

# Concurrentiemonitor glasgroente



LEI

WAGENINGEN UR

# Concurrentiemonitor glasgroente

Michiel van Galen

Youri Dijkxhoorn

Marc Ruijs

Tom Bakker

LEI-rapport 2010-051

Augustus 2010

Projectcode 2273000066

LEI, onderdeel van Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de volgende onderzoeksvelden:



Sector & Ondernemerschap



Regionale Economie & Ruimtegebruik



Markt & Ketens



Internationaal Beleid



Natuurlijke Hulpbronnen



Consument & Gedrag

## **Concurrentiemonitor glasgroente**

Galen, M.A. van, Y. Dijkxhoorn, M.N.A. Ruijs en T. Bakker

LEI-rapport 2010-051

ISBN/EAN: 978-90-8615-446-3

Prijs € 22,50 (inclusief 6% btw)

98 p., fig., tab., bijl.

In dit rapport staat de concurrentiekracht van de Nederlandse glasgroentesector centraal. De bedrijfsresultaten in 2008 en 2009 waren uitzonderlijk slecht en de vraag is of dit een structurele situatie zal zijn of niet. Het heeft met name betrekking op de belangrijkste glasgroenteproducten: tomaat, paprika en komkommer. De resultaten laten zien dat de sector in Nederland over het algemeen sterk is en competitief, maar dat - met name voor een homogeen product als komkommers - een onderscheidende productkwaliteit, kostenbesparing, vakmanschap en samenwerking in de keten belangrijk zijn. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van LNV.

This report focuses on the competitiveness of the Dutch greenhouse vegetable sector. Operating results in 2008 and 2009 were exceptionally poor and the question is whether or not this is set to become a structural situation. This report focuses primarily on the most important greenhouse-grown vegetables: tomatoes, sweet peppers and cucumbers. The results demonstrate that the Dutch greenhouse vegetable sector is generally speaking strong and competitive, but that distinctive product quality, cost savings, professional expertise and cooperation within the chain are important, particularly for a homogenous product such as cucumbers. This study was commissioned by the Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality.

Project BO-12.06.

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het LNV-programma Beleidsondersteunend Onderzoek; cluster: Concurrentiekracht en toekomst van het agrocluster.

Foto: Marcel Bekken

### **Bestellingen**

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, onderdeel van Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2010.  
Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9001:2008 gecertificeerd.

# Inhoud

|          |                                                              |           |
|----------|--------------------------------------------------------------|-----------|
|          | <b>Woord vooraf</b>                                          | <b>7</b>  |
|          | <b>Samenvatting</b>                                          | <b>8</b>  |
|          | <b>Summary</b>                                               | <b>14</b> |
| <b>1</b> | <b>Inleiding</b>                                             | <b>20</b> |
|          | 1.1 Aanleiding                                               | 20        |
|          | 1.2 Probleemstelling                                         | 20        |
|          | 1.3 Aanpak                                                   | 21        |
|          | 1.4 Leeswijzer                                               | 22        |
| <b>2</b> | <b>Financiële resultaten</b>                                 | <b>23</b> |
|          | 2.1 Inleiding                                                | 23        |
|          | 2.2 Inkomensontwikkelingen                                   | 23        |
|          | 2.3 Kostenontwikkelingen                                     | 27        |
|          | 2.4 Investeringskosten, financieringskosten en solvabiliteit | 31        |
|          | 2.5 Opbrengstprijzen glasgroente                             | 33        |
| <b>3</b> | <b>Primaire productie</b>                                    | <b>35</b> |
|          | 3.1 Inleiding                                                | 35        |
|          | 3.2 Tomaat                                                   | 35        |
|          | 3.3 Paprika                                                  | 38        |
|          | 3.4 Komkommer                                                | 40        |
|          | 3.4 Conclusies                                               | 42        |
| <b>4</b> | <b>Internationale handel</b>                                 | <b>43</b> |
|          | 4.1 Inleiding                                                | 43        |
|          | 4.2 Export van Nederland                                     | 43        |
|          | 4.3 Import EU-15                                             | 47        |
|          | 4.4 Importprijzen EU-15                                      | 51        |
|          | 4.5 Balassa-index                                            | 53        |
|          | 4.6 Conclusies                                               | 56        |
| <b>5</b> | <b>Toelevering, groothandel en afzet</b>                     | <b>57</b> |
|          | 5.1 Inleiding                                                | 57        |

|          |                                                   |           |
|----------|---------------------------------------------------|-----------|
| 5.2      | Productiekolom                                    | 57        |
| 5.3      | Telersverenigingen en afzetorganisaties           | 57        |
| 5.4      | Toeleverende industrie                            | 58        |
| 5.5      | Groothandel en detailhandel                       | 61        |
| 5.7      | Samenwerking                                      | 65        |
| 5.8      | Ketenafstemming                                   | 66        |
| <b>6</b> | <b>Overheidsbeleid</b>                            | <b>68</b> |
| 6.1      | Inleiding                                         | 68        |
| 6.2      | Overzicht van de regelingen                       | 68        |
| 6.3      | Effect op productie                               | 71        |
| <b>7</b> | <b>Blik op de toekomst</b>                        | <b>76</b> |
| 7.1      | Inleiding                                         | 76        |
| 7.2      | Terugblik                                         | 76        |
| 7.3      | Factoren die de concurrentiekracht bepalen        | 79        |
| 7.4      | Doorkijk naar de toekomst                         | 82        |
| 7.5      | Aanbevelingen                                     | 84        |
|          | <b>Bijlagen</b>                                   |           |
|          | Areaal, oogst en aantallen bedrijven in Nederland | 91        |
|          | Areaal ontwikkelingen buitenland                  | 93        |
|          | Fysieke productie per hectare, in ton per ha      | 96        |

# Woord vooraf

In dit rapport worden de resultaten weergegeven van een onderzoek naar de concurrentiekracht van de Nederlandse glasgroentesector. Glasgroentetelers hebben in 2008 en 2009 moeilijke jaren gehad. Onderzocht is of de glasgroenteteelt in Nederland toekomstperspectief heeft. Daarbij is onder andere gekeken naar de oorzaken van de tegenvallende bedrijfsresultaten, naar de ontwikkelingen op internationale markten en naar de factoren die de (toekomstige) concurrentiepositie van Nederland bepalen. Het onderzoek is gebaseerd op beschikbare statistische gegevens en op de resultaten van een expertbijeenkomst met ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven uit de glasgroentekolom.

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van LNV, binnen het beleidsondersteunende onderzoeksprogramma BO-12-06 Concurrentiekracht en toekomst agrocluster. Het onderzoek is uitgevoerd door Michiel van Galen, Youri Dijkxhoorn, Marc Ruijs en Tom Bakker. De onderzoekers bedanken Nico van der Velden, Willy Baltussen, Anita van der Knijff en Nico de Groot voor hun commentaar op het eindrapport. De onderzoekers willen vooral de deelnemers van de expertbijeenkomst bedanken. Zij hebben tussen hun drukke werkzaamheden door tijd gevonden hebben om hun visie en ervaringen te delen. Ten slotte bedanken de onderzoekers André Nieuwenhuijse en Gijs van Leeuwen, die namens de opdrachtgever het onderzoek hebben begeleid.



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



# Samenvatting

---

## *Probleemstelling en aanpak*

De rentabiliteit van de Nederlandse glasgroentesector staat de afgelopen 2 jaar onder druk. De vraag die zich opdringt is of deze situatie van slechte bedrijfsresultaten in de Nederlandse glasgroentesector tijdelijk of structureel is en wat gedaan zou kunnen worden om deze te verbeteren? Het LEI heeft van het ministerie van LNV opdracht gekregen de concurrentiekracht van de Nederlandse glasgroentesector te onderzoeken. De belangrijkste vraag die in dit onderzoek aan de orde komt is of de Nederlandse glasgroentesector op termijn kan blijven concurreren met andere landen. Met andere woorden: is er op middellange termijn toekomst voor de glasgroenteteelt in Nederland?

In het onderzoek wordt gebruik gemaakt van beschikbare statistieken en (visie)documenten en kwalitatieve informatie van experts uit de glasgroentesector. Deze zijn afkomstig uit verschillende schakels in de Nederlandse glasgroenteketen: zadenindustrie, telers en telersverenigingen, afzetorganisaties, groothandel en advies. Het onderzoek is met name gericht op de drie belangrijkste glasgroenten: tomaten, paprika's en komkommers.

## *Resultaten*

De financiële resultaten van de glasgroenteteelt in Nederland waren met name in 2009 uitzonderlijk slecht. Voor de glasgroentetelers betekende dit het tweede achtereenvolgende jaar met gemiddeld sterk negatieve bedrijfsresultaten. Liquiditeitsproblemen bij bedrijven is voor de overheid aanleiding geweest om een speciale garantieregeling werkkapitaal in te stellen waarmee in principe gezonde bedrijven geholpen kunnen worden om kapitaal te lenen voor lopende uitgaven.

De kosten van de bedrijven zijn de afgelopen jaren gestegen, maar een opbrengstprijsdaling in 2008 en vooral 2009 is de grootste oorzaak van de slechte resultaten. De opbrengstprijzen van paprika en komkommer waren in afgelopen 15 jaar nog niet zo laag als in 2009. De afgelopen jaren is door de grotere bedrijven relatief veel geïnvesteerd in energiebesparende maatregelen en w/k-installaties. Dat heeft de netto-energiekosten enigszins kunnen beperken. Uit de verkoop van elektriciteit heeft een deel van de bedrijven nog iets kunnen verdienen. De opbrengstprijzen waren echter zo laag dat met name de grotere bedrijven, met hogere vaste kosten, slechtere resultaten boekten. Deze situatie

van lage opbrengstprijzen geldt niet alleen voor Nederland maar ook voor de concurrenten.

### *Productie en internationale handel*

Over het algemeen neemt de wereldwijde productie in de loop van de tijd toe. Wereldwijd werd in 2008 ongeveer 130 mln. ton tomaten geproduceerd, 28 mln. ton paprika's en 44 mln. ton komkommers. Nederland is slechts een bescheiden producent als dat op wereldschaal wordt bekeken, maar speelt wel een belangrijke rol in de aanvoer van vruchtgroenten op grote vooral Noord-West-Europese afzetmarkten in de zomermaanden. Nederland is daarnaast, voornamelijk in de wintermaanden, een relatief groot doorvoerland van tomaten, paprika's en komkommers.

Het areaal glasgroenten en de productie in Nederland zijn de afgelopen jaren gestegen. Van de onderzochte producten is vooral de productie van tomaten en paprika's toegenomen. In 2009 werd in Nederland 800 mln. kg tomaten geproduceerd, tegenover 660 mln. kg in 2005. De productie van paprika (alle varianten bij elkaar) nam toe van 345 mln. kg naar 370 mln. kg. De komkommerproductie in Nederland is al enkele jaren stabiel rond 430 mln. kg. Het aanbod van glasgroenten (lees in dit verband vooral vruchtgroenten) varieert van jaar tot jaar. Met name in zuidelijke landen varieert de productie als gevolg van weersinvloeden sterk. In Spanje is de productie enkele jaren lager geweest als gevolg van onder meer problemen met gewasbescherming. In 2009 is de Spaanse productie van tomaten echter weer flink gestegen. De productietoe name heeft overaanbod gecreëerd in een moeilijke markt. De vraag stond onder druk als gevolg van de economische recessie in Europa.

Als gekeken wordt naar de aandelen van de import op de EU-15-markt komt het volgende beeld naar voren. Nederland heeft voor tomaten (in volume) een aandeel van iets meer dan 30%. Belangrijkste concurrenten zijn Spanje en in toenemende mate Marokko. Nederland heeft de afgelopen jaren zijn volume- en waarde-aandeel weten te behouden in de EU-15. Voor paprika geldt min of meer hetzelfde. Ook hier wordt de EU-15-markt gedomineerd door Nederland en Spanje en behoudt Nederland zijn marktaandeel terwijl dat voor Spanje geleidelijk is afgenomen. Voor paprika is naast Marokko ook Israël een snel opkomende concurrent. Bij komkommers is het verhaal minder rooskleurig voor Nederland. Het aandeel van Nederland neemt af, ten gunste van met name Spanje. Turkije exporteert vooral naar de Oost-Europese markt. De prijsverschillen tussen de landen zijn een indicatie voor het verschil in kwaliteit en geven de verhoudingen weer in de betalingsbereidheid van afnemers. Voor tomaten en paprika reali-

seert Nederland een hogere prijs dan zijn concurrenten. Dit komt ook overeen met het beeld dat de Nederlandse producten over het algemeen van hoge kwaliteit zijn in vergelijking met producten uit zuidelijke landen. Bij komkommer is de situatie anders; de prijzen liggen veel dichterbij elkaar en de Nederlandse prijs is over het algemeen laag. Hoewel verschillen in teeltseizoenen hier een rol spelen, geeft dit aan dat komkommers een veel meer homogeen product zijn en dat Nederland zich minder kan onderscheiden van zijn concurrenten.

### *Toelevering, groothandel en afzet*

Een goede toeleverende industrie en groothandel zijn belangrijke factoren voor de concurrentiekracht. Nederland beschikt bij uitstek over een hoogwaardige toeleverende industrie aan de glastuinbouw. De kassenbouw en zadensector in Nederland behoren tot de top van de wereld. Het is belangrijk voor de glasgroentesector in Nederland dat optimaal geprofiteerd wordt van de nabijheid van deze toeleverende industrieën. De kassenbouwsector heeft op de thuismarkt een behoorlijke klap gekregen van de malaise in de glastuinbouw. Het aantal nieuwe projecten in Nederland is zeer sterk gedaald. Veel bedrijven zoeken daardoor hun toevlucht in projecten in het buitenland. De zadensector is ook sterk internationaal gericht. De groothandel in Nederland bestaat enerzijds uit een beperkt aantal grote bedrijven en anderzijds uit een groot aantal kleinere handelsbedrijven. Er waren in Nederland in 2007 nog bijna 1.100 groot-handelsbedrijven in groenten en fruit, met een gemiddelde omzet van 12 mln. euro. Deze bedrijven richten zich naast de export van Nederlandse producten ook op de import en wederuitvoer van buitenlandse producten en de binnenlandse distributie.

De afzet van glasgroenten in Nederland is de afgelopen 10 jaar ingrijpend veranderd. De veiling is als marktmechanisme vrijwel verdwenen. De meeste producten worden momenteel via bemiddeling (door de afzetorganisaties) of via rechtstreekse verkoop vermarkt. De oorzaak van de afnemende rol van de veiling moet gezocht worden in de afname van het aantal inkopers op de veiling en de wens van de afnemers en aanbieders om rechtstreeks zaken te doen om meer samenwerking op het gebied van marketing en productieplanning te kunnen bewerkstelligen. Daarmee is de rol van de traditionele groothandel vooral die van logistieke dienstverlener geworden.

De concentratie van de detailhandel in Nederland en in belangrijke buitenlandse afzetmarkten is toegenomen. De onderhandelingspositie van telers is zwak. Hoewel uit onderzoek geen misbruik van marktmacht door supermarkten is aangetoond, is het zaak voor de glasgroentesector een model te vinden waar-

mee de positie van de telers wordt versterkt. Met name bij komkommers, waar weinig productdifferentiatie plaatsvindt en waarbij de afzet richting de geconcentreerde Duitse discounters zeer belangrijk is, is actie gewenst. Meer dan 25% van de Nederlandse komkommers wordt gekocht door de Duitse Aldi.

De gemeenschappelijke marktordening voor groenten en fruit (GMO) stimuleert de organisatie van telers in telersverenigingen, gericht op afzetbevordering en verbeteringen op het gebied van onder meer milieu, kwaliteit en productinnovatie. In Nederland is het aantal telersverenigingen sterk toegenomen. Onderlinge concurrentie tussen telers is daarmee in vergelijking met de situatie van de veilingen toegenomen. Horizontale samenwerking tussen telersverenigingen wordt gezien als een mogelijkheid om de positie van de telers in de onderhandelingen met afnemers te versterken, maar komt tot op heden niet tot stand.

#### *Vooruitzichten en aanbevelingen*

De malaise in de glasgroentesector in Nederland in de afgelopen 2 jaar is veroorzaakt door zowel tijdelijke als structurele ontwikkelingen. Een hoge productie deels als gevolg van goede weersomstandigheden en areaaluitbreiding, afnemende vraag als gevolg van de economische crisis, wisselkoersinvloeden lijken de belangrijkste tijdelijke factoren. Meer structureel spelen de veranderingen in afzetstructuur, toenemende kosten voor energie en arbeid en een toenemend aanbod uit bijvoorbeeld Marokko (met name tomaten) en Israël (met name paprika). Technologische innovaties en productdifferentiatie kunnen deze toenemende concurrentiedruk verminderen. Een sterke toeleverende industrie en een grote markt dicht bij huis (kennis over consumenten op de thuismarkt en een groot afzetgebied) zijn belangrijke pluspunten van Nederland. Ook de sterke positie van Nederland op het gebied van handel en logistiek en kennis en innovatie zijn belangrijk. Nederland heeft op de Noordwest-Europese markt in een deel van het seizoen weinig concurrentie uit zuidelijke landen. De opkomst van local-to-local is daarbij wel een zaak om in de gaten te houden. Voor de drie onderzochte producten is het beeld niet hetzelfde. Met name met betrekking tot komkommers is de concurrentie op kostprijs een knelpunt. De sector zal in de toekomst toch manieren moeten vinden om zich te onderscheiden. Al met al komt uit het onderzoek naar voren dat de sector op middellange termijn in Nederland toekomst heeft, mits aan een aantal belangrijke zaken aandacht wordt geschonken.

Het een en ander leidt tot een aantal aanbevelingen voor beleidsmakers in de sector en bij de overheid.

- De primaire sector is zeer gefragmenteerd en heeft te maken met concentratie aan de afzetzijde en toenemende concurrentie vanuit het buitenland. Krachtenbundeling gericht op aanbodbundeling en het verkrijgen van 'marktmacht' lijkt een moeilijke weg vanwege de vele tegenstrijdige belangen van de bedrijven. Krachtenbundeling gericht op kennis, innovatie, marketing en duurzaamheid is echter onontbeerlijk. Er is behoefte vanuit het beleid aan een sector die met één mond spreekt en - zonder dat sprake hoeft te zijn van aanbodbundeling - een versterking van de gezamenlijke belangenbehartiging op bepaalde onderwerpen. Het voorstel van de Adviesgroep Nijkamp tot de oprichting van een High Level Group Greenport Holland sluit hierbij aan.
- Innovatie in energiebesparende maatregelen heeft het energiegebruik verminderd en met de inzet van w/k-installaties zijn de netto-energiekosten gedaald. De inzet van sector en overheid op dit terrein verdient in de toekomst blijvende aandacht. Echter, veel investeringen en innovaties zijn gericht op kostprijsverlaging. Uit het onderzoek komt naar voren dat dit met name in de komkommerteelt erg belangrijk wordt gevonden. Er zal daarnaast echter aandacht moeten worden geschonken aan productinnovatie en marktwerking.
- Het belang van een onderscheidend product wordt algemeen erkend (niet alleen qua smaak of uiterlijk, maar ook op het gebied van service en logistiek, laag gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en laag energiegebruik). Hier valt nog veel te winnen. De Nederlandse glasgroentesector heeft in de afgelopen jaren aangetoond opmerkelijke prestaties te kunnen leveren op het gebied van de verlaging van het energiegebruik en de toepassing van biologische bestrijdingsmiddelen. Deze pluspunten ten opzichte van buitenlandse concurrenten zouden sterker vermarkt kunnen worden. Duurzame productie en duurzame producten moeten als belangrijk 'unique selling point' beter in de markt worden gezet. Ook een efficiënte distributie en een beperkte CO<sub>2</sub>-footprint van groenten, die met energiebesparende maatregelen in Nederland steeds beter wordt ten opzichte van ingevlogen producten kan daarbij een rol spelen. Op deze manier kan op een verzadigde EU-markt groei worden gerealiseerd.

- Nederland is voor een groot deel afhankelijk van export. Het ontwikkelen van nieuwe markten is belangrijk, mede in het kader van boven beschreven verzadiging van de West-Europese markt. In nieuwe markten zoals Rusland heeft Nederland te maken met concurrentie vanuit bijvoorbeeld Turkije. Kwaliteit, goede logistiek en dienstverlening zijn onderscheidende factoren voor Nederland.
- Ketensamenwerking en toepassing van ICT. Het belang van ketensamenwerking en afstemming en van informatie-uitwisseling tussen partijen in de keten wordt onderstreept. De aanbevelingen uit het rapport Tuinbouw Integraal Digitaal (Verloop et al., 2009) zouden ter harte moeten worden genomen. Het rapport onderstreept de noodzaak om tot een integrale aanpak van de digitale informatievoorziening te komen.
- De gemiddelde bedrijfsomvang van de bedrijven is de afgelopen jaren snel toegenomen. Uit het onderzoek komt naar voren dat: a) het ondernemerschap zeer belangrijk is en ook in de toekomst steeds belangrijker zal worden en b) de kwaliteit van de producten en het vakmanschap van de ondernemers daarbij niet uit het oog moeten worden verloren. Kwaliteit en vakmanschap zijn belangrijke concurrentiebepalende factoren (puur op kostprijs concurreren is op termijn geen optie). Deze aanbeveling betreft behalve de ondernemers ook de overheid en de sectororganisaties. Scholing van middenkader en het opleiden van goede vakmensen die aan de Nederlandse sector gebonden kunnen worden, is van groot belang.

# Summary

---

## Competitiveness monitor for greenhouse vegetables

### *Problem definition and approach*

The profitability of the Dutch greenhouse vegetable sector has been under pressure for the last two years. The pressing question is whether this situation of poor operating results in the Dutch greenhouse vegetable sector is temporary or structural, and what can be done to improve the situation. LEI has been commissioned by the Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality to investigate the competitiveness of the Dutch greenhouse vegetable sector. The most important question addressed by this study is whether the Dutch greenhouse vegetable sector will be able to compete with other countries in the longer term. In other words: is there a future for greenhouse vegetable cultivation in the Netherlands in the medium to long term?

Within the study, use was made of available statistics and documents (for example on visions) and qualitative information from experts from the greenhouse vegetable sector. These originate from various links within the Dutch greenhouse vegetable chain: the seed industry, growers and growers' associations, sales organisations, wholesalers and advice. The study focuses particularly on the three most important greenhouse-grown vegetables: tomatoes, sweet peppers and cucumbers.

### *Results*

The financial results of the greenhouse vegetable cultivation sector in the Netherlands were exceptionally poor in 2009 in particular. For greenhouse-based vegetable growers, this meant the second successive year with very negative average operating results. Liquidity problems within businesses prompted the Dutch government to set up a special working capital guarantee scheme through which business that are in principle healthy can be helped to borrow capital for current expenditure.

The costs experienced by the businesses have risen over recent years, but a decline in the selling price in 2008 particularly in 2009 is the main cause of the poor results. The market prices of sweet peppers and cucumbers had not been as low as they were in 2009 for 15 years. Over recent years, the larger businesses have made relatively large investments in energy-saving measures

and cogeneration plants. This has limited the net energy costs somewhat. Some businesses were able to earn a little extra through sales of the electricity they generate. The market prices were however so low that the larger businesses in particular, with their higher fixed costs, achieved poorer results. This situation of low market prices applies not only to the Netherlands but also to rivals.

### *Production and international trade*

In general, global production is increasing over time. Globally, around 130m tonnes of tomatoes, 28m tonnes of sweet peppers and 44m tonnes of cucumbers were produced in 2008. The Netherlands is only a modest producer when considered on a global scale, but does play an important role in the supply of fruiting vegetables to large, mainly North-Western European markets in the summer months. In addition, the Netherlands is a relatively significant transit country for tomatoes, sweet peppers and cucumbers, particularly in the winter months.

The acreage devoted to greenhouse vegetables and production in the Netherlands has increased in recent years. Of the products investigated, production of tomatoes and sweet peppers in particular has increased. In 2009, 800m kg of tomatoes were produced in the Netherlands, compared with 660m kg in 2005. Production of sweet peppers (all varieties combined) increased from 345m kg to 370m kg. Cucumber production in the Netherlands has been stable at around 430m kg for a few years. The supply of greenhouse vegetables (in this regard, primarily fruiting vegetables) varies from one year to the next. In more southerly countries in particular, production varies greatly due to the influence of the weather. In Spain, production has been lower for a number of years as a result of problems with crop protection, amongst other things. In 2009, however, Spanish tomato production increased again significantly. The increased production created a surplus in a difficult market. Demand came under pressure as a result of the economic recession in Europe.

If the share of imports on the EU-15 market is examined, the following picture emerges. The Netherlands has a share (in volume) of a little over 30% for tomatoes. The country's main rivals are Spain and to a growing extent Morocco. The Netherlands has managed to retain its volume and value shares in the EU-15 in recent years. It is a very similar story for sweet peppers. Here, too, the EU-15 market is dominated by the Netherlands and Spain, and the Netherlands has been able to retain its market share whereas Spain's share has been slowly declining. In the case of sweet peppers, besides Morocco another rapidly emerging rival is Israel. In the case of cucumbers, things are looking less rosy for the Netherlands. The Netherlands' share is decreasing, in particular



being lost to Spain. Turkey exports primarily to the Eastern-European market. The price differences between the countries are an indicator of the difference in quality and present the relationships in the degree of willingness of buyers to pay. The Netherlands is able to obtain a higher price for tomatoes and sweet peppers than its rivals. This also corresponds with the image of Dutch product as, in general, being of a high quality in comparison with products from more southerly countries. For cucumber, the situation is different; the prices are generally much closer to each other and the Dutch price is generally low. Although differences in growing seasons play a role in this, this indicates that cucumbers are a much more homogenous product and that the Netherlands is less able to distinguish itself from its rivals.

#### *Supply, wholesale and sales*

A good supply industry and wholesale sector are important factors for competitiveness. To a great degree, the Netherlands has access to a high-quality greenhouse-horticultural supply industry. The greenhouse construction and seed sectors in the Netherlands are among the finest in the world. It is important for the greenhouse vegetable sector in the Netherlands to make the best possible use of the advantage of the proximity of these supply industries. The greenhouse construction sector within the domestic market in the Netherlands has been hit hard by the malaise in greenhouse horticulture. The number of new projects in the Netherlands has declined very sharply. Many companies therefore seek solace in projects abroad. The seed sector is also very much internationally oriented. Wholesale in the Netherlands comprises on the one hand a limited number of large companies and on the other hand a large number of smaller trading companies. There were still almost 1,100 fruit and vegetable wholesale companies in the Netherlands in 2007, with an average turnover of 12m euros. Besides exports of Dutch produce, these companies also focused on the import and re-export of foreign products, and on distribution within the Netherlands.

Sales of greenhouse vegetables in the Netherlands have changed dramatically over the past ten years. The auction has almost disappeared as a market mechanism. Most products are currently marketed by means of intermediation (by the sales organisations) or through direct sales. The reason for the declining role of the auction must be sought in the decline in the number of buyers at the auction and the desire of the buyers and sellers to do business directly in order to achieve greater cooperation in the field of marketing and production planning. The role of the traditional wholesalers has thus primarily become that of a logistics services provider.

The concentration of retail trade in the Netherlands and in important foreign markets has increased. The negotiating position of growers is weak. Although research has revealed no misuse of market power by supermarkets, it is important for the greenhouse-vegetable sector to find a model that can strengthen the position of growers. Action is required for cucumbers in particular, a sector in which very little product differentiation takes place and in which sales to the concentrated German discounters are very important. More than 25% of Dutch cucumbers are bought by the German chain Aldi.

The Common organisation of agricultural markets (COM, for fruit and vegetables) encourages the organisation of growers into growers' associations, focusing on sales promotion and improvements in the field of matters such as the environment, quality and product innovation. In the Netherlands, the number of growers' associations has increased greatly. Competition between growers has therefore increased in comparison with the situation of the auctions. Horizontal cooperation between growers' associations is seen as a possible way of strengthening the position of the growers in negotiations with buyers, but this has not yet been put into practice.

### *Prospects and recommendations*

The malaise within the greenhouse vegetable sector in the Netherlands over the past two years has been caused by both temporary and structural developments. High production - partly as a result of good weather conditions and an expansion of the area under cultivation - as well as declining demand due to the economic crisis and the influence of exchange rates appear to be the most important temporary factors. There is a more structural role for the changes in sales structure, increasing costs of energy and labour and increasing supply from countries such as Morocco (particularly for tomatoes) and Israel (particularly for sweet peppers). Technological innovations and product differentiation could reduce this increasing pressure of competition. A strong supply industry and a large market close to home (knowledge about consumers within the domestic market and a large market area) are important advantages for the Netherlands. The strong position of the Netherlands in the field of trade and logistics is important, as are expertise and innovation. The Netherlands faces very little competition on the north-western European market from more southerly countries during part of the season. The emergence of local-to-local is in this respect something to keep an eye on. The situations of the three products studied differ from each other. In relation to cucumbers in particular, competitive production costs form a bottleneck. In the future, the

sector will need to find ways of distinguishing itself. All in all, the study reveals that the sector has a future in the Netherlands in the medium term, as long as attention is devoted to a number of important matters.

All this leads us to a number of recommendations for policymakers within the sector and within government bodies.

- The primary sector is very fragmented and has to deal with concentration on the sales side and increasing competition from other countries. Joining forces with the aim of aggregating supply and gaining market power seems a difficult option due to the many contradictory interests of the companies. Joining forces with a focus on expertise, innovation, marketing and sustainability is however essential. From a policy perspective, there is a need for a sector that speaks with one voice and - without necessarily needing to aggregate supply - a reinforcement of the joint promotion of common interests in certain fields. The proposal of the Nijkamp advisory group relating to the establishment of a High-Level Group for Greenport Holland is connected with this.
- Innovation in energy-saving measures has reduced energy consumption, and with the use of cogeneration plants the net energy costs have fallen. The efforts of both the sector and the government in this field require continued attention in the future. However, many investments and innovations are focused on reducing production costs. The study has revealed that this is considered very important in cucumber cultivation in particular. In addition, however, attention will need to be devoted to product innovation and marketing.
- The importance of a distinctive product is widely recognised (not only in terms of flavour or appearance, but also in the field of service and logistics, low usage of crop protection agents and low energy consumption). A great deal can still be achieved in this area. Over recent years, the Dutch greenhouse vegetable sector has demonstrated its ability to deliver remarkable performances in the field of the reduction of energy consumption and the use of organic pesticides. These advantages compared to competitors outside the Netherlands could be marketed more strongly. Sustainable production and sustainable products must be positioned better within the market as important unique selling points. Efficient distribution and a limited carbon footprint of vegetables - which, by means of energy-saving measures is being improved still further in the Netherlands, compared with products imported by air - can play a role in this. In this way, growth can be achieved in a saturated EU market.

- The Netherlands is to a great extent dependent on exports. The development of new markets is important, partly within the framework of the saturation of the Western European market as described above. In new markets, such as Russia, the Netherlands has to compete with countries such as Turkey. Quality, good logistics and service provision are distinguishing factors for the Netherlands.
- Chain cooperation and application of ICT. The importance of chain cooperation and of information exchange between parties within the chain is underlined. The recommendations of the report *Tuinbouw Integraal Digitaal* (Integrated Digital Horticulture, Verloop et al., 2009) must be taken to heart. The report emphasises the necessity of creating an integrated approach to digital information facilities.
- The average farm size has declined rapidly in recent years. The study demonstrates a) that entrepreneurship is very important and will become even more important in the future, and b) that we must not lose sight of the quality of the products and the professionalism of the entrepreneurs in this regard. Quality and professionalism are important factors influencing competitiveness - competing purely on production costs is not an option in the long term. This recommendation concerns not only the entrepreneurs but also the government and the sector organisations. Training middle management as well as good specialists who can be linked with the Dutch sector is extremely important.

# 1 Inleiding

---

## 1.1 Aanleiding

De rentabiliteit van de Nederlandse glasgroentesector staat de afgelopen 2 jaar onder druk. De gemiddelde rentabiliteit (opbrengsten per 100 euro kosten) in de glasgroentesector in Nederland was in 2008 met 91 al laag en in 2009 met een waarde van 76 extreem laag (bron: LEI Binternet). In 2009 is het gemiddeld inkomen uit bedrijf gedaald naar minus 230 duizend euro (De Bont et al., 2009). Wanneer rekening wordt gehouden met de vergoeding van de eigen inbreng van arbeid en vermogen door de ondernemers, dan komt het bedrijfseconomisch nettobedrijfsresultaat op de glasgroentebedrijven in 2008 en 2009 uit op -111 en -314 duizend euro per bedrijf. De Rabobank concludeert in de onlangs verschenen publicatie *Beter met minder* (Rabobank Nederland, 2010) dat de Nederlandse glasgroentesector een sterke internationale concurrentiepositie heeft, maar dat concurrenten zoals Spanje, Turkije en Marokko niet stilzitten. De afzet van Nederlands product is volgens de Rabobank bovendien vooral gericht op markten waar geen of weinig groei is (i.e. Noordwest-Europa). Daarnaast is in deze markten een toenemende vraag naar (hoogwaardige) producten van eigen bodem ontstaan (local-to-local).

De vraag die zich opdringt is of deze situatie van slechte bedrijfsresultaten in de Nederlandse glasgroentesector tijdelijk of structureel is en wat gedaan zou kunnen worden om deze te verbeteren? Het LEI (onderdeel van Wageningen UR) heeft van het ministerie van LNV opdracht gekregen de concurrentiekracht van de Nederlandse glasgroentesector te onderzoeken.

## 1.2 Probleemstelling

De bedrijfsresultaten in de glasgroentesector zijn de afgelopen jaren ronduit teleurstellend. De overheid voert beleid om de sector te stimuleren duurzaam te produceren, via onder meer regelingen die gericht zijn op duurzame investeringen. Daarnaast is een tijdelijke garantstelling voor kredieten voor werkkapitaal ingesteld om bedrijven die in liquiditeitsproblemen geraken in staat te stellen gemakkelijker leningen voor werkkapitaal aan te gaan. Om het beleid ten aanzien van de sector goed te kunnen vormgeven is meer inzicht gewenst in de

oorzaken van de slechte resultaten en de verwachtingen ten aanzien van de toekomstige concurrentiekracht van de sector in Nederland. De belangrijkste vraag die in dit onderzoek aan de orde komt is of de Nederlandse glasgroentesector op termijn kan blijven concurreren met andere landen. Met andere woorden: is er op middellange termijn toekomst voor de glasgroenteteelt in Nederland? Onderzoeksvragen zijn:

1. Welke ontwikkelingen hebben zich voorgedaan in de concurrentiepositie van Nederland ten opzichte van de concurrenten?
2. Wat veroorzaakt de slechte bedrijfsresultaten in de afgelopen jaren?
3. Wat is de verwachting ten aanzien van de toekomstige ontwikkeling van de concurrentiekracht?
4. Wat zijn daarvan de mogelijke gevolgen voor de sector en de bedrijven daarbinnen?
5. Welke mogelijkheden zijn er om de situatie te verbeteren en welke acties zijn door wie gewenst?

### **1.3 Aanpak**

In het onderzoek wordt gebruik gemaakt van beschikbare statistieken en (visie-) documenten en van kwalitatieve informatie van experts uit de glasgroentesector. De kwalitatieve informatie is verkregen in een workshop met deskundigen en aanvullende interviews. Deze experts zijn afkomstig uit verschillende schakels in de Nederlandse glasgroenteketen: zadenindustrie, telers en telersverenigingen, afzetorganisaties, groothandel en advies.

Vanwege de beperkte doorlooptijd en budget van deze studie, is gekozen voor een aanpak waarin voorhanden zijnde kengetallen centraal staan. De focus in het onderzoek ligt op de Nederlandse glasgroentesector, met specifieke aandacht voor drie afzonderlijke gewassen: tomaat, paprika en komkommer. Dit zijn de drie belangrijkste gewassen binnen de glasgroenteteelt in Nederland en deze gewassen zijn samen goed voor ongeveer 90% van het areaal vruchtgroenten en 75% van het areaal glasgroenten in Nederland. De uitkomsten van het onderzoek hebben vooral betrekking op deze drie gewassen.

## **1.4 Leeswijzer**

De analyse begint met een beschrijving van de financiële resultaten van de glasgroentebedrijven in Nederland, de kostenstructuur en de opbrengstprijzen (hoofdstuk 2). Aan de hand van beschikbare statistieken wordt een beeld geschetst van de ontwikkelingen in de primaire productie (hoofdstuk 3) en de internationale handel (hoofdstuk 4). Waar mogelijk wordt naast Nederland ook aandacht besteed aan belangrijke concurrerende landen. Voor tomaten betreft dit voornamelijk Spanje en Marokko. Voor paprika's gaat het vooral om Spanje, Israël en Marokko, en voor komkommers gaat het met name om Spanje. Lokale productie in afzetmarkten is daarbij ook belangrijk. Vervolgens wordt ingegaan op de ontwikkelingen in de toeleverende industrie, de groothandel en de afzetorganisatie (hoofdstuk 5). Daarbij wordt ook ingegaan op de rol van samenwerking. In hoofdstuk 6 komt de rol van het overheidsbeleid aan de orde. Het rapport sluit af met conclusies en met een blik op de toekomst in hoofdstuk 7.

## 2 Financiële resultaten

---

### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de financiële resultaten van de glasgroentebedrijven in kaart gebracht. Daarbij worden eerst de ontwikkelingen weergegeven in de inkomens van de glasgroentebedrijven in Nederland in de periode 2004-2009. Vervolgens wordt de kostenstructuur van de bedrijven beschreven en worden enkele belangrijke ontwikkelingen in deze kosten nader besproken. Stijgende kosten vormen mogelijk een verklaring voor de slechte bedrijfsresultaten in 2008 en 2009. Daarnaast wordt aandacht besteed aan investeringen en de ontwikkeling van de solvabiliteit van de glasgroentebedrijven in Nederland. Ten slotte wordt gekeken naar de opbrengsten van de glasgroentebedrijven, te weten de ontwikkelingen in de opbrengstprijzen van de producten.

### 2.2 Inkomensontwikkelingen

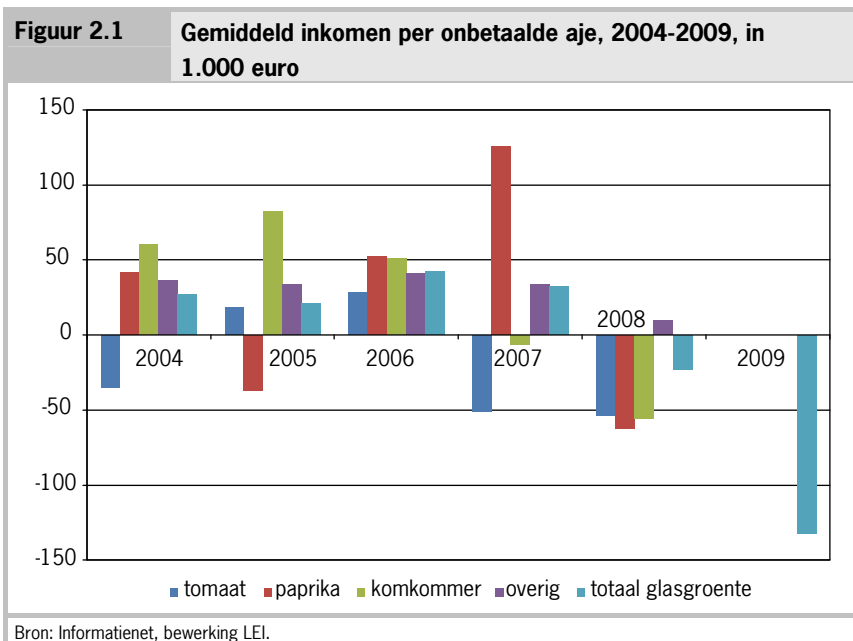
In de jaren 2001-2003 was de rentabiliteit van de glasgroentebedrijven gemiddeld goed. In het topjaar 2003 was de rentabiliteit (opbrengsten per 100 euro kosten) gemiddeld 106. Het inkomen uit bedrijf bedroeg in dat jaar gemiddeld 126 duizend euro. Daarna daalde de rentabiliteit in 2004 en 2005 tot respectievelijk 90 en 92, om in 2006 en 2007 weer te stijgen naar ongeveer 97. In 2008 waren de gemiddelde bedrijfsinkomens van de glasgroentebedrijven weer negatief (-33 duizend euro gemiddeld per bedrijf). De financiële resultaten van de glasgroenteteelt in Nederland waren met name in 2009 uitzonderlijk slecht. De drie grote teelten tomaat, paprika en komkommer deden het alle drie niet goed. Voor de tomatentelers betekende dit het tweede achtereenvolgende jaar met sterk negatieve bedrijfsresultaten. In figuur 2.1 worden de gemiddelde inkomens per onbetaalde arbeidsjaareenheid (aje) per bedrijf weergegeven voor de periode 2004-2008.<sup>1</sup> Hoewel gegevens over de afzonderlijke gewastypen op het moment van schrijven nog niet voorhanden zijn, is duidelijk dat de bedrijven in 2009 gemiddeld een verlies leden van ongeveer 230 duizend euro

---

<sup>1</sup> De onbetaalde arbeidsjaareenheden (aje) hebben voornamelijk betrekking op de inzet van de ondernemers, uitgedrukt in het aantal arbeidsjaareenheden dat zij in het bedrijf werken.



(De Bont et al., 2009). Per onbetaalde aje betekende dit in 2009 een gemiddeld verlies van ongeveer 132 duizend euro.



De resultaten voor 2008 en de ramingen voor 2009 laten uitzonderlijk slechte financiële resultaten zien. Niet eerder in de onderzochte periode waren de bedrijfsresultaten van de glasgroentebedrijven zo slecht. In 2005 maakten de paprikabedrijven echter ook verlies en dat geldt eveneens voor de tomatenbedrijven in 2004 en 2007. Daarbij moet worden opgemerkt dat het inkomen per onbetaalde aje is gebaseerd op de resultatenrekeningen van de bedrijven waarin geen berekende kosten voor de inzet van de eigen arbeid van de ondernemers is meegenomen. Het nettobedrijfsresultaat, inclusief de berekende kosten voor eigen arbeid en kapitaal, is met uitzondering van 2003 vanaf het begin van de 21e eeuw doorlopend negatief geweest. Over het algemeen zijn de fluctuaties in de bedrijfsresultaten groot. De komkommerbedrijven deden het in de periode 2004-2006 relatief goed. Aan de relatief goede inkomens in de komkommer-teelt is in 2008 en 2009 echter ook een einde gekomen.

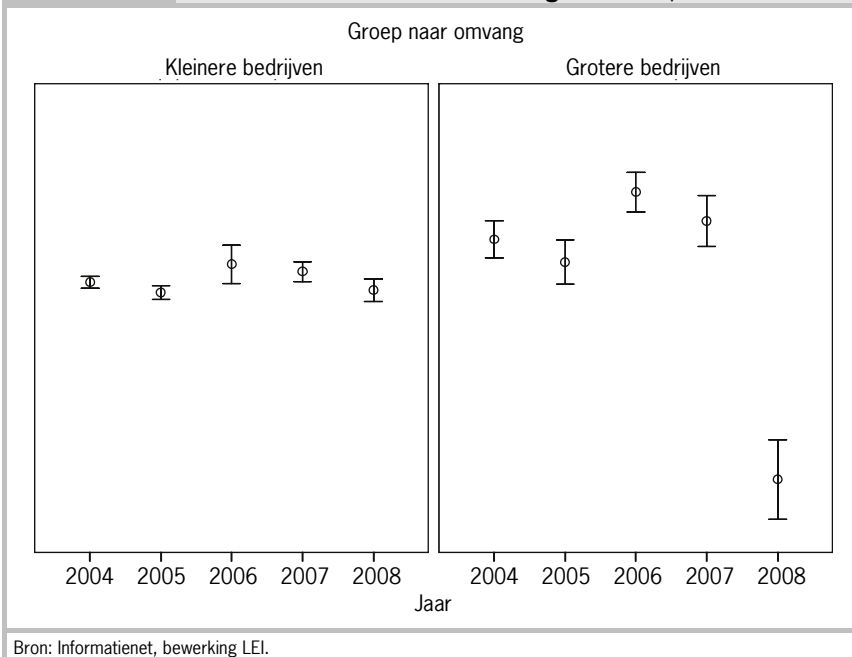
De afgelopen decennia zijn de glasgroentebedrijven in Nederland gemiddeld steeds groter geworden. In 2001 was een gemiddeld glasgroentebedrijf ongeveer 2,2 ha groot. In 2009 was dat gegroeid naar ongeveer 3,5 ha cultuurgrond (CBS Landbouwtelling). Een vraag is in hoeverre de bedrijfsomvang gevolgen heeft voor de kosten en opbrengsten van de bedrijven. Bestudering van de resultaten over de jaren 2004-2008 leert dat grotere bedrijven over het algemeen betere resultaten behaalden, gemeten in inkomen per onbetaalde aje of in rentabiliteit. De bedrijven zijn gemiddeld moderner en hebben een lagere solvabiliteit. Dat is ook in lijn met de gangbare opvatting dat een groter bedrijf efficiënter kan produceren. De grotere bedrijven behalen een hogere productie en opbrengst per m<sup>2</sup>. Daartegenover staan ook hogere kosten per m<sup>2</sup>, maar per saldo realiseren deze bedrijven doorgaans een betere rentabiliteit.

Echter, in tijden dat de opbrengstprijzen dalen en de productie verliesgevend wordt, zijn de gevolgen voor de grotere bedrijven navenant groter. Wanneer de glasgroentebedrijven uit de steekproef van het Bedrijven-Informatienet van het LEI worden verdeeld in twee in aantal gelijke groepen (mediaan) op basis van economische bedrijfsomvang in de periode 2006-2008, en vervolgens de gemiddelde inkomens per onbetaalde aje voor deze twee groepen worden vergeleken over de jaren, dan valt de enorme duikeling van de resultaten van de grotere glasgroentebedrijven in 2008 direct op (figuur 2.2).

Uit bestudering van de resultaten blijkt dat de grotere bedrijven aanzienlijk hogere kosten hadden per eenheid product in 2008 ten opzichte van 2007 en in vergelijking met de kleinere bedrijven. De gemiddelde kosten per m<sup>2</sup> groente op de grotere bedrijven namen toe door een toename van met name de kosten voor energie en financiering. Maar ook andere kostenposten namen gemiddeld toe. Daarbij komt een zeer scherpe daling van de opbrengstprijzen. In de tomaenteelt en de paprikateelt is die prijsdaling deels gecompenseerd door hogere productie per bedrijf, maar dat kon de prijsdaling en kostenstijgingen niet compenseren. Ook de inkomsten uit de verkoop van elektriciteit, die op grotere bedrijven doorgaans hoger zijn dan op kleinere bedrijven, hebben deze ontwikkeling niet kunnen compenseren.

**Figuur 2.2**

**Inkomen per onbetaalde aje op glasgroentebedrijven,  
voor twee groepen naar bedrijfsomvang in nge, en 95%  
betrouwbaarheidsinterval van het gemiddelde, 2004-2008**



De inkomens van de groentebedrijven staan niet alleen in Nederland onder druk. Hoewel recente cijfers over de inkomens in andere EU-landen niet voorhanden zijn, blijkt dit onder meer uit de recente roep om EU-ondersteuning van bijvoorbeeld de Spaanse groente- en fruitsector ([agritrade.cta.int](http://agritrade.cta.int)). De markt-omstandigheden waren dusdanig slecht dat de Spaanse producenten- en exporteursorganisatie FEPEX en ook de Europese producentenorganisatie COPA-COGECA de Europese Commissie hebben opgeroepen om een actieplan op te stellen om de groente- en fruittelers te ondersteunen. Er wordt onder meer opgeroepen tot verruiming van de mogelijkheid om in tijden van overaanbod producten voor interventie (withdrawal) aan te bieden ([www.copa-cogeca.be](http://www.copa-cogeca.be)).

Uit de jongste conjunctuurbarometer van de land- en tuinbouw in Vlaanderen komt echter positief nieuws. Hoewel de index voor de telers van groente en fruit onder glas in België in het voorjaar van 2010 nog wel licht negatief is (-9, op een schaal van -100 tot +100), is die aanzienlijk gestegen ten opzichte van vo-

rig jaar (-22 in najaar 2008 en najaar 2009). Daaruit komt het beeld naar voren dat de Vlaamse bedrijven het beter doen dan vorig jaar en ook voor de korte termijn toekomst een groot deel van de bedrijven positief gestemd is (bron: Vlaamse Overheid, Departement Landbouw en Visserij, mei 2010). Ook in Nederland is de stemming onder telers over het verloop van het begin van het seizoen een stuk positiever dan vorig jaar (bron: expertmeeting LEI).

## 2.3 Kostenontwikkelingen

De jongste raming van de inkomens door het LEI laat zien dat per 100 euro kosten in 2009 gemiddeld slechts 76 euro opbrengsten gerealiseerd werd door de glasgroentebedrijven in Nederland. Ten opzichte van 2008 stegen de gemiddelde betaalde kosten en afschrijvingen per meter licht, terwijl de opbrengsten (in euro) sterk daalden (De Bont et al., 2009, p. 98).

### *Solvabiliteitsratio van glasgroentebedrijven in Nederland*

De belangrijkste kostenposten op de glasgroentebedrijven zijn energie en arbeid. De grootste kostenpost is energie (gas en elektriciteit), met een gemiddeld aandeel van circa 28% in de totale kosten per bedrijf (tabel 2.1). Gas maakt het grootste deel van de energiekosten uit. Op de tomaten- en paprika-bedrijven is het aandeel van gas in de totale kosten in de periode 2006-2008 gemiddeld iets hoger geweest dan op de komkommerbedrijven en overige glasgroentebedrijven, hoewel de drie hoofdgewassen elkaar niet veel ontlopen. Op zowel de tomatenbedrijven, als de paprika- en komkommerbedrijven wordt in toenemende mate gas gebruikt in w/k-installaties om elektriciteit op te wekken die gedeeltelijk (door belichtende bedrijven) of geheel (door niet-belichtende bedrijven) verkocht wordt. De tomaten- en komkommerteelt is een arbeidsintensievere teelt dan de paprikateelt (Vermeulen, 2008). De arbeidskosten maken ongeveer 20% van de kosten van de glasgroentebedrijven uit. Op de komkommerbedrijven is dat ongeveer 23%. Uitgangsmateriaal (plantgoed), materialen en meststoffen zijn goed voor respectievelijk 8%, 4% en 2% van de kosten. De financieringskosten (uitgaven aan betaalde rente en kosten voor financieringsdiensten, exclusief afschrijvingen en berekende rente over eigen kapitaal) bepalen ongeveer 6% van de kosten. Onder algemene kosten vallen kosten voor onder meer administratie, communicatie, voorlichting en belangenbehartiging, milieu- en hygiënediensten. Voor de kostprijs van de glasgroentebedrijven in Nederland en daarmee samenhangend de concurrentiekracht van de bedrijven, is

het daarom met name belangrijk te kijken naar de ontwikkelingen in de gasprijzen, de arbeidskosten, de kosten van uitgangsmateriaal en de financieringskosten. Samen zijn deze kostenposten goed voor 58% van de totale kosten.

De ontwikkeling van de gas- en elektriciteitsprijs wordt grotendeels bepaald door de ontwikkeling van de olieprijs. Al jaren vertoonde de olieprijs een stijgende tendens met een hoogtepunt in de zomer van 2008. De inkoopkosten van energie (gas en elektriciteit) zijn in de 21e eeuw toegenomen en dat heeft de bedrijfsresultaten negatief beïnvloed. Veel bedrijven hebben geïnvesteerd in w/k-installaties om deze kostenstijging het hoofd te bieden. Door de toepassing van w/k-installaties en de verkoop van elektriciteit zijn de zogenaamde netto-energiekosten van de bedrijven minder gestegen. Voor bedrijven die geen inkomsten uit de verkoop van elektriciteit kunnen genereren heeft de stijging van de energieprijzen echter wel degelijk tot een grote kostenstijging geleid. Als gevolg van de economische crisis is de olieprijs eind 2008 scherp gedaald om vervolgens in 2009 weer geleidelijk te stijgen. De grote schommelingen in de olieprijs en de gasprijzen maken het moeilijk voor de bedrijven om te bepalen of, op welk moment en voor welke periode zij het best contracten kunnen afsluiten voor de inkoop van gas en verkoop van elektriciteit.

Doordat veel bedrijven niet hadden voorzien dat de energieprijzen in het begin van 2009 zouden gaan dalen, waren er eind 2008 al veel contracten voor 2009 afgesloten. Doordat de prijs van de verkoop van elektriciteit (die medebepalend is voor het rendement van de w/k-installatie) in 2009 onder de prijs van 2008 lag, zijn vooral de bedrijven die gascontracten hadden afgesloten op het hoogtepunt in de markt, daarmee in de problemen gekomen (De Bont et al., 2009). Over het algemeen zijn de gas- en elektriciteitsprijzen echter aan elkaar gerelateerd en hebben de w/k-installaties een daling van de netto-energiekosten opgeleverd voor de bedrijven.

**Tabel 2.1** Procentuele verdeling van kosten per bedrijfstype, gemiddeld 2006-2008 a)

|                                                             | Tomaten-<br>bedrijven | Paprika-<br>bedrijven | Konkommer-<br>bedrijven | Overige<br>glasgroente-<br>bedrijven | Totaal |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------------------|--------|
| Gemiddelde bedrijfsgrootte in ha in de periode 2006-2008 b) | 3,3                   | 3,2                   | 2,9                     | 1,4                                  | 2,3    |
| Totaal kosten                                               | 100                   | 100                   | 100                     | 100                                  | 100    |
| Algemene kosten                                             | 5                     | 5                     | 6                       | 6                                    | 5      |
| Betaalde arbeid                                             | 20                    | 17                    | 23                      | 21                                   | 20     |
| Financieringskosten                                         | 6                     | 6                     | 4                       | 5                                    | 6      |
| Totaal plantaardige activa                                  | 16                    | 18                    | 20                      | 22                                   | 19     |
| Zaden poot- en plantgoed                                    | 7                     | 6                     | 9                       | 10                                   | 8      |
| Materialen                                                  | 4                     | 4                     | 4                       | 5                                    | 4      |
| Meststoffen                                                 | 2                     | 2                     | 2                       | 2                                    | 2      |
| Aflevering                                                  | 2                     | 2                     | 2                       | 2                                    | 2      |
| Gewasbeschermingsmiddelen                                   | 1                     | 1                     | 1                       | 2                                    | 1      |
| Totaal energie                                              | 31                    | 30                    | 28                      | 23                                   | 28     |
| Gas                                                         | 26                    | 27                    | 23                      | 20                                   | 24     |
| Materiële activa                                            | 19                    | 20                    | 17                      | 20                                   | 19     |
| Totaal afschrijvingen                                       | 14                    | 15                    | 12                      | 14                                   | 14     |
| Onderhoud en huur                                           | 5                     | 4                     | 5                       | 5                                    | 5      |
| Werk door derden                                            | 5                     | 4                     | 1                       | 2                                    | 3      |

a) Selectie van kostenposten; op basis van kosten exclusief btw; b) Gemiddelde beteelbare oppervlakte kas in ha van de bedrijven in de steekproef in de periode 2006-2008.

Bron: Informatienet, bewerking LEI.

De kosten voor arbeid zijn een belangrijke kostenpost en de kosten hiervan nemen al jaren toe. De laatste cao-loonstijging dateert van januari 2009 en bedroeg 1,5% (cao glastuinbouw 1 juli 2007-30 juni 2010; aanpassingen per 1 juli 2009). In 2007 en 2008 is een collectieve loonsverhoging doorgevoerd van 2,5% en 2%. Op de bedrijven zijn de relatief dure overuren zoveel mogelijk vermeden om zo de kosten te drukken waardoor de arbeidskosten in 2009 ten opzichte van 2008 met 1% per m<sup>2</sup> licht zijn gedaald (De Bont et al., 2009). Desalniettemin drukken de loonkosten relatief zwaar op de bedrijven en wordt in verdere mechanisatie gezocht naar kostenbesparingen. Per 1 juli 2010 is er

een nieuwe cao voor de glastuinbouw tot stand gekomen, die loopt tot en met 30 juni 2012. In de nieuwe cao is een loonsverhoging afgesproken van 2,25%, die in 3 stappen wordt uitgevoerd. Doordat in de glasgroentesector steeds meer gebruik gemaakt wordt van uitzendarbeid is ook de loonontwikkeling in de uitzendbranche mede bepalend.

Dat de kosten voor betaalde arbeid in de Nederlandse sector per hectare toenemen blijkt ook uit het feit dat het gemiddelde glastuinbouwbedrijf in 2009 219 duizend euro betaalde voor arbeid, op een gemiddeld oppervlakte van 3,5 ha (63 duizend euro per ha). In 2001 bedroegen de kosten van betaalde arbeid nog gemiddeld 106 duizend euro op een oppervlakte van 2,2 ha (48 duizend euro per ha). Op grotere bedrijven is bovendien vaak meer betaalde managementarbeid aanwezig waardoor de kosten per uur extra toenemen.

Bedrijven kunnen besparen op arbeid voor sorteren en verpakken door dit uit te besteden of centraal - in samenwerking met andere bedrijven - op te pakken.

Over de kosten in andere landen is voor dit onderzoek weinig recente informatie voorhanden. Ook actuele cijfers over ontwikkelingen met betrekking tot de bedrijfsomvang in andere landen zijn schaars. In de vorige studie naar de concurrentiekracht van de glasgroentesector (Tacken et al., 2007), werd op basis van onder meer FADN-gegevens een aantal kenmerken van de groente-teelt in het buitenland beschreven. Deze karakteristieken zijn op hoofdlijnen nog actueel. In tegenstelling tot Nederland vindt de productie in Spanje en Marokko vooral plaats in plastic kassen of in de openlucht (Poot en Nienhuis, 2001; Van der Velden et al., 2004). Hierdoor kan het aanbod op de internationale markt sterk variëren, omdat het de productie sterk afhankelijk is van het weer.

Het Spaanse klimaat kenmerkt zich door een hoge buitentemperatuur waardoor de teelt van tomaten met name plaats vindt in onverwarmde plastic kassen. In vergelijking met Nederland zijn de telers in Spanje relatief klein en wordt er gebruik gemaakt van een aantal goed functionerende coöperaties (Tacken et al., 2007). Spaanse kwekers kunnen tegen lagere kosten kweken (goedkope kassen en lage loonkosten). Maar ook in Spanje zijn de afgelopen jaren de arbeidskosten toegenomen waardoor de kostprijs is gestegen. Informatie over de ontwikkeling van de arbeidskosten in Israël zijn niet voorhanden binnen het korte tijdsbestek van deze studie.

Opvallend is dat de productie van losse tomaten in Marokko sterk varieert. Boonekamp rapporteert in een artikel in *Groente en Fruit* (2008) opbrengsten tussen 15 en 26 kg per m<sup>2</sup>. Enkele bedrijven met nieuwe kassen kunnen 30 kg per m<sup>2</sup> halen. Dergelijke productiecijfers in combinatie met lage arbeidskosten (circa 5 tot 6 euro per dag), bezorgen de Marokkaanse telers een gunstige po-

sitie. De productie in Oost-Europa vindt veelal plaats op relatief kleine bedrijven (Wijnands et al., 2004; Rabobank, 2010) en deze landen produceren met name voor de lokale of regionale markt. De laatste jaren wordt echter in verschillende delen van Oost-Europa, waaronder Rusland, veel geïnvesteerd in nieuwe glastuinbouwgebieden, met hoogwaardige productie voor met name de lokale markt (bron: expert workshop).

## **2.4 Investerings, financieringskosten en solvabiliteit**

De kosten van betaalde rente en financieringsdiensten bedragen in Nederland gemiddeld ongeveer 5% van de totale kosten van de glastuinbouwbedrijven. Daarnaast hebben de bedrijven kosten aan afschrijvingen van materiële activa. Deze kosten bedroegen in de periode 2006-2008 ongeveer 14% van de totale kosten. De afschrijvingskosten zijn in 2009 met ongeveer 5% toegenomen, per m<sup>2</sup> (De Bont et al., 2009). Dat wordt veroorzaakt doordat de bedrijven in 2007 en 2008 relatief veel hebben geïnvesteerd.

De gemiddelde bruto-investeringen waren in 2007 uitzonderlijk hoog. Er werd gemiddeld voor meer dan een half mln. euro per bedrijf geïnvesteerd in met name glasopstanden en gebouwen, machines en installaties en grond (tabel 2.2). Een belangrijk deel van deze investeringen heeft te maken met w/k-installaties en nieuwbouw van kassen. Deze investeringen zijn (in het verleden) mede gestimuleerd door het certificatieschema Groen Label Kassen (MIA/VAMIL) en het aantal Groen Label Kassen in de regeling Groenprojecten (SMK, 2009).

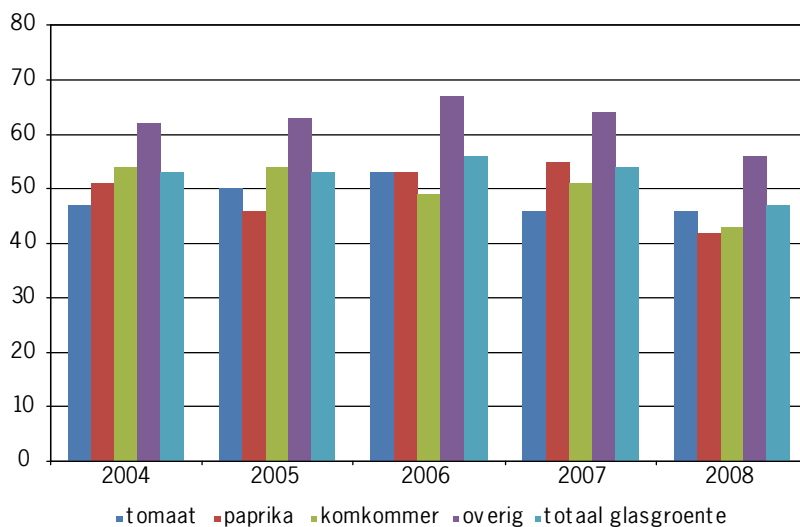
De investeringen zijn ook terug te zien in de ontwikkeling van de solvabiliteit van de bedrijven. In figuur 2.3 wordt de solvabiliteitsratio (eigen vermogen in procent van het totaal vermogen) weergegeven voor de verschillende bedrijfstypen over de periode 2004-2008. Vooral de solvabiliteit van de paprika- en komkommerbedrijven is gedaald. Met een solvabiliteit van ongeveer 42 tot 46% is het gemiddelde bedrijf echter nog redelijk solvabel.



| <b>Tabel 2.2</b>                                                                                                                        |  | <b>Investerings op glasgroentebedrijven in Nederland, in<br/>1.000 euro per bedrijf in de periode 2004-2008</b> |             |             |             |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                                                                                                         |  | <b>2004</b>                                                                                                     | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> |
| Bruto-investeringen a)                                                                                                                  |  | 206                                                                                                             | 196         | 122         | 506         | 398         |
| waarvan grond b)                                                                                                                        |  | 78                                                                                                              | 82          | -74         | 103         | 21          |
| gebouwen (inclusief glasopstanden)                                                                                                      |  | 57                                                                                                              | 46          | 73          | 141         | 189         |
| werktuigen, installaties en machines                                                                                                    |  | 54                                                                                                              | 50          | 106         | 238         | 170         |
| plantopstanden                                                                                                                          |  | 0,1                                                                                                             | 2           | 1           | 2           | 3           |
| overig                                                                                                                                  |  | 17                                                                                                              | 17          | 16          | 22          | 15          |
| a) Bruto-investeringen: investeringen - desinvesteringen; b) Inclusief investeringen in grond en erfpachtrecht.<br>Bron: Informatienet. |  |                                                                                                                 |             |             |             |             |

De Nederlandse regering heeft in 2009 tijdelijke de 'garantieregeling werkkapitaal' opengesteld om de glastuinbouwbedrijven, die in de problemen komen met hun liquiditeit, te helpen bij het verkrijgen van een lening voor werkkapitaal. De regeling is bedoeld voor bedrijven die in principe gezond zijn, maar door de economische crisis in de problemen zijn geraakt. De regeling biedt een garantstelling van 50% tot een maximaal bedrag van 425 duizend euro. Om voor garantstelling in aanmerking te komen moeten de bedrijven echter wel aan voorwaarden voldoen. Zo wordt een provisie van 4,5% over de gehele lening (van maximaal 850 duizend euro) gehanteerd (*Staatscourant* nr. 14704, 1-10-2009). Verder dienen alle kredietinstellingen waarmee het bedrijf zaken doet, minimaal 2 jaar uitstel van betaling te verlenen. Begin januari 2010 hadden ongeveer 47 glasgroentetelers gebruik gemaakt van de regeling ([www.gfactueel.nl](http://www.gfactueel.nl) 11 januari 2010), van de 63 aanvragen in totaal. Het animo voor de regeling is daarmee lager dan verwacht. In het algemeen is de indruk dat de voorwaarden het gebruik van de garantstelling minder aantrekkelijk maken. LTO-Noord Glaskracht concludeert in het Actieplan dat banken de kredietfaciliteit terughoudend gebruiken, met als voornaamste reden de voorwaarde dat ze 2 jaar uitstel van aflossing moeten geven. In de praktijk zijn ondernemingen geholpen via de normale kredietverlening door banken. De extra financieringslasten (renteopslagen) drukken echter wel zwaar op de bedrijven.

**Figuur 2.3 Solvabiliteitsratio van glasgroentebedrijven in Nederland**



Bron: Informatienet.

## 2.5 Opbrengstprijzen glasgroente

In tabel 2.3 worden de gemiddelde opbrengstprijzen voor tomaten, paprika en komkommers weergegeven over de periode 1995-2009. Het gaat daarbij om de gemiddelde prijzen van alle soorten in de betreffende productgroep. Hoewel er in het bijzonder bij paprika en tomaten een grote diversiteit in de soorten is, geven de gemiddelde cijfers een redelijk beeld van de marktbewegingen over de jaren. Wat opvalt, is de extreem lage opbrengstprijs van paprika in 2009. Met een gemiddelde prijs van 75 cent per kg, lagen de middenprijzen in 2009 maar liefst 36% onder het gemiddelde van 2008. Bij tomaten daalden de prijzen gemiddeld 16% en bij komkommers 10%.

| <b>Tabel 2.3</b>                                                |             | <b>Gemiddelde opbrengstprijzen van glasgroenten per jaar, in eurocent per kg</b> |             |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                                 | <b>1995</b> | <b>2000</b>                                                                      | <b>2001</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> |
| Komkommers                                                      | 50          | 57                                                                               | 52          | 48          | 57          | 56          | 55          | 48          | 43          |
| Paprika's a)                                                    | 119         | 145                                                                              | 134         | 125         | 100         | 136         | 138         | 118         | 75          |
| Tomaten a)                                                      | 61          | 91                                                                               | 73          | 57          | 75          | 78          | 80          | 76          | 64          |
| a) Gemiddeld over alle soorten.<br>Bron: Productschap Tuinbouw. |             |                                                                                  |             |             |             |             |             |             |             |

Eerder onderzochten Van der Knijff en Jukema (2009) de ontwikkelingen van de opbrengstprijzen. Zij constateerden het volgende in augustus 2009:

'De opbrengstprijzen voor de eerste aubergines, komkommers en tomaten waren redelijk tot goed. Een beperkte aanvoer en goede kwaliteit vormden hiervoor de basis. Maar al snel na de seizoenstart vertoonden de komkommerprijzen een dalende lijn. Bij tomaat bleven de prijzen langere tijd op een redelijk niveau, maar in juni gingen ook de tomatenprijzen onderuit. Bij paprika stonden de opbrengstprijzen gelijk vanaf de start van het seizoen al onder druk en waren afgelopen maanden [eerste half jaar 2009] structureel laag. Per saldo zijn de middenprijzen voor alle vruchtgroenten de eerste zes maanden van dit jaar [2009] lager dan vorig: aubergine circa -5%, tomaat in de orde van -5 tot -10%, komkommer ongeveer -15%, paprika uiteenlopend van -25 tot -45% afhankelijk van de kleur'.

De Rabobank (Rabobank Nederland, 2010) heeft de ontwikkelingen en uitdagingen voor de glasgroentesector verkend, waaruit nog eens naar voren komt dat voor bijvoorbeeld komkommers de marktpositie van Nederland verslechtert en de bank is van mening dat de lagere opbrengstprijzen een structureel karakter lijken te hebben. De uitzonderlijk lage opbrengstprijzen van 2009 zijn echter grotendeels veroorzaakt door tijdelijk overaanbod. De verwachting is niet dat de prijzen op middenlange termijn terug zullen keren op het niveau van 2007, maar wel dat de gemiddelde prijzen weer zullen stijgen. In het seizoen 2010 is de prijsvorming beter gestart dan in het afgelopen jaar. Door een lager aanbod en aantrekkelijke vraag werden hogere prijzen betaald voor vruchtgroenten.

## 3 Primaire productie

---

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de ontwikkelingen ten aanzien van de productie van tomaten, paprika en komkommers. Eerst wordt per gewas ingegaan op de ontwikkelingen wereldwijd, vervolgens wordt nader stilgestaan bij de ontwikkelingen in Nederland.

### 3.2 Tomaat

#### *Wereldwijd*

Wereldwijd was het areaal tomaten in 2008 ongeveer 4,8 mln. ha (FAOstat, bewerking LEI).<sup>1</sup> Het betreft voornamelijk productie in de opengrond en betreft zowel tomaten voor de versconsumptie als voor de verwerkende industrie. Wereldwijd werd in 2008 ongeveer 130 mln. ton tomaten geproduceerd, inclusief de productie voor de verwerkende industrie. Grote productielanden van tomaten (alle soorten) zijn onder meer Turkije (11 mln. ton), Egypte (9,2 mln. ton)<sup>2</sup> en Spanje (3,8 mln. ton). In figuur 3.1 is de productie van tomaten in een reeks van landen weergegeven voor de periode 1995-2008.

Het grootste areaal tomaat staat in China (bijlage 2). Dichter bij huis zijn Turkije en Egypte de grootste producenten van tomaten, gemeten in areaal. In deze landen neemt het areaal tomaten de afgelopen jaren toe.

Spanje is de belangrijkste producent van tomaten in Europa en de belangrijkste concurrent van Nederland (in de periode dat de teeltseizoenen overlappen). De productie in Spanje neemt af. In 2008 telde het Spaanse teeltoppervlakte 55.300 ha (-20% ten opzichte 2005) en een totale productie van 3,8 mln. ton (-23% ten opzichte van 2005). De afname in areaal en productie kan enerzijds verklaard worden doordat de producenten te maken kregen met toenemende kosten van arbeid. Anderzijds zijn enkele belangrijke gewasbeschermingsmiddelen en grondontsmettingsmiddelen door Europese afspraken niet meer toegestaan, waardoor een effectieve plaagbeheersing door de Spaanse toma-

---

<sup>1</sup> Het totale aantal hectaren wereldwijd is aangepast op basis van voetnoot 3.

<sup>2</sup> De cijfers van Egypte zijn aangepast ten opzichte van de FAOstatdata.

tentelers moeilijker is geworden. In 2008 is een niet onaanzienlijk deel van het areaal uit productie tengevolge van het wegvallen van bepaalde gewasbeschermingsmiddelen (Estacion Experimental Fundación Cajamar, Almeria, ES). De laatste voorlopige cijfers van Eurostat laten zien dat het areaal tomaten in Spanje in 2009 ten opzichte van 2008 weer gestegen is, en ook de fysieke productie is in 2009 sterk gestegen (Eurostat, *apro\_cpp\_fruveg*). Dit heeft waarschijnlijk in 2009 een extra prijsdrukkend effect gehad.

Opvallend is dat de Marokkaanse telers in 2008 een belangrijke groei hebben gerealiseerd van de fysieke opbrengst per hectare. In vergelijking met 2007 hebben de Marokkaanse telers per hectare 18% meer opbrengst weten te realiseren (figuur 3.2). De Marokkaanse tomatenproductie voor de export is sterk toegenomen sinds de beëindiging van het staatsmonopolie op export van voedingsmiddelen aan het einde van de jaren tachtig van de 20e eeuw. De productie groeit nog steeds, maar niet meer zo snel als voorheen. De groei komt de laatste jaren niet meer door een toename van het areaal, maar door een toename van de productiviteit per hectare.

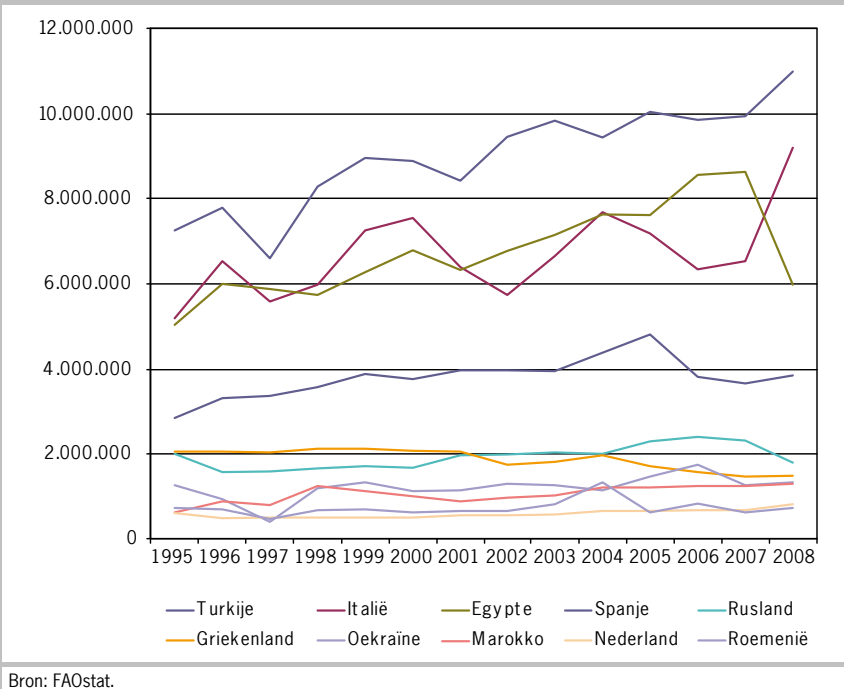
In Turkije is het areaal tomaten sinds 1995 gestegen van 175 duizend ha naar 300 duizend ha. De teelt in Turkije kenmerkt zich door een lage fysieke productie per hectare. Het grootste deel van het areaal in Turkije betreft opengrondsteelt. De tomaten die daar worden geteeld zijn doorgaans niet van zodanige kwaliteit dat die op de EU-markt kunnen worden afgezet. Echter, in Turkije wordt steeds meer onder glas geteeld waardoor de fysieke productie per hectare toeneemt (Keskin et al., 2009) en meer exportwaardig product wordt geproduceerd. De Turkse export van tomaten richt zich vooral op Rusland en Centraal- en Oost-Europese landen. In Egypte nam het areaal toe van 149 duizend ha naar circa 240 duizend ha tussen 1995 en 2008.<sup>1</sup> Ook de productie is in Turkije en Egypte fors toegenomen (figuur 3.1).

In Duitsland en het Verenigd Koninkrijk neemt het areaal tomaten toe (FAOstat), dit wordt gevoed door een toenemende vraag naar lokaal geproduceerde producten (local-to-local).

---

<sup>1</sup> Officiële FAOstatgegevens geven aan dat het areaal in 2008 572 duizend ha bedroeg. Na controle bleken deze cijfers door FAOstat echter abusievelijk in feddan (een Arabische oppervlaktemaat) te zijn weergegeven.

**Figuur 3.1** Fysieke productie van tomaten in geselecteerde landen, in tonnen, 1995-2008



Bron: FAOstat.

### Nederland

Hoewel Nederland één van de grootste tomatenexporteurs van Europa is, is het niet één van de grootste productielanden. Nederland produceerde in 2009 ongeveer 800 duizend ton tomaten. De tomatenproductie in Nederland is de afgelopen 10 jaar zeer hard gegroeid. In 2000 werd er nog 520 duizend ton tomaten geoogst. Het Nederlandse areaal is in 10 jaar tijd met bijna 40% toegenomen. In Nederland stond in 2009 ongeveer 1.600 ha tomaten onder glas (CBS Landbouwtelling). Het grootste deel van dit areaal, ruim 1.000 ha betrof trostomaten. Ongeveer 480 ha bestond uit ronde en vleestomaten en bijna 100 ha bestond uit cherrytomaten. Een overzicht is gegeven in bijlage 1.

Nederland kent een relatief hoge fysieke productie per hectare (zie bijlage 3) doordat in Nederland onder beschermde condities in glazen kassen geteeld wordt. Hierdoor is een optimale groei en productie mogelijk. Ten tweede hebben introducties van nieuwe rassen een bijdrage geleverd aan een verdere toe-

name van de fysieke productie. Ten derde is het gematigde zeeklimaat in Nederland bij uitstek geschikt voor een lang teeltseizoen. Tot slot is in de laatste 10 jaar de belichte tomatenteelt in Nederland in opkomst gekomen. Daarmee kunnen ook in de wintermaanden tomaten worden geoogst en kan in principe jaarrond naar afnemers worden geleverd.

Het jaar 2009 kende een buitengewoon hoge productie per hectare van tomaten in Nederland. Hier zijn een aantal verklaring voor te geven. Enerzijds wordt de stijging van de productie verklaard door de algemene meerjarige trend van een stijgende productiviteit. Maar anderzijds kan de hoge fysieke productie in 2009 verklaard worden door specifieke weersomstandigheden aangezien het een bijzonder gunstig jaar was met betrekking tot de lichtintensiteit. Er werd een stralingsniveau van 11% boven het langjarige gemiddelde gemeten (De Bont et al., 2009). Dit heeft samen met areaaluitbreiding en toename van de belichte tomatenteelt gezorgd voor een productietoename van circa 10% ten opzichte van 2008.

Het aantal bedrijven dat tomaten teelt, laat al jaren een dalende trend zien. De toename van het areaal is dus veroorzaakt door schaalvergroting van de bestaande bedrijven. In 2009 waren er 358 bedrijven die ten tijde van de landbouwtelling tomaten produceerden. Gemiddeld hadden deze bedrijven een omvang van 4,5 ha. Dit is een forse stijging van de gemiddelde bedrijfsomvang in vergelijking met 2000, toen het gemiddelde tomatenbedrijf in Nederland nog slechts 1,8 ha groot was.

### **3.3 Paprika**

Paprika's zijn na tomaten het tweede gewas in de glasgroententeelt in Nederland. Het totale areaal bedroeg in 2009 1.300 ha, circa 34% van het areaal glasgroenten. Paprika's worden geteeld in verschillende kleuren en vormen (blok, punt en mini). Van de totale teeltoppervlakte bestaat meer dan de helft uit rode paprika's (CBS Landbouwtelling).

#### *Wereldwijd*

Het wereldwijde areaal bedroeg in 2008 ongeveer 1,8 mln. ha met een wereldwijde productie van circa 28 mln. ton per jaar (FAO). In figuur 3.2 wordt de productie in tonnen weergegeven voor een reeks geselecteerde landen. In bijlage 2 is het areaal paprika in een reeks van landen weergegeven voor de periode 1995-2008.

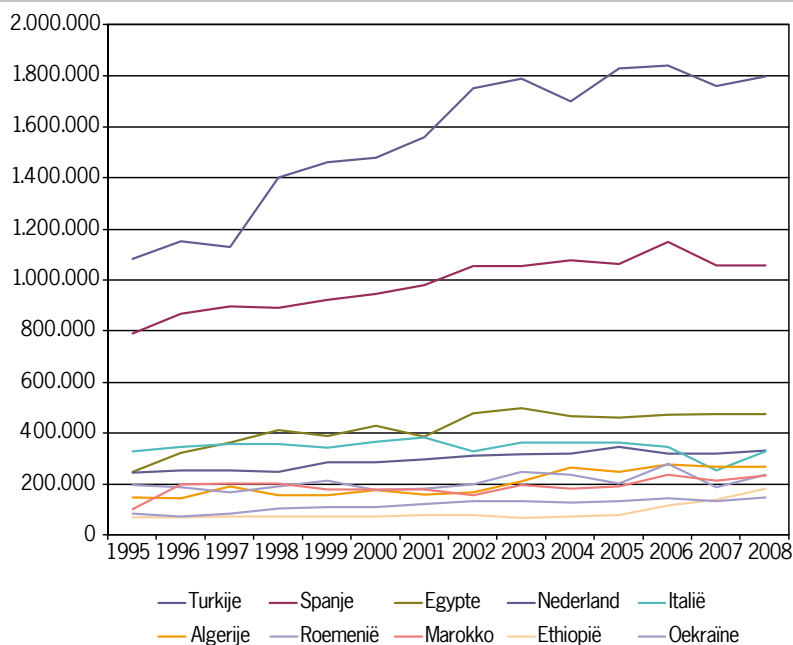
Gemeten in areaal zijn China, Indonesië en Mexico verreweg de grootste productielanden. In Turkije neemt het areaal sinds 1997 zeer sterk toe. Ook de fysieke productie per hectare is in dezelfde periode toegenomen door verbeterde teeltomstandigheden. Het productievolume in Egypte neemt toe.

De totale paprikaproductie in Spanje is eind jaren negentig toegenomen, maar is sinds 2002 constant gebleven. Op jaarbasis werd in 2008 circa 1 mln. ton geproduceerd. Het areaal schommelt rond de 21 duizend ha (FAOstat).

In Marokko is het areaal toegenomen. Momenteel wordt er op ongeveer 7.300 ha paprika geproduceerd. De fysieke productie per hectare is in Marokko de afgelopen jaren sterk toegenomen (FAOstat).

In Israël is het areaal en de productie sinds 2005 toegenomen. FAO schat dat het areaal in 3 jaar tijd met circa 1.000 ha is toegenomen. De Israëlische paprika is hoofdzakelijk op de markt van december tot en met maart en valt meestal weg in april.

**Figuur 3.2** Fysieke productie van paprika's in geselecteerde landen, in tonnen, 1995-2008



Bron: FAOstat.



### *Nederland*

In Nederland is het areaal paprika in 10 jaar tijd toegenomen van 1.100 ha tot meer dan 1.300 ha in 2009. Het grootste deel van het Nederlandse areaal bestaat uit geblokte paprika. Ruim 700 ha betreft rode paprika. Ongeveer 290 ha bestaat uit gele paprika en een gedeelte van 180 ha bestaat uit groene paprika's. Het overige aantal hectares bestaat onder meer uit oranje paprika's en overige varianten zoals puntpaprika's (bijlage 1).

Het areaal is in 2009 ten opzichte van 2008 met 7% toegenomen. Door deze verdere areaaluitbreiding in combinatie met een verbeterde fysieke productie is in 2009 de Nederlandse productie toegenomen met 10% tot 360 duizend ton. In 2007 en 2008 was dit nog respectievelijk 320 en 335 duizend ton. De Nederlandse paprikaproductanten behalen ten opzichte van buitenlandse kwekers een zeer hoge opbrengst per hectare (bijlage 3). Door optimale teeltomstandigheden worden er in Nederland relatief hoge producties behaald per hectare. Ook dragen nieuwe rassen en teeltinnovaties (zoals een toename van het aantal stengels per plant) bij aan hogere opbrengsten per vierkante meter.

## **3.4 Komkommer**

### *Wereldwijd*

Het wereldwijde areaal komkommer bedroeg in 2008 ongeveer 2,6 mln. ha. Het grootste gedeelte van het areaal bevindt zich in Azië. Aangezien de komkommer een belangrijke plaats in de Oost-Europese keuken inneemt, is het niet verwonderlijk dat veel productie in deze landen plaatsvindt. Rusland, Oekraïne en Turkije hebben een groot areaal komkommers (bijlage 2). Met name in Rusland is de productie toegenomen (figuur 3.3).

De productie van komkommers in Turkije is omvangrijk. In Turkije werd in 2007 en 2008 circa 1,7 mln. ton geproduceerd. Dit is iets minder in dan in de voorafgaande jaren, maar desondanks blijft Turkije hiermee de belangrijkste producent (figuur 3.3.).

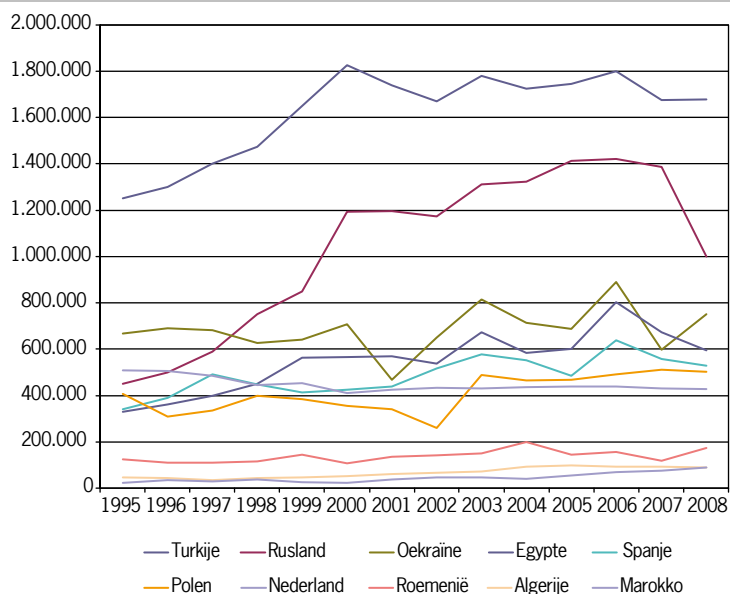
Het areaal komkommers in Spanje is in 2008 afgenomen. Dit areaal bedroeg in 2008 ongeveer 7.000 ha, terwijl dit in 2006 nog meer dan 8.000 ha behelsde. Ook de fysieke productie is door de teruggang in areaal afgenomen in 2008 en telde toen circa 595 mln. ton (figuur 3.3.).

De afgelopen jaren is de productie van komkommers in Marokko sterk toegenomen (figuur 3.3). In 2008 werd er ongeveer 89.000 mln. kg geproduceerd. Dit is bijna 4 keer zoveel als de productie in 2000.

Ook in Griekenland is er een constante productie van komkommers van circa 124.000 mln. ton.

In Duitsland en het Verenigd Koninkrijk neemt het areaal komkommer toe (FAOstat), dit wordt gevoed door een toenemende vraag naar lokaal geproduceerde producten (local-to-local).

**Figuur 3.3** Fysieke productie van komkommers in geselecteerde landen, in tonnen, 1995-2008



Bron: FAOstat.

### Nederland

In Nederland stond in 2009 circa 626 ha komkommer onder glas. Dit areaal is in 10 jaar tijd met zo'n 84 ha afgenomen (-12%). Ondanks de reductie in areaal is de fysieke productie in Nederland slechts beperkt afgenomen (-5%). Dit betekent dat de productie per vierkante meter de afgelopen jaren is toegenomen. In tegenstelling tot tomaten en paprika is de productdifferentiatie bij komkommers relatief beperkt (bijlage 1).

### **3.4 Conclusies**

Spanje blijft een belangrijke producent van vruchtgroenten. In Spanje is in 2008 de productie van tomaten en komkommer echter teruggelopen. Andere landen, zoals Marokko en Turkije produceren steeds meer. In Marokko heeft vooral de productie van tomaat zich sterk ontwikkeld. Ook de productie van paprika en komkommer is toegenomen. De productie van vruchtgroente in Turkije is de afgelopen jaren ook sterk toegenomen. Het areaal glasgroente in buurlanden, zoals het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, is toegenomen door een toenemende vraag naar lokaal geproduceerde groente. Deels betreft het hier Nederlandse ondernemers die in deze landen bedrijven hebben opgezet.

In Nederland zijn het areaal tomaat en paprika toegenomen. De fysieke productieopbrengst per vierkante meter is in 2009 zeer sterk toegenomen. Het areaal komkommer in Nederland is licht afgenomen, maar de productie is vrijwel stabiel gebleven.

## 4 Internationale handel

---

### 4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de ontwikkelingen in de internationale handel van glasgroente besproken. Ten eerste wordt stilgestaan bij de ontwikkelingen in de export vanuit Nederland. Ten tweede worden de ontwikkelingen op de EU-15 importmarkt in kaart. Vervolgens worden de gemiddelde importprijzen van Nederland, Spanje, Marokko en Turkije op de Europese markt vergeleken. Tot slot wordt aan de hand van de veranderingen in de zogenaamde Balassa-index de concurrentiepositie van de verschillende landen in kaart gebracht.

### 4.2 Export van Nederland

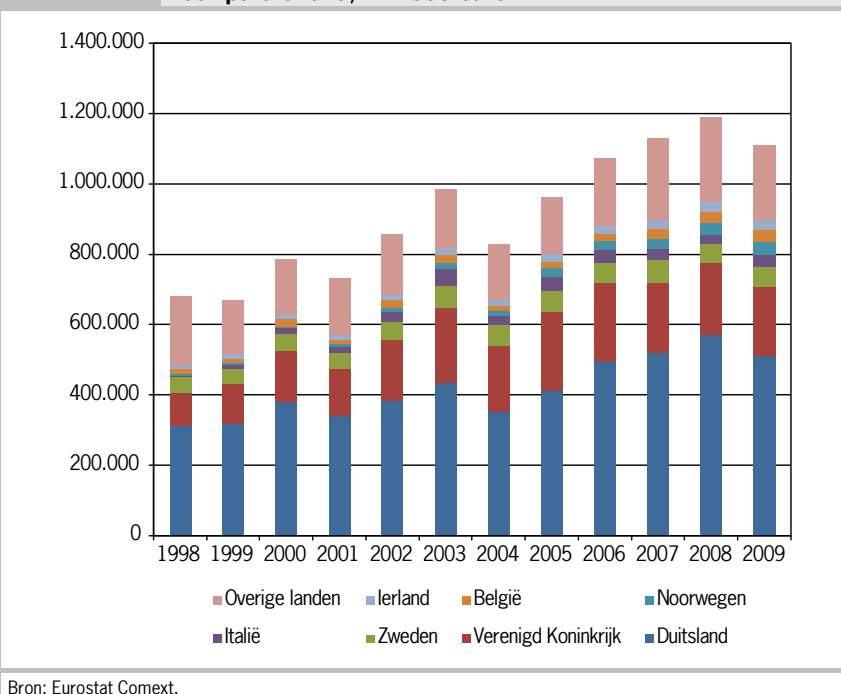
#### *Tomaat*

Nederland is een belangrijke exporteur en doorvoerland van tomaten. Nederland exporteert zelfs meer tomaten dan in eigen land worden geproduceerd. Deze tomaten worden voornamelijk door de groothandel in de wintermaanden uit het buitenland geïmporteerd om jaarrondtomaten te kunnen leveren aan de buitenlandse retailers. Deze aanvullende import van tomaten in Nederland vindt met name, maar niet uitsluitend, in de wintermaanden plaats, omdat de productie in Nederland in de winter, vanwege de beperkte lichtintensiteit beperkt is. De belichte teelt is in Nederland toegenomen, maar de bulk van de tomaten die in de wintermaanden in de Nederlandse, Duitse en Engelse winkels ligt zijn buitenlandse tomaten.

In figuur 4.1 wordt de exportwaarde van tomaten vanuit Nederland (inclusief re-export) uitgesplitst naar de belangrijkste bestemmingslanden. Na jaren van groei is de totale exportwaarde in 2009 afgenomen. De afname van de exportwaarde heeft vooral te maken met een lage afzetprijs omdat het exportvolume in 2009 juist met circa 3% is toegenomen (Eurostat Comext).

De exportwaarde op de belangrijkste afzetmarkt Duitsland is afgenomen, maar de exportwaarde naar het Verenigd Koninkrijk, Zweden en Noorwegen is toegenomen. De categorie overige landen bestaat onder meer uit Denemarken, Frankrijk en Rusland. Hiervan is vooral de export naar Rusland de afgelopen 10 jaar toegenomen.

**Figuur 4.1** Exportwaarde van Nederlandse tomaten (inclusief re-export) naar partnerland, in 1.000 euro



### Paprika

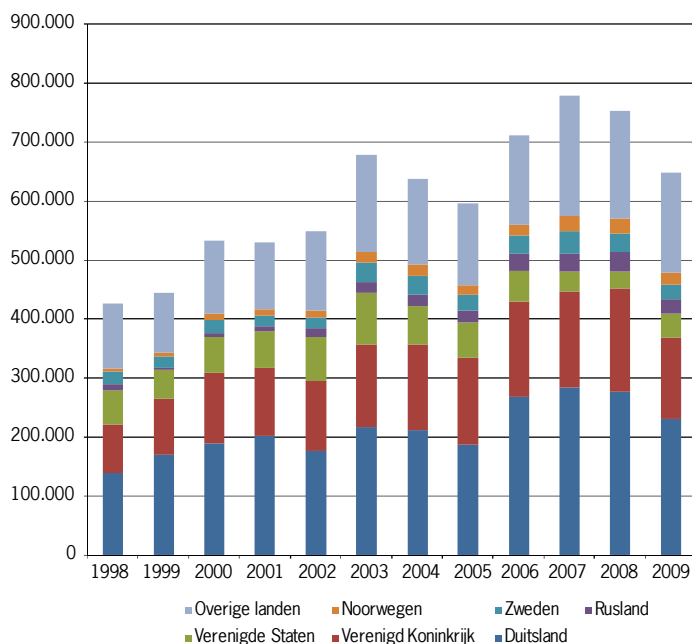
Nederland exporteert jaarlijks ongeveer 85 tot 90% van de totale paprikaproductie (Van der Salm, 2008). In figuur 4.2 is de Nederlandse exportwaarde van paprika's weergegeven, verdeeld over de belangrijkste afzetlanden. In de statistieken is ook de re-export inbegrepen. In 2009 is de totale exportwaarde ten opzichte van 2008 afgenomen met circa 15%. Het totale volume van de export is juist toegenomen met 8%.

Op de Duitse markt worden vooral Nederlandse en Spaanse paprika's aangeboden. Op de Duitse markt heeft de Nederlandse paprika op jaarbasis een aandeel in de import van een kleine 40%. Het aandeel van Nederlandse paprika's is groter dan dat van de Spaanse producenten. De exportwaarde van Nederlandse paprika's naar Duitsland laat een achteruitgang zien in vergelijking met eerdere jaren. De teruggang in exportwaarde is vooral te verklaren door een lagere afzetprijs, omdat het exportvolume van Nederland naar Duitsland is gestegen.

De exportwaarde naar het Verenigd Koninkrijk is in 2009 eveneens afgenomen met circa 22% ten opzichte van het voorafgaande jaar. Dit is mede veroorzaakt door een ongunstige wisselkoers en de lagere afzetprijs van de Nederlandse paprika's. Het exportvolume is slechts beperkt afgenomen (minder dan 2%), wat duidt op een sterke prijsdaling op de Engelse afzetmarkt in euro.

De derde afzetmarkt qua waarde is de Verenigde Staten. De exportwaarde (inclusief re-export) naar de Verenigde Staten is in 2009 met 40% gestegen ten opzichte van een jaar eerder. Dat jaar 2008 was echter een dieptepunt in de export naar de VS. In volume was de stijging van de export naar de VS nog groter, wat duidt op een prijsdaling. De export naar de VS stond in 2007 en 2008 sterk onder druk, mede veroorzaakt door de sterke euro.

**Figuur 4.2** Exportwaarde van Nederlandse paprika's (inclusief re-export) naar partnerland, in 1.000 euro

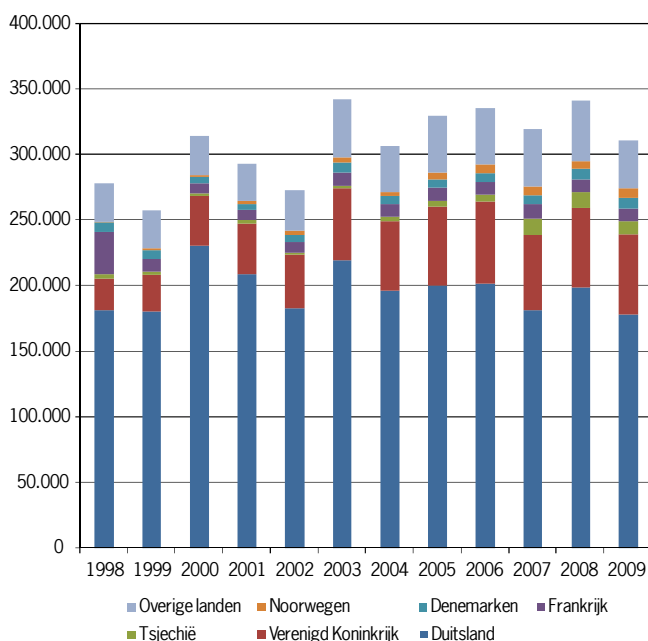


Bron: Eurostat Comext.

### *Komkommer*

Net zoals bij de tomaat en paprika is het grootste gedeelte van de Nederlandse komkommers bestemd voor de export naar Duitsland. In figuur 4.3 is te zien dat de exportwaarde van de Nederlandse komkommers naar Duitsland licht is afgenomen. Twee factoren spelen hierbij mogelijk een rol. In de eerste plaats wordt de Duitse markt gekenmerkt door een sterke prijsfocus. Nederlandse telers ondervinden hierdoor concurrentie van vooral Spaanse producenten, die veelal goedkoper kunnen leveren en rechtstreekse contacten hebben met Duitse retailers (Poot en Nienhuis, 2001). Echter, de laatste jaren neemt het belang van kwaliteit toe en worden ook in Duitsland de eisen met betrekking tot residuen van gewasbeschermingsmiddelen strenger. Dat biedt mogelijk kansen voor de Nederlandse telers. Een tweede factor is de trend om producten van eigen bodem te consumeren: 'local-to-local' (Boonekamp, 2010). Consumenten zijn bereid voor deze producten een hogere prijs te betalen.

**Figuur 4.3** Exportwaarde van Nederlandse komkommers  
(inclusief re-export) naar partnerland, in 1.000 euro



Bron: Eurostat Comext.

### 4.3 Import EU-15

#### *Tomaat*

Het grootste deel van de internationale handel in tomaten op de Europese markt is afkomstig uit Nederland en Spanje. In figuur 4.4 wordt de verdeling van de totale importwaarde in de EU-15 uitgesplitst naar landen van herkomst.

De belangrijkste concurrent voor Nederlandse tomatentelers op de EU-15<sup>1</sup> markt, althans in bepaalde periodes van het jaar wanneer de aanvoer overlapt, is Spanje. Eerder is geconstateerd dat het areaal tomaten in Spanje afnam in 2008; mede als een gevolg hiervan is het exportvolume naar de EU met circa 5% afgenomen. In totaal is het importvolume van Spanje op de EU-15-markt zelfs 25% lager in vergelijking met 2000. Deze ontwikkeling kan deels verklaard worden door de afname in het areaal sinds 2005 (FAO). Maar anderzijds ook door verdere verschuiving naar Marokko. Dit is immers een directe concurrent van Spanje qua productieperiode.

Het belang van Marokko in de EU-15 is sterk toegenomen. Marokkaanse telers hebben de afgelopen jaren de fysieke productie per hectare omhoog geschroefd en zijn zich meer gaan richten op de export. Ook hebben Spaanse en Franse telers zich gevestigd in Marokko. Telers profiteren van lage lonen en gunstige teeltomstandigheden ten opzichte van Spanje zoals meer lichtinstraling, een langere teeltperiode en een lagere ziektedruk (Boonekamp, 2008). Echter vooralsnog hebben de telers te maken met een beperkt exportquota naar de EU.<sup>2</sup> De import van Marokkaanse tomaten in de Europese Unie verloopt voornamelijk via Frankrijk (Van der Salm, 2010). Andere landen die veel Marokkaanse tomaten importeren zijn Spanje, Nederland en het Verenigd Koninkrijk (Van der Salm, 2008).

Opvallend is ook de toename van het aandeel van Portugal. Dit land exporteert voornamelijk naar Spanje en het Verenigd Koninkrijk. In waarde (euro) is het aandeel van Portugal echter veel kleiner (0,5%).

Op de Duitse afzetmarkt heeft de Nederlandse tomaat haar leidende positie alweer geruime tijd terug van de Spaanse telers, na de 'Wasserbombe'-affaire in de jaren negentig van de vorige eeuw, waarbij de kwaliteit van de Nederlandse tomaat ten opzichte van de Spaanse en eigen Duitse tomaat als inferieur werd gezien. Het kwaliteitsniveau van de Nederlandse tomaat is sinds 1993 verbeterd

---

<sup>1</sup> EU-15: Oostenrijk, België, Denemarken, Finland, Frankrijk, Duitsland, Griekenland, Ierland, Italië, Luxemburg, Nederland, Portugal, Spanje, Zweden en het Verenigd Koninkrijk.

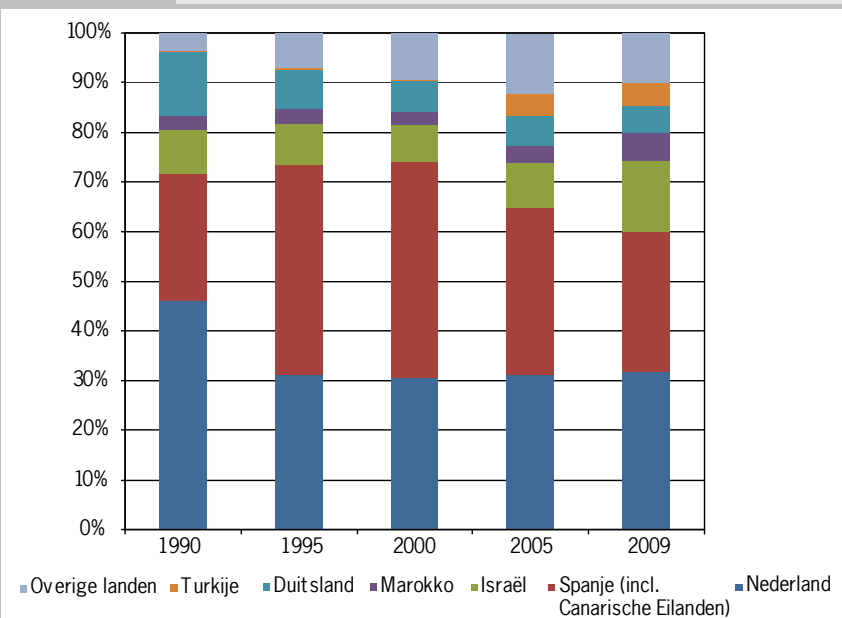
<sup>2</sup> Marokko heeft na mei geen vrije toegang meer tot de Europese markt (Boonekamp, 2008).



(mede door de introductie van nieuwe variëteiten), waardoor de Nederlandse tomaat weer een solide imago heeft opgebouwd. Ook de kwaliteit van de tomaten uit Spanje en Marokko wordt inmiddels als goed ervaren hoewel het kwaliteitsniveau daar meer varieert als gevolg van klimatologische en teeltomstandigheden.

Ondanks de in hoofdstuk 3 geconstateerde areaal- en productietoename blijft de import uit Turkije en Egypte op de West-Europese markt beperkt. De productie is grotendeels bestemd voor de thuismarkt en voor de dichtbij gelegen Oost-Europese landen zoals Bulgarije, Roemenië en de Oekraïne. Dit is vanuit logistiek oogpunt de meest interessante afzetmarkt voor Turkse producten. Van de totale Egyptische productie was in 2006 circa 40% bestemd voor nationale markt en 40% werd geëxporteerd naar de Golfstaten. De overige 20% was bestemd voor de West-Europese markt (Rijkzwaan.nl).

**Figuur 4.4** Procentuele verdeling van de import van tomaten in de EU-15 naar land van herkomst



Bron: Eurostat Comext.

Wanneer bovenstaande figuur niet in volumes maar in waarde (euro) wordt gemaakt, komt exact hetzelfde beeld naar voren voor de belangrijkste landen.

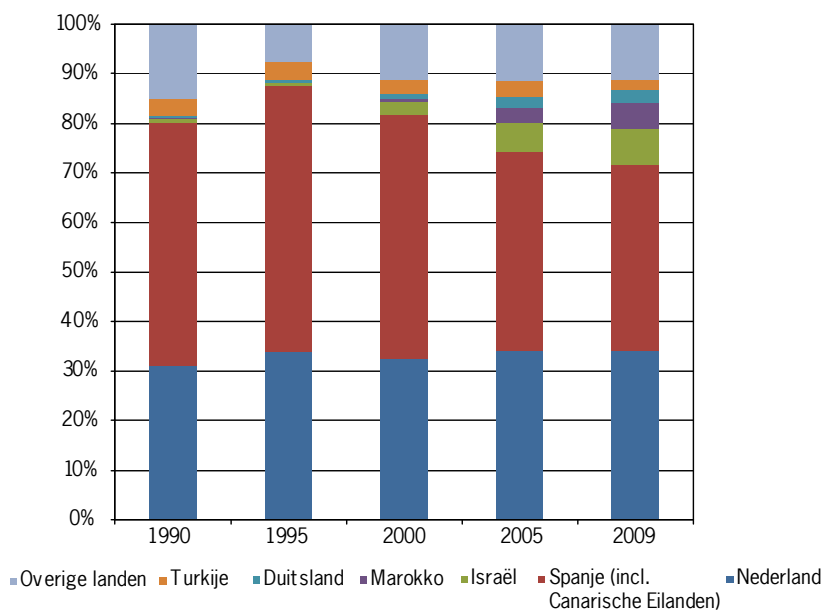
### *Paprika*

Spanje en Nederland domineren samen de handel in paprika's op de West-Europese markt. Spanje is de belangrijkste exporteur van paprika naar de EU-15 (figuur 4.5). Het aandeel van Nederlandse paprika blijft relatief constant, terwijl het aandeel Spaanse paprika's in de EU-15 afneemt.

De import van Israëlische paprika's in de EU-15 is toegenomen. Het aandeel van de Marokkaanse paprika's is eveneens toegenomen. In een zeer korte tijd (2005-2009) is het importaandeel van Marokko in de EU-15 sterk toegenomen van 6% naar 10% (figuur 4.5).

**Figuur 4.5**

**Procentuele verdeling van de import van paprika's in de EU-15 naar land van herkomst**



Bron: Eurostat Comext.

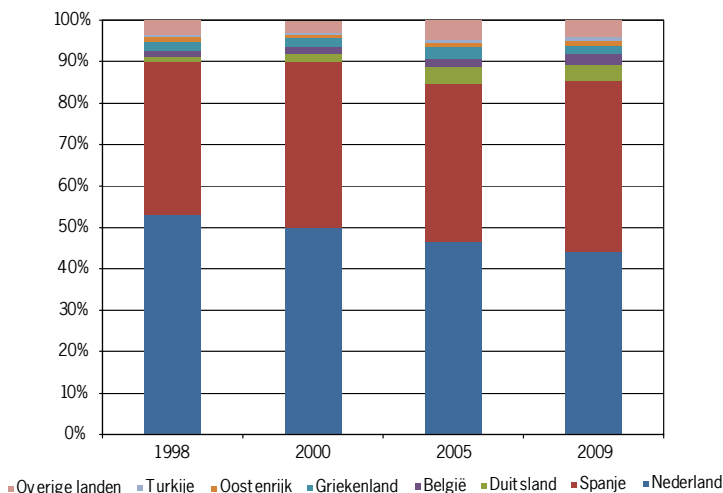
### *Komkommer*

Spanje en Nederland hebben het grootste aandeel in de import van komkommers in de EU-15. Het totale Nederlandse exportvolume (in tonnen) naar de EU-15, is in de loop der jaren stabiel gebleven, rond de 400.000 ton komkommers per jaar. Echter, het relatieve aandeel van Nederland in de EU-15 is afgenomen, omdat de totale handel wel sterk is gegroeid. Het aandeel van Spanje is daarentegen toegenomen. De daling van het Nederlandse aandeel in de EU-15 komt vooral door de toegenomen concurrentie op prijs (Rabobank Nederland, 2010). Nederlandse producenten van komkommer kunnen (nog) niet zoals bij tomaat en paprika op basis van productdifferentiatie een meerwaarde behalen.

Turkije heeft de export in de afgelopen jaren zien toenemen. Ook een toename in de vraag uit Rusland heeft bijgedragen aan een verder groei van de export (Rabobank Nederland, 2010). Echter, deze export was met name gericht op de Oost-Europese afzetmarkt en niet op de West-Europese afzetmarkt. Gezien de fysieke eigenschappen van komkommers is het logistieke proces om meer te exporteren naar de West-Europese markt voorlopig nog een knelpunt voor Turkije.

**Figuur 4.6**

**Procentuele verdeling van de import van komkommers in de EU-15 naar land van herkomst**



Bron: Eurostat Comext.

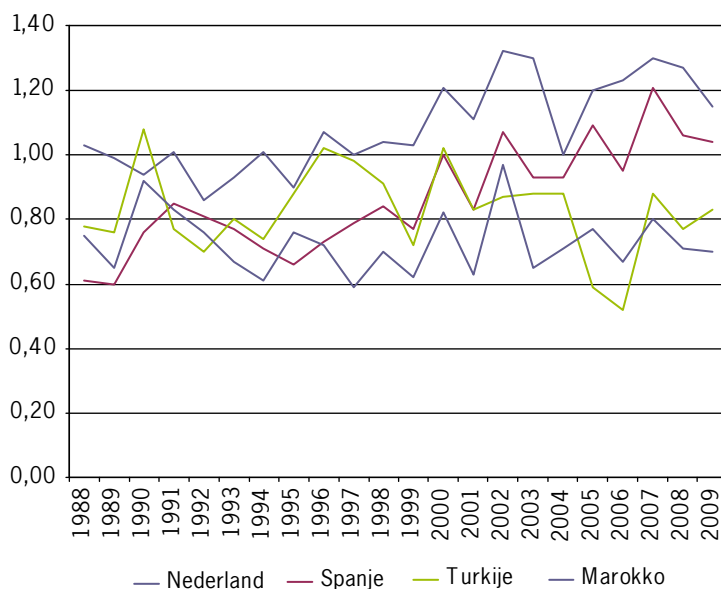
## 4.4 Importprijzen EU-15

Op basis van een analyse van de importprijzen kunnen per gewas en voor verschillende producerende landen een aantal conclusies worden getrokken. Het is belangrijk op te merken dat de prijzen betrekking hebben op de handel inclusief re-export, dat de landen deels op verschillende markten en in verschillende seizoenen afzetten en dat het gemiddelde prijzen zijn over alle productsoorten ongeacht kwaliteitsverschillen.

### *Tomaat*

De onderlinge prijsverschillen op de EU-importmarkt leveren enkele interessante inzichten op. Voor de Nederlandse tomaten wordt verreweg het meeste betaald. Het prijsverschil met Spaanse tomaten is afgenomen. Gemiddeld is het prijsverschil ongeveer 10 eurocent. Marokkaanse en Turkse tomaten laten echter een beduidend lager prijsniveau zien dan de Nederlandse en Spaanse tomaten (figuur 4.7).

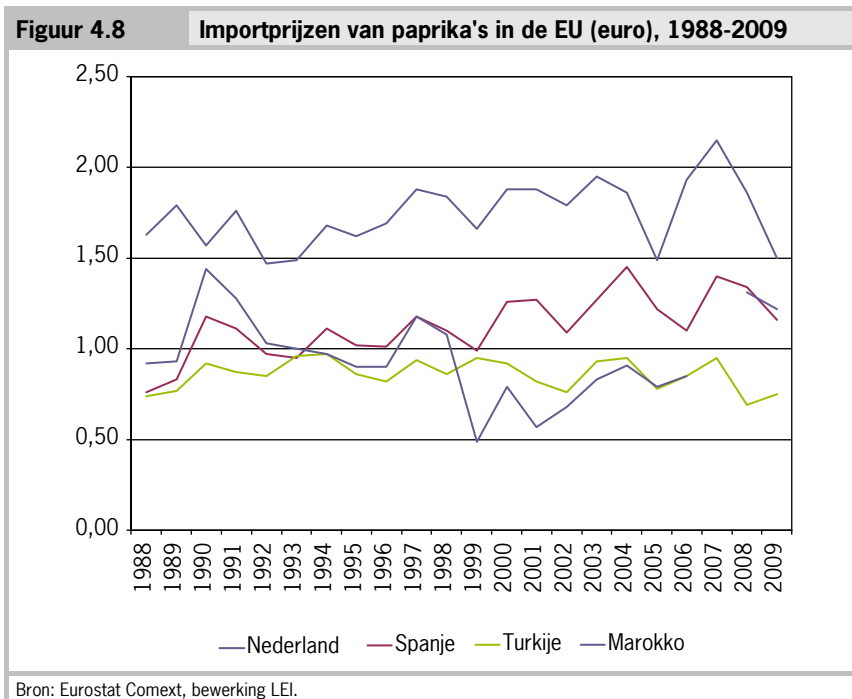
**Figuur 4.7** Importprijzen van tomaten in de EU (euro), 1988-2009



Bron: Eurostat Comext, bewerking LEI.

### Paprika

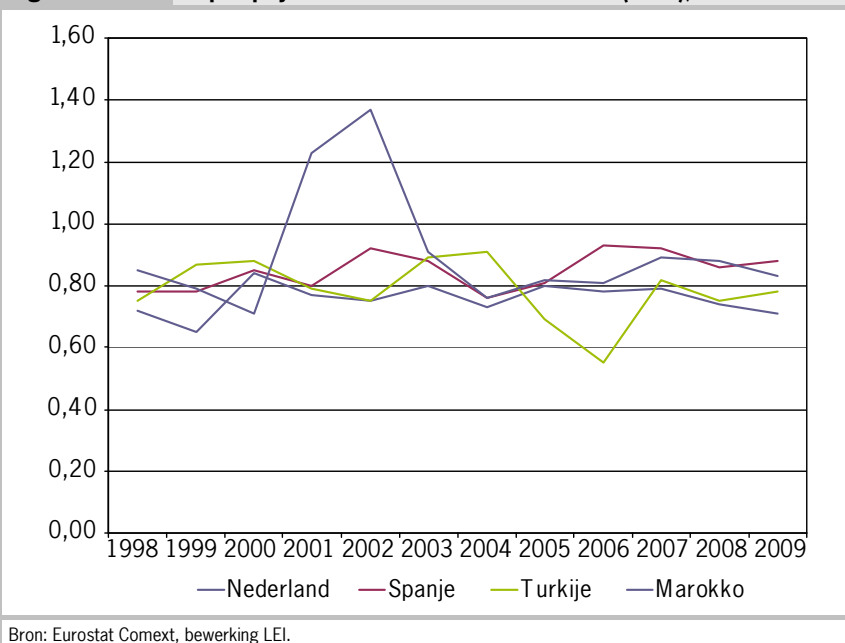
Vanaf 2007 laat het gehele prijsniveau een daling zien. Er is duidelijk te zien dat over de gehele linie de prijzen in 2009 zijn ingestort. Het prijsniveau van Nederlandse paprika's is hoger dan dat van de concurrerende landen zoals Marokko, Spanje en Turkije (figuur 4.8). Gezien de hogere kostprijs van Nederlandse paprika ten opzichte van buitenlandse paprika's is een hoge afzetprijs essentieel. Een hogere afzetprijs kan alleen gerechtvaardigd worden door een constant (hoog) kwaliteitsniveau en een betere serviceverlening.



### Komkommer

In figuur 4.9 zijn de importprijzen van komkommers in de EU-15 weergegeven. Hieruit blijkt dat de prijsverschillen tussen de belangrijkste leveranciers van komkommers op de West-Europese markt beperkt zijn. Nederland realiseert zelfs de laagste prijs in vergelijking met Spanje, Turkije en Marokko. Dit betekent dat de komkommer een homogeen product is in vergelijking met tomaat en paprika.

**Figuur 4.9** Importprijzen van komkommers in de EU (euro), 1998-2009



## 4.5 Balassa-index

De Balassa-index is een maatstaf voor de concurrentiekracht van een sector in een land, ten opzichte van andere sectoren in dat land en ten opzichte van andere landen. De index is berekend als het aandeel van een land in de wereld-export (waarde) van een bepaald product, gedeeld door het aandeel van dat land in de totale wereldhandel. Een index groter dan 1 wordt doorgaans met een concurrentiekrachtige sector geassocieerd: een land exporteert meer van een product dan op basis van het totale aandeel in de wereldhandel zou worden verwacht.

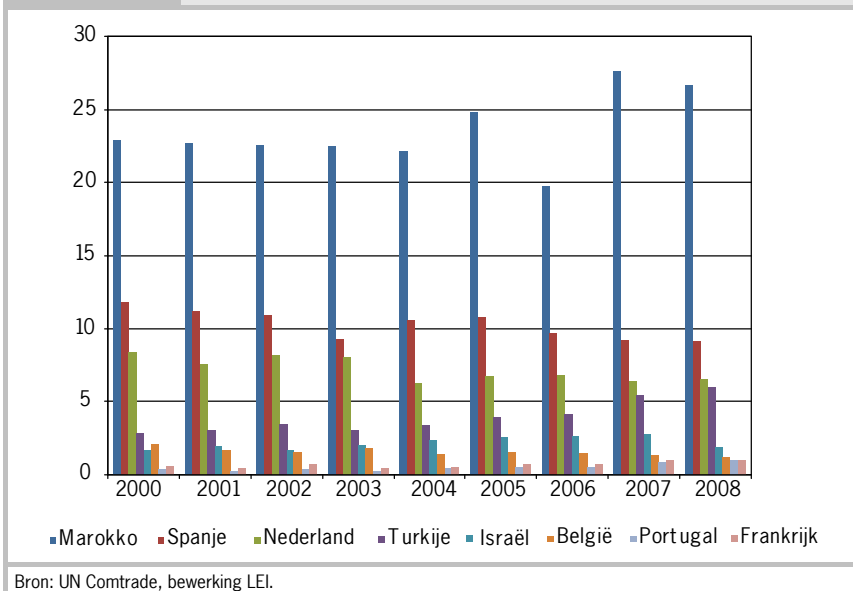
### *Tomaat*

In figuur 4.10 wordt voor een aantal geselecteerde landen het verloop van de Balassa-index voor tomaten weergegeven. Marokko heeft verreweg het hoogste cijfer, gevolgd door Spanje en Nederland. De belangrijkste verschuivingen zijn een toename van de index voor Marokko, een geleidelijke afname van de index

van Spanje en flinke toename van de index voor Turkije. Dit geeft aan dat Turkije een grote rol speelt in de totale wereldhandel van tomaten. Nederland verliest in 2004 - in lijn met een afname van de exportwaarde en prijzen in dat jaar - maar weet daarna het gat met Spanje weer te verkleinen.

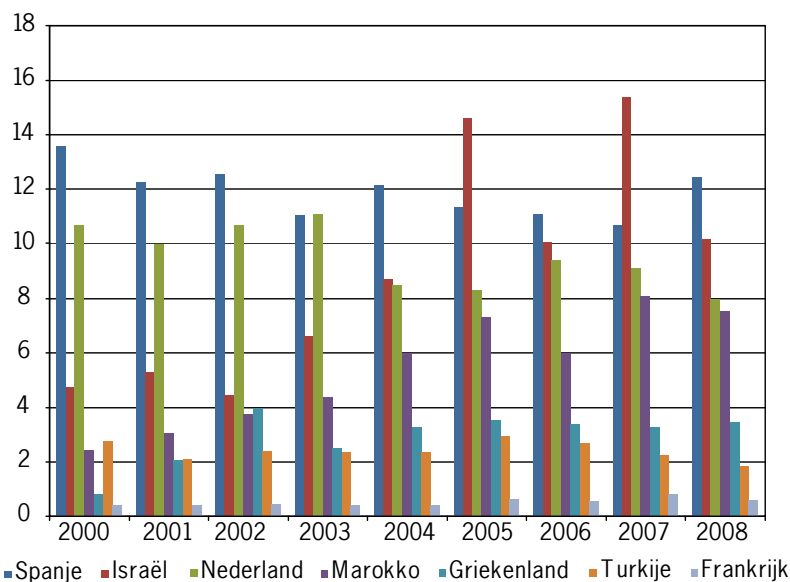
**Figuur 4.10**

**Balassa-index voor tomaten in geselecteerde landen, 2000-2008**



### *Paprika*

De Balassa-index voor paprika's is het hoogst voor Spanje, Israël en Nederland. Verder valt op dat de index voor Marokko sterk is toegenomen (figuur 4.11). Turkije lijkt de laatste jaren wat terrein te verliezen. Marokko en Turkije zijn beide echter nog relatief kleine exporteurs van paprika's naar de EU. De opkomst van Israël tussen 2000 en 2005 lijkt te zijn gestabiliseerd, maar uit de gegevens over de invoer van de EU blijkt wel dat Israël nog steeds terrein wint op de EU-15-markt.

**Figuur 4.11****Balassa-index voor paprika's a) in geselecteerde landen, 2000-2008**

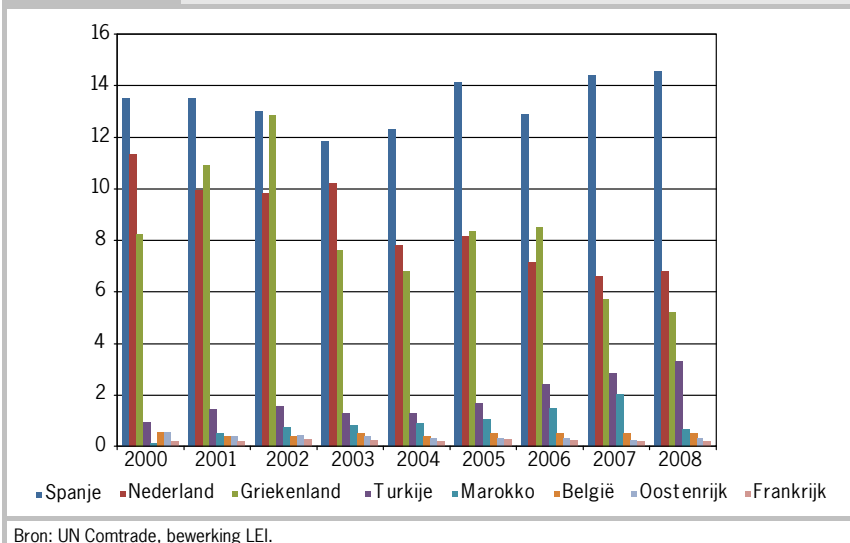
a) Inclusief peppers (pimenta).

Bron: UN Comtrade, Israël (1996-2007), FAOstat chillies and peppers green; bewerking LEI.

### *Komkommer*

Een vergelijking tussen de verschillende Balassa-indices voor komkommers per land, geeft aan Spanje in vergelijking met zijn belangrijkste concurrenten aan concurrentiekracht heeft gewonnen. Ook het relatieve belang van Nederland is groot maar dit is ten opzichte van 2003 afgenomen. Dit geldt ook voor de Balassa-index van Griekenland. De Balassa-index voor de Turkse komkommers laat een stijgende trend zien, wat een sterke indicatie is dat de Turkse producenten zich meer en meer richten op de export en het geeft hiermee toeneemende belang van Turkije als exporteur van komkommers aan. Opvallend is ten slotte de opkomst van Marokko tot en met 2008 en de duikeling die de index voor Marokko maakt in 2009. Marokko is echter nog slechts een relatief kleine exporteur van komkommer, met een totale exportwaarde van slechts 2 mln. euro in 2008 (4 mln. euro in 2007).



**Figuur 4.12****Balassa-index voor komkommers in geselecteerde landen, 2000-2008**

## 4.6 Conclusies

Nederland exporteert het grootste deel van de tomaten- en paprikaproductie naar Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. De waarde van de export is in 2009 flink gedaald, maar toch heeft Nederland zijn marktaandeel in de EU-15 weten te behouden. Dit is vooral ten koste gegaan van Spanje. De belangrijkste concurrenten van Nederland zijn - naast toenemende lokale productie - Spanje en Marokko. Het aandeel van Spanje in de EU-15 neemt af, terwijl dit van Marokko toeneemt. Turkije richt zich vooral op de Oost-Europese afzetmarkt. Ondanks de areaaluitbreidingen in Egypte en Ethiopië is de export uit deze landen nog beperkt. Echter, de positie van Nederland ten aanzien van de komkommerproductie staat onder druk. Het prijsniveau van de Nederlandse, Spaanse, Turkse en Marokkaanse komkommers is gelijkwaardig wat te herleiden is tot de homogeniteit van dit product. Concurrentie op prijs en concurrentie met lokaal geproduceerde producten is kenmerkend. Kwaliteit en innovatie zijn weliswaar aandachtspunten, maar komkommers worden qua beeldvorming klaarblijkelijk gezien als bulkproduct met weinig mogelijkheden voor productdifferentiatie.

## 5 Toelevering, groothandel en afzet

---

### 5.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is aandacht besteed aan de inkomens-, kosten- en opbrengstenontwikkelingen in de Nederlandse glasgroentesector, en aan de ontwikkelingen in de productie en de internationale handel van met name tomaten, paprika's en komkommers. In dit hoofdstuk wordt kort stilgestaan bij de ontwikkelingen binnen telersverenigingen en afzetorganisaties, in de toeleverende industrie en de groothandel. Het hoofdstuk sluit af met een beschrijving van de samenwerking en ketenafstemming in de glasgroentesector.

### 5.2 Productiekolom

De productie- en distributiekolom van de glasgroente bestaat, buiten de veredelaars en vermeerderders, uit drie schakels: 1) primaire producenten, 2) tussenhandel en collecterende en distribuerende groothandel en 3) detailhandel.

Tussen de producenten en de groot- en detailhandel opereren telersverenigingen en coöperatieve afzetorganisaties. Van het binnenlandse aanbod (productie en invoer) werd in 2008 driekwart of meer geëxporteerd; komkommer: 74%, paprika: 84% en tomaat: 96% (Bunte et al., 2009).

### 5.3 Telersverenigingen en afzetorganisaties

De eerste telersverenigingen zijn begin jaren negentig ontstaan en zijn vaak coöperatieve verenigingen van telers, die gezamenlijk inkoop, verpakking, distributie of afzet organiseren. De oprichting van telersverenigingen is mede bedoeld om beter aan de wensen van afnemers te kunnen voldoen, ten aanzien van assortiment, volume, en jaarrondlevering van een onderscheidend product. De telersverenigingen zijn daarnaast mede opgericht ter verkrijging van GMO-subsidies (Gemeenschappelijke Marktordening Groenten en Fruit), die gericht zijn op afzetbevordering, waarin banken ook een stimulerende rol hebben gespeeld door kredietverstrekking. Daarnaast heeft schaalvergroting in de detailhandel en de groothandel samenwerking in het aanbod bespoedigd.

Telersverenigingen worden geschaard onder horizontale samenwerking van producenten. Het aantal telersverenigingen varieert van 8 tot 19 afhankelijk van het product. Het marktaandeel van de grootste 4 (op basis van areaal) bedraagt afhankelijk van het product 50 tot 67%. Het aantal telersverenigingen bij komkommer is het kleinst door de beperkte productdifferentiatie.

Afzetorganisaties (veiling) werden eind 19e eeuw door coöperaties van telers opgericht om een transparante, efficiënte en eerlijke prijsvorming te bewerkstelligen. Door transparantie en vaste regels voor de prijsvorming garandeerde de veilingklok een competitieve evenwichtsprijs. De markt werd gekenmerkt door een groot aantal aanbieders en vragers (Bunte et al., 2009). Inmiddels is de rol van de veiling als verkoopmechanisme voor glasgroente zeer beperkt en zijn veilingen grotendeels omgevormd tot coöperatieve dienstverleners, bemiddelingsbureaus en handelshuizen. Anno 2010 is er nog één veiling in Nederland (ZON in Grubbenvorst). Deze ontwikkeling is ingegeven door een sterke afname van het aantal vragers (concentratie aan de inkoopzijde van de supermarkten) en een toenemende behoefte aan samenwerking tussen leveranciers en afnemers op het gebied van marketing, planning en logistiek. De afzetorganisaties en de veiling verzorgen vooral diensten aan telersverenigingen en kopers, maar worden zelf geen eigenaar van het product. Daarnaast vervullen zij steeds meer de rol van een handelshuis en worden dan wel eigenaar van de producten. De toetredingsdrempels tot de tussenhandel zijn relatief klein.

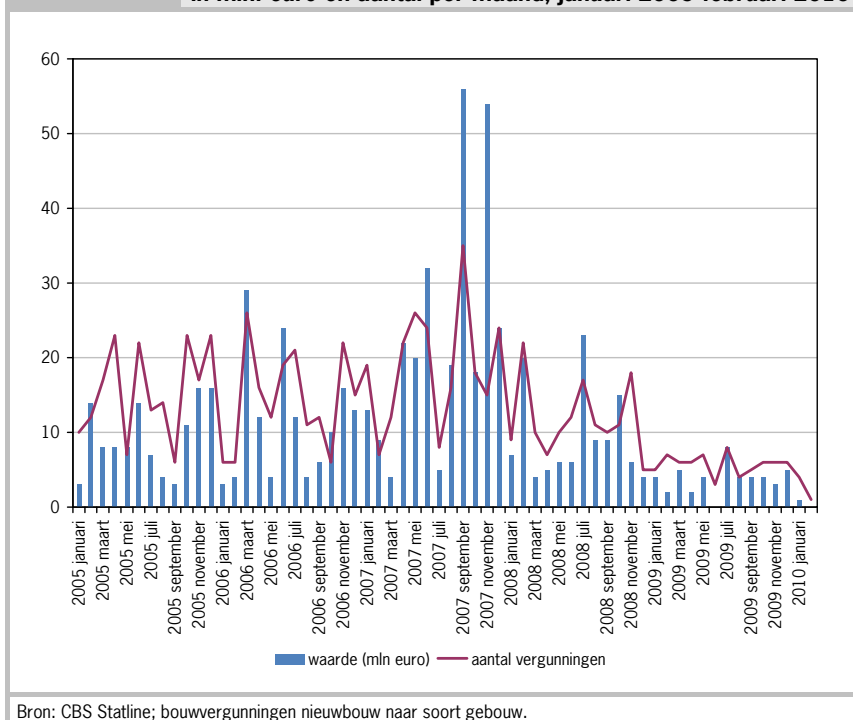
## **5.4 Toeleverende industrie**

De toelevering bestaat uit een diverse groep van bedrijven in binnen- en buitenland. Belangrijke toeleverende bedrijfstakken zijn de kassenbouwsector, de zaadbedrijven, de opkweekbedrijven, de leveranciers van meststoffen en gewasbeschermingsmiddelen. Daarnaast zijn er machinebouwers, onderhoudsbedrijven, loonbedrijven, financiële dienstverleners en adviseurs.

Specifieke kwantitatieve informatie over deze bedrijven (in relatie tot de tuinbouwsector) is schaars of van oudere datum (Van Meijl et al., 1999). In 2007 constateerden Tacken et al. (2007) op basis van een strategische verkenning van Bureau Berenschot naar de kassenbouwsector dat de interessantste markt voor de kassenbouwers vooral in Nederland en West-Europa zou blijven. In 2003 kwam ongeveer 72% van de omzet van de leden van de AVAG uit Nederland. Vanwege klimatologische omstandigheden wordt vooral in deze landen in kassen geteeld. In Spanje, veel Afrikaanse landen en Zuid-Amerika staan vooral

kassen van plastic. In 2009 en 2010 is de kassenbouw in Nederland echter flink afgenomen. Vanwege de tegenvallende financiële resultaten van de bedrijven zijn aanzienlijk minder projecten in Nederland van start gegaan. Afgaande op het aantal verleende bouwvergunningen voor nieuwe kassen (met een nieuwbouw-waarde van minimaal 50 duizend euro; inclusief kassen van tuincentra) in Nederland, kan worden geconstateerd dat de kassenbouwsector in 2008 en 2009 slechte tijden doormaakte waar het de Nederlandse markt betreft (figuur 5.1).

**Figuur 5.1** Verleende vergunningen voor nieuwe kassen in Nederland, in mln. euro en aantal per maand, januari 2005-februari 2010



Een sterke kassenbouwsector - de Nederlandse sector is wereldwijd toonaangevend - is zeer belangrijk voor de glastuinbouwsector. Doordat de kassenbouwsector bovenop de Nederlandse markt zit, wordt veel aandacht besteed aan het ontwikkelen van nieuwe technieken voor de Nederlandse sector. Door de malaise op de Nederlandse kassenbouwmarkt hebben de kassenbouwers hun werkterrein deels verlegd naar andere landen, waaronder Rusland, Scan-

dinavië, Afrika en recent Turkije. Op deze buitenlandse markten concurreren Nederlandse kassenbouwbedrijven met lokale en andere buitenlandse bedrijven.

Nederland heeft ook een sterke positie in de productie en handel van groentezaden. Enkele grote internationaal opererende zadenbedrijven zijn in Nederland gevestigd. In tabel 5.1 wordt een overzicht gegeven van de grootste groentezadenbedrijven in 2008. Nunhems, Rijk Zwaan, Bejo Zaden en Enza Zaden behoren tot de belangrijkste producenten van groentezaden. Nederland is een grote netto-exporteur van groentezaden. In 2008 exporteerde Nederland voor meer dan 600 mln. euro aan groentezaden. Daar stond een import tegenover van ongeveer 150 mln. euro. Spanje is de belangrijkste bestemming van Nederlandse groentezaden. Wat opvalt in de cijfers over de internationale handel in groentezaden is dat de niet-EU-landen in recente jaren een steeds belangrijker markt worden voor groentezaden uit Nederland. Landen waar een opvallende groei valt te constateren over de laatste negen jaren zijn Mexico, Verenigde Staten, Rusland, Marokko en Iran.

Er is sprake van een sterke mate van globalisering in de internationale zadenmarkt. Buitenlandse veredelaars (zoals Monsanto en Syngenta) professionaliseren zich in technologieën en rasontwikkeling. Gezamenlijk hebben de globalisering en technologische ontwikkelingen, met een reeks aan fusies en overnames, geleid naar een mondiale concentratie van de sector. Met de internationale oriëntatie van de Nederlandse veredelingssector kan deze globalisering de handelsmogelijkheden bevorderen. Daartegenover leidt de schaalvergroting van enkele buitenlandse multinationals tot een monopoliepositie in bepaalde gewassen, rassen of variëteiten. Hieraan gerelateerd zijn ontwikkelingen op het gebied van kwekersrecht en octrooien.

| <b>Tabel 5.1      Top groentezadenbedrijven wereldwijd naar omzet</b> |                                  |                         |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| <b>Bedrijf</b>                                                        | <b>Omzet 2008 (miljoen euro)</b> | <b>Marktaandeel (%)</b> |
| Monsanto (VS)                                                         | 560                              | 20                      |
| Syngenta (CH)                                                         | 415                              | 15                      |
| Vilmorin (FR)                                                         | 410                              | 15                      |
| Nunhems (NL)                                                          | 220                              | 8                       |
| Takii (Jap)                                                           | 180                              | 7                       |
| RijkZwaan (NL)                                                        | 175                              | 6                       |
| Sakata (Jap)                                                          | 150                              | 5                       |
| Bejo (NL)                                                             | 150                              | 5                       |
| Enza (NL)                                                             | 140                              | 5                       |
| Overige                                                               | 350                              | 13                      |
| <i>Totaal</i>                                                         | <i>2.750</i>                     | <i>100</i>              |
| Bron: Van der Valk (2010).                                            |                                  |                         |

## 5.5 Groothandel en detailhandel

De groothandel omvat de collecterende en distribuerende bedrijven, die de producten van telers of telersverenigingen verkopen aan binnenlandse en buitenlandse afnemers. Deze bedrijven richten zich naast de export van Nederlands product ook op de import en wederuitvoer van buitenlandse producten en de binnenlandse distributie. Het grootste deel van de glasgroenten wordt geëxporteerd en afgezet aan grootwinkelbedrijven. De groothandel fungeert als schakel tussen telersverenigingen en supermarkketens. De primaire taak van de groothandel is het collecteren van groenten en fruit bij een groot aantal gespecialiseerde telers en het distribueren van een totaal pakket aan groenten en fruit aan een klein aantal grote afnemers. Groothandel is een breed begrip en er zijn gradaties in soorten groothandelaren. Het opbouwen van vaste relaties met afnemers is kostbaar en sommige groothandelsbedrijven voeren product- en categorymanagement uit voor afnemers. Dit vergt specifieke kennis en investeringen. Enkele grote supermarkten werken met preferred suppliers of met exclusieve service-providers.

| <b>Tabel 5.2      Aantal bedrijven en omzet in de groothandel in groenten en fruit</b> |                         |             |             |             |                          |             |             |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                                                        | <b>Aantal bedrijven</b> |             |             |             | <b>Omzet (mln. euro)</b> |             |             |             |
|                                                                                        | <b>2000</b>             | <b>2003</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2000</b>              | <b>2003</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> |
| België                                                                                 | n.b.*                   | 963         | 907         | 839         | 2.681                    | 3.187       | 3.936       | 4.161       |
| Denemarken                                                                             | 254                     | 219         | 206         | 216         | 1.072                    | 1.206       | 1.311       | 1.382       |
| Duitsland                                                                              | 1.715                   | 1.962       | 1.886       | 1.796       | 16.253                   | 17.633      | 18.567      | 19.236      |
| Spanje                                                                                 | 9.840                   | 10.452      | 9.522       | 9.513       | 18.162                   | 22.140      | 24.005      | 26.264      |
| Frankrijk                                                                              | 3.939                   | 4.004       | 3.807       | 3.800       | 14.200                   | 16.919      | 17.010      | 17.630      |
| Italië                                                                                 | 10.853                  | 9.801       | 9.019       | 8.818       | 10.546                   | 15.957      | 18.388      | 16.624      |
| Nederland                                                                              | 1.210                   | 1.160       | 1.110       | 1.085       | 9.703                    | 11.119      | 11.420      | 12.827      |
| Polen                                                                                  | 2.733                   | 2.998       | 3.350       | 3.265       | 1.239                    | 1.388       | 2.211       | 2.775       |
| Verenigd Koninkrijk                                                                    | 2.203                   | 2.105       | 2.174       | 2.233       | 12.563                   | 12.383      | 14.199      | 13.581      |
| * niet bekend.                                                                         |                         |             |             |             |                          |             |             |             |
| Bron: Eurostat.                                                                        |                         |             |             |             |                          |             |             |             |

Over de groothandel in agf (aardappelen, groente en fruit) zijn voor de EU-lidstaten bepaalde kengetallen beschikbaar tot en met 2007. In tabel 5.2 wordt het aantal bedrijven en de omzet weergegeven voor een reeks van EU-landen. In tabel 5.3 staan de gemiddelde toegevoegde waarde per medewerker en de groeipercentages daarin. Het aantal groothandelsbedrijven in groente en fruit is tussen 2000 en 2007 in Nederland gedaald van 1.210 naar 1.085. Daarmee zijn er echter nog altijd relatief veel groothandelsbedrijven ten opzichte van bijvoorbeeld het aantal primaire producenten en inkopende partijen aan de kant van de detailhandel. De gemiddelde omzet per bedrijf bedroeg in 2007 in Nederland bijna 12 mln. euro. Daarmee zijn de Nederlandse bedrijven van de onderzochte landen de grootste met betrekking tot omzetwaarde. In Duitsland hadden de bedrijven gemiddeld een omzet van 10,7 mln. euro. In de overige landen zijn de groothandelsbedrijven gemiddeld een stuk kleiner: Denemarken (6,4 mln. euro), Verenigd Koninkrijk (6 mln. euro), België (5 mln. euro).

Ten aanzien van de groei van de gemiddelde toegevoegde waarde per medewerker per bedrijf ontlopen de landen elkaar niet veel. De Nederlandse groothandel presteert met een gemiddelde jaarlijkse groei van 4,3% in de periode 2000-2007 relatief goed. In Duitsland, Frankrijk en Denemarken werd minder groei van de arbeidsproductiviteit gerealiseerd.

| <b>Tabel 5.3</b>    |                                                | <b>Bruto toegevoegde waarde per medewerker (%) en gemiddelde jaarlijkse groei, in de groothandel in groenten en fruit, 2000-2007</b> |             |             |                                        |
|---------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|----------------------------------------|
|                     | <b>Bruto toegevoegde waarde per medewerker</b> |                                                                                                                                      |             |             | <b>Gemiddelde jaarlijkse groei (%)</b> |
|                     | <b>2000</b>                                    | <b>2003</b>                                                                                                                          | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2000-2007</b>                       |
| België              | 57,2                                           | 61,8                                                                                                                                 | 68,1        | 77,2        | 4,4                                    |
| Denemarken          | 41,9                                           | 49,3                                                                                                                                 | 48,2        | 53,2        | 3,5                                    |
| Duitsland           | 54,9                                           | 52,6                                                                                                                                 | 56,0        | 65,3        | 2,5                                    |
| Spanje              | 19,2                                           | 20,9                                                                                                                                 | 23,5        | 26,0        | 4,4                                    |
| Frankrijk           | 38,6                                           | 45,5                                                                                                                                 | 45,2        | 48,6        | 3,3                                    |
| Italië              | 37,9                                           | 42,6                                                                                                                                 | 40,8        | 38,6        | 0,3                                    |
| Nederland           | 53,6                                           | 66,8                                                                                                                                 | 72,3        | 71,9        | 4,3                                    |
| Polen               | 18,2                                           | 15,8                                                                                                                                 | 19,2        | 24,0        | 4,0                                    |
| Verenigd Koninkrijk | 38,0                                           | 51,3                                                                                                                                 | 57,9        | 47,0        | 3,1                                    |
| Bron: Eurostat.     |                                                |                                                                                                                                      |             |             |                                        |

Het grootwinkelbedrijf is de belangrijkste afnemer van glasgroenteprodukten. Deze zijn gevestigd in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. De afgelopen tijd heeft een sterke concentratie van grootwinkelbedrijven plaatsgevonden in Europa. Aan de inkoopzijde werken veel supermarkten samen in - soms grensoverschrijdende - inkoopcombinaties, zoals Albert Heijn, Superunie en TSN. Daarbij neemt de betekenis van andere distributiekkanalen af, zoals groentespeciaalzaken en markten (Bunte et al., 2009). Wat betreft de relatie tussen aanbieders van (glas)groenten en supermarkten kunnen zich verschillende situaties voordoen (ING Economisch Bureau, 2010):

- *Service provider*  
één leverancier - de service provider - is verantwoordelijk voor de AGF-categorie in de supermarkt;
- *Category management*  
per onderdeel van AGF is er één leverancier, waar raamafspraken mee worden gemaakt;
- *Preferred suppliers*  
supermarkten kopen in bij enkele voorkeursleveranciers. De preferred suppliers krijgen periodiek (vaak wekelijks) de mogelijkheid in te schrijven op de levering van een vooraf vastgestelde hoeveelheid producten. De supplier met het beste bod krijgt het contract;



- *Vrije marktinkoop*

supermarkten kopen in op de vrije markt en zoeken daarbij naar aanbieders met de laagste prijs.

Een element dat uit gesprekken met telersverenigingen naar voren kwam (bron: expertmeeting LEI), is de zogenaamde 'horizontale verkoop'. Dat werkt als volgt: telersverenigingen en handelaren bieden afnemers (lees supermarkten) partijen aan die ze zelf nog niet hebben geproduceerd of gekocht. Als de bieding wordt geaccepteerd moeten ze het verschil in volume bijkopen. Doordat verschillende handelaren dat doen is de totale aangeboden hoeveelheid groter dan dat feitelijk voorhanden is. In feite wordt verkoop hierdoor deels speculeren. De markt wordt bovendien waarschijnlijk niet transparanter door deze manier van handelen. Het effect op de prijsvorming kan a priori en in het kader van dit onderzoek niet worden vastgesteld.

De concentratie in de detailhandel is de afgelopen decennia sterk toegenomen. In 2008 hadden de vijf grootste supermarkten in Nederland een marktaandeel van ongeveer 66%. Albert Heijn is de grootste supermarktformule van Nederland met een marktaandeel van ruim 31% in 2008. Door samenwerking aan de inkoopzijde van de supermarkten is het gezamenlijke marktaandeel aan de inkoopzijde nog groter. In 2007 was het marktaandeel van de drie grootste inkooporganisaties 73% (Bunte, 2009). In Duitsland, waar veel Nederlandse glasgroenten naar toe gaan, is het marktaandeel van de zogenaamde discounters veel hoger dan in Nederland. De discounters hadden in Duitsland gezamenlijk een marktaandeel van 44,6% in 2009 ([www.foodholland.nl](http://www.foodholland.nl)). De toenemende concentratie aan de kant van de detailhandel heeft implicaties voor de relatie tussen de supermarkten en de leveranciers (Bunte, 2009). Grotere supermarkten hebben over het algemeen meer onderhandelingsmacht. Hoewel uit onderzoek (Bunte et al., 2009; NMa, 2009) niet is gebleken dat supermarkten misbruik maken van marktmacht, is de positie van de leveranciers zwak te noemen. De laatste jaren zijn de inkomens in de glasgroentesector laag. De nettowinst die de supermarkten maken op komkommers en paprika's zijn relatief groot (10-20% voor komkommer en 0-10% voor paprika). De marges van de groothandel waren in de onderzochte periode 2005-2008 klein, hoewel een relatief groot verschil tussen de gemiddelde verkoopprijs van de groothandel en de inkoopprijs van de supermarkten door het onderzoek niet verklaard kon worden. De zwakke positie van de primaire sector is voor een deel echter veroorzaakt door overaanbod (Bunte et al., 2009). De zwakke positie van de glastuinders kan alleen worden opgelost als overaanbod en onderlinge prijs-

concurrentie worden beperkt. Daartoe kunnen bijvoorbeeld producten meer onderscheidend worden gemaakt (kwaliteit, service en andere producteigenschappen), kan worden samengewerkt (afzetbundeling) of kunnen al dan niet vrijwillige afspraken met retailers worden gemaakt waardoor het risico voor primaire producenten van prijschommelingen wordt beperkt.

## 5.7 Samenwerking

In het voorgaande is gebleken dat er in en tussen verschillende schakels in de keten samenwerking is opgetreden en nog steeds optreedt.

Samenwerking en fusies in het grootwinkelbedrijf hebben geleid tot schaalvergroting, waardoor nog een klein aantal inkooporganisaties (grootwinkelbedrijf) zijn overgebleven. Ook aan producentenzijde neemt de samenwerking tussen bedrijven toe. Onder invloed van de schaalvergroting bij de supermarktketens en het benutten van Europese GMO-subsidies (ter stimulering van de afzetbevordering) is het aantal telersverenigingen in de glasgroenten sterk toegenomen. Ondanks de aanbodsbundeling in telersverenigingen is er nog steeds sprake van een groot aantal aanbieders van glasgroenteproducten. Het aantal groothandelsbedrijven en tussenhandelaren is ook nog steeds groot.

Door de verschillende mate van schaalvergroting in de schakels in de keten is de marktmacht in de keten veranderd. Dit is terug te vinden in de contractvoorwaarden die tussen schakels in de keten worden vastgelegd. Hierbij is een toenemende invloed van de supermarktketens te bespeuren en is de onderhandelingspositie van leveranciers volgens zowel het grootwinkelbedrijf als de groothandel zelf relatief zwak te noemen. Om de relatief zwakkere positie van de leveranciers (producenten) in de keten te verbeteren worden al enkele jaren pogingen gedaan om het aanbod voor een product of productgroepen te bundelen. De beoogde APO (Algemene Producenten Organisatie) binnen de producten is nog niet van de grond gekomen. De onderhandelingen zijn mislukt ([www.agd.nl](http://www.agd.nl)). Recent (31 mei 2010) zijn ook fusiegesprekken tussen Coforta - voorheen Greenery - en telersvereniging Best Growers Benelux (BGB) stukgelopen. Volgens Coforta is drie keer overleg geweest tussen de partijen. De partijen kwamen er niet uit. 'Er bestaat verschil van inzicht in de ruimte voor individueel ondernemerschap voor telers.' De woordvoerder van Coforta noemt ook concurrentie als reden voor het mislukken. Bronnen melden dat ook gesprekken met Versdirect.nl en Coforta zijn afgebroken, maar Coforta wil niet reageren op de voortgang van deze fusiepoging ([www.agd.nl](http://www.agd.nl)).

In verschillende rapporten (Rabobank Nederland, 2010; ABN-AMRO, 2010; LTO Noord Glaskracht, 2010) wordt het belang van aanbodsbundeling genoemd om het aanbod te coördineren en de onderhandelingspositie naar groothandel en het grootwinkelbedrijf te verbeteren. Ook de afzetstructuur dient daarbij in ogenschouw te worden genomen gericht op een verantwoorde marge voor de producent. Volgens de Rabobank (2010) zullen 'producenten beter en open moeten samenwerken, zoals in een franchiseorganisatie'. Dit zal moeten leiden tot een hechtere manier van samenwerken - zowel horizontaal als verticaal - en 'vereist een langetermijnvisie, afzetstrategie, onderling openheid, commitment en vasthoudendheid'. Tegelijkertijd vergt dit het inleveren van een stukje autonomie van de individuele telers(organisaties).

De huidige opstelling van producentenorganisaties is nog te veel aanbodsgericht en zou meer naar een vraaggestuurde positionering moeten leiden (Rabobank Nederland, 2010). De glasgroenteproducten vormen een soort 'bulkproduct' met als meest duidelijke voorbeeld de komkommer, waarbij voornamelijk op prijs wordt geconcentreerd. Hoewel bij tomaat en paprika productdifferentiatie zijn vruchten begint af te werpen, is het aandeel van deze nieuwe productsegmenten, zoals Tasty Tom en Tommies, nog beperkt. Productvernieuwing - gericht op waardecreatie - vraagt bijzondere aandacht, omdat het Nederlandse product niet alleen op de kostprijs zal kunnen concurreren met het buitenlandse product.

## **5.8 Ketenaafstemming**

De grote Europese supermarktoorganisaties organiseren de beleving van de winkels vanuit centrale distributiecentra (DC's). Leveranciers belevende DC's en de supermarktoorganisaties belevende filialen vanuit de DC's. Deze ketenverkorting gaat vooral ten koste van de groot- en tussenhandel. De rol van de traditionele groothandel bij de beleving van het grootwinkelbedrijf is momenteel vooral die van logistiek dienstverlener. De DC's hebben een belangrijke rol gespeeld bij de reductie van de inkoop en logistieke kosten in de keten en in het bijzonder bij het grootwinkelbedrijf. Voorraden nemen af en worden verlegd naar de leverancier. Inkopen worden gepland en leveringstijden worden teruggebracht (Just In Time delivery en Efficient Consumer Response). Tegelijkertijd worden supermarktfilialen vaker beleverd. De toename van de schaalomvang, de toepassing van ICT en veranderingen in het logistiek management spelen een belangrijke rol bij de realisatie van de kostenbesparingen. De reorganisatie van

de toelevering heeft leveranciers gedwongen inefficiënties in het aanbod aan te pakken (Bunte et al., 2009).

Samenwerking is niet alleen noodzakelijk tussen producentenorganisaties (telersverenigingen), maar ook tussen schakels in de keten. Hierbij zijn verschillende samenwerkingsvormen denkbaar. De noodzaak voor verticale samenwerking is aanwezig, omdat een verkeerd product of verkeerde handeling in de keten kan leiden tot afwijzing van een levering door de afnemer. Recent is door Rusland de import van uien, peen en andere groenten uit Nederland stopgezet, omdat Rusland de KCB (Kwaliteit Controle Bureau in Nederland) niet langer erkent als certificerende instantie ([www.agd.nl](http://www.agd.nl)). Hoewel glasgroenteproducten niet zijn genoemd, kan zoiets mogelijk ook voor deze producten gevolgen hebben. Dit betekent dat alle schakels in de keten goede afspraken met elkaar maken over het product en het proces in de keten en er zich ook aan houden, omdat een fout in één schakel de gehele keten schade kan berokkenen. In dat opzicht zijn de schakels in de keten steeds meer tot elkaar veroordeeld, temeer omdat Nederland meer dan 75% van haar glasgroenten naar het buitenland exporteert.

Samenwerking vereist behalve de aspecten die door de Rabobank zijn genoemd (zie paragraaf 5.7) ook dat partijen uitgaan van de kracht die ze bezitten. Partijen moeten in dat opzicht elkaar iets te bieden hebben. Samenwerking uit oogpunt van kracht levert op termijn meer vruchten af dan samenwerken op basis van een machtspositie (LTO Noord Glaskracht, 2010).

## 6 Overheidsbeleid

---

### 6.1 Inleiding

Verschillende overheden voeren programma's en regelingen uit om de glastuinbouw te ondersteunen en om bijvoorbeeld duurzame productie en de ruimtelijke inpassing van de glastuinbouw te bevorderen. De vraag is of het beleid naast positieve wellicht ook negatieve effecten heeft gehad voor de concurrentiekracht van de glastuinbouwsector. In dit onderzoek kan slechts kort bij deze vraag worden stilgestaan. Zonder een evaluatie van de regelingen uit te voeren of kwantitatieve uitspraken te doen over het effect van de regelingen wordt in dit hoofdstuk een aantal regelingen en overheidsmaatregelen op een rij gezet en wordt een korte analyse gegeven van mogelijke effecten. Er is alleen gekeken naar Nederlandse regelingen en er wordt als zodanig geen vergelijking gemaakt tussen beleid in verschillende landen.

### 6.2 Overzicht van de regelingen

Tabel 6.1 geeft een overzicht van relevante regelingen en waar mogelijk het budget dat in 2010 wordt aangewend om een indicatie van het belang van de regeling te geven. Veelal betreft het regelingen die tot doel hebben om de glastuinbouw duurzamer te maken. Een aantal maatregelen, samengevoegd in het programma Kas als Energiebron, is speciaal gericht op het energieverbruik en innovaties op het gebied van energiebesparing en vermindering van CO<sub>2</sub>-emissie. Daarnaast zijn er regelingen en acties gericht op de verbetering van de infrastructuur in tuinbouwgebieden, herstructurering van oude gebieden en bundeling van verspreid liggend glas, ondersteuning van telersverenigingen via de GMO-regeling en de bevordering van innovaties via onder meer de regeling Samenwerking bij Innovatie.

Het overzicht in tabel 6.1 is gebaseerd op een verkenning van regelingen door LNV (communicatie met de opdrachtgever) en aanvullende deskstudie. De lijst geeft de belangrijkste regelingen weer die in 2010 werden uitgevoerd, maar is niet bedoeld als een compleet overzicht. Op verschillende bestuurlijke niveaus worden allerlei regelingen uitgevoerd ten behoeve van de glastuinbouwsector.

| <b>Tabel 6.1      Regelingen ten behoeve van de glastuinbouwsector</b> |                                                                                                                        |                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Regeling</b>                                                        | <b>Doel</b>                                                                                                            | <b>Budget</b>                                                            |
| Borgstellingsfonds landbouw                                            | Toegang tot krediet vergroten                                                                                          |                                                                          |
| Garantieregeling werk-kapitaal                                         | Ondersteuning bedrijven met liquiditeitsproblemen bij verkrijgen lening voor werkkapitaal                              | € 100 mln. (garantstelling); maximaal € 425.000 bij lening van € 850.000 |
| MEI regeling                                                           | Vroege marktintroductie energie-innovaties                                                                             | € 13 mln. in openstelling van maart 2010                                 |
| IRE regeling                                                           | Investeren in energiebesparende voorzieningen stimuleren om energieverbruik en CO <sub>2</sub> -emissie te verminderen | € 2,1 mln. in 2010                                                       |
| MIA - Milieu investeringaftrek                                         | Stimuleren milieu-investeringen                                                                                        | Investingaftrek; geen limiet                                             |
| EIA - Energie investering-aftrek                                       | Stimuleren investering in energiebesparing en duurzame energie                                                         | Investingaftrek; geen limiet                                             |
| Regeling Groen Label Kas - MIA/Vamil                                   | Vergoeden onrendabele top van milieu en energie investeringen                                                          | Investingaftrek; geen limiet                                             |
| Regeling Groenprojecten                                                | Stimuleren milieu- en energie-investering bovenop regeling Groen Label Kas                                             | Reductie van rente op kredieten (tot 1%)                                 |
| - pilot garantieregeling aardwarmte                                    | Dekt risico op misboren af                                                                                             | € 10 mln. (garantstelling)                                               |
| VAMIL - Vrijwillige afschrijving milieu-investering                    | Stimuleren investering in milieu en energie-investeringen                                                              | Verschuiven afschrijvingen naar jaren met bedrijfswinst                  |
| Samenwerken bij Innovatie                                              |                                                                                                                        | € 3,75 mln. in 2009; budget niet uitgeput                                |
| Beleidsakkoord 'werken aan toekomst'                                   | Onder andere gebiedsgerichte projecten met verwijdering van verspreid liggend glas                                     | € 5 mln. voor verwijdering verspreid glas                                |
| Herstructurering greenports                                            | Verbeteren infrastructurele voorziening                                                                                | € 33 mln.                                                                |
| Inrichting en herstructurering Klavertje 4 Venlo                       |                                                                                                                        | € 22 mln. agrocluster breed                                              |
| Mooi en vitaal Delfland                                                | Herstructurering oude glastuinbouw-gebieden                                                                            | € 34,7 mln. niet alleen voor glastuinbouw                                |
| Motie Koopmans                                                         | Infrastructuur greenports Westland, Boskoop en Venlo                                                                   | € 27 mln. gericht op infrastructuur                                      |
| GMO tuinbouw                                                           | Bevorderen marktgerichte, duurzamere en concurrerende groente- en fruitsector in de EU                                 | Jaarlijks € 80-€ 100 mln. voor de Nederlandse groente- en fruitsector    |
| Bron: Ministerie van LNV en aanvullend bronnenonderzoek LEI.           |                                                                                                                        |                                                                          |

Het Programma Kas als Energiebron is een publiek-privaat samenwerkingsprogramma waarin gewerkt wordt aan langetermijninnovaties en maatregelen die op korte termijn energie besparen. In het programma wordt onder meer gewerkt aan onderzoek naar 'het nieuwe telen', toepassing van led-belichting, een nieuwe energieproducerende kas, aardwarmte, toepassing van biobrandstoffen en betere rookgasreiniging voor CO<sub>2</sub>-benutting en CO<sub>2</sub>-opslag. De doelen en acties uit het convenant Schone en Zuinige Agrosectoren en de acties uit de Innovatieagenda Energie zijn geïntegreerd in de innovatieagenda van Kas als Energiebron ([www.kasalsenergiebron.nl](http://www.kasalsenergiebron.nl)). Een aantal praktijkprojecten wordt door het programma ondersteund, zoals projecten waarbij glastuinders warmte leveren aan nabijgelegen woningen, zorginstellingen, scholen en zwembaden. Ter ondersteuning van het programma Kas als Energiebron worden verschillende instrumenten ingezet, waaronder de MEI-regeling en de IRE-regeling.

De VAMIL-regeling (Vervroegde afschrijving milieu-investeringen) is een regeling die het ondernemers mogelijk maakt om investeringen willekeurig af te schrijven. De investeringen die in aanmerking komen voor VAMIL staan op de zogenaamde Milieulijst. Deze regeling wordt vaak samen aangevraagd met de MIA-regeling (Milieu-investeringsaftrek). Dat is een fiscale regeling van de ministeries van VROM en Financiën die ondernemers in staat stelt om tot 40% van de investeringen in milieuvriendelijke bedrijfsmiddelen af te trekken van de fiscale winst (Van der Meulen en Jukema, 2009). Deze regeling wordt veel door land- en tuinbouwbedrijven gebruikt. Het grootste deel van de middelen wordt gebruikt voor investeringen in Groen Label Kassen.

In 2007 is door de EU een nieuwe integrale Gemeenschappelijke Marktordeening (GMO) voor landbouwproducten opgesteld (Verordening EG 1234/2007), waaronder die voor de groenten- en fruitsector. Doel van de GMO is het stimuleren van activiteiten gericht op het verbeteren van milieu, kwaliteit, biologische productie, energiebesparing, marketing, promotie en productinnovatie. De GMO wordt door iedere lidstaat vertaald naar een nationale strategie voor de operationele programma's van de telersverenigingen. De huidige strategie beslaat de periode 2009-2013. De nationale strategie is opgesteld door LNV en het Productschap Tuinbouw. Met de subsidieregeling GMO kunnen telersverenigingen en hun leden aanspraak maken op een subsidie van 4,1% over hun omzet voor investeringen die passen binnen hun operationele programma, op voorwaarde dat zij zelf eenzelfde bedrag investeren. Daarnaast is een extra bijdrage mogelijk van 0,5% in het kader van crisispreventie. Alleen door de EU erkende telersverenigingen komen in aanmerking voor GMO-subsidie.

Naast het beleid van de overheid dient ook het beleid van de banken genoemd te worden (niet in de tabel). Banken verstrekken kapitaal aan glastuinbouwondernemers onder verschillende voorwaarden. Veelal wordt daarbij door de bank gekeken of gebruik gemaakt kan worden van overheidsgaranties in de vorm van het borgstellingsfonds voor de landbouw. Op die manier wordt een deel van de risico's die banken lopen met financieringen, afgedekt door het fonds. De sale-en-leasebackconstructie van de Rabobank heeft in het begin van de 20e eeuw in de glastuinbouw opgang gemaakt (Van der Meulen en Venema, 2008). De nieuwbouwkas werd door de bank gekocht van de tuinder en vervolgens teruggeleased aan de ondernemer. Het voordeel voor de tuinder is dat daardoor maximaal gebruik gemaakt kan worden van fiscale regelingen (MIA, EIA, VAMIL), doordat de bank altijd voldoende winst maakt waardoor er voor de tuinder een liquiditeitsvoordeel ontstaat. Daarnaast wordt bijvoorbeeld door de Rabobank zogenaamde achtergestelde leningen verstrekt aan glastuinders (Rabobank Stimuleringsregeling voor beginnende bedrijven, doorgroeiers en innovatieve bedrijven). Daarbij wordt ook gebruik gemaakt van de garantie van het borgstellingsfonds.

### 6.3 Effect op productie

De maatregelen zijn in de eerste plaats bedoeld om de doelen van de regelingen te bereiken. In het geval van het programma Kas als energiebron gaat het bijvoorbeeld om energiebesparing en terugdringing van CO<sub>2</sub>-uitstoot op de bedrijven. De regelingen zijn derhalve bedoeld om het producentengedrag te beïnvloeden. De veronderstelling is dat producenten hun gedrag aanpassen als marginale kosten of opbrengsten veranderen. Subsidieregelingen verlagen de kosten van investeringen waardoor die aantrekkelijker worden. Subsidieregelingen zijn echter niet de enige invloed op het producentengedrag en op de kosten en opbrengsten. En de beoogde effecten zijn mogelijk niet de enige effecten van het beleid. Soms heeft beleid (onbedoelde) neveneffecten. Hieronder worden voor een aantal regelingen de mogelijke effecten verkend.

#### *Kas als energiebron*

Het programma Kas als energiebron is vooral gericht op langetermijninnovaties. De effecten van dit programma op het energiegebruik en CO<sub>2</sub>-emissie zijn dan ook voornamelijk op de lange termijn gericht. Voor het imago van de Nederlandse glastuinbouw en het behouden van de 'licence to produce' en 'licence to



deliver' is een dergelijk programma belangrijk. Door te werken aan energiebesparing wordt de duurzaamheid van de productie verhoogd en kan de sector wat dat betreft een beter imago krijgen bij consumenten en burgers. Tegelijkertijd wordt door de ontwikkeling van energiebesparende technologie de kosten van energie verlaagd. Toepassing van aardwarmte en w/k-installaties leiden tot een lagere energievraag respectievelijk efficiëntere opwekking. Lagere energiekosten hebben hoogstwaarschijnlijk echter ook een verhogend effect op het energiegebruik. In het algemeen wordt de productie intensiever in het gebruik van een input als die minder kost. Energiebesparing is immers ook een reactie op hoge energiekosten. Daarnaast is bekend dat - binnen grenzen - een hogere teelttemperatuur tot een hogere fysieke productie leidt. Bij lage energieprijzen is de verleiding voor telers groot om een meer energie te verbruiken en een hogere teelttemperatuur aan te houden.

Maatregelen die investeringen in w/k-installaties hebben gestimuleerd, hebben als zodanig bijgedragen aan het verlagen van het primaire brandstofgebruik, door de efficiënte toepassing van de geproduceerde warmte en kracht op het bedrijf of daarbuiten. In heel korte tijd is het geïnstalleerde w/k-vermogen in de sector sterk toegenomen (Van der Velden en Smit, 2009). Deze ontwikkeling is echter voornamelijk ingegeven door de gestegen energiekosten in deze periode. Zonder de toepassing van w/k-installaties waren de bedrijven slechter af geweest, omdat zij dan hogere netto-energiekosten zouden hebben. In het begin van de regeling Groen Label Kassen is de w/k-installatie opgenomen in de lijst van subsidiabele productiemiddelen. Sinds enkele jaren wordt de w/k-installatie echter niet meer ondersteund, omdat de w/k-installatie rendabel is. Daarnaast is sinds 2009 de regeling Stimulering Duurzame Energie (SDE) niet meer van toepassing op w/k-installaties. Mogelijk hebben bedrijven, met minder financiële armslag, door de regelingen in het verleden wel kunnen investeren, terwijl dat zonder de regelingen niet mogelijk was geweest.

Naar de effecten van energiebesparende maatregelen en stimuleringsmaatregelen op het energiegebruik is eerder onderzoek gedaan in 2002 en 2003, door de Algemene Rekenkamer en het CPB (AR, 2002; Ten Cate et al., 2003). Duidelijk is dat de energie-efficiënte van de bedrijven in Nederland aanzienlijk is verbeterd in de afgelopen 15 jaar (Van der Velden en Smit, 2009). De energie-efficiënte is gedefinieerd als het primaire brandstofverbruik per eenheid product van de glastuinbouw (Van der Velden en Smit, 2009). Sinds 1995 is deze index aanzienlijk gedaald van ongeveer 60% van het niveau van 1980 tot 30% van het niveau van 1980. In het onderzoek van het CPB worden een reeks van onderzoeken aangehaald waaruit blijkt dat energiebesparende maatregelen op

bedrijven leiden tot minder energiegebruik (per m<sup>2</sup>). Daar staat tegenover dat de teelten energie-intensiever worden. Daarnaast is bekend dat de productie per m<sup>2</sup> in de tijd doorgaans toeneemt, zowel in het algemeen door technologische innovatie en betere rassen en doordat ondernemers na verloop van tijd de teelt van een bepaald product steeds beter onder de knie krijgen. Indirect leiden energiebesparende maatregelen, via een hogere energie-intensiteit, waarschijnlijk tot productieverhoging op de bedrijven.

### *GMO groenten en fruit*

De effecten van de GMO groenten en fruit en de subsidieregeling GMO zijn niet eenvoudig vast te stellen. Duidelijk is dat de organisatiegraad van de producenten in Nederland, via de oprichting van telersverenigingen, is verhoogd. Maar dit heeft niet geleid tot een sterke marktpositie. De subsidiegelden zijn met name ingezet in productiemiddelen voor productieverbetering en schaalvergroting. De GMO-subsidies zijn ook ingezet ter verbetering van de logistiek en de efficiency in de keten. De marktstrategie is daarentegen onderbelicht gebleven. Daarnaast is het aanbod versnipperd door de toename van het aantal afzetorganisaties en verkoopteams van telersverenigingen. Alle partijen zijn het erover eens dat de afzetstrategie moet worden versterkt en meer toekomstgericht moet worden ingevuld.

De GMO bindt echter leden sterk aan telersverenigingen, waardoor nieuwe samenwerkingsverbanden moeilijk van de grond komen. De samenwerking wordt ook gehinderd door de heersende opvatting dat de GMO zich niet goed verhoudt tot de mededingingsregels van Nederland en de EU. Volgens advocatenkantoor Houthoff Buruma is het vormen van APO's geen belemmering, omdat de geografische omvang van de relevante markt voor glasgroenten bijna nooit tot de landsgrenzen beperkt blijft. De NMa doet weliswaar onderzoek bij fusies van telersverenigingen, maar in het artikel wordt geconcludeerd dat door APO's geen machtspositie ontstaat in de praktijk (Scheer, 2010). Daarentegen spelen telersverenigingen en APO's juist een belangrijke rol bij de uitvoering van het landbouwbeleid. Wel is een belangrijke voorwaarde dat de telersverenigingen hun afzetactiviteiten ook echt aan een APO overdragen. Wel wordt 'aanbevolen' om geen APO per product op te richten, omdat de markt een breder assortiment vraagt.

### *Borgstellingsfonds*

Het Borgstellingsfonds heeft in de afgelopen jaren bijgedragen aan het verhogen van de investeringen in de glastuinbouwsector (Van der Meulen en Venema, 2009). Bedrijfsinvesteringen en schaalvergroting zijn mede daardoor gerealiseerd. Het doel van het Borgstellingsfonds is onder meer innovatie en duurzaamheid van de sector te bevorderen. Effect zal evenwel ook zijn dat bedrijven die anders niet tot investeringen zouden kunnen komen, dat nu wel kunnen doen. Op die manier wordt schaalvergroting en productie weliswaar gestimuleerd, maar anderzijds zal de schaalvergroting zonder deze faciliteiten wel eens veel sneller gegaan kunnen zijn door strengere selectie van bedrijven en het afvallen van minder draagkrachtige bedrijven. De belangrijkste doelgroep van het Borgstellingsfonds zijn de kleinere en middelgrote bedrijven, die positieve liquiditeitsontwikkeling laten zien maar een gebrek aan zekerheden hebben. Van der Meulen en Venema (2009) schrijven:

'Het Borgstellingsfonds levert een bijdrage aan een gezonde financieringsstructuur, de uitbreiding of modernisering van het bedrijf en maakt toekomstige investeringen mogelijk. Het Borgstellingsfonds speelt een geringe rol bij de ontwikkeling van grote bedrijven (indicatief: investeringen >10 à 15 mln. euro). Toepassing van BF geeft soms wel meer comfort, maar is niet doorslaggevend voor financiering van deze bedrijven.'

### *Herstructurering glastuinbouwgebieden*

In het verleden is in het kader van de Stimuleringsregeling inrichting duurzame glastuinbouwgebieden (Stidug) ondersteuning gegeven aan de herstructurering van glastuinbouwgebieden. Met de Stidug-regeling is onder meer bijgedragen aan de inrichting van de zogenaamde landbouwontwikkelingsgebieden (LOG's). Hiervoor zijn buiten de vijf greenports in Nederland locaties aangewezen waar bedrijven die binnen de greenports te weinig ontwikkelingsruimte hebben een alternatieve vestigingsmogelijkheid kan worden geboden. Hiermee is onder meer ondersteuning geboden aan de ontwikkeling van glastuinbouwgebieden Rundedal, Zuidplaspolder, Bergerden, Terneuzen en Californië/Siberië. In 2005 was er nog geen integraal landelijk beleid voor de circa 4 duizend ha verspreid glas. De regeling Ruimte voor ruimte (Provincie) is bedoeld om dat in te vullen: het verwijderen van ongewenst glas en andere opstanden in buitengebieden en in kwetsbare gebieden, waarbij de verwijdering wordt gefinancierd door de bouw van (afhankelijk van oppervlakte glas) 1-4 woningen op daarvoor door de gemeente aangewezen bouwlocaties, meestal op de betreffende locatie zelf.

In de loop van de jaren zijn een aantal nieuwe glastuinbouwlocaties ontstaan. Dit geeft ruimte aan moderne vaak grootschalige bedrijven. Niet alle locaties lopen even goed. Vaak hebben tuinders moeite met het verhuizen naar een geheel nieuwe regio (Reijnders et al., 2005). Vraag is wel in hoeverre daarvoor bestaand en verspreid glas is afgebroken. Met de nieuw ontwikkelde locaties is een behoorlijk areaal gemoeid. In totaal gaat het om enkele tientallen procenten van het totale areaal. Opvallend is dat terwijl de animo voor de door overheden aangewezen ontwikkelingsgebieden niet zo groot is als op voorhand werd gedacht, een gebied als Agriport-A7 min of meer onafhankelijk van het herstructureringsbeleid van de overheid is ontwikkeld. De mogelijkheden voor ondernemers om een gebied zelf in te richten en niet afhankelijk te zijn van vaak langdurige politieke en ruimtelijke processen speelt daarbij waarschijnlijk een rol.

Zonder hierover een exacte uitspraak te doen, kan worden opgemerkt dat nieuwe bedrijven in potentie een hogere productie per hectare bereiken, dat verplaatsing ook vaak leidt tot schaalvergroting en vervanging van verspreid glas met nieuwe en grotere bedrijven daardoor mogelijk een positief effect zal hebben op de totale productie. Indirect heeft dat wellicht ook een prijseffect gehad. Overigens wordt daar bij opgemerkt dat in de praktijk veelal de regelingen voor verspreid liggend glas gebruikt worden door stoppende ondernemers en dat uitbreiding in concentratiegebieden meestal betrekking heeft op uitbreiding van bestaande bedrijven die daarmee nevenvestigingen openen. Net als bij de regelingen voor energiebesparing dienen politiek gezien de volgende belangen te worden afgewogen:

- a) de herstructurering (transformatie naar andere ruimtegebruikfuncties en opruiming van verspreid glas) en de effecten voor milieu en leefbaarheid;
- b) de belangen van de individuele tuinders (die willen uitbreiden);
- c) de belangen van de sector (de bedrijven die mogelijk last ondervinden van toenemend aanbod en lagere prijzen).

## 7 Blik op de toekomst

---

### 7.1 Inleiding

In dit onderzoek is stilgestaan bij de ontwikkelingen in de glasgroentesector in de afgelopen 10 jaar, de actuele situatie en toekomst van de Nederlandse glasgroentesector. Hierbij heeft de concurrentiekracht van de sector centraal gestaan in internationaal perspectief en zijn de onderliggende factoren die hierop van invloed zijn besproken. Uiteindelijk wordt antwoord gegeven op de vraag of de Nederlandse glasgroentesector in Nederland in de toekomst concurrerend is met andere landen. Daartoe wordt eerst kort teruggeblikt op de belangrijkste oorzaken van de slechte resultaten in de sector in 2008 en 2009. Vervolgens is aan de hand van de analyse van de verschillende factoren die invloed hebben op de concurrentiekracht een doorkijk naar de toekomst gemaakt. De informatie in dit hoofdstuk is ontleend aan de statistieken en andere informatie uit de voorgaande hoofdstukken en aan de resultaten van de expertworkshop met stakeholders uit de glasgroentesector.

### 7.2 Terugblik

De bedrijfsresultaten in de Nederlandse glasgroentesector waren in 2008 en 2009 uitzonderlijk slecht. Ook in andere delen van Europa stonden de bedrijfsresultaten onder druk. De gemiddelde opbrengstprijzen in Nederland zijn in 2008 en met name 2009 sterk gedaald. Vooral de opbrengstprijzen van paprika's waren extreem laag, maar ook de prijzen van tomaten en komkommers waren zeer laag. Voor de slechte bedrijfsresultaten kunnen een aantal redenen worden aangewezen. Een deel van deze factoren is van tijdelijke aard en een deel is van meer structurele aard. Zonder dat deze factoren te kwantificeren zijn, kan wel in algemene zin geanalyseerd worden wat de invloed daarvan is geweest op de glasgroentesector en wat de mogelijke gevolgen zijn voor de langere termijn concurrentiekracht van Nederland.

Enkele factoren die hoogstwaarschijnlijk *van tijdelijke aard* zijn, zijn:

1. een hoge productopbrengst in 2009 in belangrijke aanbodlanden waaronder Nederland, als gevolg van weersinvloeden (met name lichtinstraling) heeft gezorgd voor extra aanbod;

2. de economische crisis in belangrijke afzetmarkten heeft gezorgd voor een afname in de vraag;
3. de wisselkoers van de euro was in 2008 en 2009 relatief hoog ten opzichte van de dollar, de pond en andere valuta in belangrijke afzetmarkten.

*Structurele veranderingen* hebben zich ook voorgedaan:

1. Toename van de wereldwijde bevolking, productie en consumptie. Ook de productie in Nederland is toegenomen. Belangrijk is hierbij op te merken dat de groei van de vraag vooral heeft plaatsgevonden buiten de EU. De vraag in de EU neemt niet veel toe en de markt lijkt tot op zekere hoogte verzadigd. Terwijl het aanbod richting de EU, vanuit bijvoorbeeld Marokko en Turkije, maar ook vanuit de EU zelf is toegenomen;
2. Exporten vanuit met name Marokko en Turkije nemen toe. Turkije richt zich daarbij vooral op de Russische markt en andere landen in Oost-Europa, terwijl Marokko ook op Noordwest-Europese markten met Nederland concurreert in bepaalde delen van het seizoen;
3. De inkoopkosten van energie (gas en elektriciteit) zijn gestegen. Hoewel toekomstige ontwikkelingen daarin moeilijk zijn te voorspellen lijkt het aannemelijk dat de energieprijzen de komende jaren (na het einde van de economische crisis) zullen stijgen. Innovatie in energiebesparende maatregelen heeft het energiegebruik verminderd en met de inzet van w/k-installaties zijn de netto-energiekosten (weer) gedaald. Hiermee kunnen de bedrijven ook in de toekomst een deel van de kosten terugverdienen uit de verkoop van elektriciteit en/of warmte. Het lijkt echter - met het toegenomen geïnstalleerde w/k-vermogen in de sector en hoge gasprijzen en de toename van elektriciteit uit andere landen en uit nieuw te bouwen (kolen)centrales in Nederland - niet aannemelijk dat de winsten uit elektriciteit op korte termijn zo hoog zullen zijn als in midden jaren '10;
4. De loonkosten zijn gestegen. Daar tegenover staat toenemende mechanisatie, waardoor de arbeidskosten per saldo stabiel zijn gebleven. De verwachting is dat deze trend zich zal voortzetten;
5. Verhoging van de productiviteit door product- en procesinnovatie. Mechanisering, betere teeltsystemen, betere rassen en andere innovaties hebben de productiviteit van de sector in Nederland aanmerkelijk vergroot. Ook in andere landen neemt de productie per hectare toe, mede door de snelle(re) kennisverspreiding vanuit Nederland naar concurrerende landen. Wanneer procesinnovatie schaalvergroting in de hand werkt doordat nieuwe technieken op grotere bedrijven meer winst opleveren (of dan pas interessant wor-

- den) dan zal verdere innovatie ook verdere schaalvergroting in de hand werken;
6. De schaalvergroting in de Nederlandse glasgroentesector is de afgelopen jaren zeer snel gegaan, mede onder invloed van stimuleringsregelingen (onder andere GMO-subsidies, regeling Groen Label Kas), het ruimtelijk ordeningsbeleid (onder andere LOG's en satellietlocaties) en financieringsconstructies (bijvoorbeeld sale-en-leaseback). Bovendien is in de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in de bedrijven, onder meer in belichting (tomaat) en energiebesparende maatregelen. Er is op de grotere bedrijven veel geïnvesteerd in w/k-installaties, waarbij de opgewekte elektriciteit deels of geheel is teruggeleverd aan het openbare net. Daarmee is een deel van de meer structurele stijging van de energieprijzen opgevangen. Hierdoor zijn de bedrijven wel in hoge mate met vreemd geld gefinancierd en is het bufferend vermogen (het eigen vermogen) afgenomen. In hoeverre deze trend in de toekomst zal doorzetten en hoe groot de grootste glasgroentebedrijven in de toekomst worden, zal moeten blijken. Het lijkt voor de hand te liggen dat schaalvergroting in de toekomst verder gaat, wanneer het de gemiddelde omvang van de bedrijven betreft;
  7. De afzetstructuur van de Nederlandse glasgroentekolom is sterk veranderd in de afgelopen 10 jaar. De rol van de veiling als marktmechanisme is vrijwel verdwenen. Het aantal afzetorganisaties en telerscollectieven is toegenomen en de onderlinge concurrentie tussen deze organisaties is toegenomen. Tegelijkertijd is de concentratie aan de inkoopzijde van de detailhandel in Europa nog verder toegenomen (zie ook structurele factoren hieronder);
  8. De toeleverende industrieën (zadenindustrie en kassenbouw) zijn in toenemende mate internationaal georiënteerd. Desalniettemin is een sterke toeleveringssector in Nederland een belangrijk voordeel. Samenwerking tussen toeleveranciers, telers en afnemers, vanuit wederzijds belang, zal dan ook in de toekomst uitermate belangrijk blijven;
  9. De concentratie van de detailhandel in Nederland en in belangrijke buitenlandse afzetmarkten is toegenomen. De onderhandelingspositie van telers is zwak. Hoewel uit onderzoek geen misbruik van marktmacht door supermarkten is aangetoond, is het zaak voor de glasgroentesector een model te vinden waarmee de positie van de telers wordt versterkt. Met name bij komkommers, waar weinig productdifferentiatie plaatsvindt en waarbij de afzet richting de geconcentreerde Duitse discounters zeer belangrijk is,

- is actie gewenst. Meer dan 25% van de Nederlandse komkommers wordt gekocht door de Duitse Aldi;
10. Meer focus op local-to-local in belangrijke afzetmarkten. Hoewel het Nederlandse product in het algemeen als kwalitatief goed wordt bestempeld, is een trend naar voorkeur voor lokaal product gaande. Dat heeft ook gevolgen voor de Duitse en Engelse markt; In sommige gevallen wijken Nederlandse producenten al uit naar de afzetmarkten indien de daar geproduceerde artikelen als 'local' worden beschouwd.
  11. Liberalisering van de wereldhandel. Hoewel een trend naar meer vrije wereldhandel voor de hand lijkt liggen, is de verwachting dat op middenlange termijn de EU-markt niet veel opener zal worden voor import uit bijvoorbeeld Noord-Afrika. Op langere termijn ligt het meer voor de hand dat geldende importbeperkingen worden verlaagd. De Nederlandse export heeft in een deel van het jaar echter minder concurrentie. Hoewel de aanvoerseizoenen meer zijn gaan overlappen door meer geconditioneerde teelt, in Nederland (belichting) en in zuidelijke landen (kasteelt), zal op middenlange termijn de aanvoer uit zuidelijke landen in de zomermaanden beperkt blijven.
  12. Concentratie bij de inkoop van de supermarkten. De afgelopen 10 jaar is de concentratie aan de inkoopzijde bij de Europese supermarkten verder toegenomen.
  13. Het overheidsbeleid en bijvoorbeeld de sale-en-leaseback constructie hebben bijgedragen aan investeringen, productieverhoging en schaalvergroting. Het is echter niet gezegd dat schaalvergroting zonder deze regelingen minder snel was gegaan of dat de productie lager was geweest.

### **7.3 Factoren die de concurrentiekracht bepalen**

In een expertmeeting met telers, zadenindustrie, groothandelaren en sectororganisaties uit de Nederlandse glasgroentesector is verkend welke factoren volgens deze experts van invloed zijn op de concurrentiepositie van de drie grootste gewassen, tomaat, paprika en komkommer. Deelnemers aan de bijeenkomst hebben anoniem (via group decision room apparatuur) hun mening gegeven en op elkaar gereageerd. Eén van de vragen die aan de deelnemers is voorgelegd betreft: hoe belangrijk zijn verschillende factoren voor de concurrentiekracht/het inkomen van de telers? De antwoorden zijn in tabel 7.1 per gewas weergegeven. Het betreft de top-5 van factoren die door de deelnemers het meest belangrijk werden gevonden.

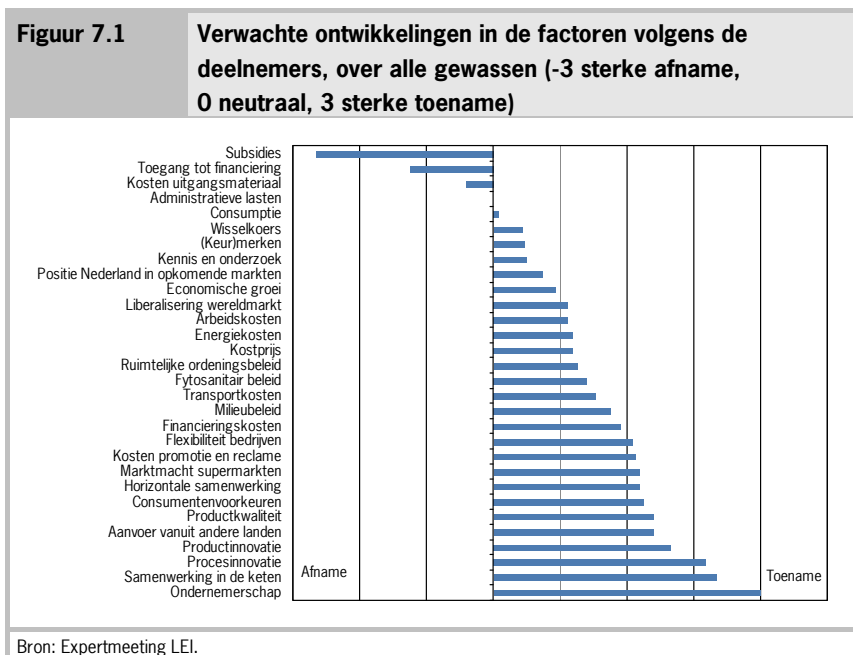


| <b>Tabel 7.1</b>         |                      | <b>Belang van factoren voor concurrentiekracht volgens ondernemers en stakeholders</b> |                    |
|--------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
|                          | <b>Tomaat</b>        | <b>Paprika</b>                                                                         | <b>Komkommer</b>   |
| 1                        | Kwaliteit product    | Samenwerking keten                                                                     | Kostprijs          |
| 2                        | Samenwerking keten   | Kwaliteit product                                                                      | Samenwerking keten |
| 3                        | Ondernemerschap      | Ondernemerschap                                                                        | Marktmacht supers  |
| 4                        | Productinnovatie     | Productinnovatie                                                                       | Ondernemerschap    |
| 5                        | Flexibiliteit telers | Positie in opkomende markten                                                           | Procesinnovatie    |
| Bron: Expertmeeting LEI. |                      |                                                                                        |                    |

Kwaliteit en samenwerking in de keten worden voor tomaat en paprika de belangrijkste factoren gevonden. Direct onder de factoren die in tabel 7.1 staan voor tomaat en paprika komen de marktmacht van de supermarkten en procesinnovatie. Voor komkommer noemen de deelnemers de kostprijs als belangrijkste factor. Opvallend is dat de productkwaliteit bij komkommer gemiddeld minder belangrijk wordt gevonden. Hierbij dient echter opgemerkt te worden dat in de antwoorden van de respondenten op dit punt een grote spreiding is te zien. In de discussie in de expertmeeting is deze tweedeling ook naar voren gekomen. Het Nederlandse product is doorgaans van hoge kwaliteit. Productdifferentiatie lijkt bij komkommer minder vanzelfsprekend en tegelijkertijd is de kwaliteit van groot belang om een onderscheidend vermogen te houden ten opzichte van concurrenten. Bij komkommer worden als belangrijke factoren, na de factoren in tabel 7.1, ook de energiekosten, de arbeidskosten en productinnovatie genoemd. De flexibiliteit van de telers (bij tomaat) heeft te maken met het groter worden van de bedrijven, de toename van externe financiering en verdere specialisatie in gewassen, productietechnieken en afzetkanalen. Het belang van flexibiliteit (ondernemersvrijheid) wordt daarmee onderstreept.

Een aantal conclusies kan worden getrokken op basis van deze gegevens. Ten eerste, dat het aantal belangrijke factoren heel groot en divers is. Hoewel bovenstaande factoren als meest belangrijk uit de meningen van de deelnemers werden geaggregeerd, zijn nog tal van andere factoren genoemd die belangrijk werden geacht. Ten tweede, dat een sterke scheiding bestaat tussen de tomaten en paprikasector enerzijds en de komkommersector anderzijds. Komkommer wordt veelal gezien als een homogeen ('bulk') product, waar niet veel productinnovatie en onderscheid in mogelijk is. Dat blijkt ook uit het gegeven dat de prijzen van de verschillende aanbieders op de EU-importmarkt relatief dicht bij elkaar liggen. In de komkommersector wordt op dit moment vooral

naar de kostprijs gekeken, terwijl bij de andere twee gewassen de productkwaliteit (inclusief productdifferentiatie) en het ondernemerschap belangrijker worden geacht. Ten derde, dat samenwerking in de keten over de hele linie zeer belangrijk is. Hoewel horizontale samenwerking tussen telers niet onbelangrijk werd gevonden, wordt door de deelnemers de samenwerking in de keten belangrijker geacht. Dat kan te maken hebben met het feit dat de deelnemende telers over het algemeen al op allerlei manieren in bijvoorbeeld telersverenigingen samenwerken.



Aan de deelnemers is ook gevraagd welke ontwikkelingen zij in de komende 10 jaar voorzien ten aanzien van de factoren die de concurrentiekracht beïnvloeden (bijvoorbeeld: nemen de arbeidskosten toe of af?). In figuur 7.1 worden de resultaten hiervan grafisch weergegeven. Dat de sector een verdere professionaliseringsslag voor de boeg heeft blijkt uit het feit dat de deelnemers unaniem van mening zijn dat het ondernemerschap in de sector (voor alle gewassen) de komende jaren verder zal toenemen en hierin ook de belangrijkste verbetering zien. Ook op het gebied van ketenafstemming worden belangrijke ontwikkelingen verwacht. Punten die de concurrentiepositie negatief

beïnvloeden zijn er ook. Zo vreest men een afname van de toegang tot financiering, een afname van subsidies, een toename van de marktmacht van supermarkten en toenemend aanbod op de Europese markt vanuit andere landen.

## **7.4 Doorkijk naar de toekomst**

Nederland kan op kostprijs moeilijk concurreren met andere landen, zoals Spanje en Marokko. De concurrentiepositie van Nederland moet worden bevochten op de toegevoegde waarde (service, after sales, duurzame producten, enzovoort). Vooral in de komkommerteelt is de concurrentie hevig. Er wordt grotendeels op kostprijs geconcentreerd en daarmee kan Nederland het op lange termijn niet winnen. Zeker wanneer op de Duitse markt de voorkeur voor lokaal product verder toeneemt en het areaal in belangrijke afzetmarkten toeneemt. Desondanks heeft de Nederlandse komkommer bij afnemers een zeer goede naam. Wellicht kunnen de bedrijven dit gegeven als uitgangspunt nemen om toch verdere productdifferentiatie (op kwaliteit en duurzaamheid) te bewerkstelligen. Voor alle producten geldt dat promotie en afzetbevordering kan leiden tot een toename van de vraag.

Hoewel de afgelopen 2 jaar voor de glasgroenteteelt in Nederland op zijn zachtst gezegd niet goed waren, heeft deze teelt in Nederland toekomst. Een aantal kansen en sterke punten van de Nederlandse glasgroentesector ligt aan deze conclusie ten grondslag:

1. Ondanks deze moeilijke tijden en toenemende concurrentie (wat onder meer blijkt uit toename van de Balassa-index van bijvoorbeeld Marokko (tomaat en paprika) en Turkije (komkommer), hebben Nederlandse telers in de afgelopen 10 jaar bewezen dat zij marktaandeel kunnen behouden bij tomaten en paprika. Bij komkommer loopt het marktaandeel in de EU-15 van Nederland wel terug. De slechte prijzen zijn voor een belangrijk deel veroorzaakt door tijdelijke factoren. De sector zal zich moeten aanpassen waarbij enige mate van sanering onvermijdelijk is.
2. De wereldbevolking stijgt de komende 40 jaar naar verwachting tot 9 mld. mensen (Verenigde Naties, medium variant). Deze bevolkingsgroei gaat gepaard met een toename van de consumptie en de productie.
3. Het Nederlandse product heeft in een groot deel van het seizoen echter minder concurrentie en in die periode blijft vraag naar het Nederlandse product op belangrijke afzetmarkten. Nederland heeft bovendien een groot afzetgebied dicht bij huis en een sterk ontwikkelde thuismarkt. Kennis van

- de wensen van consumenten is voor Nederlandse telers en handelaren een belangrijk voordeel.
4. Extremen in temperaturen en lichtinstraling zullen door klimaatverandering naar verwachting vaker voorkomen. Dit leidt tot grotere prijschommelingen. Deze klimaatinvloeden hebben naar verwachting eerder nadelige gevolgen voor zuidelijke landen dan voor Nederland, omdat de Nederlandse teelttechnieken beter in staat zijn deze invloeden te beperken. Deze technieken ontberen de zuidelijke producenten nog grotendeels.
  5. Nederland beschikt over een zeer efficiënte distributieve groothandel die toegang geeft tot een grote markt. De ligging van Nederland in het centrum van Europa geeft bovendien een blijvend concurrentievoordeel. De Rabobank (2010) constateert terecht dat de West-Europese markt waarschijnlijk niet de grootste groeimarkt is en dat het verwerven/uitbouwen van een positie in groei markten in Oost-Europa belangrijk is. Desondanks is het niet aannemelijk dat de Europese markt op middenlange termijn zal krimpen. Groei realiseren in een verzadigde markt is de uitdaging: promotie en het creëren van toegevoegde waarde door kwaliteit en duurzaamheid zijn daarbij belangrijk.
  6. Verder concentratie bij de detailhandel ligt eerder voor de hand dan deconcentratie. Met een afnemend aantal vragers en grotere partijen tot gevolg; De verwachting is dat het aantal telerscoöperaties en afzetorganisaties zal afnemen om het aanbod te bundelen en de marktpositie te verbeteren. Deze (horizontale) samenwerking zal echter naar verwachting niet leiden tot een geheel gebundeld aanbod. Daarvoor zijn de verschillen tussen de bedrijven te groot, getuige de moeite die het momenteel kost om tot aanbodsbundeling te komen. Eerder ontstaan op middenlange termijn 4 of 5 grote partijen, die stuk voor stuk groot genoeg zijn om vanuit kracht samen te werken en een goede productmix in de markt te zetten in samenwerking met afnemers, maar in concurrentie met elkaar.
  7. Samenwerking tussen producentenorganisaties en afzetorganisaties wordt onderkend, maar de wijze waarop en de vorm waarin is volop in discussie. Dit wordt mede beïnvloed door de standpunten die de Europese Commissie dit najaar over de GMO-regeling bekend zal maken voor de periode na 2013.
  8. Herstructurering (reconstructie en nieuwontwikkeling) van de Nederlandse glasgroentesector in de daarvoor aangewezen gebundelde glastuinbouwgebieden (Greenports, LOG's en provinciale satellietlocatie). Er zal als gevolg van de huidige crisis en de slechte prijsvorming een 'sanering'

plaatsvinden van bedrijven. De vraag is alleen of de gesaneerde productiebedrijven ook fysiek verdwijnen of dat deze bedrijven worden opgekocht door de overblijvende productiebedrijven en/of handelsorganisaties en daarmee het productiepotentieel (of overaanbod) op peil houdt. De banken hebben hierbij in zekere zin een 'sturende' rol door slecht/matig presterende productiebedrijven wel of niet in het zadel te houden.

9. De vraag of eerder noodzaak is dat Nederland door haar goede kennisinfrastructuur een kennis- en innovatievoorsprong weet te behouden of zelfs weet uit te breiden ten opzichte van haar concurrenten. Speerpunt is waardecreatie door productdifferentiatie (smaak, vorm, kleur, inhoudstoffen), efficiënte en intelligente ketens gebruikmakend van ICT.

De Adviesgroep Tuinbouwcluster Greenport.NL (Nijkamp et al., 2010) is begin juni 2010 met een advies gekomen over de verdere ontwikkeling van het Tuinbouwcluster in Nederland. Het advies omvat de volgende speerpunten:

1. Versterken en verankeren netwerk van kernclusters en satellieten;
2. Ontwikkelen proactieve internationaliseringstrategie;
3. Streven naar integrale duurzame productie- en distributiewijze;
4. Versterken kennis- en innovatiekracht;
5. Krachten bundelen in High Level Group Greenport Holland.

De Adviesgroep is van mening dat de tuinbouwcluster in Nederland toekomst heeft, mits voldoende aandacht wordt besteed aan bovenstaande speerpunten.

'Om de ambitie van internationale regievoerder waar te maken, zijn een sterke thuismarkt met voldoende ontwikkelingsruimte voor de totale waardeketen, een proactieve internationaliseringstrategie, een verdergaande verduurzaming en continue kennisontwikkeling en innovatie noodzakelijk. Bovendien is een krachtig sturingsmodel voor het totale tuinbouwcluster vereist, leidend tot een mainportstatuur' (Nijkamp et al., 2010).

## **7.5 Aanbevelingen**

Het een en ander leidt tot een aantal aanbevelingen voor beleidsmakers in de sector en bij de overheid.

- De primaire sector is op het moment zeer gefragmenteerd en heeft onder meer te maken met concentratie aan de afzetzijde en toenemende concur-

rentie vanuit het buitenland. Als antwoord daarop proberen partijen te komen tot krachtenbundeling. Krachtenbundeling gericht op aanbodbundeling en het verkrijgen van 'marktmacht' lijkt een moeilijke weg vanwege de vele tegenstrijdige belangen van de bedrijven. Krachtenbundeling gericht op kennis, innovatie, marketing en duurzaamheid is echter onontbeerlijk. Er is ook behoefte vanuit het beleid aan een sector die met één mond spreekt en - zonder dat sprake hoeft te zijn van aanbodbundeling - een versterking van de gezamenlijke belangenbehartiging op bepaalde onderwerpen. Het voorstel van de Adviesgroep Nijkamp tot de oprichting van een High Level Group Greenport Holland sluit hierbij aan.

- Innovatie in energiebesparende maatregelen heeft het energiegebruik verminderd en met de inzet van w/k-installaties zijn de netto-energiekosten gedaald. De inzet van sector en overheid op dit terrein verdient ook in de toekomst blijvende aandacht. Echter, veel investeringen en innovaties zijn gericht op kostprijsverlaging. Uit het onderzoek komt naar voren dat dit met name in de komkommerteelt erg belangrijk wordt gevonden. Er zal daarnaast echter meer aandacht moeten worden geschonken aan productinnovatie en marktwerking.
- Het belang van een onderscheidend product wordt algemeen erkend (niet alleen qua smaak of uiterlijk, maar ook op het gebied van service en logistiek, laag gebruik van gewasbeschermingsmiddelen en laag energiegebruik). Hier valt nog veel te winnen. De Nederlandse glasgroentesector heeft in de afgelopen jaren aangetoond opmerkelijke prestaties te kunnen leveren op het gebied van de verlaging van het energiegebruik en de toepassing van biologische bestrijdingsmiddelen. Deze pluspunten ten opzichte van buitenlandse concurrenten zouden sterker vermarkt kunnen worden door de sector. Duurzame productie en duurzame producten moeten als belangrijk 'unique selling point' beter in de markt worden gezet. Ook een efficiënte distributie en een beperkte CO<sub>2</sub>-footprint van groenten, die met energiebesparende maatregelen in Nederland steeds beter wordt ten opzichte van ingevlogen producten kan daarbij een rol spelen. Op deze manier kan op een verzadigde EU-markt groei worden gerealiseerd.
- Nederland is voor een groot deel afhankelijk van export. Het ontwikkelen van nieuwe markten is belangrijk, mede in het kader van boven beschreven verzadiging van de West-Europese markt. In nieuwe markten zoals Rusland heeft Nederland te maken met concurrentie vanuit bijvoorbeeld Turkije. Kwaliteit, goede logistiek en dienstverlening zijn onderscheidende factoren voor Nederland.

- Ketensamenwerking en toepassing van ICT. Het belang van ketensamenwerking en afstemming en van informatie-uitwisseling tussen partijen in de keten wordt onderstreept. De aanbevelingen uit het rapport Tuinbouw Integraal Digitaal (Verloop et al., 2009) zouden ter harte moeten worden genomen. Het rapport onderstreept de noodzaak om tot een integrale aanpak van de digitale informatievoorziening te komen.
- De gemiddelde bedrijfsomvang van de bedrijven is de afgelopen jaren snel toegenomen. Uit het onderzoek komt naar voren dat: a) het ondernemerschap zeer belangrijk is en ook in de toekomst steeds belangrijker zal worden en b) de kwaliteit van de producten en het vakmanschap van de ondernemers daarbij niet uit het oog moeten worden verloren. Kwaliteit en vakmanschap zijn belangrijke concurrentiebepalende factoren (puur op kostprijs concurreren is op termijn geen optie). Deze aanbeveling betreft behalve de ondernemers ook de overheid en de sectororganisaties. Scholing van middenkader en het opleiden van goede vakmensen die aan de Nederlandse sector gebonden kunnen worden, is van groot belang.
- Een laatste aanbeveling betreft het onderzoek zelf. Het onderzoek heeft laten zien dat op buitenlandse markten veel ontwikkelingen plaatsvinden, zowel aan de aanbodzijde als aan de vraagzijde, waar echter onvoldoende kwalitatieve en kwantitatieve informatie over beschikbaar is om een diepgaande analyse uit te voeren. Een analyse van de concurrentiekracht kan echter pas volledig zijn als 'de afzetmarkt' en 'de concurrentie' meer uitvoerig in kaart gebracht worden. Het verdient daarom aanbeveling om bijvoorbeeld de ontwikkelingen in Spanje, Marokko, Turkije en Oost-Europa, en de vraagontwikkelingen op belangrijke afzetmarkten meer gedetailleerd in kaart te brengen en de effecten daarvan voor de Nederlandse glasnietsector te duiden.

# Literatuur

---

ABN-AMRO, *Visie op agrarisch*. ABN-AMRO, mei 2010.

Algemene Rekenkamer, *Effectiviteit energiebesparingsbeleid in de glastuinbouw*. Sdu Uitgevers, Den Haag, 2003.

Bont, C.J.A.M. de, W.H. van Everdingen, A. van der Knijff en H.A.B. van der Meulen, *Actuele ontwikkeling van resultaten en inkomens in de land- en tuinbouw in 2009*. Rapport 2009-088. LEI Wageningen UR, Den Haag, december 2009.

Boonekamp, G., 'Tomatenplanten gaan lang mee in Marokko.' In: *Groenten en Fruit* 62 (16), 2008.

Boonekamp, G., 'Chauvinisme kan ook je wapen zijn.' In: *Groenten en Fruit* 64 (2), 2010.

Bouwman-Van Velden, P. 'Roep om verbeterde invulling GMO; Coverstory.' In: *Vakblad groenten en fruit*, april 2010, 13-17.

Bunte, F., J. Bolhuis, C. de Bont, G. Jukema en E. Kuiper, *Prijsvorming van voedingsproducten*. Nota 09-074. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

Bunte, F., *Prijsvorming glastuinbouw*. Nota 09-02. LEI Wageningen UR, Den Haag, januari 2009.

Bunte, F., *Pricing in the greenhouse horticulture sector*. Memorandum 09-026. LEI Wageningen UR, Den Haag, oktober 2009.

Cate, A. ten, M. Mulder en H. Stolwijk, *Effecten van energiebesparende investeringen in de glastuinbouw; Een analyse van de evaluatie door de Algemene Rekenkamer*. CPB Document No. 35, oktober, 2003.

ING Economisch Bureau, *Groothandel AGF, Consolidatie supermarkten stimuleert krachtenbundeling in agf-keten*. Februari 2010.



Keskin, G., T. Özüdogru en C. Nzali., 'Turkish Tomato Sector Analysis.'  
In: Dellal, I. en S. van Berkum, *Agricultural sector analysis in Turkey and integration into the EU: dairy, tomato, cereals and poultry*. AERI report 171.  
AERI Ankara en LEI Wageningen UR, 2009.

LTO-Glaskracht, *Samen marktgericht vooruit; Achtergrondinformatie van het actieplan voor de Nederlandse glastuinbouw naar 2015*. LTO-Glaskracht, maart 2010.

Knijff, A. van der en G. Jukema, *Achtergrondcijfers bij economische situatie glastuinbouw; Tabellenset*. Quick Scan. LEI Wageningen UR, Den Haag, augustus 2009.

Meijl, H. van, L. van Horen en A. Wolters, *Een wereld te winnen. Strategische keuzes in de glastuinbouwtoelevering*. Rapport 3.99.12. LEI Wageningen UR, 2009.

Meulen, H.A.B. van der en G.S. Venema, *Borgstellingsfonds: klaar voor de toekomst?*Rapport 2008-077. LEI Wageningen UR, september 2008.

Meulen, H.A.B. en G.D. Jukema, *Financieringsmaatregelen voor landbouw en mkb*. Rapport 2009-083. LEI Wageningen UR, 2009.

Nijkamp, P., R. Huirne, K. Noordzij, H. Priemus, G. de Roo en A. van der Knijff, *Vitaal tuinbouwcluster 2040; Een toekomststrategie voor Greenport Holland*. Rapport Adviesgroep Tuinbouwcluster Greenport. NL. LNV, Den Haag, juni 2010.

NMa, *Prijsvorming in de agri-food sector*. Nederlandse Mededingingsautoriteit. Openbare versie, 2 september 2009.

Poot, E en J. Nienhuis, *Concurrentiekracht Glasgroente; Perspectieven voor een vitale en marktgerichte Nederlandse groentesector*. LEI Wageningen UR en PPO Wageningen UR, 2001.

Rabobank Nederland, *Beter met minder; De toekomst van de Nederlandse Glasgroenteteelt richting 2015*. Rabobank Nederland, Utrecht, 2010.

Reijnders, C.E., M.N.A. Ruijs en E. Poot, *Verkassende Westlanders; Motieven en vestigingsfactoren van verplaatsende Westlandse telers*. Rapport 7.05.07. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2005.

Salm, P., van der, *Marktbeeld Tomaat*. PT 2008/85. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, 2008.

Salm, P., van der, *Marokko, leverancier en concurrent; Een kwantitatieve analyse van Marokko als producent en exporteur van groente en fruit*. PT 2010-05. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, 2010.

Scheer, T. van der. *GMO en kartel; Confrontatie*. Vakblad groenten en fruit, pp. 18-19, april 2010.

SMK, *Groen Label Kas*. SMK Nieuws 58, SMK, Den Haag, 2009.

Tacken, G., L. Jager, L. Puister, M. van Leeuwen, M. de Winter en J. Wijnands, *Concurrentiemonitor groente*. LEI Wageningen UR, Den Haag, mei 2007.

Valk, S. van der, *Een sterke uitgangspositie; Positie van de Nederlandse veredelingssector in internationaal perspectief*. Scriptieverslag voor de Hogeschool Utrecht, onder begeleiding van LEI Wageningen UR, mei 2010.

Velden, N., van der, J. Janse, R.C. Kaarsemaker en R.H.M. Maaswinkel. *Duurzaamheid van vruchtgroente in Spanje*. LEI Wageningen UR en PPO Wageningen UR, 2004.

Velden, N. van der en P.X. Smit, *Energiemonitor van de Nederlandse glastuinbouw 2008*. Rapport 2009-092. LEI Wageningen UR, december 2009.

Verloop, C.M., C.N. Verdouw, J. Wolfert, A.J.M. Beulens, Y. Dijkxhoorn, J.C.M.A. Snels en G.M. Splinter, *Tuinbouw Integraal Digitaal (TID); Inventarisatie, analyse en programmavoorstel*. Rapport 2009-098. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

Vermeulen, P.C.M., *Kwantitatieve Informatie voor de Glastuinbouw 2008; Glasgroente - Snijbloemen - Potplanten*. Rapport 185. Wageningen UR Glastuinbouw, Bleiswijk, 2008.

Vlaamse Overheid, Departement Landbouw en Visserij, *Vlaamse Landbouw-conjunctuurindex voorjaar 2010*. Mei 2010.

Wijnands, J.H.M., S.D.C. Deneux, R.A.F. van Paassen, E.H. Poot en S.C. van Woerden, *Internationalisatie en concurrentiekracht van de Nederlandse vrucht-groentesector*. Rapport 5.04.06. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2004.

#### *Internet*

- [www.agd.nl](http://www.agd.nl)
- [www.agriholland.nl](http://www.agriholland.nl)
- [agritrade.cta.int](http://agritrade.cta.int)
- [www.avag.nl](http://www.avag.nl)
- [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)
- [www.copa-cogeca.be](http://www.copa-cogeca.be)
- [www.kasalsenergiebron.nl](http://www.kasalsenergiebron.nl)
- [www.rijkzwaan.nl](http://www.rijkzwaan.nl)
- [wetten.overheid.nl](http://wetten.overheid.nl)

# Bijlage 1

## Areaal, oogst en aantallen bedrijven in Nederland

| <b>Tabel B1.1</b>                           | <b>Areaal glasgroenten in Nederland, in hectare</b> |             |             |             |             |                |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
|                                             | <b>2000</b>                                         | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009 a)</b> |
| Totaal glasgroenten                         | 4.200                                               | 4.445       | 4.548       | 4.571       | 4.647       | 4.826          |
| Aubergines                                  | 76                                                  | 90          | 90          | 96          | 97          | 95             |
| Komkommers                                  | 663                                                 | 631         | 638         | 617         | 622         | 626            |
| Paprika's, totaal                           | 1.155                                               | 1.236       | 1.214       | 1.187       | 1.184       | 1.331          |
| - Rode paprika's                            |                                                     | 626         | 605         | 579         | 546         | 710            |
| - Groene paprika's                          |                                                     | 220         | 200         | 210         | 204         | 188            |
| - Gele paprika's                            |                                                     | 297         | 312         | 288         | 301         | 299            |
| - Overige paprika's                         |                                                     | 93          | 97          | 110         | 133         | 133            |
| Tomaten, totaal                             | 1.133                                               | 1.396       | 1.481       | 1.545       | 1.600       | 1.628          |
| - Losse tomaten                             | 455                                                 | 376         | 386         | 413         | 422         | 481            |
| - Trostomaten                               | 628                                                 | 936         | 1.007       | 1.034       | 1.078       | 1.047          |
| - Cherry-tomaten                            | 51                                                  | 84          | 88          | 98          | 100         | 100            |
| Overige glasgroenten                        | 715                                                 | 537         | 528         | 491         | 498         | 467            |
|                                             |                                                     |             |             |             |             |                |
| Totaal vruchtgroenten                       | 3.177                                               | 3.562       | 3.583       | 3.640       | 3.799       | 3.927          |
| a) Voorlopig cijfer.<br>Bron: CBS Statline. |                                                     |             |             |             |             |                |

| <b>Tabel B1.2</b>                           | <b>Oogst van vruchtgroenten in Nederland, in mln. kilogram</b> |             |             |             |             |                |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
|                                             | <b>2000</b>                                                    | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009 a)</b> |
| Totaal vruchtgroenten                       | 1.259                                                          | 1.498       | 1.490       | 1.490       | 1.550       | 1.670          |
| Aubergines                                  | 33                                                             | 41          | 40          | 41          | 43          | 46             |
| Courgettes                                  | 11                                                             | 12          | 12          | 14          | 17          | 19             |
| Komkommers                                  | 410                                                            | 440         | 440         | 430         | 425         | 435            |
| Paprika's                                   | 285                                                            | 345         | 318         | 320         | 335         | 370            |
| Tomaten                                     | 520                                                            | 660         | 680         | 685         | 730         | 800            |
| a) Voorlopig cijfer.<br>Bron: CBS Statline. |                                                                |             |             |             |             |                |

| <b>Tabel B1.3</b>           |             | <b>Aantal bedrijven met tuinbouw onder glas in Nederland</b> |             |             |             |                |
|-----------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
|                             | <b>2000</b> | <b>2005</b>                                                  | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009 a)</b> |
| Groenten onder glas, totaal | 3.433       | 2.547                                                        | 2.400       | 2.211       | 2.022       | 1.874          |
| Aubergines                  | 66          | 68                                                           | 61          | 65          | 60          | 55             |
| Komkommers                  | 526         | 399                                                          | 381         | 349         | 310         | 292            |
| Paprika's, totaal           | 716         | 544                                                          | 467         | 401         | 373         | 348            |
| - Rode paprika              | .           | 268                                                          | 251         | 222         | 189         | 192            |
| - Groene paprika            | .           | 146                                                          | 118         | 97          | 94          | 77             |
| - Gele paprika              | .           | 119                                                          | 112         | 96          | 90          | 83             |
| - Overige paprika           | .           | 67                                                           | 54          | 43          | 46          | 55             |
| Tomaten, totaal             | 636         | 489                                                          | 460         | 430         | 404         | 358            |
| - Losse tomaten             | 338         | 218                                                          | 205         | 194         | 174         | 160            |
| - Trostomaten               | 291         | 275                                                          | 254         | 235         | 223         | 200            |
| - Cherry-tomaten            | 34          | 38                                                           | 42          | 42          | 44          | 46             |
| Overige glasgroenten        | 1.132       | 747                                                          | 717         | 657         | 617         | 566            |
| a) Voorlopig cijfer.        |             |                                                              |             |             |             |                |
| Bron: CBS Statline.         |             |                                                              |             |             |             |                |

## Bijlage 2

### Areaal ontwikkelingen buitenland

| Tabel B2.1                                                                                                        |       | Areaal tomaat, voor geselecteerde landen, in 1.000 ha, 1995-2008 |       |       |       |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
|                                                                                                                   | 1995  | 2000                                                             | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
| Wereld a)                                                                                                         | 3.273 | 4.020                                                            | 4.554 | 4.684 | 4.811 | 4.896 |
| China                                                                                                             | 474   | 869                                                              | 1.305 | 1.405 | 1.454 | 1.455 |
| Egypte a)                                                                                                         | 149   | 195                                                              | 195   | 220   | 226   | 240   |
| India                                                                                                             | 350   | 460                                                              | 505   | 546   | 596   | 572   |
| Turkije                                                                                                           | 175   | 225                                                              | 270   | 270   | 270   | 300   |
| Nigeria                                                                                                           | 55    | 126                                                              | 128   | 128   | 170   | 265   |
| Verenigde Staten                                                                                                  | 192   | 167                                                              | 165   | 171   | 171   | 163   |
| Rusland                                                                                                           | 151   | 147                                                              | 154   | 152   | 136   | 148   |
| Iran                                                                                                              | 104   | 119                                                              | 139   | 147   | 140   | 140   |
| Italië                                                                                                            | 115   | 137                                                              | 139   | 122   | 125   | 115   |
| Mexico                                                                                                            | 105   | 125                                                              | 119   | 127   | 117   | 102   |
| Oekraïne                                                                                                          | 118   | 117                                                              | 94    | 92    | 84    | 81    |
| Spanje                                                                                                            | 55    | 62                                                               | 72    | 57    | 54    | 55    |
| Marokko                                                                                                           | 14    | 26                                                               | 22    | 21    | 24    | 19    |
| Nederland, in ha                                                                                                  | 1.200 | 1.133                                                            | 1.396 | 1.481 | 1.545 | 1.600 |
| a) FAOstatdata Egypte en totaal wereld 2007 en 2008 aangepast op basis van officiële cijfers Egyptische overheid. |       |                                                                  |       |       |       |       |
| Bron: FAOstat; Nederland vanaf 2000 CBS Statline.                                                                 |       |                                                                  |       |       |       |       |

| Tabel B2.2                           |       | Areaal paprika, voor geselecteerde landen, in 1.000 ha, 1995-2008 |       |       |       |       |
|--------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
|                                      | 1995  | 2000                                                              | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
| Wereld                               | 1.260 | 1.622                                                             | 1.734 | 1.766 | 1.765 | 1.823 |
| China                                | 302   | 503                                                               | 613   | 633   | 653   | 652   |
| Indonesië                            | 182   | 175                                                               | 187   | 205   | 204   | 203   |
| Mexico                               | 76    | 145                                                               | 92    | 92    | 88    | 132   |
| Nigeria                              | 70    | 90                                                                | 92    | 92    | 93    | 93    |
| Turkije                              | 57    | 75                                                                | 92    | 88    | 88    | 88    |
| Ethiopië                             | 54    | 58                                                                | 82    | 88    | 64    | 83    |
| Ghana                                | 19    | 75                                                                | 75    | 77    | 78    | 78    |
| Zuid-Korea                           | 92    | 80                                                                | 67    | 59    | 61    | 55    |
| Verenigde Staten                     | 27    | 38                                                                | 36    | 33    | 32    | 32    |
| Egypte                               | 17    | 28                                                                | 29    | 30    | 30    | 30    |
| Spanje                               | 23    | 23                                                                | 24    | 24    | 22    | 22    |
| Roemenië                             | 18    | 19                                                                | 19    | 23    | 19    | 20    |
| Oekraïne                             | 13    | 15                                                                | 15    | 14    | 14    | 15    |
| Italië                               | 13    | 14                                                                | 14    | 13    | 15    | 12    |
| Marokko                              | 5     | 7                                                                 | 7     | 7     | 5     | 7     |
| Nederland in ha                      | 1.000 | 1.280                                                             | 1.214 | 1.187 | 1.250 | 1.280 |
| Israël in ha                         | 1.530 | 2.120                                                             | 2.630 | 3.000 | 3.700 | 3.600 |
| Bron: FAOstat; Nederland vanaf 2000. |       |                                                                   |       |       |       |       |

**Tabel B2.3**      **Areaal komkommer, voor geselecteerde landen, in 1.000 ha, 1995-2008**

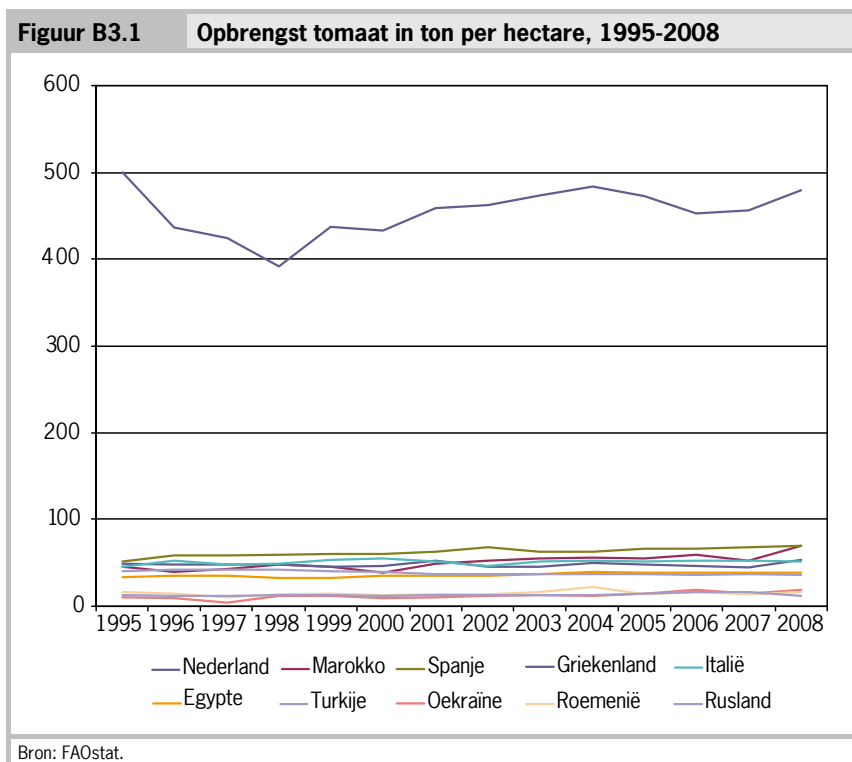
|                  | <b>1995</b> | <b>2000</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Wereld           | 1.494       | 2.054       | 2.491       | 2.555       | 2.563       | 2.635       |
| China            | 663         | 1.163       | 1.553       | 1.603       | 1.653       | 1.703       |
| Kameroen         | 72          | 106         | 120         | 120         | 120         | 120         |
| Iran             | 69          | 78          | 75          | 82          | 78          | 82          |
| Rusland          | 55          | 57          | 90          | 92          | 84          | 73          |
| Egypte           | 19          | 29          | 28          | 40          | 29          | 68          |
| Verenigde Staten | 71          | 64          | 67          | 64          | 62          | 59          |
| Turkije          | 44          | 64          | 60          | 60          | 59          | 59          |
| Indonesië        | 57          | 44          | 53          | 59          | 56          | 53          |
| Oekraïne         | 78          | 74          | 54          | 53          | 49          | 50          |
| Polen            | 33          | 27          | 22          | 22          | 21          | 20          |
| Roemenië         | 6           | 6           | 11          | 16          | 13          | 13          |
| Spanje           | 7           | 7           | 8           | 8           | 7           | 7           |
| Marokko          | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 2           |
| Nederland, in ha | .           | 663         | 631         | 638         | 617         | 622         |

Bron: FAOstat; Nederland CBS Statline.

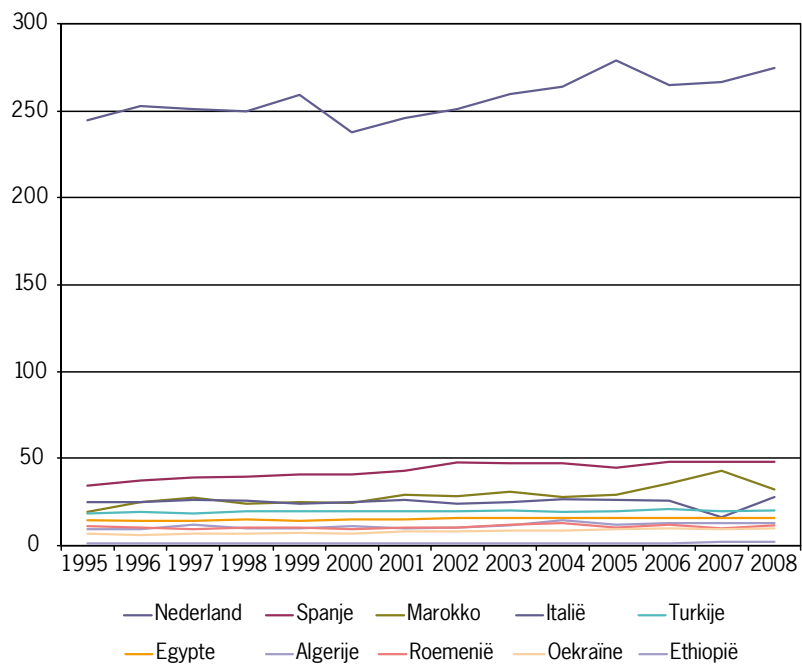


## Bijlage 3

Fysieke productie per hectare, in ton per ha

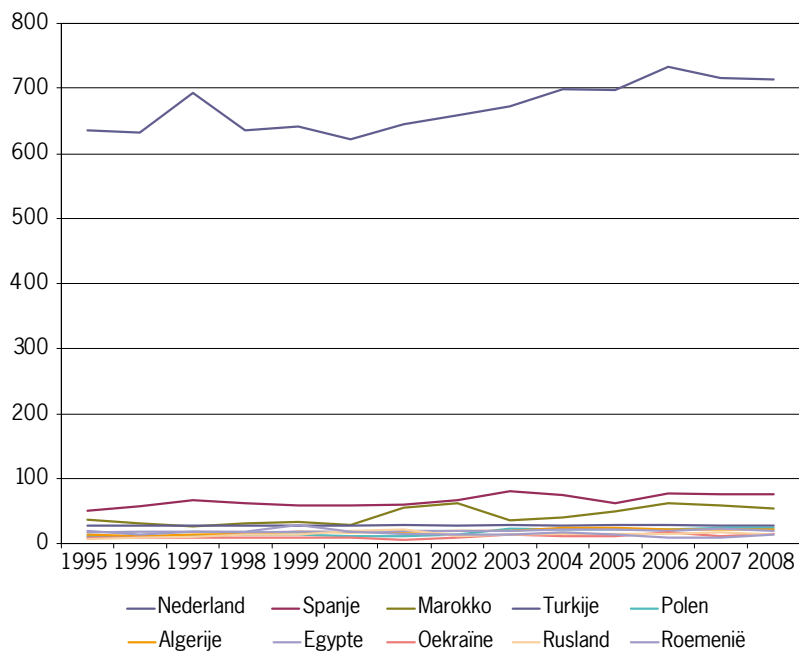


**Figuur B3.2 Opbrengst paprika in 100 kg per ha, 1995-2008**



Bron: FAOstat.

**Figuur B3.3 Opbrengst komkommer in 100 kg per ha, 1995-2008**



Bron: FAOstat.

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

Meer informatie: [www.lei.wur.nl](http://www.lei.wur.nl)

