

De rol van de coöperaties



NAJK discussiestuk over de rol van de coöperaties, © december 2003 januari 2004



Inhoud

INLEIDING	1
ACHTERGRONDEN	2
DE EERSTE COÖPERATIES	2
INKOOP EN AFZET	2
ROL	3
INVLOED	3
PRIJSVORMING	4
TOEKOMST	4
INTERNET	5
INITIATIEVEN	6
DISCUSSIE	6
STELLINGEN	7
CONCEPTSTANDPUNTEN	8
INTERNETSITES	9
Bijlagen	
TABEL TOP 30 NAAR OMZET (2002)	10
STATISTIEK COÖPERATIES IN LAND- EN TUINBOUW - 2002	11

Inleiding

De eerste coöperaties zijn aan het einde van de 18^e en het begin van de 19^e eeuw opgericht. In die periode (tijdens de Industriële revolutie) werden deze coöperatieve samenwerkingsvormen als politiek en maatschappelijk hervormende systemen gezien. Er kwamen verschillende samenwerkingsvormen en inkoopcoöperaties. De basisgedachte voor een coöperatie was "zelfhulp". In de begintijden hadden coöperaties een sterke sociale en politieke achtergrond.

Het belangrijkste doel van de coöperaties: door middel van samenwerking van leden betere prijzen te krijgen voor de producten, of consumptieartikelen en bedrijfsbenodigdheden voordeliger te kunnen inkopen.

In dit stuk kijken we verder naar de geschiedenis en de achtergronden van de coöperaties. En we kijken naar het heden, hoe zit het op dit moment? Is het mogelijk dat de huidige coöperaties hun oorspronkelijke rol deels zijn ontgroeid? Kloppen de missies van de coöperaties nog wel met die van toen? Wat is de rol van de hedendaagse coöperatie?

Informatie en cijfers over de Nederlandse coöperaties vind je vooral in de bijlagen en natuurlijk kan je ook veel informatie vinden op Internet. Zie hiervoor de verwijzingen achterin.

Hoe zien de leden van het NAJK de rol van de coöperaties van dit moment en wat zou er kunnen en moeten veranderen ten aanzien van deze rol? Hebben leden voldoende invloed op de rol van de coöperatie van NU? Wat kunnen leden zelf doen om invloed op hun eigen coöperatie en haar beleid uit te oefenen?

Hierover wil het NAJK de komende 2 maanden praten. Tijdens het NAJK-bestuur van april 2004 willen we de standpunten innemen die de visie op de rol van de coöperaties in Nederland zal weergeven.

Wij wensen je een actieve discussie.

Dit stuk kwam tot stand met medewerking van:

Christian van Bommel - DB NAJK
Catrina Dijck (WG Internationaal)
Jan Roefs - BAJK
Erik Smelt - DB NAJK
Nico van der Waart - DB NAJK
AJK Kring Eersel

Roelien Ruiter regisseur belangenbehartiging NAJK

© NAJK
december 2003/januari 2004

Achtergronden

In 1877 kwamen Nederlandse boeren in Aardenburg met de eerste echte landbouwcoöperatie. Het doel was voornamelijk om producten voor haar leden zo

Coöperaties hebben een rijk verleden. En nog steeds zijn ze er in allerlei soorten en maten. Maar hebben ze ook nog steeds dezelfde meerwaarde? Waar draait het nu precies om? Macht? Het organiseren van macht zodat je de sterkste blijft of wordt?

goedkoop en voordelig mogelijk aan te kopen en om de producten die de leden produceren zo goed mogelijk te verkopen.

De Engelsman Robert Owen wordt gezien als de grondlegger van de coöperatieve maatschappij. Owen zag een gesloten samenwerkingsverband als ideaal. Zijn ideeën leken op bijna communistische gemeenschappen. Winst maken was geen doel in zijn visie. Zijn ideeën mislukten, volgens velen ook omdat hij de technologische ontwikkelingen niet mee wilde nemen in zijn ideaal. Zijn opvolger Rochdale kreeg in 1844 meer succes. Dit kwam vooral omdat zijn coöperaties veel meer economische samenwerkingsverbanden waren tussen consumenten en/of verbruikers. Ook in de Nederlandse land- en tuinbouw ontstonden samenwerkingsverbanden in deze vorm.

De eerste coöperaties

Bekende eerste Nederlandse initiatieven zijn: de eerste aankoopcoöperatie voor Akkerbouwers Aardenburg (1877), de eerste coöperatieve zuivelfabriek in Warga (1866) en de eerste groenteveiling in Broek op Langedijk. Later volgden ook kredietcoöperaties en detailhandelscoöperaties.

Inkoop en afzet

Er komen verschillende vormen van coöperaties voor. Voor de land- en tuinbouw gaat het voor wat betreft deze discussie met name om de afzetcoöperaties. Deze afzetcoöperaties zijn weer afgesplitst naar de sectoren en producten die moeten worden afgezet. De veilingen nemen weer een aparte plek in voor wat betreft de afzetcoöperaties. Ook de rol van de veilingen wordt meegenomen in deze discussie.

In 1998 heeft het NAJK ook al een keer discussie gevoerd over coöperaties. Voor het discussiestuk van toen werd Ger van Dijk geïnterviewd. Hij vertelde over de doelstellingen van coöperaties het volgende: *“Coöperaties bestaan al ruim een eeuw”. Tegenmacht van monopolisten, zorgen tot toegang op de markten, schaalvergroting, risicospreiding en behoud van regionale werkgelegenheid waren volgens Van Dijk de doelstellingen van coöperaties. En Van Dijk zag ook in de toekomst een belangrijke rol weggelegd voor de coöperaties.*

Hij meende dat er nog een rol aan toegevoegd kon worden, namelijk: de ontwikkeling en kennis van marketingbeleid. Ook om tegenwicht te bieden aan de groeiende machten van de grootwinkelbedrijven.

Rol

Welke rol spelen de coöperaties van dit moment? Hoe belangrijk zijn ze voor de ontwikkelingen in de land- en tuinbouw? En dat geldt natuurlijk ook voor de veilingen. Welke rol hebben de veilingen op dit moment? Tijdens het schrijven van het vorige discussiestuk over 'prijsvorming', merkte een tuinder op dat de veilingen weer terug moeten in de rol van prijsvormer. Hij was van mening dat de veilingen zich nog weinig aantrekken van hun leden en dat er te weinig van de oorspronkelijke rol is overgebleven.

De geïnterviewden in dit stuk zijn het er wel over eens dat continuïteit en het inkomen van de leden centraal moeten staan.

Veel van de geïnterviewden denken ook dat de coöperaties hun oorspronkelijke rol zijn ontgroeid. Met nieuwe investeringen en bedrijven in het buitenland, ontstaan er andere belangen dan het oorspronkelijke collectieve. De winsten die worden gemaakt vloeien niet terug naar de leden.

"Vaak kosten deze bedrijven alleen maar geld, ook behartigen ze niet meer het collectieve ledenbelang, maar komt het

bedrijfsbelang op de eerste plaats".

Invloed

Het is belangrijk dat er een duidelijke belangenstructuur en een inzichtelijke boekhouding wordt gehanteerd in de coöperaties. Natuurlijk kijkt niet iedereen op dezelfde manier als de geïnterviewde ANP-journalist.

Tim Preger (financieel journalist bij het ANP):

'Ik vind coöperaties in financiële zin nogal ondoorzichtig. Het is moeilijk om de resultaten te beoordelen omdat de juridische vorm van een coöperatie nogal wat mogelijkheden kent. De geldstromen zijn moeilijk in kaart te brengen en exacte winstcijfers worden meestal niet gegeven.'

Preger vindt dat de manier waarop de coöperaties met haar leden omgaan, nogal verschillen, vooral waar het gaat om beursgenoteerde coöperaties zit nogal verschil in het regime. Op de vraag of er een faire prijs voor de producten wordt betaald, reageert Preger: *'dat hangt er van af welk deel van de winst wordt uitgekeerd. Bijvoorbeeld Campina geeft geen exacte winstcijfers. Als maatstaf voor het resultaat geldt de melkprijs voor de 7000 aangesloten melkveehouders. Die kregen vorig jaar 36,41 Euro per 100 kg melk, een daling van 0,44 Eurocent. Ik kan niet zeggen of dit al dan niet een goede prijs is.'* Als een van de nadelen van de huidige coöperaties noemt Preger het ondoorzichtige beleid en de onduidelijke bestuursstructuur. Hij denkt dat ook in de toekomst de coöperaties zullen blijven bestaan hoewel Preger sommigen meer ziet als een marketinginstrument dan als het oorspronkelijke samenwerkingsverband.

Maar je kan je wel afvragen of het beeld dat hij heeft, toonaangevend is voor de buitenwereld.

Coöperaties zijn vaak grote organisaties geworden waarbij de leden vooral kunnen functioneren als een soort Raad van Toezicht, die de algemene doelstelling controleert. Ook de doelstellingen van de individuele werknemers van deze organisaties kunnen een valkuil vormen. Hun visie kan nog wel eens afwijken van die van de leden. Coöperaties zien particuliere bedrijven vaak als concurrenten waardoor samenwerking bij voorbaat al dreigt te worden uitgesloten.

De huidige groei en ontwikkeling maken ook dat de coöperaties minder doorzichtig worden.

Ook de invloed van het individuele lid wordt minder naarmate de organisatie groeit of over de grenzen gaat opereren. Er ontstaan ook gewenningsproblemen met de komst van internationale verschillen.

Verschillende coöperaties en veiligen kennen de zogenaamde 'jongerenraden', 'kweekvijvers voor toekomstige bestuurders' worden ze graag genoemd. Maar hoe ver reikt de invloed van die jongerenraden en moet er niet veel meer aandacht komen, vooral voor die jonge, startende boeren en tuinders? En zijn die jongerenraden nog wel een garantie voor de onafhankelijkheid van de toekomstige bestuurders?

Prijsvorming

Veel geïnterviewden zijn van mening dat er een te conservatief beleid wordt gevoerd ten aanzien van de prijsvorming.

Er wordt teveel naar de concurrent gekeken en te weinig naar de

meerwaarde van de producten. Ook bestaat er twijfel over de prijs die een coöperatie haar leden betaalt. In hoeverre bijvoorbeeld speelt kwaliteit een rol bij de prijszetting? De producenten hebben vaak het gevoel te weinig directe invloed te hebben op de prijs.

Toekomst

Hoe zie jij de toekomst van de coöperaties? Deze vraag hebben we een aantal NAJK-leden voorgelegd. Antwoorden hierop waren: *'Netwerkspelers die een optimale mix moeten zoeken tussen eigen activiteiten en samenwerking met anderen. Ook moeten coöperaties streven naar een directe positie van agrarische producten bij de consument, zodat de boeren minder afhankelijk worden van de tussenliggende handelaren en de retail. In de meeste sectoren is hier nog veel winst te boeken'*.

Anderen vrezen dat de grotere coöperaties meer en meer gaan lijken op particuliere ondernemingen met een zo'n klein mogelijke aansprakelijkheid en vrezen een ontwikkeling richting een onderneming waar de invloed van de leden tot een minimum beperkt raakt. Iedereen is het er over eens dat coöperaties ook richting de toekomst een heldere visie en een gedegen strategie moet hebben om te kunnen overleven. Er moet worden geïnvesteerd in nieuwe concepten en producten, maar ook in nieuwe markten. Afzetcoöperaties worden steeds minder partij voor de

inkooporganisaties van de wereldwijd opererende retail organisaties.

Investeren in invloed op de retail, of zelf nieuwe retailers opzetten, zijn alternatieven die men overweegt. Ook fusies en schaalvergrotingen op Europees niveau wordt genoemd als mogelijke oplossingen.

De communicatie met de leden moet voortdurend optimaal zijn en blijven. De leden moeten zich bewust blijven van hun verantwoordelijkheid en niet tevreden zijn met een controle achteraf.

Sommigen verwachten dat er veel nieuwe samenwerkingsverbanden zullen worden gesloten. In kleiner verband opkomen voor je eigen belang, zelf georganiseerd zoeken naar afzetmogelijkheden en ervoor zorgen dat je als ondernemer niet afhankelijk wordt van juist die ene coöperatie.

Ook andere opties worden overwogen, zoals een tuinder al eerder aangaf: producenten moeten veel meer zelf samenwerking aangaan met producenten van andere producten om op die manier een soort van grootwinkelbedrijf te beginnen en zo de beste prijs voor een product te verkrijgen.

Ook leeft bij veel leden het gevoel dat de coöperaties niet altijd openstaan voor initiatieven gericht op nieuwe afzetmogelijkheden van haar leden.

Verder moeten zowel coöperaties als haar leden ervoor zorgen dat

de communicatielijnen open blijven. Als lid moet je direct kunnen herkennen waar de meerwaarde van je lidmaatschap zit en de coöperaties moeten zich bewust zijn dat het inkomen van de leden voor een groot deel gebaseerd is op hun beleid, visie en strategie.



Internet

Op dit moment merk je nog weinig van de ontwikkelingen op het Internet. Hoewel er wel een paar leuke virtuele initiatieven zijn gestart.

<http://www.foodchain.be/nederlands/info.htm> is zo'n internet-initiatief.

Deze site richt zich op verse voeding, producenten en consumenten. Een site waar de initiatiefnemers ook online verkoop niet uit de weg gaan. Ze gaan hierbij helemaal om aan de gevestigde orde. Misschien niet helemaal waar we naar toe willen, maar zeker de moeite waard om eens naar te kijken.

Initiatieven

En de ontwikkelingen staan niet stil. Uitbreiding en investeringen, ook op grote schaal. Onlangs kocht Best Meat een tweetal grote slachterijen in Duitsland. *(Dumeco is een internationaal opererende onderneming, die actief is in de foodsector en gespecialiseerd in de vleesproductie van zowel varkens- als rundvlees. Dumeco is één van de grootste ondernemingen binnen de Europese vleessector).*

Verskillende initiatieven worden ontwikkeld om het beter of anders te doen en vooral meer toekomstgerichte samenwerkingsverbanden of coöperaties te realiseren.

Zo worden er mogelijkheden voor gezamenlijke inkoop of afzet gestart. Bijvoorbeeld kleinschalige milieucoöperaties of eierenafzet in Noord Limburg. Inkoopvoorbeelden vinden we bij boeren die gezamenlijk één of meerdere machines aankopen, om op die manier investeringen haalbaar te maken en gezamenlijk voordeel te bereiken.

Discussie

En nu komt het erop aan, wat denk je zelf? Wat vind jij? Is bijvoorbeeld het lidmaatschap van een coöperatie een keuze voor een maatschappelijk principe? Of is het gewoon een vruchtbare vorm van samenwerking? Waar gaan we naar toe als Nederlandse land- en tuinbouwers? Gaan we opnieuw of anders organiseren, zelf actief op zoek naar nieuwe markten en nieuwe afzetmogelijkheden? Gaan

jonge ondernemers zich nog actiever bemoeien met het beleid van de coöperaties?

Welke weg ga jij? Hoe belangrijk is jouw coöperatie voor jou? Ben jij tevreden over de huidige rol die jouw coöperatie speelt? Neem al deze overwegingen mee in de discussie en laat weten wat jouw belang in de discussie over de rol, maar vooral ook de toekomst van de coöperaties zal zijn.

Stellingen

- Veilingen en coöperaties zijn logge “gedrochten” geworden, ondernemers moeten gezamenlijk proberen het verkoopprobleem binnen de keten naar zich toe te trekken, te identificeren en aan te pakken. Op die manier kunnen ze de macht naar zich toe trekken.
- Zuivelcoöperaties hebben liever minder melk, daarom kan niet het belang van ALLE leden centraal staan.
- Coöperaties moeten ervoor zorgen dat de boeren minder afhankelijk worden van de tussenhandelaren en de retail.
- De leden moeten zich niet bemoeien met de bedrijfsvoering en het beleid van de coöperaties.
- Jongeren moeten meer bevlogen zijn en zelf hun stem laten horen in de (leden)vergaderingen.
- Grote coöperaties zijn niet in het belang van het individuele lid, omdat het bedrijfsbelang altijd op de eerste plaats komt.
- Jonge boeren hebben geen coöperatie nodig om hun producten zo gunstig mogelijk te verkopen en zo goedkoop mogelijk hun inkoop te doen.
- Zonder coöperaties was de landbouw in haar huidige vorm allang verdwenen uit Noord West Europa.
- Coöperaties hebben een sterk meeliftend effect, niet-leden hebben niet de lasten van de coöperaties, maar wel de lusten, zij profiteren mee van de prijs van de coöperaties.
- De individuele boer heeft geen macht op de markt.
- Lidmaatschap van een coöperatie levert meer op voor de jonge boer dan vechten tegen de particuliere concurrent.
- (jonge) Coöperatieleden moeten zich beter bewust worden van het feit dat zij zich moeten ontwikkelen tot internationaal, in ketens denkende, bestuurders.

Conceptstandpunten

- Jonge agrariërs moeten zich nadrukkelijker laten horen op de vergaderingen van de coöperaties.
- Coöperaties moeten de leden meer stimuleren om voor de markt te produceren. Dit moet dan wel in de prijzen terug te vinden zijn.
- Leden (bestuurders) moeten sneller deskundigen inschakelen op het moment dat de doelstellingen van de coöperaties niet worden gerealiseerd.
- Coöperaties moeten zorgen voor een goede prijs voor hun leden.
- Coöperaties moeten te allen tijde het ledenbelang op de eerste plaats zetten.
- Coöperaties moeten meer samenwerking zoeken daar waar het gaat om het jongerenbelang, immers de jongeren van nu bepalen de toekomst van de coöperaties.
- Investerings in het buitenland en grote kapitaalintensieve investeringen mogen alleen wanneer dit in het belang van de leden is. Druist investeren in buitenlandse ondernemingen tegen het primaire belang van de eigen achterban in, dan moet er een veto over deze investeringen kunnen worden uitgesproken.
- Coöperaties moeten meer mogelijkheden creëren en faciliteiten bieden om de bedrijfsovername voor jonge ondernemers mogelijk te maken.
- Jonge ondernemers moeten meer invloed krijgen binnen de coöperaties.
- Coöperaties moeten meer investeren in het ontwikkelen van jonge ondernemers.
- Coöperaties moeten durven fuseren zowel met andere coöperaties als ook met particuliere bedrijven.
- Het coöperatieve principe gaat verloren als gevolg van de toenemende invloed van vreemd kapitaal (door grotere concentratie aan de inkoopkant is de coöperaties niet meer financierbaar door de leden).

Internetsites

<http://www.oogst.nl>

<http://www.cooperatie.nl/>

<http://www.cbs.nl>

<http://www.minlnv.nl>

<http://www.rabobank.nl>

<http://europa.eu.int/>

<http://www.foodchain.be/nederlands/start.htm>

<http://www.groenten.startkabel.nl/>

Bijlagen - Tabel Top 30 naar omzet (2002) (bron NCR, Internet)

2002	2001	Naam onderneming	Sector	Omzet in miljoenen euro			Balanstotaal in miljoenen euro			Aantal werknemers		Aantal leden	
				2002	2001	Groei	2002	2001	2002	2001	2002		
(1)	(1)	Friesland Coberco Dairy Foods, Meppel	Z	4.723	4.351	9%	(1)	2.495	2.598	(1)	16.774	12.165	11.500
(2)	(2)	Campina, Zaltbommel	Z	3.707	3.909	-5%	(2)	1.601	1.764	(2)	6.872	7.114	6.823
(3)	(3)	Dumeco, Boxtel**	O	2.303	2.303	0%	(6)	559	559	(3)	4.985	4.985(*)	8.800
(4)	(4)	FloraHolland, Naaldwijk	V	1.872	1.750	7%	(7)	522	506	(7)	2.235	2.096	5.935
(5)	(6)	Bloemenveiling Aalsmeer, Aalsmeer	V	1.584	1.488	6%	(8)	494	473	(9)	1.824	1.780	3.300
(6)	(5)	The Greenery, Breda	V	1.515	1.523	-1%	(4)	689	689	(8)	2.174	2.530	4.150
(7)	(8)	Coöperatie Cosun, Breda	O	1.104	979	13%	(3)	1.296	1.031	(4)	3.783	3.364	12.469
(8)	(7)	Cehave Landbouwbelang, Veghel	AV/O	964	1.066	-10%	(9)	365	430	(6)	2.598	2.848	8.723
(9)	(9)	Avebe, Veendam	O	683	682	0%	(5)	563	649	(5)	2.602	2.603(*)	4.568
(10)	(10)	AgriFirm, Meppel	AV	674	674	0%	(10)	323	337	(10)	1.560	1.560(*)	16.930
(11)	(12)	CNB, Lisse	O	380	352	8%	(20)	56	53	(15)	357	356(*)	2.005
(12)	(11)	ABCTA, Lochem	AV	329	376	-12%	(13)	132	116	(14)	516	538	6.190
(13)	(13)	ZON Coöperatie, Venlo	V	275	322	-15%	(14)	87	88	(18)	302	341	976
(14)	(14)	DOC Kaas, Hoogeveen	Z	269	256	5%	(12)	150	87	(25)	123	115	778
(15)	(15)	Agrico, Emmeloord	O	256	215	19%	(19)	66	68	(13)	565	548	1.384
(16)	(16)	CNC, Milsbeek	O	207	171	21%	(11)	175	136	(12)	627	501	380
(17)	(17)	CZAV, Wemeldinge	AV	169	162	5%	(16)	81	73	(17)	303	244	3.046
(18)	(20)	Rijnvallei, Wageningen	AV	160	113	42%	(18)	67	48	(16)	341	265(*)	2.268
(19)	(18)	FresQ, De Lier	V	145	132	10%	(21)	44	38	(30)	12	9	75
(20)	(19)	CONO, Beemster	Z	125	127	-2%	(22)	36	40	(24)	129	123	550
(21)	(22)	CR Delta, Arnhem	O	111	107	3%	(15)	82	66	(11)	1.217	1.349	31.886
(22)	(21)	Fruitmasters, Geldermalsen	V	110	109	1%	(17)	71	70	(20)	215	208	1.080
(23)	(23)	Boerenbond Deurne, Deurne	AV	94	86	9%	(25)	26	21	(22)	146	122	622
(24)	(24)	Maasmond-Westland, De Lier	AV	66	64	3%	(23)	30	31	(21)	186	184	1.826
(25)	(25)	Veiling Zaltbommel, Zaltbommel	V	61	55	10%	(30)	14	18	(27)	70	76	341
(26)	(27)	Nedato, Oud-Beijerland	O	58	53	11%	(26)	20	21	(26)	114	116	738
(27)	(28)	Bloemenveiling Oost Nederland, Bemmelen	V	57	50	14%	(27)	20	20	(23)	133	130(*)	251
(28)	(30)	Pigture Group, Vught	O	57	36	61%	(24)	26	18	(19)	256	189(*)	3.000
(29)	(26)	Boerenbond Ysselsteyn, Ysselsteyn	AV	55	55	0%	(28)	18	17	(29)	56	52	193
(30)	(29)	De Valk Wekerom, Luntenen	AV	49	50	-3%	(29)	18	18	(28)	62	62	976

AV = Aan- en Verkoop /// Z = Zuivel /// V = Afzet Tuinbouw /// O = Overig /// (*) Niet beschikbaar in FTE /// (**) Cijfers 2001

Statistiek coöperaties in land- en tuinbouw - 2002

Sectoren	Aantal coöperatieve organisaties			Aantal leden (boeren/tuinders)			Aantal werknemers			Netto-omzet in miljoenen euro			Marktaandeel in Nederland		
	2001	2002	Groei	2001	2002	Groei	2001	2002	Groei	2001	2002	Groei	2001	2002	
Toeleverend:															
Aan- en verkoop	24	22	-8%	50.382	45.734	-9%	5.394	5.416	0%	2.658	2.568	-3%	54%*	54%*	Mengvoederproductie
Rundveeverbetering	1	1	0%	33.396	31.886	-5%	1.349	1.217	-10%	107	111	3%	83%	80%	KI-markt: inseminatie en sperma stieren
Verwerking en afzet:															
Zuivel	6	5	-17%	20.529	20.084	-2%	19.569	23.961	22%	8.689	8.868	2%	84%	85%	Aangevoerde melk
Suiker	1	1	0%	13.129	12.469	-5%	3.364	3.783	12%	979	1.104	13%	63%	63%	Verwerking suikerbieten
Champignons (compost&conserven)	1	1	0%	430	380	-12%	501	627	25%	171	207	21%	45%	45%	Compostvoorziening
Zetmeelaardappelen	1	1	0%	4.595	4.568	-1%	2.603	2.602	0%	682	683	0%	100%	100%	Verwerking zetmeelaardappelen
Groenten en fruit	6	6	0%	7.725	7.172	-7%	3.027	2.662	-12%	1.950	1.942	0%	60%*	60%*	Afzet groenten en fruit
Bloemen en planten	6	4	-33%	9.800	9.650	-2%	4.000	4.250	6%	3.390	3.582	6%	-	-	-
waarvan: Bloemen										2.299	2.394	4%	95%	95%*	Afzet bloemen
waaryan: Kamer- en tuinplanten										1.091	1.188	9%	-	-	Afzet kamer- en tuinplanten
Bloembollen	1	1	0%	1.980	2.005	1%	356	357	0%	352	380	8%	51%	51%*	Bloembollenbemiddeling
Wol	1	1	0%	7.326	7.200	-2%	37	13	-65%	5	5	-16%	73%	75%	Wolafzet
Dienstverlenend:															
Dierenartsen	1	1	0%	2.004	1.996	0%	262	274	5%	131	124	-6%	-	-	-
Krediet	369	349	-5%	825.000	1.108.000	34%	52.173	51.867	-1%	31.700	33.400	5%	-	-	-

*) Schatting