

De dynamiek van de Nederlandse biologische landbouw in relatie tot de marktvraag

H. Prins
A.B. Smit

Projectcode 64542

Januari 2003

Rapport 2.03.02

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

De dynamiek van de Nederlandse biologische landbouw in relatie tot de marktvraag
Prins, H. en A.B. Smit
Den Haag, LEI, 2003
Rapport 2.03.02; ISBN 90-5242-784-4; Prijs €8,- (inclusief 6% BTW)
28 p., fig., tab.

De overheid streeft naar een groei van de biologische landbouw. Zij probeert dat doel te bereiken door de vraag naar biologische landbouwproducten te stimuleren. Vraag is echter of de Nederlandse biologische marktpartijen in staat zijn om een sterk groeiende vraag te beantwoorden met een overeenkomstige groei van biologische productie in Nederland. In dit rapport wordt duidelijk dat er vele hindernissen zijn die uitbreiding van de productie bemoeilijken. Toch luidt de eindconclusie dat de Nederlandse biologische landbouw in staat moet worden geacht aan een geleidelijk toenemende vraag te kunnen voldoen, mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan.

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 onderzoekopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.

Inhoud

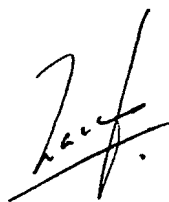
| | Blz. |
|-----------------------------------------------------|------|
| Woord vooraf | 7 |
| Samenvatting | 9 |
| 1. Inleiding | 11 |
| 2. Ketens in de biologische landbouw | 12 |
| 2.1 Schakels van de keten | 12 |
| 2.2 Consumenten | 12 |
| 2.3 Detailhandel | 13 |
| 2.4 Tussenschakels | 15 |
| 2.5 Primaire landbouwbedrijven | 16 |
| 2.6 Overheid | 17 |
| 3. Ketens in de verschillende marktsegmenten | 19 |
| 3.1 Zuivel | 19 |
| 3.2 Akkerbouw- en vollegrondsgroenteproducten | 20 |
| 3.3 Varkensvlees | 21 |
| 3.4 Rundvlees | 23 |
| 3.5 Pluimveevlees | 24 |
| 4. Conclusies | 25 |
| Literatuur | 27 |

Woord vooraf

Het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij heeft als doel gesteld dat de Nederlandse biologische landbouwproductie in 2010 toe zal nemen tot een aandeel van 10%. Daartoe zijn promotieactiviteiten in gang gezet die moeten leiden tot een verhoogde consumptie van biologische landbouwproducten. Aanleiding om opdracht aan het LEI te geven dit onderzoek uit te voeren, is een ex-ante toetsing van de beleidsaannname dat een toenemende vraag naar biologische producten zal resulteren in een uitbreiding van de biologische productie in Nederland. De begeleiding van het onderzoek was in handen van ir. J. Leferink (Expertise Centrum LNV).

Het onderzoek is uitgevoerd door H. Prins en A.B. Smit. Zij hebben door middel van literatuuronderzoek en interviews met deskundigen en spelers binnen de biologische markt inzicht verkregen in de wijze waarop de vraag naar biologische producten wordt doorvertaald naar de productie. De door de onderzoekers geraadpleegde personen hebben door hun tijd en expertise beschikbaar te stellen een grote bijdrage geleverd in de totstandkoming van dit onderzoeksresultaat. Een woord van dank is daarom op zijn plaats voor E. Crombags (Ecomel), R. Hendriks (Warmonderhof), R. Hoste (LEI), S. de Jong (Centraal Bureau Levensmiddelen), M.J.G. Meeuwssen (LEI), G.J. Roza (Nautilus) en M. Steverink (Platform Biologica).

Prof.dr.ir. L.C. Zachariasse
Algemeen Directeur LEI B.V.



Samenvatting

In dit rapport wordt de vraag behandeld of een toenemende binnenlandse vraag naar biologische producten wordt beantwoord met een overeenkomstige uitbreiding van de binnenlandse productie. Achtergrond van deze vraag is het streven van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij dat op termijn 10% van de landbouwproductie op biologische wijze zal worden geproduceerd. Een van de wegen waarop men dit doel tracht te bereiken is een sterke stimulering van de vraagzijde. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van literatuuronderzoek en interviews met marktdeskundigen binnen de biologische sector.

Consumenten van biologische producten vormen een zeer diverse groep. Te onderscheiden zijn de 'fundi's', de 'realo's' en de 'light users'. De fundi's zijn een vrij constante, maar kleine groep consumenten die het oorspronkelijke gedachtegoed van de biologische landbouw aanhangen. Zij leggen sterk de nadruk op kringlopen, milieu, dierenwelzijn en korte lijnen tussen producent en consument. Voor de realo's staan zaken als productveiligheid, fysieke productkwaliteit en een reële prijs voorop. Milieu- en diervriendelijkheid zijn voor hen randvoorwaarden. De light users kopen af en toe biologische producten om diverse redenen. Groeipotentie moet vooral worden gezocht bij de realo's en de light users.

In de detailhandel zijn twee hoofdstromen te onderscheiden, die van vergelijkbare omvang zijn. De natuurvoedingswinkels zijn gespecialiseerd in biologische producten. Vooral de fundi's en een deel van de realo's behoren tot hun klantenkring. Het marktaandeel van de supermarkten neemt snel toe en evenaart op dit moment het marktaandeel van de natuurvoedingswinkels. Hier doen vooral de light users en een groot deel van de realo's hun biologische boodschappen. Een toekomstige groei van biologische producten zal vooral plaatsvinden via het supermarktkanaal. Supermarkten stellen echter een groot aantal eisen qua product (assortiment, hoedanigheid, omzetpotentie), prijs (verkoopprijs en marge), plaats (logistiek, op juiste moment op juiste plaats beschikbaarheid van producten, zekerheid van levering) en promotie (productvoorlichting, reclameactiviteiten, plaats in de supermarkt) (de 4 p's). Geconstateerd wordt dat het van de biologische sector een grote inspanning vraagt om aan al deze eisen tegemoet te komen.

De genoemde inspanning ligt vooral op het bord van de tussenschakels. Het blijkt dat de tussenschakels in 'vrije' ongereguleerde ketens vaak niet aan de wensen van hun klanten kunnen voldoen. Men is dikwijls niet in staat de detailhandel het gevraagde product op de juiste plaats en tijd tegen een goede prijs en met de juiste ondersteunende promotieactiviteiten te leveren. Dat geldt overigens ook bij transacties tussen primaire sector en tussenschakels en tussen diverse partijen in de tussenschakels onderling. In situaties, waar sprake is van een hechtere en duidelijke band tussen de verschillende schakels loopt dit beter.

Voor individuele agrarische ondernemers is omschakeling naar biologische landbouw een strategische beslissing die risicovol en niet eenvoudig terug te draaien is. Door de aard van het productieproces zit er een tijdvak van enkele maanden tot soms jaren tus-

sen het plannen (bouwplan maken, quotum kopen, stalruimte creëren en dergelijke) en het realiseren (oogsten en op de markt brengen). Bij nieuwe telers is er bovendien een omschakelperiode van twee jaar. Dat maakt het voor de primaire sector moeilijk om flexibel in te spelen op nieuwe consumententrends. Biologische landbouw is een optie die in vergelijking met gangbare landbouw aanzienlijk hogere eisen stelt aan de ondernemer. Biologische landbouw moet niet alleen passen bij zijn persoon en zijn kwaliteiten als ondernemers, maar ook binnen zijn bedrijf, zijn investeringsruimte, zijn risicoperceptie en zijn sociale omgeving. Veel ondernemers in de primaire sector zien biologische landbouw als een te risicovol avontuur. Naast teelttechnische risico's vormen vooral afzetrisico's een hoge drempel om om te schakelen.

Bij het beoordelen van een aantal ketens in de biologische landbouw komt naar voren dat succes vooral moet worden gezocht in een goede structuur, waarbij een cruciale rol is weggelegd voor de tussenschakels. Hun taak is er zorg voor te dragen dat aan de vraag van de detailhandel tot op detailniveau wordt voldaan. Kritische succesfactor is de goede combinatie van de genoemde vier P's (product, plaats, prijs en promotie).

Het 'toverwoord' is vertrouwen. Vertrouwen is dé voorwaarde om te komen tot een succesvolle uitbreiding van de Nederlandse biologische productie. Dat vertrouwen moet gebaseerd zijn op concrete feiten en ervaringen. Vertrouwen wordt onder andere gevoed door een stabiele, beheerst groeiende markt.

Daarnaast is vertrouwen tussen de verschillende schakels van de keten essentieel. Ieder van de schakels moet daartoe uitblinken in efficiëntie, flexibiliteit, punctualiteit en klantgerichtheid. Uitgangspunt moet zijn dat de productie zo goed mogelijk afgestemd wordt op de vraag. De tussenschakels in de keten hebben als belangrijkste taak een stabiele en betrouwbare brug te vormen tussen de vraag en het aanbod van biologische producten.

De hoofdconclusie luidt dat de Nederlandse primaire sector bij een voldoende vertrouwen in markt en ketenpartners in staat moet worden geacht aan een beheerst toenemende vraag naar biologische producten te kunnen voldoen.

1. Inleiding

Het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij streeft naar een omvang van de biologische landbouw van 10% in het jaar 2010. De Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw noemt een doelstelling van 5% van de consumptie in Nederland in 2005. Op dit moment is het percentage biologische landbouw nog slechts 1 à 2%. De sterke stijging van de afgelopen jaren (circa 15% per jaar) is zelfs nog niet genoeg om doelstellingen te verwezenlijken. Daarom zet LNV extra beleid in. Eén van de beleidsinspanningen bestaat uit het stimuleren van de vraag naar biologische producten. Daarbij wordt ervan uitgegaan dat de Nederlandse biologische landbouwproductie automatisch zal toenemen als de vraag stijgt. In dit rapport wordt in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij nagegaan of en zo ja onder welke randvoorwaarden dit automatisme zich voordoet.

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van literatuuronderzoek en interviews met marktdeskundigen in de biologische sector. De invalshoek voor het onderzoek is de vraagzijde. Het rapport tracht een antwoord te geven op de vraagstelling hoe een toenemende binnenlandse vraag naar biologische producten zich vertaalt in een uitbreiding van de binnenlandse productie.

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is het probleem op twee niveaus aangepakt. Hoofdstuk 2 beschrijft in meer algemene zin de keten voor biologische producten vanuit de verschillende schakels consumenten - detailhandel - tussenschakels - primaire landbouwbedrijven. Gekeken wordt hoe deze ketens in elkaar steken en welke krachten elk van deze schakels binnen de keten uitoefent op de markt van biologische producten. Hoofdstuk 3 zoomt aan de hand van een aantal cases in op de belangrijkste te onderscheiden sectoren binnen de biologische productie. Deze cases zijn geselecteerd op basis van hun vooraanstaande positie in een bepaald marktsegment. Hoofdstuk 4 ten slotte geeft vanuit de ervaringen uit de hoofdstukken 2 en 3 antwoord op de onderzoeksvraag.

2. Ketens in de biologische landbouw

2.1 Schakels van de keten

Evenals in de gangbare landbouw maakt ook de biologische landbouw gebruik van ketens. De schakels binnen de keten bestaan globaal uit: de consument, de detailhandel, de tussenschakels en de primaire landbouw.

In sommige gevallen kan een schakel uit de keten ontbreken, bijvoorbeeld bij directe verkoop van boer aan consument. In dat geval neemt de boer de beide schakels 'tussenschakels' en 'detailhandel' over.

In de beleidsnota biologische landbouw *Een biologische markt te winnen* wordt geconstateerd dat er goede perspectieven zijn voor biologische landbouw. Er wordt echter ook geconstateerd dat er een aantal knelpunten zijn. Als eerste knelpunt wordt genoemd dat de keten niet optimaal functioneert. Marktpartijen werken onvoldoende samen omdat men elkaar onvoldoende weet te vinden door gebrek aan vertrouwen of door onbekendheid. Daardoor wordt de keten niet optimaal benut met als gevolg een te smal assortiment en onnodige kosten. In de paragrafen 2.2 tot en met 2.5 worden de percepties van de vier hoofdrolspelers in de keten uitgediept. Elk van deze schakels is immers van even groot belang bij de vraag of uitbreiding van de biologische consumptie bijdraagt tot vergroting van de biologische productie in Nederland. In paragraaf 2.6 wordt de rol van de overheid beschreven.

2.2 Consumenten

Met opzet is boven deze paragraaf het woord 'consumenten' in de meervoudsvorm geschreven. Het betreft hier immers geen groep in de zin van een aantal mensen dat gezamenlijk iets onderneemt (Van Dale woordenboek), maar mensen die individueel dagelijks beslissen over hun aankoopgedrag. Ieder van die consumenten heeft zijn of haar eigen beweegredenen om (in dit geval biologische) producten aan te kopen. Voor een beter begrip van de markt is het toch gebruikelijk en zinvol om consumentengroepen te onderscheiden. Zwart-wit gezien zijn er twee groepen consumenten: de fundi's en de realo's (Meeusen, persoonlijke mededeling). De fundi's hangen het oorspronkelijke gedachtegoed van de biologische landbouw sterk aan. Zij gaan uit van de kringloopgedachte en voelen veel voor strenge normen qua milieu en dierwelzijn. Korte lijnen tussen producent en consument spreken hen erg aan (zowel korte lijnen in de zin van regionaal produceren en consumeren als korte lijnen in de zin van korte ketens). Fundi's kopen relatief veel direct bij de boer, via voedselabonnementen en via de natuurvoedingswinkels. Een hogere prijs is voor hen minder van belang en ook stellen zij minder hoge eisen aan de fysieke kwaliteit van de producten. Realo's daarentegen stellen de voedselveiligheid centraal. Een grote afstand tussen consument en producent is geen probleem (bijvoorbeeld een ge-

importeerde kiwi uit Australië), mits de voedselveiligheid is gegarandeerd. Voor de realo's is de prijs-kwaliteitverhouding veel sterker van belang dan voor de fundi's. De realo's kopen hun levensmiddelen vooral in de supermarkt.

De fundi's zijn een vrij kleine en constante groep van hooguit 1-2% van de Nederlandse bevolking. Zij kopen al sinds jaar en dag hun vaak biologisch-dynamische levensmiddelen (Van Dijk, 2001). Zij kopen vaker via de natuurvoedingswinkels, abonnementen en directe verkoop van de boerderij. Het valt niet te verwachten dat deze groep consumenten de komende jaren sterk zal uitbreiden. Zij vormen een relatief vaste klantenkring. Qua aantal en qua groeipotentie zijn de realo's het meest interessant, maar ook het minst gemakkelijk te binden. Het betreft vaak mensen uit de hogere inkomensgroepen (Roza). Ten opzichte van de fundi's is de tolerantie duidelijk kleiner. De fundi accepteert dat er door de biologische teeltwijze soms toegegeven wordt op de fysieke productkwaliteit, maar de realo is wat dat betreft veel minder tolerant. Het liefst ziet hij een onberispelijk product wat voldoet aan eisen qua milieu, dierwelzijn, gezondheid en fysieke kwaliteit. De prijs van het product mag best iets hoger zijn dan van een gangbaar product, maar de realo vergelijkt het biologische product ook qua prijs-kwaliteitverhouding. Een prijsverschil tussen overigens vergelijkbare biologische en gangbare producten van enkele tientallen procenten is voor veel consumenten aanvaardbaar, maar bij hogere prijsverschillen wordt het moeilijker het product op de markt te handhaven.

Uiteraard doet bovengenoemde tweedeling van de klantenkring voor biologische producten de werkelijkheid in zekere mate geweld aan. Het onderscheid is gemaakt om de meer genuanceerde en daardoor meer complexe situatie te kunnen analyseren.

Een derde groep consumenten is de groep die als 'light users' kan worden aangeduid (De Jong). Dit zijn consumenten die af en toe iets biologisch kopen vanwege diverse redenen. De communicatie-inspanningen van de komende tijd zijn met name bedoeld om deze groep consumenten te stimuleren nog meer biologische producten te kopen. Duidelijk is dat de groeipotentie ligt bij een groep kritische consumenten, die eisen stelt aan de prijs-kwaliteitverhouding.

Resumerend

- De groep 'traditionele' consumenten van biologische producten is vrij constant van omvang.
- Groeipotentie ligt bij de 'moderne' groep consumenten. Trefwoorden die deze groep aanspreken zijn: voedselveiligheid, gemak, prijs-kwaliteitsverhouding, onberispelijkheid van uiterlijk en innerlijk, milieuveiligheid, dierwelzijn. De indruk is dat de huidige consumentenprijzen over het algemeen aan de hoge kant zijn.
- Bij promotieactiviteiten zal de aandacht moeten worden gericht op die aspecten van het biologische product die aansluiten bij de beleving van deze laatste groep consumenten.

2.3 Detailhandel

Ook de detailhandel kan in twee segmenten worden onderscheiden: de natuurvoedingswinkels en de supermarkten. Van de totale omzet van biologische producten in 2001 (355

miljoen euro) namen de natuurvoedingswinkels 41% voor hun rekening. De supermarkten hadden een aandeel van 42%, 10% werd verkocht via reformhuizen en biologische slagereijen en de rest (6%) werd afgezet via boerenmarkten, boerderijverkoop, horeca en dergelijke. Opvallend is de sterke stijging van de afzet via de supermarkten. In drie jaar tijd (1998-2001) vervijfvoudigde hun omzet (Silvis en Van Bruchem, 2002)

De natuurvoedingswinkels zijn speciaalzaken, waarin van biologische producten te koop worden aangeboden. Zij hebben vaak een vaste klantenkring, die zich voor een groter deel laat karakteriseren door fundi's. Verwacht wordt dat de natuurvoedingswinkels slechts met moeite hun huidige omvang kunnen handhaven. Een belangrijke factor de algemene relatief zwakke positie van de speciaalzaak ten opzichte van de supermarkten. Het brede assortiment en het gemak waarmee een groot aantal levensmiddelen kan worden ingeslagen spreekt de huidige consument sterk aan.

In principe kun je supermarkten zien als 'vierkantemeterverhuurders' (M. Steverink). Dat wil zeggen dat supermarkten streven naar een zo groot mogelijke marge per vierkante meter verkoopprijsruimte. Dat kan door een hoge omzetsnelheid bij een relatief lage marge of door een lagere omzetsnelheid bij een hoge marge per eenheid product. Het biologische product valt op dit moment onder de laatste categorie. Grootwinkelbedrijven hebben over het algemeen niet de behoefte de consument te sturen in zijn koopgedrag. Men biedt aan waar de klant om vraagt. De promotie van producten laat hij over aan de fabrikant van het product. Vertaald naar het biologische product betekent dit dat het aanbieden van een compleet concept aan grootwinkelbedrijven van het product 'biologische levensmiddelen' noodzakelijk is. Volgens Steverink zal de biologische sector de grootwinkelbedrijven moeten prikkelen überhaupt biologische producten in de schappen op te nemen, liefst op een prominente plaats. Daartoe zal de sector in moeten spelen op de bekende P's:

1. product (assortiment, hoedanigheid, omzetsnelheid);
2. prijs (verkoopprijs en marge, absoluut en relatief ten opzichte van concurrerende producten);
3. plaats (logistiek, op juiste moment op juiste plaats beschikbaarheid van producten, zekerheid van levering);
4. promotie (productvoorlichting, reclameactiviteiten, plaats in de supermarkt);
5. people (voedselveiligheid, voedselkwaliteit);
6. planet (milieubelasting bij productie, verwerking, transport, verpakking, dierwelzijn).

Voor de supermarkt is het op orde zijn van de eerste vier P's van primair belang. Al deze vier punten zijn van belang, zowel per onderdeel als in combinatie. De fine-tuning daarvan vergt van de grootwinkelbedrijven/fabrikanten een precisie die te vergelijken is met militaristische operaties. Als er maar één punt niet in orde is mislukt de operatie.

Dat geldt in principe ook voor biologische producten De sector biologische landbouw en de overheid onderschatten het gevaar van mislukking. De ervaring leert dat maar liefst 70% van de nieuwe producten niet goed van de grond komt. Het vergt een buitengewoon goede marketingstrategie om dit te verbeteren. De reguliere landbouw is gewend te handelen vanuit de situatie van massa-aanbod, waarbij zware regie van productintroducties minder relevant is. Voor biologische landbouw is dat duidelijk niet het geval. Daardoor zal men terdege rekening moeten houden met bovengenoemde kritische succesfactoren.

Resumerend

- Omzetverhoging kan slechts plaatsvinden als de detailhandel bevoorrad wordt met een product dat voldoet aan een groot aantal eisen.
- Het product moet passen in het assortiment (lieft aanvullend), in de visie van het bedrijf en moet voldoende omzetspotentie hebben.
- De prijs van het product moet dusdanig zijn dat er voldoende omzet mee wordt gehaald en dat de marge voor de detailhandel hoog genoeg is.
- De leveringszekerheid moet 100% zijn. Het product moet op het juiste moment op de juiste plaats in voldoende hoeveelheden aangeleverd kunnen worden.
- Het product moet ondersteund worden door voldoende promotieactiviteiten. Van de detailhandel kunnen geen grootscheepse promotieactiviteiten voor een specifieke productengroep worden verwacht. Wat dit betreft wachten sector en detailhandel op elkaar. Hier ligt een taak voor de totale keten en de overheid.
- Het is een voordeel als een bedrijf of winkelketen zich kan onderscheiden door een product prominent in haar assortiment op te nemen dat maatschappelijk gezien 'goed ligt'. Voor de sector is dit een kans om met beide handel aan te grijpen.

2.4 Tussenschakels

Essentieel in de keten zijn de tussenschakels. Tot de tussenschakels behoren onder andere de handelshuizen, de inkoopcoöperaties, de verwerkers van ruwe producten, verpakkers en groothandelaren. De taak van de tussenschakels is een link te leggen tussen het aanbod vanuit de primaire biologische agrarische bedrijven en de vraag vanuit de detailhandel. Als de overheid constateert dat de keten niet optimaal functioneert ligt daar met name een rol weggelegd door de tussenschakels. Dat het werkveld van de tussenschakels breed is bewijst het feit dat er bij SKAL zeer veel verwerkers en bereiders zijn aangesloten. In aantallen zijn dat per december 2001 907 tegenover 1.510 biologische landbouwbedrijven.

Het blijkt dat de tussenschakels bij een 'vrije' ongereguleerde markt vaak niet aan de wensen van hun klanten kunnen voldoen. Denk daarbij aan de vier P's: men is dikwijls niet in staat de detailhandel het gevraagde product op de juiste plaats en tijd tegen een goede prijs en met de juiste ondersteunende promotieactiviteiten te leveren. Dat geldt niet alleen bij de aflevering aan de detailhandel, maar bij iedere transitie tussen marktpartijen. Dus ook van de primaire sector naar de tussenschakels en bij handel tussen diverse partijen in de tussenschakels (handelshuizen, verwerkers, verpakkers, groothandelaren enzovoort). Hoe ingewikkelder de keten is des te meer er een beroep wordt gedaan op het goed functioneren daarvan. De zwakste schakel bepaalt de sterkte van de ketting. Daarbij kunnen relatief triviale zaken meespelen, zoals een groot verloop van medewerkers van handelshuizen, waardoor vertrouwens- en afsprakenrelaties steeds weer opnieuw opgebouwd moeten worden.

In ketenprojecten, waar sprake is van een hechtere en duidelijke band tussen de verschillende schakels loopt dit beter. Voorbeelden van hechtere en kortere ketens daarbij zijn de coöperatie Nautilus en het varkensproject Ketenmanagement Biologisch Varkensvlees. In beide ketens draagt de tussenschakel de zorg voor evenwicht tussen vraag en aanbod om te voorkomen dat de primaire sector voor onvoorziene afzetproblemen komt te staan dan wel het grootwinkelbedrijf voor aanvoerproblemen.

Resumerend

- De tussenschakels zijn een belangrijke factor tussen de primaire sector en de detailhandel.
- De tussenschakels zijn sterk versnipperd en vaak te kleinschalig om een serieuze rol te kunnen spelen in de contacten met grote marktpartijen zoals de grootwinkelbedrijven.
- Belangrijk knelpunt is onvoldoende aansluiting tussen de schakels onderling.

2.5 Primaire landbouwbedrijven

Het lijkt logisch dat de primaire sector aan de wensen van de detailhandel zou moeten kunnen voldoen, maar de stap van vraag naar aanbod ligt heel gecompliceerd. Buiten de complexe ketenstructuur zit er voor de producent een tijdvak van enkele maanden tot soms jaren tussen het plannen (bouwplan maken, quotum kopen, stalruimte creëren en dergelijke) en het realiseren (oogsten en op de markt brengen). Bij nieuwe telers is er ook nog een overschakelperiode van twee jaar. Dat maakt het voor de primaire sector moeilijk om flexibel in te spelen op nieuwe trends bij consumenten omdat de markt dan mogelijk al weer veranderd is. Bedacht moet worden dat de primaire sector uit heel veel kleine individuele economische eenheden bestaat. Elk van die eenheden heeft zijn eigen belang. De agrarische ondernemer heeft de keuze uit vele alternatieven. Slechts één daarvan is biologische landbouw. Bij zijn strategische keuze spelen een groot aantal zaken mee (Steverink). Als hij de mogelijkheid tot overschakelen op biologische landbouw al serieus overweegt, vraagt hij zich af of biologische landbouw past:

- binnen het bedrijf;
- bij zijn persoon en zijn ondernemerskwaliteiten;
- binnen zijn sociale omgeving;
- binnen zijn investeringsruimte en;
- binnen zijn risicoperceptie.

Het gaat de goede ondernemer om perspectief en een redelijke mate van zekerheid op lange termijn. Wat dat betreft scoort biologische landbouw binnen het scala van alternatieven over het algemeen niet hoog.

De optie biologische landbouw wordt door boeren en tuinders vaak gezien als een (te) risicovol avontuur. Naast teelttechnische risico's zijn vooral ook afzetrisico's een hoge drempel om over te schakelen. Deze visie over terughoudendheid bij gangbare ondernemers om om te schakelen naar biologische teelt wordt onderschreven door De Lauwere et al (2002). Afzetgarantie voor producenten in de primaire sector speelt een grote rol bij de keuze voor omschakeling (Meeusen, persoonlijke mededeling). Op dit moment worden afzetrisico's binnen de keten niet evenwichtig verdeeld. Met name de grootwinkelbedrijven dragen verhoudingsgewijs weinig risico. Hun activiteit bestaat uit het op de schappen leggen van het biologische product. Mocht dat product 'flop' dan ruimen zij het schap weer leeg en leggen daar een ander product neer. Natuurlijk is dat gechargeerd voorgesteld: grootwinkelbedrijven hebben investeringen gepleegd in de vorm van promotie, reclame en

voorlichting, maar zij hebben niet hun hele hebben en houden in de waagschaal gelegd. Op de primaire bedrijven daarentegen zijn de investeringen zo groot dat de bedrijfscontinuïteit sterk in gevaar komt als de afzetmarkt tegenvalt. De grondgebonden landbouw heeft de eerste twee jaar alleen de lasten en niet de lusten van biologische productie omdat de producten nog niet tegen de hogere biologische prijs kunnen worden afgezet. Het feit dat een deel van de overschakelkosten via de RSBP (regeling stimulering biologische productie) wordt afgevangen doet nauwelijks iets af aan deze constatering. De terugverdientijd van de overschakelkosten is lang. Alleen voor de melkveehouderij lijken de overschakelkosten en de subsidie redelijk met elkaar in evenwicht, mits het verschil in opbrengstprijzen tussen biologische en gangbare melk niet te zeer vermindert. Voor het gemiddelde akkerbedrijf zijn de overschakelkosten te becijferen op ongeveer €2.000 tot €3.000 per ha, terwijl daarvan in totaal slechts ruim €1.000 wordt gecompenseerd. Ook in de varkenshouderij zijn de omschakelkosten hoger dan de subsidiemogelijkheden¹.

Resumerend

- De risico's zijn binnen de keten onevenwichtig verdeeld. De primaire bedrijven dragen een risico dat in verhouding zeer groot is. Er moeten op primair niveau dermate veel worden geïnvesteerd dat terugschakelen naar een gangbaar systeem zeer moeilijk is. Naast teeltechnische risico's zijn het vooral de afzetrisico's die het overgrote deel van de ondernemers van gangbare bedrijven er van weerhoudt om te schakelen op biologische landbouw. De RSBP is slechts gedeeltelijk een oplossing voor dit probleem.
- Naast genoemde risico zijn er nog vele aspecten die omschakeling in de weg kunnen staan.

2.6 Overheid

In de vorige paragrafen zijn vier hoofdrolspelers op het toneel gezet: de consumenten, de detailhandel, de tussenschakels en de primaire landbouw. Als vijfde actor is er de overheid. De taak van de overheid is niet zozeer een rol op het toneel, maar zij heeft een meer registrerende taak.

Bij alle zes genoemde P's is de overheid in meerdere of mindere mate betrokken. De overheid als vertegenwoordiger van de maatschappij (de P's van People en Planet) heeft als doel gesteld dat in 2010 10% van de Nederlandse landbouw op biologische wijze zal worden geproduceerd.

Omdat zij inziet dat de keten aanvangt bij de consumenten heeft zij een strategie uitgezet om hen te stimuleren meer biologische producten te kopen (de P van Promotie). Binnenkort start de overheid een grootscheepse publiekscampagne ter stimulering van de consumptie van biologische producten. Wat dit betreft vult de overheid een leemte van de ketenpartners. In de biologische keten is er niemand die zich echt geroepen voelt qua promotie het voortouw te nemen. Detailhandel en tussenschakels wachten op elkaar.

¹ Zie: Zaalmink et al, *De invloed van stimuleringsmaatregelen nader bekeken*. Intern rapport. LEI, 2002.

Ook bij de prijsvorming is de overheid betrokken. In de eerste plaats verlaagt de overheid de kostprijs door subsidiëring van overschakelende bedrijven. Verder wordt door de keten gepleit ook de consumentenprijs te verlagen door de BTW op biologische producten af te schaffen.

Voor het product is de taak vooral controlerend. De overheid laat deze taak voor een groot deel over aan SKAL. Ook voor de factor plaats (waarin vooral logistieke aspecten zijn begrepen) ziet de overheid geen grote rol voor zichzelf weggelegd.

Via onderwijs, voorlichting en onderzoek heeft de overheid instrumenten van betekenis om biologische landbouw verder te stimuleren. Vooral uit het agrarisch onderwijs komen weinig stimulansen voor biologische landbouw (Hendriks). Over het algemeen loopt het agrarisch onderwijs achter bij maatschappelijke ontwikkelingen. Docenten schetsen vaak geen positief beeld van biologische landbouw. Bovendien zijn zij vaak vakgericht, terwijl biologische landbouw een systeemgerichte aanpak vergt. Een positiever beeld van biologische landbouw kan de omschakeling van gangbare bedrijven bevorderen doordat gangbare ondernemers een eventuele toenemende vraag naar biologische producten dan eerder geneigd zullen zijn deze prikkel te vertalen naar hun eigen bedrijfssituatie. Ook het onderzoek kan bijdragen tot verbetering van de omschakelingsbereidheid, bijvoorbeeld door de werkelijke teeltrisico's in kaart te brengen en in samenspraak met omschakelaars en biologische telers specifieke knelpunten aan te pakken (De Lauwere et al., 2002). Ten slotte kan gedacht worden aan gesubsidieerde voorlichting aan de primaire sector. Vooral voorlichting waarbij ondernemers zich ondersteund voelen in risicovolle bedrijfstrategieën kan het reageren van de primaire sector op een toenemende vraag van biologische producten bevorderen.

Ook op indirecte wijze kan de overheid omschakeling bevorderen. Zo heeft de overheid omschakeling gestimuleerd door een strak beleid voor sanering van gewasbeschermingsmiddelen.

In de tabel wordt de betrokkenheid aangegeven van de diverse actoren bij de verschillende marketing aspecten. Daarin wordt onder andere duidelijk dat de overheid een belangrijke rol speelt bij de ontwikkeling van biologische landbouw.

Tabel 2.1 *Betrokkenheid van overheid, detailhandel, tussenschakels en primaire landbouw bij de diverse aspecten van marketing a)*

| | Overheid | Detailhandel | Tussenschakels | Primaire landbouw |
|----------|----------|--------------|----------------|-------------------|
| Product | + | ++ | ++ | +++ |
| Prijs | + | ++ | + | ++ |
| Promotie | +++ | + | + | + |
| Plaats | - | +++ | +++ | ++ |
| Planet | +++ | + | + | ++ |
| People | +++ | ++ | + | ++ |

a) - geen betrokkenheid; + geringe betrokkenheid; ++ sterke betrokkenheid; +++ zeer sterke betrokkenheid.

3. Ketens in de verschillende marktsegmenten

3.1 Zuivel

Volgens Ecomel is van de totale Nederlandse markt aan melk- en melkproducten 3,2% biologisch (2,8% inclusief kaas). Dit aandeel is hoger dan in andere marktsegmenten, zoals vlees en plantaardige producten. De groei van de markt was de afgelopen 5 jaar gemiddeld 20% per jaar. Dit jaar komt dat percentage fors lager uit (< 10%). Na de forse groei van vorig jaar, mede door de MKZ-crisis, komt het groeipercentage dit jaar lager uit (< 10%). Het totale volume aan biologische zuivel is de afgelopen jaren sterk toegenomen, hoge groeipercentages kunnen daardoor steeds moeilijker worden gerealiseerd. Crombags verwacht in 2005 de doelstelling van 5% zonder meer te kunnen halen. Hij baseert deze verwachting mede op het aantal melkveebedrijven dat momenteel in de omschakelingsfase zit. Het blijft een vraag of ook 10% haalbaar is in 2010. Gevraagd naar het knelpunt antwoordt Crombags dat dat vooral afhangt van de afzetmarkt. Er zijn volgens hem voldoende gangbare melkveebedrijven die over willen schakelen. Ook het feit dat er op dit moment wachtlijsten zijn (Ecomel heeft die momenteel overigens niet) wijst in die richting. Mocht zich in de toekomst de situatie voordoen dat de Nederlandse markt echt een groeistuij krijgt, dan verwacht Ecomel die op te kunnen vangen door tijdelijk buitenlandse melk te verwerken.

Momenteel leveren 120 biologische veehouders hun melk rechtstreeks aan het productiebedrijf in Limmen, die deze verwerkt tot een breed assortiment zuivelproducten van gegarandeerde kwaliteit. De biologische zuivelproducten worden onder de merknamen De groene koe en Zuiver Zuivel afgezet. Het assortiment betreft niet alleen biologische melk, karnemelk, kwark, yoghurt en vla, maar ook biologische kaas en biologische boter. Binnen Nederland is Ecomel met een marktaandeel van 60% marktleider. Import van melkproducten is verwaarloosbaar. Ecomel voert dagverse producten uit naar België. Daarnaast vindt er export plaats van kaas en boter. Van de door Ecomel gemaakte kaas wordt 30% geëxporteerd.

Ketenafspraken zoals bij biologisch varkensvlees met boer, verwerker en supermarkt zijn volgens Ecomel in de biologische zuivel niet nodig en niet haalbaar. De ketenafspraken in de varkenshouderij zijn tot stand gekomen in een situatie van schaarste. Voor (omschakelende) melkveehouders van Campina bestaat een reglement, waarin rechten en plichten zijn vastgelegd. Daarin wordt onder meer geregeld dat omschakelaars op de wachtlijst komen als Ecomel onvoldoende afzet voor die melk kan vinden.

Basis voor de positie in de markt is vertrouwen. Vanuit de veehouders gezien is dat het vertrouwen dat Ecomel de melk af zal nemen en deze goed tot waarde kan brengen. Vanuit de afnemers gezien is er ook geen behoefte aan contractuele binding. Zij behouden graag de mogelijkheid om snel van leverancier te wisselen als dat nodig mocht zijn.

Resumerend

- Het aandeel van biologische melkproducten in de totale markt voor melkproducten is hoger dan in andere sectoren.
- Ecomel is de grootste verwerker van biologische melk.
- Ecomel ziet haar positie in de markt als resultaat van vertrouwen zowel door de melkveehouders als de afnemers van het product. Ecomel vindt dat vertrouwen een resultaat moet zijn van ervaring. Als het vertrouwen hoog is, is de wederzijdse behoefte om dit te formaliseren in contracten lager.

3.2 Akkerbouw- en vollegrondsgroenteproducten

Vooraf de afzet van biologische akkerbouw- en groenteproducten kenmerkt zich door een grote diversiteit. Van Balen, Van Koesveld en Wijnands schetsen de volgende situatie, gezien vanuit de primaire sector. De grotere akkerbouwbedrijven met eventueel een aandeel groente en (in toenemende mate) kool in hun bouwplan zijn over het algemeen gelegen in de kleigebieden. Het rendement van deze bedrijven is over het algemeen goed. Zij leveren hun producten aan afnemers als Nautilus, ODIN en andere grote partijen.

De middengrote bedrijven verbouwen naast akkerbouwgewassen en akkerbouwmatige vollegrondsgroente ook intensieve groentegewassen (prei, bladgroente). Deze bedrijven zijn door heel Nederland verspreid. De arbeidsbehoefte van de bedrijven is hoog. De hoge kosten resulteren vaak in een laag economisch rendement. Vooral de afzet van versproducten is voor deze bedrijven een knelpunt. Ook op de kleinere tuinbouwbedrijven is de arbeidsbehoefte hoog. Zij mikken vooral op de intensieve vollegrondsgroenteteelten. De resultaten zijn wisselend en er is een veelheid aan afnemers.

Dan zijn er nog de kleine vollegrondsgroentebedrijven met heel veel verschillende gewassen. Met hun afzet richten zij zich op huisverkoop, lokale winkels, abonnementen, horeca. Vaak vind je op deze bedrijven een sociale of recreatieve neventak. De arbeidsbehoefte is zeer hoog en het rendement onbekend.

Een voorbeeld van een ketenorganisatie is de coöperatie Nautilus. Deze coöperatie verzorgt voor haar leden de afzet van biologische plantaardige producten (akkerbouw en vollegrondsgroente). De coöperatie stelt zich op als intermediair tussen de primaire sector en verwerkers en grootwinkelbedrijven in binnen- en buitenland. De taak bestaat uit het bij elkaar brengen van vraag en aanbod. Nautilus onderhandelt over prijs en leveringsvoorwaarden en draagt zorg voor een goede afstemming tussen de vraag en het aanbod van zowel versproducten als producten voor industriële verwerking. Eventueel heeft Nautilus contacten met transporteurs en een inpakbedrijf. Het gros van de producten betreft Nautilus van haar leden, maar er worden zo nodig ook producten geïmporteerd. Dat is het geval als vaste afnemers versproducten willen ontvangen buiten het teeltseizoen. Het buitenland is wat dat betreft 'gatenvuller'. Qua prijs is het buitenland (nog) niet concurrerend: de arbeidskosten zijn vaak lager, maar de kosten voor transport zijn hoog (Roza).

De grootwinkelbedrijven willen graag biologische producten op de schappen. Voorwaarde is wel dat het juiste product op de juiste tijd het juiste volume op de juiste tijd geleverd kan worden. Als individuele teler kun je daar vrijwel niet aan voldoen.

Volgens Roza is de kracht van Nautilus dat dat wel lukt dankzij de samenbundeling van de telers en de goede afstemming tussen vraag en aanbod. Daartoe inventariseert Nautilus in de maanden september/oktober bij haar leden het bouwplan dat men voor het komende seizoen heeft gepland. Ook geven de telers een inschatting van de kg-opbrengst. In januari vindt inventarisatie plaats bij klanten hoeveel men het komende jaar denkt nodig te hebben, uitgesplitst naar product, kwaliteit, leveringstijdstip en dergelijke.

Van ieder product is een productgroep die bestaat uit de telers die het betreffende gewas verbouwen. In februari past de productgroep het bouwplan aan aan de hand van de wensen van de klant. Daarbij wordt rekening gehouden met de te verwachten hoeveelheid product, het verkooptijdstip (vroeg/midden/laat) en de gewenste kwaliteit. Tijdens het teeltseizoen houdt Nautilus nauw contact met de telers over de stand van zaken. Door allerlei invloeden (vooral weer) komt het voor dat er afwijkingen zijn ten opzichte van de planning. Toch streeft men er naar de klant zoveel mogelijk tevreden te stellen. Het vergt veel inspanning om vraag en aanbod gedurende het seizoen met elkaar in de pas te laten lopen. Bij Nautilus is tot op de dag nauwkeurig informatie beschikbaar over hoeveel er van ieder product bij welke teler geleverd kan worden.

Nautilus werkt wel met contracten met afnemers, maar niet met telers. Volgens Roza hebben de bestaande telers daar geen behoefte aan. Contracten vloeien voort uit onzekerheid, maar Nautilus en haar leden geloven meer in marktwerking.

Resumerend

- Er is een veelheid aan partijen om zorg te dragen voor afzet, verwerking en verpakking van biologische akkerbouw- en groenteproducten.
- Bundeling van krachten is de kracht van Nautilus. Door de relatieve grootte van de coöperatie is men in staat directe en serieuze contacten te onderhouden met grote afnemers. Daardoor is de keten kort.
- Sterk punt is dat de wensen van afnemers worden vertaald in productietermen. De productie wordt afgestemd op de wensen van de klant. De omvang van de coöperatie maakt dit mede mogelijk. Indien men het gewenste product niet op het juiste moment van de leden kan betrekken wijkt Nautilus uit naar leveranciers buiten de coöperatie. In de praktijk komt dat vooral voor in de versmarkt, waarbij in verband met het korte Nederlandse groeiseizoen groenten worden geïmporteerd.
- Door het vertrouwen in het concept is er geen behoefte aan contractuele afspraken tussen telers en coöperatie. Wel zijn er contracten tussen de coöperatie en de afnemers.

3.3 Varkensvlees

Lange tijd liep de biologische varkenshouderij achter bij andere sectoren. Naar aanleiding van de Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw hebben vier partijen in 2000 een keten ontwikkeld voor biologisch varkensvlees. Initiatiefnemers waren onder andere Platform Biologica, de Vereniging van Biologische Varkenshouders, slachterij de Groene Weg en Albert Heijn. Zij hebben een doelstelling geformuleerd dat in 2003 5% van het

Nederlandse varkensvlees biologisch zou moeten worden geproduceerd (Hoste, persoonlijke mededeling).

Platform Biologica heeft een manager aangesteld om keteninitiatieven te ontwikkelen, te ontplooien en te begeleiden.

Het ministerie van LNV heeft een stimuleringsregeling opengesteld, die globaal inhoudt dat 30% van de investeringen van omschakelaars en van de uitbreiding op bestaande biologische bedrijven wordt gesubsidieerd. Voorwaarde daarbij is de bedrijven een afzetcontract hebben voor ten minste twee jaar. Slachterij de Groene Weg (over genomen door Dumeco) biedt samen met uitsnijderij Verda biologische varkenshouders een contract aan tot 31 december 2004, waarin een gegarandeerde afzet en prijs wordt aangeboden. Voor het gecontracteerde quotum heeft de varkenshouder leveringsplicht.

Albert Heijn en de Sperwergroep hebben zich verplicht tot afname van de gecontracteerde hoeveelheid varkensvlees. Bovendien heeft Albert Heijn het bestaande huismerk 'scharrelvarkensvlees' omgezet in 'biologisch scharrelvarkensvlees'. Ook die varkens vallen onder de keten. Als de vraag aantrekt kan op verzoek van de grootwinkelbedrijven besloten worden tot uitbreiding. Zij geven een signaal naar Groene Weg, die vervolgens de deelnemende varkenshouders de gelegenheid geeft meer varkens te contracteren en de productie uit te breiden en zo nodig het aantal deelnemende varkensbedrijven uit te breiden.

Na afloop van de contractduur loopt het contract door met opzegtermijn van 5 maanden. In feite ligt dan het risico vooral bij de boer. Hij heeft fors geïnvesteerd om aan de voorwaarden voor biologisch te voldoen. De andere partijen zitten wat dat betreft veel gemakkelijker. De ambitie van het project is om van de huidige 25.000 slachtingen (2001) te komen tot 80.000 tot 100.000 slachtingen in 2004. Voor de subsidieregeling van LNV hebben zich meer varkenshouders aangemeld dan het budget toeliet. Volgens Platform Biologica in dat budget inmiddels verhoogt van 1,8 naar 4,0 miljoen euro (keteninfo Biologisch varkensvlees, maart 2002). Op dit moment zijn 30 aanvragen goedgekeurd. Deze aanvragen behelzen in totaal ruim 21.000 varkensplaatsen en bijna 2.300 fokzeugenplaatsen (Van Nierop, 2002). Deze laatste cijfers zijn inclusief eventuele deelnemers aan andere ketenprojecten, zoals bijvoorbeeld de keten rond Hendrix meatgroup. Deze keten biedt ook contracten aan die voldoen aan de voorwaarde die LNV stelt om voor subsidie in aanmerking te komen.

Voor biologisch varkensvlees is de internationale markt (nationaal gaat beter/goed) nog niet ontwikkeld. Nederlands biologisch varkensvlees is momenteel qua prijs goed concurrerend, maar er is een bedreiging. De biologische houderij voldoet slechts aan de (minimale) eisen die vanuit de EU worden gegeven. In een aantal andere landen voldoet de houderij aan strengere normen. Dit betekent dat het moeilijker is voor Nederland om naar deze landen te exporteren. Voorts geldt dat als de EU-normen worden aangescherpt Nederland aan concurrentiekracht verliest (Meeusen, persoonlijke mededeling).

Bij de vraag of veel gangbare varkenshouders bereid zouden zijn om om te schakelen is van belang dat varkenshouders de komende jaren sowieso voor een keuze komen te staan in verband met de dierwelzijnswet (Hoste, persoonlijke mededeling). Die wet impliceert grote veranderingen in de huisvesting van varkens voor het jaar 2008. Deze omstandigheid zet varkenshouders aan het denken over de strategische ontwikkeling van hun bedrijf. De kans dat hun oog daardoor valt op biologische houderij neemt daardoor toe. Overschakeling op biologische houderij vergt forse investeringen. Die investering bestaat

niet alleen uit vergroting van de stalruimte, maar ook uit gehele vervanging van de zeugenstapel. Ook in de varkenshouderij is omschakeling een proces dat minimaal een jaar in beslag neemt. Niet elke ondernemer zal gaan voor biologisch. Biologische varkenshouderij vergt een hogere mate van ondernemerschap en vakmanschap. Sommigen daarentegen zien biologisch varkensvlees als een gat in de markt.

Technische problemen doen zich nog voor in de voeding. Synthetische aminozuren mogen niet worden toegevoegd en sommige mengvoerfabrikanten kunnen geen vismeel aan het varkensvoer toevoegen omdat zij in dezelfde unit ook rundveevoer fabriceren.

Resumerend

- Vraag en aanbod van biologisch varkensvlees zijn in het ketenproject met elkaar kortgesloten.
- Uitbreiding van de productie vindt pas plaats als de vraag toeneemt.
- Vertrouwen tussen marktpartijen is geformaliseerd door middel van contracten.
- De omzet van Nederlandse biologisch varkensvlees krijgt door het project een impuls.

3.4 Rundvlees

In de rundvleessector doet zich de situatie voor dat in Nederland veel biologisch rundvlees wordt geïmporteerd, terwijl een aanzienlijke hoeveelheid rundvlees dat op Nederlandse biologische bedrijven wordt geproduceerd in het gangbare circuit terecht komt. Recent is een onderzoek uitgevoerd (Heeres et al., 2002) naar deze merkwaardige situatie. Daaruit bleek dat er verschillende verklaringen hiervoor zijn die elkaar versterken. De eerste is dat biologische slachterijen alleen vlees van goed beveleesde dieren accepteren. Met name het vlees dat als bijproduct uit de biologische melkveehouderij vrijkomt voldoet grotendeels niet aan de eisen die door de slachterijen worden gesteld. De sector is onvoldoende bekend met deze eisen. Bovendien heerst er gebrek aan vertrouwen tussen de rundveehouders en met name de slachterij. De noodzaak om tot een oplossing te komen is voor zowel de melkveehouderij als de slachterij niet urgent. Voor de melkveehouders is de vleesproductie van secundair belang. De meeste aandacht is gericht op de melkproductie. Voor de slachterijen is een groot aanbod dat qua prijs en kwaliteit sterk concurrerend aanbod is, aanwezig uit Midden- en Oost-Europa. Door deze oorzaken zoeken beide partijen onvoldoende naar mogelijkheden om tot een oplossing te komen. Uit het onderzoek bleek namelijk dat er verschillende mogelijkheden bestaan om in Nederland meer dan voldoende biologisch rundvlees te produceren. De meest voor de hand liggende mogelijkheid is om de uitstootkoeien op het melkveebedrijf af te mesten. Daarmee kan import van biologisch rundvlees in principe al zeer ver teruggedrongen worden. Bovendien zijn er mogelijkheden voor verdere ontwikkeling van de biologische rundvleesproductie, waarbij de nuchtere kalveren uit de melkveehouderij worden ingezet.

Resumerend

- Vraag en aanbod van biologisch rundvlees zijn slecht gestructureerd.
- Vertrouwen tussen marktpartijen is onvoldoende. Dit wordt veroorzaakt door ondoorzichtigheid van de markt en de prijsvorming. Het uitbetalingsstelsel biedt met name biologische melkveehouders onvoldoende houvast en zekerheid om hun dieren op het door de slachterijen gewenste kwaliteitsniveau te brengen.
- Andere irritaties zoals wachttijden bij het slachten verslechteren de band tussen slachterij en primaire sector.
- Dit heeft geleid tot de situatie dat veel biologische rundvlees in het gangbare circuit terecht komt, terwijl tegelijkertijd biologisch rundvlees wordt geïmporteerd.

3.5 Pluimveevlees

In januari 2001 is een intentieverklaring getekend om te komen tot een convenant voor de opschaling van de productie en afzet van biologische pluimveeproducten. Ondertekenaars zijn diverse partijen uit de biologische pluimveebranche, Platform Biologica, het PVE, Stichting Natuur en Milieu, de Dierenbescherming, de Rabobank en de Vakbonden (Willems, 2002). Het convenant zou in november 2001 worden ondertekend. Ook is er een ketenbusinessplan ontwikkeld met daarin de noodzakelijke acties op het terrein van de primaire productie, onderzoek, kennis, communicatie en promotie. Dit zou worden ingebracht bij de Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw van het Ministerie van LNV. Het tekenen van het convenant en de andere activiteiten zijn uitgesteld. Oorzaken zijn enerzijds de onduidelijkheid over mogelijk verhoogde dioxinegehalten in biologische eieren. Anderzijds moet eerst een analyse gemaakt worden van de concurrentiekracht van de Nederlandse biologische pluimveebranche. Het feit dat ook de biologische sector sterk internationaliseert is een mogelijk knelpunt voor het tot stand komen van productie van Nederlands biologisch pluimveevlees. Vooral Frankrijk is in staat biologisch pluimveevlees te produceren tegen een kostprijs die sterk concurrerend is met die in Nederland (Meeuwssen).

Resumerend

- Op dit moment is in de pluimveehouderij geen sprake van een goed gestructureerde keten van relevante omvang.

4. Conclusies

Marktvertrouwen, afstemming en ketens

In principe is er een al te groot pessimisme over de dynamiek en de flexibiliteit in de primaire sector niet op zijn plaats.

1. Als er perspectief in biologische productie zit zal een voldoende aantal ondernemers in willen spelen op een toenemende marktvraag. Voorwaarde is dat de ondernemers geloven in dat perspectief. Op zich is een toenemende vraag (uitgangspunt voor dit onderzoek) voor ondernemers al een essentiële bouwsteen voor dat geloof. Voor echt vertrouwen in de markt is een voldoende vraag echter niet genoeg. Er zijn nog een aantal aanvullende voorwaarden om ondernemers in de primaire sector te doen besluiten aan de marktvraag te voldoen.
2. Naast vertrouwen in de markt is vertrouwen tussen de verschillende schakels van de keten essentieel. Daarbij is het slechts van secundair belang of de basis van dit vertrouwen ligt in een contract of in ervaring tussen de betreffende partijen. Voor ondernemers kan de afzetonzekerheid worden verminderd door duidelijkheid en transparantie van de keten. Daartoe is het aan te bevelen de keten zo kort en overzichtelijk mogelijk te houden. Bijkomend voordeel is dat het gevaar van een zwakke schakel in de keten daardoor wordt verkleind.
3. De rol van de schakels tussen boer en consument is cruciaal. Die rol ligt in bij elkaar brengen van vraag en aanbod, in het verder tot waarde brengen van de producten door bewaring, verwerking en verpakking van de producten, in het organiseren en stroomlijnen van de wensen van de afnemers, in het bundelen van het aanbod uit de primaire sector en in het initiëren van promotiecampagnes.
4. Het is belangrijk dat de keten de productie afstemt op de vraag. In de praktijk blijkt dat dit in een strak georganiseerde keten goed kan functioneren. Een te grote productie ten opzichte van de vraag leidt tot wachttijden die frustrerend kunnen werken op net omgeschakelde bedrijven. In de voorgaande paragrafen zijn drie voorbeelden gegeven waarbij de keten zorg draagt voor afstemming tussen vraag en aanbod, ieder op een iets andere wijze. Opvallend is dat tijdens interviews met de tussenschakels geen van de ketens zorg heeft uitgesproken over onvoldoende aanbod van grondstoffen vanuit de primaire sector bij een toenemende vraag. Samenwerking in de keten (bijvoorbeeld verwerking binnen een producentenvereniging) heeft als additief voordeel dat investeringen in opslag en mechanisatie over de keten worden.

Overige aspecten

Marktvertrouwen, afstemming en goed functionerende ketens zijn harde voorwaarden om een sterke uitbreiding van biologische landbouw te realiseren. Daarnaast zijn nog een aantal punten van belang die het omschakelingsproces van de primaire sector verder van dienst kunnen zijn. Daarbij kan gedacht worden aan het opkrikken van de kwaliteit van ondernemerschap in het algemeen, waarbij speciale aandacht voor strategische beslissingen

en systeemgericht denken. Onderwijs en voorlichting kunnen hier hun steentje aan bijdragen. Vooral vanuit het onderwijs gaat op dit moment weinig stimulans uit die bijdraagt tot een versterking van de biologische landbouw (Hendriks).

Ook het verminderen en het in kaart brengen van teeltonzekerheden voor primaire sector kan bijdragen tot vermindering van de huidige weerstand bij gangbare boeren. Hier ligt een taak bij onderzoek en studiegroepen van biologische telers. Kennisverspreiding over de werkelijke teeltrisico's kan de risicoperceptie verlagen. Het 'tranendal' waar omschakelaars tijdens de omschakelperiode mee te maken hebben is voor veel ondernemers een belemmering om om te schakelen. Verbetering stimuleringsregeling, spreiding het omschakelingsrisico over meerdere schakels in de keten en afzetgaranties voor potentiële omschakelaars kunnen bijdragen aan vergroting van de flexibiliteit van de primaire sector.

De concurrentie tussen de biologische en gangbare producten op consumentenniveau wordt in toenemende mate bepaald door de prijs-kwaliteitsverhouding. Het hogere prijsniveau wordt onder meer veroorzaakt door hogere kosten bij de boer (lagere opbrengsten, meer arbeid), bij de verwerker (duurdere grondstoffen, soms ander verwerkingsproces, verbod op gebruik chemische conserveringsmiddelen), bij de distributie (door kleinere hoeveelheid minder efficiëntie) en door de controles. Een lager prijsniveau moet een prikkel zijn inefficiënties in de gehele keten te minimaliseren. Enige verlichting kan worden geboden door het voorstel van CBL om de BTW op biologische producten af te schaffen. De lagere consumentenprijs zal potentiële omschakelaars stimuleren hun plannen uit te voeren, anticiperend op een toenemende vraag.

Verbetering van de efficiëntie van de keten versterkt de concurrentiepositie. De concurrentiepositie van de Nederlandse biologische landbouw varieert van productgroep tot productgroep. Voor akkerbouw- en vollegrondsgroenteteelt is die goed, evenals voor de melkveehouderij. In de varkenshouderij is de concurrentiepositie op de binnenlandse markt voldoende, maar op de buitenlandse markt zijn er bedreigingen. De concurrentiepositie van rundvlees is matig, maar bij een verbetering van de keten lijkt er uitzicht op betere tijden. Voor de pluimveehouderij is de concurrentiepositie niet in kaart gebracht.

Hoofdconclusie

De Nederlandse primaire sector moet bij een voldoende vertrouwen in markt en ketenpartners in staat worden geacht aan een beheerst toenemende vraag naar biologische producten te kunnen voldoen. Mocht de vraag zich meer met horten en stoten ontwikkelen wordt het voor de Nederlandse primaire sector moeilijker om daarop op korte termijn in te spelen. Dat heeft vooral te maken met de omschakelingsperiode. Tijdelijk zouden er dan producten moeten worden geïmporteerd. Gezien de over het algemeen goede concurrentiekracht van het Nederlandse product op de binnenlandse markt mag verwacht worden dat ook deze eventuele importen te zijner tijd door de Nederlandse primaire sector zullen worden verdrongen.

Literatuur

Balen, D. van, F. van Koesveld en F.G. Wijnands, 'Omschakeling, moeizaam traag en mondjesmaat'. In: *Biologische akkerbouw en vollegrondsgroenteteelt in perspectief*. Praktijkonderzoek Plant en Omgeving, Lelystad, 2002.

Delen, J. van, H. Prins, B.W. Zaalmink en J.J. Heeres-van der Tol, *Verwaarding van rundvlees uit de Nederlandse biologische melkveehouderij*. PV, 2002.

Dijk, Marieke van, 'Markt en consument'. In *Ekomonitor*, uitgegeven door Platform Biologica, 2001.

Lauwere, C.C. de, A.B. Smit, A.J. de Buck, J.S. Buurma, L.W. Theuws, H. Prins en W.C. Drost, *Inventarisatie motieven omschakeling geïntegreerde of biologische teelt*. IMAG, 2002 (werktitel, project in uitvoering).

Meeusen, M.J.G. (red.), H.H.W.J.M. Sengers, L.F. Puister en P.A.J. Daane, *Biologische ketens in 2001*. LEI, Den Haag, 2002.

Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, *Een biologische markt te winnen*. Beleidsnota biologische landbouw 2002-2004. Den Haag, september 2000.

Nierop, H.C. van, persoonlijke mededeling. Laser, 2002.

Platform Biologica, '2002, het jaar van opschaling'. In: *Keteninfo Biologisch Varkensvlees*, maart 2002.

Silvis, H.J. en C. van Bruchem (red.), *Landbouw-Economisch Bericht 2002*. LEI, Den Haag, 2002.

Willems, Sj., persoonlijke mededeling, Platform Biologica, 2002.

Geïnterviewde personen:

E. Crombags (Ecomel)
R. Hendriks (Warmonderhof)
R. Hoste (LEI)
S. de Jong (CBL)
M.J.G. Meeusen (LEI)
G.J. Roza (Nautilus)
M. Steverink (Platform Biologica)

Geraadpleegde internetsites

www.biologischinhetenschap.nl
www.ecomel.nl
www.minlnv.nl
www.nautilusorganic.com
www.odin.nl
www.platformbiologica.nl
www.skal.nl