



Export naar Duitsland weer in de min

De eerste twee maanden van dit jaar blijft de exportwaarde van bloemen en planten naar Duitsland opnieuw achter. Zorgelijk, want vorig jaar daalde de exportwaarde naar onze grootste afzetmarkt ook al behoorlijk. Naar de oorzaken is het nog gissen.

Tekst: Ellis Langen

Met Brexit voor de deur - Engeland is de tweede exportmarkt voor bloemen en planten - is er extra zorg over de haperende afzet in Duitsland. Floridata kwam halverwege maart weer met teleurstellende cijfers over de cumulatieve exportwaarde van bloemen en planten naar Duitsland. De exportwaarde van bloemen en planten daalde de eerste twee maanden van 2019 met 2,2 procent ten opzichte van diezelfde maanden het jaar ervoor. Vertaald in euro's: in januari en februari van dit jaar samen werd er voor 287 miljoen euro geëxporteerd naar de oosterburen, in 2018 was dit nog 294 miljoen euro. Een verschil van 7 miljoen euro en dat is heel wat.

Ondanks de toename van 3 procent van de exportwaarde op Duitsland in februari, blijft er dus achterstand op de grootste markt voor Nederland. Duitsland is daarmee de enige roodgekleurde bestemming in de top 10; in januari waren het er nog vijf dus dat betekent dat de andere landen wel herstellen. Navraag bij Floridata leert dat de exportwaarde van snijbloemen naar Duitsland meer daalt dan die van kamer- en tuinplanten, aldus Wesley van den Berg van Floridata. Hier een concreet bedrag aan hangen, kan hij echter niet. Zulke gedetailleerdere informatie is alleen bestemd voor de betalende handelaren die gegevens leveren aan Floridata. Hoeveel van de exportwaarde naar Duitsland

wordt ingevuld door bepaalde snijbloemen, zoals tulp of lelie, is Floridata niet bekend.

NIET FRAAI

De exportwaarde van sierteeltproducten van Nederland naar Duitsland haperde overigens de afgelopen jaren wel vaker (zie tabel). De laatste keer was in 2015. Over het hele jaar 2018 heen liep de exportwaarde van bloemen en planten naar Duitsland sterk terug, met uitzondering van één maand: in oktober 2018 was er een plusje. Matthijs Mesken, directeur van VGB: "In 2018 ging er voor ruim 1,6 miljard euro aan bloemen en planten naar Duitsland, waarvan grofweg twee derde

snijbloemen was en een derde planten, op een totale exportwaarde van iets meer dan 6 miljard. Duitsland is dus verreweg het belangrijkste afzetland. Daarna komen op grote afstand Engeland en Frankrijk. Als Duitsland terugloopt, is dat niet fraai”, zo zegt hij. De exportwaarde naar Duitsland van Nederlandse bloemen en planten daalde in 2018 daarmee totaal met 3 procent. De VGB-directeur vindt het wel opvallend dat vorig jaar vrijwel alle maanden naar Duitsland in de min zaten. Zoiets is nooit eerder voorgekomen. Kwam de dip door de snijbloemen of door de planten? Mesken: “Ik schat dat de snijbloemen de dip voor twee derde hebben veroorzaakt en de planten – kamer- en tuinplanten samen – zijn voor een derde verantwoordelijk voor de teruggang.” De snijbloemen naar Duitsland lieten vorig jaar volgens de cijfers van Mesken een daling in de exportwaarde zien van maar liefst 5 procent.

MIN WORDT WEL GECOMPENSEERD

De dalende exportwaarde richting Duitsland is niet een, twee, drie te verklaren, vertelt Mesken. “Het extreem slechte weer in 2018 in Duitsland kan een oorzaak zijn, de wat mindere economische situatie daar, een ander bestedingspatroon van de consument kan ook, maar we denken dat er meer aan de hand is. Echter, zelf kunnen we de vinger nog niet op de zere plek leggen.” De VGB gaat daarom haar achterban de komende periode vragen of zij de haperende markt in Duitsland wel kunnen duiden.

Ook voor Van den Berg van Floridata blijft het gissen naar oorzaken. Van den Berg: “2017 was wel een heel goed jaar en dat kwam onder andere door de hoge bloemenprijzen. De krimp in 2018 ten opzichte van 2017 komt deels door die hoge prijzen in 2017. Over het volume dat naar Duitsland gaat, hebben wij helaas geen cijfers.”

Mesken is overigens wel blij dat de totale exportwaarde van Nederlandse bloemen en planten naar de hele wereld tot en met februari dit jaar met 4 procent in de lift zit. Tot en met februari is de voorsprong ten opzichte van 2018 op de plantenomzet 7% (€ 359 miljoen) en op de bloemenomzet 2,5% (€ 725 miljoen). Voor het derde achtereenvolgende jaar overschreed de Nederlandse bloemen- en plantenexport de grens van € 1 miljard al na de eerste twee maanden in het jaar. De export gaat dus, ondanks een achterblijvend Duitsland, nog steeds goed.

Dit betekent dat de handel andere markten aanboort en die ook vindt om Nederlandse sierteeltwaar te slijten. Mesken: “Zo zien we Oost Europese markten belangrijker worden en de landen die buiten de top 15 vallen ook. Die compenseren dus de gemaakte min door Duitsland ruimschoots. Misschien is dat ook wel een reden dat de exportwaarde naar Duitsland terugloopt: de handel focust zich gewoon meer op andere markten. Maar dat is weer gissen.”

‘TRENDBREUK IN AFZETKANALEN’

Van den Berg en Mesken zien in Duitsland, net als in andere landen overigens, de ontwikkeling dat het aandeel van de retail (supermarktketens, grote tuincentra en bouwmarkten) in de afzetkanalen groter wordt. Van den Berg: “In 2018 was het aandeel dat naar de retail in Duitsland ging iets minder dan de helft van de totale export van bloemen en planten naar Duitsland. Dit afzetkanaal neemt toe en dat gaat ten koste van andere afzetkanalen, bijvoorbeeld de importerende groothandel in Duitsland. Bij die laatste zien we de grootste krimp.”

FloraHolland ziet juist iets heel anders gebeuren. Woordvoerder Michel van Schie: “Recent onderzoek van ons onder Duitse consumenten laat juist zien dat er een trendbreuk gaande is: de verkoop bij bloemisten groeit ten koste van de retail.” Dat wordt met name toegeschreven aan de koopkracht van millennials, de groep tussen 18 en 39, die liever geld uitgeeft aan bloemen en planten bij de bloemist

dan bij de supermarkt. FloraHolland kan in ieder geval zeggen dat voor het grootste bolbloemenproduct, de tulp, de vraag in Duitsland niet terugloopt; die is stabiel. Van de Nederlandse tulp vindt maar liefst 58 procent zijn weg naar Duitsland. Dat is ruim meer dan in Nederland blijft.

VERGRIJZING

Cees Heemskerk, voorzitter van de Stuurgroep Lijnrijders Bedrijven (SLB), een zelfstandige stuurgroep voor lijnrijdersbedrijven binnen de VGB en eigenaar van een bedrijf dat zelf veel op Duitsland, het Ruhrgebied, rijdt, ziet zelf geen teruggang van zijn business in Duitsland. Maar een teruglopende markt in Duitsland vindt hij wel zorgelijk. Al geeft hij aan dat het voor individuele lijnrijders juist ook een uitdaging kan zijn om hun markt te behouden en juist goed zaken te doen. Heemskerk vermoedt dat het inkoopgedrag en het bestedingspatroon van de Duitse consument door de vergrijzing verandert. “Jongeren spenderen hun geld vaak eerst aan andere, grote luxeartikelen. Bloemen kopen ze minder snel.”

Heemskerk ziet net als VGB en Floridata dat de retail in Duitsland meer bloemen en planten gaat verkopen ten koste van andere kanalen. Zijn verklaring: “De werkende vrouw koopt veel bij supermarkten en neemt daar bloemen of planten mee.” Een woordvoerder van Plantion geeft aan dat de veiling niets merkt van de stagnerende exportwaarde naar Duitsland, maar de veiling is naar eigen zeggen dan ook een kleine speler op de Duitse markt. ♦

Exportwaarde 2012-2018

Bloemen en planten (kamerplanten en tuinplanten) naar Duitsland

2012	€ 1.643.707.000
2013	€ 1.565.099.000
2014	€ 1.619.358.000
2015	€ 1.557.205.000
2016	€ 1.660.516.000
2017	€ 1.727.401.000
2018	€ 1.675.531.000

Bron: Floridata