	90-93	94-97	98-01	02-05	90-93	94-97	98-01	02-05
België	0,53	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	0,47
Denemarken	0,31	0,33	0,21	0,18	0,32	0,39	0,35	0,33
Duitsland	0,75	0,84	0,83	0,70	n.a.	0,78	0,68	0,78
Nederland	0,63	0,53	0,47	0,41	0,45	0,38	0,43	0,46
Spanje	0,99	0,98	0,90	0,83	0,93	0,93	0,95	0,90

Bron: FADN.

2.4 Werkgelegenheid en productiviteit

De arbeidsinzet op de bedrijven kan worden gemeten aan de hand van het aantal volwaardige arbeidskrachten (VAK). In de varkenshouderij bestaat de totale arbeidsinzet per bedrijf uit twee elementen;

1. de eigen arbeidsinzet, ofwel werk dat door de ondernemer en eventueel overige gezinsleden verricht wordt (voortaan: eigen arbeid) en
2. de arbeidsinzet door werknemers,¹ ofwel werk dat door ingehuurd personeel verricht wordt (voortaan: betaalde arbeid).

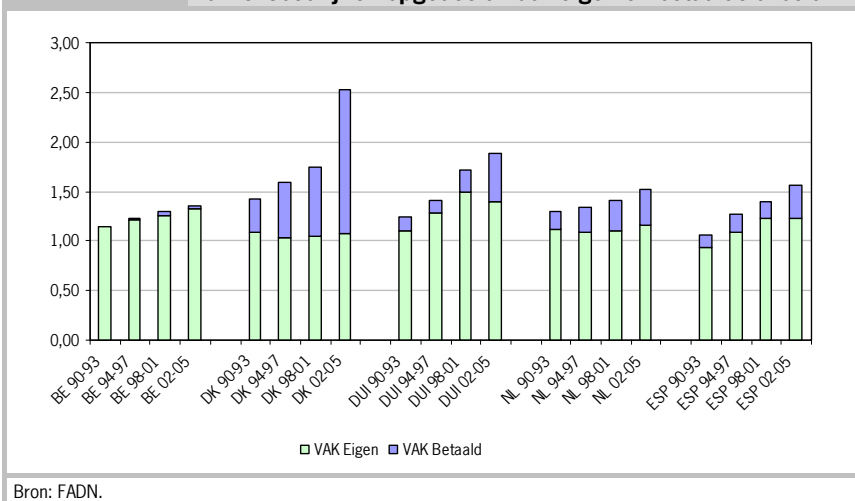
Uit figuur 2.5 blijkt dat de meeste arbeid op de Deense bedrijven ingezet wordt, waarna Duitsland volgt. Nederland en Spanje ontlopen elkaar niet veel

¹ Ook wel: arbeid door derden.

qua totale arbeidsinzet en zeker niet (meer) in de laatste periode 2002-2005. Bovendien zetten alle landen gemiddeld genomen steeds meer (vooral vreemde) arbeid per bedrijf in. Deze groei varieert tussen de landen en is bijvoorbeeld sterker bij Denemarken dan bij Nederland, en wordt bevorderd door schaalvergroting. De toename van de arbeidsinzet gaat gepaard met een toename in schaal van het gemiddelde bedrijf.

In alle landen wordt gemiddeld meer dan één VAK op een bedrijf ingezet. Voor het overgrote deel betreft dit eigen arbeid. Daarnaast is de trend om meer betaalde arbeid in te zetten. België doet hier nog niet aan mee en in Denemarken is dit in de laatste periode 2002-2005 juist zeer goed zichtbaar. Met name in de fokkerijtak is de betaalde arbeid sterk toegenomen, en als gevolg daarvan de totale arbeidsinzet. Nederland lijkt relatief efficiënt met de ingezette arbeid om te gaan; zij presteert technisch goed met relatief weinig arbeid.

Figuur 2.5 Gemiddelde inzet van arbeid per gemiddeld gespecialiseerd varkensbedrijf en opgedeeld naar eigen en betaalde arbeid

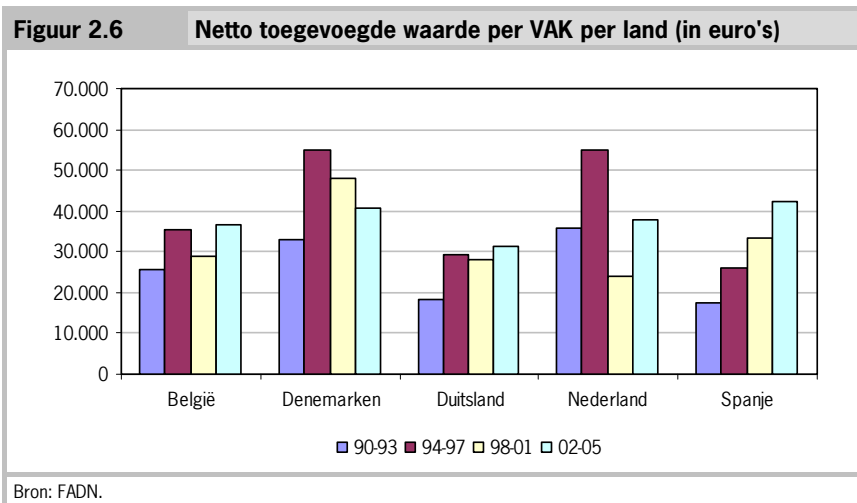


Bron: FADN.

De toegevoegde waarde is de waarde van de productie verminderd met de waarde van verbruik¹ en is aldus de waarde die tijdens het productieproces aan de ingekochte grond- en hulpstoffen is toegevoegd. De toegevoegde waarde is de vergoeding die overblijft voor de ingezette eigen en vreemde arbeid en kapi-

¹ Verbruik: het totaal aan ingekochte grondstoffen, energie, halfabrikaten en diensten van derden. In casu is een voorbeeld van verbruik/ingekochte grondstoffen: een big en voer.

taal. In de varkenshouderij wordt een relatief groot deel besteed aan de aankoop van grondstoffen/input voor de productie, vooral veevoer en biggen. Mede hierdoor is bijvoorbeeld de gerealiseerde toegevoegde waarde per euro opbrengst in de varkenshouderij lager dan de toegevoegde waarde in bijvoorbeeld de akkerbouw.¹ Door de netto toegevoegde waarde per totaal VAK uit te drukken, wordt gecorrigeerd voor schaalgrootte. Vooral de Denen blijken relatief veel waarde per totaal VAK toe te voegen, hoewel gemiddeld steeds minder. Deze tendens komt vooral door dalingen in de fokkerijtak, de vleesvarkentak is meer stabiel van aard. Spanje laat een positieve ontwikkeling zien; zij vertoont in de onderzochte periode een structurele groei wat vooral komt door gerealiseerde groei in de fokkerij. Duitsland, Nederland en België vertonen een wisselend beeld. In het geval van Nederland is het effect van de Klassieke Varkenspestuitbraak in 1997 goed te zien in figuur 2.6. Ook is te zien dat de toegevoegde waarde per totaal VAK op de Nederlandse bedrijven in de periode 2002-2005 weer op het niveau is van de concurrerende landen.



¹ Dit geldt in ieder geval voor Nederland (*Agri-monitor*, 2007).

2.5 Conclusie

In Europa (EU-27) is sinds 1995 de varkenshouderij stabiel met circa 160 miljoen varkens. De geselecteerde Concurrentiemonitor-landen, Nederland, Duitsland, Spanje, Denemarken en België, houden sindsdien meer varkens. In 2007 houden deze landen meer dan helft van alle varkens in de EU-27. Met name in West-Europese landen worden relatief veel varkens gehouden. Duitsland en Spanje steken met kop en schouders boven de andere landen uit qua aantal dieren, maar niet qua zelfvoorzieningsgraad en technisch presteren van de primaire varkenssector. Dan blijken landen als Denemarken en Nederland beter te scoren.

Wat betreft zelfvoorzieningsgraad valt Denemarken op, maar ook Duitsland. Denemarken heeft de grootste (en een enorme) zelfvoorzieningsgraad van circa 600%. Op basis van de statistieken lijkt de groei of rek hier uit, maar dit beeld wordt niet bevestigd door experts. Dit is niet het geval in Duitsland. Duitsland werd lange tijd gekenmerkt door een zelfvoorzieningsgraad onder de 100%, maar is nu (meer dan) zelfvoorzienend geworden. Met prestaties onder de top valt België doorgaans niet op, maar wel wanneer het om de arbeidsinzet gaat. België doet niet mee aan de algemene trend om naast de eigen arbeid meer betaalde arbeid in te zetten. Spanje lijkt gestaag te groeien op alle fronten.

Een vergelijking van de primaire sectoren van de verschillende landen laat vooral zien dat met name twee landen goed scoren, te weten: Nederland en Denemarken. Deze twee landen kennen de grootste zelfvoorzieningsgraad (met name Denemarken) en zijn op primair niveau van min of meer vergelijkbaar top-niveau. De varkenshouders in deze landen hebben gemiddeld de grootste bedrijven. Het zijn ook landen waarin veel geïnvesteerd wordt in de bedrijven en welke qua structuur en technische prestaties voorop lopen. Wel zijn de financiële risico's voor de Nederlandse en Deense bedrijven het grootst, door het relatief grote bedrag aan vreemd vermogen.

3 Internationale handel

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de internationale handel in varkensvlees besproken. In het eerste deel wordt aandacht besteed aan de exportzijde van internationale handel vanuit de vijf geselecteerde landen (paragraaf 3.2), de exportmarktaandeelen en Balassa-indices (paragraaf 3.3). Vervolgens wordt inzicht gegeven in de importen op de belangrijkste Europese markten in paragraaf 3.4. Het hoofdstuk sluit af met een conclusie in paragraaf 3.5.

3.2 Export

De Europese Unie produceert niet het meeste varkensvlees (China), maar is momenteel wel de grootste exporteur hiervan.¹ De Concurrentiemonitor richt zich op Nederland en haar concurrenten. De ontwikkeling van de export in deze geselecteerde landen wordt in het vervolg van deze paragraaf nader toegelicht. Na Nederland worden de andere landen, die geselecteerd zijn voor de Concurrentiemonitor, besproken in volgorde van grootte van de export in 2006. In onderstaande opsomming is dit weergegeven, inclusief Nederland. Aldus is het totaalbeeld in kaart gebracht en is te zien dat Nederland de derde positie inneemt, terwijl Denemarken op de eerste plaats staat.

1. Denemarken (zie paragraaf 3.2.2);
2. Duitsland (zie paragraaf 3.2.3);
3. Nederland
4. Spanje (zie paragraaf 3.2.4);
5. België (zie paragraaf 3.2.5).

¹ Echter, uit een analyse van de EU (DG Agri, Outlook 2008-2017) blijkt deze koppositie niet bestendig te zijn. Het onderzoek schat in dat het wereldaandeel varkensvleesexport van Brazilië en in het bijzonder de VS gaat groeien ten koste van Canada en de EU. Bijgevolg, zou de VS koploper worden (en niet meer de EU).

3.2.1 Nederland

Nederland exporteert een groot deel van het varkensvlees dat zij produceert. Dit vlees wordt in verschillende onderdelen geëxporteerd naar een groot aantal landen. Het verloop van de Nederlandse export in varkensvlees¹ in de periode 1990-2006 is weergegeven in tabel 3.1 en figuur 3.1. De export fluctueert tussen de 1,7 miljard euro en ruim 2 miljard euro. De exportwaarde van Nederland van varkensvlees ten opzichte van 1990 is gedaald met 16% tot ruim 1,7 miljard euro in 2006.² Dit beeld wordt bevestigd door cijfers van PVE (2007).

De verschillende onderdelen van het varken zijn te categoriseren naar een meer gebruikelijke indeling van groepen, te weten: (1) Vers en Gekoeld, (2) Bevroren, (3) Overige vers, gekoeld en bevroren, (4) Bewerkt en (5) Verwerkt. Het onderscheid tussen de twee laatstgenoemde groepen is dat bewerkt vlees enkel een behandeling krijgt (bijvoorbeeld 'gerookt') en verwerkt vlees verder verwerkt is tot een product (bijvoorbeeld 'een worstje'). De Nederlandse export bestaat vooral uit vers en gekoeld varkensvlees. Deze categorie is verantwoordelijk voor meer dan de helft van de totale afzet (57% in 2006). Een tweede relevante groep is bewerkt vlees (vooral: bacon) en deze categorie vormde in 2007 22% van de totale waarde aan geëxporteerd varkensvlees. Ten opzichte van 2000 zijn alle productgroepen gedaald, met één positieve uitzondering. De groep Overige Vers, Gekoeld en Bevroren is toegenomen (+1,3%).

¹ Inclusief re-export.

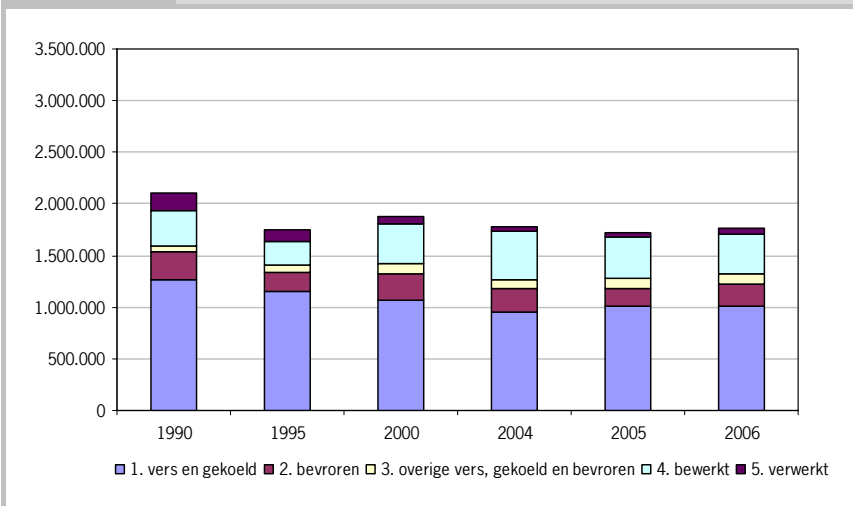
² In dit hoofdstuk over internationale handel wordt, net als elders, primair gebruik gemaakt van Eurostat als bron voor de Europese en Comtrade HS wanneer het dataverzameling op intercontinentaal niveau betreft. Hiervan is bekend dat het voor kan komen dat data niet overeenkomen met elkaar en/of de werkelijkheid. Dit aspect is lastig maar niet uniek voor Eurostat en is altijd van toepassing op (het verzamelen) van statistieken. Wel is Eurostat een openbare bron, en nog belangrijker: Eurostat is het officiële statistische bureau van Europese Unie. Dit maakt het mogelijk secundaire data over meerdere landen, zoals de landen geselecteerd voor deze Concurrentiemonitor 2008, te selecteren uit een en dezelfde bron. Hiervoor is gekozen met het oog op de doelstelling en de gewenste vergelijkbaarheid van secundaire data over een langere periode.

Tabel 3.1 Export van varkensvlees uit Nederland, 1990-2006, in 1.000 euro

	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	2.105.902	1.744.480	1.876.603	1.784.788	1.727.276	1.767.220
1. Vers en gekoeld	1.265.951	1.154.157	1.065.399	953.622	1.005.117	1.006.145
2. Bevroren	264.744	179.406	264.331	222.491	178.402	214.568
3. Overige vers, gekoeld en bevroren	56.139	69.868	91.337	92.214	102.513	102.816
4. Bewerkt	351.575	232.062	389.211	464.236	385.744	382.909
5. Verwerkt	167.493	108.987	66.325	52.225	55.500	60.782

Bron: Eurostat Comext.

Figuur 3.1 Export van varkensvlees uit Nederland, 1990-2006, in 1.000 euro



Bron: Eurostat Comext.

Nederland exporteert naar meer dan 120 landen, waaronder alle EU-lidstaten. Echter, meer dan de helft van alle Nederlandse export gaat naar drie landen, zie ook tabel 3.2. Verreweg de belangrijkste afzetmarkt voor Nederland is het Verenigd Koninkrijk (>500 miljoen euro). In 1995 was Verenigd Koninkrijk nog verantwoordelijk voor 15% van de verdiensten aan geëxporteerd varkensvlees, 11 jaar later in 2006 is dat het dubbele (30%). Maar het Verenigd Konink-

rijk is niet het enige belangrijke land, ook Italië en Duitsland zijn relevante afzetlanden beide met een afzet van meer dan 200 miljoen euro.

Afzetlanden net onder de top laten voornamelijk een groei zien, uitgezonderd Frankrijk. Het belang van de Franse markt voor Nederland als exportbestemming is fors afgenomen. In 1990 vertegenwoordigde Frankrijk nog circa 11% van het totaal, de laatste jaren slechts circa 4%. Een land als Griekenland heeft daarentegen juist aan belang gewonnen, van 4% (1990) naar 10% (2006), en groeit nog steeds.

Nederland exporteert vooral varkensvlees naar de andere EU-lidstaten. Hoewel in veel mindere mate vindt het varkensvlees ook zijn bestemming buiten de EU. Het gaat dan met name om MOE-landen en Azië. Het betreft hier vooral Rusland, Zuid-Korea en Hong Kong. Hong Kong neemt in aandeel af, Rusland en Zuid-Korea lijken daarentegen nog groeiende markten.

Nederland	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	2.105.902	1.744.480	1.876.603	1.784.788	1.727.276	1.767.220
INTRA-EUR	2.023.542	1.620.353	1.637.959	1.579.899	1.530.957	1.543.182
EXTRA-EUR	82.360	124.127	238.644	204.889	196.319	224.038
Verenigd Koninkrijk	398.676	262.936	484.683	561.761	509.702	529.384
Italië	506.118	381.181	340.139	289.848	299.469	276.655
Duitsland	597.082	607.671	372.624	291.445	251.064	227.018
Griekenland	87.760	104.729	135.060	148.692	161.407	169.303
Frankrijk	228.630	137.134	144.364	88.099	77.610	75.987
Ierland	18.112	8.170	19.989	42.042	45.655	52.443
Rusland		10.468	23.859	29.033	30.291	51.115
België en Luxemburg	87.548	52.549	48.569	57.766	45.796	46.981
Spanje	80.203	22.727	42.404	25.534	26.076	39.775
Zuid-Korea	79	1.933	38.655	24.708	25.773	35.606
Denemarken	5.031	15.310	25.872	23.369	31.862	33.616
Hong Kong	2.158	8.832	27.124	34.814	32.553	27.604
Polen				18.855	28.795	27.211
Cyprus				12.249	19.501	19.254
Japan	66	19.850	41.964	35.219	19.147	15.620

Tabel 3.2 Export van varkensvlees uit Nederland naar bestemmingslanden, in 1.000 euro (vervolg)

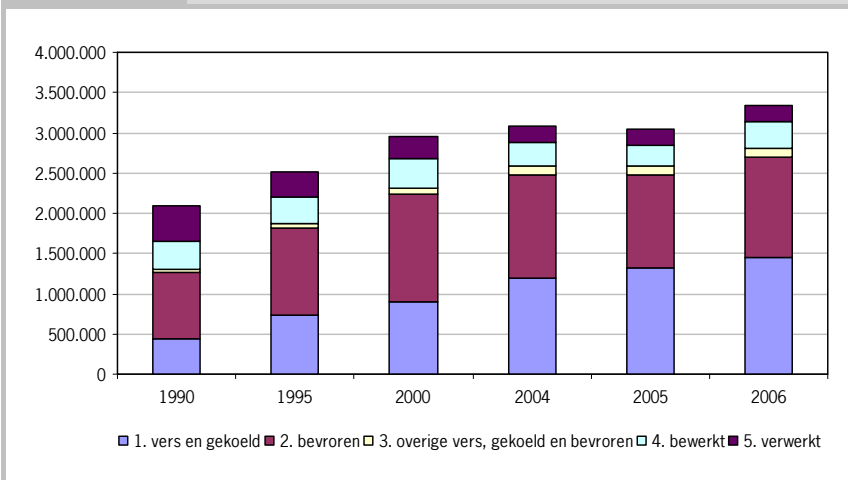
Nederland	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Kroatië		11.772	7.583	7.792	11.027	14.387
Tsjechië				3.743	6.093	14.168
Roemenië	2.510	469	6.330	11.377	14.131	11.124
Verenigde Staten	17.645	9.689	9.654	15.801	14.917	10.371

Bron: Eurostat Comext.

3.2.2 Denemarken

Denemarken is het EU-lidstaat dat het meeste varkensvlees exporteert. De laatste jaren fluctueert de export rond de 3 miljard euro, ruim één miljard meer dan in 1990. In 2006 lijkt er weer groei af te tekenen. Denemarken exporteert voornamelijk vers en gekoeld en bevroren varkensvlees, dat gezamenlijk ruim driekwart van het totaal uitmaakt (2006). De groei die Denemarken laat zien is ook hoofdzakelijk te verklaren door de groei binnen deze twee groepen.

Figuur 3.2 Export van varkensvlees uit Denemarken, 1990-2006, in 1.000 euro



Bron: Eurostat Comext.

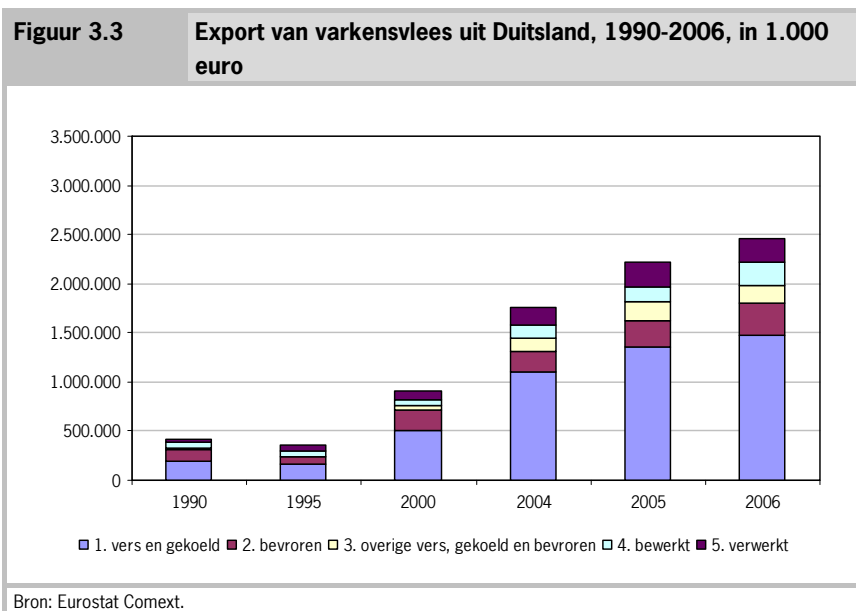
De groeiende export van varkensvlees uit Denemarken wordt vooral afgezet op bestaande markten binnen de EU, zoals Verenigd Koninkrijk en Polen. Buiten de EU is het opvallend te zien dat de exporten naar Japan drastisch afnemen sinds 2004, die gecompenseerd wordt door een stijgende export naar Rusland. Van alle onderzochte landen in de Concurrentiemonitor kent Denemarken het kleinste aandeel intra-Europese handel van de onderzochte landen (circa 60%).

Tabel 3.3 Export van varkensvlees uit Denemarken naar bestemmingslanden, in 1.000 euro						
Denemarken	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	2.082.608	2.520.571	2.951.078	3.087.068	3.051.810	3.333.465
INTRA-EUR	1.289.900	1.512.288	1.610.420	1.800.641	1.901.487	2.115.389
EXTRA-EUR	792.457	1.008.283	1.340.658	1.286.427	1.150.323	1.218.076
Verenigd Koninkrijk	558.232	501.723	600.953	660.629	643.631	768.548
Japan	412.454	607.781	757.967	808.755	675.994	576.219
Duitsland	292.701	445.734	441.093	495.799	514.956	519.813
Italië	161.884	170.641	198.533	210.704	227.009	281.161
Rusland		88.921	107.762	52.695	84.426	259.830
Zweden		78.471	129.966	148.187	162.960	171.609
Polen				66.963	138.207	143.102
Verenigde Staten	252.604	139.328	208.797	191.019	147.358	139.841
Australië	374	184	45.094	74.735	69.411	79.561
Frankrijk	215.603	207.091	126.424	82.820	56.823	60.626
Zuid-Korea	2.797	34.644	32.386	38.623	38.162	45.686
Ierland	4.766	5.297	10.205	21.833	24.391	33.361
Griekenland	29.233	38.086	31.009	18.609	20.294	28.804
Nederland	6.953	20.704	17.287	26.113	27.646	27.757
Finland		23.830	26.001	21.152	19.310	21.538
Hong Kong	3.411	8.532	20.678	16.301	15.362	17.348
Roemenië	1.542	292	171	3.844	10.550	16.083
Spanje	5.538	8.541	13.327	13.735	13.492	14.286
Canada	10.271	10.74	18.589	5.765	19.911	13.553
Hongarije				14.796	19.218	11.492
China		273	8.009	26.065	23.896	11.319

Bron: Eurostat Comext.

3.2.3 Duitsland

Duitsland is niet altijd zeer actief geweest op de exportmarkt voor varkensvlees. Pas sinds 2000 komt deze stroom op gang. Dit hangt samen met ontwikkelingen in de Duitse primaire sector. De belangrijkste ontwikkeling is de groei van de binnenlandse varkens(vlees)productie en hiermee gepaard gaande toename in de zelfvoorzieningsgraad (zie ook hoofdstuk 2). Sectorexperts geven aan dat Duitsland inmiddels zelfvoorzienend is. Relatief groeit de productgroep overige vers, gekoeld en bevroren het snelst. Dit valt echter in het niet bij de absolute toename van de productgroep vers en gekoeld (+1 miljard euro in 2006 ten opzichte van 2000).



De belangrijkste markten voor Duitsland zijn gelegen in de EU. Italië is in 2006 verreweg de belangrijkste afzetmarkt gevolgd door Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk. Ook andere buurlanden zijn belangrijk voor Duitsland, evenals (de opkomst) van Rusland. De groei die Duitsland laat zien is ook vooral afkomstig van het meer exporteren naar deze (bestaande) markten, buurlanden en daarnaast de afzet in nieuwe markten. Nieuwe bestemmingen voor haar varkensvlees vindt Duitsland vooral in de MOE-landen.

Het aandeel Intra Europese handel is sinds 1990 gestaag toegenomen bij Duitsland, van 70% in 1995 tot 90% in 2006.

Tabel 3.6 Export van varkensvlees uit Duitsland naar bestemmingslanden, in 1.000 euro

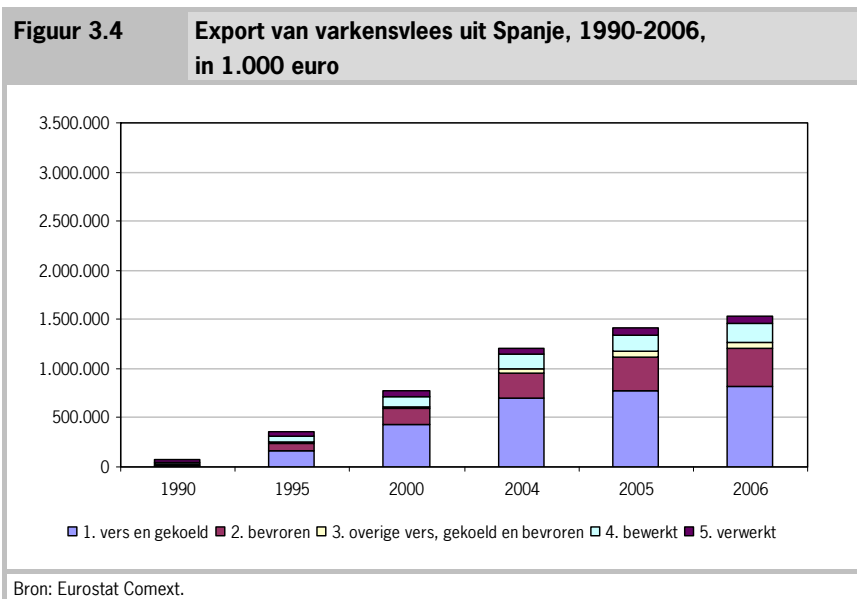
Duitsland	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	420.736	357.761	912.363	1.758.100	2.212.005	2.458.043
INTRA-EUR	296.507	294.749	778.865	1.580.815	2.005.205	2.200.208
EXTRA-EUR	124.229	63.012	133.498	177.285	206.800	257.835
Italië	117.462	125.476	272.248	444.583	499.218	550.512
Nederland	33.943	29.997	112.087	299.029	322.595	324.591
Verenigd Koninkrijk	42.612	24.338	63.722	133.194	183.328	243.341
Oostenrijk		23.343	83.348	151.487	193.575	210.711
Frankrijk	36.533	43.383	77.255	135.235	127.985	137.135
Denemarken	14.844	10.271	50.656	119.939	140.157	128.589
Rusland		44.839	53.048	63.675	70.340	116.442
Polen				20.335	62.958	96.038
België en Luxemburg	22.387	20.641	35.669	81.639	79.631	85.291
Hongarije				35.387	85.206	84.342
Tsjechië				23.778	80.284	78.784
Zweden		1.77	28.844	43.412	77.596	69.576
Roemenië	1.048	248	5.381	32.983	58.926	53.763
Ierland	1.014	2.881	11.798	30.567	39.565	52.215
Griekenland	22.838	6.187	22.625	15.255	30.171	47.381
Spanje	4.154	5.305	15.079	21.152	22.599	25.938
Zwitserland	2.156	1.057	5.329	16.287	14.546	18.545
Kroatië		135	938	7.938	18.397	17.815
Hong Kong	383	314	3.598	15.555	15.582	17.445
Finland		942	4.037	10.797	13.804	15.159
Slowakije				7.460	12.797	13.486
Cyprus				2.044	4.060	10.739

Bron: Eurostat Comext.

3.2.4 Spanje

Als enige land in de Concurrentiemonitor uit Zuid-Europa telt Spanje nog zeker mee met een export van circa 1,5 miljard aan varkensvlees in 2006. De Spaanse export bestaat voornamelijk uit de productgroep vers en gekoeld. Daarnaast vindt er ook een aanzienlijk aandeel varkensvlees in bevroren vorm haar bestemming in het buitenland.

Voorheen werd bijna alle productie in Spanje zelf geconsumeerd en kende Spanje weinig uitvoer. De productie bleef echter stijgen, terwijl de hoge nationale consumptie niet verder meegroeide. Het Spaanse bedrijfsleven oriënteerde zich daarop meer en meer op export en in de loop der jaren heeft Spanje zich geleidelijk in de export van varkensvlees ontwikkeld.



Langzaam maar zeker ontwikkelt Spanje zich dus als exporterend land. Het Spaanse varkensvlees gaat in 2006 vooral naar de buurlanden Frankrijk (bijna 500 miljoen euro) en Portugal (ruim 250 miljoen euro). Varkensvlees gaat daarnaast ook veelvuldig naar Duitsland (ruim 200 miljoen euro in 2006). Duitsland is de grootste vrager van varkensvlees binnen Europa en met het Iberico-varken heeft Spanje een troef in handen om in de Duitse behoefte naar specialiteiten in te voorzien.

Tabel 3.5 Export van varkensvlees uit Spanje naar bestemmingslanden, in 1.000 euro

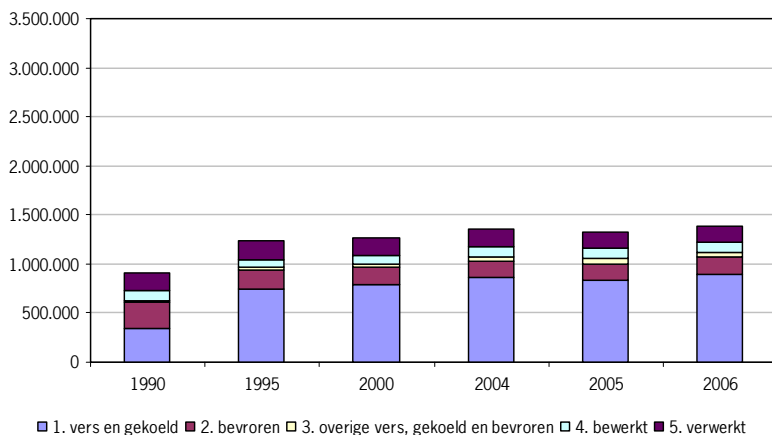
Spanje	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	76.291	356.266	772.282	1.205.138	1.409.472	1.532.764
INTRA-EUR	14.958	252.031	690.464	1.086.087	1.250.873	1.312.426
EXTRA-EUR	60.465	104.235	81.818	119.051	158.599	220.338
Frankrijk	5.122	82.645	252.918	391.635	439.387	498.236
Portugal	2.117	71.530	187.407	229.759	253.291	269.986
Duitsland	2.004	58.724	123.222	208.321	226.010	208.288
Italië	3.823	19.131	67.340	102.692	118.931	118.530
Rusland		5.423	22.429	34.077	37.220	64.541
Verenigd Koninkrijk	542	2.360	11.046	40.400	55.399	51.031
Denemarken	229	6.082	7.059	32.695	40.440	37.119
Japan		2.000	1.568	10.269	21.233	33.883
Zuid-Korea			12.000	6.054	14.274	30.276
België en Luxemburg	390	2.877	12.429	24.222	28.686	29.236
Roemenië		820	1.696	16.287	23.768	25.234
Nederland	720	5.519	9.491	15.169	19.529	22.950
Griekenland	4.000	2.457	11.121	15.830	22.512	21.577
Tsjechië				6.013	11.779	15.655

Bron: Eurostat Comext.

3.2.5 België

Van de onderzochte landen is België de kleinste varkensvleesexporteur, met een totale exportwaarde van bijna 1,4 miljard euro. De Belgische export is redelijk stabiel tot licht groeiend, maar vertoont niet de positieve ontwikkeling die de andere landen wel laten zien. De Belgische export bestaat voornamelijk uit Vers en gekoeld vlees, dit is meer dan de helft van het totaal.

Figuur 3.5 Export van varkensvlees uit België, 1990-2006, in 1.000 euro



Bron: Eurostat Comext.

De belangrijkste exportmarkt voor België is Duitsland met een exportwaarde van ruim 600 miljoen in 2006. Naar andere landen wordt een stuk minder geëxporteerd. Andere relevante landen waar ook Belgisch varkensvlees heen gaat zijn andere buurlanden en/of grote markten zoals Nederland, Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk. België kent het grootste aandeel Intra Europese handel. Meer dan 90% blijft binnen de EU in 2006 (91%), net zoals circa tien jaar geleden (97%).

Tabel 3.6 Export van varkensvlees uit België naar bestemmingslanden, in 1.000 euro

België en Luxemburg	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	903.318	1.240.242	1.264.073	1.359.735	1.327.372	1.391.281
INTRA-EUR	879.500	1.187.520	1.179.238	1.263.576	1.235.996	1.267.147
EXTRA-EUR	23.550	52.722	84.835	96.159	91.376	124.134
Duitsland	285.092	643.397	614.531	594.271	578.476	620.851
Nederland	55.841	114.925	153.815	213.745	177.313	162.155
Frankrijk	267.487	188.559	157.003	131.003	129.135	121.510
Italië	185.686	147.136	109.432	106.339	104.524	106.517

Tabel 3.6 Export van varkensvlees uit België naar bestemmingslanden, in 1.000 euro (vervolg)

België en Luxemburg	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Verenigd Koninkrijk	39.590	33.247	46.383	97.172	100.863	104.869
Rusland		23.715	25.637	10.945	11.950	37.270
Griekenland	10.879	18.897	25.621	25.978	27.803	29.820
België en Luxemburg			33.415	27.540	26.366	28.906
Denemarken	1.907	6.050	5.195	17.501	17.400	13.663
Polen			0	8.675	10.699	12.831
Oostenrijk		6.390	6.438	8.136	11.487	11.990
Spanje	17.498	15.488	11.401	9.674	10.313	10.481

Bron: Eurostat Comext.

3.3 EU-exportmarktaandeelen en Balassa-indices

Deze paragraaf gaat eerst in op de marktaandeelen binnen de EU, om vervolgens een beeld aan de hand van Balassa-indices te schetsen. Wat het deel over markt-aandelen betreft, de meeste handel in varkensvlees door EU-landen is een interne EU-aangelegenheid. Daarom is gekozen de EU als de relevante markt te beschouwen. In tabel 3.7 zijn de marktaandeelen van enkele landen weergegeven in deze exportmarkt voor varkensvlees. In 1990 waren het er twee landen verantwoordelijk voor bijna 70% van de Europese varkensvleesexport: Nederland en Denemarken. In de loop van de tijd is dat veranderd. Immers, tien jaar later (2000) waren er drie landen verantwoordelijk voor bijna 60% van de export. Naast Nederland en Denemarken telt nu ook Duitsland mee. Deze drie landen zijn weer later (2006) verantwoordelijk voor bijna 55% van de totale export. Hier dient wel opgemerkt te worden dat in de loop der tijd de EU zelf ook uitgebreid is, wat de relatieve aandelen beïnvloedt. Er zijn dus tegenwoordig meer landen die op deze markt een rol van betekenis spelen, ook al vanwege de uitbreiding van de EU.

Zoals uit figuur 3.7 af te lezen valt, zijn in 1990 Nederland en Denemarken de topexporteurs van varkensvlees en bovendien van gelijk formaat (33%). Hoewel beide landen in de loop der tijd marktaandeel prijs hebben moeten geven,

geldt dit in mindere mate voor Denemarken. Vooral Nederland heeft aandeel moeten afstaan. Ook al waren beide landen in het begin van de onderzochte periode nog te vergelijken, Denemarken is de onbetwiste nummer één. Denemarken is goed voor bijna een kwart van de Europese export. Duitsland is een exportland in opkomst. Nederland neemt ruim 1/8 deel van de export voor haar rekening, en is daarmee iets belangrijker dan Spanje en België. Aan de onderkant van de markt ontwikkelt bijvoorbeeld een land als Oostenrijk zich.

Tabel 3.7 Aandelen in de totale EU-exportwaarde (in %)

	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Nederland	33	22	19	15	13	13
Denemarken	33	32	29	25	23	24
Duitsland	7	5	9	14	17	17
Spanje	1	4	8	10	11	11
België en Luxemburg	14	16	12	11	10	10
Frankrijk	6	10	10	8	8	7
Italië	3	3	5	5	5	4
Ierland	2	3	3	2	2	2
Verenigd Koninkrijk	2	4	3	2	2	2
Portugal	0	0	0	0	0	0
Griekenland	0	0	0	0	0	0
Zweden	0	0	0	1	1	0
Finland	0	0	0	1	1	1
Oostenrijk	0	1	2	3	3	3

Bron: Eurostat Comext.

Met de Balassa-index, ook wel de Revealed Comparative Advantage (RCA) index genoemd, kunnen diverse sectoren binnen een land ten opzichte van elkaar worden vergeleken. De index kan als een maat voor de concurrentiepositie van een sector gezien worden en geeft de mate van specialisatie dan wel het relatieve belang van een bepaalde sector voor de export van dat land weer.¹ Indien de Balassa-index groter is dan 1 dan heeft dat land een comparatief voordeel in die specifieke sector: een waarde van 1 of hoger wordt doorgaans geassocieerd met een competitieve sector.

¹ De Balassa-index in formulevorm: $RCA_{ij} = (X_{ij}/X_j)/(X_{iw}/X_w)$, waarbij X staat voor exporten in waarde, i staat voor product(groep) i, j voor land j, t voor totaal van alle goederen en w voor alle landen.

Voor Denemarken is de export van varkensvlees van uitzonderlijk belang met een Balassa-index van bijna 20. Ook voor andere Europese landen is de export van varkensvlees van belang. Met name voor Nederland, Spanje, Polen, België is dit van groot belang (zie tabel 3.8). Van deze landen hebben alleen Spanje en Polen de afgelopen jaren groei weten te realiseren. Het Deense belang is relatief dalende, net zoals het Nederlandse. Opvallend zijn de niet-Europese landen die een plaats in de top hebben weten te halen. Ook voor hen is de export van varkensvlees dus relatief belangrijk. Het gaat dan vooral om Brazilië, Chili, Canada en Wit-Rusland. Van Brazilië is bekend dat deze aan de weg timmert in (West-)Europa en dus als niet-Europese concurrent beschouwd kan worden (zie ook hoofdstuk vier).

Tabel 3.8 Balassa-indices varkensvlees op basis van wereldhandel						
	1995	2000	2003	2004	2005	2006
Denemarken	22,54	23,96	20,52	19,51	18,23	19,28
Spanje	1,28	2,79	2,84	3,13	3,61	3,79
Brazilië	0,68	1,43	3,02	3,07	3,93	3,06
Nederland	4,38	4,21	3,17	2,90	2,65	2,53
Chili	0,13	1,23	2,97	2,98	3,14	2,39
Canada	1,24	1,86	2,42	2,36	2,48	2,27
Wit Rusland		1,15	1,03	1,12	1,68	2,21
Polen	1,00	1,43	1,80	1,55	1,79	2,12
België en Luxemburg	3,23	2,65	2,09	2,06	1,89	1,90
Ierland	2,12	1,45	1,27	1,26	1,37	1,66
Hongarije	4,30	3,14	2,02	1,67	1,67	1,60
Oostenrijk	0,51	1,42	1,25	1,31	1,50	1,49
Duitsland	0,30	0,54	0,77	0,91	1,11	1,13
Frankrijk	1,18	1,35	1,14	1,11	1,13	1,12
Verenigde Staten	0,54	0,84	0,86	0,99	1,11	1,08

Bron: Eurostat Comext, EU-12 t/m 1994, EU-15 t/m 2003, EU-15/25 in 2004, EU-25 t/m 2006, berekening LEI (>1).

3.4 Import

Europa exporteert niet alleen varkensvlees, maar importeert dit ook. De import neemt bovendien nog steeds toe. De grote vragers van varkensvlees binnen de EU zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië, met allen circa 2 miljard euro. Frankrijk volgt met circa 1 miljard euro. Griekenland importeert ook veel varkensvlees. In 2006 is de waarde van de Griekse import van varkensvlees groter dan die van Nederland. Ook de MOE-landen komen op blijkt uit tabel 3.9.

Tabel 3.9 Import van varkensvlees in de EU, in 1.000 euro a)							
	1990	1995	2000	2002	2004	2005	2006
Verenigd Koninkrijk	1.204.452	1.058.467	1.401.678	1.632.454	1.762.292	1.886.566	2.078.965
Duitsland	1.402.035	1.905.959	1.709.992	1.833.867	1.950.410	2.002.252	1.896.147
Italië	1.183.545	1.194.370	1.439.840	1.558.771	1.573.147	1.699.616	1.881.445
Frankrijk	869.266	709.457	888.032	841.311	910.875	941.935	1.037.257
Griekenland	159.054	212.809	292.568	300.356	302.967	345.772	473.513
Nederland	110.226	164.027	229.635	293.320	458.499	449.356	470.411
België en Luxemburg	167.815	177.805	266.970	294.239	310.286	319.673	339.697
Polen					161.813	304.049	319.092
Dene-marken	30.709	53.919	125.176	142.052	195.097	262.846	303.471
Oostenrijk		91.595	184.784	170.970	226.097	265.292	279.397
Portugal	46.628	98.703	194.342	225.749	216.119	238.013	276.344
Zweden		97.345	181.058	194.258	209.250	241.755	273.358
Tsjechië					122.892	202.751	234.521
Spanje	141.199	99.385	192.177	175.258	159.786	158.946	193.027
Ierland	48.630	56.971	104.718	140.229	163.383	171.095	188.907
Hongarije					103.045	162.686	138.165
Slowakije					53.940	109.616	110.153

a) Alleen landen met een import van meer dan 100 miljoen euro.
Bron: Eurostat Comext.

In deze paragraaf bekijken we de verdeling van de import op een aantal voor Nederland belangrijke afzetmarkten. Drie landen springen er in de EU uit, gezamenlijk zijn zij verantwoordelijk voor meer dan helft van de Europese import van varkensvlees. Dit zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië, zie tabel 3.10. Het belang van deze landen in de Europese import neemt wel af, in 1990 vertegenwoordigde de top 3 nog ruim 70% van de totale EU-import en geleidelijk neemt dit aandeel af tot bijna 55% in 2006 (ook door de verruiming van de EU per 2004). Deze drie landen zijn ook de belangrijkste afzetmarkten van Nederland.

Tabel 3.10 Aandelen in de totale import van varkensvlees in de EU-landen totaal (in 1.000 euro), sinds 2004 EU-25 (in %)							
	1990	1995	2000	2002	2004	2005	2006
Verenigd Koninkrijk	22	18	19	21	19	19	19
Duitsland	26	32	24	23	21	20	18
Italië	22	20	20	20	17	17	17
Frankrijk	16	12	12	11	10	9	10
Griekenland	3	4	4	4	3	3	4
Nederland	2	3	3	4	5	4	4
België en Luxemburg	3	3	4	4	3	3	3
Denemarken	1	1	2	2	2	3	3
Portugal	1	2	3	3	2	2	3
Finland	0	0	1	1	2	2	3
Spanje	3	2	3	2	2	2	2
Ierland	1	1	1	2	2	2	2
Oostenrijk	0	2	2	2	0	0	1
Zweden	0	2	2	2	0	0	0

Bron: Eurostat Comext.

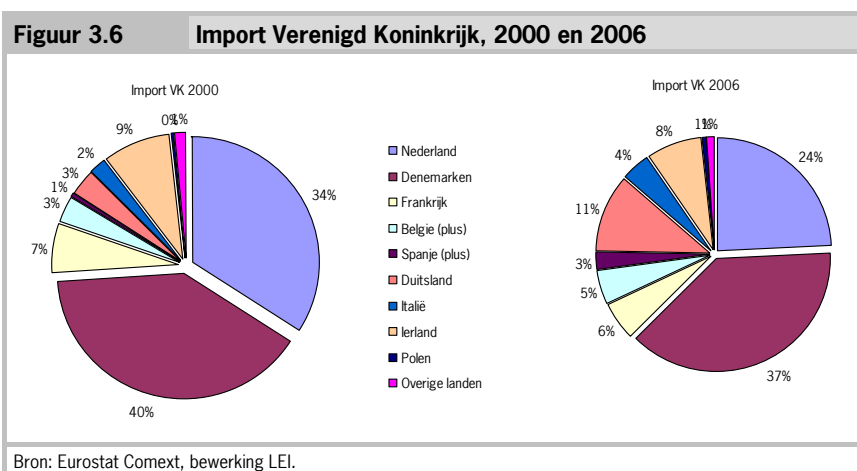
Afzetmarkten voor Nederland

Verenigd Koninkrijk

De laatste jaren groeit de import door het Verenigd Koninkrijk weer geleidelijk. De belangrijkste exporteurs zijn Denemarken en Nederland. Gezamenlijk verliezen deze marktleiders op de Britse markt wel marktaandeel aan nieuwkomer Duitsland. Tot de beginjaren van 2000 waren Nederland en Denemarken verantwoordelijk voor circa 75% van de Britse import. Sindsdien is Duitsland als derde

speler in opkomst, hoewel nog met een relatief kleiner marktaandeel (11% in 2006), zie figuur 3.6. Het is bekend dat wisselkoersen effect kunnen sorteren op exportontwikkelingen en dit blijkt ook van toepassing op varkensvlees. De opkomst van de euro in de afgelopen jaren en de lagere koers van de pond legt druk op de exportactiviteiten van Nederland en andere Europese landen, in het bijzonder in 2008 waarin de waarde van een pond sterk afnam.

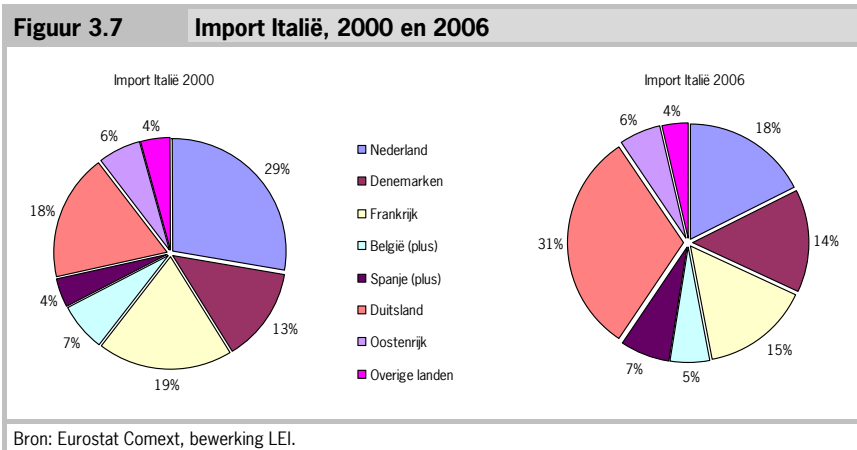
De Britse markt wordt gekarakteriseerd door een typisch Brits product: bacon. Bacon wordt geproduceerd uit deelstukken van het karkas die vervolgens worden geconserveerd (gezouten, gedroogd en soms ook gerookt). Historisch gezien bestond de Britse import voor meer dan helft uit bewerkt varkensvlees/bacon. Tegenwoordig is dat niet meer het geval. In 2006 was de importwaarde van vers en gekoeld varkensvlees voor het eerst zelfs hoger dan die van bacon. Naast het Verenigd Koninkrijk zijn Denemarken en Nederland de belangrijkste leveranciers van bacon. De baconexportmarkt is in de loop der jaren door de Nederlanders overgenomen van de Denen. Sindsdien zijn de Denen niettemin meer vers en gekoeld varkensvlees gaan exporteren.



Italië

De Italiaanse importbehoefte bestaat ook voornamelijk uit verse, gekoelde en bevroren karkassen of onderdelen hiervan. Het aandeel bevroren varkensvlees verliest betekenis ten gunste van het aandeel vers en gekoeld varkensvlees. Nederland is vanouds een belangrijke leverancier van Italië. Historisch gezien is Nederland zelfs marktleider geweest: Nederland had in 1990 een marktaandeel van bijna 45%. Nederland heeft echter deze positie verloren. De aanvankelijke

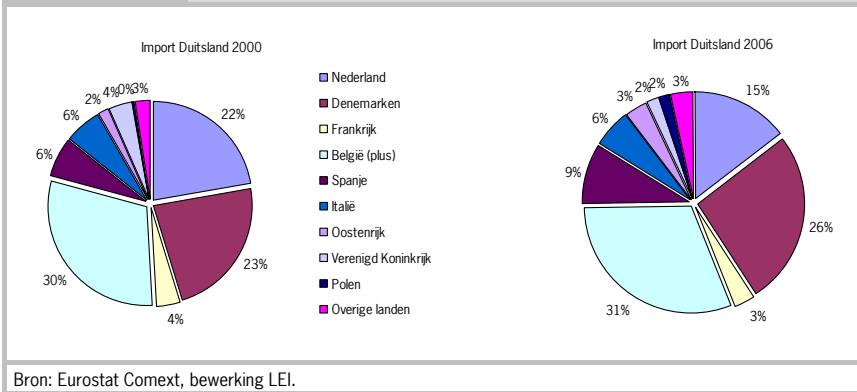
Nederlandse voorsprong is ingelopen mede doordat Nederland met de verkoop van vernieuwingen op het gebied van genetica zijn concurrenten in feite in de kaart heeft gespeeld. Nederland is nu tweede in de markt achter Duitsland, en ook Frankrijk en Denemarken zijn op komen zetten. Sinds het midden van de jaren 2000 neemt ook de import uit buurland Spanje toe. Vooralsnog is Spanje echter nog geen speler van formaat op deze markt, ondanks de relatief gunstige ligging.



Duitsland

Tot slot vormt Duitsland een grote afzetmarkt Nederland varkensvlees. Deze gunstig gelegen markt bouwt haar centrale functie uit en wordt in haar import-behoefte hoofdzakelijk voorzien door buurlanden. De grote varkensvleesexporteurs Nederland en Denemarken zijn van de partij, maar marktleider is evenwel België. Het VLAM noemt dit een *miracle*. Sinds het begin van de jaren 2000 daalt de afzet van Nederland naar Duitsland en daalt ook het marktaandeel. Dit in tegenstelling tot het marktaandeel van België, Denemarken en ook Spanje. De Duitsers hebben vooral behoefte aan vers en gekoeld varkensvlees, het grootste deel van de import.

Figuur 3.8 Import Duitsland, 2000 en 2006



In alle gevallen blijkt het dus om een Europese markt te gaan. Ten tweede blijkt dat alle importmarkten in circa driekwart van hun import voorzien worden door slechts drie of vier landen - een beperkt aantal hofleveranciers dus. Nederland zit daar altijd bij. Dit geldt ook voor Denemarken en Duitsland (alleen kan Duitsland logischerwijze geen exportrol spelen op zijn thuismarkt). Aanvullend spelen ook Frankrijk en België een rol van betekenis in de export naar respectievelijk Italië en Duitsland. Nederland concurreert dus met een beperkt aantal relevante landen. Denemarken en Duitsland komen Nederland op alle afzetmarkten tegen en daarbij Frankrijk op de Italiaanse en België op de Duitse markt. Alle landen importeren vooral vers en gekoeld varkensvlees. Het Verenigd Koninkrijk wordt daarnaast gekarakteriseerd door een grote import van bacon. Zie ook hoofdstuk vijf voor meer informatie over deze afzetmarkten.

Nederland als importmarkt

Nederland exporteert niet alleen veel varkensvlees, maar importeert ook een klein(er) deel. In 2006 bijvoorbeeld voor ruim 470 miljoen euro. Het grootste deel komt uit de nabij gelegen landen. Vooral uit Duitsland komt varkensvlees (56%), maar ook Belgisch varkensvlees (20%) vindt zijn weg naar Nederland.

Tabel 3.11		Importwaarde varkensvlees in Nederland, in 1.000 euro				
	1990	1995	2000	2004	2005	2006
Totaal	110.226	164.027	229.635	458.499	449.356	470.411
INTRA EUR	107.337	160.883	223.371	451.882	445.080	465.659
EXTRA EUR	2.889	3.144	6.264	6.617	4.276	4.752
Duitsland	34.144	31.733	75.998	220.546	245.992	262.491
België en Luxemburg	55.456	76.797	92.100	138.601	109.728	92.403
Frankrijk	2.745	10.191	20.058	33.358	36.960	36.752
Denemarken	6.683	20.241	7.386	21.365	25.794	29.138
Verenigd Koninkrijk	2.875	9.594	10.048	10.617	4.080	13.321
Spanje	1.980	5.284	4.298	12.781	9.171	8.547
Polen				2.419	3.201	7.697
Ierland	478	2.768	3.370	3.322	2.668	5.546
Italië	2.917	3.134	4.015	6.602	5.508	5.237
Verenigde Staten	625	1.288	3.319	2.436	2.858	3.373
Hongarije				1.305	703	1.768
Australië	254	349	841	995	1.105	1.043
Bron: Eurostat Comext.						

3.5 Conclusie

De grootste exporteur van varkensvlees zijn de gezamenlijke lidstaten van de Europese Unie. Schattingen gaan er evenwel van uit dat deze koppositie op de middellangetermijn door de Verenigde Staten wordt overgenomen.

De handel in varkensvlees blijkt voornamelijk een intra-Europese aangelegenheid. Binnen Europa is Denemarken de grootste vleesexporteur en zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië de belangrijkste bestemmingen.

Denemarken steekt met kop en schouders boven de andere landen uit gezien de relevantie van de export van varkensvlees binnen de internationale handel. Ook de zelfvoorzieningsgraad is enorm. Denemarken wordt op afstand gevolgd door Nederland, Spanje, Duitsland en België. De exporten van Spanje en Duitsland nemen relatief gezien sterk toe. Dit wordt verklaard door de ontwikkeling van de zelfvoorzieningsgraad in deze landen. De zelfvoorzieningsgraad neemt toe, en is in Duitsland inmiddels al groter dan 100%.

De afzetportfolio van de onderzochte landen lijkt wat betreft risicospreiding min of meer gelijk. Bij alle landen zijn de belangrijkste vijf afzetmarkten goed voor 70-80% van de export en zijn het voornamelijk intra-Europese stromen. Alleen Denemarken zet daarnaast ook een relevant deel van haar varkensvlees op de wereldmarkt af (Japan). De export van varkensvlees bestaat vooral uit vers en gekoeld varkensvlees. Nederland zet ook veel bewerkt varkensvlees (zoals bacon) af.

De grotere afzetmarkten binnen de EU zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië. Nederland is op al deze markten aanwezig en behoort tot de top drie van de leveranciers, maar is nergens meer marktleider. Deze markten zijn overigens typische markten, met ieder eigen voorkeuren gekleurd door lokale eetpatronen en -cultuur. Een goed voorbeeld hiervan zijn de Britten met hun baconvoorkeur en -consumptie. Een andere belangrijke markt is buurland Duitsland. Deze afzetmarkt en ook die van het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Rusland worden door alle geselecteerde exportlanden voorzien van varkensvlees.

4 Vleesindustrie

4.1 Inleiding

In de vorige hoofdstukken is stilgestaan bij de productie en de handel in varkensvlees. In dit hoofdstuk staat de vleesindustrie centraal. In deze schakel in de keten worden de varkens geslacht en wordt het karkas in grote deelstukken opgedeeld. Soms bewerken slachterijen dit zelf verder tot halffabrikaten of eindproducten, in het andere geval wordt dit door uitsnijderijen of vleesveredelaars gedaan. Gegevens hierover van de diverse landen zijn echter niet overvloedig aanwezig. Veelal is daarom de analyse gebaseerd op literatuuronderzoek en raadpleging van deskundigen. In paragraaf 4.2 wordt eerst het internationale perspectief geschetst en vervolgens wordt per geselecteerd land de vleesindustrie toegelicht. Het hoofdstuk sluit af met een conclusie in paragraaf 4.3.

4.2 Europa

In de EU-15 zijn in 2007 212,6 miljoen varkens geslacht. Grosso modo neemt het aantal slachtingen jaarlijks licht toe. Deze slachtingen worden voor meer dan 90% door Europese slachterijen uitgevoerd. De grootste hiervan tellen mondiaal gezien mee, waaronder één Nederlands concern. Deze paragraaf eindigt met een toelichting op de vleesindustrie per geselecteerd land. Belangrijke opmerking hierbij is dat nationale markten eigenlijk niet meer bestaan. Het speelveld is groter dan wat zich binnen de eigen landsgrenzen afspeelt, en de grotere spelers zijn ook actief buiten de eigen landsgrenzen (maar nog niet of nauwelijks buiten Europa). Dat geldt economisch gezien voor meerdere bedrijfstakken, maar zeker ook in de varkensvleesindustrie. Duitsland illustreert dit zeer goed. Gelegen in het hart van Europa, is het een attractieve markt en fungeert het als het centrum van de Europese vleesindustrie (De Winter et al., 2009), waarin meerdere partijen actief zijn - niet alleen partijen met een Duitse eigenaar.

4.2.1 Mondiaal perspectief

De wereldranglijst van varkensslachters wordt met afstand aangevoerd door het Amerikaanse Smithfield Foods (30 miljoen slachtingen). De tweede en derde po-

sitie worden ingenomen door Europese bedrijven. Tweede in de lijst is het Deense Danish Crown met 22 miljoen slachtingen in 2006. De derde positie wordt bekleed door de Nederlandse Vion Food Group (Vion) met 19 miljoen slachtingen in 2006. Het Duitse Tönnies (10 miljoen slachtingen per jaar) is in opkomst en kan zich onderhand ook rekenen tot de giganten onder de Europese varkensslachters - het is de zevende slachter in de wereld en de derde *Euro-pese* slachter, zie tabel 4.1.

Tabel 4.1 Ranglijst van varkensslachters in de wereld (2006) op basis van het aantal slachtingen x miljoenen stuks per jaar							
Wereld				EU			
Positie in de wereld	Bedrijf	Land	Aantal slachtingen, in mio	Positie in de wereld	Bedrijf	Land	Aantal slachtingen, in mio
1	Smithfield Foods Inc.	USA	30	2	Danish Crown Amba	Denemarken	22
2	Danish Crown Amba	Denemarken	22	3	<i>Vion Food Group</i>	<i>Nederland</i>	19
3	<i>Vion Food Group</i>	<i>Nederland</i>	19	7	B+C Tönnies GmbH	Duitsland	10
4	Tyson Foods Inc.	USA	17	11	Westfleisch-Gruppe	Duitsland	5,4
5	Cargill (Excel - Seara)	USA/Brazilië	10,4	14	Cooperl	Frankrijk	3,7
6	Friboi (Swift & Co.)	USA	10	17	Socopa	Frankrijk	3,1
7	B+C Tönnies GmbH	Duitsland	10	18	Grampian Country Foods	VK	3
8	Olymel	Canada	8	21	D&S Fleisch GmbH	Duitsland	2,6
9	Maple Leaf	Canada	7	23	Soviba parcial (Groupe Arca)	Frankrijk	2,2
10	Hormel Foods Corp.	USA	6	24	Swedish Meat	Zweden	2,2

Bron: Lebensmittelzeitung.

In de Europese varkensmarkt zijn niet enkel Europese bedrijven actief, ook een paar niet-Europese bedrijven doen mee. Belangrijker is dat de vleesindustrie in beweging is. In 2002 was bijvoorbeeld Danish Crown nog veruit de grootste speler in Europa - sindsdien is er veel veranderd, onder andere door de fusies en overnames van bedrijven door de mondiale top van varkensslachters.

- *Nummer 1, Smithfield*

In 2004 heeft het Amerikaanse Smithfield de oversteek naar het Europese vasteland gemaakt middels overnames, eerst in Polen en Roemenië. In 2008 heeft Smithfield bovendien zijn Europese activiteiten verder samengevoegd met Campofrio, de grootste Spaanse vleesverwerker.

- *Nummer 2, Danish Crown*

Danish Crown heeft de binnenlandse concurrentie zien toenemen. De basis hiervoor is de aanhoudende onvrede over de (lagere) uitbetalingsprijzen bij de leden/varkenshouders. In het voorjaar van 2008 zijn bijvoorbeeld vijf Deense leden opgestapt en hebben zij Danpork opgericht (doel: de hoogste varkensprijs in Europa uitbetalen); het bedrijf wil 10% van de markt veroveren.

- *Nummer 3, Vion*

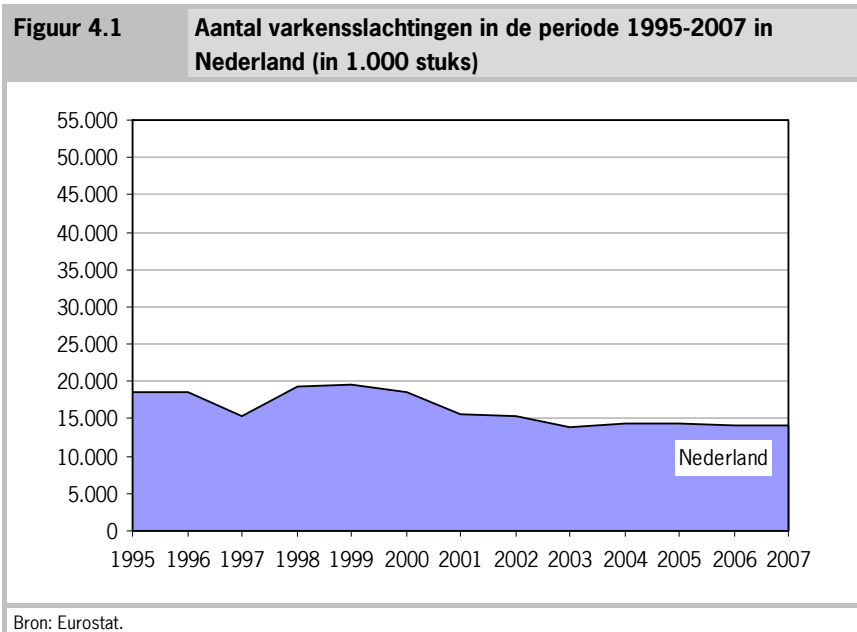
Sinds eind 2002 zijn er diverse overnames geweest in de Duitsland, waarbij een hoofdrol is weggelegd voor het Nederlandse Vion. Vion heeft door een aantal overnames een substantiële positie in de varkenssector verworven waarbij onder andere het Duitse Moxsel, Nordfleisch en Südfleisch zijn overgenomen, evenals de Nederlandse Hendrix Meat Group. In 2008 is het Britse Grampian ook ingelijfd.

Ook andere buitenlandse partijen spelen momenteel al een rol in de Europese vleesindustrie, hoewel beperkt. Zo heeft China bijvoorbeeld zijn intrede in de mondiale vleesindustrie gemaakt. De Chinese vleesimporteur Cofco heeft een belang van bijna 5% in Smithfield Foods genomen. Niettemin wordt in deze vooral aan partijen uit Latijns-Amerika gedacht. Braziliaanse vleesconcerns (zowel varkens, als pluimvee en runderen) zijn momenteel bezig met een opmars buiten het eigen continent en strijken onder andere in Europa neer. In 2006 heeft bijvoorbeeld het Braziliaanse Sadia BK Poultry in Neede overgenomen en in 2007 nam Perdigão Plusfood over. Het Braziliaanse vleesbedrijf Marfig heeft in 2008 een aantal bedrijven van de OSI Group overgenomen, waaronder enkele in Europa (hiertoe behoort ook de Nederlandse diepvriesproductenmaker Albert van Zoonen). Grampian is in 2008 zoals genoemd overgenomen door Vion, maar

het leek erop dat ook de Braziliaanse bedrijven Sadia en Perdigão dit bedrijf hiervoor in het vizier hadden. Tot slot, het Braziliaanse bedrijf JBS is in 2007 de grootste vleesverwerker ter wereld geworden door de overname van de Amerikaanse vleesverwerker Swift & Co. Aldus wordt de wereldranglijst niet langer aangevoerd door een Amerikaan, maar een Braziliaan.

4.2.2 Nederland

In Nederland worden jaarlijks ongeveer 14 miljoen varkens geslacht. Dit huidige aantal ligt fors lager dan het aantal slachtingen eind jaren negentig, zie figuur 4.1. De daling die Nederland kenmerkte in de periode 2000-2004 is gerelateerd aan de destijds door het ministerie van LNV ingestelde opkoopregeling. Sinds die periode is het aantal slachtingen niet meer enorm toegenomen. Nederland en zijn varkenshouders hebben sindsdien hun bakens verlegd, en de focus gelegd op de opfok en export van levende dieren. Aldus slacht Nederland niet al haar varkens meer binnen de landsgrenzen: veel dieren worden levend geëxporteerd, voornamelijk naar Duitsland (zie De Winter et al., 2008). Nederland vormt, samen met Denemarken, als het ware de kraamkamer van Duitsland.



Na enkele saneringsslagen zijn de Nederlandse slachterijen beduidend groter geworden en qua aantal in de loop der tijd sterk afgenomen.¹ In 1990 kende Nederland 44 slachterijen, in 2007 staan er nog 19 slachterijen genoteerd. In 15 daarvan worden jaarlijks meer dan 100.000 varkens geslacht, zie figuur 4.2. Het merendeel hiervan maakt onderdeel uit van Vion - met afstand de grootste varkensvleesverwerker en -slachter in Nederland. Een aparte tak binnen de varkensvleesindustrie is bacon, een relevante (export)markt voor Nederland. In 2007 telde Nederland negen baconproducerende bedrijven (PVE, 2008). De uitvoer van bacon nam in 2007 licht toe (+3%). Bijna alle exportbacon gaat naar het Verenigd Koninkrijk.

Figuur 4.2 Varkensslachterijen (>100.000 slachtingen) in Nederland



Bron: PVE (2008).

Vion is door een reeks van overnames geworden tot het vleesconcern dat het nu is. Het heeft een substantieel marktaandeel op de Europese vleesmarkt

¹ Slachterijen met meer dan 25.000 slachtingen per jaar.

(8%, CLITRAVI) en is de nummer drie van de wereld. Vion wil echter niet enkel actief zijn in de vleesindustrie en streeft ook naar een top-3-positie op de Europese markt voor gemakvoeding. Hiertoe heeft het onder andere Oerlemans Foods, een producent van diepvriesgroenten, ingelijfd. Vion opereert internationaal en haalt een aanzienlijk deel van haar omzet dan ook uit het buitenland.

In Nederland zijn de relaties tussen de varkenshouders en de afnemers van de varkens relatief los blijkt uit onderzoek - ook in vergelijking met die tussen primaire producenten en hun afnemers in andere Nederlandse ketens, zoals bijvoorbeeld vleeskuikens. Baltussen et al. (2008) concluderen dat in de periode 2003 tot 2005 per varkenshouder het aantal afnemers vermindert naar gemiddeld 1,5 afnemer per bedrijf. Andere bevindingen zijn dat vooral het aantal vleesvarkenshouders met drie of meer afnemers sterk daalde en dat grotere Nederlandse bedrijven vaak meerdere relaties hebben. Maar ook als bedrijven meerdere afnemers hebben, is er meestal één afnemer die het leeuwendeel van de afname voor zijn rekening neemt (tabel 4.2).

Tabel 4.2 Aantal vleesvarkensbedrijven (in %) en jaarlijkse omzet vleesvarkens (in %) voor bedrijven met een omzet vleesvarkens groter dan 50.000 euro naar aantal afnemers in 2003 en 2005				
Aantal afnemers	Bedrijven (%)		Totale omzet (%)	
	2003	2005	2003	2005
1	50	61	47	58
2	32	29	41	28
3 of meer	18	10	12	13

Bron: LEI, Informatienet.

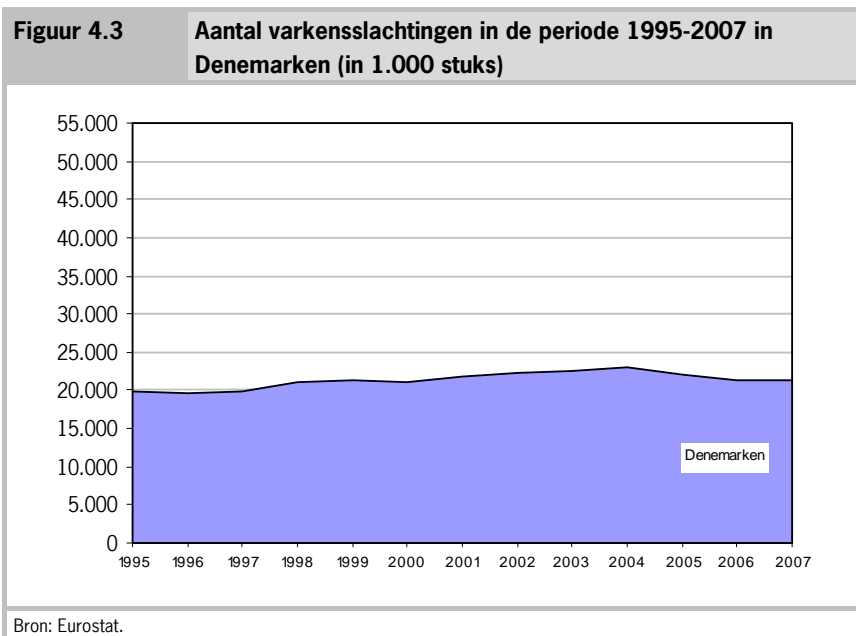
De Nederlandse slachterijen zijn steeds meer voorwaarts geïntegreerd. Tot in de jaren negentig speelden zelfstandige grossiers, uitsnijders en de vleeswarenindustrie nog een grote rol in Nederland, vooral met betrekking tot het toevoegen van waarde aan het product. De slachterijen hebben echter de rol en marges van de grossiers en verwerkers grotendeels overgenomen (Bondt et al., 2003). Mede vanwege kostenbeheersing en efficiency is er tegenwoordig vaak sprake van een vergaande vorm van integratie waarbij de slachterij, uitsnijderij, vleesverwerking en de groothandelsfunctie geïntegreerd zijn (ABN, 2008).

De Nederlandse vleeswarenssector wordt gevormd door circa 100 bedrijven (PVE). Dit zijn enkele grotere bedrijven en gespecialiseerde, ambachtelijke bedrijven met een kleinere en regionale functie (veelal familiebedrijven). De grootste bedrijven in Nederland (Zwanenberg, Stegeman en Compaxo) maken samen

circa de helft van de markt uit. Het belangrijkste aankoopkanaal zijn de supermarkten, bijna alle omzet wordt hier gerealiseerd (90%). Daarnaast wordt 90% van alle vleeswaren in Nederland verkocht onder het huismerk van een supermarkt. Dit maakt dat supermarkten een stevige markt- dan wel inkooppositie hebben. De middellange termijn vooruitzichten zijn niet overwegend positief: geschat wordt dat in 2015 eenderde van het huidige aantal bedrijven in de snack- en vleeswarenverwerkende sector niet meer bestaat (Rabobank, 2007).

4.2.3 Denemarken

Het topjaar voor de Deense vleesindustrie was 2004 met bijna 23 miljoen slachtingen, zie figuur 4.3. Dit aantal is gedaald tot ruim 21 miljoen geslachte varkens in 2007. De laatste paar jaren neemt het aantal slachtingen af. Van alle landen in deze Concurrentiemonitor laat alleen Denemarken in de laatste jaren (2005-2007) een structurele daling zien. De Denen exporteren, net als de Nederlanders, veel levende dieren naar Duitsland (De Winter et al., 2008 en 2009).



De Deense vleesindustrie wordt gedomineerd door één bedrijf: Danish Crown. Dit concern is in zijn eentje verantwoordelijk voor meer dan 90% van alle slachtingen in Denemarken. Bovendien is het Deense marktaandeel groot in Europa (10%, CLITRAVI) en is Danish Crown de tweede grootste slachter in de wereld. Daarnaast kent Denemarken nog een klein aantal andere spelers, waaronder het Tican. Danish Crown en Tican zijn geen private ondernemingen, maar coöperaties. Deze coöperatieve structuur met bijbehorende leverplicht voor de leden is typisch voor Denemarken.

Danish Crown heeft zich al in een vroeg stadium op de exportmarkt van vlees gericht en haalt een aanzienlijk deel van haar omzet uit het buitenland, waaronder - het doorgaans lucratieve - Japan.

Het karakteristieke van Denemarken is, zoals al eerder genoemd, de leveringsplicht die de varkenshouders/leden hebben. Hierdoor is er sprake van een relatief vaste relatie tussen varkenshouder en coöperatie. Dit is niet helemaal zonder reden. De relatie met varkenshouders is van cruciaal belang voor het goed verlopen van het operationele proces van de slachterijen. De leverplicht, en de afnameplicht van de slachterijen, stelt Deense slachterijen in staat de slachtcapaciteit voor weken in te plannen.

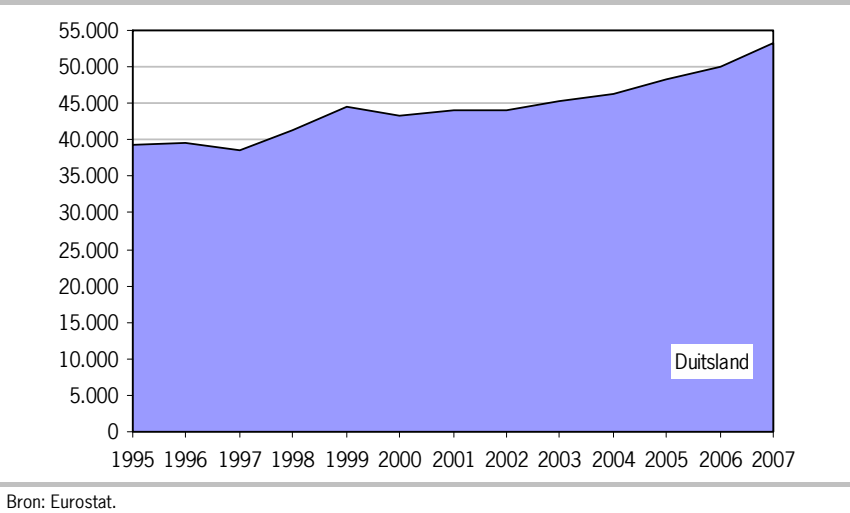
In Denemarken vindt de productie van vleeswaren nagenoeg op industriële wijze plaats. Danish Crown heeft een aanzienlijk aandeel in de productie van vleeswaren (PVE, 2003) en dochterondernemingen van Danish Crown zijn marktleider, zoals bijvoorbeeld het Britse Tulip Food Ltd. Dat vertegenwoordigt een belangrijk aankoopkanaal voor Deense varkensvlees. Net zoals in Nederland is ook de Deense vleeswarenindustrie relatief sterk gericht op de productie van bacon.

4.2.4 Duitsland

Duitsland is één van de landen met de meeste varkens per land, en wordt gekarakteriseerd door een toenemende zelfvoorzieningsgraad. In Duitsland worden dan ook steeds meer varkens geslacht¹, vooral sinds het einde van de jaren negentig. In 2007 werden er ruim 53 miljoen varkens geslacht, en de verwachting is dat de groei doorzet.

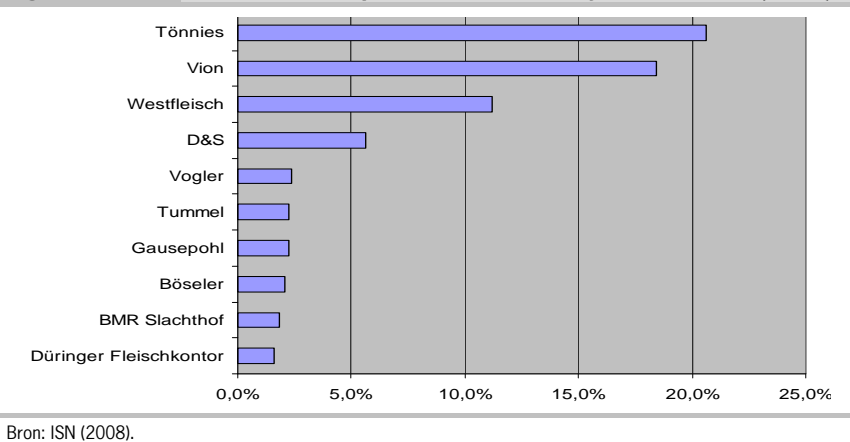
¹ Dit zijn niet alleen Duitse varkens, hiervoor worden ook levende dieren geïmporteerd (uit bijvoorbeeld Nederland en Denemarken).

Figuur 4.4 Aantal varkensslachtingen in de periode 1995-2007 in Duitsland (in 1.000 stuks)



Desondanks kent Duitsland nog steeds veel relatief kleine regiogebonden bedrijven die zich bezighouden met het slachten en verwerken van varkens. Enkele grote bedrijven voeren de markt aan. Deze beperkte groep van grote bedrijven, die meerdere slachthuizen bezitten, heeft wel ruim de helft van de markt in handen, zie figuur 4.5.

Figuur 4.5 Marktaandeel top 10 varkensslachterijen in Duitsland (2007)



Het grootste zelfstandige vleesconcern in Duitsland is Tönnies met een marktaandeel van ruim 20%. Net zoals andere grotere concerns slacht Tönnies niet alleen, maar verwerkt zij de varkens ook verder. Zo heeft Tönnies zich in de afgelopen jaren bijvoorbeeld ook sterk(er) gericht heeft op levering van voorverpakt vlees aan de food retail. Tönnies heeft ook een internationale oriëntatie en is actief buiten de landsgrenzen, waaronder Rusland en Nederland. De Russische markt is van toenemende betekenis. Tönnies heeft plannen om in Rusland een varkensslachterij bouwen (start: 2009).

Een tweede grote speler op de Duitse markt is het Nederlandse Vion (zie paragraaf 4.2.2). Dit maakt ook duidelijk dat de Duitse markt geen binnenlandse markt is, en dat bedrijven in een groter bereik opereren.

In Duitsland zijn de slachterijen maar in geringe mate betrokken bij de productie van vleeswaren met een aandeel van slechts 11% (PVE, 2003). Meer dan de helft van de Duitse vleeswarenproductie bestaat uit vleeswaren voor de koude consumptie (PVE, 2004).

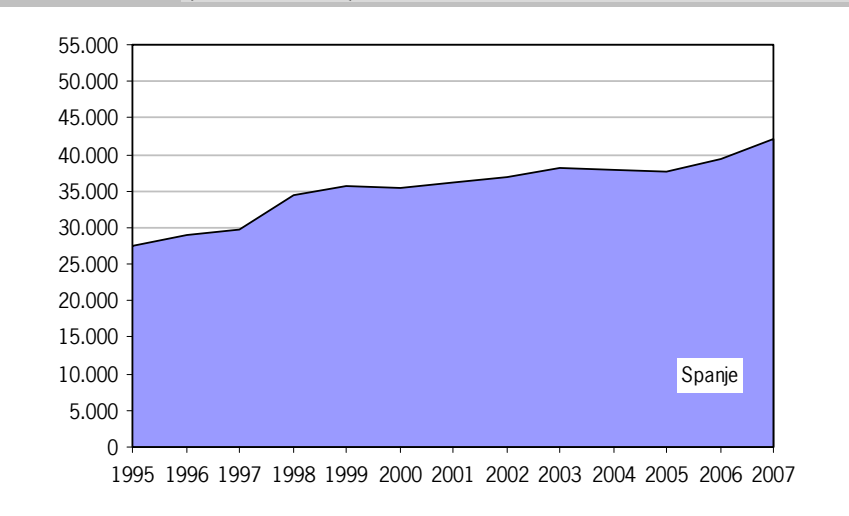
4.2.5 Spanje

Hoewel minder dan in Duitsland het geval is, is ook Spanje een land met veel varkens en een groeiende zelfvoorzieningsgraad. Het aantal slachtingen neemt in Spanje vooral de laatste jaren weer aanzienlijk toe, in 2007 bijvoorbeeld +7% tot een aantal van ruim 42 miljoen slachtingen, zie figuur 4.6.

Spanje kent nog een gefragmenteerde vleesindustrie met veel slachterijen. De grootste tien slachterijen zijn verantwoordelijk voor nog geen derde van het totaal aantal slachtingen (30% in 2006, LNV). Een klein deel van deze slachterijen is in overheidseigendom en het andere, overgrote deel (circa 86%) is dat niet en behoort tot ketens of is in particuliere handen.

Campofrío is het grootste vleesbedrijf van Spanje en wil de grootste speler op de markt zijn. In 2008 heeft het zijn activiteiten verder samengevoegd met de Europese tak van Smithfield, Groupe Smithfield. Hiermee is een worst- en vleeswarenfabrikant van formaat ontstaan met vestigingen onder andere in Nederland (Groupe Smithfield is onder andere het moederbedrijf van het Nederlandse Stegeman).

Figuur 4.6 Aantal varkensslachtingen in de periode 1995-2007 in Spanje (in 1.000 stuks)



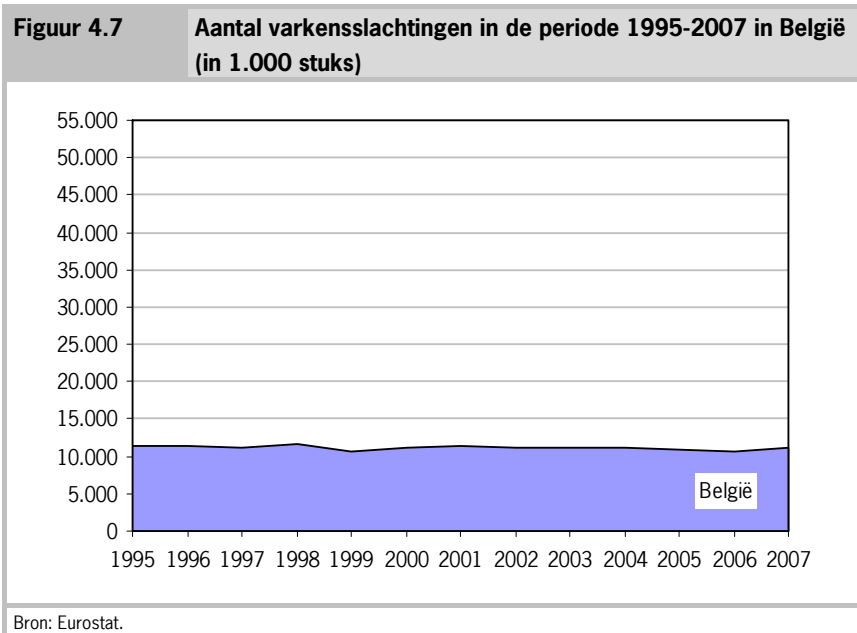
Bron: Eurostat.

In tegenstelling tot bijvoorbeeld Nederland is de relatie tussen de Spaanse varkenshouder en zijn afnemer doorgaans redelijk vast te noemen. In Spanje is namelijk een vorm van verticale integratie redelijk gangbaar, wat past in de bedrijfsfilosofie van het Amerikaanse Smithfield. Veel varkenshouders houden varkens op contract en ontvangen hier een vergoeding voor. Niet alle varkenshouders zijn evenwel op deze wijze georganiseerd. Een kleiner deel van de Spaanse productie, 20%, verloopt niet via een dergelijk systeem van vaste contracten (ISN, 2003).

In Spanje hebben de grote slachterijen aanzienlijke aandelen in de productie van vleeswaren (PVE, 2003). De Spaanse verwerkende industrie opereert meestal nog regionaal. Dit sluit aan bij de Spaanse consument die van specifieke regionale merken en smaken houdt (LNV, 2006). Spanje kent een relatief hoog verbruik van traditionele vleeswaren. Ruim driekwart van de vleeswarenconsumptie is bestemd voor koude consumptie, waarvan bijna de helft bestaat uit gedroogde producten (PVE, 2004).

4.2.6 België

Van alle geselecteerde landen heeft België het kleinste aantal slachtingen. Het aantal schommelt rond de 11 miljoen slachtingen op jaarbasis, zie figuur 4.7. De afgelopen 12 jaar is dit nauwelijks veranderd en de verwachting is dat dit aantal de komende jaren gelijk zal blijven.



In 2006 kende België ruim 50 slachterijen (varkens en runderen) die op de markt actief zijn. Samen maken zij deel uit van een sector met relatief veel, kleinere spelers. De sector is dan ook te typeren als fragmentarisch. In 2008 had bijvoorbeeld geen enkele slachterij een grotere positie in de markt dan 8% (VLAM, 2007). Verwacht wordt dat het concentratieproces in België de komende jaren zal plaatsvinden en dat niet alle slachterijen een toekomst hebben. In 2016 wordt het totaal aantal slachterijen geschat op 25 (FEBEV).

Net als in Spanje is ook in België de bemoeienis van de overheid in de slachterijsector zichtbaar. Historisch gezien waren slachterijen deels in eigendom van de overheid, en in sommige gemeenten is hier nog steeds sprake van. Veel slachterijen van nu worden gekenmerkt door een familiaal karakter. Dit is ook

een verklaring waarom de schaalvergroting in België minder snel verloopt dan bijvoorbeeld in Nederland.

4.3 Conclusie

In de EU-15 zijn in 2007 212,6 miljoen varkens geslacht. Grosso modo neemt het aantal slachtingen jaarlijks licht toe, maar niet in Nederland. Nederland heeft zijn activiteiten verlegd en focust zich meer op de export van levende varkens. Duitsland en Spanje, de landen met de meeste dieren binnen Europa, slachten jaarlijks de grootste aantallen varkens.

De Europese slachterijen tellen mee in de wereld. Danish Crown uit Denemarken en het Nederlandse Vion behoren tot de top drie van de wereld, het Duitse Tönnies staat eveneens in de top tien. De handel in varkensvlees speelt zich op Europees niveau af met een internationaal speelveld in het verschiet. Buitenlandse inmenging is genaderd, uit de Verenigde Staten, China en Brazilië, en dit proces lijkt onomkeerbaar. De Europese vleesindustrie is en blijft in beweging. Het Amerikaanse Smithfield heeft vestigingen in Oost-Europa, en ook de Brazilianen lijken hun opwachting te maken. Dit ondersteunt het idee dat het niet zozeer meer om landen gaat, maar om bedrijven (en regio's).

De vleesindustrie staat niet stil. Schaalvergroting en consolidatie hebben met name in de vleesindustrieën van Denemarken en Nederland plaatsgevonden. In Duitsland, maar vooral Spanje en België is sprake van een meer gefragmenteerde sector, waar de consolidatie en schaalvergroting in de komende jaren gaan plaatsvinden.

5 Afzetmarkten

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de afzetmarkten en ontwikkelingen hierin beschreven op de Nederlandse thuismarkt en de belangrijkste exportlanden. Achtereenvolgens wordt de situatie geschetst in Nederland (paragraaf 5.2), het Verenigd Koninkrijk (paragraaf 5.3), Italië (paragraaf 5.4) en Duitsland (paragraaf 5.5). Hierbij wordt ingegaan op zowel de consumententrends met betrekking tot de consumptie van varkensvlees als de aankoopkanalen. Gegevens hierover van de diverse landen zijn echter niet overvloedig aanwezig. Veelal is daarom de analyse gebaseerd op literatuuronderzoek en raadpleging van deskundigen. Het hoofdstuk sluit af met enkele conclusies in paragraaf 5.6. Tot slot, vleesconsumptie is de hoeveelheid die daadwerkelijk in de vorm van vlees en vleeswaren door personen gegeten wordt. Dit bedraagt ongeveer de helft van wat beschikbaar is voor gebruik.

In het algemeen blijkt dat de Europese consument in de loop der tijd steeds meer euro's aan voeding besteedt, circa 400 euro meer in 2006 dan in 1995 (tabel 5.1). Het relatieve aandeel dat voeding inneemt in het totale uitgavenpatroon van de Europese consument (EU-27) is evenwel afgenomen van circa 13% in 1995 tot ruim 11% in 2006. Dit aandeel ligt gemiddeld hoger bij de Oost-Europeanen (bijvoorbeeld Polen met bijna 20%) gevolgd door de Zuid-Europese bevolking (bijvoorbeeld Frankrijk met ruim 12%). In de noordelijke Europese lidstaten wordt relatief het minst aan voeding besteed, in Nederland bijvoorbeeld 10%.

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU-27	1.100	1.300	1.400	1.400	1.400	1.400	1.500	1.500
EU-25	1.200	1.400	1.400	1.500	1.500	1.500	1.500	1.600
EU-15	1.300	1.500	1.600	1.600	1.600	1.600	1.700	1.700

Bron: Eurostat.

De vooruitzichten voor de consumptie van varkensvlees zijn positief. Naar verwachting blijft varkensvlees één van de meest favoriete vleessoorten. In te-

genstelling tot de Nederlandse consumenten, is de Europese consument in de loop de jaren steeds meer varkensvlees gaan eten. Deze trend zet zich door. Schattingen van de EU geven aan dat in 2014 de gemiddelde consument in de EU-27 4% meer varkensvlees per persoon consumeert dan in 2005 het geval was. De toename zal het grootst zijn in de lidstaten die zich als laatste bij de EU aangesloten hebben. In Roemenië en Bulgarije neemt de consumptie toe met 3,8 kg/capita en in de lidstaten die zich per 2004 aangesloten hebben (EU-10) met 2,6 kg/capita. In EU-15 neemt de consumptie per capita toe met 1,1 kg voorspelt de EU (EU, 2007).

In de volgende paragrafen worden de verschillende afzetmarkten voor varkensvlees toegelicht.

5.2 Thuismarkt Nederland

5.2.1 Consumenten

Op 1 januari 2007 telde Nederland 16,4 miljoen inwoners. Naar verwachting blijft dit inwoneraantal groeien, ondanks de toenemende vergrijzing. In 2015 wordt het inwoneraantal op 17 miljoen geschat, waarvan 27% ouder dan 65 jaar. In 2050 is het aantal inwoners gegroeid met 6% tot 17,4 miljoen. Het aandeel inwoners ouder dan 65 jaar is dan toegenomen tot ruim 45% en loopt op richting de helft van de Nederlandse bevolking.

Uit tabel 5.2 blijkt dat Nederlanders de laatste jaren een relatief kleiner deel van hun budget aan voedingsmiddelen besteden. De verschillen zijn minimaal en fluctueren licht. In 2006 maken voedingsuitgaven 10% uit van de totale bestedingen, een aandeel dat lager ligt dan het Europees gemiddelde.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Nederland	12,6	11,8	10,2	10,2	10,3	10,3	10,1	9,8	10

Bron: Eurostat.

Een deel van de voedingsuitgaven wordt besteed aan vlees en vleeswaren. In de loop der tijd eten Nederlanders steeds minder vlees, waaronder ook varkensvlees (zie tabel 5.3). Het totale vleesverbruik is in 2007 nagenoeg gelijk

gebleven met 84,4 kg in totaal per persoon. De fluctuaties in de verschillende soorten vlees ontstaan mede door negatieve incidenten of berichtgeving hierover (zoals BSE, MKZ, varkenspest of vogelgriep). Voor Nederlanders is varkensvlees de belangrijkste vleessoort en vormt dit bijna de helft van de totale vleesconsumptie. De tendens is wel dat de consumptie van varkensvlees licht daalt, terwijl de consumptie van rundvlees constant blijft en die van gevogelte en vis licht stijgt.

Tabel 5.3	Consumptie per capita in Nederland (kg)					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal	86,6	86,7	85,6	85,9	85,6	84,5
<i>Waarvan</i>						
Rund	19	19,3	19,2	19,1	19,1	19,1
Varken	42,6	42,5	42,5	42,1	41,9	41,4
Gevogelte	22,2	22,6	18,6	21,9	22,1	21,7

Bron: ZMP.

Het verbruik van varkensvlees in Nederland bestaat vooral uit onverwerkt (naturel) varkensvlees zoals bijvoorbeeld karbonades of hamlappen ten behoeve van de warme maaltijd. Vleeswaren worden vooral tijdens het ontbijt en de lunch geconsumeerd en in het algemeen voorgesneden aangekocht. In 2007 is door een gelijkblijvend aantal huishoudens iets minder vleeswaren gekocht: het verbruik per huishouden is dus iets afgenomen.

Nederlandse consumenten laten zich bij hun aankopen leiden door trends als Gezondheid, Genieten, Gemak, Goedkoop en Goed gedrag (EFMI). Dierenwelzijn en milieuvriendelijk gedrag zijn thema's die aan belangstelling winnen. Deze maatschappelijke aspecten vormen echter op het moment van handelen niet de aankoopredenen, dat zijn toch nog vooral de meer klassiekers als prijs en smaak (Tacken et al., 2007). Gemak en gezondheid gaan daarnaast een steeds grotere rol spelen. Vanwege de bezorgdheid voor hart- en vaatziekten is er de laatste decennia in Nederland een groeiende voorkeur voor mager vlees (Hoste et al., 2004).

5.2.2 Aankoopkanalen

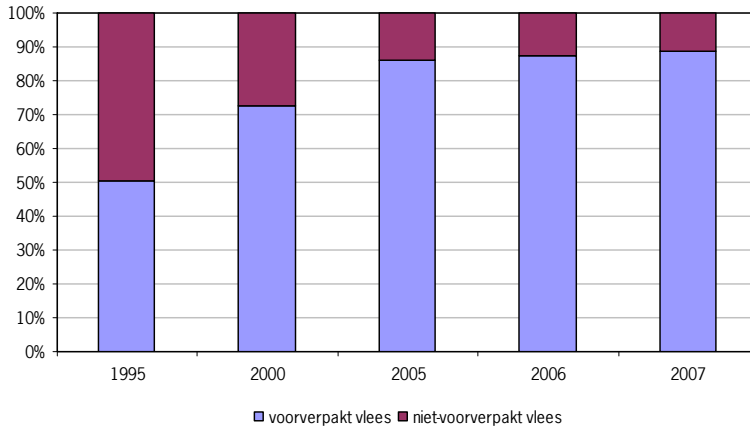
In Nederland verdwijnt de slager uit het straatbeeld, omdat vlees steeds vaker in de supermarkt wordt gekocht (figuur 5.4). Supermarkten zijn het belangrijkste kanaal geworden voor de aankoop van vleesproducten. Dat geldt voor varkens-

vlees, rundvlees, pluimveevlees, vleeswaren en conserven (HDB). Van al het vlees vond meer dan de helft zijn weg via het supermarktkanaal (56% in 2007). Voor vleeswaren geldt dit nog sterker: 78% van de vleeswaren in 2007 werd verkocht in de supermarkt (tabel 5.4).

Tabel 5.4	Aankoopkanalen vlees en vleeswaren (%)									
	Aankoopkanalen vlees					Aankoopkanalen vleeswaren				
	1995	2000	2005	2006	2007	1995	2000	2005	2006	2007
Supermarkten	48	50	55	55	56	70	74	78	78	78
Buithuishoudelijke markt	32	35	36	36	36	12	13	13	13	14
Slagers	16	11	6	6	6	13	9	6	6	3
Overige	4	4	3	3	2	5	4	3	3	5
Bron: PVE.										

Het Nederlandse retaillandschap wordt gekenmerkt door full service supermarkten en discounters. Op termijn is er ruimte voor nog een derde vorm voorspeld het EFMI (2007): het premiumsegment. Het aantal supermarkten in Nederland neemt af door consolidatie en schaalvergroting. Veruit de grootste retail- of inkooporganisaties zijn AH en Superunie. Deze organisaties zijn van vergelijkbaar formaat wat betreft marktaandeel (circa 27%), maar verschillen in het aantal formules. Albert Heijn kent één winkelformule, terwijl Superunie een groot aantal leden kent (waaronder: Plus en Nettorama). Andere substantiële retailers in Nederland zijn daarnaast TSN (C1000) en Super de Boer. Ook de Duitse discounters Aldi en Lidl hebben in de afgelopen jaren hun opmars in Nederland gemaakt en winnen marktaandeel. Gezamenlijk hebben zij een marktaandeel van bijna 15%.

Uit figuur 5.1 blijkt een forse toename van het aandeel voorverpakte vlees in de huishoudelijke markt. In 1995 werd de helft van het vlees voorverpakt verkocht, en tien jaar later is dit aandeel toegenomen tot ruim 86%. In 2007 ging bijna 89% van al het vlees in voorverpakte vorm over de toonbank.

Figuur 5.1**Verhouding voorverpakt en niet voorverpakt vlees in de huishoudelijke markt**

Bron: PVE.

5.3 Verenigd Koninkrijk

5.3.1 Consumenten

Op 1 januari 2007 telde het Verenigd Koninkrijk 60,8 miljoen inwoners. Geschat wordt dat het aantal inwoners in het Verenigd Koninkrijk blijft toenemen, tot 64,3 miljoen in 2050 (+6%). Zoals in alle West-Europese landen is ook in het VK de bevolking aan het vergrijzen. In 2006 waren 9,7 miljoen Britten 65 jaar of ouder. Dit is een toename van 31% over de afgelopen 25 jaar. De verwachting is dat dit aandeel verder zal toenemen en in 2050 zal ruim 40% van de bevolking ouder dan 65 jaar zijn.

Van alle Europeanen geven de Britten relatief gezien weinig uit aan hun voeding. Zij besteden hier ruim minder dan de gemiddelde Europeaan aan met circa 8% van de totale consumentenuitgaven. Het aandeel vlees binnen voeding is in de periode 2004-2008 gedaald met ongeveer 1% tot circa 23% van het totale voedingsbudget (Euromonitor).

Tabel 5.5 Aandeel voeding in totale consumentenuitgaven in het Verenigd Koninkrijk (%)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
VK	11,2	10	8,7	8,4	8,2	8	7,9		

Bron: Eurostat.

De jaarlijkse vleesconsumptie groeide tot 2004. Sindsdien is sprake van een stabilisatie. Ruim een derde hiervan is gevogelte en aldus de belangrijkste vleessoort in het Verenigd Koninkrijk. Hoewel varkensvlees bijna 30% van de vleesconsumptie uitmaakt consumeren de Britten in vergelijking met de Nederlanders, Italianen en Duitsers weinig varkensvlees. De Britse afzetmarkt is een typische markt die wordt gekarakteriseerd door het traditioneel Britse product: bacon. Het ontbijt is nog steeds de belangrijkste maaltijd waarbij bacon gebruikt wordt. Bacon wordt meer door mannen gegeten (PVE, 2004).

Tabel 5.6 Consumptie per capita in Verenigd Koninkrijk (kg)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal	82,6	85,2	84,8	86,6	86	85,2
<i>Waarvan</i>						
Rund	18,6	20,3	20,7	20,3	20	19,1
Varken	25,1	25,6	24,9	25,1	25,2	24,6
Gevogelte	28,9	28,8	27	30,2	30,1	30

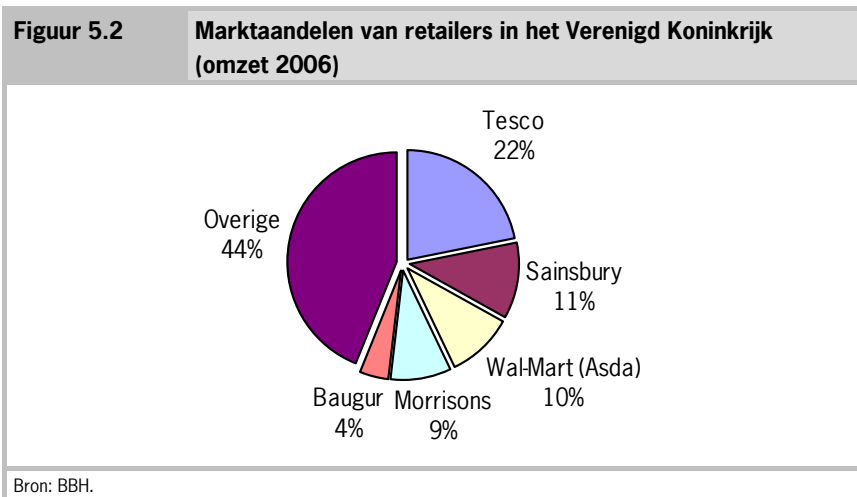
Bron: ZMP.

Gemak is een groeiende trend in Europa. In het Verenigd Koninkrijk was dit al relatief snel een belangrijke trend en is de vraag naar gemakspullen ver(der) ontwikkeld. De vraag naar gezondheidsbewuste producten groeit ook sterk in het Verenigd Koninkrijk, onder ander door de voedselaffaires van de afgelopen jaren (met name BSE) (Meeusen en Hoste, 2002). Gezondheid is nu één van de belangrijkste trends in Engeland.

5.3.3 Aankoopkanalen

De Britse markt wordt gedomineerd door grote ketens. De verkoop van voedingsmiddelen vindt voornamelijk plaats via de grote supermarkten. Uit figuur 5.2 blijkt dat de drie grootste retailers ruim 40% van de markt in handen hebben. De Duitse discounters zijn niet in de top vertegenwoordigd, maar Aldi heeft

laten weten dat ze ook in het Verenigd Koninkrijk een relevante speler wil worden. Speciaalzaken vormen nog een belangrijk aankoopkanaal, maar de retailketens krijgen ten opzichte van de kleine specialist een steeds groter marktaandeel.



Varkensvlees van Britse bodem wint aan betekenis. Zo heeft supermarktketen Waitrose onlangs aangegeven dat het alleen nog bacon uit eigen land zal gaan aanbieden.¹ Naar eigen zeggen wil Waitrose op deze manier voorkomen dat de Britse varkenssector ten onder gaat door de concurrentie uit het buitenland. Veel Britse supers kopen Nederlands en Deens varkensvlees in de vorm van bacon aan.

5.4 Italië

5.4.1 Consumenten

Op 1 januari 2007 telde Italië 59,1 miljoen inwoners, en bijna de helft hiervan (45%) woont in het noorden. Als gevolg van het lage geboortecijfer tekent zich in sterke mate een vergrijzing af in het land. De verwachting is dat in 2040 meer dan de helft van de bevolking ouder dan 65 jaar zal zijn (54%). Op termijn

¹ Op dit moment komt al het verse varkensvlees en 90% van de bacon bij Waitrose overigens al uit het Verenigd Koninkrijk.

wordt dan ook een daling van de Italiaanse bevolking verwacht. In 2050 zullen er 11% minder inwoners zijn (52,7 miljoen) dan in 2007 volgens Eurostat.

Italianen besteden relatief veel aan voeding. Met een aandeel van circa 14% van de consumentenuitgaven (zie tabel 5.7) is dit aandeel hoger dan het Europees gemiddelde. Dit wordt mede veroorzaakt door de cultuur waarin eten een belangrijke plaats inneemt.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Italië	17,6	15,6	14	13,9	13,9	14	13,9	13,8	13,7

Bron: Eurostat.

De Italianen eten relatief veel vlees, namelijk 89,1 kg per persoon in 2006. Hoewel de totale vleesconsumptie in 2006 is afgenomen ten opzichte van een jaar eerder (-1%), is het verbruik van varkensvlees per capita juist toegenomen (+1%). Dit is vooral ten koste gegaan van het aantal kilogrammen gevogelte (als gevolg van een AI-uitbraak). Italianen eten veel varkensvlees, vooral in de vorm van (rauwe) hammen.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal	90,5	93	94,9	92,2	89,7	89,1
<i>Waarvan</i>						
Rund	22,7	24,7	24,7	24,3	24,2	24,3
Varken	37,9	38,6	39,4	38,5	37,3	37,8
Gevogelte	18,3	18,3	18,2	18,3	17,3	16

Bron: ZMP.

Italië staat bekend om zijn goede keuken en de lange culinaire traditie. Hierin zijn regionale verschillen te onderscheiden (EVD). Italianen hechten veel waarde aan eten en de herkomst ervan. Italië heeft sterk ingezet op producten met een beschermde oorsprongsbenaming, zoals parmaham. In de EU zijn inmiddels zo'n 75 vleeswaren met een oorsprongsbenaming in omloop; 27 daarvan zijn afkomstig uit Italië. Voor deze Italiaanse producten moet ook de grondstof in de meeste gevallen uit Italië afkomstig zijn.

5.4.2 Aankoopkanalen

De Italiaanse economie kent twee uitersten, het industriële noorden en het agrarische zuiden. De detailhandel vormt hier een afspiegeling van met in het noorden een hogere concentratie van grote winkelketens dan in het zuiden van het land. De grootschalige verkoop steeg tussen 2000 en 2006 met 19,2%, terwijl de 'gewone' detailhandel slechts steeg met 2%. Het marktaandeel van de grootschalige verkoop bedroeg 42% in 2004. In de foodsector groeit de verkoop bij grote winkelketens, vooral in het noorden en midden van Italië. In het zuiden zijn de Italianen traditioneler ingesteld en wordt er vaker ingekocht kleinere, speciaalzaken of familiebedrijven zoals bijvoorbeeld de slager.

De wet van Bersani (1998) maakt de vestiging van supermarkten en hypermarkten eenvoudiger. Deze ontwikkeling heeft ook buitenlandse retailers aange trokken, hoewel hun aantal nog gering is. Carrefour is hiervan de grootste, de belangrijkste lokale retailer is Coop. Naast deze twee bedrijven wordt de top 5 van retailers gevormd door Auchan, Esselunga en Metro. Gezamenlijk hebben zij meer dan de helft van de markt in handen met een marktaandeel van 55%.

Zoals eerder genoemd zijn Italianen gevoelig voor herkomst van producten. Daardoor liggen er ook relatief weinig typisch buitenlandse producten in de schappen vergeleken met bijvoorbeeld Nederland. Ook het aanbod van bijvoorbeeld buitenlandse restaurants is veel beperkter. Dit kan veroorzaakt worden door de neiging van de gemiddelde Italiaan om vast te houden aan lokale culinaire tradities.

5.5 Duitsland

5.5.1 Consumenten

Op 1 januari 2007 telde Duitsland 82,3 inwoners. Het inwoneraantal is de laatste jaren min of meer stabiel tot licht dalend en deze trend zet voort: voor 2050 schat Eurostat het inwoneraantal op minder dan 75 miljoen (-11% ten opzichte van 2007). In Duitsland is de bevolking aan het vergrijzen, onder meer door de langere levensverwachting en de daling van het aantal geboortes. In 2035 zal meer dan helft van de mensen een leeftijd van boven de 65 jaar hebben. Dit zal leiden tot een versnelde bevolkingsafname. Ondanks de dalende bevolkingsgroei neemt het aantal huishoudens wel toe, vooral door de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens (EVD).

Het relatieve aandeel dat voeding heeft binnen het uitgavenpatroon van de gemiddelde Duitse consument is relatief laag, en lager dan het Europees gemiddelde. In 2006 bedroeg dit aandeel 9,6% (zie tabel 5.9). De dalende trend lijkt zich door te zetten.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Duitsland		10,8	10	10,1	10,1	9,9	9,8	9,8	9,6

Bron: Eurostat.

In Duitsland wordt veel vlees gegeten, waar varkensvlees (ruim 60%) een zeer groot deel van uitmaakt. Duitsland behoort tot de top wat betreft varkensvleesconsumptie met circa 54 kg per persoon, tabel 5.10. De daling in de vleesconsumptie wordt in hoofdzaak veroorzaakt door een daling in het aantal kilogrammen gevogelte. De vooraanstaande plek die varkensvlees in het Duitse voedingspatroon inneemt, wordt veroorzaakt door de populariteit van de zogenaamde 'Wurstwaren', oftewel verwerkte vleesproducten zoals bijvoorbeeld worst, ham of pâtés. Er zijn in Duitsland ongeveer 1.500 verschillende Wurstwaren, waaronder vele regionale specialiteiten. Deze producten staan tijdens vrijwel elke broodmaaltijd op het menu en worden aan tafel gesneden en koud geconsumeerd (Vernooij, 2007).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal	87,9	88,2	89,5	88,3	87,1	86,1
<i>Waarvan</i>						
Rund	9,9	12	12,5	12,4	12,1	12,1
Varken	54	54	54,8	54	54	53,9
Gevogelte	18,2	17,2	17,6	17,7	17,5	16,7

Bron: ZMP.

De gemiddelde Duitse consument is prijsbewust. Mede door de achterblijvende economische ontwikkeling in vergelijking tot de andere OECD-landen, maar vooral door de forse prijsconcurrentie op de Duitse levensmiddelenmarkt als gevolg van de sterke en groeiende positie van discounters, is de Duitse consument sterk prijsgeoriënteerd. Over het algemeen is de Duitse consument

weinig vernieuwingsgezind; productinnovatie komt daarom ook later op gang in Duitsland (Meeusen en Hoste, 2002). De (Duitse) herkomst van de producten speelt eveneens een rol, hoewel minder bij jongere consumenten. Gemak en gezondheid zijn eveneens een trend, maar bijvoorbeeld nog lang niet in de mate zoals in het Verenigd Koninkrijk.

Het meeste vers vlees kopen Duitsers in de supermarkt, gevolgd door slagerijen, waarbij duidelijk is dat 50-plussers hier vaker komen om vlees te halen. *Fleisch von der Frischtecke* geniet de voorkeur van consumenten en bij het voorverpakte vlees spelen vooral visuele aspecten en de houdbaarheidsdatum een rol (Dialogo, 2007).

5.5.2 Aankoopkanalen

De detailhandel van Duitsland is groot en de Duitse levensmiddelenhandel heeft zich afwijkend ontwikkeld in vergelijking met de rest van Europa. Bijna alle grote spelers op de markt richten zich op het lagere segment en de discountzaken hebben zich op de Duitse markt zeer sterk ontwikkeld - veel sterker dan waar ook in Europa. De Duitse markt laat ook een duidelijke vraag naar kwaliteitsproducten zien. Aldus is er sprake van een tweedeling in de markt, waarvan verwacht wordt dat deze zich doorzet. Enerzijds blijft er sprake van een vraag naar goedkopere producten en anderzijds stijgt de vraag naar kwaliteitsproducten (Vernooij, 2007).

De verkoop van voedingsmiddelen vindt in Duitsland het meest plaats via hypermarkten en (discount)supermarkten. De top 5 bestaat uit Duitse bedrijven, zie tabel 5.11. De hoge notering van discounters is hier eveneens te zien. De top 5 heeft gezamenlijk een marktaandeel van 65% (2007). Desondanks vinden veel producten ook nog hun weg naar de klant via speciaalzaken. De retailers krijgen ten opzichte van deze kleine specialist wel een steeds groter marktaandeel.

In de verkoop van vlees hebben discounters een aandeel van 21% voor vers vlees en 45% voor vleesproducten (ZMP, 2006) Het aandeel van discount in de verkoop van vers vlees is relatief laag doordat discounters pas enkele jaren geleden hiermee begonnen zijn. Wel wordt verwacht dat dit aandeel de komende jaren verder zal toenemen, mede doordat steeds meer producten aan het assortiment zullen worden toegevoegd.

Tabel 5.11 Top 5 food retailers in Duitsland met omzet in euro's in mio

Positie	Bedrijf	Omzet in euro's voeding (2007)
1	Edeka-Gruppe	32.526
2	Rewe Group	23.070
3	Schwarz-Gruppe (onder andere Lidl)	20.326
4	Aldi-Gruppe	19.646
5	Metro Group	14.302

Bron: LEZ.

Opvallend bij de verkoop van vers vlees is het nog relatief grote aandeel van de zogenaamde *Metzgereien*. Dit zijn de traditionele slagerijen die de laatste jaren hun activiteiten hebben uitgebreid tot traiteur, lunchroom of de verkoop van meeneemmaaltijden. Hiermee spelen deze winkels in op de trend naar meer gemak (Vernooij, 2007).

Er heeft een verschuiving in de verkoop van vlees plaatsgevonden: van onverpakt naar voorverpakt. In 2000 werd in Duitsland nog ruim meer dan de helft (62%) van alle vleesproducten onverpakt verkocht. Zes jaar later is van een bijna omgekeerde situatie sprake: het aandeel voorverpakt is toegenomen tot 60%. Verwacht mag worden dat deze trend, ietwat afgezwakt, de komende jaren zal doorzetten. De groeiende populariteit van discounters heeft een zeer belangrijke rol gespeeld in de groei van de afzet van voorverpakt vlees in Duitsland. De verkoop van voorverpakt vlees in Duitsland is nog wel lager dan in Nederland.

5.6 Conclusie

In het algemeen blijkt dat de Europese consument in de loop der tijd steeds meer euro's aan eten besteedt. Daarentegen is het relatieve aandeel dat voeding inneemt in het totale uitgavenpatroon van de Europese consument afgenomen. Gemiddeld besteden Oost- en Zuid-Europeanen relatief meer aan voeding dan de consumenten in de Noordelijke en Westelijke lidstaten.

De bevolking in de relevante afzetlanden neemt nog steeds in omvang toe. Door een daling van het geboortecijfer en de toenemende vergrijzing komt deze trend evenwel onder druk te staan. De verwachting is dat Duitsland als eerste land in 2035 een bevolking zal hebben waarvan meer dan de helft ouder dan 65 jaar zal zijn. Andere Europese landen kennen dezelfde trend.

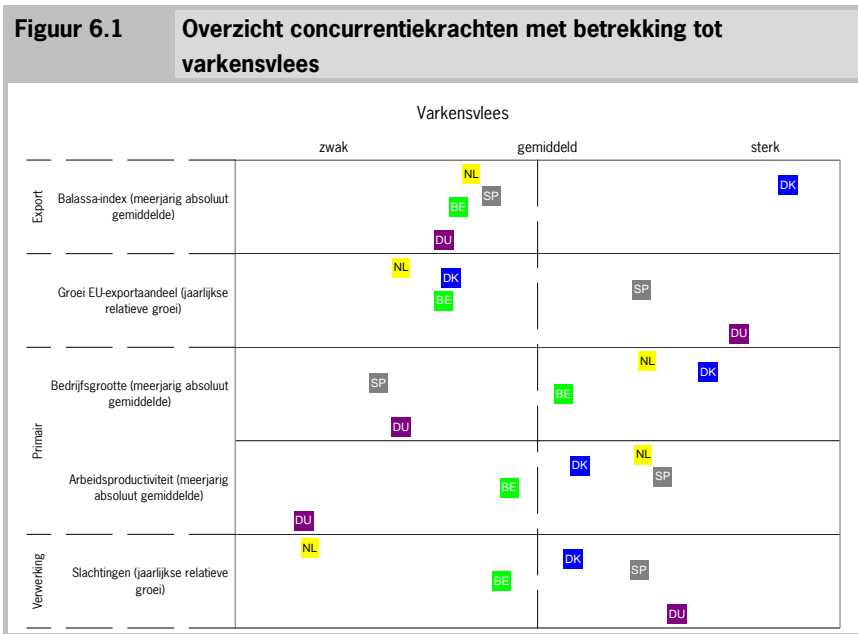
Consumenten eten graag varkensvlees en de vooruitzichten voor de consumptie van varkensvlees zijn positief. In meerdere landen is het de favoriete vleessoort, zeker bij de Duitsers. In tegenstelling tot de Nederlandse consumenten, is de Europese consument in de loop de jaren steeds meer varkensvlees gaan eten. Naar verwachting zet deze trend door, vooral in de nieuwe(re) lidstaten, en blijft varkensvlees één van de meest favoriete vleessoorten.

De belangrijkste consumententrends in de verschillende markten komen overeen: consumenten zijn gericht op prijs, gezondheid en gemak. Deze trends variëren in accenten, de Duitsers zijn bijvoorbeeld meer op prijs gericht en de Britten meer op gezondheid. Dat een stukje vlees lekker smaakt, spreekt daarbij voor zich en prijs en smaak zijn nog steeds de belangrijkste aankoopfactoren. Daarnaast wordt de consumptie van varkensvlees beïnvloedt door lokale of regionale specialiteiten en voorkeuren.

Uit de ontwikkelingen van de verschillende aankoopkanalen wordt duidelijk dat consumenten steeds meer (a) voorverpakt vlees en (b) in de supermarkt kopen. Deze twee ontwikkelingen hangen deels samen en versterken elkaar. Het tempo waarmee dit zich voltrekt verschilt wel per land. In Nederland bijvoorbeeld wordt bijna alles voorverpakt verkocht, terwijl in Italië de zuidelijke consument nog vaker bij de plaatselijke slager komt. Ook blijkt er sprake van concentratie in de retailsector te zijn. De top 5 retailers hebben in de onderzochte afzetmarkten circa de helft van de markt in handen. Dit resulteert in minder inkooppartijen die meer invloed (ver)krijgen.

6 Conclusie

Uit het onderzoek blijkt dat de handel door Nederland en haar concurrenten in varkensvlees veelal binnen de grenzen van Europa plaatsvindt. Intercontinentale handel komt nauwelijks voor. Figuur 6.1 geeft een overzicht van de concurrentiekracht van Nederland en haar concurrenten in het speelveld met betrekking tot varkensvlees.



Voor alle geselecteerde landen is de handel in varkensvlees van relatief groot belang. Voor Nederland, net zoals voor Spanje en in mindere mate België en Duitsland. De varkensvleesexport is voor één land in het bijzonder van groot belang: Denemarken. De Deense Balassa-index is enorm hoog en vertekent in de figuur daarmee het relatieve belang van de andere landen. Maar ook voor hen is de export van varkensvlees belangrijk met een Balassa-indexwaarde ruim groter dan 1.

De grotere afzetmarkten binnen de EU zijn het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Italië. Nederland is op al deze markten aanwezig en behoort tot de top drie

van de leveranciers. De Britse afzetmarkt is een typische markt die wordt gekarakteriseerd door het traditioneel Britse product: bacon. Denemarken en Nederland exporteren van oudsher relatief veel bacon. België voorziet goed in de typisch Duitse behoefte. Hoewel Nederland goed meedoet op de belangrijkste Europese markten wat betreft internationale handel is Denemarken vrijwel overall koploper. Echter, uit figuur 6.1 blijkt dat in termen van relatieve groei Spanje en Duitsland de lijst aan voeren. Dit komt door de toenemende zelfvoorzieningsgraad in die landen waardoor de exporten en exportoriëntatie van Spanje en Duitsland toenemen. Daarbij komt dat Duitsland sinds 2008 zelfvoorzienend is geworden.

De meeste varkens in de EU worden gehouden in Spanje en Duitsland. Daar bevinden zich ook de meeste bedrijven met varkens. Aan de andere kant zijn deze bedrijven gemiddeld genomen klein en presteren ze slecht. Uit de vergelijking van de primaire sector vallen twee andere landen op: Nederland en Denemarken. Beide landen kenmerken zich door grote gespecialiseerde primaire bedrijven met bijbehorende goede technische en economische resultaten. België is een mooie middenmoter en door de verbeterde resultaten in de Spaanse vleesvarkenstak valt Spanje positief op.

Dieren uit de primaire sector gaan soms levend de grens over, maar worden meestal binnen de eigen landsgrenzen geslacht en verwerkt tot vlees. In het algemeen neemt het aantal slachtingen jaarlijks licht toe. Dit geldt met name voor de landen met een toenemende zelfvoorzieningsgraad (Spanje en Duitsland), maar niet voor Nederland. Nederland heeft haar activiteiten verlegd en focust zich meer op het exporteren van levende varkens. Wel heeft Nederland met Vion een sterke troef in handen. Vion behoort tot de top drie varkensslachters van de wereld, net als het Deense Danish Crown, en slacht in Nederland en Duitsland. Europese slachterijen tellen mee in de wereld. Schaalvergroting en consolidatie hebben in deze sector het meest in Denemarken en Nederland plaatsgevonden, terwijl in Spanje en België nog veel meer sprake is van een gefragmenteerde sector.

De handel in varkensvlees speelt zich op Europees niveau af. Een meer internationaal speelveld ligt in het verschiet. Momenteel verhinderen de diegezonderheidssituatie, importheffingen en wisselkoersen nog de grootschalige entree van Braziliaans varkensvlees in Europa. De vleesindustrie globaliseert en rekt de grenzen van de markt op. Grote bedrijven zijn veelal in meerdere landen actief en sommige, zoals het Amerikaanse Smithfield, zelfs op meerder continenten.

Naar verwachting zet de groei van de varkensvleesconsumptie per capita door, vooral in de nieuwere EU-lidstaten. Varkensvlees blijft één van de meest favoriete vleessoorten. Consumenten in alle landen zijn gericht op prijs, gezond-

heid en gemak, terwijl prijs en smaak nog steeds de belangrijkste aankoopfactoren zijn. Consumenten kopen steeds meer (a) voorverpakt vlees en (b) in de supermarkt. Deze supermarktorganisaties worden steeds groter door concentratie en schaalvergroting en gaan ook meer Europees opereren. Hierdoor zijn/komen er minder inkooppartijen van varkensvlees die meer invloed (ver)krijgen.

Nederland heeft het voordeel van een sterke en concurrerende primaire sector en een sterke internationaal opererende vleesindustrie (Vion). De vooruitzichten voor de consumptie van varkensvlees die aanhaakt bij genoemde trends is goed te noemen, en het ondernemerschap dat de Nederlandse varkenshouder kenmerkt biedt hiertoe mogelijkheden. Concurrentie ondervindt Nederland op bijna alle afzetmarkten. Vooral van de nummer één Denemarken wordt deze gevoeld, maar ook Duitsland timmert steeds meer aan de weg.

Verwacht wordt dat de sterke Nederlandse concurrentiepositie door externe ontwikkelingen niet beïnvloedt zal worden. Hierop zijn twee uitzonderingen te noemen. Ten eerste loopt in 2013 de overgangstermijn voor wetgeving ten aanzien van dierenwelzijn en ammoniak af en dienen alle bedrijven in Nederland te voldoen aan de (nieuwe) eisen op deze gebieden. De internationale concurrentiepositie wordt hierdoor nadelig beïnvloed (zie ook Hoste en Puister, 2008). Een tweede uitzondering hierop vormen (politieke) handelsbelemmeringen die hun oorsprong vinden in besmettelijke dierziekten en handelsconflicten en/of WTO. Laatstgenoemde beperkingen zijn echter vrijwel onvoorspelbaar.

Literatuur en websites

ABN AMRO, *Focus op Agrifood*. Branchrapport 2008. Amsterdam, 2008.

Baltussen, W.H.M., K.H.M. van Bommel en G.B.C. Backus, 'Loyaliteit varkenshouders aan slachterij groeit'. In: *Agri-Monitor* 14 (2008) 1. LEI Wageningen UR, Den Haag.

Baltussen, W.H.M., R. Hoste, H.B. van der Veen, S. Bokma, P. Bens en H. Zeeuwster, *Economische gevolgen van bestaande wetgeving voor de Nederlandse varkenshouderij*. Rapport 2010-010. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2010.

Bont, C.J.A.M. de, N. Bondt, J. Bolhuis, J.F.M. Helming en J.H. Wisman, *Vleeskalveren en Hervorming Gemeenschappelijk Landbouwbeleid*. Rapport 6.03.09. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2003.

CLITRAVI, *Competitiveness of the Meat processing Industry*. Presentatie van Jan Heemskerk. Brussels, 2007.

Dialego, *Fleischeinkauf und -konsum*. Eine Befragung der Dialego AG. 2007.

DG Agri, *Outlook 2008-2017: Agricultural commodity Markets. A comparative analysis of projections published by OECD in collaboration with FAO, FAPRI en USDA*. Working Document. 2008.

EFMI, *EFMI Foodtrends*. 2004.

EFMI, *Quo Vadis?! Food retail in 2007-2015*. Toekomstverkenning van Rabobank Nederland en EFMI Business School. 2007.

EU, *Prospects for agricultural markets and income in the European Union 2007 - 2014*. European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, 2007.

EVD, *Landeninformatie: Italië*.

EVD, *Landeninformatie: Duitsland*.

Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

FADN: http://ec.europa.eu/agriculture/rica/index_en.cfm

FEBEV, *Directeur Thierry Smaghe van de Belgische federatie van slachterijen (FEBEV) in een gesprek met het Vlaams Informatiecentrum voor Land- en Tuinbouw (Vilt)*. 2006.

Galen, M. van en O. Hietbrink, *Concurrentiemonitor Fruit; Een studie naar de concurrentiepositie van appels, peren en aardbeien*. Rapport 2.08.01. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2008.

HDB. *Hoofdbedrijfschap Detailhandel* via <www.hdb.nl>

Hoste, R, N. Bondt en P. Ingenbleek, *Visie op de varkenskolom*. Rapport PR.04.05. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2004.

Hoste, R. en N. Bondt, *Productiekosten varkensvlees*. Rapport 2.06.01. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2006.

Hoste R., *Persoonlijke mededeling*.

Hoste, R. en L. Puister, *Productiekosten van varkens; Een internationale vergelijking*. Rapport 2008-082. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

ISN, *Nieuwsberichten via Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands E.v.* <www.schweine.net>

LNV, 'Berichten Buitenland'. In: *Berichten Buitenland* 32 (april 2006), 4.

Meeusen, M.J.G. en R. Hoste, *Biologisch varkensvlees in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland; Een inventarisatie voor strategische besluitvorming in de Nederlandse keten*. Rapport 5.02.07. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2002.

PVE, *Analyse slachtsector Denemarken 2003* via <www.pve.nl>

PVE, *Analyse slacht- en vleeswarenssector Duitsland 2004* via <www.pve.nl>

PVE, *Varkenssector*. Statistisch Jaarrapport 2007. PVE, Zoetermeer, 2007.

PVE, *Jaaroverzicht 'Vee, Vlees en Eieren in Nederland*. Uitgave 2008. PVE, Zoetermeer, 2008.

Tacken, G.M.L., L.C. Jager, L.F. Puister, M.G.A. van Leeuwen, M.A. de Winter en J.H.M. Wijnands, *Concurrentiemonitor groente*. Rapport 2.07.08. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2007.

Tacken, G.M.L., L.C. Jager, M.A. de Winter en L.F. Puister, *Concurrentiemonitor zuivel; Analyse van de methodiek*. Rapport 2.08.03. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2008.

Tacken, G., M. de Winter en S. Wertheim-Heck, *De invloed van meerwaarde van biologische producten op consumentenaankopen; Consumentenperceptie van biologische producten in de supermarkt*. Rapport 5.07.02. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2007.

Veathier, A. en H.W. Windhorst, 'Betriebsgrossenstrukturen in der Erzeugung tierischer Nahrungsmittel'. In: *Vechta: ISPA, Weisse Reihe* 30 (2007).

Vernooij, A., *The German Red Meat Industry*. F&A Research and Advisory. Rabobank, Utrecht, 2007.

VLAM, *The Belgian Pig Market*. Presentatie René Maillard. Gent, 2007.

Winter, M.A. de, G.M.L. Tacken en L.F. Puister-Jansen, *Concurrentiemonitor levend vee; De Nederlandse concurrentiepositie in de handel van varkens en biggen*. Rapport 2008-063. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2008.

Winter, M.A. de, W.H.M. Baltussen, R. Hoste, A.G.J. Vernooij en P. Leenaers, *Mag het een onsje meer zijn? Een studie naar de Duitse varkensvleeskolom*. Rapport 2009-028. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

ZMP, *ZMP-Marktbilanz Vieh und Fleisch 2006*. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH, Bonn, 2006.

Bijlage 1

CN-codes internationale handel

Voor de internationale handel in varkensvlees wordt gebruik gemaakt van gegevens van Eurostat Comext. In deze bijlage staan de onderscheiden productgroepen en de aansluiting met de handelsgegevens in hoofdstuk 3.

Indeling van varkensvlees

Totaal VLVCMB	
1. Vers en gekoeld	
020311	- Fresh or chilled carcasses and 1/2 carcasses of swine
02031110	- Fresh or chilled domestic swine carcasses and 1/2 carcasses
02031190	- Fresh or chilled non-domestic swine carcasses and 1/2 carcasses
020312	- Fresh or chilled hams, shoulders and cuts thereof of swine, unboned
02031211	- Fresh or chilled unboned, domestic swine hams and cuts thereof
02031219	- Fresh or chilled unboned, domestic swine shoulders and cuts thereof
02031290	- Fresh or chilled, unboned hams, shoulders and cuts thereof of non-domestic swine
020319	- Fresh or chilled meat of swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses, and hams, shoulders and cuts thereof, unboned)
02031911	- Fresh or chilled fore-ends and cuts thereof of domestic swine
02031913	- Fresh or chilled loins and cuts thereof of domestic swine
02031915	- Fresh or chilled bellies and cuts thereof of domestic swine
02031955	- Fresh or chilled boneless meat of domestic swine (exclusive bellies and cuts thereof)
02031959	- Fresh or chilled unboned meat of domestic swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses, hams, shoulders and cuts thereof, and fore-ends, loins, bellies and cuts thereof)
02031990	- Fresh or chilled meat of non-domestic swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses, hams, shoulders and cuts thereof, unboned)
2. Bevroren	
020321	- Frozen carcasses and 1/2 carcasses of swine
02032110	- Frozen domestic swine carcasses and 1/2 carcasses
02032190	- Frozen non-domestic swine carcasses and 1/2 carcasses

Totaal VLVCMB	
020322	- Frozen hams, shoulders and cuts thereof, unboned
02032211	- Frozen unboned hams and cuts thereof of domestic swine
02032219	- Frozen unboned shoulders and cuts thereof of domestic swine
02032290	- Frozen unboned hams, shoulders and cuts thereof of non-domestic swine
020329	- Frozen meat of swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses, and hams, shoulders and cuts thereof, unboned)
02032911	- Frozen fore-ends and cuts thereof of domestic swine
02032913	- Frozen loins and cuts thereof of domestic swine
02032915	- Frozen bellies and cuts thereof of domestic swine
02032955	- Frozen boned meat of domestic swine (exclusive bellies and cuts thereof)
02032959	- Frozen unboned meat of domestic swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses, hams, shoulders and cuts thereof, and fore-ends, loins, bellies and cuts thereof)
02032990	- Frozen meat of non-domestic swine (exclusive carcasses and 1/2 carcasses and hams, shoulders and cuts thereof)
3. Overig vers, gekoeld en bevroren	
020630	- Fresh or chilled edible offal of swine
02063000	- Fresh or chilled edible offal of swine
02063010	- Fresh or chilled edible swine offal for manufacture of pharmaceutical products
02063020	- Fresh or chilled edible livers of domestic swine
02063021	- Fresh or chilled edible livers of domestic swine (exclusive for manufacture of pharmaceutical products)
02063030	- Fresh or chilled edible domestic swine offal (exclusive livers)
02063031	- Fresh or chilled edible domestic swine offal (exclusive livers and offal for manufacture of pharmaceutical products)
02063080	- Fresh or chilled edible non-domestic swine offal
02063090	- Fresh or chilled edible non-domestic swine offal (exclusive for manufacture of pharmaceutical products)
020641	- Frozen edible livers of swine
02064100	- Frozen edible livers of swine
02064110	- Frozen edible swine livers for manufacture of pharmaceutical products
02064120	- Frozen edible livers of domestic swine
02064180	- Frozen edible non-domestic swine livers
02064191	- Frozen edible livers of domestic swine (exclusive for manufacture of pharmaceutical products)

Totaal VLVCMB	
02064199	- Frozen edible non-domestic swine livers (exclusive for manufacture of pharmaceutical products)
020649	- Edible offal of swine, frozen (exclusive livers)
02064910	- Frozen edible swine offal for manufacture of pharmaceutical products (exclusive livers)
02064920	- Frozen edible offal of domestic swine (exclusive livers)
02064980	- Frozen edible offal of non-domestic swine (exclusive livers)
02064991	- Frozen edible offal of domestic swine (exclusive livers and offal for manufacture of pharmaceutical products)
02064999	- Frozen edible offal of non-domestic swine (exclusive livers and for manufacture of pharmaceutical products)
4. Bewerkt	
021011	- Unboned hams, shoulders and cuts thereof of swine, salted, in brine, dried or smoked
02101111	- Unboned domestic swine hams and cuts thereof, salted or in brine
02101119	- Unboned domestic swine shoulders and cuts thereof, salted or in brine
02101131	- Unboned domestic swine hams and cuts thereof, dried or smoked
02101139	- Unboned domestic swine shoulders and cuts thereof, dried or smoked
02101190	- Unboned hams, shoulders and cuts thereof of non-domestic swine, salted, in brine, dried or smoked
021012	- Bellies and cuts thereof of swine, salted, in brine, dried or smoked
02101211	- Bellies and cuts thereof of domestic swine, salted or in brine
02101219	- Bellies and cuts thereof of domestic swine, dried or smoked
02101290	- Bellies and cuts thereof of non-domestic swine, salted, in brine, dried or smoked
021019	- Meat of swine, salted, in brine, dried or smoked (exclusive unboned hams, shoulders and cuts thereof, and bellies and cuts thereof)
02101910	- Bacon sides or spencers of domestic swine, salted or in brine
02101920	- 3/4 sides or middles of domestic swine, salted or in brine
02101930	- Fore-ends and parts thereof of domestic swine, salted or in brine
02101940	- Loins and cuts thereof of domestic swine, salted or in brine
02101950	- Meat of domestic swine, salted or in brine (exclusive hams, shoulders and cuts thereof, bellies and cuts thereof, bacon sides or spencers, three-quarter sides or middles, and fore-ends, loins and cuts thereof)
02101951	- Boneless meat of domestic swine, salted or in brine (exclusive bellies and

Totaal VLVCMB	
	cuts thereof)
02101959	- Unboned meat of domestic swine, salted or in brine (exclusive hams, shoulders and cuts thereof, bellies and cuts thereof, bacon sides or spencers, 3/4 sides or middles, and fore-ends, loins and cuts thereof)
02101960	- Domestic swine fore-ends and cuts thereof, dried or smoked
02101970	- Domestic swine loins and cuts thereof, dried or smoked
02101981	- Dried or smoked boneless domestic swine meat (exclusive bellies and cuts thereof)
02101989	- Unboned, dried or smoked domestic swine meat (exclusive hams, shoulders and cuts thereof, bellies and cuts thereof, and fore-ends, loins and cuts thereof)
02101990	- Meat of non-domestic swine, salted, in brine, dried or smoked (exclusive unboned hams, shoulders and cuts thereof, and bellies and cuts thereof)
5. Verwerkt	
160241	- Hams and cuts thereof, prepared or preserved
16024110	- Hams and cuts thereof, of domestic swine, prepared or preserved
16024190	- Hams and cuts thereof, of swine, prepared or preserved (exclusive domestic)
160242	- Prepared or preserved shoulders and cuts thereof, of swine
16024210	- Prepared or preserved shoulders and cuts thereof, of domestic swine
16024290	- Prepared or preserved shoulders and cuts thereof, of swine (exclusive domestic)
160249	- Prepared or preserved meat and offal of swine, inclusive mixtures (exclusive hams, shoulders and cuts thereof, sausages and similar products, homogenized preparations of heading 1602 10, preparations of liver and meat extracts and juices)
16024911	- Prepared or preserved domestic swine loins and parts thereof, inclusive mixtures of loins or hams (exclusive collars)
16024913	- Prepared or preserved domestic swine collars and parts thereof, inclusive mixtures of collars and shoulders
16024915	- Prepared or preserved mixtures of domestic swine hams, shoulders, loins, collars and parts thereof (exclusive mixtures of only loins and hams or only collars and shoulders)
16024919	- Meat or offal, inclusive mixtures of domestic swine, prepared or preserved, containing, by weight, >= 80% of meat or offal of any kind, including pork fat and fats of any kind or origin (exclusive hams, shoulders, loins, collars and parts thereof)

Totaal VLVM8	
16024930	- Prepared or preserved meat, offal and mixtures of domestic swine containing $\geq 40\%$ but $< 80\%$ meat or offal of any kind and fats of any kind (exclusive sausages and similar products, homogenized preparations of heading 1602 10 00, preparation
16024950	- Prepared or preserved meat, offal and mixtures of domestic swine containing $< 40\%$ meat or offal of any kind and fats of any kind (exclusive sausages and similar products, homogenized preparations of heading 1602 10 00, preparations of liver a
16024990	- Prepared or preserved meat, offal and mixtures of swine (exclusive domestic, hams, shoulders and parts thereof, sausages and similar products, homogenized preparations of subheading 1602 10 00, preparations of liver and meat extracts and juice

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

Meer informatie: www.lei.wur.nl

