Biologische ketens in 2001

M.J.G. Meeusen (red.)
H.H.W.J.M. Sengers
L.F. Puister
P.A.J. Daane

Projectcode 63607

Juli 2002

Rapport 5.02.03

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgedeeld. Dit rapport valt binnen het domein:

- ☐ Wettelijke en dienstverlenende taken
- ☐ Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- ☐ Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- ☐ Ruimte en Economie
- ☑ Ketens
- ☐ Beleid
- ☐ Gamma, instituties, mens en beleving
- ☐ Modellen en Data

Biologische ketens in 2001
Meeusen, M.J.G. (red.), H.H.W.J.M. Sengers, L.F. Puister en P.A.J. Daane
Den Haag, LEI, 2002
Rapport 5.02.03; ISBN 90-5242-739-9; Prijs € 14,- (inclusief 6% BTW)
67 p., fig., tab., bijl.

De overheid en marktpartijen streven naar een groei van de biologische landbouw. In opdracht van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw, die het bedrijfsleven helpt om te komen tot oplossingen van knelpunten in biologische ketens, is voor een aantal biologische sectoren de huidige marktsituatie beschreven. De marktomvang en -structuur en knelpunten die zich daarin voordoen zijn daarbij in kaart gebracht.

Bestellingen:
Telefoon: 070-3358330
Telefax: 070-3615624
E-mail: publicatie@lei.wag-ur.nl

Informatie:
Telefoon: 070-3358330
Telefax: 070-3615624
E-mail: informatie@lei.wag-ur.nl

© LEI, 2002
Vermenigvuldiging of overname van gegevens:
☑ toegestaan mits met duidelijke bronvermelding
☐ niet toegestaan

Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.

Inhoud

		Blz.
Woord vooraf		7
Samenvatting		9
1.	**Inleiding**	11
2.	**Biologische vollegrondsgroenten**	13
2.1	Marktomvang en -structuur	13
2.2	Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie	15
2.3	Handel en verwerking	16
2.4	Productie	17
3.	**Biologische kasgroenten**	20
3.1	Marktomvang en -structuur	20
3.2	Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie	21
3.3	Handel en verwerking	21
3.4	Productie	22
4.	**Biologisch fruit**	23
4.1	Marktomvang en -structuur	23
4.2	Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie	23
4.3	Handel en verwerking	24
4.4	Productie	24
5.	**Biologische aardappelen**	25
5.1	Marktomvang en -structuur	25
5.2	Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie	25
5.3	Handel en verwerking	26
5.4	Productie	27
6.	**Biologische zuivel op basis van koemelk**	29
6.1	Marktomvang en -structuur	29
6.2	Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie	30
6.3	Verwerking	33
6.4	Producenten	34
7.	**Biologische zuivel op basis van geitemelk**	36

Blz.

8. Biologisch brood 38
8.1 Marktomvang en -structuur 38
8.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie 39
8.3 Handel en verwerking 40
8.4 Productie 43

9. Biologisch rundvlees 45
9.1 Marktomvang en -structuur 45
9.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie 47
9.3 Handel en verwerking 49
9.4 Productie 51

Literatuur 55

Bijlagen
1. Productie en consumptie van kalkoenvlees, schapen- en geitenvlees 57
2. Geïnterviewde organisaties 63
3. Markt van broodvervangers 64
4. Ontwikkelingen in de bakkerij 65
5. Prijzen van biologische en gangbaar graan 67

Woord vooraf

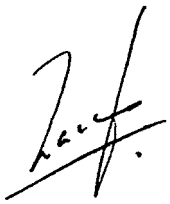
De biologische landbouw staat volop in de belangstelling. De overheid stelt dat het 'de sector zou sieren om naar 10% biologisch areaal te groeien'. Daarbij is de markt de trekker. In het convenant Marktontwikkeling Biologische Landbouw is afgesproken dat in 2004 5% van de consumentenbestedingen betrekking dient te hebben op biologische producten. Dit dient gerealiseerd te worden door de vraag te stimuleren (onder meer door een brede en langdurige consumentencampagne) en door knelpunten in de aanbodsketen aan te pakken. In dit kader worden Ketenbusinessprogramma's ontwikkeld. De Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw is door de convenantspartijen (waaronder CBL, SMA, LTO, de banken en Platform Biologica en het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij) ingesteld om als krachtige 'doe-werkgroep' een actieve rol te spelen bij de ontwikkeling en uitvoering van de ketenbusinessprogramma's. De Task Force heeft bij de formulering van de ketenbusinessprogramma's als doel gesteld om knelpunten in kaart te brengen, oplossingsrichtingen te benoemen en te realiseren. Ter voorbereiding daarvan heeft de Task Force het LEI gevraagd om per sector een notitie 'State of the art' te schrijven. In deze rapportage worden deze notities gebundeld tot een volledig overzicht van de stand van zaken in de biologische landbouw.

Diverse medewerkers van het LEI hebben bijgedragen aan deze publicatie. Mevr. M.J.G. Meeusen was bij alle notities betrokken, waarbij per productgroep aanvullende expertise is gezocht. Zo heeft dhr. P.A.J. Daane bijgedragen aan de hoofdstukken rondom groenten en fruit. Dhr. H.H.W.J.M. Sengers heeft mede invulling gegeven aan de hoofdstukken aangaande aardappelen, zuivel en brood. Verder heeft mevr. L.F. Puister het hoofdstuk betreffende rundvlees mede vormgegeven. Het hoofdstuk over brood is bovendien met externe expertise, in de persoon van dhr. A.F.S. van der Goor (Food Consultancy - Advance Foodservice), geschreven.

De auteurs zijn bijgestaan door een werkgroep, die eveneens per productgroep werd ingesteld en dus verschilde van product tot product. In alle gevallen waren de voorzitter, dhr. D. Onrust (Dick Onrust Consultancy BV), en het secretariaat van de Task Force, dhr. A. Monteny en dhr. M. Vernooij van de Stichting Agro Keten Kennis (AKK), ondersteunend. Ook LTO in de persoon van dhr. A.L. Rodenburg, het Platform voor Biologische Landbouw en Voeding en dhr. G. Westenbrink van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij hebben een waardevolle ondersteuning gegeven. Dank gaat uit naar hen.

Tot slot danken wij het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij als financier van dit onderzoek.

De directeur,



Prof.dr.ir. L.C. Zachariasse

Samenvatting

De biologische sector staat volop in de belangstelling. Daarbij streeft de overheid naar '10% biologisch in het jaar 2010'. Het accent ligt op de markt: de markt dient de trekker te zijn voor de verdere ontwikkeling van de biologische sector. De overheid wil daarbij ondersteunend en faciliterend zijn. De opgerichte Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw, waarin de diverse vertegenwoordigers van organisaties die het Convenant Marktontwikkeling Biologische landbouw hebben ondertekend, geven vorm aan die ondersteuning. Naast de stimulering van de vraag bij consumenten wil de Task Force behulpzaam zijn bij de ontwikkeling van ketenbusinessplannen. Deze ketenbusinessplannen bevatten een stelsel van afspraken tussen ketenpartijen om de - in het Convenant afgesproken - doelstelling te realiseren. Ter voorbereiding van deze ketenbusinessplannen heeft de Task Force aan het LEI gevraagd naar een overzicht van 'de stand van zaken' en knelpunten in de keten, per productgroep en sector. Mede aan de hand daarvan kan de Task Force komen tot ketenbusinessplannen voor de onderscheiden sectoren. Voor deze producten zijn afzonderlijke notities geschreven die in deze rapportage zijn gebundeld.

Dit rapport beschrijft de marktstructuur en marktomvang en ontwikkelingen daarin voor de volgende productgroepen: vollegrondsgroenten, kasgroenten, fruit, aardappelen, zuivelproducten op basis van koe- en geitenmelk, brood en rundvlees.

De markt van de diverse productgroepen vertonen verschillen. Biologische zuivel is ver ontwikkeld. Het marktaandeel is relatief groot, de integratie tussen biologisch en gangbaar is ver op gang gekomen. Biologische vollegrondsgroenten is een voorbeeld van een productgroep die sterk exportgeoriënteerd is. Biologisch brood ontwikkelt zich langzaam: de consumentenvraag is en blijft heel beperkt. Biologisch rundvlees is nadrukkelijk in een fase waarin ketenpartijen willen komen tot verdere ontwikkeling.

De markten van de diverse productgroepen vertonen tevens overeenkomsten. In nagenoeg alle ketens zijn meerdere subketens te onderscheiden met aan de ene kant van het spectrum de kleinschalige keten waarbij consument en producent in nauw contact staan (boerenmarkten, directe verkoop) en waar regionale herkomst van grote betekenis is en aan de andere kant de grootschaliger ketens die biologische producten naast de gangbare producten produceren, verwerken en aanbieden. De verscheidenheid aan subketens binnen een sector kan aanleiding geven tot problemen in afstemming in de keten en tussen vraag en aanbod. In alle ketens waar kleinschaligheid relatief veel aan de orde is, zijn er de typische problemen die daaruit voortvloeien: versnippering, onvoldoende samenwerking tussen partijen, hoge kosten, onvoldoende efficiency. Verder is in nagenoeg alle ketens onvoldoende voorlichting richting consument naar voren gekomen. Te beperkt assortiment en productontwikkeling en wisselende kwaliteit van het aanbod zijn eveneens veel gehoorde knelpunten.

1. Inleiding

De biologische sector mag zich verheugen in toenemende aandacht van een ieder. Consumenten vragen meer om biologische producten, maatschappelijke organisaties omarmen de biologische sector en de overheid voert actief beleid ter stimulering van een verdere opschaling van de sector. Daarbij streeft de overheid naar '10% biologisch in het jaar 2010'. De overheid legt daarbij de nadruk op de marktwerking. De markt biedt nu kansen voor de biologische sector en zij kan die - met ondersteuning van de overheid in faciliterende zin - benutten. Een van de faciliteiten die de overheid biedt is ondersteuning van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw, waarin de diverse vertegenwoordigers van organisaties die het Convenant Marktontwikkeling Biologische landbouw hebben ondertekend waarin de 10%-doelstelling is opgenomen. Een van de taken van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw is de ondersteuning van de ontwikkeling van ketenbusinessplannen. Deze ketenbusinessplannen bevatten een stelsel van afspraken tussen ketenpartijen om de - in het Convenant afgesproken - doelstelling te realiseren. Ter voorbereiding van deze ketenbusinessplannen heeft de Task Force aan het LEI gevraagd naar een overzicht van 'de stand van zaken' en knelpunten in de keten, per productgroep en sector. Mede aan de hand daarvan kan de Task Force gerichte acties ondernemen en komen tot ketenbusinessplannen voor de onderscheiden sectoren. Voor deze producten zijn afzonderlijke notities geschreven die in deze rapportage zijn gebundeld.

Dit rapport beschrijft de marktstructuur en marktomvang en ontwikkelingen daarin voor de volgende productgroepen:

- vollegrondsgroenten (hoofdstuk 2);
- kasgroenten (hoofdstuk 3);
- fruit (hoofdstuk 4);
- aardappelen (hoofdstuk 5);
- zuivelproducten op basis van koemelk (hoofdstuk 6);
- zuivelproducten op basis van geitenmelk (hoofdstuk 7);
- brood (hoofdstuk 8) en
- rundvlees (hoofdstuk 9).

De productgroepen varkens en pluimvee zijn niet opgenomen in deze rapportage. Deze productgroepen zijn eerder of in andere studies uitgebreid aan de orde geweest. Biologische varkens kent haar eigen traject via het convenant 'Opschaling Biologische Varkenshouderij' en biologisch pluimvee is onderwerp van studie geweest ten behoeve van een op te stellen convenant rondom pluimvee (Horne en Tacken, 2001). De productgroep 'overig vlees' is evenmin uitgebreid aan de orde geweest. De reden hiervan is het beperkte marktaandeel van deze groepen (zie bijlage 1).

De beschrijving van de marktstromen, -structuur en -partijen heeft plaatsgevonden op basis van literatuuronderzoek aangevuld met interviews met de belangrijkste marktactoren in de keten (zie bijlage 2). Daarbij werd het LEI bijgestaan door een - per productgroep in-

gestelde - werkgroep, waarin marktpartijen en de voorzitter en secretaris van de Task Force zitting hadden. In deze werkgroep zijn de concept-notities besproken.

Nadrukkelijk wordt hier gewezen op de snelle ontwikkelingen die zich in de biologische landbouw voordoen. Dit betekent dat de situatie anno 2001 heel anders kan zijn dan de situatie anno 2002 en verder.

2. Biologische vollegrondsgroenten

2.1 Marktomvang en -structuur

De markt van de vollegrondsgroenten verschilt per product(groep). Het meest opvallende onderscheid is er tussen:

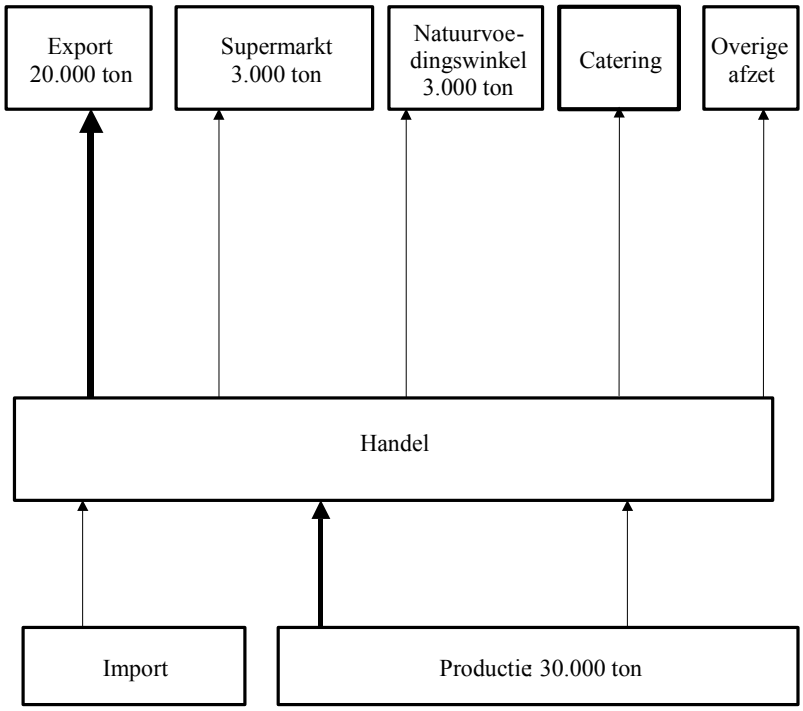
- de markt van het (A)PUK-pakket [1], de zogenaamde bewaargroenten peen, uien en kool;
- de markt van het niet (A)PUK-pakket, waaronder de zogenaamde bladgroenten.

Het (A)PUK-pakket wordt voor 65-75% geëxporteerd naar het buitenland. Het niet-(A)PUK-pakket wordt vooral in het binnenland afgezet waar het gaat om de dagverse producten (sla, andijvie). De niet-dagverse producten (erwten, spinazie, sperziebonen) worden verwerkt en vervolgens voor 65-75% geëxporteerd; slechts 25-35% blijft in Nederland. Het komt er dus op neer dat, met uitzondering van dagverse producten buiten het (A)PUK-pakket, 65-75% al dan niet verwerkt wordt geëxporteerd. Daarnaast zijn er kleinere verschillen op productniveau. Zo wordt bospeen evenals verse bloemkool vooral via het kleinschaliger afzetcircuit (boerenmarkten, Odin-tassen, directe verkoop aan huis) geteeld en afgezet. Figuur 2.1 en figuur 2.2 geven een overzicht van de marktstromen van respectievelijk het (A)PUK-pakket en het niet-(A)PUK-pakket.

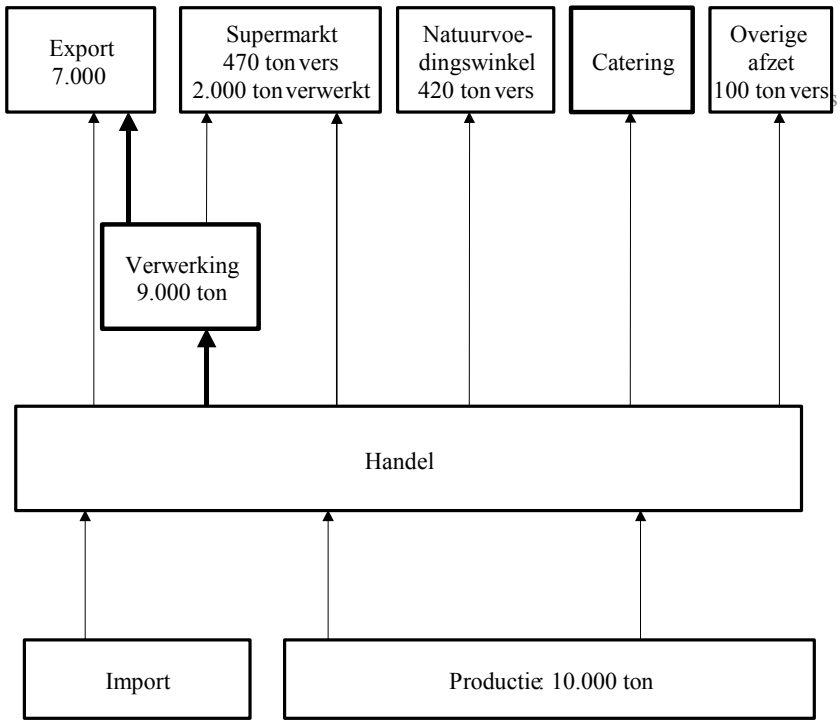
Opgemerkt wordt dat het niet precies duidelijk is in welke mate de verwerking in Nederland dan wel in het buitenland plaatsvindt. De figuren doen vermoeden dat de producten in Nederland worden verwerkt en pas dan de grens overgaan. Dit is echter niet per se het geval.

Uitgaande van het huidige areaal en aanbod aan biologische groenten kan worden gesteld dat er ruim voldaan wordt aan de doelstellingen van het Convenant Biologische Landbouw. Daarbinnen zijn wel verschillen. Waar de wortel-/knolgewassen in verregaande mate voldoen heeft het koolsegment nog stappen te ondernemen. Anders ligt het wanneer gekeken wordt naar uitsluitend het vers-segment. Met name spinazie, bloemkool, sperziebonen en kroten worden momenteel voornamelijk verwerkt; slechts een deel wordt vers verkocht. Dit in tegenstelling tot haar gangbare evenknie. Wanneer voor het vers-segment de Convenant-doelstellingen moeten gelden - bij gelijkblijvend aandeel verwerking - zou een aanmerkelijk groter areaal moeten worden geteeld. Voor met name deze gewassen is dus extra inspanning nodig om de 5%-doelstelling te halen. Wanneer het verwerkte deel niet mee wordt geteld is er nog een fors areaal nodig. Ook is er nog een forse stap te zetten wanneer een correctie voor de export plaatsheeft. Zoals blijkt uit figuren 2.1 en 2.2 wordt grof geschat zo'n 65-75% geëxporteerd (Van den Berg, 2000). Dit betekent dat dit deel niet

[1] In de volksmond wordt gesproken over APUK, waarin ook aardappelen zijn opgenomen. Deze vormen in de notitie een aparte productgroep (zie hoofdstuk 5).



Figuur 2.1 Markstructuur en productstromen van het biologische (A)PUK-pakket



Figuur 2.2 Marktstructuur en productstromen van het biologische niet-(A)PUK-pakket

op de binnenlandse markt komt en de binnenlandse consument bedient. Wanneer de Convenant-doelstellingen voor de binnenlandse markt gelden - bij gelijkblijvend aandeel export - is dus eveneens een forse inspanning noodzakelijk.

2.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Export

De belangrijkste exportbestemmingen zijn het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Zestig procent van de export gaat naar het Verenigd Koninkrijk en 20% gaat naar de Duitse consumenten; de overige 20% gaat naar 'overige' landen (Van den Berg, 2000).

Nederlandse consument

Uit onderzoek door het Productschap Tuinbouw in samenwerking met het Platform Biologica (Van Dijk, 2001) bleek dat de helft van de (400) ondervraagde consumenten wel eens biologische groenten had gekocht; 35% had wel eens biologisch fruit gekocht. Daarbij bleek dat de jongere consumenten minder vaak biologische groenten en fruit kochten dan de ouderen.

Kopers van biologische groenten en fruit noemden gezondheid, geen (chemische) bestrijdingsmiddelen, milieuvriendelijkheid en smaak als belangrijkste redenen voor de aankoop. Voor veel consumenten is de teeltwijze van belang. Ook het land van herkomst wordt relevant geacht, met daarbij een voorkeur voor Nederland. In vergelijking met gangbare producten scoren de biologische producten (ten opzichte van gangbare producten) vooral hoger op aspecten als milieuvriendelijkheid, gezondheid, smaak, teeltwijze en veiligheid. Gangbare producten scoren (in vergelijking met biologische producten) hoger op aspecten als verkrijgbaarheid, prijs, assortiment, presentatie in de winkel en uiterlijk.

De belangrijkste aanleiding om de producten te kopen was een heel andere, namelijk 'om het eens uit te proberen'. Bijna 30% van de kopers had geen aanleiding. Aankoop van biologische groenten en fruit vindt dus vooral spontaan plaats; ze komen niet op het boodschappenlijstje voor.

Consumenten die geen biologische groenten en fruit kopen hebben hier nog nooit aan gedacht of ze vinden het product te duur. Andere redenen die genoemd worden zijn: gewoonte, beperkte verkrijgbaarheid. Opvallend is dat het argument 'te duur' vooral door de consumenten met een modaal inkomen wordt genoemd, terwijl consumenten met een lager inkomen 'nooit aan gedacht' als argument in de mond nemen.

Binnenlandse afzet

Voor alle AGF-producten geldt een goed ontwikkelende, groeiende vraag. Die vraag is AGF-breed. Wat betreft het marktaandeel van de verschillende afzetkanalen op de binnenlandse markt is er geen eenduidig beeld. Het Productschap Tuinbouw meldt dat in 1999 45% van de afzet via de natuurvoedingswinkels loopt, 30% via de groenteabonnementen en de directe verkoop en 20% via de supermarkten. Recente schattingen geven een ander

beeld. Er zou veel minder, namelijk 10% van het totaal via de groenteabonnementen en de directe verkoop gaan. Daarentegen zou het supermarktaandeel fors gegroeid zijn tot net iets meer dan dat van de natuurvoedingswinkels (Engels en Mol, 2000).

Een belangrijk aandachtspunt is de belevering aan de supermarkten. Supermarkten vragen veelvuldig kleinere charges. Dit vereist een arbeidsintensieve (organisatie van de) teelt en oogst, waardoor producten duurder worden. Bovendien is de dagverse markt - met nauwe afspraken met supermarkten - gevoeliger voor weersomstandigheden. Een geplande actie van de supermarkt met dagverse groenten kan compleet verstoord worden door slecht weer. Dit alles maakt deze keten lastiger te organiseren. Het vereist goed begrip van alle ketenpartijen voor elkaars wensen en mogelijkheden en daarbij passende samenwerkingsverbanden. Zo is er het signaal dat de Nederlandse supermarktketens wel geneigd zijn om directe relaties met telers aan te gaan, maar veel minder bereid om een uitgebreid pakket van biologische AGF-producten gepland af te nemen van de handelshuizen. Dit is wel een wens van de handelshuizen. De groothandel vraagt om contracten vanuit de afzet zodat de teler garanties heeft aangaande de afzet. Het gaat dan om contracten met betrekking tot hoeveelheden, waarbij de prijs - binnen marges - nader is in te vullen. Op dit moment ervaren de biologische telers de teelt van met name de dagverse groenten - vanwege dit gebrek aan contracten - als risicovol. Het is om deze reden dat de Nederlandse supermarkten moeite hebben om biologische vollegrondsgroenten van Nederlandse herkomst aan te bieden.

Supermarkten hebben een belangrijke functie in de promotie. Gezamenlijke promotie van de biologische AGF is gewenst. Veelal gaat het om merkloze artikelen waar de supermarkt de enige marktpartij is die de communicatie en promotie met de consument kan aangaan. De keten is dus in zekere mate afhankelijk van de bereidheid tot promotie en communicatie vanuit het supermarktkanaal.

De afzet via de natuurvoedingswinkels vraagt een professionele aanpak. Er zijn geluiden van 'te lange omloopsnelheid' en onvoldoende professionaliteit (want veel vrijwilligers). Dit signaal is inmiddels goed opgepakt en veel natuurvoedingswinkels zijn actief bezig om deze slag te maken.

2.3 Handel en verwerking

Groothandel

Binnen de groothandel zijn twee stromen te onderscheiden:
- grootschalige keten, die supermarkten, natuurvoedingswinkels, verwerking en de buitenlandse afnemers belevert;
- kleinschalige keten, waarin handel en verkoop via Odin en andere kleinere distributiecentra, huisverkoop, boerderijmarkten plaatsheeft.

Marktleider in vollegrondsgroenten is Nautilus: een coöperatie van 125 biologische telers die hoofdzakelijk in de Flevopolder gevestigd zijn. Nautilus werkt vraaggestuurd, daarbij begrensd door de eisen die de teelttechnische rotaties stellen. De wensen en behoeften van de telers worden kortgesloten met de wensen en behoeften van de markt, waarna

een teeltplan voor de telers wordt opgesteld. Naast Nautilus is The Greenery actief in de markt. Ze besteedt haar biologische activiteiten uit aan Disselkoen Organics die een forse groei hoopt door te maken (een drievoudige omzet van 5 miljoen gulden naar 15 miljoen gulden). Disselkoen wil zowel importeren (om jaarrond te kunnen leveren) als exporteren.

Zoals beschreven oriënteert de Nederlandse groothandel zich nadrukkelijk op de export. Er is in principe voldoende binnenlands product om aan de Nederlandse vraag te kunnen voldoen. Toch gaat veel van het Nederlandse product naar het buitenland. De reden is dat de buitenlandse supermarkten meer wil betalen voor het biologische product. Verder zijn veel handelsorganisaties van mening dat de belangrijke supermarktketens in het buitenland een beter uitgekristalliseerd beleid hebben ten aanzien van biologische landbouw en vinden dat zij ook meer begrip hebben voor de specifieke aspecten van biologische teelt. Daardoor gaat een groot deel van de Nederlandse producten naar de export. Verwerking is eveneens een aantrekkelijk traject.

In het kleinschaliger circuit - met groenteabonnement, boerderijverkoop en boerenmarkten - speelt Odin een centrale rol. Odin heeft 68% van de groenteabonnementen in handen; Udea volgt daarop met 19% (Engels en Mol, 2000).

De biologische sector voldoet goed aan de vraag naar goed bewaarbare producten (PUK), die verwerkt worden. Er is een concentratie aan het aanbod, een goed ontwikkelde handel en verwerking en een sterke concurrentiepositie waar het gaat op PUK-assortiment. Wel moet rekening gehouden worden met concurrentie vanuit met name Oost-Europa (zie verder).

Verwerking

Oerlemans speelt een belangrijke rol in de verwerking van groenten, de diepvriesgroenten. Ook Oerlemans is sterk exportgeoriënteerd. Over het algemeen zijn er weinig knelpunten in dit traject. Er zijn contracten met betrekking tot hoeveelheid en prijs, er worden grote hoeveelheden gevraagd en beleverd en er is een goede afstemming tussen vraag en aanbod.

2.4 Productie

De productie van vollegrondsgroenten is in tabel 2.1 en 2.2 gegeven. Opvallend is dat de door de PAV geschatte productieomvang aanmerkelijk minder is dan die zoals het Productschap Tuinbouw (2000) heeft ingeschat. De laatste spreekt over 50.000 ton productie. Bij nadere bestudering blijkt dat het Productschap de hectareopbrengst aanmerkelijk hoger inschat voor een aantal gewassen. Dit verschil in hectareopbrengst verklaart voor een belangrijk deel de verschillen in productiewaarde.

Tabel 2.1 Nederlandse productie aan biologische peen, uien en kool in 1999, in ton

	Areaal (ha)	Opbrengst (ton/ha)	Totale productie (ton)
Peen	260	50	13.000
Uien	400	35	14.000
Kool	121	21	2.541
Totaal	781		29.541

Bron: PAV.

Tabel 2.2 Nederlandse productie aan overige biologische vollegrondsgroenten in 1999, in ton

	Areaal (ha)	Opbrengst (ton/ha)	Totale productie (ton)
Andijvie	11	25	275
Sla	15	12	180
Spinazie	213	19	4.047
Prei	55	18	990
Snijbonen	7	14	98
Sperziebonen	292	8	2.336
Kroten	58	40	2.320
Totaal	651		10.246

Bron: PAV.

Tabel 2.3 toont het aantal bedrijven in Nederland dat de verschillende groenten teelde in het jaar 1999. Opvallend is dat voor spinazie het areaal uit tabel 2.3 (veel) verschilt van het areaal uit tabel 2.2; een verklaring hiervoor is dat CBS op een ander tijdstip in het jaar meet als PAV.

Tabel 2.3 Areaal en aantal bedrijven dat biologische vollegrondsgroenten teelt in 1999

	Aantal bedrijven	Areaal (hectare)
Andijvie	44	11
Sla	57	14
Spinazie	37	81
Prei	80	51
Kroten	63	50
Asperges	13	9
Bloemkool	60	111
Broccoli	43	35
Knolselderij	46	27
Bewaarkool	54	65
Sluitkool	51	50
Spruitkool	36	19
Schorseneren	12	8

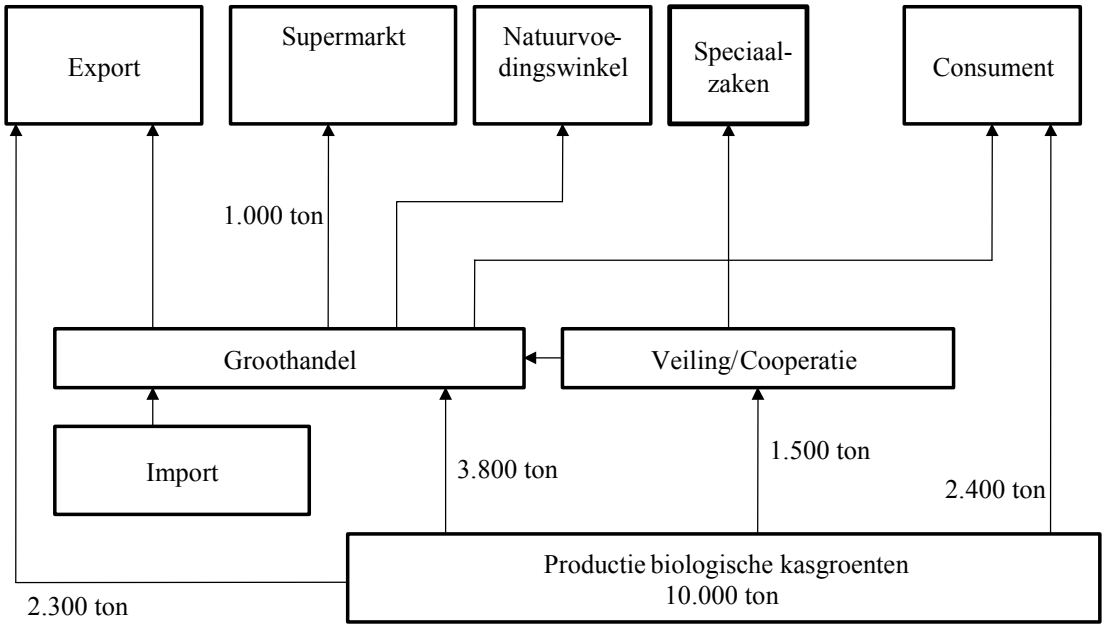
Bron: CBS.

De bedrijfseconomische resultaten van de biologische teelt zijn over het algemeen gunstiger dan die van de gangbare teelt. Dit maakt de biologische teelt aantrekkelijk. Aandachtspunt is wel de arbeidsvoorziening. In piekperioden waarin relatief veel arbeid wordt gevraagd is er het gevaar van onvoldoende beschikbare arbeidskrachten. Verder moet de Nederlandse sector in toenemende mate rekening houden met concurrentie vanuit met name Oost-Europa, vooral waar het gaat om de bewaargroenten. Zij zijn in staat om tegen (fors) lagere prijs dit assortiment te leveren.

3. Biologische kasgroenten

3.1 Marktomvang en -structuur

In figuur 3.1 is een overzicht van de marktpartijen die een rol spelen in de handel van vrucht- of kasgroenten gegeven en daarbij - globaal geschat - de omvang van de productstromen. Uit figuur 3.1 blijkt dat er circa 10.000 ton biologische kasgroenten wordt geproduceerd waarvan 25% direct naar het buitenland gaat. Eveneens 25% gaat direct naar de Nederlandse consument. De overige ruime helft gaat via groothandel en veiling en vervolgens supermarkten, natuurvoedingswinkels of speciaalzaken naar de Nederlandse consument.



Figuur 3.1 Marktstructuur en productstromen van biologische kas- of vruchtgroenten

In het algemeen geldt dat de Nederlandse vraag aanzienlijk groter is dan het Nederlandse aanbod. Een uitzondering vormt de zomerperiode, waarin het aanbod zijn piek heeft. Verder blijkt dat Nederlandse glastuinbouw voor 60% de doelstellingen van het Convenant haalt. Wanneer de export niet als bijdrage aan de doelstellingen van het convenant geldt, is de realisatie lager dan 60%.

3.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Export

Met name Britse grootwinkelbedrijven zijn voor de export van kasgroenten van groot belang.

Nederlandse consument

Hiervoor wordt verwezen naar de paragraaf die in hoofdstuk 2 is opgenomen. Voor kasgroenten kan hier nog aan toegevoegd worden dat teeltwijze van belang geacht wordt door het merendeel van de consumenten en dat de helft daarvan verwarmde kassen 'verantwoord' vindt (Van Dijk, 2001).

Binnenlandse afzet

De Nederlandse consument wordt bediend door zowel supermarkten, natuurvoedingswinkels en speciaalzaken. Hun precieze marktaandeel is niet bekend. Wel is bekend dat de supermarkten ongeveer 1.000 ton aan kasgroenten aan de consument verkopen.

3.3 Handel en verwerking

Groothandel

Er zijn grofweg drie afzetkanalen - teler af - te onderscheiden:
- directe afzet (bijna 25%);
- afzet via de gespecialiseerde biologische groothandel;
- afzet via de gangbare groothandel die het biologische product verhandelt naast het gangbare aanbod.

Het zijn veelal de kleine telers die direct verkopen aan de consument. De belangrijkste redenen voor de telers om aan deze vorm van verkoop te doen zijn gelegen in de hogere prijzen en de afzet van de 'klasse 2'-producten. Odin, die haar producten via groenteabonnementen aan de consumenten aanbiedt, is binnen deze keten een belangrijke speler. Grotere telers van biologische kasgroenten leveren veelal aan de groothandel (binnenland) of exporteur en hechten veel waarde aan een vaste relatie met een afnemer die alle geproduceerde producten afneemt. Eosta is marktleider in vruchtgroenten en overzeese import. De rol die veilingen en coöperaties spelen in deze keten is beperkt (zo'n 15% van de productie).

De prijs in het exportkanaal is een kortetermijnprijs (bijvoorbeeld weekprijzen). De groothandel maakt jaarafspraken met de telers.

Van belang in de handel van biologische kasgroenten zijn uiterlijk, versheid, verpakking en de partijgrootte. In de toekomst zal de prijs een steeds grotere rol gaan spelen. Men

verwacht een toename van het aanbod waardoor de eisen aangaande de prijs/kwaliteitverhouding zullen aanscherpen.

3.4 Productie

De belangrijkste kasgroenten die biologisch worden geproduceerd zijn komkommers, paprika's en tomaten, zoals uit tabel 3.1 blijkt.

Tabel 3.1 Aantal groentebedrijven onder glas in Nederland dat biologisch produceert in 2000 en het aantal bedrijven in omschakeling

	Aantal bedrijven	Aantal bedrijven in omschakeling
Tomaten	43	5
Komkommers	44	2
Paprika	31	5
Radijs	7	1
Aubergines	8	0
Overige groente	49	2

Bron: CBS.

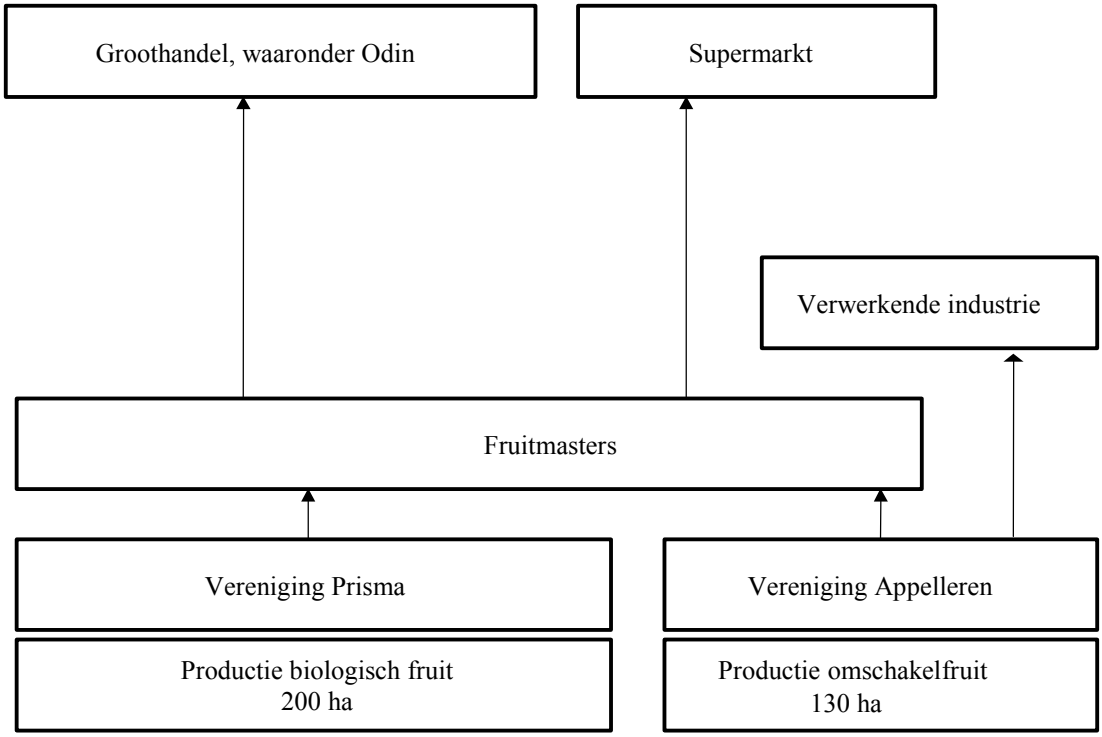
Voor de glastuinbouw geldt een extra hoge drempel om om te schakelen in vergelijking met de aardappelen en vollegrondsteelt. Immers, er is dan ook de omschakeling van teelt op substraat naar de teelt in de vollegrond. Juist voor deze sector is het wegvallen van de omschakelingspremie van overheidswege ook een extra belemmering. Verder zijn - anders dan bij de vollegrondsgroenten-, fruit- en aardappelteelt - de economische perspectieven voor de gangbare teelt aantrekkelijk.

Ter beperking van de benodigde arbeid wordt de inzet van dieren als mogelijkheid genoemd. Zo kunnen pekingeenden met succes onkruid tussen paprika's en tomaten 'bestrijden'. Kippen zouden betekenis hebben in de bestrijding van ongedierten. 'Salmonella' is wel een aandachtspunt bij de inzet van kippen. Zo weigert het Britse Sainsbury's producten waar kippen tussen hebben gelopen (*Groenten en Fruit*, 2001).

4. Biologisch fruit

4.1 Marktomvang en -structuur

In figuur 4.1 is een overzicht van de marktpartijen gegeven die actief zijn in het biologisch fruit. Uit de figuur blijkt dat er ruim 300 ha biologisch fruit is, waarvan ruim een derde in de overgangsfase zit. De fruitsector heeft nog een forse stap te zetten om de Convenant-doelstellingen te halen.



Figuur 4.1 Marktstructuur en productstromen van biologisch fruit

4.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Binnenlandse afzet

Er wordt slechts 10% van het biologische fruit via de supermarkten verkocht. Het overige deel wordt via de groothandel en directe afzetkanalen verkocht.

4.3 Handel en verwerking

Verwerking

In hoeverre biologisch fruit door de verwerkende industrie wordt gebruikt is niet bekend. Wel is duidelijk dat Hak niet van plan is om biologische appelmoes op de markt te brengen; uit onderzoek door Hak zelf zou blijken dat de vraag te laag is. Bovendien zou de aanvoer van biologische producten nog van onvoldoende kwaliteit zijn en te onregelmatig in kwantiteit. Wel zegt Hak afgelopen jaar 500.000 kilo biologische producten in hun gangbare producten te hebben verwerkt. Dit beleid levert volgens Hak, zeker op korte termijn, de meeste milieuwinst (AgriHolland, 2001).

Groothandel

Het fruit van zowel de telersvereniging Prisma als van de omschakelgroep Appelleren wordt via Fruitmasters verkocht aan de groothandel en in toenemende mate aan het grootwinkelbedrijf. Er zijn contracten gesloten met Groenwoudt en Dekamarkt.

4.4 Productie

Tabel 4.1 laat zien dat er ruim 60 bedrijven zijn die biologische appels produceren, bijna 50 bedrijven telen biologische peren en bijna 30 bedrijven produceren 'overige pit- en steenvruchten'. Het gaat daarbij in totaliteit om ruim 250 ha.

Tabel 4.1 Aantal fruitbedrijven in Nederland dat biologisch produceert in 2000, aantal bedrijven in omschakeling en areaal

	Aantal bedrijven	Aantal bedrijven in omschakeling	Areaal (hectare)
Appels	61	15	192
Peren	48	8	50
Overige pit- en steenvruchten	29	4	16

Bron: CBS.

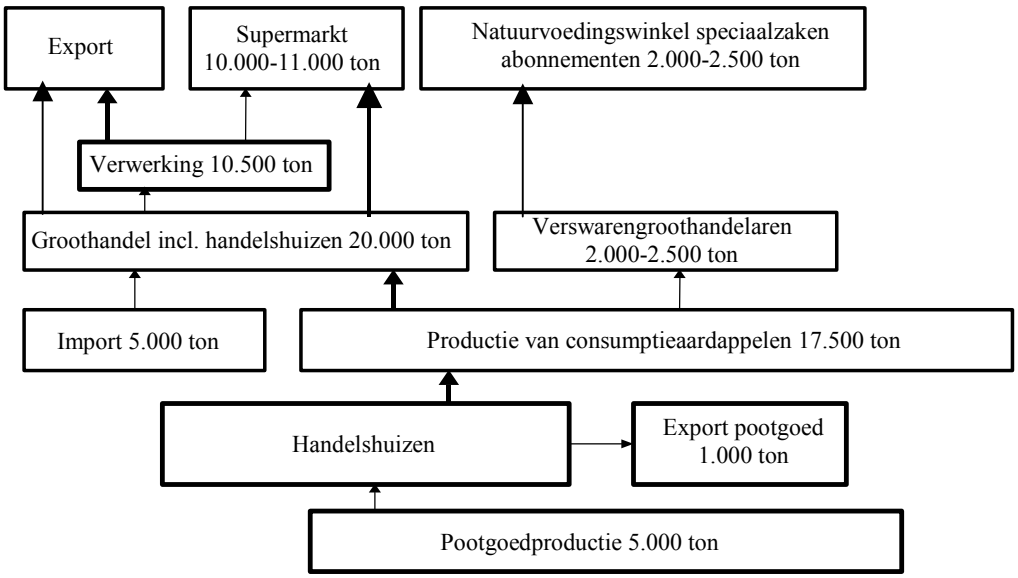
Er worden vooral biologische appels geteeld; de teelt van biologische peren wordt bemoeilijkt door de moeizame ziektenbestrijding. Het verbod op het gebruik van koper maakt ziektenbestrijding in de perenteelt nog moeilijker.

De meest geteelde biologische appelrassen zijn Elstar en Jonagold waarbij opvalt dat steeds meer telers zich specifiek op één van de rassen richten.

5. Biologische aardappelen

5.1 Marktomvang en -structuur

Figuur 5.1 geeft een overzicht van de markt van biologische aardappelen. Figuur 5.1 laat zien dat aardappelen ook voor een aanzienlijk deel worden geëxporteerd. Van de 20.000 ton die via de Nederlandse groothandel loopt komt ongeveer de helft via de supermarkt bij de Nederlandse consument terecht.



Figuur 5.1 Marktstructuur en productstromen van biologische aardappelen

De biologische aardappelsector voldoet nagenoeg dan wel ruimschoots aan de doelstellingen van het Convenant, afhankelijk van de gekozen uitgangspunten.

5.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Binnenlandse afzet

De biologische aardappel maakte in 1999 3% uit van de totale markt voor aardappelen. In tegenstelling tot de gangbare aardappelen maakt het marktaandeel van de biologische aardappel een sterke groei door. Elk jaar neemt dit toe met 10%. Voor biologische aardappelen is de supermarkt het belangrijkste verkoopkanaal, zo stelt de Rabobank (2000).

5.3 Handel en verwerking

Groothandel

De handelshuizen hebben een centrale regiefunctie in de keten. Zij dragen zorg voor de afstemming van vraag en aanbod van poot- en consumptieaardappelen door de hele keten heen. Zij zijn vrijwel altijd eigenaar van de kweekbedrijven (van pootgoed) en daarmee goed in staat de hele kolom aan te sturen. Zij zetten de vraag uit bij de telers en verhandelen vervolgens de aardappelen richting verwerkende industrie, detailhandel en export. De belangrijkste groothandelaren van biologische (onverwerkte) tafelaardappelen zijn: Bioselect (Agrico), Loogman, Meijer, Nedato en Bonna Terra. Bioselect is de machtigste speler in het segment van de biologische tafelaardappel. Het zou een marktaandeel van 80% bezitten. Dit strookt overigens niet geheel met de gegevens uit andere bronnen, zoals Breure et al. (2000). Duidelijk is wel dat Bioselect van Agrico een sterke speler in het biologische segment is. Het bedrijf is gevestigd in de provincie Flevoland: het meest uitgesproken teeltgebied voor biologische producten: 'jong' land met een lage onkruiddruk.

Verswarengroothandelaren

Naast de bovengenoemde groothandelaren zijn er de verswarengroothandelaren met de kleinverpakkerseenheden, die vooral aan de natuurvoedingswinkels leveren. Deze handelaren bieden een assortiment van producten aan waaronder de biologische aardappels. Het aanbod van Nederlandse aardappelen is niet groot genoeg voor de jaarrond levering aan de klanten. Om jaarrond te leveren is import nodig uit andere landen waaronder Israel en Italië.

De belangrijkste verswarengroothandelaren van tafelaardappelen in Nederland zijn:

- de Zaai-ster (voor Noord-Nederland) (met 200-300 ton afzet);
- Udea (met 600-700 ton afzet);
- Kroon BV (met 200-330 ton per jaar);
- Eosta BV (met 200 ton per jaar).

De Zaai-ster is verswarengroothandel met een kleinverpakkerseenheid in Noordoost Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe en Overijssel). Het heeft ongeveer 150 afnemers waaronder alle 50 natuurvoedingswinkels in de regio. Udea, Odin Kroon BV en Eosta BV zijn verswarengroothandelaren die tevens zelf kleinverpakkingen doen en distribueren. Het assortiment van Odin bevat vooral biologische groenten en fruit en een zeer beperkt aandeel aardappelen.

Verwerking

Tafelaardappelen spelen momenteel de belangrijkste rol binnen de biologische aardappelteelt. De productie van frites is pas onlangs opgestart en nog slechts klein. De verwachting is wel dat hier een forse groei kan plaatsvinden.

Op dit moment wordt 5.000 ton aardappelen geïmporteerd voor de verwerking en samen met de binnenlandse productie tot 10.500 ton verwerkt. Iceland in het Verenigd Koninkrijk was de belangrijkste afnemer.

5.4 Productie

Consumptieteelt

Het aanbod van biologische aardappelen in Nederland is groeiende. Uit tabel 5.1 blijkt dat er in 1999 nog 20.000 ton werd geteeld, terwijl dat (naar verwachting) drie jaar later tot 32.000 ton uitgegroeid.

Tabel 5.1 Ontwikkeling van de productie van biologische consumptie- en pootaardappelen in de periode 1999-2002

	1999	2000	2001	2002
Aantal telers	70-75	85-90	90-100	100-110
Areaal (ha)	750	950	1.050	1.200
Productie in Nederland (ton)	20.000	26.000	28.000	32.000

Bron: Engels en Mol (2001).

Er wordt in Nederland door 144 bedrijven 576 ha biologische consumptieaardappelen geteeld. Het gaat daarmee om 1,3% van het aantal bedrijven dat aardappelen teelt en minder dan 1% van het areaal consumptieaardappelen.

Er zijn grote verschillen ten aanzien van fysieke opbrengst, opbrengstprijs en saldo. De fysieke opbrengst voor biologische aardappelen is aanmerkelijk lager dan voor de gangbare consumptieaardappelen, maar omdat de prijs per kilogram veel hoger is, weet de teler van biologische consumptieaardappelen een veel hoger saldo te realiseren (Bedrijven-Informatienet van het LEI (het Informatienet)). Overigens is de drijfveer om biologische consumptieaardappelen te telen niet zo zeer gelegen in de markt voor biologische consumptieaardappelen, maar veeleer in die voor biologische vollegrondsgroenten.

Pootgoedteelt

De teelt van biologisch pootgoed vormt evenals die van biologische consumptieaardappelen rond 1%. Het areaal biologisch pootgoed - 135 ha - is minder dan 1% en het aantal bedrijven - 47 - bedroeg 1,5% van het totaal aantal pootgoedtelers.

Ook hier geldt dat de fysieke opbrengsten van biologische pootaardappelen beduidend lager liggen in vergelijking met de gangbare pootgoedaardappelen, maar dat de opbrengstprijs veel goedmaakt. Het saldo voor biologische pootgoed ligt beduidend hoger dan dat voor gangbaar pootgoed (het Informatienet).

Kweker/handelshuis

Kwekers/handelshuizen ontwikkelen de aardappelrassen conform de eisen/wensen van de afnemers. Zij zijn veelal in eigendom van de groothandel (in consumptieaardappelen) en worden sterk aangestuurd vanuit de marktvraag. De verkoop van (biologische) pootaardappelen loopt vrijwel voor 100% via deze handelshuizen.

In Nederland zijn de belangrijkste kwekers/handelshuizen: HZPC Holland BV, Agrico en Meijer. Deze zijn actief in zowel de gangbare aardappelsector als in de biologische aardappelsector. Ook zijn er handelshuizen die uitsluitend biologische aardappelrassen kweken, zoals: Bonna Terra (Samenwerkingsverband tussen HZPC en Stet Holland).

Hoewel het nog geen wettelijke verplichting is, willen de biologische consumptietelers zoveel als mogelijk uitgaan van specifiek biologische rassen. Toch is de ontwikkeling van biologische aardappelrassen nog beperkt. De markt voor biologische consumptieaardappelen is nog te gering. En aangezien de ontwikkeling van specifieke aardappelrassen voor de biologische teelt veel tijd (12 tot 15 jaar) en geld kost zijn de kweekbedrijven huiverig om te investeren in nieuwe biologische rassen, die relatief beperkt van marktomvang zijn.

Bonna Terra teelt 65-70 ha, waarvan 30-35 ha consumptie-/industrieaardappelen en 30-35 ha pootgoed. De top 5 voor de gangbare rassen verschilt nadrukkelijk van die van de biologische rassen (figuur 5.2).

Top 5 gangbare rassen	**Top 5 biologische rassen**
Bintje	Santé
Bildstar	Agria
Nicola	Escort
Eigenheimer	Disco
Dore	Texla

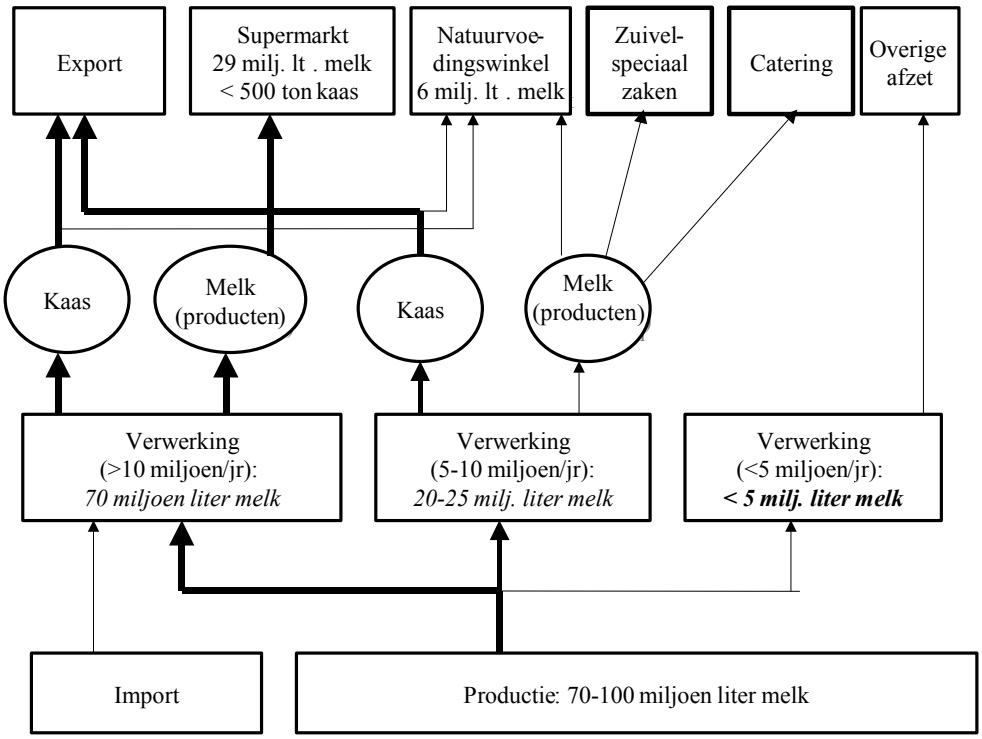
Figuur 5.2 Top-5 van gangbare en biologische aardappelrassen
Bron: NIVAA.

In tegenstelling tot de handel in pootgoed van de traditionele aardappelrassen is de handel in biologisch pootgoed gering. De export bedraagt naar schatting 1.000 ton. Van enige import is geen sprake.

6. Biologische zuivel op basis van koemelk

6.1 Marktomvang en -structuur

Anno 2000 was er tussen 70 en 100 miljoen liter biologische melk op de Nederlandse markt. De precieze hoeveelheid is moeilijk in te schatten vanwege een aantal factoren. [1] De ondergrens wordt op circa 70 miljoen liter melk geschat omdat deze melk terug te vinden is in de markt; de bovengrens ligt op ongeveer 100 miljoen liter melk.



Figuur 6.1 Marktstructuur en productstromen van biologische zuivel afkomstig van koeien

---

[1] De belangrijkste factoren zijn:
- sommige literatuurbronnen hanteren de *melkquota*, anderen de *werkelijk* geleverde hoeveelheid melk;
- er is in het jaar 2000 veel beweging in de markt geweest waarbij melk van de ene verwerker naar de andere is overgegaan. Dit brengt het gevaar van dubbeltelling met zich mee. Het is niet altijd duidelijk wie welke melk hoe meerekent;
- gedurende het jaar komt er extra melk vrij omdat melkveehouders dan de omschakelingsperiode hebben afgesloten. Sommige bronnen rekenen deze vrijgekomen melk mee over het hele jaar; andere bronnen rekenen alleen met de werkelijk hoeveelheid geproduceerde biologische melk.

Kaas en consumentenmelk(producten) (yoghurt, karnemelk, vla en dergelijke) zijn de belangrijkste zuivelproducten op de markt; boter speelt nog maar nauwelijks een rol. Er wordt zo'n 35 miljoen liter consumentenmelk(producten) geproduceerd van de biologische melk en - naar schatting - 2.900 ton kaas, waarvoor 29 miljoen liter melk nodig is. Daarmee is van 64 miljoen liter melk duidelijk in welke producten deze melk op de markt komt. In figuur 6.1 is een overzicht van de markt gegeven.

De Nederlandse biologisch zuivelsector is aardig op weg naar de 5%-doelstelling. Er is een aanzienlijke autonome groei (van 10-12% per jaar) die de 5%-doelstelling dichtbij brengt.

6.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Export

Melk en melkproducten worden niet geëxporteerd; het gaat uitsluitend om kaas. Export is belangrijk voor kaas. De meeste kaas wordt rechtstreeks vanaf de fabriek dan wel via een groothandel verkocht aan het buitenland. De Duitse markt - de Duitse natuurvoedingswinkels - zijn de belangrijkste klanten.

Nederlandse consument

Er wordt in Nederland 270 liter melk aan melk en melkproducten geconsumeerd, zo blijkt uit tabel 6.1 en 6.2.

Tabel 6.1 Consumptie van zuivel en zuivelproducten in Nederland in 1999

	Per hoofd van de bevolking (kg)	Totaal in Nederland (miljoen kg)
Consumptiemelk en -producten	127,3	2.037
Room	2,7	43
Boter	3,4	54
Kaas	14,3	229
Kwark	2,7	43
Gecondenseerde melk	6,5	104

Aan biologische consumptiemelk en -producten is in 1999 tot en met het derde kwartaal 33,8 miljoen gulden uitgegeven, als volgt uitgesplitst:
- 19,7 miljoen gulden biologische melk en karnemelk;
- 12,1 miljoen gulden yoghurt; en
- 2,0 miljoen gulden vla.

Tabel 6.2 Benodigde hoeveelheid melk voor de consumptie van zuivel en zuivelproducten, in kilogram per hoofd van de bevolking

	Hoeveelheid melk (kilogram)
Consumptiemelk en -producten	127
Kaas (14,3 * 10 liter per kilogram kaas)	143
Totaal	270

N.B.: Room en boter worden gemaakt van het vet dat vrijkomt bij het afromen van zowel melk als kaas.

Biologische yoghurt liet een omzetstijging van 190% zien; biologische yoghurt neemt 2,9% aandeel in van de totale biologische zuivel. De omzet van biologische melk en karnemelk bleek iets minder gestegen, namelijk 130% gestegen te zijn - van 0,9% naar 2,1% (EKO-Monitor januari 2000).

Een aantal recente ontwikkelingen in de consumptie van melk:

1. in de periode 1998 - 1999 (tot en met het derde kwartaal) is het marktaandeel biologische consumptiemelk en -producten met 150% gestegen van 0,7% tot 1,8%;
2. de omzet van biologische consumptiemelk en -producten is in het tweede kwartaal van 2000 vier keer zo hoog dan de omzet in het tweede kwartaal van 1998. Het marktaandeel biologisch is nu 2,3% binnen de totale zuivel (EKO-Monitor 2001 nr. 10);
3. het Platform Biologica constateert een positieve ontwikkeling: in het eerste kwartaal van 2000 kocht een kleine 9,7% van de consumenten minimaal eenmaal biologische zuivel bij Albert Heijn tegen 9,9% in 1999 - toen er een 'Biologische Week' door Albert Heijn was georganiseerd met 25% korting op de biologische producten. Ze constateert dat de situatie in 2000 positiever is dan in 1999:
   - het gemiddeld aantal aankopen is in het eerste kwartaal van 2000 hoger dan in het eerste kwartaal van 1999, respectievelijk 4,5 en 3,2;
   - het percentage herhalers is hoger, namelijk 47% van het aantal kopers in het eerste kwartaal van 2000 versus 43% in het eerste kwartaal van 1999;
   - het aantal aankopen door herhalers is gestegen van 6,2 in het eerste kwartaal van 1999 tot 8,4 in het eerste kwartaal van 2000 (EKO-Monitor 2000 nr. 8).

Het prijsverschil tussen gangbare melk en biologische melk op consumentenniveau - in de supermarkt - bedraagt *ƒ* 0,50 per liter (halfvolle melk) (1 liter halfvolle gangbare melk kost *ƒ* 1,09 tot *ƒ* 1,19 terwijl 1 liter biologische melk *ƒ* 1,59 kost). In figuur 6.2 is inzicht gegeven in de meerkosten.

Dertig tot veertig cent per liter van het prijsverschil kan worden verklaard door:

- hogere uitbetalingsprijs aan de melkveehouder;
- andere logistiek (tot en met de supermarkt);
- BTW; en
- kleinschaliger verwerking.

Het overige deel (10 tot 20 cent per liter) zou verklaard moeten worden uit onder andere de meerkosten op het niveau van de detailhandel en wellicht ook de meerkosten van controle (het is niet duidelijk in welke mate deze zijn meegenomen in de eerder genoemde posten).

De meerkosten zijn als volgt verdeeld:
- de melkveehouder krijgt 13,5 cent per liter meer voor zijn melk;
- het ophalen van de melk kost 4 cent per liter meer;
- de logistiek in de supermarkt kost 5-6 cent per verpakkingseenheid meer (geen gebruik van de roll-in containers).

(*Zuivelzicht,* 8 november 2000: 17).

Daarmee wordt 22,5 tot 23,5 cent prijsverschil verklaard. FEZ Drachten meldt dat de kosten van biologische melk 20-30% hoger zijn als gevolg van:
- hogere uitbetalingsprijs;
- logistiek;
- kleinschaliger verwerking;

(*Zuivelzicht,* 8 november 2000: 23).

Dit verklaart dus een prijsverschil van 22 tot 32 cent per liter. Daarnaast is er 3 cent BTW-verschil als gevolg van een hogere consumentenprijs.

Figuur 6.2 Toelichting op de meerkosten per schakel

Een vergelijking met de prijsopbouw van gangbare melk leert weinig extra's omdat deze producten niet of nauwelijks vergelijkbaar zijn. Immers voor de gangbare melk geldt dat de detailhandel veelal verlies leidt, omdat melk dient als 'trekker' in de winkel: de melk wordt tegen een (te) lage prijs aangeboden om kopers te trekken die naast melk ook andere producten in het boodschappenwagentje leggen. Dit verklaart de negatieve nettomarge op detailhandelsniveau. De supermarkt kiest voor biologische melk een andere benadering (biologische melk als specialty), waardoor de vergelijking van de totale prijsopbouw mank gaat.

Binnenlandse afzet

Het belangrijkste afzetkanaal voor biologische consumptiemelk en -producten is de supermarkt, die 78% marktaandeel heeft. Zij verkopen 29 miljoen liter van de 38 miljoen die aan de consumenten wordt verkocht. Daarnaast wordt een kleine 6 miljoen via de natuurvoedingswinkels verkocht, die daarmee 16% van de markt in handen hebben. De resterende 2% gaat via 'overige' kanalen.

Het gaat vooral om biologische melk en melkproducten; biologisch boter en kaas komen beperkt op de Nederlandse markt. In de Nederlandse supermarkt is nog maar weinig kaas te vinden; alleen de natuurvoedingswinkels verkopen biologische kaas.

Toekomstige marktontwikkelingen worden voorzichtig positief ingeschat op basis van een aantal recente ontwikkelingen in de markt. 'Een gestage groei' wordt verwacht; anderen spreken over 10-15% groei per jaar.

6.3 Verwerking

De biologische zuivel wordt voor 70% verwerkt bij de drie grootste melkverwerkers, Ecomel, FEZ en Swenti, die ieder (ruim) meer dan 10 miljoen liter melk verwerken (figuur 6.2). Daarnaast wordt 20-25% van de melk verwerkt door de zes tot acht middelgrote bedrijven (Rouveen Kaasspecialisten, 'De Dageraad', 'Dinkelland', Waddenzuivel en De Katshaar), die ieder 3-10 miljoen liter melk verwerken. De overige melk wordt op kleinschaliger bedrijven (inclusief zelfkazende bedrijven en melkveehouders die aan huisverkoop doen, zijnde 40% van de primaire bedrijven die biologische melk produceren) verwerkt.

Ecomel is een zelfstandige Business Unit van Campina Melkunie. Deze business Unit is per 1 januari 2000 ontstaan door een samenvoeging van de eerder overgenomen bedrijven 'Zuiver Zuivel' en zuivelfabriek 'De Vereeniging' in Limmen en kaasmakerij 'De Zwaluw' in Udenhout. Ecomel is weliswaar een onderdeel van Campina Melkunie maar opereert volledig zelfstandig. De biologische veehouders leveren de melk rechtstreeks aan het productiebedrijf in Limmen. Ecomel verwerkt anno 2000 30 miljoen liter van bedrijven die gemiddeld 300.000 liter aanleveren. Deze bedrijven zijn over Nederland verspreid. Ze verwacht een jaarlijkse groei van 10 tot 12%, waarbij de hoeveelheid melk die iedere melkveehouder aanlevert gemiddeld meegroeit. Ecomel verwerkt de melk tot een breed assortiment: melk, kaas en boter evenals diverse producten (karnemelk, yoghurt, kwark en vla). Ecomel heeft daarbij de strategie om eerst de omloopsnelheid van de basisproducten te verhogen, zodat het biologische zuivelproduct goed ingeburgerd is in Nederland, om vervolgens het assortiment te verdiepen. (*Zuivelzicht* 8 november 2000: 21) Ecomel levert zowel aan de supermarkten (onder de merknaam 'De Groene Koe') als aan de natuurvoedingswinkels (onder de merknaam 'Zuiver Zuivel'). Daarnaast exporteert Ecomel met name haar kaas. Ecomel heeft een groot aandeel in de export van Nederlandse ecokaas richting Duitse groothandelaren die deze kaas aan de natuurvoedingswinkels verkopen. Campina Melkunie is met de merken Zuiver Zuivel, het Groene Land en De Groene Koe marktleider op het gebied van biologische zuivelproducten en heeft geen plannen om onder het merknaam Mona biologische producten te introduceren (EKO-Monitor 2001 nr. 1).

Swenti Melk heeft in 2000 de kaasmakerij 'Bastiaanse kaas' overgenomen. Deze kaasmakerij in Molenschot produceert vooral speciaalkazen onder de merknaam 'Bastiaanse' die worden verkocht aan natuurvoedingszaken. Daarnaast heeft Bastiaanse kaas het merk 'Baars Bio' van de Leerdammer Company gekocht, waarmee het bedrijf zich vooral richt op de (internationale, Duitse) supermarkten.

Swenti verwerkte in 2000 12 miljoen ecologische melk en wil in 2001 doorgroeien naar 20 miljoen. Daarmee is Swenti de snelstgroeiende zuivelverwerker in het biologische segment. De kurk waarop de biologische verwerking drijft is de kaas. Van de 20 miljoen liter melk wordt 16 miljoen bij de eerdergenoemde dochter Bastiaanse verwerkt tot kaas. Daarnaast wordt 2 miljoen liter in België verwerkt tot industriële kaas en wordt 2 miljoen als biologische zuivel afgezet (in Born).

Friesland Coberco Dairy Foods (FCDF) heeft de verwerking van ecologische zuivel ondergebracht bij Friesche Ecologische Zuivel Drachten (FEZ). Er werd daar in 2000 zo'n 14 miljoen kilogram melk verwerkt. Deze melk is afkomstig van ongeveer 45 melkveehouders, verenigd in Ekomelk-Noord. Deze bedrijven krijgen 10 cent extra per kilogram melk op de prijs voor gangbare melk. FEZ Drachten produceert het basisassortiment biologische dagverse zuivel: de halfvolle melk, volle melk, karnemelk, magere en volle yoghurt evenals (blanke) vanillevla. Deze producten worden onder de merknaam 'Natuur Best' van Friesche Vlag in de markt gezet.

Figuur 6.2 Korte beschrijving van Ecomel, Swenti en FEZ

De grotere verwerkingsbedrijven beleveren de supermarkten; daarbij wordt gebruikgemaakt van de logistieke infrastructuur voor de gangbare melk(producten). De middelgrote zuivelverwerkers leveren veelal aan de natuurvoedingswinkels. Deze laatste groep produceert met name ook veel kaas die aan het buitenland wordt geleverd.

In de winter van 1999/2000 was er een tekort aan biologische melk en heeft Ecomel geïmporteerd. Daarna zijn er veel omschakelaars op de markt gekomen en wordt er - volgens Ecomel - niet meer geïmporteerd. Ecologische boeren produceerden in 2000 zelfs meer melk dan gevraagd werd. Het overschot aan biologische melk werd vooral veroorzaakt doordat plotseling veel meer boeren de overstap maakten naar de ecologische productiemethode. De boeren profiteerden zo nog van de (gunstige) regelgeving voor omschakeling voordat per 24 augustus 2000 de nieuwe regeling van kracht werd en de overgangsperiode met een jaar werd verlengd tot 2 jaar. Dit zorgde ervoor dat vanaf de maand mei (2000) veel extra melk (van de grote groep omgeschakelde boeren) op de markt kwam. Het overschot zou tegen de (veel lagere) gangbare prijs zijn verkocht. Naar schatting ging het om 10 miljoen liter melk. Als tweede oorzaak voor het overschot werd genoemd de niet-gerealiseerde afzet door het Friesche Ecologische Zuivel (nu onderdeel van Friesland Coberco Dairy Foods) op de Britse markt. Concurrentie met Deense zuivel speelde daarbij een rol.

6.4 Producenten

Er waren anno 2000 346 biologische melkveehouders (voorlopige cijfers, CBS, 2001), waarvan:

- 301 sterk gespecialiseerde melkveebedrijven;
- 35 gespecialiseerde melkveebedrijven;
- 10 'overige' melkveebedrijven.

SKAL spreekt nog over 328 bedrijven met 15.598 stuks dieren die gemiddeld 5.470 liter melk geven. Daarmee zou 85 miljoen liter melk op de markt komen. Deze hoeveelheid sluit aan bij de schatting dat er tussen 70 en 100 miljoen liter melk in de markt is.

De producenten zijn georganiseerd in leveranciersverenigingen die contracten afsluiten met de verwerkers van de melk.

- de NatuurWeide: een leveranciersvereniging van EKO-melkveehouders van 250 tot 300 leden, waarvan zo'n 25-30 biologisch-dynamische melkveehouders zijn die tot voor enkele jaren terug verenigd waren in 'De Groene Weide'. Samen leveren deze melkveehouders 60 miljoen liter per jaar aan Campina Melkunie (Ecomel). De NatuurWeide vertegenwoordigt ook de Nederlandse biologische melkveehouders in het Verbond van Europese melkveehouders 'Alliance of European Organic Milk Producers';
- Ekomelk-Noord heeft 43 leden en levert bijna 14 miljoen liter melk aan Friesland Coberco Dairy Foods (FCDF).

Ekomelk-Noord en De NatuurWeide overwegen een fusie om zo hun krachten te bundelen. Overigens wordt er op dit moment al samengewerkt wat betreft de contracton-

derhandelingen met Friesland Coberco en Campina Melkunie. Per 1 januari 2002 zou Ekomelk-Noord worden opgeheven.

Voor de biologische melkveehouderij waren de financiële opbrengsten per 100 gulden kosten in 1997/98 vergelijkbaar met die van de gangbare melkveehouderij onder de gestelde voorwaarden. Van belang is dat de opbrengsten per 100 gulden kosten heel anders kunnen liggen bij een andere uitgangspositie van de omschakelende melkveehouder. Voor intensieve bedrijven (met minder grond) zijn de kosten al snel (veel) hoger dan voor extensieve bedrijven. Bij de vergelijking van de twee bedrijven moet dus goed rekening gehouden worden met de uitgangspositie. De nettokostprijs verschilde in 1998/99 *f* 0,10 cent per kilogram en dit verschil was in 1999/00 minder groot. Zowel de kosten als de opbrengsten liggen voor de biologische variant hoger, resulterend in een netto resultaat dat vergelijkbaar is in het jaar 1998/99 en gunstiger is voor de biologische variant in het jaar 1999/00.

Tot 2000 was er sprake van een prijskoppeling tussen de biologische melk en de gangbare variant. Er werd 10 tot 15 cent extra per liter betaald. Vanaf 2000 is er een ontkoppeling van de prijs van biologische melk en gangbare melk voor acht biologisch dynamische producenten uit Groningen en Friesland die een vijfjarig contract met Swenty Bastiaanse hebben afgesloten. De veehouders die verenigd zijn in 'De NatuurWeide' en leveren aan Ecomel (onderdeel van Campina Melkunie, zie verwerking) zien de prijs voor biologische melk nog steeds gekoppeld aan die voor gangbare melk. Er zijn wel diverse pogingen door 'De NatuurWeide' gedaan om die koppeling ongedaan te maken, maar tot nu toe zonder resultaat. In het nieuwe contract tussen Ecomel en 'De NatuurWeide' - geldig tot en met 2003 - blijft de koppeling tussen de melkprijs voor de biomelk aan de prijs voor gangbare melk bestaan.

7. Biologische zuivel op basis van geitenmelk

Marktomvang en -structuur

De productieomvang van biologische geitenmelk ligt naar verwachting in 2001 tussen de 4 (ondergrens) en 6 miljoen liter (bovengrens). Dit is al 5% van de totale markt van (gangbare) geitenmelk. Deze is 100 miljoen liter groot.

Verwerking en productie

Een deel van de bedrijven die gangbare geitenmelk verwerken heeft tevens een positie in de productieketen van biologische geitenmelk. De biologische geitenmelk wordt bijna volledig verwerkt tot (tientallen soorten) geitenkaas, die op de buitenlandse markt worden afgezet. Deze markt strekt zich uit over bijna geheel Europa. Vooral Duitsland en Engeland nemen gretig deze producten af, maar ook de landen rondom de Middelandse zee behoren tot het afzetgebied. De kazen worden uitsluitend afgezet in de natuurvoedingswinkels. Met name in Duitsland zijn natuurvoedingswinkels belangrijke, goed ontwikkelde afzetkanalen; vier- tot vijfduizend Duitse natuurvoedingswinkels worden beleverd.

Zoals gezegd, vrijwel alle biologische geitenmelk wordt omgezet in kaas. Dit betekent dat het Nederlandse productieniveau dit jaar rond de 550.000 kg biologische geitenkaas ligt (uitgaande van een productie van 5 miljoen liter melk en het feit dat een kilo geitenkaas 9 liter melk behoeft).

Een twintigtal geitenhouders levert de biologische geitenmelk aan de verwerkers, zo blijkt uit tabel 7.1. De verwerkers van biologische geitenmelk zien de toekomst optimistisch tegemoet. De groei zal ook de komende jaren ongewijzigd hoog blijven. Hierdoor zal de melkproductie de komende jaren naar behoefte mee moeten stijgen. De overgangstermijn voor geitenhouders, minimaal 1,5 jaar, kan een 'bottleneck' zijn in die groei. Het is

Tabel 7.1 Aantal biologische geitenhouders en hun productie in 2001

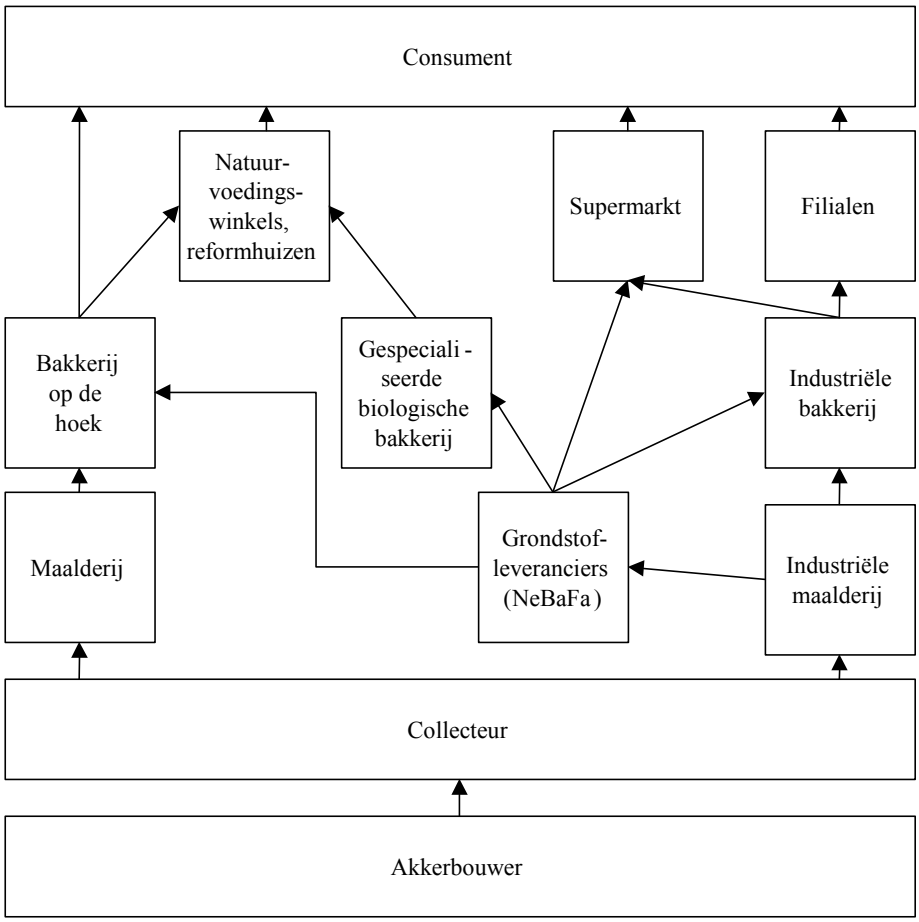
	Aantal geitenhouders	Volume (miljoen liter)
Swenty (Bastiaanse)	8	3,00
Kaasmakerij Henry Wilg BV	3	0,50
Hekking Cheese	4	0,90
De Jong	1	0,40
Almathea	1	0,35
Bettine Hoeve	.	0,65
Zelfkaasboerderijen	——	——
Totaal	17	5,80

zaak de aanwas aan nieuwe biologische geitenhouders, het aanbod, te passen aan de zich ontwikkelende marktsituatie, de vraag. Op dit moment voorziet de import van minimaal 1,3 miljoen liter biologische geitenmelk in de behoefte die de verwerkers hebben. De import wordt gezien als een noodzaak in een overbruggingsperiode totdat voldoende geitenhouders in Nederland de aansluiting met het biologische segment hebben gevonden.

8. Biologisch brood

8.1 Marktomvang en -structuur

De productgroep 'biologisch brood' omvat verschillende subproductgroepen, waarvan in dit rapport met name het dagverse brood wordt bekeken. De markt voor broodvervangers is nog maar beperkt in kaart gebracht. Duidelijk is wel dat deze in omvang aanmerkelijk minder is dan die van het dagverse brood. Zie voor een korte toelichting bijlage 4. In figuur 8.1 is een overzicht van de ketenstructuur voor dagvers brood gegeven.



Figuur 8.1 Marktstructuur en productstromen van biologisch dagvers brood

8.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Nederlandse consument

De totale markt voor brood wordt geschat op ruim 2 miljard gulden in het jaar 2000 (verkoopwaarde). De consument eet steeds minder brood. De gemiddelde broodconsumptie in 2000 bedroeg 60 kg per inwoner, terwijl die in 1998 nog 63 kg per inwoner was. De productie van meel en bloem (voor brood) is ook iets dalende, al is de daling minder groot dan de consumptie omdat het inwonertal van Nederland stijgt. De productie van meel en bloem ligt rond de 600.000 ton. In tabel 8.1 zijn de gegevens op een rijtje gezet.

Tabel 8.1 Productie van brood in 1998 en 2000

	1998	2000	Verandering (%)
Productie meel en bloem (x 1.000 ton)	620	599	-3,4
Inwoners Nederland (x miljoen)	15,6	15,8	+1,3
Meel per inwoner (kilogram)	39,6	37,8	-4,5
Brood per inwoner (kilogram)	63	60	-5,0

N.B.: Uitgangspunt is dat uit 500 gram meel of bloem (ongeveer 550 gram volkorenmeel) 800 gram brood wordt gebakken.

In tabel 8.2 is een overzicht gegeven van de huishoudelijke markt voor broodproducten. De tabel maakt duidelijk dat de groep dagvers *groot*brood de grootste is. Belangrijke producten daarin zijn: wittebrood, bruinbrood en volkorenbrood. Overigens heeft deze groep 'dagvers grootbrood' terrein moeten prijsgeven aan de vier andere groepen. Het aandeel grootbrood daalt dus iets ten gunste van de luxere broodgroepen. Binnen de groep grootbrood is ook een verluxing waarneembaar. Meergranen-, maïs- en overige soorten brood nemen een steeds groter aandeel in de groep grootbrood. Verder blijkt uit de tabel dat voorgebakken brood en broodsnacks en deeg de grootste groeiers zijn. In twee jaar tijd zijn deze segmenten met 30% gegroeid.

Tabel 8.2 Aandeel van hoofdgroepen in totaal brood, in procenten van het gewicht

Broodsoort	1998	2000	Verandering (relatief)
Dagvers grootbrood	73,7	71	-4
Dagvers kleinbrood	12,8	13,3	4
Dagvers overig brood	7,0	7,3	4
Voorgebakken brood	4,2	5,5	31
Broodsnacks en deeg	2,3	2,9	26
Totaal brood	100	100	0

Bron: NBC, Kennis- en adviescentrum voor de bakkerij, *Structuurrapport 2000*.

De consument koopt nog maar weinig biologisch brood. Op dit moment neemt het biologische brood slechts 0,3 tot 0,7% in van de totale broodconsumptie (NBC schat 0,3%; andere bronnen schatten het aandeel hoger). Dit komt overeen met zo'n 180 tot 420 gram brood per inwoner. Vooralsnog verwachten het NBC en Zeelandia geen grote veranderingen daarin. Het (grote) prijsverschil tussen gangbaar brood en biologisch brood is een van de redenen dat de consumptie gering is. Te meer omdat dit prijsverschil zich niet uit in een - door de consument ervaart - kwalitatief beter product. 'Beide typen brood zijn gezond', zo meent een van de geïnterviewden. ACM en Vomar noemen onvoldoende informatie richting consument als een van de belangrijkste knelpunten. Ook zeggen ACM en Vomar dat de versheid van het biologische brood nog te wensen overlaat. Er zijn wél diverse oplossingen om de versheid te verbeteren en de consumptie een extra impuls te geven. Gedacht kan worden aan andere logistieke trajecten en andere broodbewerkingen (zoals 'bake off', diepvries en gasverpakking). In de praktijk worden deze oplossingen echter nog onvoldoende uitgewerkt.

Overigens zijn er binnen *het gangbare* brood ontwikkelingen die (voor de consument) heel sterk lijken op biologisch. Het verschil tussen gangbaar en biologisch brood wordt daardoor voor de consument minder duidelijk en groot.

Binnenlandse afzet

De supermarkten en warenhuizen hebben het grootste marktaandeel in de broodbestedingen, met circa 70%. De bakkerwinkel (zie verder in de volgende paragraaf) neemt zo'n 20% van de markt voor haar rekening en 10% van de aankoop gaat via overige marktkanalen. Deze situatie gold in de eerste helft van het jaar 2000. Het marktaandeel van de supermarkten en warenhuizen is nog groeiende. Deze groei gaat ten koste van het marktaandeel van de bakker (zie bijlage 5). Het aandeel 'overig' is de laatste jaren stabiel.

Waar het gaat om biologisch brood is Albert Heijn een belangrijk verkooppunt. Het heeft al geruime tijd een biologisch broodassortiment. Naar verwachting zal ook Konmar het assortiment biologisch brood op middenlange termijn verder verbreden. Op dit moment is het assortiment binnen de Konmar nog maar beperkt.

Naast de supermarkt is er de distributie via de natuurvoedingswinkels. Daar heeft het (speciale) biologische brood een stevige positie. De natuurvoedingswinkels kopen het brood bij vooral de gespecialiseerde bakkerijen.

8.3 Handel en verwerking

Bakkerij

In Nederland wordt onderscheid gemaakt tussen het ambachtelijke bakkersbedrijf en het industriële bakkersbedrijf. Het ambachtelijke bedrijf zijn vaak ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf, die een productieruimte met winkelverkoop rechtstreeks aan de consument hebben. De producten worden chargegewijs (in kleine series) geproduceerd. Het industrieel bakkersbedrijf werkt veelal in ploegendienst en met zogenaamde continu-

ovens en levert aan supermarkten en groothuishoudens. Soms heeft een industriële bakkerij zelf een aantal verkooppunten, waar rechtstreeks afzet aan de consument plaatsheeft.

Er blijkt een duidelijke oriëntatie van enerzijds het kleine en middelgrote bakkersbedrijf richting natuurvoedingswinkels en bakkerwinkel en anderzijds de grootschalige bakkerijen richting supermarkt en andere grotere vragers. Penetratie vanuit het gespecialiseerde bakkerijkanaal richting supermarkt worden niet reëel verondersteld door de geïnterviewde partijen. De 'ons kent ons'-cultuur speelt hierbij een rol. Verder blijkt dat de industriële bakkerijen na enkele tumultueuze jaren eindelijk hun positie hebben ingenomen ten opzichte van de detailhandel. Het is niet te verwachten dat deze verhoudingen op korte termijn weer wijzigen.

Het productassortiment van de grootschalige industriële bakkerij en die van het gespecialiseerde bedrijf vullen prima elkaar aan. De grootschalige industriële bakkerij zou het biologische assortiment, afgeleid van het gangbare kunnen uitbreiden met speciale producten. Mogelijkheden hiervoor liggen bij uitstek in de supermarkt, veel minder bij de natuurvoedingswinkels en reformhuizen.

De Nederlandse bakkerij (MKB en grootbedrijf) bevindt zich nog steeds in slecht economisch vaarwater. Het aantal bedrijfssluitingen is groot: 175 bedrijven minder per jaar. Deze trend zal zich ook de komende jaren voortzetten. De belangrijkste oorzaak is de lage rentabiliteit.

Waar het gaat om biologisch brood is de situatie als volgt:

- de kleine en middelgrote bakkerijen bakken en verkopen veelal zelf het biologische brood. Het Kennis- en adviescentrum voor de bakkerij begeleidde in 2001 30 bakkers bij het produceren en verkopen van het biologische brood. De omslag naar een biologisch assortiment verloopt echter niet voorspoedig. Halverwege het jaar waren nog maar 8 van de 30 bedrijven over. De verwachting was dat ook zij voor het einde van het dit jaar zullen stoppen met de verkoop ervan. De belangrijkste oorzaak is het geringe aantal 'herhalers' die biologisch brood aankopen. Veelal keert de consument weer terug naar het gangbare brood;
- de gespecialiseerde biologische bakkerijen richten zich op het kwaliteitssegment met kleine (niche)markten. Zij hebben het biologische brood een volwassen plaats gegeven in de markt. Het zijn veelal sterk ontwikkelde, zeer moderne middelgrote bakkerijen, die zelfs voor de buitenlandse markt produceren. Deze bakkerijen leveren vooral aan de natuurvoedingswinkels. Deze gespecialiseerde bedrijven willen groeien vanuit het eigen (gespecialiseerde) assortiment: dus niet in de richting van het gangbare assortiment;
- Nederland heeft drie grote industriële bakkerijen (met ieder meerdere productielocaties) die naast het gangbare assortiment ook biologische broden bakken. Deze bedrijven zijn verantwoordelijk voor ongeveer 80% van de broden binnen de supermarkt. Het gaat om Quality Bakers, Bakkersland en Bake five. Deze drie bedrijven bakken een volledig biologisch assortiment. Dat assortiment komt overeen met het gangbare. Deze industriële bakkerijen bevoorraden de supermarkten op bijna dezelfde wijze van biologisch brood als van gangbaar brood. Echter het volume is gering. Slechts op één productielocatie per industriële bakkerij wordt het biologische brood gebakken en daardoor zijn de transportlijnen langer voor biologisch brood. Bovendien is het aandeel nog beperkt. Zo bakt Bakkersland Apeldoorn 3,7% van het totale

volume biologisch (6.700 grootbroden per week). De productielijn wordt tijdelijk, ongeveer een uur per week, gereserveerd. Het is een gecombineerde lijn waarop ook het gangbare brood wordt geproduceerd. De supermarkt bepaalt wat er moet worden gebakken.

Wat betreft de distributie is er één distributiecentrum (nu nog in Meerkerk), waarin een uitwisseling plaatsheeft tussen de producten van de drie industriële bakkerijen. Kleinschaliger, gespecialiseerde bakkerijen kunnen daarop aansluiten. Zij kunnen hun producten naar dit centrum brengen, waarna de producten richting supermarkten gezamenlijk verder gedistribueerd worden.

Grondstofleveranciers

Grondstofleveranciers leveren de grondstoffen voor de bakkers. Zij leveren aan zowel het MKB als de grootbakkerijbedrijven. Het product kent verschillende hoedanigheden: één ingrediënt, een mix waarin nog ingrediënten moeten worden toegevoegd of een 'kant-en-klaar'-mix waar alleen water aan toegevoegd moet worden. Ingrediënten in de mix zijn: meel, bloem en broodverbeteraars.

De belangrijkste grondstofleveranciers zijn: Zeelandia, Sonneveld, Puratos, CSM, DSM, Meneba, Unipro en Koopmans. Zeelandia levert een totaalmix, waar de bakker alleen water aan hoeft toe te voegen. De andere grondstofleveranciers leveren ook vaak afzonderlijke grondstoffen. Koopmans levert een instantmix direct voor de consument. Waar het gaat om grondstofleveranciers van biologische producten zijn met name Verbeek, Van der Westen en Bakkersland Apeldoorn noemenswaardig.

Maalderij

De Nederlandse maalindustrie verwerkt jaarlijks 1,7 miljoen ton graan tot tarwemeel en tarwebloem (GZP, 2001) [1]. De producten zijn bestemd voor de brood- en banketindustrie en de middelgrote en kleine bakkerijen. Het bijproduct gaat veelal naar de veevoederindustrie. De bakwaardige tarwe die hiervoor gebruikt wordt, is afkomstig uit Duitsland, Frankrijk en Engeland.

Naast de grote maalbedrijven zijn er de kleinschalige maalderijen en molens. Het gaat om 40 molens met een capaciteit van 10 ton graan per week die professioneel worden bedreven. De totale capaciteit van alle molens is momenteel voldoende om al het biologische graan te verwerken. Op dit moment verwerken 20 (van de 40 beschikbare) molens het biologische graan. De kleine maalderijen vrezen dat een verdere opschaling van de keten ten koste gaat van hun huidige positie.

[1] Opbrengst *kleine* maalderij: per kilogram graan wordt ongeveer 1 kg volkorenmeel verkregen met een geschat verlies van ongeveer 1%. Van het volkorenmeel wordt vervolgens 720 gr bloem gezeefd en 280 gr aan bijproducten zoals zemelen en griezen. De opbrengst op de *grote* maalderijen is hoger: 76% (ten opzichte van 72% op de kleinere molens); dit verschil komt voort uit andere technologieën.

Collecteur

De coöperatie ACM is een belangrijke schakel voor de levering van biologische granen geteeld op Nederlandse bodem. Zij is marktleider in het segment biologische granen. Daarnaast vervult het bedrijf een voortrekkersrol als het gaat om het optimaliseren van de fysieke hectareopbrengsten van de leden. Daartoe wordt - via onderzoek - gezocht naar daartoe geschikte rassen.

In totaal werd door ACM 13.000 ton biologische granen verwerkt en verhandeld in 2000 (zie tabel 8.3). Het ging daarbij om de volgende graansoorten: bakwaardige tarwe, bakrogge, pelgerst, haver en omschakelingsgraan. Een gedeelte van het bakwaardige graan, een deel van het bakrogge en de haver wordt geëxporteerd. Een ander deel van de bakwaardige granen, alle pelgerst en alle omschakelingsgraan blijft in Nederland.

Tabel 8.3 Productie en handel in biologische granen in Nederland in 2001

Graansoort	Productie (ton)	Export
Bakwaardig tarwe	4.000	Een onbekend deel
Bakrogge en pelgerst	1.000	Bakrogge: een onbekend deel Pelgerst: nee
Haver	1.500	1.500 ton
Omschakelingsgraan	9.000	Nee

Bron: Mondelinge mededeling ACM.

De prijzen die ACM uitbetaalde aan de telers lagen het afgelopen jaar gemiddeld genomen en afhankelijk van de soort graan bijna twee keer zo hoog als die voor gangbaar graan (zie bijlage 5).

ACM constateert een grote behoefte aan versterking van de afstemming van vraag en aanbod op elkaar. Meer overleg in de keten zou noodzakelijk zijn om de vraag beter te kunnen beantwoorden. Ook hier zou de communicatie (in de keten) verbeterd kunnen worden.

Veel van de biologische tarwe die voor biologisch brood wordt gebruikt komt uit het buitenland (zoals ook voor het gangbare brood). ACM pleit voor meer aandacht voor ook de *Nederlandse* biologische tarwe; de goede bruikbaarheid van het Nederlandse product zou beter onder de aandacht moeten komen.

8.4 Productie

Het areaal granen is in Nederland sinds 1980 sterk afgenomen van 224.144 ha tot 168.077 ha in 1999. Met name rogge en haver zijn sterk teruggelopen in areaal. Het areaal tarwe nam slechts beperkt af met enkele duizenden hectaren. Toch steeg de productie door de sterke toename van de hectareopbrengst.

De productie van granen heeft zich vooral geconcentreerd op voederkwaliteit. Dit is een gevolg van het geringe prijsverschil tussen het bakwaardige en voederkwaliteit. Bij de bedrijven die omschakelen naar biologisch is interesse waar te nemen voor het bakwaardige tarwe. De drijfveer hierachter is de hogere financiële opbrengst.

Het aantal biologische akkerbouwbedrijven groeit. Het graanareaal maakt, ondanks het feit dat de biologische telers kiezen voor hoog renderende gewassen, een onmisbaar deel uit van het biologische bouwplan. Het graanareaal groeit evenredig mee met het aantal biologische (akkerbouw)bedrijven. De groei is dus vooral aanbodgericht, gestuurd vanuit ook de perspectieven op (heel) andere markten dan die voor het biologische graan. Er zou een situatie kunnen ontstaan dat het aanbod verder groeit, terwijl de afzet deze groei niet zal kunnen bijbenen. Daartoe is de omschakeling van andere schakels in de keten (tot en met de consument) ook nodig. Zo zullen met name de industriële verwerkers het biologische graan in hun pakket op moeten nemen. Hier ligt een belangrijk kritisch punt. Immers wanneer de afzet van het biologische graan stagneert zullen de prijzen sterk onder druk komen te staan. Dit zal weliswaar een beperkte invloed hebben op het aanbod van biologisch graan (vanwege de eerdergenoemde vaste plaats in het bouwplan), maar het zal wel ten koste gaan van de inzet van de telers om een bakwaardige kwaliteit te blijven telen. Tweede aandachtspunt voor biologisch graan is de link met de biologische veehouderijsectoren. Biologisch graan is niet alleen de basis voor biologisch brood, maar ook voor de biologische veehouderijsectoren. De eisen aangaande het (biologisch) voer worden scherper en - naar verwachting - zal de biologische herkomst van het voer steeds belangrijker worden in het eisenpakket. Dat betekent dat biologisch graan een tweede belangrijke bestemming krijgt die concurreert is met het biologisch brood.

9. Biologisch rundvlees

9.1 Marktomvang en -structuur

Er zijn verschillende typen rundvlees te onderscheiden op de markt, te weten:
- gangbaar geproduceerd rundvlees;
- duurzaam geproduceerd rundvlees en
- biologisch rundvlees.

Bij duurzaam geproduceerd rundvlees gaat het om een rundvleesproductiewijze waar milieu, dierenwelzijn en 'eerlijkheid' hoog in het vaandel staat. Het staat voor een bepaalde productiewijze en/of de herkomst van het rundvlees (naar ras of regio), zoals scharrelvlees en door bijvoorbeeld stamboeken opgezette keurmerken (Boeuf Blonde d'Aquitaine, Waterlandse Weelde en dergelijke). Er zijn op dit moment elf duurzame keurmerken en twee biologische (EKO en Demeter). De duurzame keurmerken zijn vrij recentelijk ontwikkeld (in de laatste 1 tot circa 4 jaar). Het EKO-keurmerk is in het leven geroepen in de jaren tachtig (Van Os, 2000).

Bij rundvlees gaat het om twee producten: rundvlees van de afgemolken melkkoeien en rundvlees van speciaal gemest rundvee. Dit geldt evenzo voor de biologische sector. Ook daar is het onderscheid tussen:
- afgemolken biologische melkkoeien en
- speciaal gemest biologisch rundvee (mannelijk en vrouwelijk):
  - biologische zoogkoeien;
  - biologische vlees- en weidekoeien;
  - biologisch gemeste stieren en vrouwlijk jongvee.

In tabel 9.1 is het aantal runderslachtingen in 2000 in Nederland weergegeven. Uit de tabel blijkt dat er in 2000 bijna 900.000 runderen zijn geslacht, wat ruim 190.000 ton rundvlees oplevert.

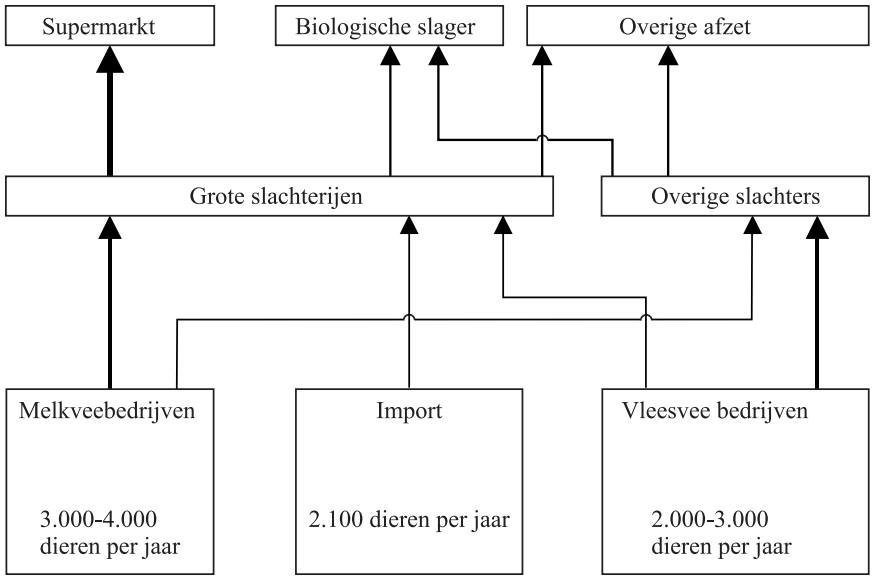
Tabel 9.1 Aantal runderslachtingen in 2000 in Nederland

	Aantal slachtingen (x 1.000)	Gemiddeld karkasgewicht (kg)	Gewicht van de karkassen (x 1.000 ton)	Vlees (x 1.000 ton)
Stieren	154	392	60,4	42,3
Koeien	647	305	197,3	138,1
Vaarzen	60	242	14,5	10,2
Totaal	861	316	272,1	190,5

De biologische sector neemt in dit geheel een bescheiden plaats. Slechts 5.500 stuks van de slachtingen (0,6%) betreft biologische runderen.

De biologische kalversector [1] stelt op dit moment nog weinig voor. Er komen weliswaar kalveren uit de biologische (zuivel)sector beschikbaar, die zouden kunnen worden gemest en als biologisch kalfsvlees zouden kunnen worden afgezet, maar in de praktijk gebeurt dit nog niet omdat er nog knelpunten zijn. Kalveren worden voor het grootste deel in het gangbare circuit afgezet. Er bestaat nog geen biologische kalversector in Nederland.

In figuur 9.1 zijn de hoofdlijnen voor de markt- en ketenstructuur van de biologische rundvleesketen gegeven.



Figuur 9.1 Marktstructuur en productstromen van biologisch rundvee

9.2 Binnenlandse en buitenlandse afzet en consumptie

Export is niet aan de orde voor biologisch rundvlees.

Nederlandse consument

Er wordt jaarlijks zo'n 18,5 kg rundvlees en 1,2 kg kalfsvlees per hoofd van de bevolking gegeten. Uitgaande van 16 miljoen inwoners in Nederland betekent dit een jaarlijkse consumptie van 296.000 ton rundvlees (exclusief kalfvlees) en ongeveer 20.000 ton kalfsvlees.

[1] In Nederland wordt 70-100 miljoen biologische melk geproduceerd; uitgaande van 6.000 liter per koe betekent dit 13.500 biologische melkkoeien. Deze geven ieder jaar een kalf. Van de nieuw geboren kalveren blijft de helft van de vrouwelijke kalveren op het bedrijf - ter vervanging van de veestapel; de andere helft van de vrouwelijke kalveren plus alle stierkalveren kunnen worden gemest en als kalfsvlees op de markt gebracht worden. Dit betekent dat driekwart van de 13.500 kalveren in principe als biologisch op de markt zouden kunnen worden gebracht: ongeveer 1,5 miljoen kilogram kalfsvlees.

Het marktaandeel van biologisch rundvlees wordt op hooguit 2% geschat. Ter vergelijking: het marktaandeel van biologisch varkensvlees ligt op 1% (Meat Business, 2001). Overigens spreken andere bronnen van maximaal 2% (Van Os, 2000) en zou 2% duiden op 6.000 ton, wat niet past bij berekende productie (zie verder dit hoofdstuk). Ervaring van Klaverweide leert dat intensieve begeleiding en reclame het aandeel biologische in de consumentenbestedingen van rundvlees naar 5% doet opkrikken; echter wanneer die intensieve begeleiding wegvalt zou het aandeel meezakken. Twee tot drie procent wordt dan als richtlijn gebruikt. Het Proefstation voor de Rundveehouderij becijfert een toekomstige vraag (in 2005-2010) van ongeveer 7.600 ton (ofwel 7,6 miljoen kilogram) rundvlees, wat neerkomt op 25.300 karkassen per jaar en ook ruim 2,5% marktaandeel van de consumptie (Van Os, 2000).

De marktpenetratie voor biologisch rundvlees is in de eerste helft van 2001 gestegen tot 4% (voor biologisch varkensvlees is de marktpenetratie naar 9% gestegen). Daarbij moet worden aangetekend dat de (scharrel)vleesconcepten ook (ten onrechte) als biologisch vlees zijn beschouwd, waardoor de cijfers niet helemaal juist zijn (Meat Business, 2001).

Het percentage consumenten dat herhaalaankopen doet is 40% voor biologisch rundvlees (en 34% voor biologisch varkensvlees); deze herhalers maken maar liefst 70% van het verkochte volume uit (Meat Business, 2001).

Er is geen consumentenonderzoek rondom biologisch rundvlees bekend, wel rondom biologisch varkensvlees. Wellicht dat er een parallel is tussen de consumptie van biologisch rundvlees en varkensvlees. In 2001 is onderzoek gedaan onder consumenten van biologisch varkensvlees; er werden consumenten geïnterviewd die in de supermarkt hun levensmiddelen aankochten. Dit onderzoek leert dat 25% behoort tot de eco-consumenten die al biologisch varkensvlees eten; 34% behoort tot de overwegen-eco-consumenten die nu nog geen biologisch varkensvlees eten maar wel overwegen om dit te doen en 41% behoort tot de niet-eco-consumenten die nu geen biologisch varkensvlees eten maar ook niet overwegen om dit te doen. Het onderzoek maakt duidelijk dat zowel eco-consumenten als overwegen-eco-consumenten beter geïnformeerd zijn over biologische producten. Zij kennen het verschil met het gangbare producten en 'begrijpen' het prijsverschil tussen beide producten. Eco-consumenten kopen het biologisch vlees vanwege gezondheid, natuurlijkheid, dierenwelzijn en ook smaak. Vaak zijn zij bewust bezig met deze items en met hun voedingskeuze. Bij niet-eco-consumenten spelen gewoonte, onwetendheid en de hoge(re) prijs een belemmerende rol (Van der Kruijs et al., 2001).

Uit het GfK-onderzoek blijkt dat consumenten van biologisch vlees vooral in de stad wonen. Verder blijkt dat de huishoudens kleiner zijn; kinderen zijn er veelal niet en de huisvrouw is ouder dan 35 jaar (MeatBusiness, 2001).

Alle consumenten vinden het biologische vlees duur, maar blijkbaar speelt prijs geen doorslaggevende rol voor de eco-consumenten. Wellicht dat dit wordt veroorzaakt door het feit dat eco-consumenten meer kennis hebben over het product en het prijsverschil (beter) kunnen verklaren. Voor niet-eco-consument speelt de hoge(re) prijs dus wel een belemmerende rol. Wanneer de prijs van het biologisch vlees zou zakken zou 25% van de niet-eco-consumenten de aankoop van biologisch vlees overwegen. Voor de overwegen-eco-consument speelt de prijs een minder belangrijke rol. Voor slechts 2% van deze groep zou een lagere prijs aanleiding zijn om biologisch vlees te kopen; andere factoren zijn blijkbaar

belangrijker om het biologisch vlees niet aan te kopen (kennis over het biologisch vlees, bijvoorbeeld) (Van der Kruijs et al., 2001).

Om 5% consumentenaandeel te kunnen halen, zou een meerprijs van 20%-30% op consumentenniveau maximaal zijn. Een veel hogere meerprijs doet het marktaandeel snel inslinken (mondelinge mededeling Visser, 2001). Momenteel ligt de meerprijs ook ongeveer op het niveau van 20-30% (Meat Business, 2001).

Binnenlandse afzet

Voor rundvlees in het algemeen geldt dat de helft via de supermarkten de weg naar de consument vindt, 35% via de horeca en de rest via de slagers en andere verkooppunten wordt afgezet (PVE). Voor 'duurzaam' en biologisch rundvlees is de situatie anders. 'Duurzaam' rundvlees wordt nagenoeg geheel via de gespecialiseerde slagerijen en horeca afgezet en biologisch rundvlees vindt haar weg voor bijna 60% via de supermarkten; daarnaast heeft de biologische slagerij een aandeel van bijna 20% en de natuurvoedingswinkels van ruim 10%. In tabel 9.2 is dit afzetpatroon nog eens op een rijtje gezet.

Tabel 9.2 Marktaandeel van de verschillende afzetkanalen van rundvlees in 1998

	%
Rundvlees totaal (PVE)	
Supermarkten	50
Buiten huishoudelijke markt (horeca en instellingen)	35
Slagerijen	13
Overig (boerderijverkoop en vleespakketten)	2
'Duurzaam' rundvlees (Van Os)	
Gespecialiseerde slagerijen en horeca	100
Biologisch rundvlees (Van Os)	
Supermarkten	56
Biologische slagerijen	18
Natuurvoedingswinkels	12
Huisverkoop/directe verkoop	13

Bron: PVE en PR.
N.B.: GfK meldt dat 50% van het biologisch rundvlees via de supermarkt wordt verkocht (Meat Business, 2001).

Ruim de helft van het biologisch rundvlees wordt dus via de supermarkten verkocht. Supermarkten geven aan dat ze zich vooral zullen gaan richten op biologisch rundvlees onder het EKO-keurmerk en niet op het (andere) duurzaam geproduceerd rundvlees. Supermarkten willen hun klanten niet verwarren door meerdere keurmerken naast elkaar aan te bieden. Overigens is het aandeel biologisch rundvlees in het totale rundvlees assortiment nog beperkt tot 0 tot 2% (Van Os, 2000).

Supermarkten die biologisch rundvlees verkopen zijn onder andere Super De Boer, C1000, Jumbo, Prisma en Golff. Het aantal verkooppunten dat Klaverweide zegt te gaan

bedienen groeit sterk: van 150 supermarkten (halverwege 2001) tot 650 supermarkten (eind 2001).

Gespecialiseerde slagers tonen weinig belangstelling voor biologisch (rund)vlees. De (te) hoge prijs vormt een belemmering. Bovendien is het wettelijk verboden om biologisch vlees onverpakt naast gangbaar vlees bij de slager in de vitrine aan te bieden, omdat de twee producten niet te onderscheiden zijn. Zo kan een slager die ook gangbaar vlees verkoopt, alleen *voorverpakt* biologisch vlees aanbieden. Het is daarom lastig voor slachterijen om langs die weg biologisch vlees af te zetten.

De contacten die Klaverweide tot nu toe heeft opgebouwd met supermarkten geven hen veel vrijheid. De supermarkten stellen het schap ter beschikking dat Klaverweide geheel zelf kan invullen. Deze vorm brengt ook verplichtingen met zich mee. De reclamecampagne en de consumentenvoorlichting moeten door het slachterijbedrijf zelf worden verzorgd. Ook moeten de producten voorverpakt en geprijsd worden aangeleverd.

De horeca en andere buitenhuishoudelijke eetgelegenheden nemen op dit moment slechts 10% van de afzet voor hun rekening. Er blijkt nog geen heldere regelgeving voor dit afzetkanaal. De horeca zou als consument kunnen worden gezien, maar ook als bereider. In de laatste hoedanigheid zou de horeca de biologische producten gescheiden van de gangbare producten moeten aanbieden. Dit vormt een belemmering voor de horeca om biologische producten aan te bieden.

9.3 Handel en verwerking

Verwerkers van rundvlees

Vleeswaren op basis van rundvlees zijn minder aan de orde. De consumptie van vleeswaren van rundvlees is beduidend lager dan die van vleeswaren van varkensvlees. Daarbij komt dat de vraag naar vleeswaren van *biologisch* rundvlees nog weinig ontwikkeld is. Verder is een aandachtspunt dat het (technisch) moeilijk is om biologische vleeswaren van eenzelfde kwaliteit als haar gangbare variant aan te bieden wanneer het gebruik van nitriet niet is toegestaan. De keten is nog weinig actief in de ontwikkeling en vermarkting van vleeswaren op basis van rundvlees. De vierkantsverwaarding dient vooral uit de afzet van de verwerkte, samengestelde producten te komen. In de rundvleesketen zijn de verwerkte, samengestelde producten (filet américain, osseworst) wel relevant. Er is voldoende aanbod aan een scala van verwerkte producten. Slachterijen en verwerkers van rundvlees signaleren een knelpunt bij de supermarkten: ze vragen de supermarkten om meer schappositie voor het (brede) scala aan verwerkte biologische rundvleesproducten.

Slachterijen

Er zijn twee grote slachterijen:
- De Groene Weg, die 20 jaar bestaat en
- Klaverweide, die nu 2 jaar bestaat.

Daarnaast bestaat er een aantal kleinere slachterijen, waarbij Van der Pelt tot de grotere voorverpakkers behoort (Van der Pelt slacht zelf niet).

Over het algemeen geldt dat het rundvlees dat van de melkveehouderijbedrijven komt, via de twee grote slachterijen (De Groene Weg en Klaverweide) op de markt worden gebracht. Het locale circuit is vooral van betekenis voor het vleesvee. Een deel vindt zijn weg via goed lopende en ontwikkelde één-op-één contracten tussen boeren en slagers in het kleinschalige circuit. Daar zijn vaak vaste prijs- en afzetafspraken.

De Groene Weg heeft in het verleden biologisch rundvee geïmporteerd uit Oostenrijk, maar doet dat op dit moment (herfst 2001) niet meer. Klaverweide importeert ook niet. Wel is de lage kwaliteit voor haar een aandachtspunt en brengt dat de overweging om ook uit het buitenland het vlees te halen dichterbij (zie verder). Van der Pelt betrekt het (geslachte) rundvlees ook uit Oostenrijk.

Klaverweide verpakt zelf ook het te vermarkten vlees, De Groene Weg laat dat doen door Verba. De slachterijen leveren vooral aan de supermarkten en de biologische slagerijen (De Groene Weg-slagerijen). De kleinschaliger slachterijen slachten veelal het vleesvee dat via de één-op-één contracten tussen boeren en slagers wordt verhandeld. De slacht van het rund wordt dan uitbesteed aan een kleinschalige slachter.

Er zijn twee aandachtspunt voor de slachterijen, te weten:

1. de sterk wisselende kwaliteit van het rundvlees van zowel de afgemolken melkkoeien als de vleeskoeien;
2. de lage kwaliteit van de afgemolken melkkoeien: slachterijen klagen daarover en de veehouders erkennen dit probleem.

Ad 1 De wisselende kwaliteit van het rundvlees

De wisselende kwaliteit van het rundvlees vindt zijn oorzaak in:

- de wisselende leeftijd van het vrouwelijk vee dat wordt aangeboden (variërend in de leeftijd van 1½ tot 7 jaar) en
- de wisselende rassen van het vleesvee dat wordt gehouden.

Mannelijk vleesvee wordt meestal op dezelfde leeftijd geslacht, waardoor een constantere kwaliteit verkregen wordt.

Ad 2 De lage kwaliteit van het rundvlees

De Groene Weg signaleert een toenemende vraag naar (biologisch) vleesvee; de supermarkt zou de kwaliteit van het melkvee onvoldoende vinden en zich in de toekomst meer willen richten op vleesvee. Dat betekent dat op langere termijn de afzet van (biologisch) melkvee moeilijker wordt. Op korte termijn zou een verbetering van de kwaliteit te verwachten zijn wanneer de melkkoeien eerst enigszins (12 tot 13 weken) worden afgemest. Het afmesten op het melkveebedrijf zelf kost op dit moment meer dan het extra opbrengt, zo menen zowel slachterijen als melkveehouders. Afmesten elders - op aparte bedrijven - is door de nieuwe MKZ-regelingen onmogelijk. Overigens is er wel aandacht voor het probleem van de lagere kwaliteit. De uitbetaling volgens SEUROP-classificatie beoogt een prikkel te geven in de bewustwording van de kwaliteit: immers een hogere vleeskwaliteit

betekent een hogere uitbetalingsprijs. Voor de melkveehouders is meer inzicht in de economische mogelijkheden (kosten/baten) om het afgemolken melkvee nog af te mesten aanbevelenswaardig. Overigens wil het proefbedrijf Aver Heino dit item verder oppakken. Kwaliteit is een issue: De leveranciersorganisatie voor het biologisch rundvlees streven naar 80% benutting van de uitstoot van de afgemolken melkkoeien.

9.4 Productie

Zoals gezegd kent de rundvleesmarkt verschillende soorten rundvlees: het rundvlees van de afgemolken melkkoeien en het typische (rund)vleesvee. Het rundvlees van de afgemolken melkkoeien komt van de (ongeveer 400) biologisch melkveehouders. De biologische melkveehouders zijn verenigd in 'de NatuurWeide', waar ook een aparte Vleescommissie is opgezet. De biologische melkveesector levert jaarlijks 3.000-4.000 afgemolken melkkoeien (100-150 stuks per week) met een gemiddeld gewicht van 250-280 kg. Dit levert ongeveer 1.000 ton rundvlees op. Echter niet al dit - van oorsprong biologisch - vlees komt in de supermarkt als biologisch. Van de afgemolken melkkoeien gaat 44% het regulier circuit in, wat neerkomt op 1.700 afgemolken melkkoeien en dus 513 ton rundvlees. Overigens is er wel het streven uitgesproken door de biologische melkveesector om het verwaardingspercentage te verhogen - naar 80%.

Het rundvlees van vleesvee komt van vier verschillende typen bedrijven:

- zuivere vleesveebedrijven;
- akkerbouwbedrijven met vleesvee;
- veehouderijbedrijven met vleesvee of
- ondernemers met een baan buiten de landbouw en wat vleesvee (Van Os, 2000).

Bedrijven met biologisch vleesvee willen zich verenigen in de op te richten 'Vereniging van vleesveehouders'. De bedrijven met rundvleesvee hebben zelden hun enige inkomsten uit de vleesveesector. Akkerbouwbedrijven met vleesvee hebben als voordeel dat ze makkelijk(er) in staat zijn de (mineralen)kringloop op het bedrijf zoveel mogelijk te sluiten. Veel akkerbouwers verkopen overigens hun (akkerbouw)producten via de coöperatie Nautilus. Vleesvee in combinatie met natuurbeheer is een goede, kostprijsdrukkende combinatie. Naar schatting gaat het hier om 50 tot 100 bedrijven. Deze bedrijven houden 2.000-3.000 zoogkoeien, die jaarlijks 650 karkassen leveren. Samen met 250 stuks vlees- en weidekoeien en 800 stuks stieren en vrouwelijk jongvee zijn er ook 1.700 stuks biologisch vleesvee. Voor deze zogenaamde zoogkoeienbedrijven is de omschakeling een niet-ingrijpende stap. In het algemeen zijn deze bedrijven al in hoge mate grondgebonden en de dieren worden vaak al in ruime stallen en op stro gehuisvest.

Naast het rundvee van Nederlandse afkomst, is er import (van vooral afgemolken melkkoeien): 2.100 karkassen. Deze worden als karkas of levend geïmporteerd uit Duitsland en Oostenrijk (Van Os, 2000).

In tabel 9.3 is de herkomst van het rundvee dat als biologisch op de consumentenmarkt komt samengevat. Let op: er is dus in principe meer biologisch rundvee beschikbaar, maar vanwege de lage benuttingsgraad komt dit niet als zodanig op de consumentenmarkt.

Tabel 9.3 Herkomst van biologische runderen

	Aantal karkassen	Hoeveelheid vlees met been (en zonder been)
Nederlandse afgemolken melkkoeien (3.000-4.000 * benuttingspercentage van 56%)	1.700	513 (335)
Nederlands rundvleesvee	1.700	660 (460)
Import (vooral afgemolken melkkoeien)	2.100	634 (414)
Totaal	5.500	1.807 (1.209)

Op de rundveehouderijen vindt ook de fokkerij - de aanmaak van nieuw uitgangsmateriaal - plaats. Voor de melkveebedrijven geldt dat de zwartbonte koe (HF) nog steeds de meest gebruikte koe is, naast de MRIJ-koeien. MRIJ-koeien 'doen het goed onder biologische omstandigheden', maar voor de zwartbonte koe is de overgang lastiger. De gangbare zwartbonte koe past niet goed in de biologische bedrijfsvoering en gezocht moet worden naar een ras dat beter aansluit bij de biologische bedrijfsvoering (*Oogst*, 29 juni 2001).

Het realiseren van de 2,5%-doelstelling - om aan de te verwachten vraag van de consumenten te kunnen voldoen - vraagt een forse inspanning. Immers van de 25.300 karkassen die in 2005-2010 jaarlijks nodig zijn om aan de vraag te voldoen levert Nederland nu slechts 3.400 stuks (ruim 13%). Het Proefstation voor de Rundveehouderij heeft een schets gegeven van de mogelijke invulling van de vraag:

- uit de biologische melkveehouderij. De aanhoudende groei binnen de biologische melkveehouderij met circa 1.850 dieren per jaar levert een grotere biologische melkveestapel: 21.750 melk- en kalfkoeien. Wanneer de streefwaarde van 80% (biologische) verwaarding gehaald wordt zou de biologische melkveehouderij 4.700 karkassen kunnen leveren. Dit komt overeen met 19% van de vraag (25.300 stuks);
- uit de veevleessector. Wanneer de rest van de vraag (25.300-4.700 = 20.600 stuks) uit de veevleessector moet komen betekent dat dat 23% van zoogkoeienstapel biologisch gehouden zou moeten worden. Momenteel zijn er 91.400 zoogkoeien en het vervangingspercentage is 27%. De overige 15.450 karkassen kunnen van (gemeste) vleesstier/vaarzen afkomstig zijn, die op de zoogkoebedrijven worden gemest. Bij deze (zoogkoeien)bedrijven kan de biologische kalverhouderij een goede start maken. Immers - zie eerder in deze notitie - op ander soortige bedrijven is het lastiger om de biologische kalfssector te ontwikkelen (Van Os, 2000).

Aandachtspunten voor de producenten zijn:

1. ondoorzichtige prijsvorming;
2. ondoorzichtige markt en afzet;
3. veel concurrentie uit het buitenland;
4. moeilijke omschakeling voor de kalverhouderij;
5. onzekere vergoeding voor natuurbeheer;
6. toekomstige voedervoorziening;
7. niet-passend uitgangsmateriaal.

Opgemerkt wordt dat deze knelpunten niet alleen voor de biologische rundvleessector gelden, maar vaak ook voor de gangbare rundvleessector.

Ad 1 Ondoorzichtige prijsvorming

Er is bij de rundveehouders het onbehagelijke gevoel dat er geen duidelijke lijn is in de uitbetaling van het vlees; daarbij komt dat veel biologisch rundvlees als gangbaar vlees op de markt komt. Die onduidelijke prijsvorming zou doorbroken kunnen worden door de invoering van een classificatiesysteem met (meer)prijzen daaraan gekoppeld. Het streven was naar prijsafspraken met als uitgangspunt de kostprijs van het biologisch product - een eigen prijsnotering voor biologisch rundvlees - maar dat bleek nog niet mogelijk. Er ligt nu een pakket prijsafspraken op tafel dat uitgaat van gangbaar plus. De meerprijs kan tussen *f* 0,90 per kilogram geslacht gewicht ('worstkoeien') tot *f* 1,25 per kilogram geslacht gewicht ('betere vleeskoeien') schommelen. Een van de voorwaarden binnen het pakket aan afspraken was dat er geslacht wordt volgens SEUROP-classificatie.

Ad 2 Ondoorzichtige markt en afzet

Met name biologische rundveehouders vernemen wisselende en - voor hun gevoel - tegenstrijdige geluiden in de keten aangaande de markt. Men hoort de slachter over een stagnerende markt met afzetproblemen, terwijl de slager spreekt over verdubbeling van de markt. Of men hoort de slachterij over een groeiende vraag terwijl de prijs die de boeren ontvangen lager wordt (als gevolg van de koppeling met het gangbare rundvlees, dat weinig oplevert). Dit leidt tot onduidelijkheid in de keten. Aangaande het vrouwelijk vleesvee horen de producenten bovendien dat er veel uit Oostenrijk, Duitsland en Ierland komt; dit rundvlees zou eenzelfde kwaliteit hebben maar veel goedkoper zijn. Nederlandse rundveehouders hebben weinig overzicht van de markt.

Ad 3 Veel concurrentie vanuit het buitenland

De Nederlandse rundveehouder heeft te maken met geduchte concurrentie uit het buitenland. Daar vindt de productie veelal grootschaliger, op goedkope gronden plaats. Daardoor zijn de productiekosten (aanmerkelijk) lager. Hiermee samenhangend: er is in die landen niet of nauwelijks verschil in kostprijs tussen gangbaar rundvlees en biologisch rundvlees. Bovendien ontvangen buitenlandse producenten van biologisch rundvlees meer subsidies dan de Nederlandse producenten. Vaak krijgt men in Duitsland en Oostenrijk ook subsidies uit oogpunt van natuur- en landschapsbeheer en/of plattelandsontwikkeling. Dit buitenlands aanbod verslechtert de concurrentiepositie van het Nederlandse rundvlees. Immers, voor een lagere prijs kan dezelfde kwaliteit worden ingekocht.

Ad 4 Moeilijke omschakeling voor de kalverhouderij

Een probleem bij de ontwikkeling van de biologische kalverhouderij is de biologische voeding. De biologische normering schrijft voor dat biologische kalveren alleen met natuurlijke melk en grondstoffen mogen worden gevoederd. Dat past heel slecht in de be-

drijfsvoering van de biologische melkveehouder. Er is wat perspectief nu er technische mogelijkheden zijn voor biologisch melkpoeder. Echter, de twee tot drie grote melkpoederproducenten achten de markt nog te klein om biologisch melkpoeder op grote, rendabele schaal te produceren. Feitelijk is er dus nog geen biologisch melkpoeder en dus nog geen biologische kalversector. Wellicht is de vraag ook gepast of de ontwikkeling van de biologische vleeskalverhouderij gewenst is.

Ad 5 Onzekere vergoeding voor natuurbeheer

Met name vleesvee wordt gehouden in natuurgebieden. De inkomsten bestaan enerzijds uit de (natuur)beheersvergoedingen en anderzijds uit de verkoop van het vleesvee. Door die combinatie is deze vorm van veehouderij financieel haalbaar, temeer ook omdat de grond tegen relatief lage (soms zelfs geen) kosten wordt aangeboden aan de rundveehouder. Echter, het voortbestaan en de hoogte van de natuurbeheersvergoedingen wordt veelal als onzeker ervaren. Verder is er het aandachtspunt dat de rundveehouders in natuurgebieden tegen (veel) lagere kostprijs hun rundvee kunnen aanbieden dan de rundveehouders in 'normale' landbouwgebieden, wat de laatste groep in een relatief ongunstige concurrentiepositie plaatst.

Ad 6 Toekomstige voedervoorziening

Een aantal geïnterviewden constateert een dreigend tekort aan krachtvoer omdat biologische akkerbouwers onvoldoende voedergewassen zouden telen om de (sneller groeiende) biologische veehouderij te voorzien van biologisch krachtvoer. Aandachtspunt is de balans tussen de biologische plantaardige sector en de dierlijke sector. Op dit moment biedt de regeling dat omschakelingsgraan (graan van de omschakelende akkerbouwers) als biologisch krachtvoer mag worden gebruikt enige ruimte, voor zowel de biologische akkerbouwer als veehouder. Overigens speelt dit probleem rondom ruwvoer niet.

Ad 7 Niet passend uitgangsmateriaal

Een eerste aandachtspunt is een ras dat voldoende past bij de biologische bedrijfsvoering. De melkveerassen die nu worden ingezet (voornamelijk HF) passen niet goed bij de biologische bedrijfsvoering en gezocht moet worden naar rassen die beter passen.

Een tweede aandachtspunt is dat er voor bepaalde rassen onvoldoende biologisch uitgangsmateriaal is. Het gaat daarbij vooral om de topkwaliteitsrassen (Blonde d'Acquitaine bijvoorbeeld). Om het gebruik van biologisch uitgangsmateriaal mogelijk te maken is het noodzakelijk afspraken te maken met de biologische zooghouderijen en zelf (op het biologische rundveebedrijf) te fokken.

Literatuur

ACM, *Graanafzet groeit, prijsniveau stabiel.* Ekoland, 6, 2001, pp. 32-33.

Berg, W. van den, *De Nederlandse biologische groenten- en fruitsector in opmars? - Een marktanalyse.* Rapportnr. PT 2000-65, Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, 2000.

Breure, H., Abroeze, D. Hamster, A. Tollenaar, *Efficiëntie in de biologische aardappelketen.* bedrijfsproject, CAH, Dronten, 2000.

Dijk, M. van, *Consumentenonderzoek biologische groenten en fruit Nederland.* Rapport PT2001-95. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer.

EKO-Monitor, jaargangen 1999, 2000 en 2001.

Engels, W. en D. Mol, *Biologische groeistuipen - Een verkenning van de ontwikkeling van aanbod en vraag in de biologische sector.* Stafgroep Duurzame Ontwikkelingen, Rabobank Nederland, Nijmegen, 2000, 16 p.

Engels, W. en D. Mol, *De potentie van EKO Verkenning van de ontwikkeling van aanbod en vraag van biologisch producten*, Rabobank, 2001.

Eshuis, J en J. Buurma, *Biologische landbouw in de Wieringermeer*, *Motieven en voorwaarden voor omschakeling.* LEI, Den Haag, 1998.

GZP, www.gzp.nl/main/gzp/pages/GZP-sectoren%20in%20Nederland/sectoren1.htm.

Kamphuis, E., *Komt EKO van de grond?*, *De verwerkingscapaciteit van biologische landbouwproducten in Noord Nederland.* Rijksuniversiteit Groningen, Wetenschapswinkel voor Economie, Groningen, 2000.

Kruys, I. van der et al., 'Wie eet de eko-karbonade? - Profiel van consumenten van biologisch varkensvlees onderzocht', In: *EKOland* (2001) 9, pp. 36-37.

LEI, *Land- en tuinbouwcijfers 2000.* LEI, Den Haag, 2000.

Meat Business (2001) 'EKO-vlees wint terrein' *nr., 16.*

Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, *Beleidsnota biologische landbouw 2001-2004,* Tweede Kamer, vergaderjaar 1999-2000, nr. 27416.

NBC, *Inspelen op verluxing, structuurrapport 2000*, Kennis- en adviescentrum voor de bakkerij, 2000.

NN, 'Biologische koei moet tegen een stootje kunnen'. *Oogst*, 29 juni 2001, pp. 20-21.

Os, M. van, *Perspectief voor biologisch en duurzaam rundvlees onder één keurmerk - Een inventarisatie naar vraag en aanbod van keurmerkwaardig rundvlees en mogelijkheden voor de sector richting de toekomst.* Proefstation voor de Veehouderij, 2000.

PAV, *Kwantitatieve Informatie Akkerbouw en Vollegrondsgroenteteelt 2000/2001. Praktijk-onderzoek voor de Akkerbouw en Vollegrondsgroenteteelt.* Lelystad, (in press), 2000.

Proefstation voor Bloemisterij en Glasgroente, *Productie en afzet van de Nederlandse biologische vruchtgroenten.* 1999.

Proefstation voor Bloemisterij en Glasgroente, *Keteninformatie biologische glasgroenten.* 2000.

PVE, Statistisch Jaarrapport uitgave 2000.

Bijlage 1 Productie en consumptie van kalkoenvlees, schapen- en geitenvlees

B1.1 Inleiding

Het ketenbusinessplan 'biologisch vlees' is in ontwikkeling. Daarbinnen is een aantal groepen vlees onderscheiden, te weten: rundvlees, varkensvlees, pluimveevlees en 'overig vlees'. Deze laatste categorie omvat onder andere:
- kalkoenvlees;
- geitenvlees; en
- schapen- en lamsvlees.

Het is nog niet duidelijk of voor deze vleessoorten een afzonderlijk ketenbusinessplan moet worden ontwikkeld. Daartoe is inzicht nodig in de (relatieve) grootte van deze (biologische) sectoren.

Deze bijlage geeft inzicht in de grootte van de markt (zowel productie als consumptie) van de volgende (biologische) vleessoorten:
- kalkoenvlees;
- geitenvlees; en
- schapen- en lamsvlees.

B1.2 Kalkoenvlees

Consumptie

Tabel B1.1 laat de consumptie van vlees en kalkoenvlees zien. Daaruit blijkt dat de laatste vijf jaar gemiddeld rond 85 kg vlees per hoofd van de bevolking werd geconsumeerd, waarvan rond 2,6 kg kalkoenvlees (3% van de totale vleesconsumptie). Zowel de totale vleesconsumptie als de consumptie van kalkoenvlees in het bijzonder laten weinig spectaculaire veranderingen zien. Daarom gaan we ervan uit dat ook in het jaar 2004 ongeveer 85 kg vlees per hoofd wordt geconsumeerd, waarvan ongeveer 2,6 kg kalkoenvlees per hoofd.

Tabel B1.1 Consumptie van vlees en specifiek kalkoenvlees in de periode 1995-2000 in Nederland, in kilogram per hoofd van de bevolking per jaar

Consumptie	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Totaal vlees	84,8	86,3	85	85,5	85,2	
Kalkoenvlees	2.7		2,7	2,8	2,6	2,2
Aandeel kalkoenvlees in het totaal (%)	3,2		3,2	3,3	3,0	

Bron: www.pve.nl

Productie

In tabel B1.2 is de totale Nederlandse productie aan vlees en kalkoenvlees gegeven. Daaruit blijkt dat er in 1999 drie miljard ton vlees is geproduceerd, waarvan 30.000 ton kalkoenvlees. Dit komt neer op 1% van de totale vleesproductie.

Tabel B1.2 Productie van vlees en specifiek kalkoenvlees in de periode 1995-2000 in Nederland, in 1.000 ton met been per jaar

Productie	1995	1997	1998	1999	2000
Totaal vlees		2.715	3.156	3.167	
Kalkoenvlees	28	28	29	29	28
Aandeel kalkoenvlees in het totaal (%)		1,03	0,92	0,92	

Bron: www.pve.nl

Het aantal kalkoenen in Nederland is de laatste tien jaar vrij stabiel. Tussen 1990 en 1999 schommelde het aantal dieren tussen de 1,1 en de 1,5 miljoen (bron: CBS). Er zijn rond 130 bedrijven die kalkoenen houden met gemiddeld circa 10.000 dieren.

De kalkoenvleessector concentreert zich voornamelijk in Limburg (56%), maar ook in Brabant (17%) en Gelderland (14%) komt deze bedrijfstak voor. In de andere provincies van Nederland worden geen of bijna geen kalkoenen voor vleesconsumptie gehouden (bron: http://dedas.com/agro-eye/nws46.html - Agro Eye).

Tabel B1.3 Aantal dieren per bedrijf in de periode 1990-1999

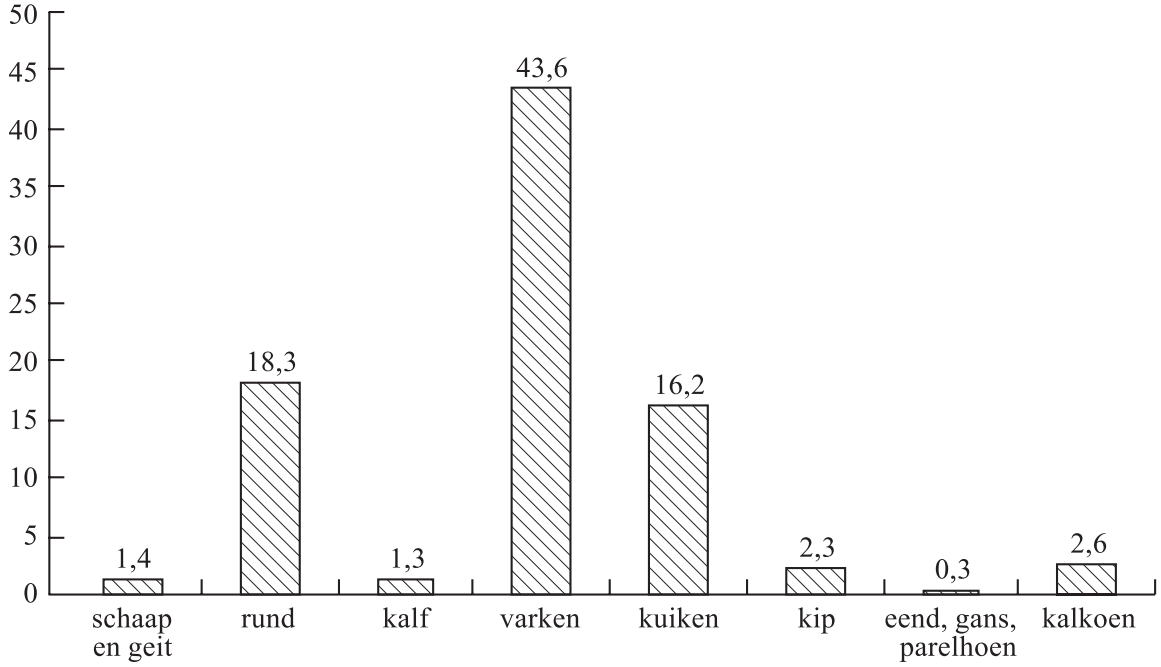
	1990	1995	1997	1998	1999
Aantal bedrijven	130	129	124	134	138
Gemiddeld aantal dieren per bedrijf	7.718	9.113	9.823	11.194	10.420
Totaal aantal dieren (miljoen)	1	1,1	1,2	1,5	1,4

N.B.: Een kalkoen levert tussen 20 en 23 kg vlees op.

B1.3 Schapen- en geitenvlees

Consumptie

Het verbruik per hoofd kwam in 2000 uit op 1,4 kg schapen- en geitenvlees, terwijl de totale vleesconsumptie rond 85 kg is. Daarmee neemt schapen- en geitenvlees 1,6% van de totale vleesconsumptie in beslag, zoals ook uit figuur B1.1 is af te lezen.



Figuur B1.1 Verbruik van vlees per hoofd in Nederland: rundvlees, varkensvlees, kip, kalkoen en schaap en geit in 1999
Bron: PVE (2000).

Het verbruik van schapen en geitenvlees is in Nederland in 2000 gestegen tot 24.000 ton, een toename van 10% (PVE, 2000). De toename is in de raming van tabel B1.4 niet voorzien.

Tabel B1.4 Gerealiseerde en verwachte consumptie van schapen- en geitenvlees in Nederland, in 1.000 ton

	1998	1999	2000 a)	2001 b)	99/98	00/99 a)	01/00 b)
Schapen- en geitenvlees	22	22	22	22	-2%	1%	2%

a) Raming; b) Prognose.
Bron: Europese Unie, PVE.

Het grootste verbruik komt voor in de landen met - tevens - de grootste productie aan schapen- en geitenvlees: VK, Frankrijk, Spanje en Griekenland (zie bijlage).

Productie: schapenstapel

De Nederlandse schapenstapel is gering. Er zijn ruim 1 miljoen stuks schapen en het aantal is de laatste jaren gedaald. Met name de sterke daling van het aantal schapen in Friesland, de provincie met de meeste schapen, is hier debet aan. In Nederland worden schapen vooral als neventak gehouden; veelal op gronden die 'over' zijn, zoals dijken of natuurgebieden. In Nederland komt het bijna niet voor dat bedrijven hun hoofdinkomsten uit de schapenhouderij kunnen betrekken.

De Nederlandse schapenstapel neemt slechts 1% van de totale EU-schapenstapel in. Ook in de EU is de schapenstapel de afgelopen jaren licht gedaald van 99 miljoen dieren in 1998 tot naar schatting 95 miljoen stuks in 2001. Het Verenigd Koninkrijk (30,7%) en Spanje (24,7%) zijn de landen met de grootste schapenstapel van Europa in 1999. Volgens ramingen zal dat ook zo zijn in 2001. In de meeste landen bleef de stapel de afgelopen jaren stabiel of daalde. Slechts in twee 'kleine' landen, Zweden en Griekenland nam die toe.

Tabel B1.5 Ontwikkeling van de schapenstapel in Nederland, in 1.000 stuks (december)

	1998	1999	2000 a)	2001 b)	99/98	00/99 a)	01/00 b)
Nederland	1.379	1.102	1.045	995	-20,1%	-5,2%	-4,8%
EU	99.004	96.725	95.609	95.138	-2,3%	-1,2%	-0,5%

a) Raming; b) Prognose.
Bron: Europese Unie, PVE.

Productie: geitenstapel

De geitenstapel in Nederland kwam volgens de landbouwtelling 2000 uit op 179.000 stuks, een toename van 17% ten opzichte van 1999. Het aantal melkgeiten steeg met 14% tot 98.000 stuks. De groei met 20% tot 81.000 stuks bij de groep van 'overige' geiten was nog forser. De geitenstapel concentreert zich in Noord-Brabant. In deze provincie steeg het aantal dieren met 15% tot 69.000 stuks. De groei in de provincie Gelderland tot 34.000 stuks was van dezelfde orde van grootte.

De geitenstapel bedroeg 11,7 miljoen stuks in 1999 in de EU. Dit was een afname van 1,0% met het voorgaande jaar. 46% Van de stapel bevond zich in Griekenland, terwijl Spanje en Italië respectievelijk 22,6 en 11,7% voor hun rekening namen. Frankrijk (9,2%) en Portugal (6,7%) hebben ook nog een stapel van betekenis. Nederland legt, ondanks de sterke groei nauwelijks enig gewicht in de schaal. Kenners verwachten dat de stapel in 2001 op het niveau van 1999 zal uitkomen.

Productie: schapen- en geitenvlees

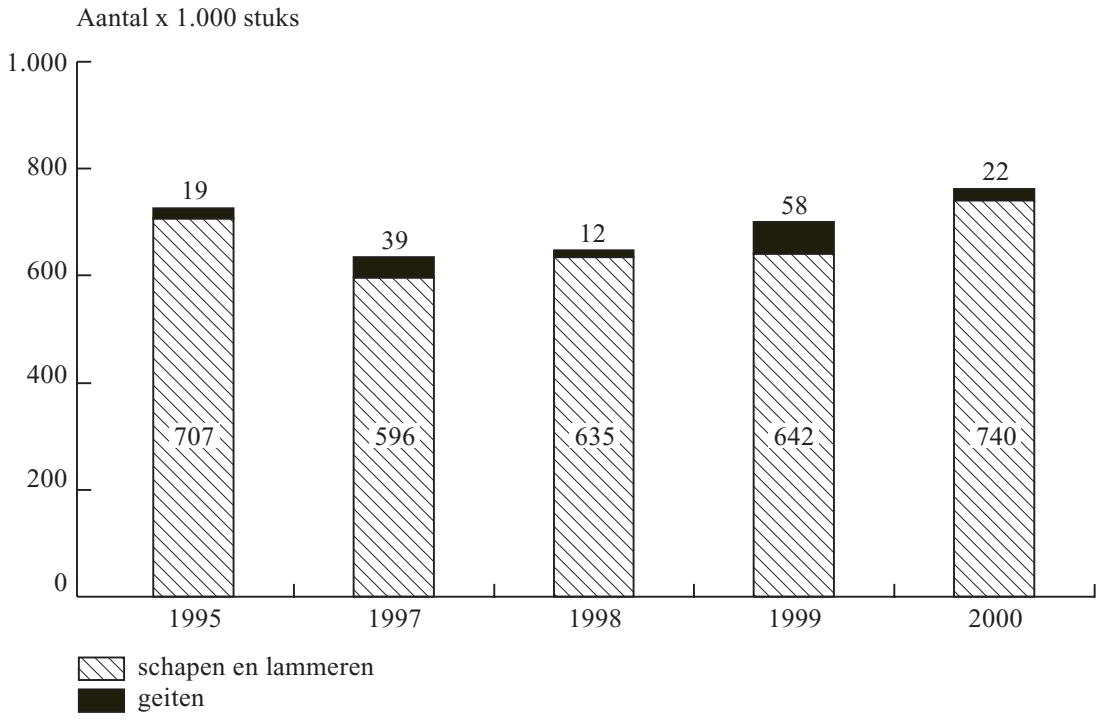
In Nederland wordt rond 20.000 ton schapen- en geitenvlees geproduceerd. In 1998/1999 is er een groei van 17% geweest, waarna een daling met respectievelijk 9 en 5%. De productie van schapen en geitenvlees in de EU bedraagt ongeveer 1,1 miljoen kilogram. De productie bleef de afgelopen nagenoeg constant.

Tabel B1.6 Gerealiseerde en verwachte bruto eigen productie van schapen- en geitenvlees in Nederland, in 1.000 ton

	1998	1999	2000 a)	2001 b)	99/98	00/99 a)	01/00 b)
Nederland	19	23	21	19	17%	-9%	-5%

a) Raming; b) Prognose.
Bron: Europese Unie, PVE.

Uitgaande van het aantal slachtingen in Nederland wordt het beeld iets anders. Het aantal slachtingen in Nederland fluctueerde de afgelopen jaren, zo blijkt uit figuur B1.2. In 2000 werden 740.000 stuks schapen en lammeren en 22.000 stuks geiten geslacht. Met een geslachtgewicht van 24,7 kg per schaap en 24,3 kg per gemiddelde voor schaap en geit komt het totaal geproduceerde vlees uit op ongeveer 18 duizend ton schapen- en lamsvlees en 0,5 duizend ton geitenvlees. Dit is dus lager dan de raming uit tabel B1.6.



Figuur B1.3 Aantal geslachte schapen en geiten in Nederland 2000

De productie van 18.000 ton schapenvlees betekent - op een totaal van 3 miljard ton vleesproductie - nog geen 1%. Het is dus - in termen van productieaandeel - een kleine sector. Voor geitenvlees is het aandeel nog beperkter, namelijk minder dan 0,02%.

De biologische schapen- en geitenhouderij die deze dieren voor hun melkproductie aanhouden leggen de eerste focus bij de melk. Het gaat veelal om *melktypische* schapen en geiten, die niet goed geschikt zijn voor vleesproductie. Voor schapen geldt dat ze vaak al op zeer jonge leeftijd de grens over - naar Frankrijk - en worden daar geslacht. Voor geiten geldt dat ze in het gangbare circuit worden afgezet. Voor beide takken geldt dat de afzet van het vlees een (zeer beperkt) aandeel in de totale inkomsten inneemt.

Bijlage 2 Geïnterviewde organisaties

Interviews Aardappelen, groenten en fruit

Nautilus: Dhr. H. Leenstra
Oerlemans: Dhr. Minten

Interviews zuivel

Swenty: Dhr. J. Peters
Ecomel: Dhr. J. Zomerdijk
Friesche Vlag - Friesche Ecologische Zuivel: Dhr. G. Kooiker

Interviews brood en bakkerij

Vomar: Dhr. R. Bobeldijk
Bakkerij Verbeek te Brummen: Dhr. Loefs
Biologische Bakkerij Ad van der Westen b.v.: Dhr. A. van der Westen
Bakkersland Apeldoorn: Dhr. A. Dominicus
Bake Five: Dhr. W. van der Linden
Zeelandia: Dhr. M.C. van den Ouden
Aan- en verkoop Coöperatie Meppel b.a. (ACM): Dhr. J.W. Bruins en dhr. A. B. den Bakker
Nederlands Bakkerij Centrum: Dhr. C.B.P.M. Holtzer
Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Bakkerijgrondstoffen (NEBAFA): Dhr. P. Rijnhout

Interviews rundvlees

Biologische Werkgroep Rundvlees, LTO: Dhr. M. Jansen
Biologische Werkgroep Rundvlees, biologische melkveehouder: dhr. J. Jantjes
Klaverweide en Brada's Vleeschbedrijf: Dhr. H. Visser en Dhr. S. Brander
komend voorzitter van de op te richten Vereniging van vleesveehouders): Dhr. E. vd Borch
De Groene Weg : Dhr. E. de Boer

Bijlage 3 Markt van broodvervangers

In onderstaande opsomming zijn de top 5 broodvervangers volgens het CBL en Information Resources (cijfers 1999) weergegeven. Volgens IR bestaat de markt voor broodvervangers anno 1999, uitgedrukt in geld circa 463 miljoen gulden. Uitgaande van de trends binnen deze groep wordt de markt voor 2000 geschat op circa 480-500 miljoen gulden.

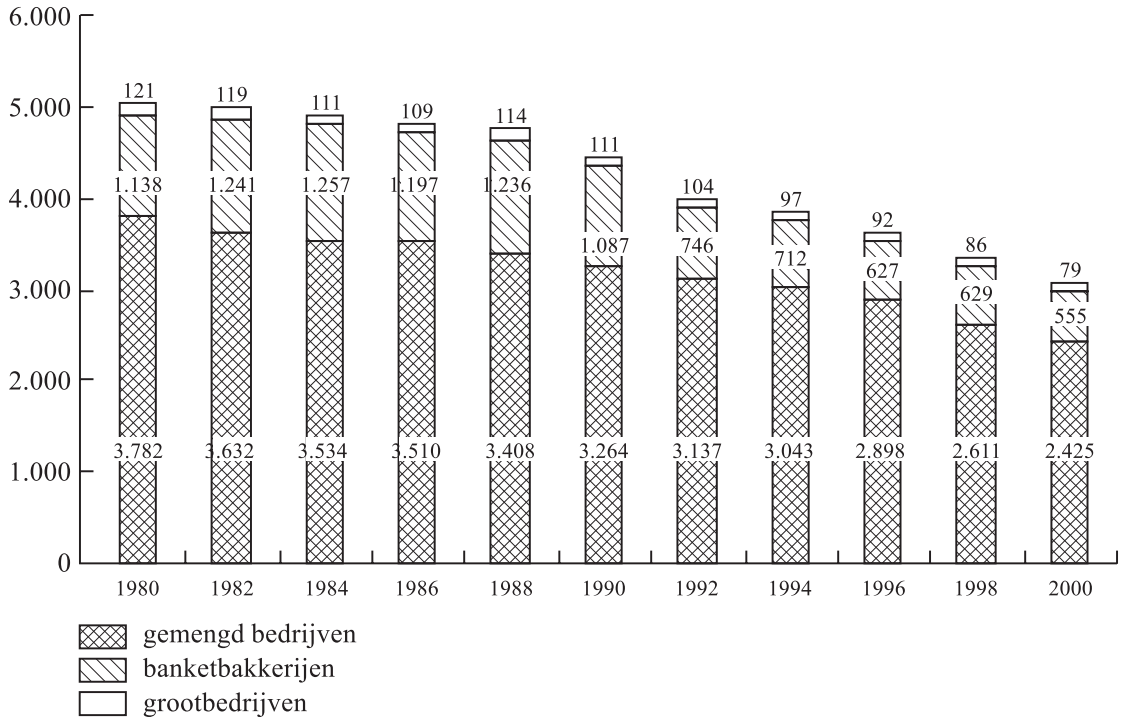
1. Cereals
2. Knäckebrøt
3. Drinkontbijt
4. Beschuit
5. Ontbijtkoek
   (CBL)

1. Voorgebakken brood (131 miljoen)
2. Cereals (127 miljoen)
3. Snackbodemtoast (65 miljoen)
4. Beschuit (47 miljoen)
5. Knäckebrøt (39 miljoen)
   (Information Resources)

Het wel/niet indelen van voorgebakken brood bij brood of broodvervangers is uitsluitend een afweging in omschrijvingen. Binnen de groep broodvervangers is, vergelijkbaar met dagvers brood, het gebruik van private labels populair. De verkopen van biologische broodvervangers zijn, binnen de retail, op dit moment beperkt. Het zijn met name formules zoals AH die een 'breed' assortiment voeren.

Bijlage 4 Ontwikkelingen in de bakkerij

Het totale aantal bedrijven in de branche neemt in een rap tempo af. In 1980 waren er nog 5.041 bedrijven, in 2000 telde Nederland er nog maar 3.059. Dit een gemiddelde afname met 175 bedrijven per jaar. Ook voor de nabije toekomst is geen afvlakking te verwachten. De oorzaak is de rentabiliteit. Al jaren is het gemiddelde economische resultaat voor het MKB binnen de branche negatief.



Figuur B4.1 Ontwikkeling van het aantal bakkersbedrijven (NBC, 2000)

Legenda:

Gemengd bedrijf: een bakkerij met brood en banketproductie.

Banketbakkerij: een bedrijf waar enkel banket wordt geproduceerd. Het is mogelijk dat in bijbehorende winkel(s) ook brood wordt verkocht.

Grootbedrijf: een bedrijf met een gaasmat- of balance-over. Het is mogelijk dat dit bedrijf eigen winkels exploiteert.

Locatie

De mate van verstedelijking heeft weinig invloed op de ontwikkeling van het aantal bedrijven. Zowel in de vier grote steden als op het platteland is de daling rond de 10%. De daling

in de grootste provinciesteden is met 12% het sterkst. De ontwikkeling is verontrustend. De huidige trend is vergelijkbaar met die in Engeland een jaar of dertig geleden. Ook daar nam het aantal bakkerij bedrijven sterk af ten koste van de grootbedrijven. Uiteindelijk resulteerde dat in een vermindering van de kwaliteit van het assortiment (Holtzer, 2001).

Tabel B4.1 Aantal bakkerijbedrijven per type gemeente

Type gemeente	1998	2000	Daling (%)
4 grote steden	460	412	10
40 grote provinciesteden	759	671	12
60 kleine provincie steden	490	442	10
Platteland	1.617	1.455	10

Bijlage 5 Prijzen van biologische en gangbaar graan

De prijzen voor de diverse biologische granen staan in tabel B5.1. Dit zijn de prijzen die werden uitbetaald aan de leden van de ACM. De prijzen liggen, gemiddeld genomen en afhankelijk van het soort bijna, twee keer zo hoog als die voor gangbaar graan (rond de € 0,12 per kilogram).

Tabel B6.1 Uitbetaalde poolprijzen EKO en biologisch dynamisch graan aan de ACM-leden (in €)

EKO granen	Prijs per 100 kg excl. BTW	BD Granen	Prijs per 100 kg excl. BTW
Haver basis 50 kg hl. Gew.	25,00	Haver basis 50 kg hl. Gew.	25,00
Haver in omschakeling	16,22		
Gerst voer/brouw	22,51	Gerst voer/brouw	22,51
Gerst in omschakeling	19,86		
Wintergerst intro	29,57		
Rogge	24,75	Rogge	24,75
Tarwe voer kwal.	24,44	Tarwe voer kwal.	25,30
Tarwe in omschakeling	21,77		
Tarwe bak kwal. Basisprijs	29,39	Tarwe bak. kwal. Basisprijs	30,63
Gem. Kwal. Premie	0,41	Gem. Kwal. Premie	0,41
Triticale	24,44		
Triticale in omschakeling	20,92		
Korrelmaïs	28,26		
Korrelmaïs in omschakeling	24,28		

Bron: ACM.