

SUCCES VAN TELERSVERENIGINGEN NIET ZONDER MEER OVERDRAAGBAAR

Gemma Tack en Sandra van der Kroon

Begin jaren negentig zijn de eerste producentenverenigingen in de glastuinbouw ontstaan als een reactie op veranderde marktomstandigheden en het uitblijven van gewenste veranderingen bij traditionele veilingen. Inmiddels is er in de tuinbouw een behoorlijk aantal producentenverenigingen en zijn ook binnen andere sectoren producentenverenigingen aan het ontstaan. De producentenverenigingen zijn in de loop der jaren verder geprofessionaliseerd en voeren steeds meer zelf bepaalde activiteiten uit.

Veranderingen in de omgeving van de ondernemer fungeren in veel gevallen als aanjager voor veranderingen binnen de eigen organisatie. Een aantal omgevingsfactoren die mogelijk aan het ontstaan van producentenverenigingen hebben bijgedragen zijn: markt- en economische factoren, technologische factoren en sociaal-culturele factoren.

Producentenverenigingen kunnen op verschillende vlakken diverse voordelen behalen, welke samenhangen met de gekozen organisatiestructuur en -invulling. Daarbij kunnen onder andere worden genoemd:

Organisatorische voordelen:

- * een betere onderhandelingspositie vanwege aanbodbundeling;
- * verkorting van de keten;
- * snellere en goedkopere informatie-uitwisseling tussen vereniging en afnemer waardoor intermediaire organisaties overbodig worden.

Marktkundige voordelen:

- * gezamenlijk kan een merknaam worden gerealiseerd, wat leidt tot schaalvoordelen door gezamenlijke vermarkting en vergroting van de herkenbaarheid van het product bij de consument;
- * middels een directe communicatie met de afnemer, wordt beter inzicht verkregen in wat de markt vraagt en kunnen vervolgens meer marktgerichte producten worden beleverd;
- * toenemende transparantie in de keten;
- * versterking van de marktmacht.

Financiële voordelen:

- * versterken van inkoopmacht: grotere partijen inkopen tegen een lagere prijs;
- * meeste winst wordt gegenereerd door een gezamenlijke afzet (bijvoorbeeld efficiëntere logistiek);
- * gebruik kunnen maken van een GMO-subsidie;
- * benodigde investeringen voor de ontwikkeling van nieuwe marketingconcepten c.q. producten kunnen worden gedeeld.

Logistieke voordelen:

- * schaalvoordelen door gezamenlijk sorteren, verpakken en transporteren;
- * betere beheersing van de kwaliteit van het product door het oprichten van een eigen distributiecentrum. Logistieke verliezen kunnen hierdoor worden geminimaliseerd.

Het blijkt dat er een verschil is in de mate waarin producentenverenigingen hun vooraf geformuleerde doelstellingen hebben behaald. Producentenverenigingen die hun doelstellingen wel hebben behaald, lijken over het algemeen meer extern gericht te zijn: zakelijker en marktgericht. De producentenverenigingen die hun doelstellingen niet hebben behaald, lijken meer intern gericht: door samenhang en samenwerking proberen een betere financiële situatie te realiseren. Ook blijkt dat het oprichten van een vereniging met het doel een gedifferentieerd product op de markt te zetten, over het algemeen tot meer voldoening en tevredenheid bij de leden leidt.

Systeem voor andere sectoren

Voordelen die in de tuinbouw worden gehaald door het oprichten van producentenverenigingen zijn in poten-

tie ook te halen door producentenverenigingen in andere sectoren. Met name in de sectoren waar tussen productie en verkoop nog een bewerkingshandeling nodig is, is het moeilijker voor een producentenvereniging om volledig grip te houden op de kwaliteit van het eindproduct.

Voor de beleidsmatige aansturing van bedrijven van het Ministerie van LNV hoeft deze ontwikkeling naar producentenverenigingen geen gevolgen te hebben. De overheid zou deze groepen ondernemers wel kunnen benaderen om een voortrekkersrol te vervullen als klankbord bij het toetsen van innovatiebeleid. De ontwikkeling naar producentenverenigingen kan wel worden aangemerkt als een (permanente) structuurverandering in Nederlandse agroketens.

Meer informatie:

Rapport 5.02.15 *Producentenverenigingen in beeld*