

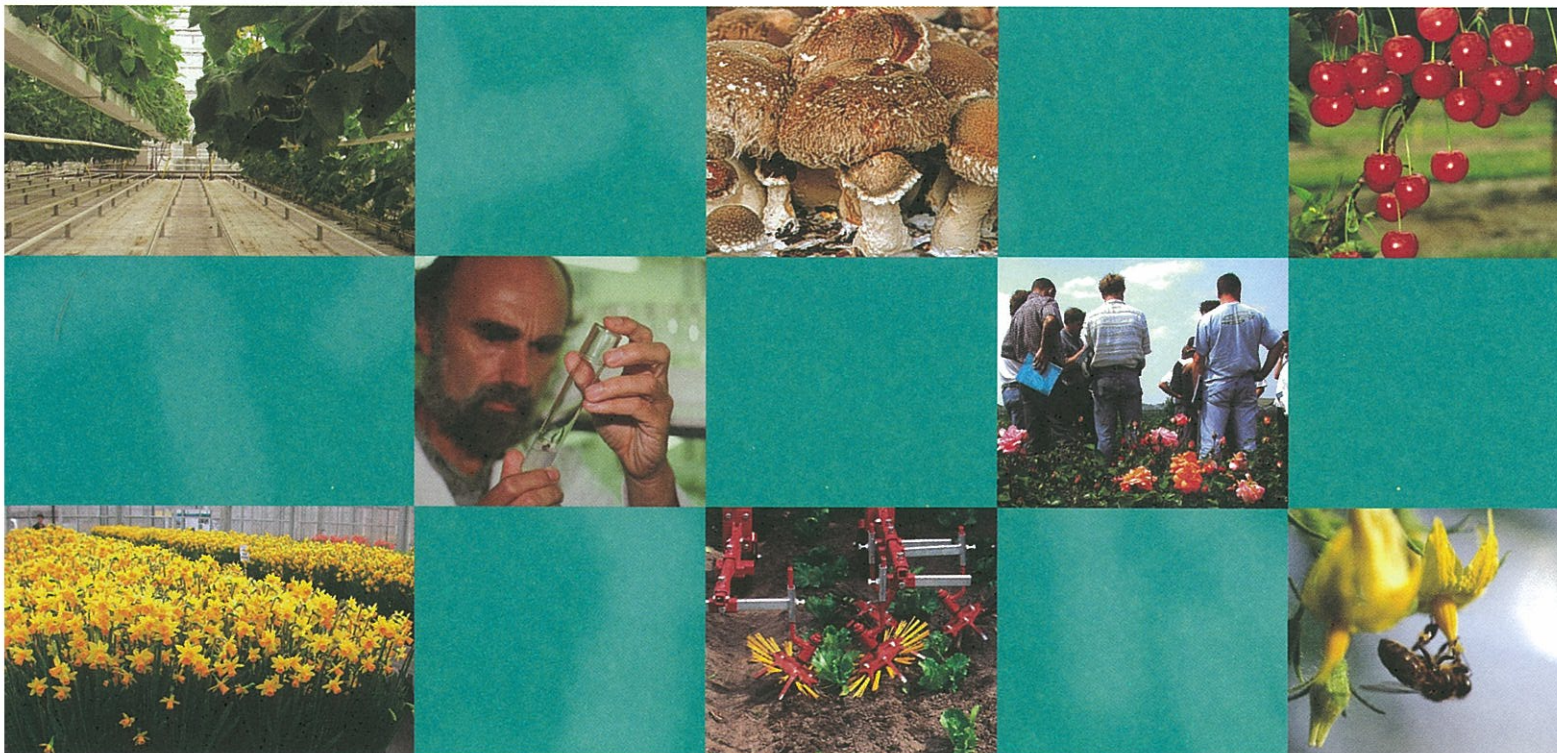


# Marktperspectieven van Zilte Groenten

Herkomst en afzet van Zeekraal en Zee-aster

Dit rapport is onderdeel van Alterra-rapport 1132  
"Tranistie en toekomst van Deltalandbouw"

M.P.J. van der Voort



© 2005 Wageningen, Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Praktijkonderzoek Plant & Omgeving.

Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V. is niet aansprakelijk voor eventuele schadelijke gevolgen die kunnen ontstaan bij gebruik van gegevens uit deze uitgave.

PPO Publicatienr. 500112;

Projectnummer: 500112

#### Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V.

Akkerbouw, Groene ruimte en Vollegrondsgroenten

Adres : Edelhertweg 1, Lelystad  
: Postbus 430, 8200 AK Lelystad  
Tel. : 0320 – 29 11 11  
Fax : 0320 – 23 04 79  
E-mail : [info.ppo@wur.nl](mailto:info.ppo@wur.nl)  
Internet : [www.ppo.wur.nl](http://www.ppo.wur.nl)

# Inhoudsopgave

pagina

SAMENVATTING.....	5
SUMMARY .....	6
1 INLEIDING .....	7
1.1 Aanleiding .....	7
1.2 Methode .....	7
1.3 Leeswijzer.....	7
2 BESCHRIJVING VAN HET GEWAS EN DE TEELT .....	9
2.1 Teelt van zeekraal.....	9
2.1.1 Teeltaspecten.....	9
2.1.2 Prijzen en opbrengsten.....	10
2.2 Teelt van zee-aster.....	10
2.2.1 Teeltaspecten.....	10
2.2.2 Oogst zee-aster .....	10
2.2.3 Prijzen en opbrengsten.....	11
3 MARKTONDERZOEK UITGEVOERD DOOR AVACON IN 1995.....	13
3.1 Aanbod .....	13
3.1.1 Teelt in Nederland.....	13
3.1.2 Wilde pluk .....	13
3.1.3 Import.....	13
3.2 Distributie .....	14
3.2.1 Veiling.....	14
3.2.2 Groothandel .....	14
3.2.3 Import.....	14
3.3 Vraag.....	14
3.4 Marktomvang volgens Avacon marktonderzoek.....	14
3.5 Conclusies Avacon studie (1995).....	15
4 INTERVIEWS .....	17
4.1 Aanbod .....	17
4.1.1 Teelt.....	17
4.1.2 Wilde pluk .....	17
4.1.3 Import.....	18
4.2 Distributie .....	18
4.2.1 Veiling.....	18
4.2.2 Groothandel .....	18
4.3 Beschrijving markt .....	19
4.3.1 Afzet groenten en fruit.....	19
4.3.2 Teelt vollegrondsgroenten .....	20
5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN .....	23
5.1 Conclusies .....	23
5.2 Aanbevelingen .....	23



## Samenvatting

Toenemende belangstelling voor de problematiek van verzilting van landbouwgronden heeft tot dit onderzoek geleid. Binnen dit onderzoek zijn mogelijke alternatieven om deze problematiek op te lossen beoordeeld. Dit onderzoek is erop gericht meer zicht te krijgen op de markt van zeegroenten en dan specifiek voor de voedselmarkt. In het onderzoek is vooral gekeken of er op de markt voor zeegroenten voldoende afzetmogelijkheid aanwezig is, om de teelt van zeegroenten als alternatief voor agrariërs op verzilte landbouwgronden te kwalificeren. Hiervoor zijn zeekraal en zee-aster als uitgangspunt genomen. Uit het onderzoek blijkt dat de teelt van zeegroenten in Nederland goed mogelijk is. Er is voldoende kennis om tot een succesvolle teelt van zeegroenten in Nederland te komen. In Nederland is er één professionele teler actief. Naast deze teler, is er ook sprake van het snijden van zeegroenten die in het wild groeien door particulieren, het 'wild' snijden. Het 'wild' snijden wordt als groot grijs circuit bestempeld, omdat er weinig over bekend is. Het staat namelijk iedereen vrij om zelf zeegroenten van slikken en schorren te oogsten. Beperkingen of verboden voor 'wild' snijden gelden er alleen in natuurgebieden. Het overgrote deel van de zeegroenten op de markt is afkomstig uit het buitenland. De belangrijkste landen van herkomst zijn Frankrijk, Mexico en Portugal. De totale hoeveelheden verhandelde zeegroenten zijn zeer beperkt. De hoeveelheden komen over een met ongeveer 5 à 8 ha teelt. Voor zeegroenten wordt veelal gerekend met een opbrengst van 15.000 kg per ha. Het prijsniveau van zeegroenten ligt duidelijk hoger als dat van 'reguliere' groenten. Voor zeekraal wordt een prijsindicatie gegeven van €10,- à €20,- per kg en voor zee-aster wordt een prijsindicatie van €3,- à €4,- per kg gegeven. De belangrijkste afzetkanalen voor zeegroenten zijn de horeca en consumenten in Zuidwest Nederland. Daarnaast gaat een deel via de Albert Heijn Supermarkten. Voor de afnemers zijn de kwaliteit van het product, de exclusiviteit en de leveringsperiode van groot belang. De leveringsperiode moet voor een aantal afnemers jaarrond zijn, terwijl andere afnemers enkel tijdens het seizoen zeegroenten willen.

De markt voor zeegroenten kan worden benoemd als klein, een nichemarkt. Het aantal spelers op de markt is beperkt, evenals de verhandelde hoeveelheden. Daarnaast laat de markt voor zeegroenten weinig groei zien. Veel ruimte voor nieuwe marktpartijen is er daarom ook niet. Teelt van zeegroenten zal daarom ook niet direct een alternatief vormen voor agrariërs op verzilte landbouwgronden. Er zijn een aantal mogelijkheden op de markt voor zeegroenten te herkennen. Een deel van de markt voor zeegroenten blijft onbenut. Dit komt vooral door de grote onbekendheid van het publiek buiten Zuidwest Nederland met zeegroenten. Hierbij speelt ook de beschikbaarheid van zeegroenten een rol. Stimulering van bekendheid en beschikbaarheid van zeegroenten buiten Zuidwest Nederland kan een stimulans zijn voor groei van de markt. Nieuwe spelers op de markt voor zeegroenten zullen zich goed moeten positioneren om deze kans op de markt om te kunnen zetten in extra afzet.

## Summary

Increasing interest in the problems of agricultural land in becoming salty has led to this research. Within this research project the possible alternative to solve these problems are assessed. This research has been aimed more to get a better view at the market of sea vegetables and then specifically the food market. The research has been focused to see if there is sufficient market potential present for sea vegetables. This will indicate if the cultivation of sea vegetables is an alternative for salt-affected agricultural lands. For this research glasswort (Marsh Samphire) and sea lavender are selected as reference.

From the research it becomes clear that the cultivation of sea vegetables in the Netherlands is possible. There is sufficiently knowledge to successfully cultivate sea vegetables in The Netherlands. In The Netherlands there is one professional grower. Beside this grower there also cutting of sea vegetables, which are growing in the wild. This cutting of sea vegetables from the wild is labeled as a large grey circuit, because little is known on people and amounts. It is free for anyone to cut sea vegetables from the wild of salt marshes and low alkaline places. Restrictions or prohibitions on this cutting of sea vegetables from the wild are there in nature areas.

The major part of the sea vegetables on the market comes from abroad. Most important countries of origin are France, Mexico and Portugal. The total quantities of traded sea vegetables are very limited. The quantities correspond with approximately 5 to 8 ha of cultivation. For sea vegetables most studies indicate a yield of 15,000 kg per hectare. The price level of sea vegetables is clearly higher as regular vegetables. For glasswort a indication of the price is €10,- to €20,- per kg and for sea lavender a price indication is given for €3,- to €4,- per kg.

The most important market channels for sea vegetables are the hotel and catering industry and consumers in South West of The Netherlands. Besides these two major channels a part of the sea vegetables is also marketed through Albert Heijn supermarkets. For the buyers or consumers the quality of the product, the exclusivity and the supply period is very important. The supply period for a number of buyers/consumers must be year round, where as other consumers want sea vegetables only during the season.

The market for sea vegetables can be nominated as small, a niche market. The number of player on the market is limited, as well as the traded quantities. Moreover the market for sea vegetables sees little growth. For this reason there is no room for new market parties. Therefore the cultivation of sea vegetables will not be an alternative for growers on salt-affected lands.

There are a number of possibilities to be recognized on the market for sea vegetables. A part of the market for sea vegetables remains not approached. This is due to the unfamiliarity of the public outside the South West of The Netherlands with sea vegetables. Also the availability of sea vegetables plays a role. Stimulation of familiarity and availability of sea vegetables outside of the South West region of The Netherlands can stimulate market growth. For this reason, new players on the market for sea vegetables must position themselves well to be able to obtain a piece of the market.

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

De toenemende verzilting van landbouwgronden langs de hele Nederlandse kustlijn roept voortdurend de vraag op welke gewassen men op zilte gronden rendabel zou kunnen telen. Men is op zoek naar gewassen die een hoger zoutgehalte kunnen verdragen dan normale cultuurgewassen (behorende tot de halofyten) (van Oosten, de Wilt, 2000). Zij onderscheiden verschillende toepassingen voor zilte gewassen. Bekendste toepassing is als voedsel, hoewel in Nederland er nauwelijks gecultiveerde teelt van zilte groente plaats vindt. Voornamelijk wordt in het wild groeiende zilte groente gesneden. Daarnaast is de markt voor zilte groenten nog zeer beperkt.

Andere toepassingen voor zilte gewassen zijn bijvoorbeeld veevoer, toepassing in de (fijne) chemie, vezels en bouwmaterialen, siergewassen en als energieproduct. Andere afgeleide toepassingen die in de literatuur worden benoemd zijn kustontwikkeling en -bescherming, het tegengaan van verwoestijning en verbetering van het ecologische evenwicht in verzoute gebieden.

In deze studie is voornamelijk gekeken naar de voedselmarkt voor zilte groenten in Nederland. Deze gewassen zijn goed bestand zijn tegen hogere zoutconcentraties. Er is relatief veel bekend over de teelt van deze gewassen, maar agrariërs in verziltende gebieden hebben sterke vragen bij de marktperspectieven. Is de potentiële vraag zo groot dat ten minste een aantal akkerbouwers wat kunnen verdienen aan de teelt van zilte groenten? En is er dus perspectief voor de teelt van zilte groenten in Nederland? De studie moet daarom meer zicht geven op de situatie op de markt voor zeegroenten. De herkomst, hoeveelheden, afzetkanalen, prijsniveaus en eisen/wensen van de afnemers worden in de studie behandeld.

De zeegroenten, zeekraal en zee-aster vormen de kern van het onderzoek. Beide producten worden op beperkte schaal vermarkt. Doel van deze studie is om een beeld van de markt voor zilte groenten te geven. Hiermee wordt een bijdrage geleverd aan de discussie over de mogelijkheden en perspectieven van de teelt van deze teelten in verziltend Nederland.

## 1.2 Methode

Het onderzoek is een korte verkennende studie. Het onderzoek is op gedeeld in twee delen, een literatuurstudie en interviews. De literatuurstudie moet een beeld geven over wat er al bekend is over de markt voor zilte groenten en moet daarnaast een lijst met benaderbare bedrijven en personen opleveren. De interviews moeten naast de informatie uit de literatuurstudie meer inzicht geven over de ervaringen in de praktijk.

Op basis van de informatie uit de literatuurstudie en de interviews wordt een inschatting gemaakt van de huidige situatie en de te verwachten ontwikkelingen op de markt voor zeegroenten.

## 1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de gewas- en teeltinformatie verzameld over zeekraal en zee-aster. In hoofdstuk 3 wordt het marktonderzoek dat Avacon in 1995 publiceerde behandeld. In dit hoofdstuk worden aanbod, distributie en vraag in de toenmalige situatie toegelicht. Vervolgens worden in hoofdstuk 4 de resultaten van de interviews behandeld. De interviews geven inzicht in de huidige situatie op de markt voor zeegroenten in Nederland. Op basis van de informatie uit de literatuur en interviews worden in hoofdstuk 5 conclusies en aanbevelingen geformuleerd. Tot slot worden de informatiebronnen benoemd en is er een lijst met geïnterviewde personen.





## 2 Beschrijving van het gewas en de teelt

Er kan onderscheid gemaakt worden in drie typen zout verdragende gewassen (halofyten) op basis van het zoutgehalte van het water dat ze verdragen (Van Oosten en De Wilt, 2000):

1. Planten met een hoge zouttolerantie: ontwikkelen zich in water met zoutgehaltes als in zeewater of zelfs hoger;
2. Gemiddeld zouttolerante gewassen: groeien in brak water;
3. Matig zouttolerante gewassen: groeien in licht brak water, dat ongeschikt is voor conventionele landbouw.

In deze studie wordt ingegaan op zeekraal en zee-aster. Zeekraal valt in de eerste categorie, zee-aster valt in de tweede categorie.

Het teeltseizoen van zeekraal en zee-aster loopt van ongeveer van april tot half september. De kwaliteit van de zeegroenten daalt naar mate het seizoen vordert. De zeegroenten worden dan als meer houderig omschreven. De hierboven genoemde teelt is, in Nederland, meer het 'wild' snijden van zeegroenten. Op veel plaatsen langs de Nederlandse kust staat het vrij om zeegroenten die op slikken en schorren groeien te snijden. Het 'wild' snijden is dus het snijden van in het wild levende zeegroenten. De in het wild levende zeegroenten staat veelal ver uit elkaar, wat er voor zorgt dat het 'wild' snijden van de groenten een arbeidsintensief en tijdrovend karakter heeft. Het snijden gaat veelal met een aardappelschilmesje en een emmertje.

### 2.1 Teelt van zeekraal

Volgens de flora van Heukels zijn in Nederland drie soorten te onderscheiden:

- *Salicornia europaea* L. s.s.  
Kortarige zeekraal (schorren boven de gemiddelde vloedlijn; algemeen op binnendijkse verzilte gronden);
- *Salicornia procumbens* Sm.  
Langarige zeekraal schorren onder de gemiddelde vloedlijn; binnendijks alleen op zeer vochtige verzilte gronden);
- *Salicornia disarticulata* Moss  
Eénbloemige zeekraal (zeer zeldzaam in Nederland)



De eerste twee soorten worden in Nederland op beperkte schaal geteeld. De extensieve teelt vindt plaats op daartoe geschikte gronden binnendijks. Zaden worden ter plekke verzameld en volgend jaar weer uitgezaaid (Brandenbrug, 2004).

#### 2.1.1 Teeltaspecten

Over de teelt van zeekraal is weinig bekend. In Nederland is er nauwelijks iets over commerciële teelt van zeekraal bekend. De verhandelde zeekraal is voornamelijk afkomstig van 'wilde pluk' of import, voornamelijk uit Frankrijk (Avacon, 1995). De provincie Zeeland geeft 285 ontheffingen op grond van de Natuurbeschermingswet uit voor mensen die de zeegroenten zelf snijden op de daarvoor aangewezen plaatsen in de Oosterschelde.

### 2.1.2 Prijzen en opbrengsten

In het RIVO rapport C027/04 (Brandenburg et al, 2004) concluderen de onderzoekers dat er in Nederland momenteel onvoldoende ervaring is met de teelt van zilte groente. Hierdoor is het moeilijk een voorspelling te maken van de productie per ha. Er zijn wel een aantal indicatieve cijfers beschikbaar.

Voor zeekraal wordt uit gegaan van een productie van 20.000 kg per ha per jaar en een prijs van €10 tot €20 per kg. De opbrengst van 20.000 kg wordt in kas omstandigheden behaald. In de vollegrond zal dit eerder tussen 12.000 en 15.000 kg per ha per jaar zijn. (Hogeschool Zeeland, 2004)

## 2.2 Teelt van zee-aster

Zee-aster (*Aster tripolium* L. – Asteraceae) is ook bekend onder de naam zulte of Lamsoren in Zeeland. Over



de teelt van zee-aster zijn er in het verleden een aantal onderzoeken uitgevoerd. Twee onderzoeken zijn uitgevoerd in 1984 door PAGV (nu: Praktijkonderzoek Plant & Omgeving) en de Wageningen Universiteit. Het onderzoek van de universiteit is een vervolg geweest op het onderzoek van PAGV (Neuvel, 1984 en Schmiermann, 1984). De teelt is niet in de vollegrond uitgevoerd. Uit het onderzoek blijkt wel dat teelt van zee-aster goed mogelijk is. Hieronder zullen een aantal aspecten uit het onderzoek van PAGV en Wageningen Universiteit worden toegelicht.

### 2.2.1 Teeltaspecten

De proeven zijn uitgevoerd in bakken met rivierzand, dan wel schorreklei. In de proeven is gebleken dat de opbrengst van zee-aster op klei een duidelijk hogere opbrengst liet zien (Schmiermann, 1984). Naast grondsoort is in de teeltproeven ook gekeken naar de grondwaterstand (hoog/laag) en de waterkwaliteit (zoet/zout). De proefopstelling kende een verdeling naar grondsoort, waterkwaliteit en grondwaterstand. Uit de proeven bleek dat afhankelijk van de grondsoort verschillende waterstanden, dan wel zoet/zout verhoudingen noodzakelijk zijn voor een optimale groei.

De proeven geven aan dat zee-aster en mogelijk ook andere zeegroenten niet gebonden zijn aan zout water. De proeven van Wageningen Universiteit en PAGV werden uitgevoerd in Lelystad en het gewenste zoutgehalte van het water werd bereikt door het toevoegen van zout aan het water.

### 2.2.2 Oogst zee-aster

Uit de literatuur kan worden afgeleid dat de oogstperiode voor zee-aster in Nederland tussen begin juli tot eind september ligt. De teelt van zee-aster is daarmee seizoensgebonden. In de proeven (Schmiermann, 1984) is ook gekeken naar de verschillende oogstmethoden voor zee-aster. De methoden waren:

1. Alle blad eraf op groeipunten na;
2. Eén blad en het groeipunt aan de plant laten;
3. Op 1,5 cm afgesneden boven de grond;
4. Op 3 cm afgesneden boven de grond.

In de proeven bleek dat methode 2 (één blad en het groeipunt aan de plant laten zitten) de hoogste opbrengst geeft. Deze oogstmethode maakt het wel noodzakelijk om handmatig te oogsten. Methode 4, het op 3 cm afsnijden boven de grond is mogelijk de meest praktische methode, omdat deze mechanisatie mogelijk maakt. Deze methode scoorde ook op basis van opbrengst na methode 2 het beste in de proeven en kan dus minder arbeidsintensief zijn.

### 2.2.3 Prijzen en opbrengsten

Voor zee-aster wordt uitgegaan van een productie tussen de 10.000 en 12.000 kg per ha per jaar en een prijs van €3 tot €4 per kg (RIVO, 2004).



## 3 Marktonderzoek uitgevoerd door Avacon in 1995

In 1995 is door Avacon een marktonderzoek naar zeekraal en zee-aster gepubliceerd. Deze publicatie wordt in dit hoofdstuk puntsgewijs behandeld. De genoemde bedrijven waren in 1995 actief in de teelt, handel en distributie van zeegroenten. Het kan daarom zo zijn dat de genoemde bedrijven tegenwoordig niet meer bestaan of onder een andere naam werken. Op basis van de informatie uit de Avacon publicatie kunnen mogelijke ontwikkelingen in de markt worden bepaald.

### 3.1 Aanbod

In de studie van Avacon worden drie aanvoerkanalen benoemd, namelijk: teelt in Nederland, wilde pluk en import. De wilde pluk is het zelf snijden van zeegroente op schorren door 'particulieren'. Deze 'particulieren' gebruiken de zeegroenten veelal niet voor eigen consumptie, maar verkopen de zeegroenten aan de horeca en/of groentespecialzaak.

#### 3.1.1 Teelt in Nederland

In de Avacon publicatie van 1995 werden drie teeltprojecten in Nederland benoemd. Namelijk:

1. Project te Haamstede (Zeeland)
2. De Zilte Zeegroente v.o.f. te Texel
3. Project van Nautilus te Lelystad

Het project te Haamstede in Zeeland betrof een onderzoekstraject waarin ook met de vermeerdering van zeegroente wordt geëxperimenteerd. De zee-aster afkomstig van dit project werd via de veiling in Breda aangeboden. De afnemer was een verwerker (conservering) van groente, I.D.W. te Sleeuwijk. Dit bedrijf had zich gespecialiseerd in conservering van delicatessen.

De Zilte Zeegroente v.o.f. te Texel was een afgeleide van het project in Zeeland. De zeekraal werd onder EKO-keurmerk aangeboden. De zeegroente worden dat voornamelijk ook via de biologische handel verkocht. Daarnaast wordt een klein deel via Albert Heijn-filialen aangeboden als proef.

Binnen de coöperatie Nautilus werd er door een aangesloten teler zee-aster geteeld. De afzet ging via de eigen organisatie en onder andere veilingen.

#### 3.1.2 Wilde pluk

Wilde pluk wordt veelal door 'particulieren' uitgevoerd. Daarnaast werd er door de onderzoekers ook een 'bedrijfsmatige' pluk door het bedrijf Salicornia benoemd. Het bedrijf is actief in baggerwerkzaamheden. De afzet blijkt hoofdzakelijk zeekraal te zijn. De afzet van zeekraal ging via groothandel Windig te Amsterdam. Met betrekking tot de wilde pluk door particulieren werd gesteld dat er 650 ha schorren is waar zeegroenten groeien. Om de pluk, door de afnemende hoeveelheid schorren, te reguleren is doormiddel van ontheffingen 120 ha in de Oosterschelde vrijgegeven voor de wilde pluk. Hoeveelheden hiervoor werden geschat door het ontbreken van betrouwbare informatie. De schatting was dat de wilde pluk goed is voor 35.000 kg zee-aster en 15.000 kg zeekraal.

#### 3.1.3 Import

In het Avacon marktonderzoek is gekeken naar de herkomst van de zeegroenten. Hieruit bleek dat de geïmporteerde zeegroenten voornamelijk uit Frankrijk, Portugal en Chili komen. De teelt in de betreffende landen is vrijwel alleen wilde pluk. Vooral Portugal en Chili zijn de landen die voor aanvoer zorgen tijdens de wintermaanden (september tot april). Een belangrijke tussenhhandel was het Europese handelscentrum voor groente en fruit in Brussel.

## 3.2 Distributie

### 3.2.1 Veiling

In het Avacon marktonderzoek blijkt dat toentertijd veiling Breda de enige in Nederland is waar zeegroenten verhandeld werd. Het ging daarbij om zeer kleine hoeveelheden. In 1993 zou de veiling een hoeveelheid van 700 kg zee-aster en 100 kg zeekraal hebben omgezet. De zeegroenten die via de veiling werd aangeboden was bijna geheel afkomstig van het project te Zeeland.

### 3.2.2 Groothandel

Eén van de grootste Nederlandse grossiers in zeegroenten was ISPC te Breda. De afzet van het product gaat voornamelijk naar de horeca. Een deel van de verhandelde zeegroente was afkomstig uit Zeeland. Het overgrote deel kwam uit Frankrijk en werd via het Handelscentrum in Brussel aangeleverd. De hoeveelheid afzet was ongeveer 500 kg per maand. ISPC bood de zeegroenten enkel in het Nederlandse oogstseizoen aan, om zo de exclusiviteit te bewaren.

Een andere groothandelaar was Windig te Amsterdam. Hier werd een vergelijkbare hoeveelheid 500 kg per maand verhandeld. Het product was tijdens het oogstseizoen afkomstig uit Zeeland en Noord-Holland (Salicornia). Buiten het seizoen werd het product geïmporteerd uit Portugal en Chili.

Biologische handelaar ODIN te Geldermalsen is tevens actief op deze markt. ODIN leverde, in 1994, aan 230 detaillisten. Per jaar werd er 1.500 kg zeekraal en 500 kg zee-aster verhandeld. Het product was zowel afkomstig van de wilde pluk als van het Zilte Groente project op Texel. Onderscheid was dat de zeegroenten van Texel werden verpakt en verkocht als EKO-product.

### 3.2.3 Import

Eén van de weinige Nederlandse importeurs van zeegroenten was Groothandel Kaay. Het product was vooral afkomstig uit Frankrijk. Daarna was Portugal een belangrijk herkomstland. Frankrijk was vooral gekozen om prijstechnische redenen. De afzet vond voornamelijk plaats via de groothandelsmarkt in Amsterdam. Afzet was ongeveer een 100 tot 200 kg per week. Ook Groothandel Kaay had geen import buiten het oogstseizoen om. De reden was gelijk aan die van ISPC, men wilde het product exclusief houden. In het detailhandelskanaal werden drie partijen benoemd; de groentespecialzaken, de biologische winkel en het grootwinkelbedrijf. Binnen elk van deze partijen zijn een aantal winkels te benoemen die zeegroenten verkochten. Binnen het grootwinkelbedrijf was AH, ten tijde van het Avacon onderzoek, actief bezig zeegroenten in de markt te zetten. AH biedt enkel zee-aster aan en geen zeekraal. Ook Schuitema (o.a. C1000) heeft in het verleden zeegroenten geprobeerd maar zijn hiermee gestopt. Ook het Belgische Delhaize heeft verkoop van zeegroenten geprobeerd. De initiatieven zijn mislukt door de grote onbekendheid van het product bij het grote publiek en de mate van bederfelijkheid van de groenten.

## 3.3 Vraag

De vraag was te verdelen in drie partijen; horeca, particulieren en export. De markt voor particulieren en export werden beschreven als zeer klein en de particuliere markt beperkt zich verder tot het Zuidwestelijke deel van het land.

De horeca was het grootste afzetkanaal voor zeegroenten in Nederland. Vooral visrestaurants en de duurdere restaurants zijn de grootste afnemers. Vooral de exclusiviteit van de zeegroente was een belangrijke factor. Binnen het horecakanal vormen geconserveerde zeegroenten geen alternatief. De duurdere restaurants werken enkel met verse producten. Verder werd verwacht dat grootschalige afzet bij consumenten zal leiden tot daling in het horecakanal door het verlies aan exclusiviteit.

## 3.4 Marktomvang volgens Avacon marktonderzoek

Op basis van de interviews en verkregen informatie hebben de onderzoekers van Avacon een hoogste en

laagste inschatting gemaakt van de marktomvang (tabel 1). De markt "Zeeland" was de informele en particuliere markt in voornamelijk Zeeland. De handel vond hier veelal buiten de keten plaats. Hierdoor was er geen informatie over beschikbaar.

*Tabel 1.: Schatting marktomvang in kg per jaar (volgens Avacon)*

<b>Schatting marktomvang</b>	<b>laag</b>	<b>hoog</b>
"Zeeland"	30.000	50.000
Horeca	25.000	30.000
Biologische handel	18.000	22.000
Gangbare markt	5.000	10.000
<b>Totaal</b>	<b>78.000</b>	<b>112.000</b>

Bron: Avacon, Groningen, 1995

### 3.5 Conclusies Avacon studie (1995)

Uit de studie uitgevoerd door Avacon in 1995 kunnen een aantal belangrijke zaken worden benoemd.

- De handel in zeegroenten is van kleine omvang;
- De afzet vindt voornamelijk plaats via de 'duurdere' horeca;
- De aanvoer komt voornamelijk van wilde pluk in Nederland en Frankrijk. Hierbij wordt opgemerkt dat de aanvoer uit Frankrijk aanzienlijk is en deze aanvoer komt vooral van particulieren die in Frankrijk snijden;
- In Zeeland en omstreken wordt als een grote informele markt bestempeld. Het gaat hierom consumptie van geplukte zeegroenten, die grotendeels buiten de reguliere handel omgaat;
- Export van zeegroenten is zeer gering;
- De teelt van zeegroenten is tot aan 1995 nauwelijks van belang geweest voor de markt
- De biologische markt wordt in 1995 als een kanaal met potentie benoemd, dit vanwege de grotere bereidheid van de biologisch georiënteerde klant om een vreemde groente te kopen;
- Sterk schommelende prijzen voor zeegroenten worden benoemd als knelpunt. Dit voor telers/plukker en eindgebruikers;
- Een knelpunt is de beperkte houdbaarheid van zeegroente. Speciaalzaken werken daarom veelal op bestelling;
- De kwaliteit tussen de verschillende distributie partijen varieert nogal;
- Uit gesprekken die de Avacon onderzoekers met handelaren en afzetontwikkelingen van andere nieuw geïntroduceerde groenten zoals suikermaïs, asperges en aubergines wordt de verwachting uit gesproken dat de consumptie kan oplopen tot 200.000 kilo per jaar;
- Een groot deel van de groei naar 200.000 kg per jaar wordt naar verwachting van de onderzoekers opgevangen door een toename van de 'wilde' pluk;
- Een mogelijke groei van 40.000 kg over tien jaar wordt gesignaleerd. Dit is een ruwe schatting gedaan door de onderzoekers van Avacon;
- Deze mogelijke groei leidt tot een extra areaal van 3 ha (o.b.v. 15.000 kg per ha)
- De onderzoekers zien ruimte voor 2 ha commerciële teelt en ruimte om 5 ha voor wilde pluk te reserveren;
- Het product zeegroenten geniet een exclusief imago. Prijsverlagingen worden daarom door de onderzoekers afgeraden;
- Promotie van zeegroenten wordt als belangrijk instrument voor het creëren van markt beschouwd, ondanks dat eerdere pogingen op dit vlak zijn mislukt.





## 4 Interviews

De interviews uitgevoerd in het kader van dit onderzoek, hebben als doel het bepalen van de huidige situatie op de markt voor zeegroenten. Het marktonderzoek uitgevoerd door Avacon biedt een goed uitgangspunt om eventuele ontwikkelingen te signaleren.

### 4.1 Aanbod

#### 4.1.1 Teelt

De teelt van zeegroenten beperkt zich anno 2005 tot één teler. De heer Hoogland uit Ferwert (Fr.) teelt zee-aster op de kwelders aan de rand van de Waddenzee. Een andere Nederlandse partij die zich bezighoudt met de teelt en vermeerdering is Ocean Desert Enterprises (ODE) te Amsterdam. Zij richten zich op onderzoek en de commerciële teelt en vermeerdering van zeekraal. De teelt, vermeerdering en onderzoek vinden plaats in Mexico. Op dit moment ligt het onderzoek naar de teelt stil wegens gebrek van financiering. ODE levert wel zeekraal op de Nederlandse markt. Zij leveren buiten het Nederlandse teelt-(pluk)seizoen zeekraal aan horeca en lokale afnemers (voornamelijk in Zeeland). In het seizoen ondervindt de teelt ongelijke concurrentie van de wild snijders (plukkers). Het wild pluk seizoen loopt van ongeveer begin juni tot half september en is ongeveer 2 maanden. Naar mate het seizoen vordert, wordt de groente houtachtiger en loopt de kwaliteit dus sterk terug. De teelt is volgens ODE interessant als je buiten het wild snij(pluk) seizoen kunt leveren.

ODE beschrijft de markt als nichemarkt. Wel zien zij kansen om de afzet te vergroten, maar wel op kleine schaal en met de nodige marketing inspanning. ODE heeft plannen voor de teelt van zeekraal in Nederland via een glastuinder. Om de afzet van zeekraal vast te leggen, hebben zij verschillende partijen benaderd. In België is Scrops actief op de markt voor de vermeerdering van zaad en advisering van de teelt. Een Belgische zee-aster teler die in België levert aan REO Veiling ontvangt het zaad van Scrops. Scrops heeft daarnaast de Belgische teler geïnformeerd over de teelttechnische zaken. De teler werkt nu zelfstandig en is enkel nog klant voor uitgangsmateriaal. REO Veiling ondervond vertraagde levering van zee-aster door deze teler. De knelpunten van de teler zijn volgens Scrops te herleiden naar mogelijk een te late start van de zaai en de lage temperaturen van afgelopen voorjaar in Nederland en België. Hierdoor is het gewas op achterstand geraakt. De Belgische teler is de enige leverancier van REO Veiling, hierdoor is REO Veiling erg afhankelijk van deze ene teler.

Scrops ziet de markt van zeegroenten zeker niet dalen. Wel onderkent de heer Bogemans van Scrops dat het een nichemarkt betreft. Het is nu ook veelal een seizoensgebonden groente. In het seizoen ondervindt de teelt veel hinder van wilde pluk. Wild snijders hebben geen operationele kosten en kunnen daarom onder de kostprijs leveren. Het rapport van Avacon is bij de heer Bogemans bekend. Hij geeft aan dat zeegroentes nu veelal als delicatessen worden verkocht. Door promotie en communicatie en verkoop via grotere kanalen zijn er zeker mogelijkheden. De heer Bogemans vergelijkt dit met de promotie van de kiwi. De kiwi is zeer intensief gepromoot, met goed succes. In België verkoopt supermarkt Delhaize verpakte zeekraal jaarrond. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat een groot deel en mogelijk alle zeegroenten worden geïmporteerd. Groei in het supermarktkanaal maakt het noodzakelijk dat er uitbreiding van de teelt komt. Dergelijke kanalen zijn niet via wilde pluk te leveren.

#### 4.1.2 Wilde pluk

Biologische groothandel ODIN gaf in het interview aan dat zij in het verleden gebruik maakte van Nederlandse wilde pluk uit de Waddenzee. De laatste twee jaar heeft ODIN de zeegroenten die zij verkochten, geïmporteerd uit Frankrijk.

De provincie Zeeland heeft ongeveer 285 ontheffingen uitgegeven voor particulieren die op de schorren en kweders zeegroenten willen snijden. De provincie Zeeland ontvangt 600 aanvragen voor deze 285 ontheffingen. De ontheffing wordt gegeven voor één persoon en één gebied. Daarnaast heeft de ontheffing

een begin- en een eindtijd. Binnen het aangewezen gebied mag de ontheffinghouder elke dag één kilogram zeegroente snijden. De ontheffingsverlening geldt enkel voor de Oosterschelde. De Oosterschelde valt onder de Natuurbeschermingswet. De Westerschelde en andere gebieden vallen buiten het ontheffingsregime. In deze gebieden is het vrij om onbeperkt wild te snijden. Het ontheffingssysteem is in gevoerd om de aantasting van de natuurwaarden van de schorren te verminderen, om Zeeuwen in de gelegenheid te stellen een oude Zeeuwse traditie in ere te houden en het commerciële snijden aan banden te leggen. De provincie Zeeland signaleert een verandering van hoeveelheid zeegroentes die in de gebieden aanwezig is. De hoeveelheid zeegroentes neemt geleidelijk af. Dit zou komen onder invloed van de Oosterscheldekering. De Oosterscheldekering zou er voor zorgen dat het water in de Oosterschelde langzaam aan iets zoeter wordt.

Een andere belemmering voor het wild snijden is dat veel binnendijkse gebieden in beheer zijn bij natuurorganisaties. Deze organisaties staan geen wild snijders toe in hun gebieden. Reden hiervoor is dat het snijseizoen start in het voorjaar, wanneer ook het broedseizoen start.

De hoeveelheid aangeboden zeegroenten in Zeeland overstijgt de hoeveelheid waarin het wild snijden kan voorzien. Een groot deel moet daarom wel van import of teelt afkomstig zijn. Het wild snijden voor de grote hoeveelheden is erg arbeidsintensief. De zeegroenten staan daarvoor te verspreid in het gebied. Van het 'voor de voet weg snijden' is dan ook geen sprake.

### 4.1.3 Import

Alle handelspartijen op de Nederlandse markt geven aan het grootste deel van hun zeegroenten uit het buitenland te halen. ODIN importeert zeegroenten uit Frankrijk. Ocean Desert Enterprises is nu enkel actief in Mexico. Zij importeren de in Mexico geteelde zeegroentes naar Nederland. In Israël is er ook teelt van zeegroentes die in Nederland worden verhandeld. Zeegroentenhandel Elenbaas en groothandel Vroegop-Windig geven beide aan dat zij uit verschillende delen van de wereld zeegroenten importeren. Een inschatting die op basis van de interviews kan worden gemaakt is dat het grootste deel van de zeegroenten uit het buitenland komt. Buiten het seizoen (april – september) komt het product zeker uit het buitenland, daarnaast geven alle partijen aan zeegroenten te importeren.

Groothandel ISPC Breda heeft haar inkoopafdeling in Brussel. De producten worden daardoor ook allemaal geïmporteerd.

## 4.2 Distributie

### 4.2.1 Veiling

De Greenery heeft geen aanbod van zeegroentes. Wanneer de Greenery een vraag krijgt naar zeegroenten, dan kopen zij dit in via Elenbaas Zeegroenten v.o.f..

In België wordt wel via REO Veiling te Roeselare de zee-aster van 1 teler verhandeld onder het Fine Fleur label dat zij voeren. Onder het Fine Fleur label worden verschillende 'minder' bekende en 'kleine' groente gewassen aangeboden. De markt in België voor zeegroenten is ook nog zeer beperkt. REO Veiling levert het product aan een groep van groentespecialisten en horecagroothandel. REO Veiling ziet wel mogelijkheden om de nu nog zeer beperkte hoeveelheden te laten stijgen. De teler, de heer Lootvoet uit Lo-Reninge, is met de teelt begonnen als pilot-project in samenwerking met Scrops. Het aanbod heeft, door problemen met de teelt, nog onvoldoende stabiliteit. Dit is de belangrijkste reden dat REO Veiling het product ook niet actief promoot. De huidige vraag is vooral afkomstig van specialisten en groothandel die al eerder bij REO Veiling zee-aster hebben ingekocht.

### 4.2.2 Groothandel

Biologische groothandel ODIN verhandelt een zeer geringe hoeveelheid zeegroenten. De hoeveelheid is ongeveer één kilogram per week voor een periode van 10 weken. De zeegroenten worden uit Frankrijk geïmporteerd.

Biologische groothandel Nautilus werd in het marktonderzoek van Avacon genoemd. Zij handelden in zeegroentes die door één van de aangesloten telers werd geteeld. Uit telefonisch contact met Nautilus bleek dat zij al een aantal jaar geen zeegroentes meer in hun assortiment hebben. Zij hebben de verkoop

van zeegroenten een aantal jaar geprobeerd. Nautilus geeft aan dat zij meerdere afzet kanalen zonder succes hebben geprobeerd.

Horecagroothandel ISPC Breda koopt zeegroentes in via haar inkoper in Brussel.

Vroegop-Windig is een groothandel die onder andere zeegroentes in het assortiment heeft. Zeegroentes zijn een kleine productgroep binnen het totale assortiment. De hoeveelheden zeegroentes die in mei 2005 werden verhandeld waren 470 kg zeekraal en 410 kg zee-aster. De prijs voor beide zeegroentes ligt tussen de €4,- en €8,-. Zij betrekken hun product van een zeevishandel. Het is onbekend waar de zeevishandel de zeegroenten betrekken. Buiten het seizoen heeft Vroegop-Windig nog wel import uit Chili. De marktomvang is al enige jaren stabiel. In het verleden hebben ze wel zeegroentes betrokken van lokale teelt projecten, maar de ervaringen hiermee waren niet positief. Vooral de kwaliteit van het product liet te wensen over. Elenbaas zeegroenten geeft aan het grootste deel van haar product uit het buitenland te betrekken. De markt voor zeegroenten is heel klein. Elenbaas geeft wel aan dat er een kleine groei in de markt zit. Zij geven aan dat de groei zeer moeilijk gaat. Volgens Elenbaas is de onbekendheid van het grote publiek buiten Zeeland met zeegroenten het belangrijkste knelpunt. Zij zien ook geen mogelijkheden voor de teelt in Nederland. Redenen die Elenbaas hiervoor geeft, zijn het korte teeltseizoen en de minder gunstige klimaatomstandigheden. Voor Elenbaas is jaarrond levering van groot belang. De Nederlandse teelt kan daarom niet direct een alternatief vormen. Zij richten zich daarom op import van zeegroenten. Uit de interviews kwam naar voren dat de houdbaarheid van het product nog wel eens te wensen overlaat. Vooral de geïnterviewde handelspartijen hebben dit in het verleden meermaal als knelpunt ervaren bij Nederlandse (teelt)projecten. Uit mondelinge mededeling van de teeltspecialist van Praktijkonderzoek Plant en Omgeving kwam naar voren dat een product als zee-aster tot zeker een week tot anderhalve week gekoeld goed moet blijven. Dit op basis van ervaringen met vergelijkbare producten.

## 4.3 Beschrijving markt

### 4.3.1 Afzet groenten en fruit

Zowel het product zeegroente als wel de teelt van zeegroente is vergelijkbaar met de groenteteelt.

Belangrijkste overeenkomst tussen zeegroente en groenteproducten is dat het product veelal onverwerkt aan de consument (gebruiker) wordt aangeboden. De teelt kent daarnaast ook een groot aantal overeenkomsten. De kleinschalige teelt en de hoge arbeidsbehoefte zijn de belangrijkste overeenkomsten. Om een goed beeld van de markt van zeegroenten te kunnen krijgen is, achtergrond informatie van de markt voor groenten en fruit daarom relevant. Deze beschrijving is vooral belangrijk om conclusies en aanbevelingen te kunnen plaatsen.

De markt voor groente en fruit wordt ook wel de 'foodmarkt' genoemd. De foodmarkt is te verdelen in twee kanalen, de 'out-of-home' kanalen en de 'at home' kanalen (referentie).

Onder de out-of-home kanalen vallen:

Kanaal		Kenmerk
Horeca	Cafés, restaurants, logies food, fastfood	Op locatie
Catering	Bedrijven, instellingen, onderwijs	Onderweg
Convenience	Benzine shops, gemakswinkels, openbaar vervoer	Onderweg / ready to (h)eat

De out-of-home kanalen hebben betrekking om de consumptie buitenshuis.

Onder de at-home kanalen vallen:

Kanaal	Kenmerk
Supermarkt	Thuis afgemaakt / ready to (h)eat
Speciaalzaak	Thuis gemaakt

De verdeling in grootte van de kanalen is 34,7% voor de out-of-home kanalen en 65,3% voor de at-home kanalen. De verdeling tussen de beide kanalen is de afgelopen jaren redelijk stabiel. Waarbij wordt geconstateerd dat beide kanalen afgelopen twee jaar een zeer gematigde ontwikkeling kennen (Put, 2005).

### 4.3.2 Teelt vollegrondsgroenten

Achterliggend doel voor deze studie is het zicht krijgen op de mogelijkheden voor de teelt van zeegroenten in Nederland. Teelt van zeegroenten wordt in de studies vooral beoordeeld op de mogelijkheid in de vollegrond. De vollegrondsteelt van zeegroenten is vergelijkbaar met de vollegrondsgroententeelt. Voor de teelt van vollegrondsgroenten in Nederland gelden verschillende kansen en bedreigingen. De kansen en bedreigingen voor de vollegrondsgroenten sector zijn op basis van de beschikbare literatuur beoordeeld (Stokkers, 2002). De voor zeegroenten relevante kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes worden hieronder benoemd.

<b>SWOT-matrix</b>	
<b>Kansen</b>	<b>Bedreigingen</b>
Product innovaties met hoge winstmarges Er is een sterk groeiende belangstelling voor innovatieve producten waarbij de nadruk ligt op gemak, gezondheid, genot en specialiteiten. Zeegroenten kunnen mogelijk ook voor andere, niet voedingstoepassingen, worden gebruikt. Hierbij kan worden gedacht aan medicijnen of cosmetica	Opkomst discounters en prijsconcurrentie Prijsbewustheid van de consument kan de ruimte voor duurdere producten (zeegroenten) beperken ten gunste van goedkopere producten.
Groei buitenhuishoudelijke consumptie Stijgende consumptie buitenshuis in bedrijfsrestaurants en cateringbedrijven. Naast de (vis) restaurants die zeekraal op het menu hebben staan zouden de cateringbedrijven een mogelijke uitbreiding van de markt zijn.	Krappe Nederlandse arbeidsmarkt De behoefte aan tijdelijke arbeidskrachten voor oogst en verwerking is in de vollegrondsgroententeelt groot. De beschikbaarheid van seizoenskrachten is beperkt en de loonkosten liggen erg hoog in Nederland. De teelt van zeegroenten is arbeidsintensief. Dit knelpunt geldt daarom ook voor de teelt van zeegroenten.
Ketensamenwerking en –verkortening Supermarktketens streven naar een beperkt aantal leveranciers. De kleine hoeveelheden zeegroenten maken het mogelijk voor één of een klein aantal telers om zelfstandig een supermarktketen te voorzien.	Knellend milieubeleid in Nederland Verschillende milieueisen tussen de lidstaten van de Europese Unie zorgen voor ongelijkheid in de teeltomstandigheden. Het Nederlandse beleid loopt veelal vooruit op de Europese wetgeving, wat een concurrentie nadeel kan zijn voor Nederlandse telers. Eventuele knellende regels kunnen voorstijging van de kostprijs van zeegroentetelers zorgen.

<b>Sterkten</b>	<b>Zwakten</b>
<p>Prima vakmanschap en kennisniveau Nederlandse vollegrondsgroententelers hebben een prima vakmanschap en kennisniveau. Daarnaast is er veel kennis aanwezig bij de aanwezige kennisinstellingen. Dit biedt mogelijkheden om nieuwe producten te ontwikkelen en geavanceerde methoden voor productie, verwerking en bewaring te implementeren. Zeegroenten zouden mogelijk een nieuw product kunnen zijn. En een teelt waarin deze mogelijkheden benut kunnen worden.</p>	<p>Geringe marktgerichtheid en productinnovatie Er is vrijwel geen rechtstreekse contacten tussen Nederlandse vollegrondsgroententelers en retailorganisaties. Door onvoldoende informatie uitwisseling in de keten is het inzicht in consumententrends en wensen beperkt. Dit speelt nog niet in de zeegroenten sector, maar het is wel iets waarvoor partijen moeten waken.</p>
<p>Professionele leveranciers van productiemiddelen en diensten De aanwezigheid van een uitgebreid netwerk van professionele leveranciers van productiemiddelen (o.a. plantgoed, gewasbescherming en mechanisatie) en diensten (o.a. transport, banken en verzekeringen) is een voordeel. Ook de zeegroenteteelt kan gebruik maken van dit netwerk.</p>	<p>Hoge arbeidskosten en geringe mechanisatie Voor het planten, oogsten en verwerken van de meeste vollegrondsgroenten is veel arbeid nodig in piekperiodes. Er is een groot gebrek aan Gelegenheidsarbeid. De mogelijkheden voor verdere mechanisatie zijn in de vollegrondsgroenteteelt onvoldoende benut. Zeegroenteteelt zou hiermee rekening moeten houden en moeten streven naar verbetering van het productieproces.</p>

De bovenstaande punten geven een referentiekader voor de teelt van zeegroenten in Nederland. Kansen voor zeegroenten liggen in de belangstelling voor innovatieve producten waarbij de nadruk ligt op gemak, gezondheid, genot en specialiteiten. Zeegroenten zijn een Zeeuwse specialiteit. Het is, mede door het 'wild' snijden, een natuurproduct waardoor het als gezond wordt bestempeld. Daarnaast worden zeegroenten door veel mensen als lekker beoordeeld (genot). Het benadrukken van deze kenmerken kan de afzetmogelijkheden bevorderen. Daarnaast kan ook worden gedacht aan non-food toepassingen. Het gebruik van zeegroenten als grondstof voor medicijnen of cosmetica wordt in de literatuur wel genoemd. De groei van de buitenhuishoudelijke consumptie biedt mogelijk kansen. Over bedrijfsrestaurants is weinig bekend ten aanzien van consumptie van zeegroenten. Hier kunnen kansen liggen voor zeegroenten. Een derde kans is samenwerking tussen telers onderling en verkorting van de keten. Door gezamenlijk op te trekken kunnen grotere partijen van zeegroenten worden voorzien. Daarnaast kan direct van de teler aan de supermarkt worden verkocht. Hierdoor vallen de marges voor de handel ten goede aan de telers. Tegenover de kansen staan er ook een aantal bedreigingen voor de teelt. Knelpunten zijn bijvoorbeeld de opkomst van discounters. De prijsbewustheid van consumenten kan als nadelig gevolg hebben, dat de consument eerder geneigd zal zijn een goedkopere groente te kopen. De hogere prijs van zeegroenten is in dat geval een nadeel. Voor de teelt zijn er twee bedreigingen geïdentificeerd. Namelijk de beschikbaarheid van voldoende arbeidskrachten en het knellende milieubeleid. In de vollegrondsgroenteteelt worden veel Oost-Europese arbeidskrachten ingezet, door een gebrek aan Nederlandse arbeidskrachten. Zeegroenteteelt is geen gemechaniseerde teelt en heeft daarom waarschijnlijk een hoge arbeidsbehoefte per kilogram product. Het knellende milieubeleid zorgt in de vollegrondsgroenteteelt voor strenger gewasmiddelenbeleid ten opzichte van omliggende landen. Hierdoor ontstaat een concurrentie nadeel ten opzichte van de omringende landen. De teelt van zeegroenten heeft tevens te maken met dit gewasmiddelenbeleid en vergelijkbare regelgeving. De teelt van zeegroenten zal ook moeten concurreren met teelt in het buitenland, waar een ruimer milieubeleid van toepassing is. Dit kan ervoor zorgen dat de kostprijs te veel zal stijgen om een rendabele teelt mogelijk te maken.

De sterken en zwakten van de Nederlandse vollegrondsgroententelers zijn dat zij vaak een hoog niveau van kennis en kunde hebben en beschikken over professionele toeleveranciers. Dit kan een voordeel zijn bij het starten van een nieuwe teelt. Nadeel van de vollegrondsgroententelers is dat zij onvoldoende marktgericht zijn en zij de mogelijkheden voor mechanisatie onvoldoende benutten. Marktgerichtheid is gezien de beperkte marktomvang en groei van de markt voor zeegroenten een belangrijk knelpunt. De aandacht voor mechanisatie en optimalisatie van het bedrijfsproces, moet voor zeegroenten zorgen voor een scherpe

kostprijs.

Deze sterkten en zwakten zijn van toepassing op de Nederlandse vollegrondsgroentetelers en kunnen dienen als referentie voor zeegroentetelers ter bewustwording.

De sterkten en zwakten bieden een startpunt voor het uitbreiden of starten van teeltprojecten voor zeegroenten in Nederland. De kansen en bedreigingen zijn ook factoren die van invloed kunnen zijn op de teelt en handel van zeegroenten in Nederland.

## 5 Conclusies en aanbevelingen

Er is een kleine markt voor zilte groenten in Nederland. De markt wordt gevormd door 'Zeeuwse' consumenten en horeca. De markt kan wel betiteld worden als niche. De verhandelde volumes zijn zeer gering. De handel in zeegroenten kent een klein aantal partijen en een deel van de handel gaat via het informele circuit van de 'wild' snijders. Het is daarom moeilijk gebleken om in een beperkt aantal interviews voldoende feitelijke informatie te krijgen voor goed onderbouwde conclusies. De conclusies geven echter wel de contouren aan van de markt voor zilte groenten, en zijn zeker bruikbaar in de discussie over de teelt van deze groenten in de Zuidwestelijke Delta.

### 5.1 Conclusies

- Teelttechnisch is er voldoende kennis aanwezig om de teelt succesvol uit te voeren in deze regio, maar zilte groenten worden maar in zeer beperkte hoeveelheden geconsumeerd in Nederland.
- De markt beperkt zich tot de horeca en een groep consumenten in Zuidwest Nederland. In andere delen van het land zijn consumenten niet bekend met zilte groenten.
- De markt is in de afgelopen jaren niet of nauwelijks gegroeid.
- De vollegrondsteelt van zilte groenten in Nederland is een seizoensgebonden teelt. Het aanbod buiten de teeltperiode bestaat dus uit geïmporteerde zilte groenten.
- Het grootste deel van de zilte groenten wordt geïmporteerd uit het buitenland. Het is niet bekend welk deel afkomstig is van professionele teelt en welk deel van wilde pluk.
- In Nederland is slechts één professionele teler actief. Het grootste deel van de Nederlandse productie is afkomstig van wilde pluk.
- Zilte groenten hebben een exclusief karakter, wat komt door de onbekendheid, beperkte distributie en hogere prijs als 'reguliere' groenten.

De teelt van zilte groenten biedt maar een zeer gering perspectief voor de agrarische sector in de Zuidwestelijke Delta, namelijk voor enkele bedrijven. Omdat de markt zeer beperkt is en een groot deel van de productie uit het buitenland wordt geïmporteerd, zal het niet eenvoudig zijn om een plek in de markt te verwerven. Anderzijds wordt een groot deel van de productie in Zuidwest Nederland afgezet.

### 5.2 Aanbevelingen

- Op basis van dit onderzoek lijkt het niet zinvol om hoge verwachtingen te koesteren van de perspectieven van de teelt van zilte groente in de Zuidwestelijke Delta. De teelt vormt qua schaal grootte geen alternatief voor de huidige akkerbouw- en groentegewassen bij toenemende verzilting.
- Wanneer men toch aan de slag wil met deze teelt, is het belangrijk om de productie beperkt te houden, gezien de beperkte markt. Met een geringe overproductie kan het rendement van de teelt omdraaien in een aanzienlijk verlies.
- Eventuele nieuwe aanbieders zullen zich goed moeten positioneren op de huidige markt. Een groot deel van de zilte groente komt uit het buitenland. Men zal zich dus op één of andere manier moeten onderscheiden (prijs/kwaliteit) en in ieder geval een goede relatie aangaan met de afnemers.
- Daarnaast kan de vraag binnen Nederland mogelijk gestimuleerd worden door de bekendheid van zilte groenten bij consumenten te vergroten. Dat geldt dan met name buiten de Zuidwestelijke Delta. Het is belangrijk om daarbij aan te sluiten bij de wensen van verschillende consumentengroepen.
- Het exclusieve karakter is een belangrijk marketingaspect van zilte groenten en maakt tegelijk een relatief hoge prijs mogelijk. Deze prijs is ook nodig om de hoge arbeidskosten te vergoeden.

Naast deze algemene aanbevelingen zijn er een aantal meer specifiekere aanbevelingen te doen richting de sector. Er zijn een aantal mogelijke stappen te benoemen om de verbetering van de afzet voor zeegroenten te bereiken:

1. Een platform of werkgroep met marktpartijen  
Wanneer marktpartijen gezamenlijk de krachten bundelen kan meer worden bereikt dan wanneer ieder voor zich werkt. Een combinatie van partijen uit de teelt, handel en retail kunnen gezamenlijk werken aan verbetering van de afzet en promotie.
2. De exclusiviteit van het product benutten  
Zeegroenten zijn nog een regionaal en exclusief product. Zolang de markt een niet te grote omvang heeft kunnen zeegroenten als exclusief en speciaal worden verkocht. Hiermee kan een nadeel (onbekendheid product) worden gebruikt om zeegroenten met een speciaal en exclusief karakter te verkopen.
3. Productkenmerken benutten  
Bepaalde kenmerken van het product kunnen worden gebruikt ter stimulering van de afzet. Zeegroenten kunnen wellicht worden verkocht als biologisch of als gezond en natuurlijk product.
4. Productinnovatie  
Het verkopen van zeegroenten in kant-en-klare salades of voorverpakt voorzien van een recept voor de bereiding zijn innovaties die de verkoop van zeegroenten kunnen stimuleren.



## Literatuurlijst

- H.M.J. Schiermann, Vervolgonderzoek naar de mogelijkheden tot de teelt van de Zeeaster, Verslag 3-maands doctoraal onderzoek Tuinbouwplantenteelt, zomer 1983, januari 1984, Wageningen
- Ing. J.J. Neuvel, Het Lamsorenproject 1981-1983, PAGV (Proefstation voor de Akkerbouw en de Groenteteelt in de Vollegrond), Projectnummer 76-4-03, Interne mededeling nr. 347, Lelystad, augustus 1984
- W.A. Brandenburg, Zilte teelten in Nederland, Een beschrijving van haalbaarheid en perspectief, Plant Research International (Wageningen UR), november 2004
- W.A. Brandenburg, P. Kamermans, J. Steenbergen, M.C.J. Verdegem en J.M.D. Divera Baars, Mogelijkheden voor zeecultuur in getijdennatuur langs de Westerschelde, RIVO, rapport C027/04, april 2004
- Dr.Ir. H.J. van Oosten en Dr.Ir. J.G. de Wilt, Bioproductie en ecosysteemontwikkeling in zoute condities, kennis- en innovatieopgaven, NRLO (Nationale Raad voor Landbouwkundig Onderzoek), NRLO-rappartnr. 2000/10, juni 2000
- Marktonderzoek zeegroenten zee-aster en zeekraal, Avacon, Groningen, 1995
- Hogeschool Zeeland, Spring – centrum voor duurzaamheid en water, Natuurontwikkeling in combinatie met zilte aquacultures, Verkennende ontwerpstudie voor de Braakman- en Hellegatpolder, Vlissingen, juli 2004
- W. Put, R. de Koning, A. van Akker, Foodservice in Nederland, 3<sup>e</sup> peiler C3: Kanaalgroottes en trends buitenshuis, 2005/04, 29 maart 2005, Productschap Tuinbouw, Afdeling MIMO
- R. Stokkers, J. Smid, J.T. Nienhuis, Internationale concurrentiepositie van de Nederlandse vollegrondsgroententeelt, LEI-Den Haag, Rapport 2.02.10, juni 2002

## Geïnterviewde personen

<p>Kees van Wijk, onderzoeker groente gewassen Praktijkonderzoek Plant &amp; Omgeving B.V. Postbus 430 8200 AK Lelystad Tel.: 0320-291 111 <a href="http://www.ppo.wur.nl">www.ppo.wur.nl</a></p>	<p>Jeanette Hoek Ocean Desert Enterprices (IMSA Amsterdam) Van Eegenstraat 77 1071 EX Amsterdam Tel.: 020-578 7600 <a href="http://www.oceandesertenterprices.com">www.oceandesertenterprices.com</a></p>
<p>Christiaan, inkoper The Greenery B.V. Postbus 79 2990 AB Barendrecht Tel.: 0180-655 911 <a href="http://www.thegreenery.com">www.thegreenery.com</a></p>	<p>Theo Boon, inkoper ODIN Holland C.V. Postbus 225 4190 CE Geldermalsen Tel.: 0345-575 154 <a href="http://www.odin.nl">www.odin.nl</a></p>
<p>Gertjan, inkoper Nautilus b.a. Bronsweg 22 8222 RB Lelystad Tel.: 0320-237 000 <a href="http://www.nautilusorganic.com">www.nautilusorganic.com</a></p>	<p>Els Callemeijn, projectmanager Fine Fleur label REO Veiling Cv.b.a. Oost Nieuwkerksesteenweg 101 8800 Roeselare, België Tel.: +32-51-231 211 <a href="http://www.reo.be">www.reo.be</a></p>

Bouke Bouwman, beleidsmedewerker Natuur en Landschap Provincie Zeeland Postbus 165 4330 AD Middelburg Tel.: 0118-631 795 www.zeeland.nl	Ronald Poelman, inkoper Vroegop-Windig Jan van Galenstraat 4 (Food Center Amsterdam W1) 1051 KL Amsterdam Tel.: 020-606 1818 www.vroegop.nl
Joost Bogemans, directeur Scrops (Intellicrops i.o.) Abdijstraat 14 Ninove, België Tel.: +32-54-329 093 www.scrops.com	Hans Elenbaas, vennoot Elenbaas Zeegroenten v.o.f. Achter de kerk 22/a 4339 AN Nieuw en Sint Joosland Tel.: 0118-602 200 www.zeekraal.nl
Marja Slagmolen, manager Groenten en Fruit AGF Promotie Nederland Postbus 7122 2701 AC Zoetermeer Tel.: 079-347 0808 www.agfpn.nl	

Foto's

- [www.kulac.ac.be](http://www.kulac.ac.be)
- [www.zeegroenten.nl](http://www.zeegroenten.nl)

