

Nieuwe leden

* overgeschreven uit een ander departement

AMERSFOORT

mr. J.Th. van den Beld, Leusden; Adr.H. Koppens & Partners, Baarn; mr. E.J. de Rest

AMSTERDAM

mr. H.A. Arnoldy; M. van Leeuwen

ARNHEM

mr. J.W.A. Advocaat; mr. P.H.M. van Amerongen; A.J.L. den Blanken; drs. ing. G. Heine; drs. A.J.P.M. Hoes; R.L. Jongbloed, Elst (Gld.)*; mr. M.A.M. Kortebout v/d Sluys, Spankeren*; J.E. Molenaars, Velp; drs. H.H. Nijpels; F. Reynders, Zandvoort; H.F. Ruys; Van der Tak Nijmegen, Nijmegen; mr. C.H.B. Winters

DELFT

J.W. Stok

ENSCHDEDE

G.H.W. Geesink, Eibergen

HET GOOI

J.N.G. de Groot, Weesp; drs. F. Jonkman, Bussum; Adr.H. Koppens & Partners, Baarn; mr. C. van Lookeren Campagne, Laren*; Schram & Konijnenberg, Nieuwegein

's-GRAVENHAGE

mr.drs. W.P. den Hertog; mr. W.J.M. Kam; Nederlands Outplacement Instituut

GRONINGEN

H.J. Piek

HAARLEM

R.W.A. Koch RA, Amsterdam; drs. D. Kraamwinkel; M. van Leeuwen, Aerdenhout; Saft Nife BV

HAARLEMMERMEER

Apotheek Veen BV, Hoofddorp

HENGELO (O) e.o.

mw M.E. Langenberg

LEIDEN e.o.

drs. J. van der Steen, Hillegom*

NOORD-LIMBURG

mr. V. Duysens, Tegelen; advocatenkantoor Meulenkamp Ament & Van Haren, Venlo; mr. G.W.H.F. Vialle, Venlo

NOORDWEST-VELUWE

A.W. de Kort, Ermelo

NIJMEGEN

drs. J.M.G. Campman

OOST-BRABANT

H. de Jong, Tilburg*; Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Midden-Brabant, Tilburg; A. Kros, 's-Hertogenbosch; P.W. Spruyt, 's-Hertogenbosch

ROTTERDAM

European Consultants Unit BV; K.F. Hollem, Delft*; drs. D. 't Hooft, Rozenburg*; H. Magielse; ir. Th. Mulder, Amstelveen; mr. J. Schepel; P.H.J. Suijker, Capelle a/d IJssel; Zomerhof Muys BV

SNEEK/ZUID

WEST-FRIESLAND

Van der Meulen Sneek BV

UTRECHT

H.D. de Breij; Coöp. Ver. ing. B. van Steenis BA; J. Groot; ing. M.Th. van Kelegom, Maarssen*; Oracle Nederland BV, De Meern; Ch. Wijnekus, Maarssen

UTRECHTS-GELDERSE VALLEI

C.M. Kleisen, Bennekom; Sibbing + Wateler Adv. Groep BV, Veenendaal

WATERWEG NOORD

Spuybroek & Timmermans, Vlaardingen

WEST-BRABANT

K.V. Nieborg, Breda

WEST-FRIESLAND

Dirk Scheringa Beheer BV, Wognum; mr. A.C. Olij, Bovenkarspel; Bouwbedrijf Ursem BV, Wognum

ZEELAND

drs. M.J. Tas, Middelburg; R.A. van der Voort, Vlissingen

ZUID-LIMBURG

mr. P.J.M. Brouwers, Meerssen; P.M.J. Hoppers, Landgraaf; mw I.M.M. Hoppers-Wamper, Landgraaf; J.M.A. Janssen, Maastricht; B. Timmermans, Maastricht

ZUTPHEN e.o.

A.P.J.M. de Bruyn; H.A. Korst, Deventer; H. Schouwink*

ZWOLLE e.o.

A.H. van Kesteren; mr. G.W. Luesink; P.G. Polstra

U BENT DRUK

duoprint

drukkers
zellers
urigevers

Hengelo

074 - 42 03 57

DESK TOP PUBLISHING

KOLRIE FULL COLOUR

WIJ ZIJN DRUKKER



- Voor - inbraakbeveiligde
- verplaatsbare
- economische
- compleet afgewerkte bouwsystemen

RIJAC

Stephensonweg 8
3225 LW Hellevoetsluis
Tel. 01883-24749/24759
Fax 01883-24769

Prof. dr. ir. M.G.T. Meulenberg: „Consumenten moeten openstaan voor moderne produktiemethoden”

„Niet alleen alternatieve produktiemethoden markeren de weg naar een duurzame en kwaliteitsgerichte landbouw, het is vooral van belang om door praktische en wetenschappelijke vindingen de klassieke landbouw op meer milieuvriendelijke wijze te bedrijven.” Dat stelde prof. dr. ir. M.G.T. Meulenberg, hoogleraar marktkunde en marktonderzoek aan de Landbouwwuniversiteit te Wageningen op het congres van de Maatschappij in Deventer. Volgens Meulenberg is dit voor Nederland van grote betekenis vanwege het economisch belang van de landbouw voor de nationale economie.

De Wageningse hoogleraar benadrukte hoezeer het aandeel van voedingsmiddelen en agrarische produkten in de Nederlandse export dit belang onderstrept. „Op diverse terreinen weet de klassieke landbouw de milieuvriendelijkheid van het produktieproces al te verbeteren. Het succes van een betere produktkwaliteit op basis van wetenschappelijke vindingen vereist wel dat consumenten openstaan voor de toepassing van moderne, bijvoorbeeld biotechnologische produktiemethoden. Dit laatste vormt een belangrijke communicatieve opgave voor de landbouw,” aldus prof. Meulenberg.

kansen en bedreigingen. Overproductie op een aantal markten, strengere milieumaatregelen en een veranderende, kritische consument vormen het decor. Landbouwers kunnen zich niet langer — in een statische markt, al of niet met overheidssteun — richten op een traditioneel produktiepakket. Ondernemersbeslissingen moeten voortdurend worden afgestemd op marktontwikkelingen. Die ondernemersbeslissingen zullen kwaliteitsgericht moeten zijn. Kwaliteitconcurrentie levert een sterkere marktpositie dan prijsc concurrentie,” aldus prof. Meulenberg. „De gewenste marketing strategy van de

Nederlandse landbouw is een kwaliteitsoriëntatie, een oriëntatie op een maximale 'waarde/prijs'-verhouding voor de afnemer. Kwaliteitsborging wordt daarbij van grote betekenis.” Volgens Meulenberg dienen in dit verband de milieu-eisen te worden beschouwd als onderdeel van de markt, hetzij als wensen van de afnemers, hetzij als randvoorwaarden die de overheid stelt.

„De marktorientatie van de Nederlandse landbouw is reeds in de laatste decennia van de vorige eeuw begonnen, zij het dat dit destijds gebeurde in een volstrekt ande-

De plaats van de landbouw heeft volgens hem de afgelopen honderd jaar naar omvang aan betekenis ingeboet. „De bijdrage van de landbouw aan het bruto nationaal produkt bedroeg in Nederland in 1990 nog 4,5 procent en die van de voedingsmiddelenindustrie 3,5 procent. Ook zijn de uitgaven aan voeding als percentage van de totale consumptieve bestedingen sterk afgenomen. De Nederlandse landbouw is in de laatste honderd jaar uitgegroeid tot een moderne voor de markt producerende bedrijfstak. De betekenis van de landbouw en de voedingsmiddelenindustrie voor de nationale economie is dan ook zeer aanzienlijk: agrarische produkten en voedingsmiddelen hadden in 1990 een aandeel van 24% in de nationale export.

Kansen en bedreigingen

Die landbouw wordt geconfronteerd met



Prof. dr. ir. M.G.T. Meulenberg, hoogleraar marktkunde en marktonderzoek aan de Landbouwwuniversiteit te Wageningen: „Alternatieve produktiemethoden zijn niet de enige weg naar een duurzame en kwaliteitsgerichte landbouw...”

re marktsituatie," aldus Meulenberg. „In de landbouwcrisis rond 1880 adviseerde een staatscommissie dat agrarische problemen niet door marktbescherming, maar door een doelmatige bedrijfsvoering en door produkten van goede kwaliteit zouden moeten worden opgelost. De overheid zou de landbouwers moeten ondersteunen door onderzoek, onderwijs en voorlichting

Het huidige spanningsveld van markt en milieu is volstrekt anders dan dat van honderd jaar geleden. De huidige problemen komen voort uit de ontwikkelingen in de omgeving van de agrarische bedrijfskolom. Zo heeft de landbouw te maken met een zwak groeiende vraag naar voedingsmiddelen per hoofd van de bevolking, groeiende concurrentie van andere aanbieders, een overheid die minder bereid is om de landbouw te ondersteunen en de milieuproblemen van het landbouwkundig productieproces. Tegelijk komen allerlei nieuwe, technische vindingen beschikbaar die het agrarische produk-

'De Nederlandse landbouw is in de laatste honderd jaar uitgegroeid tot een moderne voor de markt producerende bedrijfstak.

De betekenis van de landbouw en de voedingsmiddelenindustrie voor de nationale economie is dan ook zeer aanzienlijk'

tieproces vernieuwen en de produktiviteit aanmerkelijk vergroten."

15,9 miljoen Nederlanders in 2000

Volgens prof. Meulenberg is het koopgedrag van consumenten van grote betekenis voor het kwaliteitsbeleid ten aanzien van voedingsmiddelen. „Tal van consumentenontwikkelingen zijn van grote betekenis voor het toekomstige consumentengedrag en dus voor een kwaliteitsbeleid dat wordt afgestemd op de behoeften en wensen van

consumenten. De Nederlandse consument heeft een aanzienlijk bedrag beschikbaar voor consumptie. Die ruimte zal naar verwachting van het Centraal Planbureau zelfs nog toenemen. De Nederlandse bevolking groeit bovendien nog volgens de middenvariant van het Centraal Bureau voor de Statistiek van 15,1 naar 15,9 miljoen in het jaar 2000. De samenstelling van de bevolking zal door de vergrijzing sterk veranderen. Deze demogra-

fische ontwikkelingen hebben duidelijke gevolgen voor de gewenste kwaliteit van het voedingsmiddelenaanbod, zowel ten aanzien van verpakkingseenheid als ten aanzien van de voedingsamenstelling.

Belangrijk voor het kwaliteitsbeleid van aanbieders van voedingsmiddelen zijn sociaal culturele veranderingen, zoals een hoger opleidingsniveau, grotere mobiliteit, grotere individualiteit en veranderende waarden en normen ten aanzien van milieu en natuur. Het kwaliteitsoordeel over voedingsmiddelen wordt door consumenten vastgesteld op grond van een aantal abstracte attributen. De consument beoordeelt produkten op grond van voedingswaarde, kunstmatige additieven, energie, smaak, gemak en feestelijke beleving. Bij vlees bijvoorbeeld neemt de sensorische beleving een belangrijke plaats in, terwijl bij groentenconserven en jam kunstmatige additieven en bij alternatief geteelde produkten, gezondheid een belangrijke plaats in het gevoelsleven van de consument innemen."

Onderzoek

Volgens Meulenberg vereist een goede kennis van het consumentengedrag enerzijds dat producenten voldoende consumentenonderzoek doen en anderzijds dat de wetenschap goede onderzoeksmethoden ontwikkelt voor het meten van het kwaliteitsoordeel van consumenten. „Consumentengedragsmodellen gaan ervan uit dat consumenten indicatoren — zoals objectief waarneembare produkteigenschappen — benutten voor de beoordeling van produkten op de genoemde abstracte kwaliteitsattributen. Zo kunnen kleur, mate van beschadiging, vorm of geur door de consument worden benut voor het beoordelen van produkten op kwaliteitseigenschappen als smaak en gezondheid."

Tweede dag

Even traditioneel als gezellig was de tweede dag van het Maatschappijcongres. Veertien congressisten maakten onder leiding van een VVV-gids gebruik van de mogelijkheid Deventer beter te leren kennen tijdens de stadswandeling. De dynamische historische Hanzestad is bekend om zijn vele monumenten. Het gerestoreerde stadsdeel Bergkwartier werd zelfs internationaal bekroond. Tijdens de wandeling werden het Speelgoed- en Blikmuseum en het Historisch Museum 'De Waag' aangedaan. Excursies naar 'de Tropische Kassen van Larenstein', 'Nijenhuis' en de Nederlandse Diepdrukkerij trokken respectievelijk achttien, twaalf en tweeëntwintig deelnemers. Zeventien congressisten betraden de green van de Sallandsche Golfclub 'De Hoek' in Diepenveen voor de strijd om de Maatschappijtrofee in het ook al traditioneel geworden golftoernooi op de tweede dag.



Dit toernooi leverde andermaal een vrouwelijke winnaar: mevrouw J.G. Bruyns-De Graaf uit Deventer.

De Sallandsche Golfclub 'De Hoek' was ook de plaats van handeling van de Sallandse koffietafel, waarmee het jaarcongres definitief werd afgesloten.

Meulenberg trekt daaruit de conclusie dat het voor een onderneming niet alleen van belang is te weten welke attributen de consument benut voor het beoordelen van de kwaliteit van een produkt, maar ook welke indicatoren hij hanteert voor het meten van deze kwaliteitsattributen.

„De zogenaamde 'middel/doel-keten' die op het moment sterk in de aandacht staat als een methode om de beleving van consumenten te analyseren, gaat er vanuit dat consumenten de fysieke eigenschappen van produkten belevan in relatie tot waarden die voor hen van betekenis zijn. Zo zal een vitaminerijk produkt worden geïdentificeerd met gezondheid en door de consument worden geïnterpreteerd als 'prestaties leveren'. Een produkt dat rijk is aan vitamine smaakt goed en wordt door de consument geïdentificeerd als 'plezier in het leven'.

Vanuit deze gedachtengang is het van belang veranderingen in waarden te meten, die van betekenis zijn voor de beleving van voedingsmiddelen door consumenten. Dit geldt onder meer voor waarden gerelateerd aan een aantal maatschappelijke ontwikkelingen, zoals het milieu en het welzijn van dieren.

Er is een onderscheid tussen het milieubewustzijn van de consument, de mate waarin hij zich verantwoordelijk voelt voor een milieuprobleem en de mate waarin hij zich in staat voelt om iets aan dat milieuprobleem te doen.”

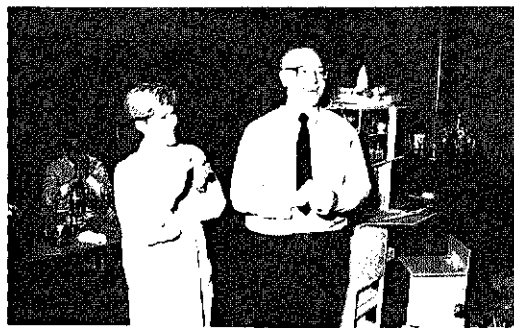
Een probleem bij de beoordeling van milieuproblemen door de consument is, volgens Meulenberg, dat die zich noch op grond van informatie, noch op grond van ervaring een nauwkeurig beeld kan vormen van het effect van voedingsmiddelen en produktiemethoden. „Inzicht in het milieuge drag van levensmiddelenconsumenten wordt bovendien bemoeilijkt omdat er een groot verschil kan bestaan tussen milieubewustzijn en milieuge drag van consumenten.”

Prof. Meulenberg acht overheidsbeleid gericht op milieuvriendelijke produktie, afzet en verbruik van voedingsmiddelen noodzakelijk. „Dit beleid stelt niet alleen randvoorwaarden aan produkt en produktieproces, maar stimuleert ook de consument tot een milieucritisch koop- en verbruikgedrag. Dit laatste acht ik zeer belangrijk: milieuvriendelijke produktie en afzet dienen waar mogelijk vanuit de markt — dus door consument en detailhandel — te worden gestimuleerd.

Ledendiner

Aperitief en ledendiner vonden plaats in de ontvangstruimten en de cantine van beddenfabrikant Auping BV. De stemming was uitstekend. De maaltijd werd opgeluisterd door een jonge Deventer cabaretgroep. Soevt, die ondermeer kans zag voorzitter Braakman een complete cosmetische behandeling toe te dienen, voorzien van rustgevend poëtische ondersteuning. De heer Braakman kon na deze inspannende dag als herboren terugkeren aan tafel.

Algemeen secretaris Kolff kon tijdens het diner bekendmaken dat het telegram aan beschermheer ZKH Prins Bernhard, waarmee de leden van de Nederlandsche



herboren voorzitter...



Koningin Beatrix werd later beantwoord. Een uitstekende combo verzorgde de muzikale omljsting.

Maatschappij voor Nijverheid en Handel in hun 209e Jaarcongres bijeen in de Schouwburg te Deventer voor de bespreking van het onderwerp 'Voeding tussen markt en Milieu' de Prins hun gevoelens van vriendschap en respect betuigen, nog tijdens het congres door de Prins was beantwoord. Een soortgelijk telegram aan beschermvrouwe HM

Een helder en consistent milieubeleid van de overheid is voor het imago van de Nederlandse landbouw in binnen- en buitenland — dus voor onze internationale concurrentiepositie — van groot belang. Wel mag worden verwacht dat de landbouw een 'aanvaardbare' termijn krijgt om in te spelen op de vastgestelde milieunormen.”

Kwaliteitsbeleid

Het kwaliteitsbeleid voor de landbouw vergt volgens Meulenberg een goede organisatie van ondernemingen en de bedrijfskolom. „Een hoge voedingsmiddelenkwaliteit vereist dat producenten en distributie-ondernemingen inspelen op consumentenbehoeften en op randvoorwaarden die door de overheid worden gesteld. Een dergelijk beleid vereist een hoge kwaliteit van de agrarische grondstof, van de produktie- en logistieke processen en een goede afstemming van deze

processen in de verschillende schakels van de bedrijfskolom. Het agrarische gezinsbedrijf is vaak te klein om inhoud te geven aan een hoogwaardig kwaliteitsbeleid. Het kan hier zijn beleid coördineren met dat van toeleverende en/of afnemende bedrijven, zoals mengvoederindustrie, groothandel en detailhandel.”

Door gezamenlijke planning en verticale samenwerking kan de kwaliteit volgens Meulenberg toenemen. „Een andere weg om een bepaalde produktkwaliteit aan afnemers te garanderen is de certificatie van produktieproces en afzetmethoden. Dergelijke kwaliteitsborging is vooral bij versprodukten van grote betekenis. Zij komt momenteel voor bij vers vlees en zal naar mijn mening nog aan betekenis winnen. Kwaliteitsborging kan een opstaptap vormen naar een merkenbeleid,” aldus de Wageningse hoogleraar marktkunde en marktonderzoek Meulenberg.