

Concurrentiemonitor zuivel

Analyse van de methodiek

Gemma Tacken
Laura Jager
Mariët de Winter
Linda Puister

Projectcode 30637

April 2008

Rapport 2.08.03

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

Concurrentiemonitor zuivel; Analyse van de methodiek
Tacken, G.M.L., L.C. Jager, M.A. de Winter en L.F. Puister
Den Haag, LEI, 2008
Rapport 2.08.03; ISBN/EAN 978-90-8615-212-4; Prijs €23
68 p., fig., tab., bijl.

Concurrentiekrachtmeting van de zuivelsector op landenniveau en sectorniveau aan de hand van een methodologisch raamwerk dat is gebaseerd op statistische bronnen. In de meting worden alle schakels in de keten beschreven vanaf producent tot en met de consument. In de studie wordt Nederland vergeleken met zes andere EU-landen waaronder de belangrijkste productielanden en afzetlanden.

Measurement of the competitiveness of the dairy industry at the national and sector levels using a methodology based on statistical sources. The measurement comprises all the chain segments from the producer up to and including the consumer. The study compares the Netherlands with six other EU member states, including the major producing countries and the major markets.

Bestellingen:

Telefoon: 070-3358330
Telefax: 070-3615624
E-mail: publicatie.lei@wur.nl

Informatie:

Telefoon: 070-3358330
Telefax: 070-3615624
E-mail: informatie.lei@wur.nl

© LEI, 2008

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
Summary	11
1. Inleiding en probleemstelling	13
1.1 Aanleiding en uitgangspunten	13
1.2 Probleemstelling	13
1.3 Doelstelling	14
1.4 Opbouw van het rapport	14
2. Conceptueel model	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Theoretisch en conceptueel kader	15
2.3 Factoren en indicatoren	17
3. Omgevingsfactoren	19
3.1 Algemeen	19
3.2 Demografie	24
4. Concurrentiepositie zuivel	31
4.1 Inleiding	31
4.2 Zuivel in Europa	31
4.3 Positie op de exportmarkt en importmarkt	36
4.4 Zuivelketen	46
4.5 Toegevoegde waarde	55
4.6 Conclusie	58
5. Discussie ten aanzien van de toegepaste methode	61
Literatuur	63
Bijlage	
1. Begrippenlijst	67

Woord vooraf

Deze rapportage is geschreven in het kader van het project *Concurrentiemonitor* dat in 2006 is uitgevoerd. Het project bestond uit het ontwikkelen van een methodiek voor het vergelijken van sectoren op landenniveau uitgesplitst naar ketenschakels op basis van secundaire gegevens en het toetsen van de methodiek aan de hand van twee sectoren. De zuivelsector was een van de sectoren die zijn uitgewerkt. Het project heeft aangetoond dat de methodiek relevante inzichten geeft, maar dat beschikbaarheid van gegevens cruciaal is voor de kwaliteit van het eindresultaat.

Dit project is gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV). De opzet en uitvoering van het onderzoek is begeleid door een begeleidingscommissie met de volgende deskundigen van het ministerie van LNV:

- H.J. Riphagen;
- H. Niermeyer;
- R.A. Bosch;
- G.G. van Leeuwen;
- H.F. Massink.

Namens de opdrachtgever hebben Hylke Niermeyer en Henk Riphagen als (achtereenvolgende) voorzitter van de begeleidingscommissie van het ministerie van LNV gefungeerd. Op deze wijze willen wij allen danken voor hun bijdrage aan de totstandkoming van dit onderzoek.

Naast de auteurs hebben de LEI-medewerkers Gé Backus en Wim de Hoop (reviews) een belangrijke bijdrage geleverd aan dit project. De auteurs danken hen voor hun inbreng.



Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne
Algemeen directeur LEI

Samenvatting

Een conceptueel model voor de concurrentiekrachtanalyse tussen landen op sectorniveau is getoetst in de zuivelsector. Het model bestaat uit de onderdelen omgevingsfactoren, inputanalyse en outputanalyse. Deze modelonderdelen zijn nader uitgesplitst in indicatoren en drijvende krachten. Figuur 2.1 geeft een samenvatting van de belangrijkste modelonderdelen en in hoofdstuk 2 wordt dit model nader uitgewerkt.

Voorwaarde voor de modelontwikkeling was dat het gestoeld moest zijn op secundaire gegevens (beschikbare statistische data) die als reeksen in de tijd vergelijkbaar kunnen worden gemaakt, waardoor het model herhaalbaar is. Uit deze toetsing van het model blijkt dat beschikbaarheid van data, vooral van grote ondernemingen, vergelijking op specifieke deelaspecten soms lastig maakt. Het model is echter van dien aard dat data-inconsequenties onmiddellijk opgemerkt worden. Daarmee is het een methodiek die goed inzetbaar is voor het verkrijgen van inzicht op hoofdlijnen en op specifieke onderdelen.

Uitwerking van het model voor de zuivelcase liet zien dat Nederland, ondanks afzetgroei op de exportmarkt, marktaandeel heeft verloren ten opzichte van andere landen. Italië is weliswaar een kleine speler in de wereldmarkt, maar heeft wel een stabiele marktgroei laten zien in de afgelopen jaren en komt als een sterke partij naar voren.

De Nederlandse melkveebedrijven hebben een bovengemiddelde arbeidsproductiviteit en kunnen op dat punt prima concurreren met andere landen. Qua toegevoegde waarde scoort Nederland iets ondergemiddeld.

Hoewel geen landenvergelijking van de arbeidsproductiviteit in de verwerkende sector in Nederland ten opzichte van andere landen op basis van statistieken gemaakt kan worden, mag worden aangenomen dat deze bovengemiddeld is. Dit omdat een relatief groot deel van de melkproductie door grote ondernemingen, die schaalvoordelen kunnen realiseren, wordt verwerkt. Qua toegevoegde waarde scoort Nederland net ondergemiddeld omdat relatief veel Goudse kaas wordt gemaakt, terwijl in andere landen meer speciale kazen worden gemaakt met een hoger rendement per liter melk.

Op alle punten kan de Nederlandse sector zich meten met de Franse sector en de Duitse sector. De Italiaanse zuivelsector is, ondanks dat de sector relatief veel kleiner is dan die van Nederland, echter in opkomst en daarom een land om in het oog te houden.

Summary

Competition monitor for the dairy industry

This is a conceptual model for analysing competitiveness between countries at the sector level which has been tested for the dairy industry. The model consists of the elements: environmental factors, input analysis and output analysis. These elements are further subdivided into indicators and driving forces. Figure 2.1 provides a summary of the most important model elements and the model is further elaborated upon in the rest of chapter 2.

A condition for the development of the model was that it had to be based on secondary data (available statistical data) that could be structured in series that could be compared with each other, making it possible to repeat the model. These model tests revealed that the availability of data occasionally gave rise to difficulties in making comparisons of specific sub-aspects, particularly, when examining major companies. However, the model is of such a kind that any inconsistencies in data immediately become apparent. This makes it a method that can be used for obtaining an insight both into the broad outlines and specific elements.

The further elaboration of the conceptual model for the dairy case study demonstrated that - despite the growth in sales on the export market - the Netherlands has lost some of its market share relative to other countries. Although Italy is a minor player in the world market, it has shown a steady market growth in recent years and so emerges as a strong party.

The Dutch dairy farms have above-average labour productivity and can compete very well with other countries in this regard. In terms of added value, the Netherlands' score is slightly lower than average.

Although a comparison on the basis of statistics is not possible on labour productivity in the processing sector, the impression is that the Netherlands perform above average. This is because a relatively large proportion of the milk production is processed by large-scale enterprises, which are able to achieve economies of scale. In terms of added value, the Netherlands' score is slightly lower than average because of the production of a relatively large volume of Gouda cheese, whereas other countries produce more specialised cheeses, with a higher return per litre of milk.

The Dutch industry compares well with the French and German industries in all aspects. Despite the fact that the Italian dairying industry is relatively much smaller than that of the Netherlands, it is on the rise and Italy is therefore a country to be watched.

1. Inleiding en probleemstelling

1.1 Aanleiding en uitgangspunten

In 2005 is in opdracht van het ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Voedselkwaliteit (LNV) een onderzoek verricht naar de meest internationaal concurrerende sectoren (Jacobs et al., 2005). Hieruit werd duidelijk dat van de honderd meest concurrerende goederensectoren van de Nederlandse economie ongeveer de helft tot het landbouw- en voedingscluster behoren. Met een marktaandeel van circa 84% op de wereldexportmarkt is de Nederlandse snijbloemensector de meest concurrerende productgroep van Nederland. In dat onderzoek is de Portermethodiek gebruikt, waarbij louter is uitgegaan van het aandeel dat een sector heeft op de wereldmarkt. Dit onderzoek heeft geleid tot een vervolgonderzoek in 2007, waarvan de resultaten medio 2007 zijn gepubliceerd (Snijders et al., 2007).

LNV heeft behoefte aan een verdieping van dit onderzoek en dan met name aan kennis over de mate waarin de Nederlandse (agro)bedrijfstakingen (inter)nationaal concurrerend zijn. Dit inzicht in de concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven is noodzakelijk om een beeld te krijgen van de mate waarin de Nederlandse agrosectoren een goede positie hebben in de wereldmarkt.

In 2006 is het LEI gevraagd een Concurrentiemonitor te ontwikkelen met indicatoren die inzicht bieden in de concurrentiekracht van de Nederlandse agrosectoren ten opzichte van de belangrijkste concurrenten. Uitgangspunt was dat gebruik wordt gemaakt van secundaire data, oftewel bestaande statistieken (er zal dus geen primaire dataverzameling plaatsvinden). De methodiek moest zodanig zijn dat de Concurrentiemonitor jaarlijks kan worden uitgevoerd.

1.2 Probleemstelling

Eind jaren negentig heeft het LEI in opdracht van het LNV een Concurrentiemonitor ontwikkeld (Hack et al., 1998). Deze Monitor was gebaseerd op theorieën uit de industriële economie (Porter, 1990; Porter, 1980; Tirole, 1988), internationale handel (Berkum en Van Meijl, 2000), strategisch management (Hamel en Prahalad, 1994) en marketing (Hunt en Morgan, 1995). Een belangrijk onderdeel in de opzet was interviews bij afnemers in diverse landen en bij handelaren. Door deze primaire dataverzameling was het een duur instrument. Bovendien gaf die Monitor onvoldoende antwoord en inzicht in de ontwikkeling van toegevoegde waarde en werkgelegenheid. Daarom is het noodzakelijk dat een nieuwe Monitor wordt ontwikkeld, die het gewenste inzicht met betrekking tot toegevoegde waarde en werkgelegenheid goed weergeeft en goedkoper is dan de oude opzet.

In dit project is de methodiek voor deze nieuwe Concurrentiemonitor ontwikkeld. Dit betekent dat van verschillende theoretische concurrentiekrachtmodellen indicatoren worden geselecteerd die:

- inzicht geven in de concurrentiekracht van (sub)sectoren van het Nederlands agro-cluster in de tijd;
- een vergelijking maken met de belangrijkste (handels)landen in die (sub)sector;
- benchmarking mogelijk maken tussen subsectoren met buitenlandse concurrenten.

Het ontwikkelde model van (groepen van) indicatoren moet tevens aansluiten bij de Entreprenismonitor van het ministerie van Economische Zaken. Om tot een Concurrentie-monitor te komen was het noodzakelijk dat uit een grote hoeveelheid potentiële indicatoren een set werd gekozen die een samenhangend geheel vormt en voldoet aan de informatie-wensen van het LNV. Hiervoor zijn keuzes gemaakt.

Vervolgens is nagegaan of meetbaarheid op basis van secundaire data mogelijk is. Onderzocht is of de data die nodig zijn om de indicatoren te meten in de vorm van secundaire gegevens beschikbaar zijn. In dat kader zijn twee sectoren uitgewerkt: de groentesector en de zuivelsector. In dit rapport wordt de uitwerking van de zuivelsector beschreven.

1.3 Doelstelling

Doelstelling van het onderzoek is LNV inzicht te verschaffen in de concurrentiekracht op korte en lange termijn van de Nederlandse agroketens en de achterliggende drijvende krachten. Deze worden vergeleken ten opzichte van concurrenten.

De centrale vraag in dit project is dan ook tweeledig:

- Hoe kan de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse agrosector en subsectoren daarvan modelmatig inzichtelijk worden gemaakt? Deelvragen hierbij zijn:
 - Op basis van welke theoretische modellen kan de concurrentiepositie op de gewenste manier inzichtelijk worden gemaakt?
 - Welke indicatoren vloeien hieruit voort?
 - Kan op basis van deze indicatoren modelmatig een geheel worden gemaakt?
 - Kunnen deze indicatoren meetbaar worden gemaakt door secundaire data?
- Wat is de concurrentiekracht van de Nederlandse zuivelsector vanuit internationaal perspectief? Hoe verhoudt die zich tot de concurrentiepositie van onze belangrijkste concurrenten?

1.4 Opbouw van het rapport

In hoofdstuk 2 wordt allereerst het conceptuele model beschreven dat het LEI heeft ontwikkeld ten behoeve van een concurrentiekrachtanalyse op basis van secundaire data. Vanaf hoofdstuk 3 wordt conform dit model een uitwerking gegeven van de omgevingsfactoren in de geselecteerde landen. In hoofdstuk 4 wordt het model toegepast op de zuivelketen en in hoofdstuk 5 wordt de methodiek geëvalueerd aan de hand van de ervaringen die zijn opgedaan met de uitwerking van de zuivelsector.

2. Conceptueel model

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het conceptueel model kort beschreven. In Tacken et al. (2007) wordt de methodiek volledig uitgewerkt.

Allereerst wordt een onderscheid gemaakt in een conceptueel model en methoden die de indicatoren en elementen van het conceptueel model dienen te kwantificeren. Het conceptueel model dient als denkkader en geeft de onderlinge samenhang in de opzet en analyse weer. In opdracht van LNV is gekozen voor een conceptueel model dat aansluit bij de Enterprisemonitor van het ministerie van Economische Zaken omdat daardoor vergelijking met andere sectoren in Nederland in potentie ook mogelijk is.

Er is gekozen voor een model dat goed bruikbaar is om de concurrentiekracht van agrarische (sub)sectoren te meten, oftewel meerdere bedrijven op verschillende niveaus in ketens. Dit wordt in de wetenschappelijke literatuur ook wel aangeduid met Marketing Channel (Stern et al., 1994), Supply chain (Van der Vorst, 2000) of 'Industry' (Porter, 1980). In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader en het basismodel beschreven.

2.2 Theoretisch en conceptueel kader

Voor concurrentiekracht zijn internationaal verschillende definities in gebruik. Het World Economic Forum gebruikt de definitie: concurrentiekracht is de mate waarin een land er in slaagt hoge groei van het BBP per hoofd van de bevolking te realiseren. De OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) gebruikt de volgende definitie:

'Concurrentiekracht is de mate waarin een land er in slaagt, met vrije handel en goede marktcondities, goederen en diensten te produceren die kunnen concurreren op de internationale markt, terwijl daarnaast tegelijkertijd de reële inkomens van de inwoners op de lange termijn stijgen.'

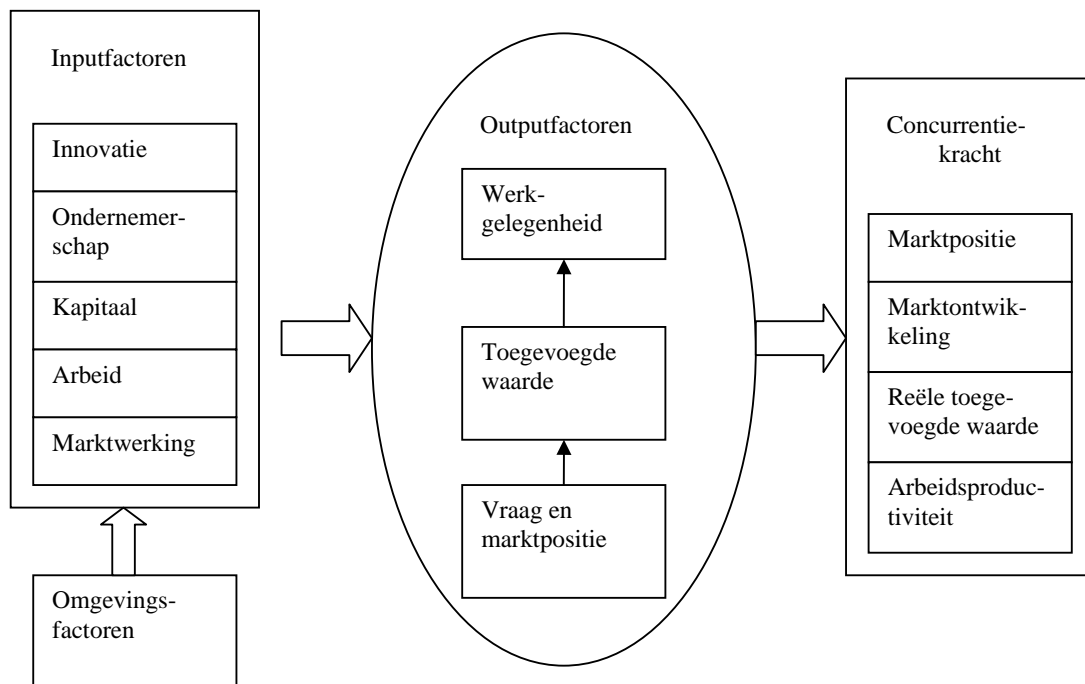
Deze definitie van de OECD is als uitgangspunt genomen voor het ontwikkelen van onderhavige sectorgerichte concurrentiekracht studies. Concurrentiekracht kan gezien worden vanuit verschillende benaderingen. In de klassieke economische theorie zijn de grondslagen voor concurrentiekracht: arbeid, grond en kapitaal. In deze benadering hebben de landen, bedrijven of sectoren die op deze drie elementen comparatieve voordelen hebben ten opzichte van concurrenten het marktvoordeel en zullen competitief leidend zijn.

Vanuit de managementbenadering (Porter, 1990) wordt concurrentiekracht bepaald door factorcondities, bedrijfsstrategieën, vraagontwikkelingen en gerelateerde en toeleverende sectoren. Vanuit de Porter-benadering wordt eerst een ordening gemaakt van de belangrijkste handelspartijen in een sector en vervolgens wordt op basis van historische

gegevens het dynamische proces verklaard waardoor de concurrentievoordelen zijn ontstaan. Het doel van de Porter-benadering is aanknopingspunten te vinden voor effectieve bedrijfsstrategieën.

In de industriële districten benadering (Viaene en Gellynk, 1995) wordt concurrentiekracht bepaald door vijf factoren: vraag, aanbod, trends in de markt, infrastructuur en overheidsbeleid. Hierbij is het centrale uitgangspunt de regio. De gedachtegang achter dit model is dat natuurlijke omgeving, zaken en sociaal leven met elkaar samenhangen en dat ondernemerschap bepalend is voor de concurrentiekracht.

In het conceptueel model dat in deze studie is ontwikkeld, is getracht de overeenkomsten tussen de drie modellen te gebruiken om de verschillen optimaal te verweven, gegeven de beperking dat het model met secundaire data te implementeren moet zijn. Het basismodel ziet eruit als in figuur 2.1.



Figuur 2.1 Conceptueel kader concurrentiemonitor

Dit model bevat die hoofdgroepen van factoren die bepalend zijn voor de concurrentiekracht. De inputfactoren (innovatie, ondernemerschap, kapitaal, arbeid en marktwerking) en omgevingsfactoren zijn bepalend voor de outputfactoren (werkgelegenheid, toegevoegde waarde en de vraag en marktpositie). Deze outputfactoren zijn in dit model bepalend voor de concurrentiekracht. De factoren in het conceptueel model in 2.1 worden

binnen deze methodiek beschouwd als de drijvende krachten van de concurrentiekracht. Deze zijn meetbaar gemaakt door per factor een aantal indicatoren te benoemen aan de hand waarvan sectoren kunnen worden beschreven. Per outputfactor zijn de belangrijkste factoren geselecteerd die indicierend zijn voor de concurrentiekracht en waarop een benchmark kan worden gemaakt met concurrenten. In Tacke et al. (2007) worden zowel de factoren als de indicatoren uit het conceptueel model in detail beschreven. In de volgende paragraaf wordt een samenvatting gegeven van de indicatoren die in het model worden meegenomen.

Hoe past dit conceptueel model in de doelstellingen van het onderzoek? In dit conceptueel model worden de elementen die relevant zijn voor een concurrentiekrachtmeting op basis van secundaire data gebundeld en ook in onderling verband gebracht met elkaar. Het model bevat de belangrijkste indicatoren waarmee de concurrentiekracht van Nederlandse (sub)sectoren gemeten kan worden.

In de implementatie wordt op alle onderdelen van het model een vergelijking gemaakt met andere landen, maar de uiteindelijke benchmark van de concurrentiekracht zal plaatsvinden op vier punten: de groei van het wereldmarktaandeel, groei van de arbeidsproductiviteit per ketenschakel, groei van de Balassa-index en groei van de toegevoegde waarde per ketenschakel. Ontwikkelingen en positie zijn namelijk relatieve begrippen. Bij ontwikkelingen wordt daarom de huidige situatie vergeleken ten opzichte van vergelijkbare landen of bedrijven. Evenals in de Enterprisemonitor worden de ontwikkelingen aan de hand van grafieken en tabellen beschreven.

2.3 Factoren en indicatoren

De omgevingsfactoren, inputfactoren en outputfactoren van het conceptueel model met onderliggende factoren en meetbare indicatoren zijn geordend per kolom weergegeven in figuur 2.2. Deze figuur is een uitwerking van het conceptueel kader, zoals weergegeven in figuur 2.1.

Niet alle indicatoren bleken beschikbaar in statistieken. Zo bleken de gegevens over de infrastructuur en de gegevens over de innovativiteit uitgesplitst naar ketenschakel niet beschikbaar. Tevens waren specifieke indicatoren voor specifieke ketenschakels niet te berekenen omdat de onderliggende data niet betrouwbaar of eenduidig waren. Dit was bijvoorbeeld het geval bij de berekening van de arbeidsproductiviteit van de verwerkende industrie.

Daarnaast is ook kwalitatieve informatie opgenomen over de institutionele omgeving. In deze specifieke monitor is de invloed van melkquotering op de marktpositie indicatoren beschreven evenals de invloed van importheffingen en exportrestituties van de Europese Unie (EU).

<i>Omgevingsfactoren</i>	<i>Inputfactoren</i>	<i>Outputfactoren</i>
<i>Algemeen</i>	<i>Innovativiteit</i>	<i>Vraag en marktpositie</i>
- Inflatievoet	- R&D-uitgaven	- Consumptie per hoofd van de bevolking
- Langetermijnrente	- Aantal octrooien	- Zelfvoorzieningsgraad
- Openheid economie landen (= (exporten tegen lopende prijzen + importen tegen lopende prijzen) gedeeld door BBP tegen lopende prijzen)	- Aantal (ver)nieuw(d)e producten	- RCA-index
	<i>Ondernemerschap</i>	- Exportwaarde per ton
	- Aantal ondernemingen	- Marktaandeel wereldmarkt
	- Groei van het aantal ondernemingen	- Groei wereldmarktaandeel
	- Gemiddelde omzet van ondernemingen	- Importwaarde
<i>Demografisch</i>	- Aantal nieuwe ondernemingen	- Exportwaarde
- Bevolkingsgrootte		<i>Toegevoegde waarde</i>
- Leeftijdsopbouw	<i>Arbeid</i>	- Toegevoegde waarde per ketenschakel
- Gezinsamenstelling	- Aantal werknemers	- Toegevoegde waarde per eenheid product
	- Groei van werknemersbestand	- Toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid
- Inkomen en inkomensverdeling	- Percentage personeelskosten van productie	- Percentage toegevoegde waarde in de voedingsmiddelenindustrie van dat land
<i>Kwaliteit van de infrastructuur</i>	<i>Kapitaal</i>	<i>Werkgelegenheid</i>
- Aantal gespecialiseerde agrovervoerders	- Brutokapitaalgoederenvoorraad	- Arbeidsproductiviteit
- Publieke uitgaven aan R&D in de agrosector	- Verhouding EV/VV	- Arbeidskosten per eenheid Product
- Uitgaven in het agro-onderwijs per student	<i>Marktwerking</i>	- Arbeidsinzet in relatie tot de toegevoegde waarde
	- Brutoproductiewaarde gedeeld door arbeidskosten	

Figuur 2.2 Overzicht van de concurrentiekracht factoren en indicatoren

3. Omgevingsfactoren

Om een beeld te krijgen van de omgeving waarin bedrijven in de zuivelsector opereren, wordt eerst inzicht gegeven in de omgevingsfactoren. Door deze ontwikkelingen naast ontwikkelingen in de marktpositie in verschillende landen te plaatsen, wordt de veerkracht en sterkte van sectoren meer zichtbaar.

In dit hoofdstuk worden de algemene en demografische factoren nader uitgewerkt. In hoofdstuk 4 wordt de sectorspecifieke uitwerking gepresenteerd.

3.1 Algemeen

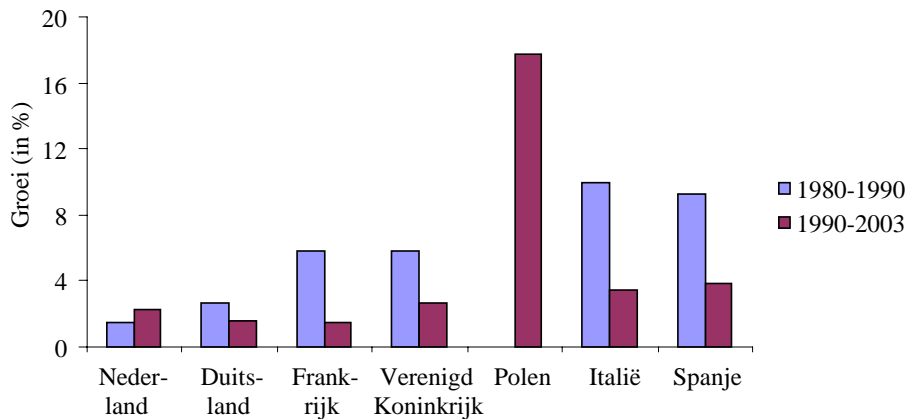
De mate waarin een sector kan concurreren is mede afhankelijk van de omgeving waarin het bedrijf zich bevindt. De concurrentiekracht van de Europese zuivelsector staat onder invloed van twee belangrijke institutionele omgevingsfactoren:

- *melkquotering*
De melkquotering heeft vooral consequenties voor de mate waarin bedrijven kunnen reageren op marktontwikkelingen. In een aantrekkende markt kan de melkproductie door de quotering slechts beperkt worden opgevoerd en bij een dalende markt is er sprake van meer aanbod dan vraag;
- *importheffingen en exportrestituties*
Door de importheffingen en exportrestituties wordt de Europese markt beschermd tegen (goedkope) invoer van buiten de EU. Dit is vooral relevant voor de concurrentiepositie van melkpoeder, boter en kaas, die wereldwijd worden afgezet. Koelverse producten worden vooral regionaal afgezet.

Zowel de melkquotering als de importheffingen en exportrestituties staan onder druk. Zodra daar wijzigingen in komen kan dit van invloed zijn op de concurrentiepositie.

De algemene factoren, die in deze paragraaf worden behandeld, hebben betrekking op de economie van de verschillende landen. Deze economische variabelen zijn gekozen op relevantie voor de concurrentiepositie.

Als eerste wordt gekeken naar de groei van het BBP (=bruto binnenlands product). Het BBP is een indicator die inzicht geeft in het algemeen economisch klimaat in een land. Het absolute BBP is gerelateerd aan de bevolkingsgrootte van het land. Die wordt in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, omdat de onderzochte landen van verschillende grootte zijn. Wel wordt het BBP per hoofd van de bevolking en de groei van het BBP meegenomen.



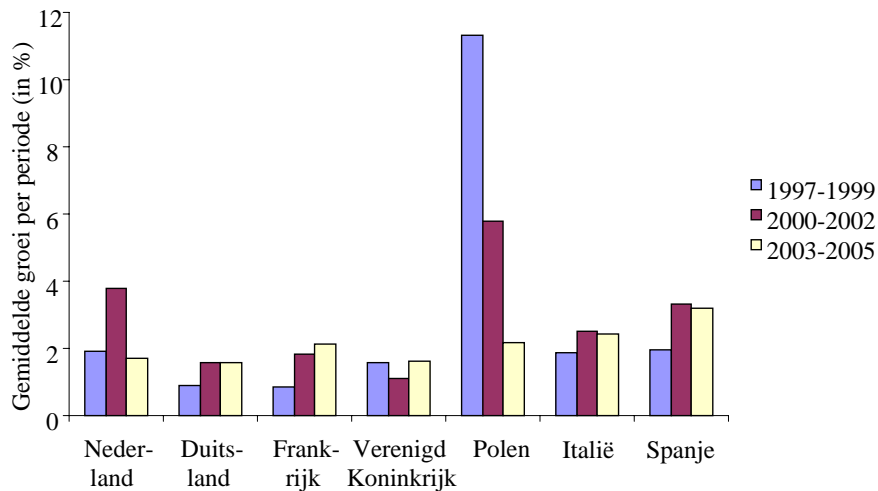
Figuur 3.1 Groei bruto binnenlands product (BBP) (nominaal)
Bron: WDI.

Uit figuur 3.1 blijkt dat Italië en Spanje de hoogste groei van het BBP per jaar van de geselecteerde landen in beide periodes hebben. Van Polen zijn alleen over de tweede periode gegevens beschikbaar. Deze gegevens laten zien dat de relatieve groei van het BBP in de tweede periode (1990-2003) ten opzichte van de voorafgaande periode zeer groot is in Polen in vergelijking met andere landen. Het BBP per hoofd van de bevolking van deze landen ligt echter (ver) onder het niveau van Duitsland, Frankrijk en Nederland.

Nederland had in 2005 van de onderzochte landen het hoogste BBP per hoofd van de bevolking en Polen de laagste (bron: WDI). Het BBP per hoofd van Nederland is meer dan 4,5 keer zo hoog als dat van Polen. Het verschil tussen Nederland, Frankrijk (de nummer 2) en Duitsland (de nummer 3) is minimaal. Italië is de nummer 4 met een BBP per hoofd die 20% lager is dan die van Nederland en Spanje (de nummer 5) heeft een BBP per hoofd die 30% lager is dan die van Nederland. De relatief hoge groei van Italië en Spanje zegt relatief weinig omdat de uitgangssituatie lager is.

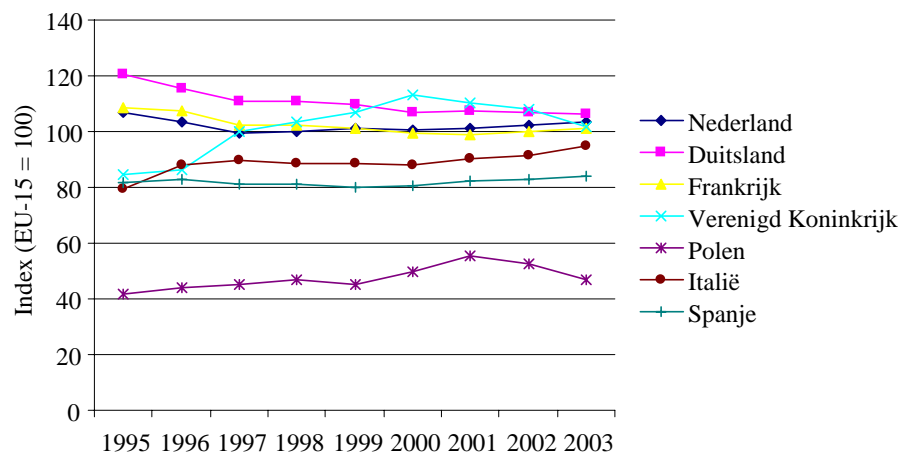
Voor Nederland is de vergelijking met Duitsland en Frankrijk vooral van belang. Daaruit blijkt dat de groei van het BBP in Nederland in de periode 1980-1990 relatief klein is en dat de groei van het BBP in de periode 1990-2003 relatief groot is ten opzichte van Duitsland en Frankrijk. Alleen op basis van deze cijfers lijkt het of Nederlandse ondernemingen van 1980 tot 1990 in een relatief ongunstiger ondernemingsklimaat zaten dan van 1990 tot 2003. Nederland is er vanaf 1990 in geslaagd de tegenvallende groei van de jaren tachtig te compenseren.

In figuur 3.2 is te zien dat Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk over de periode 1997-2005 gemiddeld de laagste inflatie hebben van deze zeven landen. Nederland heeft tussen 1997 en 2002 een relatief hoge inflatie gekend. Polen heeft van de onderzochte landen de hoogste inflatie, maar dat is gegeven de economische situatie en ontwikkeling van dat land ook te verwachten.



Figuur 3.2 Inflatie: stijging in consumentenprijzen
Bron: Eurostat.

Inflatie is evenals de groei van de BBP een relatief begrip. Als het prijspeil in een land ver onder het prijspeil van andere concurrerende landen ligt en er is sprake van een hoge inflatie, hoeft dat niet funest te zijn voor de concurrentiepositie. Daarom is ook het algeheel prijspeil van de verschillende landen naast elkaar gezet (zie figuur 3.3).

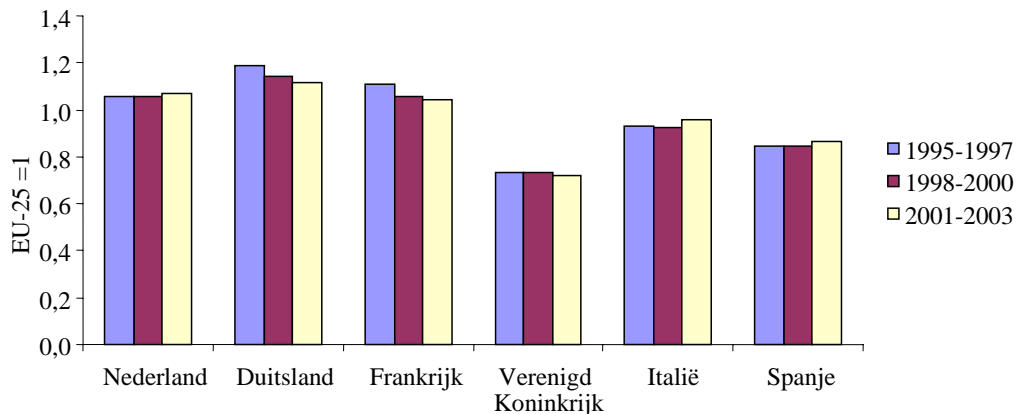


Figuur 3.3 Prijspeil in verhouding tot de EU-15
Bron: Eurostat.

Daaruit blijkt dat het prijspeil van Polen veel lager ligt dan dat van de 15 grootste Europese landen (EU-15 = 100). Ook Spanje heeft een lager prijspeil dan de andere onder-

zochte landen. De hoge inflatie in die landen gecombineerd met het lage prijspeil leidt niet noodzakelijk tot consequenties voor de concurrentiepositie van die landen.

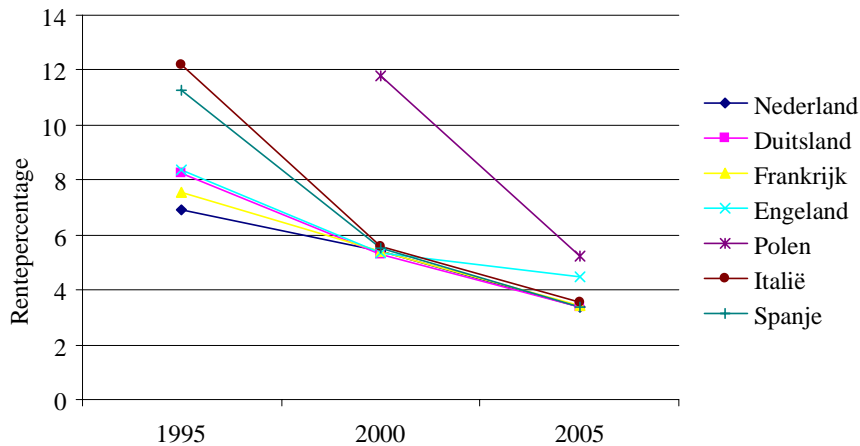
Met betrekking tot informatie over prijzen is ten slotte een overzicht gegeven van de koopkrachtpariteit (voor de definitie zie bijlage). In figuur 3.4 is de koopkrachtpariteit van de landen weergegeven waarbij de koopkrachtpariteit van de EU-landen (EU-25) als norm is genomen. In de economie is dit een alternatieve manier om de relatieve koopkracht van twee landen te vergelijken. Spanje en het Verenigd Koninkrijk hebben de laagste koopkrachtpariteit en dat van Nederland ligt tussen 2001 en 2003 op een vergelijkbaar niveau met die van Frankrijk en Duitsland. De koopkrachtpariteit van Frankrijk en Duitsland is echter afgenomen tussen 1995 en 2003, terwijl die van Nederland stabiel was. De lage koopkrachtpariteit van het Verenigd Koninkrijk is opvallend. Dit komt niet overeen met het beeld van figuur 3.3 over het prijspeil. Dit is te verklaren door een relatief ongunstige wisselkoers die het Verenigd Koninkrijk heeft ten opzichte van de EU. De relatief lage scores van Italië en Spanje komen wel overeen met het beeld op basis van de andere figuren, wat ook logisch is gegeven de participatie van die landen aan de euro.



Figuur 3.4 Ontwikkeling koopkrachtpariteit

Bron: Eurostat.

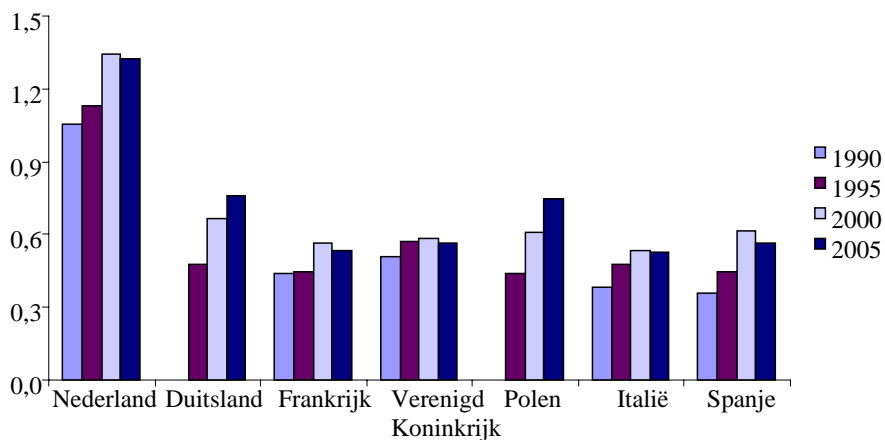
Een andere algemene omgevingsfactor is de langetermijnrente. In figuur 3.5 is te zien dat in alle onderzochte landen de langetermijnrente is gedaald tussen 1995 en 2000. De meeste van onderzochte landen zijn toen opgegaan in de eurozone. Van de onderzochte landen hebben alleen het Verenigd Koninkrijk en Polen nog hun eigen munt. Dat is ook herkenbaar in de rentepercentages. Uit de vergelijking blijkt dat in 2000 de langetermijnrente van Polen veel hoger lag dan die van de andere landen. Hoewel Polen in 2005 nog steeds de hoogste rente heeft, is te zien dat de verschillen kleiner zijn geworden.



Figuur 3.5 Ontwikkeling langetermijnrente
Bron: Eurostat.

Dit betekent dat de bedrijven die deel uitmaken van de eurozone min of meer in dezelfde kapitaalmarkt opereren. Dit impliceert echter niet dat het investeringsklimaat in bijvoorbeeld alle EU-landen ook vergelijkbaar is. Dat komt door verschillen in het belastingen- en vergunningenstelsel en het politieke klimaat.

Ten slotte is er gekeken naar de openheid van de economie in de verschillende landen. De openheid van de economie is berekend als de som van de exporten en de importen tegen lopende prijzen gedeeld door het BBP in lopende prijzen. In figuur 3.6 is een overzicht te vinden van de openheid van de economieën van de onderzochte landen.



Figuur 3.6 Openheid economie: de som van import en export in relatie tot het bruto binnenlands product
Bron: Eurostat.

Nederland is het land met de meest open economie. Tussen de andere landen zijn de verschillen beperkt. Verder is te zien dat de openheid van de economieën in de onderzochte periode is toegenomen, met name tussen 1990 en 2000.

De openheid van de Nederlandse economie geeft aan dat Nederland meer een handelsland is dan de andere onderzochte landen en dus een sterkere internationale oriëntatie heeft. Of er sprake is van meer import of meer export moet blijken uit de sectoruitwerking.

Uit figuur 3.6 blijkt tevens dat de Duitse economie sinds 1995 veel opener is geworden, evenals de Poolse. Dat betekent dus dat er of meer wordt geïmporteerd of meer wordt geëxporteerd. Als het eerste het geval is, betekent dit een verslechtering van de concurrentiepositie. In de sectorbeschrijvingen zal hier verder op in worden gegaan.

3.2 Demografie

Inzicht in de demografische ontwikkelingen is voor de concurrentiepositie om een aantal redenen relevant:

- het potentieel aan arbeidskrachten en de leeftijdsopbouw van de beroepsbevolking;
- inzicht in de thuismarkt in relatie tot de exportmarkt.

3.2.1 Leeftijdsopbouw van de bevolking

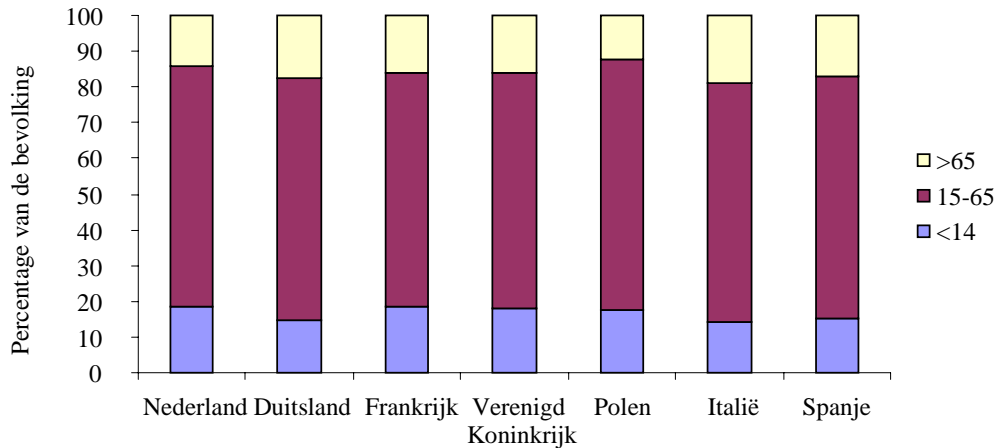
Allereerst wordt de bevolkingsgrootte weergegeven. Van de onderzochte landen is Nederland het land met de minste inwoners en Duitsland het land met het grootste aantal (tabel 3.1). Verder is te zien dat voor alle landen, behalve Polen, de bevolkingsgrootte tussen 1990 en 2005 is gestegen.

Tabel 3.1 *Bevolkingsgrootte (in mln.)*

	1990	1995	2000	2005
Nederland	14,9	15,4	15,9	16,3
Duitsland	79,1	81,5	82,2	82,5
Frankrijk	56,5	59,3	60,5	62,4
Verenigd Koninkrijk	57,2	57,9	58,8	60,0
Polen	38,0	38,6	38,7	38,2
Italië	56,7	56,8	56,9	58,5
Spanje	38,8	39,3	40,0	43,0

Bron: WDI.

Behalve het totale aantal inwoners is ook het aantal inwoners van een bepaalde leeftijdscategorie relevant. Figuur 3.7 geeft een overzicht van de leeftijdsopbouw in de verschillende landen in 2003. Italië is het meest vergrijsd. Ook Duitsland heeft een relatief oude bevolking.



Figuur 3.7 Leeftijdsopbouw in 2003
Bron: Eurostat.

In Nederland is het aantal inwoners onder de 14 tussen 1990 en 2004 in elke periode toegenomen. Toch is er sprake van vergrijzing, want de groep van mensen van 40 jaar en ouder neemt toe. De groep van 15 tot 40 jaar neemt af. In Nederland is dus sprake van een verouderende beroepsbevolking, wat op termijn consequenties kan hebben voor de arbeidsproductiviteit. Tevens kan deze leeftijdsopbouw ook consequenties hebben voor het consumptiepatroon en voedselpreferenties. Onderzoek (Steenkamp, 1997) heeft uitgewezen dat voedselkeuze voor een belangrijk deel een routineus karakter heeft. Dit kan betekenen dat innovatieve nieuwe producten die niet specifiek gericht zijn op senioren, minder snel aanslaan in de markt.

Net als in Nederland is ook in Duitsland sprake van vergrijzing. Hier is echter ook sprake van ontgroening; de groep mensen jonger dan 14 jaar neemt af. De groep 40+ers neemt toe. Dit betekent dat er in Duitsland sprake is van een verouderende beroepsbevolking, wat consequenties kan hebben voor de arbeidsproductiviteit. Tevens kan deze bevolkingsopbouw, net als in Nederland, consequenties hebben voor het consumptiepatroon van voedingsmiddelen.

In Frankrijk blijft het aantal inwoners jonger dan 14 jaar tamelijk gelijk. Maar ook hier is sprake van vergrijzing. De beroepsbevolking loopt in Frankrijk echter minder sterk terug dan in Nederland en Duitsland. Over de gehele lijn is de bevolkingsopbouw in Frankrijk gelijkmatiger dan in Duitsland en Nederland.

In Italië is na jaren van ontgroening sprake van stabilisatie van het aantal kinderen onder 14 jaar. Het aantal mensen tussen 15 en 39 loopt nog wel terug. De toename van de groep 40+ers is echter veel groter dan in Nederland, Duitsland en Frankrijk. Dit betekent dat de beroepsbevolking in de komende jaren nog aanzienlijk zal teruglopen, maar dat deze afname over 10 tot 15 jaar zal stabiliseren. De afname van het aantal 15- tot 39-jarigen en de toename van 40+ers in de beroepsbevolking kan ook in Italië consequenties hebben voor de arbeidsproductiviteit.

Polen kent een sterke ontgroening; het aantal inwoners onder de 14 is sterk afgenomen in de periode 1990-2004. Verder is ook hier de vergrijzing zichtbaar. Opvallend is dat

de groep 15- tot 39-jarigen de afgelopen jaren stabiel is gebleven, ondanks de sterke afname van de groep kinderen onder 14 jaar. Dat kan betekenen dat deze groep meer oudere kinderen dan jongere kinderen omvat. Dat kan dus betekenen dat de veroudering van de beroepsbevolking in de toekomst nog veel sterker toeneemt dan uit deze figuur blijkt.

Ook in Spanje is sprake van vergrijzing. Sinds 2000 is er geen sprake meer van ontgroening en is de leeftijdsgroep onder 14 jaar gestabiliseerd. Opvallend is dat Spanje het enige land is waar de groep 15- tot 39-jarigen in aantal is toegenomen tussen 1990 en 2004. Naast het aantal ouderen (65+'ers) is de beroepsbevolking dus ook toegenomen. Deze toename is voornamelijk toe te schrijven aan het aantal instromers. Van alle hiervoor beschreven landen heeft Spanje dus het minst te maken met een verouderende beroepsbevolking.

Hoewel de gegevens over het Verenigd Koninkrijk niet compleet zijn, lijkt het erop dat de verschillen over de jaren heen in verhouding kleiner zijn dan in de andere landen. Het Verenigd Koninkrijk heeft de meest stabiele leeftijdsopbouw van alle landen die in dit onderzoek zijn opgenomen. Het aantal 40+'ers neemt wel toe, maar dit wordt blijkbaar aangevuld met jongeren. Net als Spanje is in het Verenigd Koninkrijk sprake van een toenemende beroepsbevolking.

De leeftijdsopbouw in Europa wordt ook beïnvloed door de arbeidsmigratie. De toetreding van Oost-Europese landen met een lagere welvaartsstandaard heeft tot gevolg gehad dat grote groepen mensen in West-Europa zijn gaan werken, maar de nationaliteit en formeel veelal de woonplaats van hun geboorteland behouden. In feite is de bevolkingsopbouw en de opbouw van de beroepsbevolking in bovengenoemde statistieken dus enigszins vertekend.

Samengevat kan worden gesteld dat in de meeste onderzochte landen de beroepsbevolking verouderd; met uitzondering van Spanje en het Verenigd Koninkrijk. Dit kan consequenties hebben voor de arbeidsproductiviteit als dit niet wordt gecompenseerd met technische innovaties. Daarnaast zijn oudere arbeidskrachten vaak duurder dan jonge arbeidskrachten, dus een verouderende beroepsbevolking kan dus ook consequenties hebben voor de kostprijs van producten. De sectorspecifieke vergelijkingen tussen landen zullen inzicht moeten geven in de arbeidsproductiviteit van de verschillende landen en de kostprijsverhoudingen.

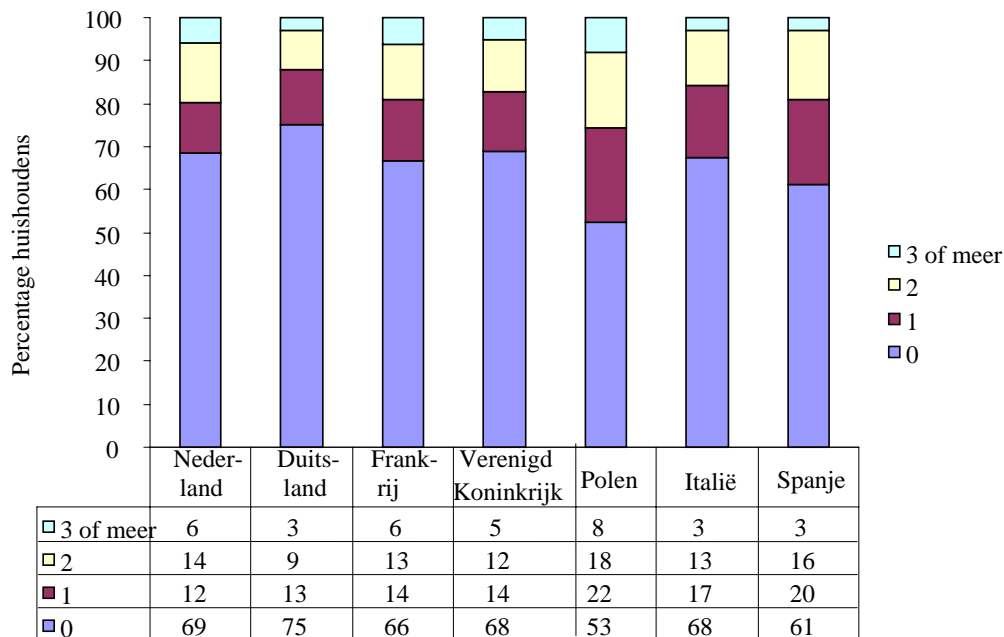
3.2.2 Gezinssamenstelling

Een tweede demografische indicator is de gezinssamenstelling van de bevolking. De gezinssamenstelling is om twee redenen relevant:

- productoriëntatie op de thuismarkt;
- koopkrachtindicator in combinatie met inkomen.

In figuur 3.8 is het kindertal per huishouden voor 2005 procentueel weergegeven.¹ Daaruit blijkt dat Duitsland vergeleken met de andere landen de meeste huishoudens heeft zonder kinderen, terwijl in Polen het aantal kinderen per huishouden het hoogst is.

¹ Voor de gezinssamenstelling zijn geen gegevens beschikbaar over andere jaren dan 2005 dus kan een vergelijking over de tijd niet worden gemaakt.



Figuur 3.8 Gezinssamenstelling: aandeel van de huishoudens (%) naar aantal kinderen
Bron: Eurostat.

Dit impliceert dat het gros van de markt in de onderzochte landen bestaat uit huishoudens zonder kinderen. Alleen in Polen bestaat bijna de helft van de markt uit huishoudens met inwonende kinderen. Consequenties voor de koopkracht van huishoudens kunnen hieruit niet worden getrokken, maar wel is duidelijk dat in de meeste landen een- en tweepersoonshuishoudens een groot deel van de markt uitmaken.

3.2.3 Inkomens

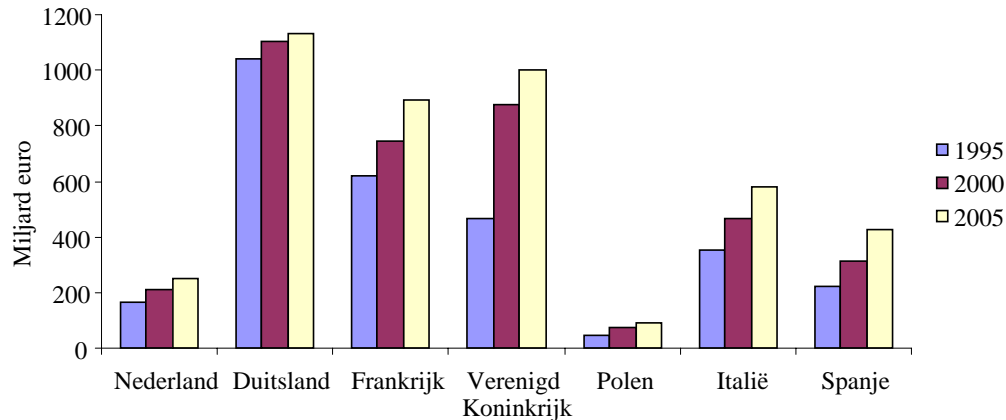
De laatste demografische indicator is het inkomen en de inkomensverdeling in de verschillende landen. In figuur 3.9 is het nationaal inkomen van de landen in miljarden euro weergegeven. Aangezien de verschillen tussen de landen zeer groot zijn, doordat het aantal inwoners waaronder het inkomen verdeeld wordt sterk verschilt, is in figuur 3.10 het inkomen als percentage van het BBP weergegeven.

In figuur 3.10 is te zien dat het inkomen¹ als percentage van het BBP in de meeste landen nagenoeg gelijk is. Alleen in het Verenigd Koninkrijk is het iets hoger. Het valt op dat in veel landen de arbeidsinkomensquote licht is gedaald in de periode 1995 tot 2005.

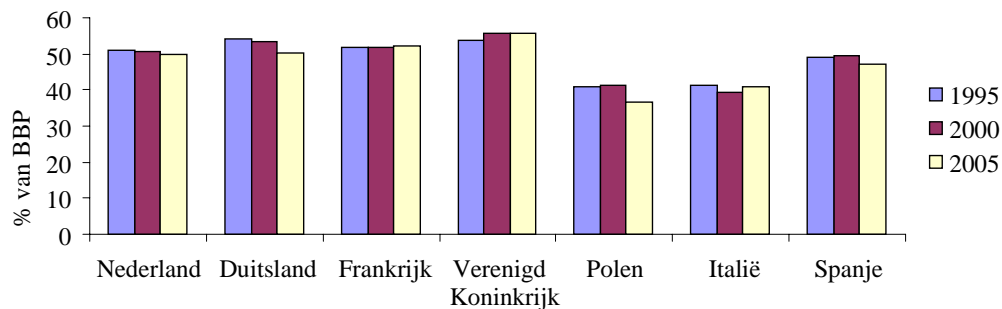
¹ Compensatie van werknemers is gedefinieerd als de totale vergoeding, in geld of in natura, betaald door de werkgever aan de werknemer in ruil voor werk uitgevoerd door de werknemer. Het betreft ook sociale premies, betaald door de werkgever.

Alleen in Frankrijk is het inkomen als percentage van het BBP gelijk gebleven en in het Verenigd Koninkrijk is het licht gestegen. Het inkomen als percentage van het BBP ligt relatief laag in Italië en Polen.

Dit betekent dat in Polen en Italië van de productiewaarde een relatief kleiner deel wordt uitgekeerd aan de werknemers. In alle andere landen vertaalt toename van het BBP zich ook in hogere inkomensniveaus. Als inkomen wordt gerelateerd aan het prijspeil in de verschillende landen (zie figuur 3.3), dan is de koopkracht in Polen en Spanje met hetzelfde inkomen relatief hoog ten opzichte van de andere landen.



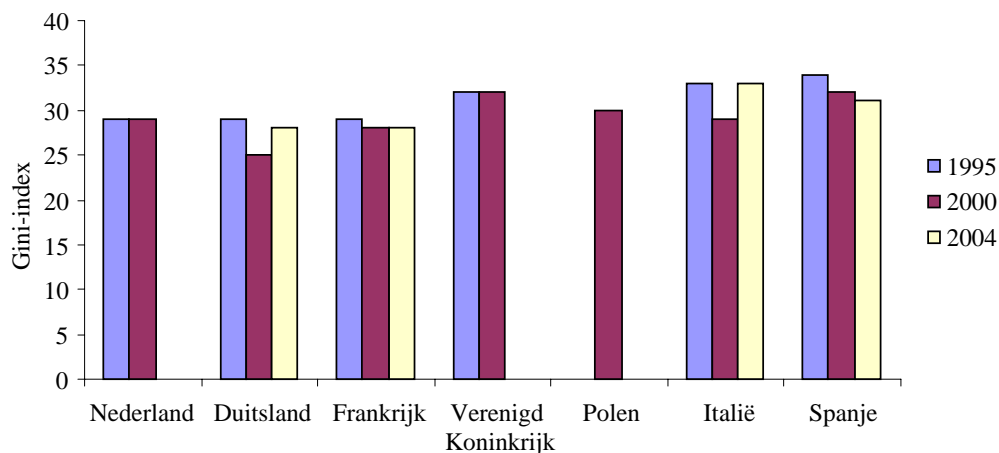
Figuur 3.9 *Inkomens van werknemers (nominaal in miljarden euro's)*
Bron: Eurostat.



Figuur 3.10 *Inkomens als percentage van het BBP*
Bron: Eurostat.

Naast de hoogte van het inkomen, is het relevant de verdeling van het inkomen in acht te nemen. In figuur 3.11 is een overzicht gegeven van de scores op de Gini-index. De Gini-index is de Gini-coëfficiënt uitgedrukt in een percentage en laat de (on)gelijkheid van een inkomensverdeling in een land zien. De Gini-coëfficiënt is een getal tussen 0 en 1,

waarbij de 0 correspondeert met de 'perfecte gelijkheid' (in dit geval heeft iedereen in een land hetzelfde inkomen) en de 1 correspondeert met de 'perfecte ongelijkheid' (één persoon heeft al het inkomen en de rest heeft geen inkomen). In figuur 3.11 is de Gini-coëfficiënt weergegeven vermenigvuldigd met 100.



Figuur 3.11 Inkomensverdeling in Gini-index (= Gini-coëfficiënt vermenigvuldigd met 100)
Bron: Eurostat.

Figuur 3.11 laat zien dat de verdeling van het inkomen in een aantal landen onveranderd is gebleven (Nederland en het Verenigd Koninkrijk), in een aantal landen meer gelijk is geworden (Frankrijk en Spanje) en in Italië en Duitsland rond 2000 gelijk was geworden, maar vervolgens weer ongelijker is geworden tussen 2000 en 2004.¹ Het Verenigd Koninkrijk, Italië en Spanje hebben de minst gelijke inkomensverdeling; de verschillen zijn echter vrij klein.

3.2.4 Conclusie

In Nederland en Duitsland stijgt het BBP ten opzichte van andere landen. Het BBP per hoofd van de bevolking is in Nederland echter het hoogst van alle onderzochte landen. Dat betekent dat de uitgangssituatie in Nederland hoger was en dat de stijging in dat licht moet worden gezien.

In Polen en Italië wordt een relatief klein deel van het BBP uitgekeerd in arbeidsinkomen, maar in Polen is sprake van een beduidend lager prijspeil dan in Italië, waardoor de koopkracht van een lager inkomen wel hoger is. De inkomenshoogte, inkomensgelijkheid en het prijspeil zijn nagenoeg gelijk in Nederland, Frankrijk en Duitsland. Het Verenigd Koninkrijk heeft een hoger inkomen en een hoger prijspeil.

Door de invoering van de euro en de Europese eenwording zijn de rentetarieven in de verschillende landen gelijk geworden. Voor het investeringklimaat betekent dit dat de economische omgeving voor bedrijven gelijk is geworden.

¹ Voorzover er gegevens bekend zijn.

Daar staat tegenover dat de gezinssamenstelling wel verschillend is in de onderzochte landen. In Duitsland heeft een hoger percentage van de huishoudens geen inwonende kinderen en in Polen is dat juist wel het geval. Het besteedbaar inkomen per gezinslid is dus relatief laag in Polen.

In veel landen is sprake van een verouderende beroepsbevolking, wat in de toekomst kan leiden tot een lagere arbeidsproductiviteit en een hogere kostprijs.

Nederland heeft van alle onderzochte landen de meest open economie. Dit impliceert dat Nederlandse bedrijven import- en exportgeoriënteerd zijn. Tussen de andere landen zijn de verschillen in dezen beperkt, wat betekent dat de bedrijven meer gericht zijn op de thuismarkt dan op de export naar andere landen. In het licht van concurrentiekracht betekent dit dat Nederlandse bedrijven meer succesvol zijn in het afzetten van producten in andere landen.

Kortom, in het ondernemingsklimaat en de omgevingsfactoren van de Nederlandse zuivelsector ten opzichte van concurrenten in West-Europa zitten geen grote verschillen. Polen en Zuid-Europa vormen hierop een uitzondering. In Polen zijn het prijspeil en de inkomens veel lager, maar het BBP is daar ook veel lager. Daarbij moet eveneens worden aangetekend dat de inflatie in Polen veel hoger is dan in de rest van Europa. In Zuid-Europa zijn het prijspeil en de inkomens ook lager dan in West-Europa, maar liggen veel hoger dan in Polen.

4. Concurrentiepositie zuivel

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de concurrentiepositie van de Nederlandse zuivelsector in Europees verband gepresenteerd. Waar relevant wordt een verwijzing gemaakt naar de landen buiten Europa. De zuivelsector opereert in de omgeving als gepresenteerd in hoofdstuk 3. Voor de analyse van de zuivelsector wordt gebruikt gemaakt van het conceptueel model van hoofdstuk 2. Uitgangspunt in het model is dat zowel de externe omgeving als de interne kenmerken van de sector in relatie tot concurrenten bepalend zijn voor de concurrentiekracht van de Nederlandse zuivelsector. Allereerst wordt de zuivelsector in Europa beschreven. Vervolgens wordt ingegaan op de positie op de exportmarkt en importmarkt en wordt een beeld gegeven van de keten. In paragraaf 5 wordt tot slot een beeld gegeven van de toegevoegde waarde en in paragraaf 6 worden de conclusies gepresenteerd.

Concurrentiekrachtfactoren

De concurrentiepositie van een sector wordt bepaald door een aantal factoren. In hoofdstuk 2 is daarvan een overzicht gegeven. Deze factoren worden voorzover mogelijk uitgewerkt in dit hoofdstuk. In bovengenoemd overzicht worden drie outputfactoren genoemd als determinanten van de concurrentiekracht: werkgelegenheid, toegevoegde waarde, evenals vraag- en marktpositie. Deze determinanten worden bepaald door een aantal inputfactoren en omgevingsfactoren. De omgevingsfactoren zijn in hoofdstuk 3 nader uitgewerkt; de inputfactoren komen in het hiernavolgende per ketenschakel aan de orde.

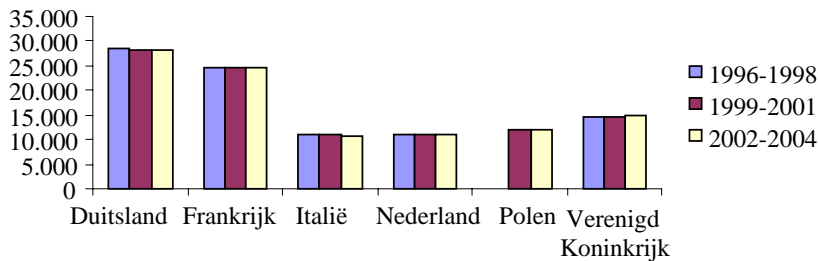
4.2 Zuivel in Europa

Binnen Europa zijn Frankrijk en Duitsland de belangrijkste zuivelproducenten. Gezamenlijk produceren deze landen meer melk dan bijvoorbeeld de Verenigde Staten (zie figuur 4.1).

Nederland behoort in Europa qua productie tot de middenmoot van melkproducerende landen. In verhouding tot het BBP en het aantal inwoners is de zuivelsector in Nederland relatief groot ten opzichte van omringende landen. De productie in Nederland was ook groter dan in Nieuw-Zeeland en Australië, terwijl die landen ook belangrijke spelers zijn op de wereldmarkt (bron: FAO).

De melkproductie binnen de EU is vastgelegd in melkquota. Aangezien het aanbod vaststaat, betekent dit dat in termen van concurrentiepositie er naar gestreefd moet worden een zo hoog mogelijk rendement te behalen met een vaststaand aanbod. Fluctuaties in het aanbod in de verschillende landen zijn nauwelijks mogelijk door de quota. Als Europese bedrijven hun marktaandeel op de nationale en internationale markt willen verstevigen, zijn zij genoodzaakt dit te realiseren door elders melk in te kopen of door fusies met of

overnames van andere ondernemingen in hetzelfde land, in andere landen van de EU of buiten de EU.



Figuur 4.1 Melkproductie (x 1.000 ton)
Bron: Eurostat.

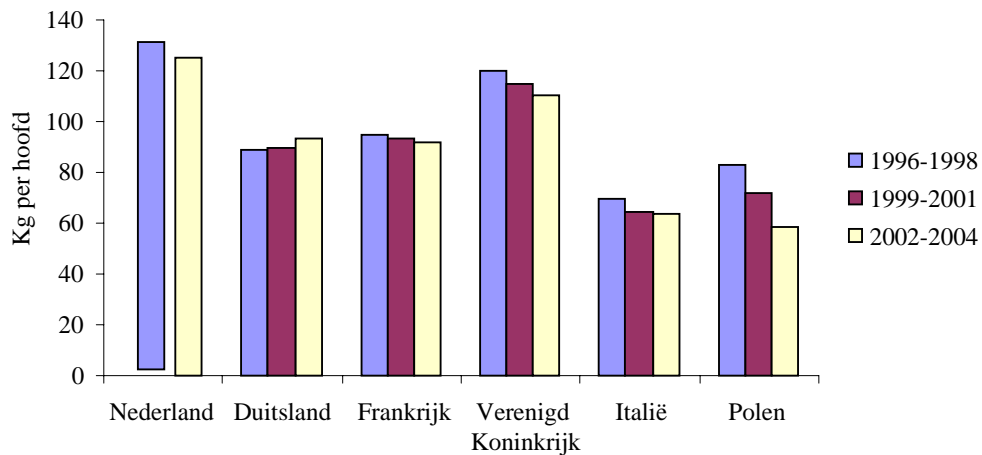
Nederland heeft ten opzichte van de andere onderzochte landen veruit de grootste melkproductie per inwoner, oplopend van 1,6 maal zoveel als in Frankrijk tot 3,3 maal zoveel als in Italië. Of dit overeenkomstig de consumptie van melkproducten is in de verschillende landen, zal worden onderzocht aan de hand van figuur 4.2 tot en met 4.7.

In de figuren 4.2 tot en met 4.7 is de vraag naar verschillende zuivelproducten weer gegeven. De vraag van consumenten naar zuivelproducten wordt uitgedrukt in kilogram consumptie per hoofd van de bevolking. Gemiddeld genomen is de consumptie van zuivelproducten toegenomen in de EU-25 in de afgelopen jaren (bron: ZMP). Deze consumptiegroei is vooral toe te schrijven aan toename van de consumptie van yoghurt en kaas.

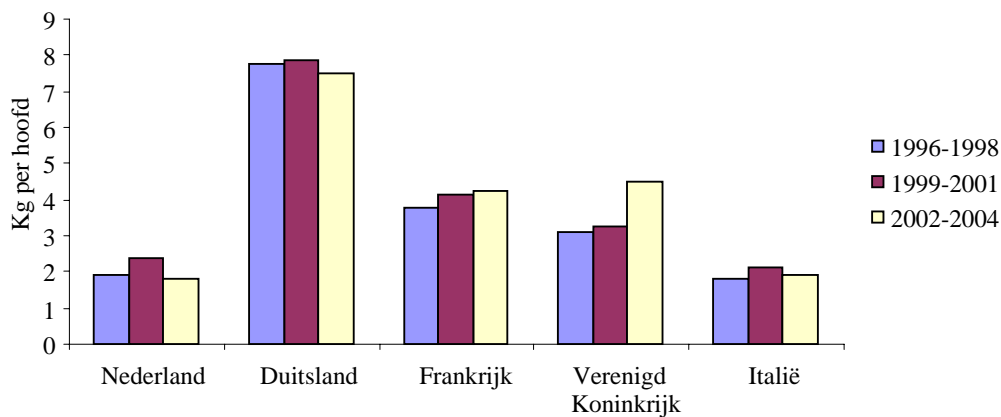
Binnen de zuivelconsumptie zijn consumptiemelk, yoghurt en kaas de belangrijkste producten. Ten opzichte van consumenten in andere landen consumeren Nederlandse en Britse consumenten relatief veel melk. In Nederland, Duitsland en Frankrijk wordt ook relatief veel yoghurt gegeten en in Italië en Frankrijk relatief veel kaas. In Duitsland is (slag)room populair, terwijl de consumptie van (slag)room in Nederland en Italië relatief laag is. De consumptie van boter is hoog in Frankrijk en Duitsland. De consumptie van gecondenseerde melk ligt vooral hoog in Nederland en Duitsland.

Uit figuur 4.2 blijkt dat van de onderzochte landen alleen in Duitsland de consumptie van melk licht is toegenomen in de onderzochte periode. In alle andere onderzochte landen is de consumptie van melk nagenoeg gelijk gebleven of gedaald. De consumptie van (slag)room fluctueert over de jaren in Nederland, Duitsland en Italië. In Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk is een duidelijke groei waarneembaar. Vanaf 1996 is in Nederland, Frankrijk en Duitsland sprake van een lichte daling van de boterconsumptie. Alleen in het Verenigd Koninkrijk en Polen is een structurele stijging van de consumptie te zien. Uit figuur 4.6 blijkt dat de kaasconsumptie in nagenoeg alle onderzochte landen in de afgelopen jaren is toegenomen. Het meest opvallend is de toename van kaasconsumptie in Nederland en Italië tussen 1996 en 2004. Deze stijging van de consumptie van kaas kan deels worden verklaard door de vele productinnovaties die zijn doorgevoerd en deels door een stijging van het gebruik van kant-en-klaar-maaltijden waar vaak kaas in is verwerkt (bijvoorbeeld pizza's en pasta's). De consumptie van gecondenseerde melk is in Duitsland en Nederland aan lichte fluctuaties onderhevig. In het Verenigd Koninkrijk neemt de consumptie licht toe sinds 1998.

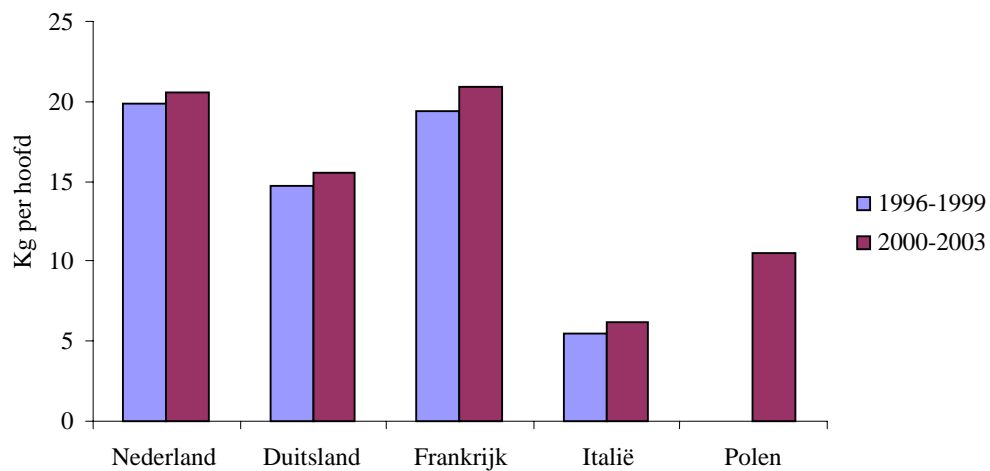
De groeiende consumptie van sommige zuivelproducten kan mede worden verklaard door de actieve houding van de Europese zuivelsector bij in het ontwikkelen van yoghurtproducten, maaltijdcomponenten, snackproducten en andere productinnovaties. Vooral met assortimentsverdiepingen en producten die inspelen op de gezondheids- en/of gemakstrend is succes geboekt. Dit heeft in de meeste van de onderzochte landen geleid tot een breed en diep productassortiment, waarmee tegemoet wordt gekomen aan de uiteenlopende wensen van de consument.



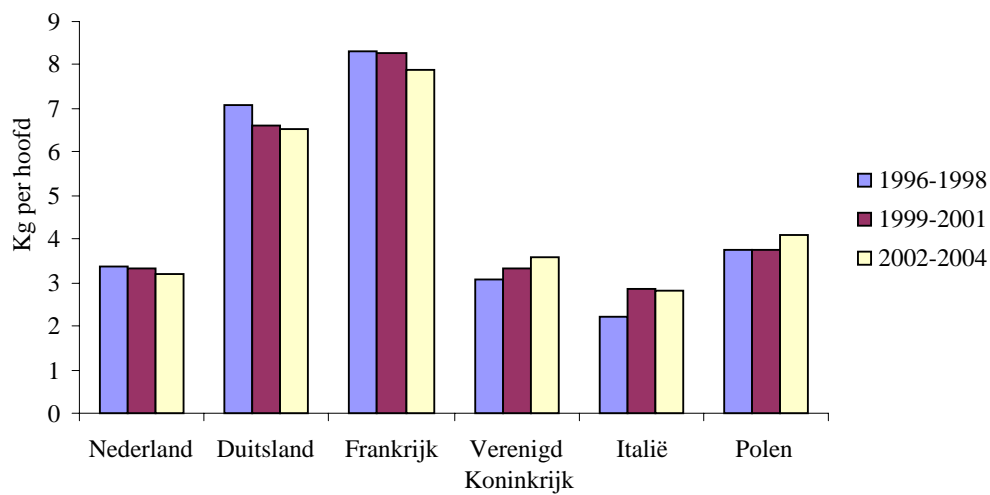
Figuur 4.2 Consumptie van melk
Bron: ZMP.



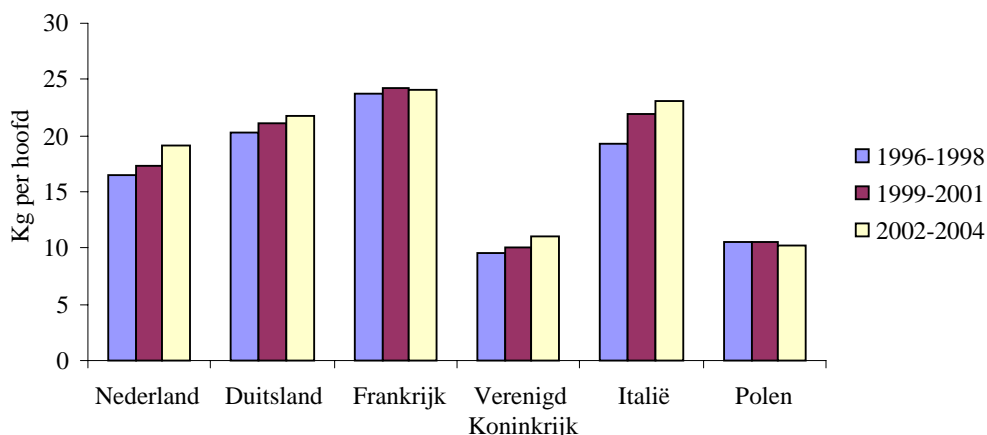
Figuur 4.3 Consumptie van (slag)room
Bron: ZMP.



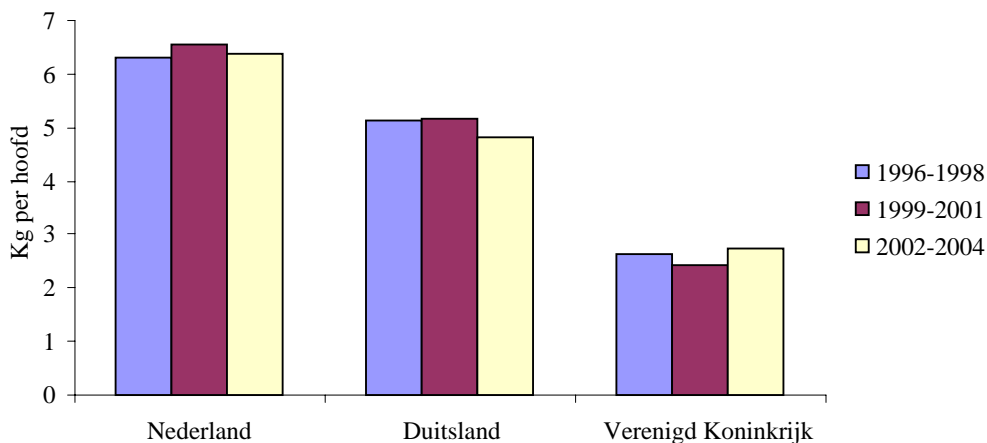
Figuur 4.4 Consumptie van yoghurt en dikke melkproducten
Bron: ZMP.



Figuur 4.5 Consumptie van boter
Bron: ZMP.



Figuur 4.6 Consumptie van kaas
Bron: ZMP.



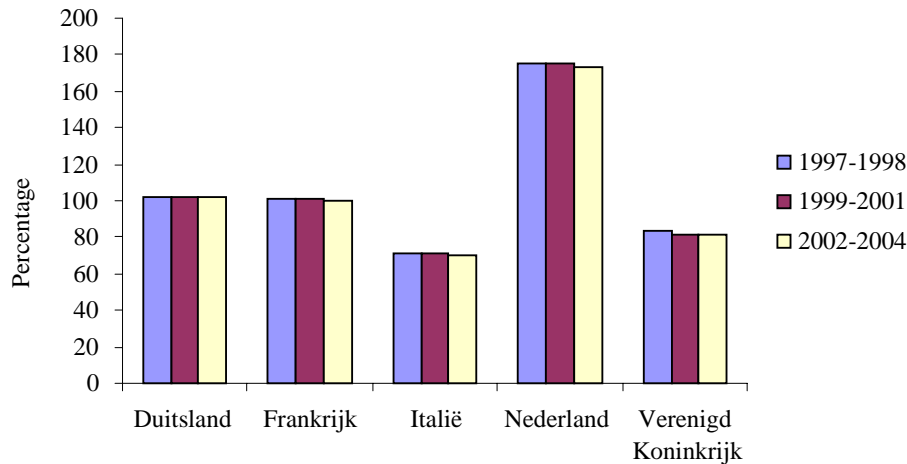
Figuur 4.7 Consumptie van gecondenseerde melk
Bron: ZMP.

Uit figuur 4.8 blijkt dat van de onderzochte landen Nederland de hoogste zelfvoorzieningsgraad voor zuivel heeft.

Hoewel Nederland de hoogste zelfvoorzieningsgraad heeft voor wat betreft de melkproductie, is Nederland na Italië de belangrijkste netto-importeur van consumptiemelk (bron: ZMP). Deze import van consumptiemelk komt hoofdzakelijk uit Duitsland en België die exporteur zijn. De handelsstatistieken, die worden behandeld in de volgende paragraaf, zullen daarover uitsluitsel geven.

Voor kaas is Duitsland nipt zelfvoorzienend. Frankrijk is meer dan zelfvoorzienend, maar slechts marginaal. De quotumvaststelling in de verschillende landen is niet gerela-

teerd aan de zelfvoorzieningsgraad, maar gebaseerd op de historische melkproductie. In paragraaf 4.3 wordt nader ingegaan op de export- en importpositie van de verschillende landen. Daaruit kan worden afgeleid in hoeverre de verschillende landen een goede positie hebben in de deelmarkten van de zuivelsector en hoe die zich over de jaren heeft ontwikkeld.

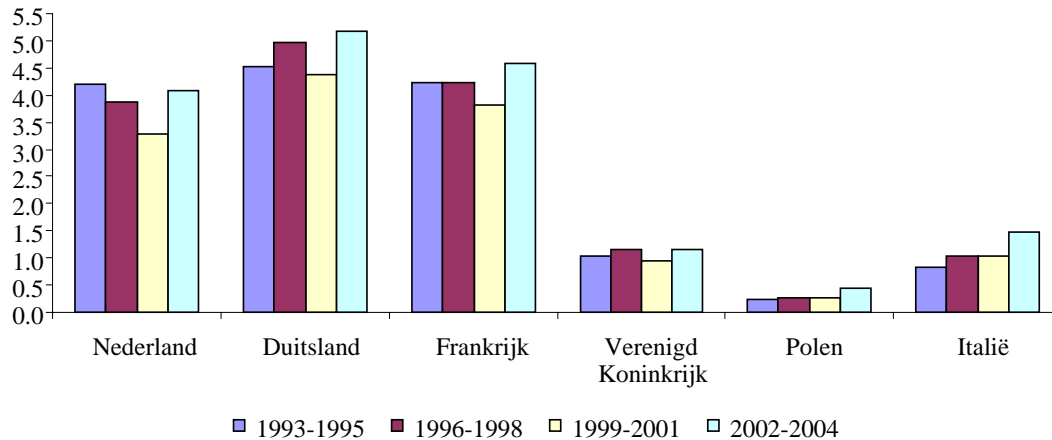


Figuur 4.8 Zelfvoorzieningsgraad van zuivel
Bron: ZMP.

4.3 Positie op de exportmarkt en importmarkt

Hoewel Nederland een relatief hoge zelfvoorzieningsgraad heeft voor zuivel, exporteren Duitsland en Frankrijk voor een hogere waarde zuivelproducten dan Nederland. Dat Nederland een relatief hoge exportwaarde heeft is logisch gegeven de relatief hoge zelfvoorzieningsgraad per inwoner ten opzichte van de andere landen. Duitsland, Frankrijk en Polen hebben onderling een vergelijkbare zelfvoorzieningsgraad, maar Frankrijk en Duitsland hebben een veel hogere exportwaarde dan Polen en een vergelijkbare exportwaarde als Nederland. Hiervoor kunnen vijf mogelijke verklaringen worden gegeven:

- Duitsland en Frankrijk hebben een veel groter absoluut melkquotum waardoor een zelfvoorzieningsgraad van een paar procentpunten een veel grotere hoeveelheid melkproduct vertegenwoordigt;
- exporteren van zuivelproducten levert een groter rendement op dan in de thuismarkt afzetten;
- het lokale aanbod sluit niet aan bij de lokale vraag wat resulteert in hoge importen;
- specialisatie van de zuivelindustrie;
- handel in buitenlandse melkproducten.



Figuur 4.9 Exportwaarde van zuivel
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

Welke van bovenstaande verklaringen het meest voor de hand liggen, zal blijken na analyse van de exportgegevens uitgesplitst naar product en de importen. De melkproductie per inwoner van het Verenigd Koninkrijk en Italië is relatief laag, evenals de zelfvoorzieningsgraad in die landen. Dat vertaalt zich ook in relatief lage exportwaardes van zuivelproducten vanuit deze landen. Toch moet op basis van de gegevens worden geconstateerd dat de zelfvoorzieningsgraad van Nederland van 175 en de exportwaarde van rond de 4 miljard euro zich niet verhoudt tot de zelfvoorzieningsgraad van 70 van Italië en een exportwaarde van meer dan een miljard euro. Wellicht dat de exportgegevens uitgesplitst naar product en de importstatistieken hierin meer duidelijkheid verschaffen.

Uit figuur 4.9 blijkt bovendien dat de exportwaardes van de meeste EU-landen in de zuivelmarkt in de periode 2002-2004 is gestegen, na een daling in de periode 1996-2001. Opvallend zijn de twee trendbreuken in de periode 1996-1998 en in de periode 2002-2003. Alleen bij Italië en Polen is geen sprake van bovengenoemd patroon in de ontwikkeling van de exportwaarde. Beide landen laten sinds 1993 een toename van de exportwaarde zien. Sinds 1993 is hun exportwaarde zelfs meer dan verdubbeld. Hierbij moet echter worden aangetekend dat hun exportwaarde relatief klein is, evenals die van het Verenigd Koninkrijk. Bovendien blijkt dat het verloop van de exportwaarde gelijk is voor Nederland, Frankrijk en Duitsland. De marktontwikkelingen hebben op alle drie de landen dezelfde uitwerking gehad. Alleen in de periode 1996-1998 neemt de exportwaarde van Duitsland toe terwijl die van Nederland en Frankrijk respectievelijk daalt en gelijk blijft.

Uit de uitsplitsing van exportwaarde naar tonnen producten blijkt dat kaas het belangrijkste exportproduct is van Nederland. Het tweede product is melkpoeder, gevolgd door gecondenseerde melk en boter. Lactose is het kleinste exportproduct van Nederland, maar daarvan exporteert Nederland wel het meeste van de onderzochte landen.

Voor Frankrijk is kaas ook het belangrijkste exportproduct, gevolgd door melkpoeder. Consumptiemelk is voor Frankrijk het derde exportproduct. Boter, caseïne en lactose zijn de kleinere exportproducten van Frankrijk.

Duitsland exporteert relatief grote hoeveelheden onbewerkte en verpakte melk en kaas is een goede tweede. Ook voor Polen is kaas het tweede belangrijke exportproduct. Polen exporteert relatief grote hoeveelheden melkpoeder. Het Verenigd Koninkrijk heeft eenzelfde exportprofiel naar product als Polen. Voor Italië is kaas het enige substantiële exportproduct in de zuivelmarkt.

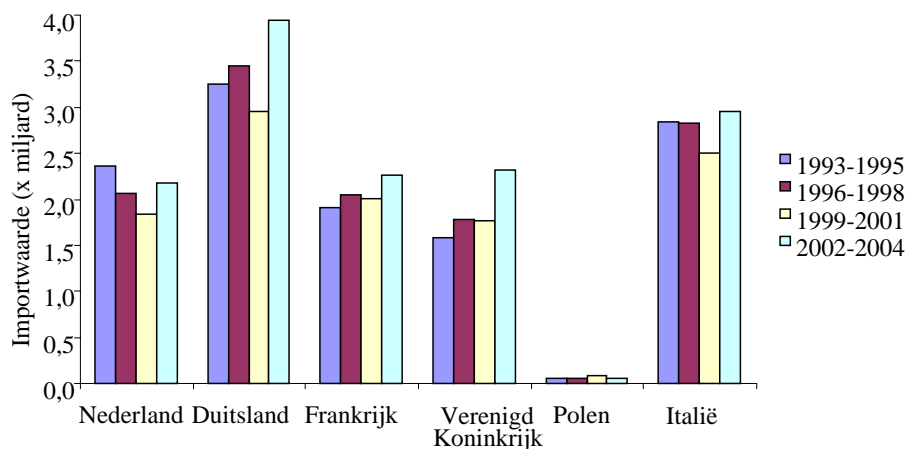
Uit deze uitsplitsing naar producten blijkt dat hoewel sommige landen niet zelfvoorzienend zijn voor kaas, ze toch grote hoeveelheden kaas exporteren. Van de eerder genoemde mogelijke oorzaken blijven er vier over:

- de binnenlandse productie sluit niet aan bij de behoeften;
- export levert meer rendement afzet op dan de binnenlandse markt;
- specialisatie op kaasproductie volgens lokale receptuur;
- handel in buitenlandse melkproducten plaatsvindt.

Gegevens over importen en ketenrendementen kunnen meer inzicht verschaffen over welke van de bovengenoemde drie mogelijke oorzaken het meest voor de hand liggend is. Uit figuur 4.10 blijkt dat Nederland ondanks haar hoge zelfvoorzieningsgraad voor zuivelproducten ook nog een belangrijke importeur is van zuivelproducten. Dit zou kunnen betekenen dat:

- de binnenlandse productie niet aansluit bij de behoeften;
- export meer rendement oplevert dan de binnenlandse markt;
- handel in buitenlandse melkproducten plaatsvindt.

Van het eerste is in ieder geval sprake, gegeven het assortiment in Nederlandse supermarkten en speciaalzaken. Zowel op het gebied van kaas als melk hebben de meeste supermarkten en speciaalzaken ook behoefte aan buitenlandse zuivelproducten in het assortiment. Dit duidt op behoefte aan een breder of dieper assortiment dan dat van Nederlandse zuivelondernemingen. Een belangrijk deel van de importen komt echter niet in het Nederlandse supermarktschap terecht, maar wordt direct doorgevoerd. Naast belangrijke producent is Nederland dus ook een doorvoerland op het gebied van zuivel.



Figuur 4.10 Importwaarde van zuivel
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

Duitsland, Italië, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk laten hoge importwaardes zien. Bij Duitsland en Frankrijk kan dat voor een belangrijk deel worden verklaard door de hoge exportwaardes. Bij Italië en het Verenigd Koninkrijk komt dat door de lage zelfvoorzieningsgraad, gecombineerd met de relatief hoge exportwaardes voor landen die niet zelfvoorzienend zijn.

Analyse van de importwaardes in vergelijking tot de exportwaardes leert dat die nagenoeg hetzelfde patroon volgen in de meeste onderzochte landen. Alleen voor Italië is dat niet het geval: Italië heeft een op zichzelf staande export en import. In alle andere landen zijn ze wel gerelateerd. Voor de landen met een gerelateerde import en export kan dit betekenen dat een deel van de invoer wordt doorgevoerd, maar kan ook betekenen dat in jaren van een dalende export meer aandacht is besteed aan de binnenlandse markt. Op basis van de statistieken lijkt het eerste het geval, want de import en exporthoeveelheden vertonen geen trendbreuken over de jaren.

Mogelijke verklaringen voor de importen in (meer dan) zelfvoorzienende landen zijn:

- het binnenlands aanbod sluit niet aan bij de vraag in het land: de consumenten willen een breder of dieper assortiment dan de plaatselijke bedrijven kunnen bieden;
- het lokale product wordt deels geëxporteerd omdat dat een beter rendement oplevert dan voor de thuismarkt en voor de lokale consumptie worden producten geïmporteerd;
- afnemers vragen om een breder assortiment dan door lokale leveranciers wordt geproduceerd, dus wordt aan klanten een totaalproduct geleverd dat is aangevuld met geïmporteerd product;
- in het land zijn zuivelhandelaren actief die producten doorvoeren.

In deze en de volgende paragrafen zal dit nader worden toegelicht.

Tabel 4.1 Nettohandelsbalans in zuivelproducten (x 1.000 ton)

	Nederland	Duitsland	Frankrijk	Verenigd Koninkrijk	Polen	Italië
Melk	-0,1	130,4	378,8	-	-	-2.205,8
Boter	50,6	-41,1	-64,8	-83,0	34,1	-34,5
Kaas	331,8	248,9	355,7	-255,5	89,9	-172,8
Gecondenseerde melk	13,0	162,6	-4,4	-29,3	8,0	-7,3
Melkpoeder	-21,0	184,9	150,9	19,7	138,1	-124,2
- volle melkpoeder	81,1	23,0	120,6	38,9	27,7	-20,1
- magere melkpoeder	-102,1	161,9	30,3	-19,2	110,4	-104,1
Lactose	56,5	79,0	14,0	-	9,7	-
Caseïne	-	32,5	40,3	-	-	-15,6

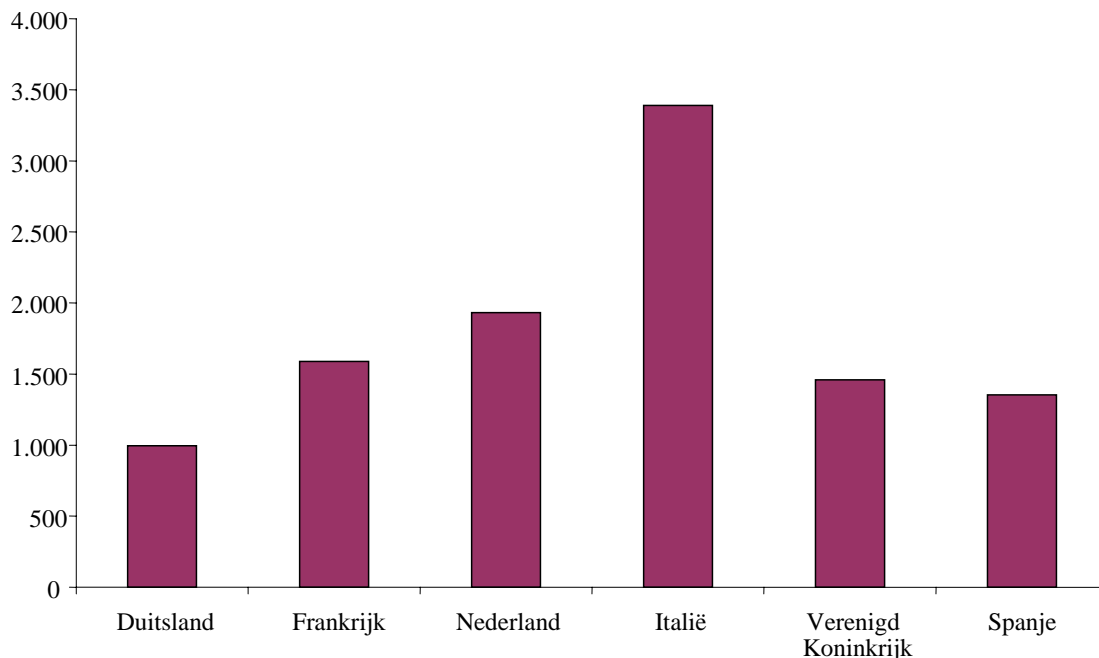
Bron: PZ/ZMP, bewerking LEI.

Uit tabel 4.1 blijkt dat Nederland voor de meeste zuivelproducten netto-exporteur is. Opvallend is dat hoewel Nederland meer dan zelfvoorzienend is en melkpoeder voor Nederland een belangrijk exportproduct is, Nederland voor melkpoeder netto-importeur is. De Nederlandse zuivelindustrie heeft dus een strategische keuze gemaakt om in die markt rela-

tief veel productiemiddelen in te zetten op volle melkpoeder en relatief weinig op magere melkpoeder. Uitgesplitst naar melkpoederproducten blijkt immers dat Nederland alleen voor volle melkpoeder netto-exporteur is. Voor magere melkpoeder is Nederland netto-importeur. De Nederlandse zuivelindustrie heeft strategisch gekozen voor een exportpositie op kaas, boter en lactose. Op die producten is Nederland netto-exporteur. Voor boter is Nederland netto-exporteur in tegenstelling tot de meeste andere onderzochte landen.

Duitsland is, in tegenstelling tot Nederland, geen netto-exporteur van boter. Duitsland is (in volgorde van belang) netto-exporteur van kaas, melkpoeder, gecondenseerde melk, melk, lactose en caseïne. Frankrijk is in volgorde van belang netto-exporteur van kaas en melk en heeft een relatief grote positie in melkpoeder. Het Verenigd Koninkrijk is netto-exporteur van melkpoeder en netto-importeur van alle andere productgroepen.

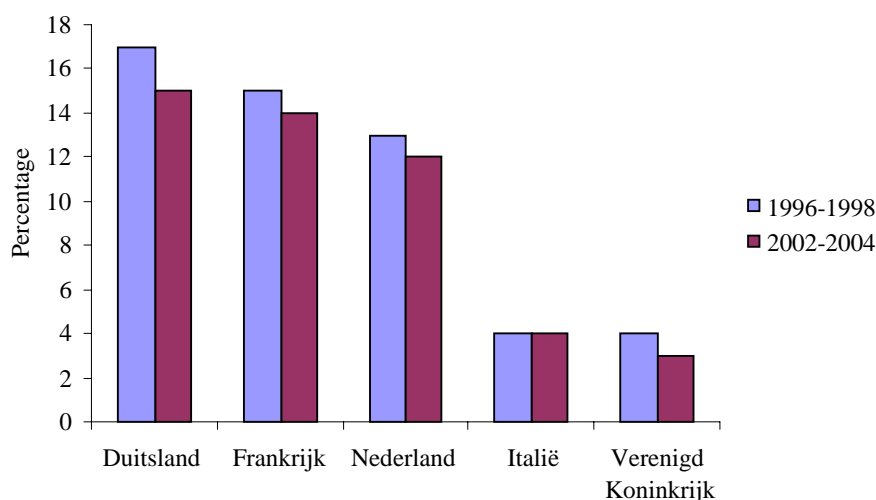
In tabel 4.1 valt op dat Italië ondanks de relatieve hoge exportwaarden voor kaas voor geen enkele productgroep zelfvoorzienend is. De grote hoeveelheden melk die geïmporteerd worden zijn voornamelijk afkomstig uit Duitsland en Frankrijk en Italië exporteert voornamelijk kaas. Doordat Italië alleen maar kaas exporteert is de exportwaarde per geëxporteerde ton van Italië veruit het hoogst van alle onderzochte landen (zie figuur 4.11). Dit doet Italië qua omzet niet onverdienlijk. De exportwaarde die Italië realiseert is afkomstig van de export van ongeveer 230.000 ton kaas. De totale Nederlandse exportwaarde wordt gerealiseerd door twee keer zoveel kaas te exporteren, plus bijna 185.000 ton boter en iets meer dan 210.000 ton melkpoeder en bijna 100.000 ton lactose. Ondanks dat Italië een relatief duur product exporteert, stijgt de waarde van de export (zie figuur 4.8). Dit zou kunnen betekenen dat de exportproducten relatief sterke producten zijn. Hoe dit zich vertaalt in marktaandelen, wordt later in deze paragraaf besproken.



Figuur 4.11 Exportwaarde per ton zuivel (in euro)
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

Nederland is qua exportwaarde per ton van de onderzochte landen de nummer 2. Het verschil met Duitsland is deels te verklaren doordat andere producten worden afgezet. Duitsland exporteert grote hoeveelheden onbewerkte melk naar Italië. Daarbij kan geconcludeerd worden dat Duitsland voor haar exportproducten een lagere prijs weet te realiseren dan Nederland. Duitsland exporteert namelijk bijna 1,5 keer zoveel kaas als Nederland, 1,5 keer zoveel melkpoeder, half zoveel boter en een vergelijkbare hoeveelheid lactose maar realiseert daarmee slechts nipt meer exportwaarde (zie figuur 4.9) en half zoveel exportwaarde per ton (zie figuur 4.11).

De vergelijking met Frankrijk is wat lastiger te maken omdat het exportprofiel van Frankrijk in producten minder overeenkomt met dat van Nederland. Frankrijk exporteert 20% meer kaas (in tonnen), 50% meer melkpoeder 60% minder boter en heel veel onbewerkte en verpakte melk. Betrouwbare exportstatistieken per product moeten hier meer inzicht geven in de concurrentiekracht van Frankrijk ten opzichte van Nederland.



Figuur 4.12 Marktaandeel wereldmarkt export (in waarde, inclusief intra EU-handel)
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

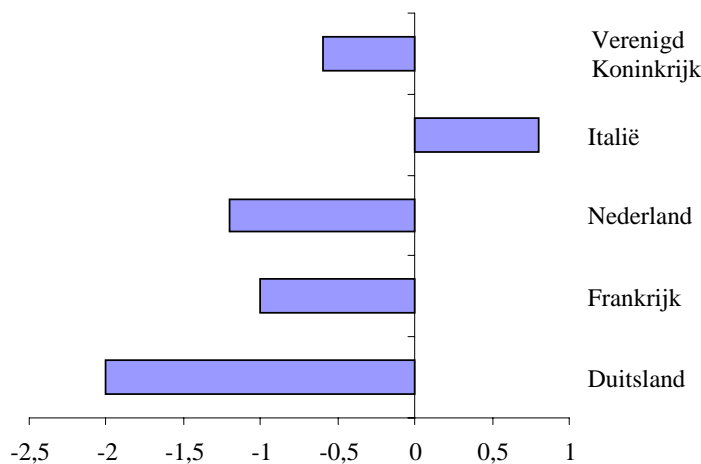
Op basis van deze cijfers kunnen geen uitspraken worden gedaan over het exportrendement per ton. Het kan goed zijn dat het rendement per ton op de producten die Frankrijk en Duitsland exporteren veel hoger is dan op de producten die Nederland exporteert. De rendementen van de ondernemingen die later in dit hoofdstuk worden besproken, kunnen daarin meer inzicht geven.

De onderzochte landen hebben gezamenlijk een belangrijke positie op de wereldmarkt. Gezamenlijk hadden ze tussen 2002 en 2004 een wereldmarktaandeel van bijna 50% (figuur 4.12). Een belangrijk deel van die export is echter intra-EU-handel.

Opvallend is tevens dat de exportwaarde in de periode 1996-1998 voor de meeste landen lager ligt dan de exportwaarde in de periode 2002-2004, maar dat de marktaandelen op de wereldmarkt in die periode hoger lagen dan in de periode 2002-2004. Dat betekent dat de wereldhandel in zuivelproducten in die periode is toegenomen, maar dat de Europese landen een kleiner deel van die marktgroei hebben kunnen benutten dan de landen bui-

ten Europa. Dit is deels te verklaren doordat in Europa sprake is van een gereguleerde productie door de quotering. Europese landen kunnen hun productie niet laten toenemen bij succes in de markt omdat de productie per land vaststaat. Van deze groeiende vraag op de wereldmarkt kunnen landen zonder quotering zoals de Verenigde Staten, Nieuw-Zeeland en Australië wel profiteren.

Van de onderzochte landen heeft alleen Italië haar positie op de wereldmarkt weten te handhaven (figuur 4.13). Duitsland heeft het meeste marktaandeel verloren, gevolgd door Nederland en Frankrijk. Hieruit blijkt dat ondanks dat Italië niet zelfvoorzienend is en duurdere producten exporteert, dit land wel een solide positie in de wereldmarkt heeft. Toch kan niet geconcludeerd worden dat Nederland dit verloren heeft aan Italië. Italië is alleen op kaas een potentiële concurrent van Nederland, maar zit in een ander prijssegment en biedt geen vergelijkbaar product. Het is eerder te verwachten dat Nederland in de kaasmarkt concurrentie heeft ondervonden van Duitsland, omdat Duitsland een vergelijkbaar product biedt voor een lagere prijs, gegeven de relaties tussen exportwaarde en afzethoeveelheden van Duitsland. Op basis van exportstatistieken lijkt Duitsland onze belangrijkste afnemer, en dus ook onze belangrijkste concurrent. Daarnaast heeft Nederland in de poedermarkt concurrentie ondervonden van Frankrijk en Duitsland en van andere wereldmarktspelers.



Figuur 4.13 Groei in het wereldmarktaandeel netto-export tussen 1996-1998 en 2002-2004
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

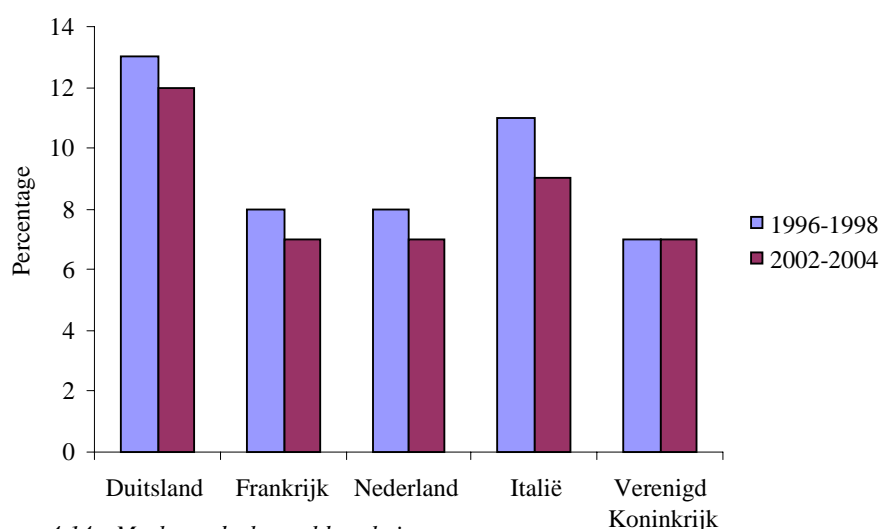
Het belangrijkste deel van de import van de Europese landen is intra-EU-handel. In figuur 4.14 zijn de importaandelen van de onderzochte landen weergegeven. Gezamenlijk hebben ze een importaandeel van 42%. Naast belangrijke exportproducten zijn boter en kaas ook belangrijke importproducten. Met uitzondering van Italië, exporteren en importeren alle onderzochte landen zowel kaas als boter.

Nederland importeert alle producten die het ook exporteert, met uitzondering van lactose; dat wordt alleen geëxporteerd. Duitsland importeert naast kaas en boter, alleen magere melkpoeder en melk. Frankrijk importeert zelfs nog een beperkter assortiment pro-

ducten volgens de statistieken: naast kaas en boter alleen magere melkpoeder. Verenigd Koninkrijk heeft nog een beperkter importassortiment; het importeert alleen kaas en boter. Ook Polen laat op de meeste productgroepen die het invoert heel kleine importen zien, maar die zijn verwaarloosbaar in relatie tot de importen in andere landen zoals bijvoorbeeld Italië. Italië heeft precies het omgekeerde patroon van het Verenigd Koninkrijk; het importeert alle zuivelproducten en exporteert alleen kaas.

Kaas blijkt het meest verhandelde zuivelproduct te zijn van de Europese zuivelindustrie. Italië is de belangrijkste importeur van kaas, gevolgd door Duitsland. Nederland is de vierde importeur van kaas net na het Verenigd Koninkrijk; de nummer drie van de onderzochte landen.

Nederland is veruit de grootste importeur van melkpoeder, op afstand gevolgd door Italië. Frankrijk en Duitsland zijn netto-exporteur en importeren ook nauwelijks melkpoeder. Deze landen importeren alleen een kleine hoeveelheid mager melkpoeder.



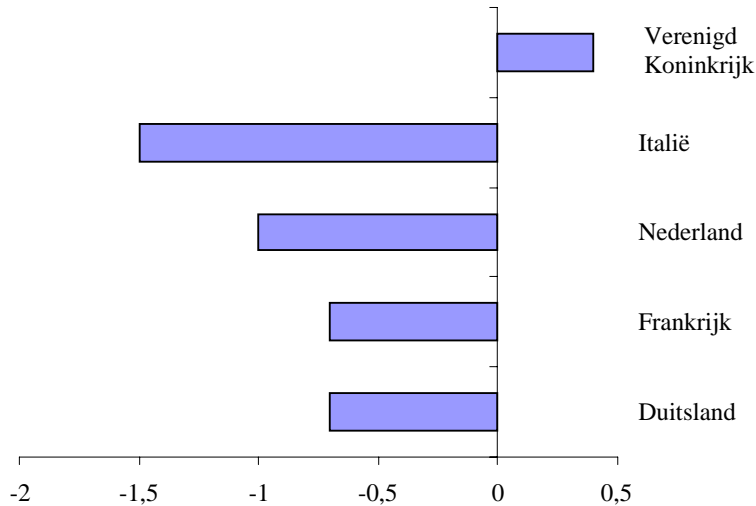
Figuur 4.14 Marktaandeel wereldmarkt import
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

Zoals eerder aangegeven is Italië op nagenoeg alle productgroepen netto-importeur. Uit figuur 4.15 blijkt dat Italië haar importaandeel echter sterk heeft teruggedrongen in de afgelopen 10 jaar. Dit ondanks een groei van de exportwaarde en het export marktaandeel. Dat betekent een versterking van de positie van de Italiaanse zuivelindustrie op de thuismarkt in desbetreffende periode en handhaving van de positie op de exportmarkt.

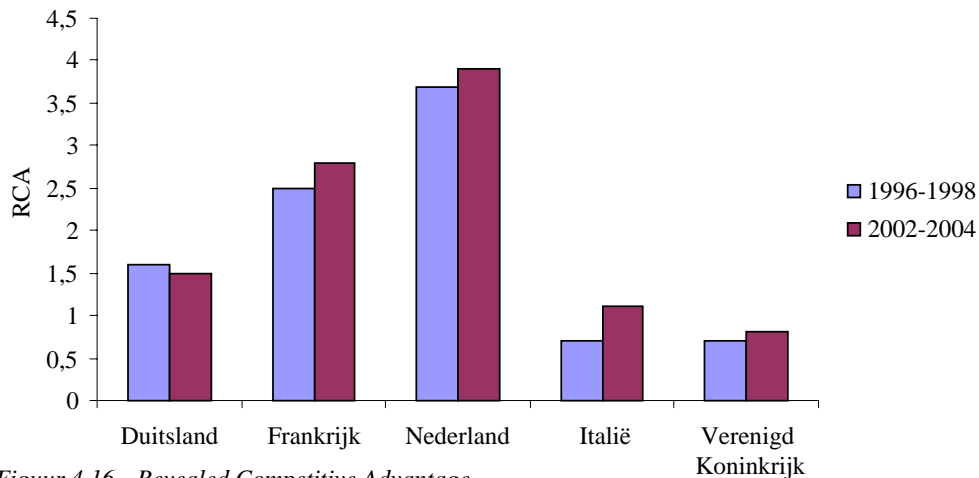
Nederland heeft 1% minder heeft geïmporteerd tussen 2002 en 2004 dan in de periode 1996-1998. Ook in Frankrijk en Duitsland was dat het geval. In het Verenigd Koninkrijk bleef het importaandeel gelijk.

Import en de export lijken in Nederland met elkaar verbonden te zijn. In Duitsland is dat veel minder het geval; in de exportmarkt wordt over dezelfde periode 2% ingeleverd, terwijl de importmarkt met slechts 0,75% krimpt. In Frankrijk is de krimp in de importmarkt ook iets kleiner dan in de exportmarkt.

Dat Italië haar positie op de kaasmarkt relatief sterk verbeterd heeft, blijkt ook uit de Balassa index van dat land (zie figuur 4.16). Met de Balassa-index (ook wel Revealed Competitive Advantage) wordt het concurrentievoordeel gemeten ten opzichte van andere landen op de wereldmarkt. De Balassa-index is een indicator voor de specialisatiegraad van een sector. Het idee is dat, als een land zich specialiseert in de export van een bepaald produkt, het dan met de concurrentiekracht wel goed zit. Figuur 4.16 laat zien dat voor alle landen geldt dat de index is gestegen in 2002-2004 ten opzichte van 1996-1998. Volgens dit criterium is Nederland het land met de sterkste specialisatiegraad en die is bovendien nog verbeterd ook. Italië en het Verenigd Koninkrijk hebben de laagste specialisatiegraad, maar die van Italië is het sterkst verbeterd.



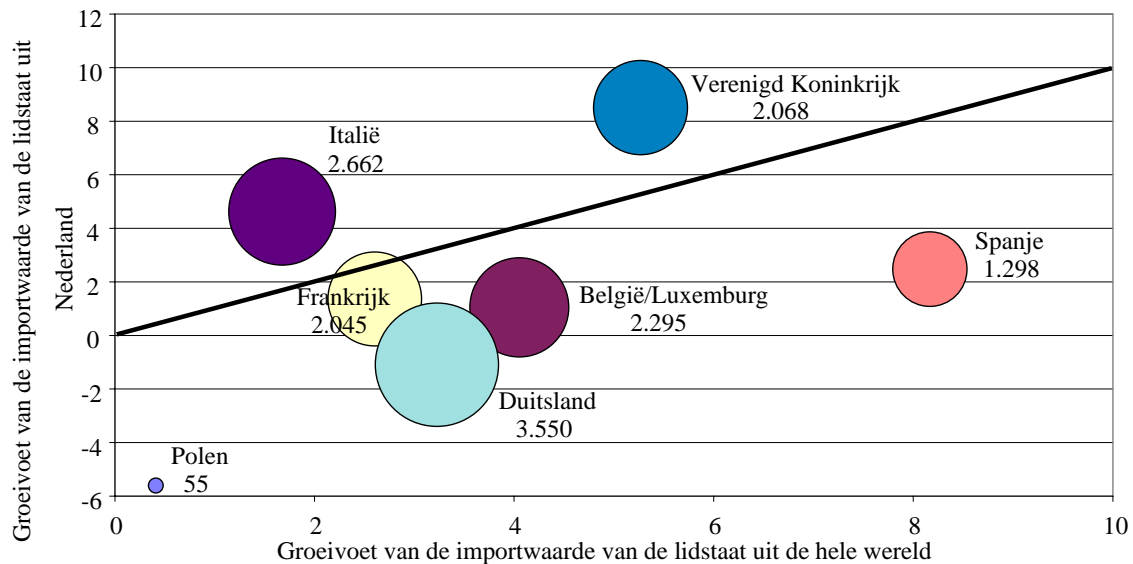
Figuur 4.15 Groei in het wereldmarktaandeel import tussen 1996-1998 en 2002-2004
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).



Figuur 4.16 Revealed Competitive Advantage
Bron: ITC/WTO-data (PCTAS).

Concluderend kan worden gesteld dat Nederland een goede positie heeft op de exportmarkt. Wel heeft Nederland meer exportmarktaandeel prijs moeten geven dan Frankrijk. Duitsland heeft ondanks een stijging van de exportwaarde het meeste wereldmarktaandeel prijs moeten geven. In Nederland is de daling in het exportaandeel in overeenstemming met de daling van het importaandeel. In Duitsland en Frankrijk is dat niet het geval; daar is de importdaling kleiner dan de exportdaling.

Hoe presteert Nederland als exporteur naar de geselecteerde landen? In de melkpoedermarkt ondervinden de Europese landen veel concurrentie van de Verenigde Staten, Nieuw-Zeeland en Australië. Deze landen kunnen zich op kostprijs en productkwaliteit gemakkelijk meten met Europa. Deze landen zijn echter niet opgenomen in het onderzoek. Op het gebied van kaas maken de meeste landen een landspecifiek product hoewel de kaasproductiekennis ook steeds meer internationaliseert en de grote multinationals vaak meerdere kaasproducten voeren. Binnen de EU zijn de echte landspecifieke kazen beschermd, maar de grotere kaassoorten als Gouda en Cheddar niet. Deze worden dan ook wereldwijd gemaakt.



Figuur 4.17 Export portfolio van de Nederlandse zuivelsector in de jaren 2002-2004 ten opzichte van 1996-1998

Figuur 4.17 geeft de positie van Nederland in de belangrijkste exportmarkten weer. De groei is gebaseerd op gemiddelde waarden van de jaren 1996-1998 en 2002-2004. In de marktportfolioanalyse wordt de positie op de afzetmarkten bepaald en in welke mate Nederland erin is geslaagd haar positie ten opzichte van de concurrenten te behouden. De veranderingen van de importen vanuit Nederland worden vergeleken met de totale importen van een specifieke groep producten in dat land. Het marktaandeel groeit als de groei van de import uit Nederland *groter* is dan de groei van de totale importen, of wanneer de

importen *minder* krimpen dan de totale krimp van de importen. Het marktaandeel krimpt als de groei van de import uit Nederland *lager* is dan de groei van de totale importen, of wanneer de importen *meer* krimpen dan de gemiddelde krimp vanuit andere landen. Om toevallige fluctuaties te dempen zijn gemiddelden van drie jaar genomen. Het gemiddelde van 1996 tot en met 1998 wordt vergeleken met dat van 2002 tot en met 2004. De grootte van de bollen geeft aan hoeveel Nederland exporteert naar een land; des te groter de bol, des te meer wordt geëxporteerd naar het specifieke land. Tevens zijn de exportwaardes naar die landen onder de landennamen vermeld (in mln. euro).

Uit figuur 4.17 blijkt dat de totale import van zuivelproducten op de wereldmarkt is gegroeid in de onderzochte landen, omdat de meeste bollen boven de 0-procentlijn liggen. Als Nederland optimaal had geprofiteerd van groeiende importen hadden alle bollen boven de zwarte 45 graden lijn gelegen. Dat is echter niet het geval. Alleen in de export naar het Verenigd Koninkrijk en Italië ligt de export van Nederland daarboven.

De importen door Duitsland vanuit de hele wereld groeiden jaarlijks gemiddeld 3,25%, maar de invoer van zuivelproducten uit Nederland daalde met tussen 0,5% en 1,0%. Naast dat de export uit Nederland daalt, verliest Nederland dus ook marktaandeel op de Duitse markt: de groei bij de concurrenten is groter dan de groei van de import. In de Franse markt wint Nederland weliswaar marktaandeel, maar de groei van het marktaandeel is niet zo groot als de groei van de Franse importmarkt. Hetzelfde geldt voor de export naar België en Luxemburg en Spanje. Nederland verliest dus marktaandeel in de landen die onder de 45 graden lijn liggen.

Nederland wint marktaandeel in het Verenigd Koninkrijk en in Italië. In totaal verliest Nederland toch positie in de geselecteerde landen. Nederland scoort relatief slecht voor de export naar de meeste van genoemde landen. De belangrijkste groeiers in deze landen zijn Frankrijk en Italië. Ook Denemarken/Zweden (Arla) kan in deze landen een belangrijke groeier zijn geweest.

Dit nettoverlies op de wereldmarkt hoeft niet ten koste te zijn gegaan van de Nederlandse sector. Het kan zijn dat Nederland als handelsland in zuivel positie heeft verloren, maar dat het ketenrendement van de Nederlandse sector is verbeterd. In de volgende paragrafen wordt dit specifiek uitgewerkt aan de hand van beschikbare statistieken.

4.4. Zuivelketen

In de Nederlandse zuivelketen zijn de volgende partijen actief:

- melkveehouders;
- zuivelindustrie;
- zuivelhandelaren
- retail.

De partijen in de zuivelketen worden hieronder nader beschreven.

4.4.1 Retail

In 2005 werd in Nederland 1.566 mln. euro besteed aan zuivelproducten en eieren (bron: HBD). In de afzet van zuivelproducten voor huishoudelijk verbruik zijn de supermarkten

marktleider. Met een omzet van 1.227 mln. euro hebben de supermarkten een marktaandeel van 78%. Tweede partij in de afzet van zuivelproducten is de ambulante handel met een omzet van 164 mln. euro en een marktaandeel van 11%, gevolgd door de speciaalzaak met een omzet van 56 mln. euro en een marktaandeel van 4%. De overige 7% is omzet direct af boerderij en omzet in andere winkels.

De supermarkten zijn dus een belangrijk afzetkanaal voor de Nederlandse zuivelketen. Door samenwerking en overnames is deze positie in de afgelopen jaren alleen maar versterkt. Ook in andere landen is er sprake geweest van een machtsverschuiving in de keten richting de supermarkten en is het marktaandeel van traditionele en gespecialiseerde retailers sterk gedaald. Dit is in alle landen van de EU waarneembaar, zij het in verschillende mate (tabel 4.2).

Tabel 4.2 Marktaandeel van de top 5 supermarkten

Land	1993	1996	2000	2004
Oostenrijk	54	59	68	76
België	60	62	66	77
Denemarken	54	59	76	76
Duitsland	45	45	61	65
Frankrijk	48	51	61	69
Griekenland	11	28	38	46
Ierland	62	64	54	79
Italië	11	12	25	41
Nederland	52	50	68	66
Portugal	36	56	52	68
Spanje	22	32	50	79
Verenigd Koninkrijk	70	73	80 a)	84
Verenigde Staten	-	26	38	-

a) data uit 1999.

Bron: Bush en Bain (2004); Planet Retail (2004).

Als wereldwijd de top 25 van retailers en de landen waarin zij actief zijn wordt geanalyseerd, valt de snelheid op waarmee markten als Spanje en Portugal, tot voor kort nog zeer gefragmenteerd, consolideren als gevolg van uitbreiding door multinationale retailers. Dit blijkt ook uit tabel 4.2: de vijf grootste retailers hebben in Spanje bijna 80% van de markt en in Portugal heeft de top 5 bijna 70% van de markt. Ook de expansie van de leidende retailers richting Oost-Europese landen heeft effect in landen als Polen, Tsjechië en Hongarije. In 1991 waren er 28 Engelse, Nederlandse, Franse, Duitse en Italiaanse retailorganisaties actief in Oost-Europese markten, in 1994 is dit aantal al gestegen tot 108 (waarvan meer dan de helft Duits) (CIG). Volgens de Rabobank (2001) zullen in de nabije toekomst 10 tot 15 supermarktketens het Europese retail speelveld domineren.

Ondanks de vele vergelijkbare ontwikkelingen die de meeste Europese landen ondergaan hebben, zijn er ook substantiële verschillen tussen de landen. Deze komen bijvoorbeeld tot uiting in het koopgedrag van consumenten (full service versus discount) en de institutionele structuur. In sommige landen, bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk, wordt de markt gecontroleerd door een handvol *integrated store groups* terwijl in andere

landen, bijvoorbeeld Frankrijk, inkooporganisaties dominant zijn. In Griekenland en Italië zijn de markten nog relatief ongeconcentreerd. Onafhankelijke retailers zijn hier dominant.

Binnen de EU worden de meeste consumentenuitgaven op het gebied van voedsel gedaan in drie grote markten: die van Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Circa 74 procent van de uitgaven aan voedsel in de EU aan het einde van de jaren negentig vindt in deze landen en Italië, de vierde markt, plaats. Binnen deze markten bestaan echter maar weinig koppelingen tussen de retailers (Wrigley, 2002). In al deze markten is de afgelopen jaren wel sprake geweest van aanzienlijk concentratie. Vooral in Frankrijk is sprake van een snelle groei van hypermarktorganisaties. Dergelijke organisaties hebben eveneens voet aan wal gezet in andere Europese landen, bijvoorbeeld in Spanje. In het Verenigd Koninkrijk is het private-labelconcept het meest ontwikkeld alsook de nadruk op one-stop shopping en het full-serviceconcept. In Duitsland is het marktaandeel van discounters hoog. Italië is, evenals bijvoorbeeld Spanje en Griekenland, een voorbeeld van een land met meer traditionele retailers en een lagere concentratie, hoewel dat laatste momenteel sterk lijkt te veranderen.

Ondanks de genoemde verschillen lijkt het er op dat de specifieke kenmerken van nationale retailmarkten uitgehold gaan worden. Verschillen blijven bestaan, met name op het gebied van koopgedrag van consumenten en bestaande institutionele structuur. Maar er is een duidelijke convergentie. Food retail lijkt in toenemende mate uiteen te vallen tussen grote hypermarkt-retailers enerzijds en de *small convenience* en discount-retailers anderzijds; het aantal tussengelegen supermarktketens en ongeorganiseerde onafhankelijke retailers zal afnemen. Dit consolidatieproces is nog niet ten einde en uiteindelijk zullen bijna alle EU-landen een hoge mate van retailconcentratie laten zien. Aldus is het niet ondenkbaar dat op enig moment in de toekomst retailers (of inkooporganisaties) zich voor hun inkoop gaan wenden tot EU-breed georiënteerde producenten. Terwijl retailmarkten vanuit een consumentenperspectief lokaal georiënteerd zullen blijven (met een regio gekenmerkt door een consumentenreistijd van 20 minuten), zal aan de inkoopzijde de markt dan het gehele continent omvatten.

Voor de zuivelindustrie in de verschillende landen betekent dit dat ze met steeds minder retailorganisaties te maken krijgen en dat ze hun posities in de belangrijkste formules overeind moeten houden. Als een retailer als klant wegvalt, zal dit grote consequenties hebben voor de afzet van het product van een zuivelonderneming. De zuivelondernemingen hebben al op de concentratie van retailers gereageerd door zelf ook te concentreren en/of samenwerken. Toch zal de keten waakzaam moeten blijven om de positie bij bestaande klanten overeind te houden.

4.4.2 Verwerkende bedrijven

De grootste Nederlandse zuivelondernemingen behoren tot de wereldtop in de zuivelmarkt (zie tabel 4.3). De twee grootste Nederlandse zuivelondernemingen Friesland Foods en Campina bezetten in 2004 respectievelijk de tiende en de dertiende plaats op de wereldranglijst van zuivelondernemingen. Tevens bezette de zuivelpoot van het Brits/Nederlandse voedingsmiddelenconcern Unilever in 2004 de negende plaats op de wereldranglijst.

Het hoge aantal zuivelverwerkers in Italië (tabel 4.4) is toe te schrijven aan het feit dat ook kleine coöperaties als zuivelondernemingen zijn aangemerkt in de statistieken. Zoals uit tabel 4.3 blijkt staat alleen Parmalat op de wereldranglijst in de top 15. Dan volgen twee ondernemingen die vergelijkbaar zijn met de middelgrote ondernemingen in Nederland en daarna volgen een heleboel hele kleine ondernemingen. In Italië zit de meeste fluctuatie in het aantal ondernemingen. Dit komt deels door fusies en overnames, maar vooral door het aantal kleine coöperaties dat wordt opgestart of opgeheven.

Tabel 4.3 Top-15 wereldranglijst zuivelondernemingen, naar omzet in 2004

Positie 2004	Positie 1992	Bedrijf	Coöperatie of niet (Investor Owned Firm, IOF)	Land van herkomst	Zuivel omzet in miljard € (2004)
1	1	Nestlé	IOF	Zwitserland	14,7
2	-	Dean Foods	IOF	Verenigde Staten	7,0
3	16	Dairy Farmers of America	Coöperatie	Verenigde Staten	6,8
4	4	Danone	IOF	Frankrijk	6,5
5	12	Arla Foods	Coöperatie	Denemarken/Zweden	6,4
6	-	Fonterra	Coöperatie	Nieuw-Zeeland	6,3
7	13	Lactalis	IOF	Frankrijk	5,7
8	2	Kraft Foods	IOF	Verenigde Staten	5,0
9	11	Unilever	IOF	Nederland/ Verenigd Koninkrijk	4,8
10	10, 15	Royal Friesland Foods	Coöperatie	Nederland	4,3
11	19	Bongrain	IOF	Frankrijk	4,1
12	8	Meiji	IOF	Japan	3,7
13	6	Campina	Coöperatie	Nederland	3,6
14	9	Morinaga Milk Industry	IOF	Japan	3,3
15	-	Parmalat	IOF	Italië	3,3

Bron: Rabobank International, lijst naar zuivelomzet in miljard euro, 2004 en fusies en overnames in 2005.

Nederland telt relatief weinig zuivelverwerkers. De Nederlandse zuivelketen wordt gekenmerkt door grotere ondernemingen die gespecialiseerd zijn in verwerking. Ook telt Nederland relatief weinig zelfkazers ten opzichte van andere landen. Campina en Friesland Foods domineren de Nederlandse zuivelverwerking. Vervolgens volgen een aantal middelgrote ondernemingen.

De concentratie is in Duitsland lager dan in Nederland. De grootste drie zuivelondernemingen (Humana, Theo Miller en Nordmilch) zijn kleiner dan de Nederlandse qua omzet en dan volgen een aantal middelgrote ondernemingen.

In Frankrijk neemt de top zes van zuivelondernemingen een groot deel van de verwerking voor haar rekening. Daarnaast kent het land veel kleine ondernemingen, die vooral gericht zijn op de lokale markt en het lokale product. In het internationale krachtenveld spelen dergelijke ondernemingen niet of nauwelijks een rol.

Tabel 4.4 Aantal zuivelondernemingen per land a)

Duitsland	194
Frankrijk	652
Italië	1.318
Nederland	66
Polen	187
Verenigd Koninkrijk	276

Bron: Amadeus.

a) Dit is het aantal ondernemingen met NACE-code 1551 (operation of dairies and cheese making) als primaire code; er is *niet* gecorrigeerd voor dubbeltelling (zowel moeder- als dochterondernemingen kunnen zijn opgenomen).

Polen is over de gehele linie genomen nog kleinschaliger dan de overige landen. De koplopers in dit land zijn kleine zuivelondernemingen, die ongeveer 10% van de omzet draaien van Campina of Friesland Foods. Dit land komt echter wel in beeld bij de multinationals, dus het beeld zal de komende jaren drastisch veranderen.

Nederland telt naast de grote zuivelondernemingen nog ongeveer 500 zelfkazers; primaire ondernemers die zelf melk verwerken. Ook in Duitsland, Frankrijk en Italië komt dit relatief veel voor. Exacte cijfers zijn echter niet voorhanden.

Op basis van de groeistatistieken van het aantal ondernemingen, blijkt dat in Italië het aantal melkveebedrijven dat zelf zuivel is gaan verwerken vooral een groei heeft doorgemaakt tussen 1996 en 2002. Dit zijn voornamelijk kleine coöperaties. In Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Polen was voornamelijk sprake van een afname van het aantal verwerkende ondernemingen.

Qua productiviteit per werknemer zijn geen betrouwbare statistieken voorhanden van de onderzochte landen. Bij Eurostat zijn geen gegevens beschikbaar van de grote ondernemingen en in Amadeus is het beeld ook vertekend over de landen. Uit gegevens van de grote Nederlandse ondernemingen is wel bekend dat de werkgelegenheid tussen 1995 en 2000 sterk is teruggelopen, maar in de afgelopen jaren (sinds 2005) nagenoeg gelijk is gebleven.

Het lijkt er op dat in de Zuid-Europese landen steeds meer melkveebedrijven boerderijproducten en streekproducten gaan produceren en daar blijkbaar ook succesvol in zijn, gegeven de groei van het werknemersbestand. Deze producenten maken hoofdzakelijk producten voor de lokale markt.

In de West-Europese markt is deze tendens minder manifest aanwezig. Daar is de zuivelverwerking hoofdzakelijk geconcentreerd bij de multinationals die op de Europese en wereldmarkt opereren (bron: PCTAS).

In tabel 4.5 is het percentage personeelskosten van de productiekosten weergegeven. Daaruit blijkt dat het aandeel arbeidskosten nagenoeg gelijk is in Polen, Nederland en Duitsland. In Polen waren ze in 2005 relatief het gunstigst, maar daarbij moet worden aangetekend dat de loonkosten sinds de toetreding in de EU in Polen zijn gestegen (zie hoofdstuk 3), ook als gevolg van de inflatie. In het Verenigd Koninkrijk zijn de loonkosten relatief het hoogst in relatie tot de omzet. Bovendien zijn de loonkosten in het Verenigd Koninkrijk in relatie tot de omzet het meest fluctuerend van alle landen. Dit kan te maken hebben met wijzigingen in de statistische grondslag.

Tabel 4.5 Aandeel personeelskosten in omzet, alle verwerkende bedrijven, gewogen (in %) a)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Duitsland	7,1	7,0	6,8	6,2	6,3	7,2	6,9	6,8	6,4	6,9	7,1
Frankrijk	9,0	9,6	9,4	9,0	9,2	9,1	8,8	8,9	9,0	9,2	9,3
Italië	5,9	7,0	7,6	7,7	8,0	7,8	7,7	8,0	7,4	8,0	6,1
Nederland	5,2	6,1	5,7	6,4	6,5	5,8	5,9	6,6	7,0	6,7	--
Polen	7,3	6,7	4,5	5,2	7,4	6,6	6,8	7,3	7,0	6,0	--
Verenigd Koninkrijk	8,1	8,2	10,9	10,0	12,0	13,3	12,3	12,3	9,3	11,8	11,1

Bron: Amadeus.

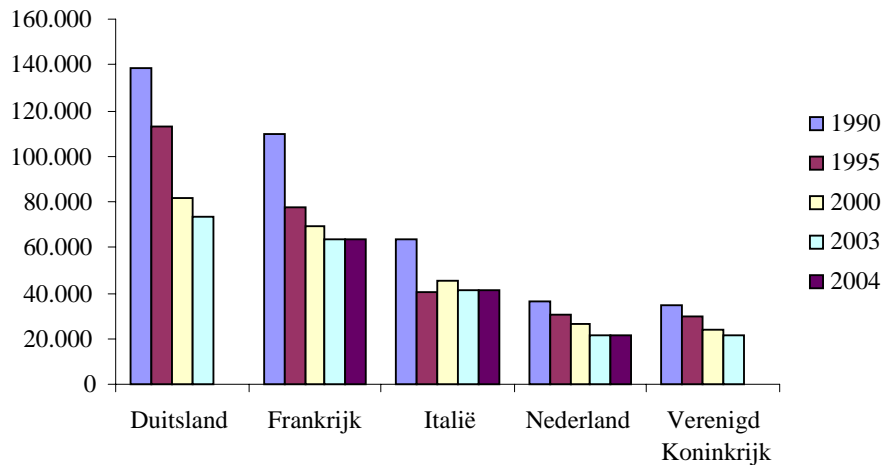
a) Er is *niet* gecorrigeerd voor dubbel telling (Amadeus bevat zowel moeder- als dochterondernemingen); er heeft weging plaatsgevonden doordat de totale personeelskosten zijn gedeeld door de totale omzet; alleen de gegevens van bedrijven waarvan zowel de personeelskosten als de omzet bekend zijn, zijn bij de berekeningen meegenomen.

Kortom, in de onderzochte Zuid-Europese landen verwerken relatief veel melkveehouders zelf of in kleine coöperaties hun melk. In de West-Europese landen komt dit veel minder voor. Deze zijn vooral actief zijn op de binnenlandse markt en hebben in het licht van internationale concurrentieverhoudingen niet veel invloed. Wel kunnen deze kleine zelfkazers invloed hebben op de innovatiekracht van de zuivelindustrie in een land. Om zich te onderscheiden van de grote zuivelondernemingen, zullen deze ondernemingen genoodzaakt zijn onderscheidende producten te ontwikkelen. In andere sectoren blijkt dat kleine bedrijven hier soms veel krachtiger in kunnen zijn dan grote ondernemingen. Alleen kunnen deze kleine bedrijven niet de schaalvoordelen behalen die grote ondernemingen wel kunnen realiseren. In de biochemische industrie is het daardoor gebruikelijk dat kleine succesvolle producten bij gebleken succes worden overgenomen door grote ondernemingen. Ook in de zuivelindustrie is dit in het verleden gebeurd en zal dit in de toekomst mogelijk ook het geval blijven. Scanning van nieuwe producten in die landen met veel zelfverwerkers en kleine coöperaties kan vanuit innovatief oogpunt heel zinvol zijn.

De Nederlandse verwerkende industrie is relatief geconcentreerd in vergelijking met de verwerkende industrie in andere landen. Over rendementen in de zuivelsector zijn geen betrouwbare statistieken beschikbaar, dus die zijn niet weergegeven. Qua loonkosten in relatie tot de omzet scoort Nederland echter gunstig ten opzichte van andere landen. De werkgelegenheid is in de afgelopen jaren stabiel gebleven. Over het algemeen kan worden gesteld dat de zuivelindustrie in de onderzochte landen zich steeds meer concentreert. Dat is enerzijds een reactie op de concentratie van de supermarktketens en anderzijds het gevolg van de drang om schaalvoordelen en innovatieruimte te creëren.

4.4.3 Melkveebedrijven

De Nederlandse primaire sector bestaat vooral uit melkveehouders met een gezinsbedrijf. In de afgelopen jaren is het aantal melkveebedrijven gedaald; tussen 1990 en 2004 is het aantal bedrijven bijna gehalveerd. Dat geldt ook voor de ons omringende landen, met uitzondering van Italië (zie figuur 4.18).



Figuur 4.18 Aantal gespecialiseerde primaire ondernemingen in de melkveehouderij¹
Bron: FADN.

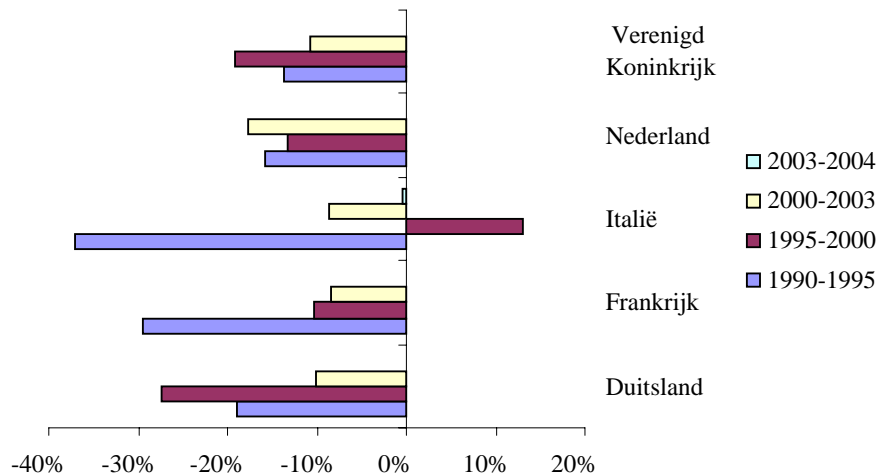
Binnen Europa tellen Frankrijk en Duitsland de meeste melkveebedrijven, maar die landen hebben ook het hoogste melkquotum. Als het aantal gespecialiseerde bedrijven wordt omgerekend naar het quotum dat die landen hebben, behoren de bedrijven tot de middenmoot. Het Verenigd Koninkrijk heeft van de onderzochte landen gemiddeld genomen de grootste gespecialiseerde zuivelbedrijven, gevolgd door Nederland. Het Verenigd Koninkrijk telt iets minder gespecialiseerde melkveebedrijven dan Nederland.

Frankrijk, Duitsland en Italië kennen relatief weinig gespecialiseerde melkveebedrijven in relatie tot Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Het aantal gespecialiseerde melkveebedrijven in de EU is in de afgelopen jaren enorm afgenomen. De oorzaak hiervan moet meer gevonden worden in schaalvergroting dan in verbreding van de activiteiten. Hoewel beide tendensen zichtbaar zijn. De afname van het aantal melkveebedrijven tussen 1990 en 2004 in Nederland is overeenkomstig die in de andere onderzochte EU-landen. In figuur 4.19 is deze afname in kaart gebracht.

Uit figuur 4.19 blijkt dat qua afname van het aantal melkveebedrijven Nederland en Frankrijk in de middenmoot zitten. In het Verenigd Koninkrijk en Duitsland is de afname procentueel aanmerkelijk groter. In Italië is het aantal melkveebedrijven gemiddeld minder gedaald.

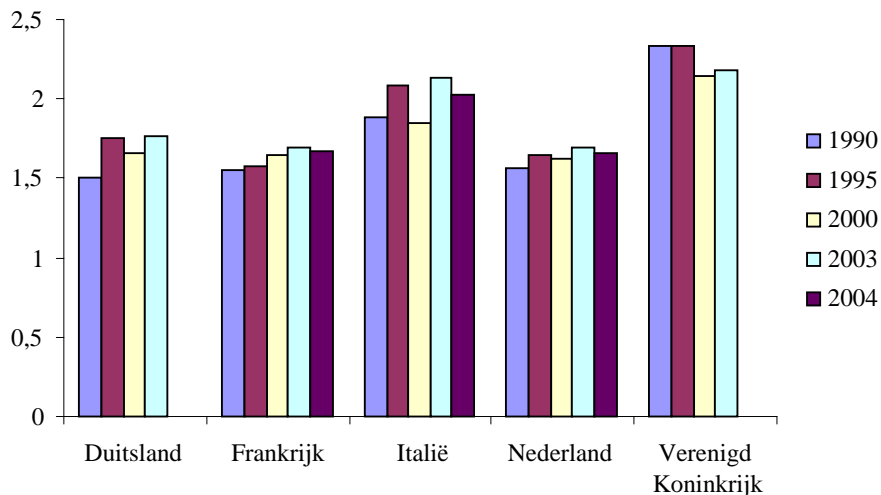
Gegevens uit het Farm accountancy data network (FADN) laten zien dat er vrij grote verschillen tussen de landen en over de jaren zijn in de gemiddelde omzet van de gespecialiseerde melkveebedrijven. Vanaf 2000 ligt de omzet van Duitse, Franse en Italiaanse gespecialiseerde melkveebedrijven ongeveer op een lijn. De omzet van Nederlandse melkveebedrijven ligt daar een derde tot de helft boven. De omzet van Britse bedrijven ligt weer de helft hoger dan die van Nederlandse bedrijven.

¹ Definitie zie bijlage.



Figuur 4.19 Groei aantal ondernemingen, gemiddeld per jaar
Bron: Eurostat.

Een deel van de verschillen tussen de landen kan verklaard worden uit de gemiddelde grootte van de bedrijven. De gemiddelde bedrijfsgrootte in Duitsland, Frankrijk en Italië is de helft tot twee derde van die in Nederland. Tevens kan een deel van de verschillen over de jaren worden verklaard door fluctuaties in de melkprijs. Toch zijn bovenstaande omzetverhoudingen niet helemaal overeenkomstig de verwachtingen. De representatieve zuivelbedrijven voor de sector in Duitsland en Frankrijk zijn wellicht gemengde bedrijven met akkerbouw waardoor ze niet in de statistieken naar voren komen. De verhouding tussen Nederland en het Verenigd Koninkrijk is wel conform werkelijkheid (zie ook figuur 4.26). Wel is duidelijk dat in alle landen sprake is van schaalvergroting.



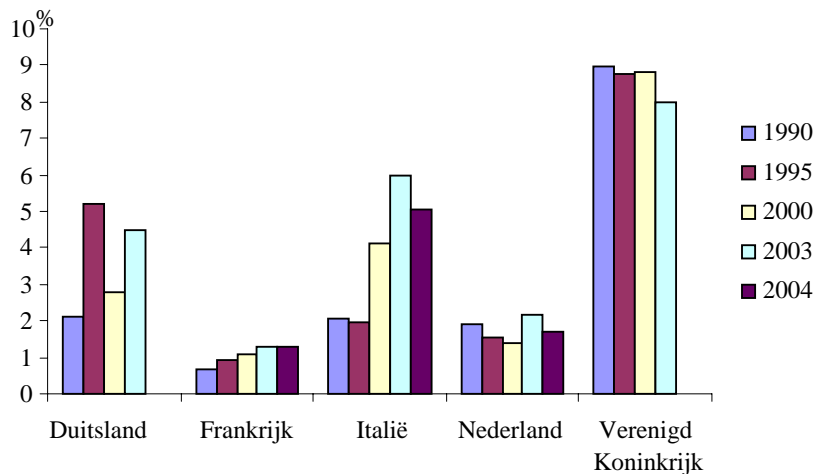
Figuur 4.20 Gemiddeld aantal arbeidskrachten per onderneming (inclusief eigen arbeid)
Bron: FADN.

In figuur 4.20 is het aantal arbeidskrachten (inclusief eigen onbetaalde arbeid) per onderneming weergegeven. Daaruit blijkt dat in alle landen gemiddeld genomen weinig met betaalde arbeidskrachten wordt gewerkt op melkveebedrijven, met uitzondering van het Verenigd Koninkrijk. Ondanks dat de primaire bedrijven groter worden, blijft de arbeidsinzet nagenoeg gelijk wat duidt op productiviteitsverhoging of op inzet van gezinsleden in plaats van inzet van derden.

In figuur 4.21 is te zien welk percentage van de productiekosten uit betaalde personeelskosten bestaat. Daaruit blijkt dat op de grotere bedrijven in het Verenigd Koninkrijk relatief veel betaalde arbeid wordt ingezet. Ook in Italië lijken de grotere gespecialiseerde bedrijven sinds 2000 steeds vaker met betaalde arbeid te gaan werken. In Frankrijk, Nederland en Duitsland wordt beperkt met betaalde arbeid gewerkt.

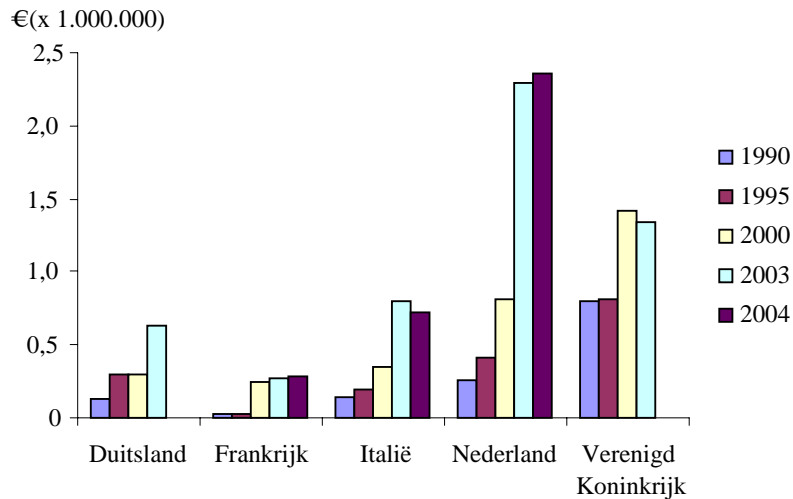
Indicatoren voor de kapitaalpositie van de primaire ondernemingen zijn de kapitaalgoederenvoorraad en de solvabiliteit. Nederlandse primaire ondernemingen hebben een relatief grote kapitaalgoederenvoorraad. Deze is sinds 2000 explosief gestegen is (figuur 4.22). Een deel van de groei kan verklaard worden uit de schaalvergroting van de bedrijven, maar dat is dan onevenredig. Waarschijnlijk heeft dit te maken met de waardering van melkquotum op de balans. Ook in Italië, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk is een relatief grote groei van brutokapitaalgoederenvoorraad te zien. Het is dus niet onmogelijk dat de statistische grondslagen zijn gewijzigd.

Ook de solvabiliteit van gespecialiseerde melkveebedrijven verschilt tussen de landen (zie figuur 4.23). In Italië hebben de primaire ondernemers relatief veel eigen vermogen, terwijl de Britse primaire melkveebedrijven met name sinds 2000 relatief weinig eigen vermogen hebben. De gemiddelde solvabiliteit van Nederlandse melkveebedrijven komt ongeveer overeen met die van Duitsland en Frankrijk.

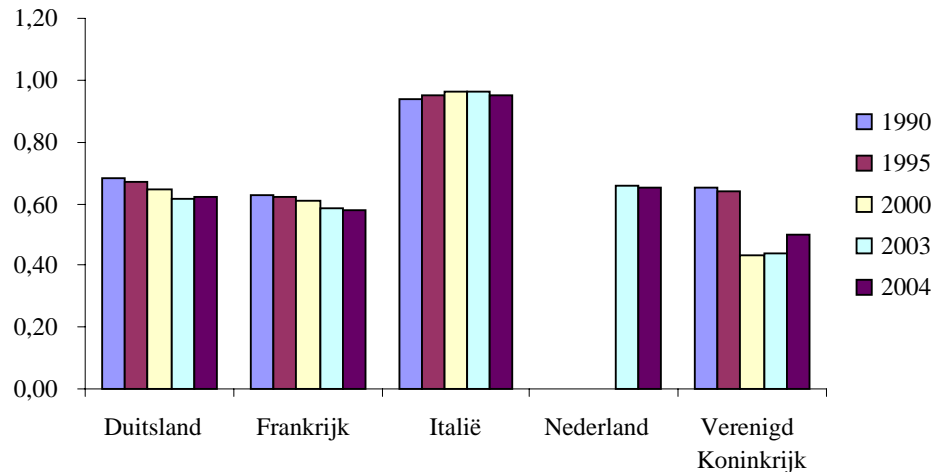


Figuur 4.21 Percentage personeelskosten (van betaalde krachten) van de productiekosten van primaire producten

Bron: FADN.



Figuur 4.22 Brutokapitaalgoederenvoorraad op primaire bedrijven
Bron: FADN.



Figuur 4.23 Verhouding eigen vermogen/ totaal vermogen op primaire bedrijven
Bron: Eurostat/Informatienet.

4.5 Toegevoegde waarde

De toegevoegde waarde (waarde van de omzet minus de waarde van grond- en hulpstoffen) zal besproken worden per ketenpartij. Het gaat hierbij om de toegevoegde waarde per ketenschakel, per product en per arbeidsjaareenheid en om het percentage toegevoegde waarde in de voedingsmiddelenindustrie van het land.

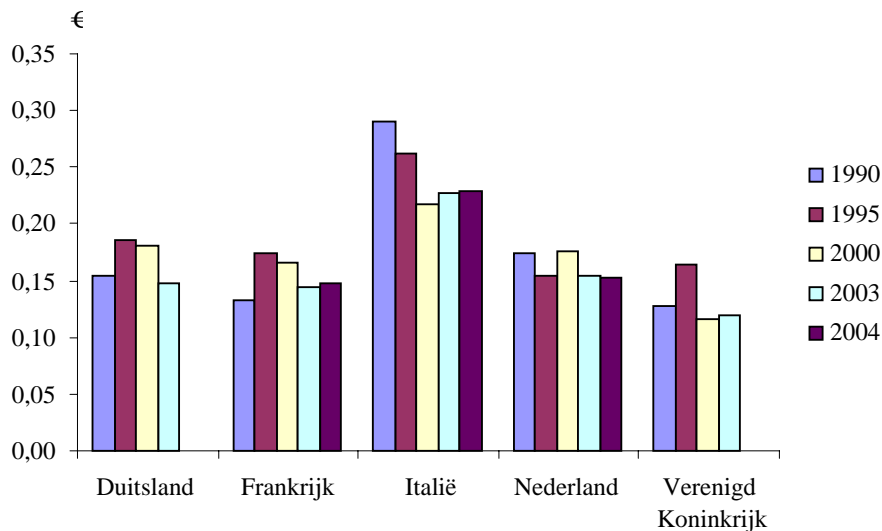
4.5.1 Toegevoegde waarde primaire sector

Nederland en het Verenigd Koninkrijk hebben de hoogste toegevoegde waarde per bedrijf in de primaire sector. Dit heeft deels te maken met de grootte van de gespecialiseerde bedrijven. De bedrijven in het Verenigd Koninkrijk zijn gemiddeld het grootst en Nederland komt op de tweede plaats qua bedrijfsgrootte. Opvallend is dat voor alle landen geldt dat de toegevoegde waarde exponentieel is toegenomen tussen 1990 en 2004.

Zoals blijkt uit figuur 4.24 geldt dit niet voor de toegevoegde waarde per volume eenheid product. Dit betekent dat de verschillen in toegevoegde waarde allereerst zijn toe te schrijven aan de bedrijfsgrootte en in de tweede plaats te wijten zijn aan efficiëncyverschillen en productiviteitsverschillen.

Wat verder opvalt, is dat er zowel bij Duitsland, Italië als Nederland een trendbreuk optreedt tussen 2000 en 2003. Dit heeft deels te maken met nieuwe statistische grondslagen, maar het heeft ook te maken met de schaalvergroting van de bedrijven in de melkveehouderij, waardoor schaalvoordelen behaald worden.

De gegevens van Frankrijk in figuur 4.24 zijn niet realistisch en hebben naar verwachting te maken met de steekproef of statistische grondslagen en niet met werkelijke verschillen tussen landen.

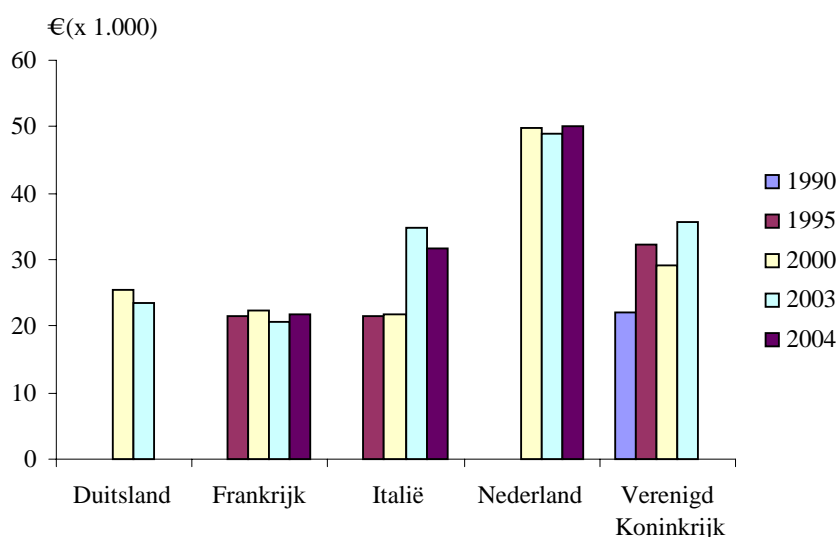


Figuur 4.24 Toegevoegde waarde per liter melk
Bron: FADN.

De toegevoegde waarde van Italiaanse bedrijven is exceptioneel hoog in relatie tot de bedrijfsgrootte en vertoont eveneens sterke fluctuaties. Dit is deels toe te schrijven aan wisselingen in statistische grondslagen en deels toe te schrijven zijn aan het meerekenen van zelfkazen.

De toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid is het hoogst in Nederland (zie figuur 4.25). Hier is voor alle landen een toename waarneembaar tussen 1990 en 2004. In Nederland wordt de minste arbeid gebruikt om dezelfde toegevoegde waarde te realiseren als in

andere landen. Opvallend is dat de toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid in het Verenigd Koninkrijk lager ligt dan in Nederland, terwijl de bedrijven daar groter zijn.



Figuur 4.25 Toegevoegde waarde in de melkveehouderij per arbeidsjaareenheid
Bron: Eurostat.

4.5.2 Toegevoegde waarde verwerkende industrie

Over de toegevoegde waarde in de voedingsmiddelindustrie zijn slechts beperkt gegevens beschikbaar. Daarom is ook hier gebruik gemaakt van gegevens uit Amadeus. In tabel 4.5 is te zien dat de toegevoegde waarde voor het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Duitsland hoog is per bedrijf. De toegevoegde waarde in Frankrijk, Italië en Polen is relatief laag.

Tabel 4.5 Gemiddelde toegevoegde waarde per bedrijf (x € mln.) a)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Duitsland	10	11	12	11	13	14	24	20	19	27
Frankrijk	-	6	6	6	6	6	6	5	5	5
Italië	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2
Nederland	23	18	19	16	25	33	29	29	34	29
Polen	2	0	6	6	5	3	3	2	2	4
Verenigd Koninkrijk	7	13	16	19	21	26	21	21	13	30

Bron: Amadeus.

a) Er is *niet* gecorrigeerd voor dubbel telling (Amadeus bevat zowel moeder- als dochterondernemingen).

Voor de landen met een hoge waarde (Verenigd Koninkrijk, Nederland en Duitsland) is deze bovendien gestegen in de periode 1995-2004, terwijl die in Italië, Frankrijk en Polen nagenoeg gelijk is gebleven. Hierbij moet echter wel worden aangetekend dat onder-

nemingen met moederbedrijven en dochterbedrijven niet altijd geconsolideerd zijn. Dat kan een versterking van het beeld geven bij landen met moederbedrijven met veel dochterbedrijven en een verzwakking van het beeld geven in landen met veel individuele bedrijven die sterk van elkaar afwijken. Zo is de impressie van Frankrijk en Italië dat de grote ondernemingen vergelijkbaar zijn met de Nederlandse grote ondernemingen, terwijl dat niet uit deze cijfers blijkt. In die landen is sprake van veel kleine verwerkers waardoor het gemiddelde beeld vertekend is. In Polen is Danone de grootste verwerker. De toegevoegde waarde van de grootste Poolse verwerker is vergelijkbaar met het gemiddelde van de drie grootste landen.

4.6 Conclusie

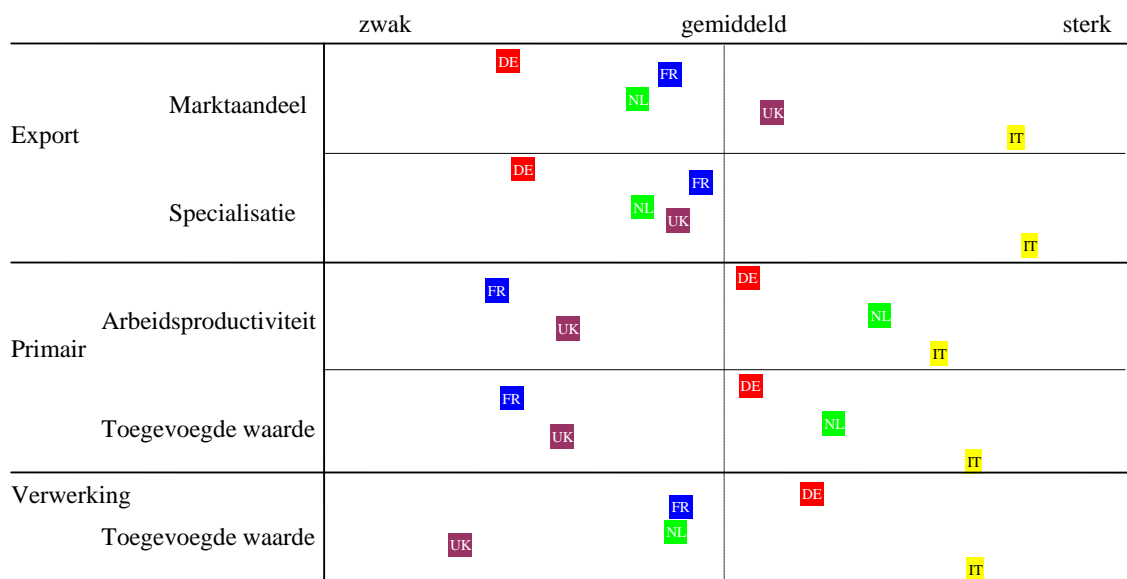
Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan worden geconcludeerd dat het moeilijk is om op basis van openbare statistieken over de jaren heen en over de verschillende landen een volledig beeld te verkrijgen van de concurrentiekracht in de zuivelsector conform het conceptueel model van hoofdstuk 2. Vooral voor de verwerkende industrie zijn geen of onvolledige gegevens beschikbaar in Eurostat. Daarom is getracht met Amadeus de ontbrekende informatie aan te vullen voor de verwerkende industrie. Maar ook die bron bleek niet altijd over de gewenste informatie te beschikken, die voor de gedefinieerde indicatoren nodig is. Voor de primaire sector zijn de gegevens in FADN ook niet altijd congruent. De handelsstatistieken geven echter wel een goed inzicht op de concurrentiekracht van het geheel van bedrijven in een land op de Europese en wereldmarkt. Punt is echter dat grote multinationals soms moeilijk aan een land zijn te koppelen. Daarom hebben we gekozen voor een afbakening dat alle economische activiteit in een land als toebehorend aan een land wordt gerekend. Om tot deze rapportage te komen is deskundigheid van sectorexperts ingebracht voor het beoordelen van de data.

Ondanks de beperkingen in beschikbaarheid van data zijn wel conclusies te trekken op een aantal punten. De grote Europese zuivelondernemingen zijn qua grootte en omzet vergelijkbaar met concurrenten uit andere werelddelen. Ook in de Europese markt drukken ze een belangrijk stempel op de internationale handel. Binnen de Europese markt spelen ook middelgrote zuivelondernemingen in de meeste landen een bepalende rol in de export van de onderzochte landen. Het aantal kleine lokale verwerkers verschilt per land, maar die hebben meestal ook een lokale afzetmarkt. Deze kleine verwerkers kunnen echter wel een belangrijk stempel drukken op de innovativiteit van een zuivelsector. Ervaring leert dat als ze zeer succesvol zijn met een nicheproduct, ze worden overgenomen door multinationals. Met name in de Zuid-Europese landen zijn relatief veel kleine zuivelverwerkers actief.

Ten slotte is het onderstaande overzicht van de concurrentiekracht gemaakt aan de hand van de beschikbare betrouwbare bronnen (zie figuur 4.26). Daaruit blijkt dat Nederland ondanks afzetgroei op de exportmarkt relatief marktaandeel heeft verloren ten opzichte van andere landen. De wereldmarkt voor zuivel is namelijk harder gegroeid dan de groei van de Nederlandse export. Door de quotering is grotere groei met lokale productie wellicht ook niet mogelijk geweest, maar ook de doorvoer is minder sterk gegroeid. Italië is weliswaar een kleine speler in de wereldmarkt, maar heeft wel een stabiele marktgroei la-

ten zien in de afgelopen jaren. Ten opzichte van de andere EU-landen was de marktgroei in Nederland iets lager dan het gemiddelde van de in het onderzoek opgenomen landen.

De Nederlandse verwerkende industrie heeft net als nagenoeg alle andere onderzochte landen een specialisatiegraad die net ondergemiddeld is. Italië heeft een bovengemiddelde specialisatiegraad; op de exportmarkt opereren ze eigenlijk alleen met kaas. Daarmee realiseren ze een bovengemiddeld hoge omzet per ton.



Figuur 4.26 Overall beoordeling van de concurrentiekracht van zuivel

De Nederlandse primaire sector heeft een bovengemiddelde arbeidsproductiviteit en kan op dat punt prima concurreren met andere landen. Qua toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid scoort Nederland ook bovengemiddeld. De Italiaanse primaire sector scoort beter, maar dat komt deels doordat Italiaanse primaire ondernemers op grotere schaal zelfkazen en daarmee een hogere toegevoegde waarde realiseren. Van de landen met weinig zelfverwerking is Nederland koploper.

De arbeidsproductiviteit in de verwerkende sector in Nederland is bovengemiddeld omdat een relatief groot deel van de melkproductie door grote ondernemingen, die schaalvoordelen kunnen realiseren, wordt verwerkt. In Italië is relatief veel sprake van zelfkazers, die minder geautomatiseerd werken. In Duitsland en Frankrijk zijn nog relatief veel middelgrote ondernemingen actief in de verwerking. Qua toegevoegde waarde scoort Nederland net onder het gemiddelde. In Nederland wordt relatief veel Goudse kaas gemaakt, terwijl in andere landen meer speciale kazen worden gemaakt met een hoger rendement per liter melk. Toch scoort Nederland relatief hoog in exportwaarde per ton.

Nederland ondervindt in de kaasmarkt concurrentie van Duitsland, omdat Duitsland een vergelijkbaar product biedt voor een lagere prijs, gegeven de relaties tussen exportwaarde en afzethoeveelheden van Duitsland. Op basis van exportstatistieken lijkt onze be-

langrijkste afnemer dus ook onze belangrijkste concurrent. Daarnaast ondervindt Nederland in de poedermarkt concurrentie van Frankrijk en Duitsland en van andere wereldmarktspelers, die hier verder niet zijn onderzocht.

Op alle punten kan de Nederlandse sector zich meten met de Franse en de Duitse sector. Italië is in de zuivelmarkt echter in opkomst. Hoewel de export van Italië nog relatief klein is, groeit haar positie wel gestaag in de kaasexportmarkt. Als Italië zo sterk blijft doorgroeien, kan het zich ontwikkelen tot een land waar rekening mee moet worden gehouden.

Samenvattend zijn de belangrijkste conclusies:

- de grote Europese spelers Frankrijk, Duitsland en Nederland verliezen aandeel op de wereldmarkt. Daarbij dient wel in ogenschouw genomen te worden dat het grote exporteurs zijn en dat ze gebonden zijn aan de melkquotering;
- Italië heeft de grootste marktgroei, maar is absoluut gezien een kleine speler;
- qua groei van de arbeidsproductiviteit scoort de Nederlandse zuivelsector bovengemiddeld ten opzichte van andere landen voor alle ketenschakels. Dit biedt een goede uitgangspositie voor de concurrentiepositie;
- zowel in de primaire sector als in de verwerkende sector scoort Nederland lager dan gemiddeld in de groei van toegevoegde waarde op basis van Eurostat gegevens. Ge-corrigeerd voor zelfkazers, scoort de primaire sector in overeenstemming met andere landen met betrekking tot toegevoegde waarde. Voor verwerkers zijn geen gegevens van de grote zuivelverwerkers opgenomen in de Eurostat statistieken. Hierdoor geven deze statistieken geen juist beeld van de concurrentiekracht van de verwerkende zuivelindustrie.

Ondanks de onvolledige gegevensbronnen, kan op basis van de resultaten van dit onderzoek worden geconcludeerd dat de Nederlandse zuivelsector een goede concurrentiekracht bezit. Italië is een kleine speler op de markt, maar scoort wel goed in de analyse. Daarmee is het een land om in het oog te houden. Frankrijk en Duitsland scoren op de meeste punten slechter dan Nederland.

Ook voor de toekomstige concurrentiepositie heeft de Nederlandse zuivelsector een goede uitgangspositie. Voor de toekomst zijn vooral Italië en Polen landen om in het oog te houden. Qua prijsstelling moet vooral de Duitse markt in de gaten worden gehouden. Niet alleen wat betreft de prijsstelling voor afzet naar Duitsland maar ook in de prijsstelling van het Duitse exportproduct.

5. Discussie ten aanzien van de methodiek

In dit onderzoek is op basis van secundaire data een methode toegepast om de internationale concurrentiepositie van agrarische sectoren te monitoren. De methode geeft snel en tegen beperkte kosten inzicht in de concurrentiepositie. Een kanttekening is dat de verkregen inzichten zich beperken tot acht globale indicatoren. Daarnaast is de analyse zo sterk als de beschikbaarheid van data. De gebruikte secundaire data blijken voor de zuivelsector niet compleet te zijn, vaak onverklaarbare trendbeuken te vertonen waardoor vergelijkingen tussen landen soms moeilijk zijn. Een verdere beperking van de methode is dat de ontwikkelde concurrentiemonitor alleen kan worden toegepast voor lidstaten van de Europese Unie. De gebruikte secundaire data zijn immers vrijwel zonder uitzondering afkomstig van Eurostat. De methode laat een vergelijking met belangrijke spelers op de wereldmarkt zoals Australië, Nieuw-Zeeland en de Verenigde Staten lastig toe, omdat de datagrondslagen dan verschillend zijn.

Bij de meeste indicatoren is niet alleen het niveau, maar ook de ontwikkeling in de tijd geanalyseerd. Hierbij moet worden opgemerkt dat dit niet los mag worden gezien van de omvang van de zuivelsector in het betreffende land: 1% groei van een grote speler kan veel groter zijn dan 10% groei van een kleine speler. Bovendien is het niet vanzelfsprekend dat historische ontwikkelingen doorgetrokken kunnen worden naar de toekomst. Omgevingsfactoren kunnen immers veranderen. In dat verband moet het systeem van melkquota in de Europese zuivelsector worden genoemd. Dit quotum bepaalt vooralsnog de productie in de afzonderlijke lidstaten van de Europese Unie. De quota wordt namelijk jaarlijks volledig benut. Het is te verwachten dat het (het besluit tot) afschaffen van het systeem van melkquota wereldwijd tot verschuivingen binnen de zuivelsector zal leiden (Van Berkum et al., 2006).

De toegepaste methode kent een beperkte beschikbaarheid van benodigde secundaire data. Daarnaast geven tijdreeksen weinig tot geen inzicht in mogelijke toekomstige trendbreuken. Daarmee hebben conclusies over de internationale concurrentiepositie van de zuivel sector op basis van de toegepaste methode slechts een beperkte reikwijdte. Voor toekomstige studies is het aan te bevelen de toegepaste methode aan te vullen met primaire data door het integreren van de beschikbare domeinkennis van experts met de analyse van statistische data.

Literatuur

- Aaker, D., *Marktgericht strategisch beleid*. Academic Service, Schoonhoven, 1992.
- AVAG, *Innoveren in een glazen huis. Strategische verkenning in opdracht van AVAG Platform toeleveranciers Glastuinbouw*. 's-Gravenzande, 2004.
- Baas, E., *The world of vegetables. Challenges and opportunities for vegetable suppliers*. Rabobank, Utrecht, 2006.
- Balassa, B., *Comparative Advantage Trade Policy and Economic Development*. Harvester Wheatsheaf, New York, 1989.
- Batt, P.J., 'Strategic lessons to emerge from an analysis of selected flower export nations'. In: *Journal of International Food & Agribusiness Marketing* 11 (2000) 3, pp. 41-73.
- Behr, H.C., S. Illert, C. Rampold, U. Sturm en M. Weiss, *Marktbilanz Gemüse*. 2004.
- Berkum, S. van en H. van Meijl, 'The application of trade and growth theories to agriculture: a survey'. In: *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics* 44 (2000) 4, pp. 505-542.
- Bijman, J., B. Pronk en R. de Graaff, *Wie voedt Nederland? Consumenten en aanbieders van voedingsmiddelen in 2003*. LEI, Den Haag.
- Blisard, N. et al., 'America's changing appetite: food consumption and spending to 2020'. In: *Food Review* 25 (Spring 2002) 1, pp. 2-9.
- Bush, L., en C. Bain, 'New! Improved? The transformation of the Global Agrifood System'. In: *Rural Sociology* 69 (2004) 3, pp. 321-346.
- CBS, 'Searching for the global Consumer: A European Study of changing lifestyles and shopping behaviour'. In: *Entreprise monitor; Het Nederlandse ondernemingsklimaat in cijfers*, concept 2005. CGEY. Cap Gemini Ernst & Young.
- Colla, E., 'The outlook for European Grocery Retailing: competition and format development'. In: *International Food and Agribusiness Management Review* 14 (2004) 1, pp. 47-69.
- Cotterill, R.W., 'The food distribution system of the future: Convergence towards the US or UK model'. In: *Agribusiness* 13 (1997) 2, pp. 123-135.

Coyle, W., W. Hall en N. Ballenger, *Transportation technology and the rising share of U.S. perishable food trade*, pp. 31-40. Economic Research Service/USDA, Washington, 2001.

Dries, L., T. Reardon en J.F.M. Swinnen, 'The rapid rise of supermarkets in Central and Eastern Europe: Implications for the Agrifood sector and Rural development'. In: *Development Policy Studies* 22 (2004) 5, pp. 525-556.

DTI, *Our Competitive Future; UK Competitiveness Indicators 1999*. 2000.

Duivendijk, P.T. van et al., *EU enlargement: European Distribution Centres on the move? Implications for the European distribution structures resulting from the 2004 EU enlargement*. Cap Gemini Ernst & Young, september 2003.

Elitzak, H., 'Food Marketing costs at a glance'. In: *Food Review* 24 (2001) 3, pp. 47-48.

EU, 'Benchmarking enterprise Policy: Results from the 2003 scoreboard'. In: *Commission of the European Communities*. 2003.

Fora, *Innovation Monitor - an assessment of Denmark's innovation capacity*. 2004.

Forfas, *Annual Competitiveness Report 2002*. 2002.

Gehlhar, M.J., en D.H. Pick, 'Food Trade Balances and Unit Values: What can They Reveal about Price Competition?' In: *Agribusiness* 18 (2002) 1, pp. 61-79.

Hack, M.D., J.C.M. van Meijl en A.F. van Gaasbeek, *Competitiveness monitor for the agribusiness*. LEI-DLO, Den Haag.

Hamel, G. en C.K. Prahalad, *Competing for the future: Breakthrough strategies for seizing control of your industries and creating the markets of tomorrow*. Harvard Business School Press, Harvard, 1994.

HBD, *Branches in detail 2005; Groentezaken*. Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, Den Haag, 2005.

Hunt, S.D. en R.M. Morgan, 'The comparative advantage theory of competition'. In: *Journal of marketing* 59 (1995), pp. 1-15.

Jacobs, D., M. Lankhuizen, B. van Ark en E. Stuivenwold, *De sterke Nederlandse Clusters volgens de Porter-methodiek anno 2003*. Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Bedrijfskunde, Groningen, 2005.

- Jacobs, D., P. Boekholt en W. Zegveld, *De economische kracht van Nederland. Een toepassing van Porters benadering van de concurrentiekracht van landen*. Stichting Maatschappij en Onderneming, Den Haag, 1990.
- Kleijn, E.H.J.M. de, G.J. Boers en A.M.A. Heybroek, *International competitiveness in the propagating material sector*. Rabobank, Utrecht, 1992.
- Kleijn, E.H.J.M. de, H. Tap en A.M.A. Heybroek, *International competitiveness in the vegetable-growing sector*. Rabobank, Utrecht, 1992.
- Krugman P.R. en M. Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*. Harper Collins, 1994.
- Penning, M., *De honderd meest toonaangevende bedrijven in de voedingstuinbouw en sier-teelt onder glas*. Hillenraad 100, format Bladenmakers BV, Zoetermeer, 2003.
- Porter, M.E., *The competitive advantage of nations*. The MacMillan Press Ltd, Londen, 1990.
- Porter, M.E., *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. The Free Press, New York, 1980.
- Productschap Zuivel, Statistisch jaaroverzicht 2005, Productschap Zuivel, juni 2006.
- Rabobank, *Kiemkracht: de evolutie van de sector uitgangsmateriaal: van autonomie naar partner in business*. Rabobank, Utrecht, 2002.
- Rabobank International, verschillende rapporten.
- RIVM, *Milieubalans 2004*. RIVM, Bilhoven, 2004.
- Spendolini, M.J., *The benchmarking book*. AMACOM, New York, 1992.
- Snijders, H., H. Vrolijk en D. Jacobs, *De economische kracht van agrofood in Nederland*, RUG, Groningen, 2007.
- Tacken G.M.L., L.C. Jager, L.F. Puister, M.G.A. van Leeuwen, M.A. de Winter en J.H.M. Wijnands, *Concurrentiemonitor Groente*, LEI, Den Haag, 2007.
- Tirole, J., *The theory of industrial organisation*. MIT-press, Cambridge, 1988.
- Traill, W.B en E. Pitts, *Competitiveness of the Food Industry*. Blackie Academic, 1998.
- Viaene J. en X. Gellynk, *Market integration and the small country case; pressure on the Belgian Meat Sub-sector*. University of Gent, Gent, 1995.

Voorlichtingsbureau, *Vleescijfers en trends 2003. Marktverkenning over het consumptiegedrag in een dynamische samenleving*. Voorlichtingsbureau Vlees en PVE, 2005.

Wijnands, J.H.M. et al., *Internationalisatie en concurrentiekracht van de Nederlandse vruchtgroentesector*. LEI, Den Haag.

Wijnands, J.H.M., B. van der Meulen en K.J. Poppe, *Competitiveness of the European Food Industry. An economic and legal assessment*. Europese Unie, Brussel, 2007.

Wijnands, J.H.M., S.D.C. Deneux, R.A.F. van Paassen, E.H. Poot en S.D.C. van Woerden, *Internationalisatie en concurrentiekracht Nederlandse vruchtgroenten*. Publicatie 5.04.06. LEI, Den Haag, 2004.

Wijnands, J. en H. Silvis (red.), *Onderweg. Concurrentiepositie Nederlandse Agrosector*. LEI, Den Haag, 2000.

Geraadpleegde databanken

Amadeus

Eurostat

FADN

ICT/WTO (PCTAS)

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH, Bonn.

Bijlage 1. Begrippenlijst

Balassa-index

Zie: Revealed Competitive Advantage (RCA) index.

Bruto binnenlands product (BBP)

Het bruto binnenlands product is een indicator die inzicht geeft in het algemeen economisch klimaat in een land. Het bruto binnenlands product is de totale (geld)waarde van alle in een land geproduceerde goederen (en diensten) gedurende een bepaalde periode (meestal een jaar). Meestal wordt met dit begrip het bruto binnenlands product tegen marktprijzen bedoeld.

Gini-coëfficiënt

De Gini-coëfficiënt is een methode om de mate van inkomensongelijkheid in bijvoorbeeld een land te berekenen. De Gini-coëfficiënt is een getal tussen 0 en 1. 0 correspondeert hierbij met de 'perfecte gelijkheid' (in dit geval heeft iedereen hetzelfde inkomen) en 1 correspondeert met de 'perfecte ongelijkheid' (één iemand heeft alle inkomen en de rest heeft geen inkomen). De Gini-index is de Gini-coëfficiënt uitgedrukt in percentage en is gelijk aan de Gini-coëfficiënt vermenigvuldigd met 100.

Harmonised Index of Consumer Prices (HICP)

De Harmonised Index of Consumer Prices is ontwikkeld als een geharmoniseerde maatstaf om de inflatie in de lidstaten van de Europese Unie op een vergelijkbare wijze te meten. Het CBS publiceert deze index of Europese maatstaf voor inflatie vanaf 1997, naast de Nederlandse consumentenprijsindex.

De HICP wordt voor alle landen van de Europese Unie op vergelijkbare wijze gemeten. Hierdoor kunnen op de eerste plaats de inflatiecijfers in alle lidstaten van de EU met elkaar worden vergeleken.

Inflatie

Inflatie of geldontwaarding is in de economie het verschijnsel dat geld steeds minder waard wordt omdat de vraag naar een product sneller groeit dan de productiecapaciteit. Een inflatie van 2 of 3% per jaar wordt als acceptabel beschouwd.

De inflatie wordt gemeten door middel van de index: een lijst van producten (goederen en diensten) en hun prijs, die centraal wordt bijgehouden, en de evolutie van de prijs over de tijd bepaalt de inflatie. In Nederland worden die cijfers bijgehouden door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Koopkrachtpariteit

In de economie wordt met koopkracht de hoeveelheid goederen en diensten voor een gegeven hoeveelheid geld bedoeld. Als het inkomen gelijk blijft maar de prijzen van goederen

en diensten stijgen, dan zal de koopkracht van dat inkomen dalen. In de economie is de koopkrachtpariteit een alternatieve manier om de relatieve koopkracht van twee landen te vergelijken. Tot ongeveer 20 jaar geleden werd in de economische literatuur bijna uitsluitend cijfers van het inkomen tegen de officiële wisselkoers gebruikt, tegenwoordig gebruikt men steeds vaker cijfers op basis van koopkrachtpariteiten.

Langetermijnrente

Langetermijnrente (kapitaalmarktrente) is de rente op een langlopende lening, de kortetermijnrente (geldmarktrente) is die welke wordt gegeven op een kortlopende lening. Doorgaans is de langetermijnrente hoger dan de korte, maar niet altijd.

De hoogte van de rente heeft direct invloed op de economie van een land. Is de rente hoog, dan zullen bedrijven minder geld lenen om te investeren. Is de rente laag, dan wordt het voor bedrijven makkelijker om te investeren. Door een renteverlaging wordt de economie dus gestimuleerd.

Ontgroening

Ontgroening is het afnemen van het aandeel jongeren in de bevolking als gevolg van een afname van het geboortecijfer. Het gevolg van ontgroening is een toename van de gemiddelde leeftijd van de bevolking, en een toename van het aandeel werkenden op de totale bevolking.

Revealed Competitive Advantage (RCA) index

Met de Revealed Competitive Advantage index, ook wel de Balassa-index, kunnen diverse subsectoren binnen een land ten opzichte van elkaar worden afgezet. De Revealed Competitive Advantage index is gedefinieerd als de verhouding van de export van een subsector ten opzichte van de totale export van een specifiek land gedeeld door eenzelfde verhouding van de sommen van een groep van landen. Deze index geeft de mate van specialisatie dan wel het relatieve belang van een bepaalde sector voor de export van dat land weer. Indien de index groter is dan 1 heeft het land een comparatief voordeel met betrekking tot de producten van deze sector.

Vergrijzing

De term vergrijzing wordt gebruikt om aan te geven dat het aandeel van ouderen in de bevolking stijgt en daardoor een stijging van de gemiddelde leeftijd veroorzaakt. Een periode van vergrijzing gaat vaak gepaard met ontgroening en bevolkingsdaling.