

Farming Valley

De agrarische productie heruitgevonden

*Douwe-Frits Broens,
met bijdragen van Hans van Es,
Ger Vos,
Olaf van Kooten,
Jo Wijnands*

Het is opvallend dat de meeste beleidsscenario's voor de toekomst van het Nederlandse platteland zijn samen te vatten onder het 'Center Parcs model': de nadruk ligt op de recreatieve en natuurwaarde van het platteland en de boer wordt daarin als beheerder van deze recreatieve en natuurlijke waarden geplaatst. Daarmee wordt feitelijk de boer de agrarische productie als hoofdproduct en bestaansrecht ontnomen, en zijn we terug bij de keuterboer. Wij geloven echter in een serieuze en zonnige toekomst van de agrarische productie in Nederland en willen ons dan ook, met een positief toekomstbeeld, krachtig verzetten tegen het Center Parcs model. We maken tegelijkertijd echter duidelijk dat er een lange weg te gaan is, waarbij er onderweg nog veel innovaties en *creative destructions* noodzakelijk zijn.

Voor innovatie van de agrarische sector zijn drie dingen nodig: kennis, geld en ondernemerschap. De markt voor kennis is niet gebonden aan plaats: je moet de kennis halen waar die zit en dat zal vaak in het buitenland zijn. Dit geldt ook voor de markt voor geld: banken en venture capitalists zijn multinationals. Alleen het ondernemerschap is 'grondgebonden'. Daarop zou de nadruk moeten liggen in de ontwikkeling van de sector. Onze aanname is dan ook dat goed ondernemerschap het beste rendement oplevert bij de beschikbare middelen binnen de agrarische sector.

De middelen die de landbouw kan inzetten voor de benutting van het aanwezige areaal reiken verder dan de kwaliteiten van het areaal, de Nederlandse landbouwexpertise en het al dan niet aanwezige ondernemerschap. Het betreft bijvoorbeeld ook het grote vermogen dat aanwezig is in boerenbedrijven en dat, veel meer dan nu gebeurt, geïnvesteerd kan worden in de agrarische productie. Verder bezit Nederland een unieke infrastructuur voor landbouwproductie door de aanwezigheid op korte afstand van:

- meerdere intensieve landbouwsectoren naast elkaar
- verwerkende industrieën
- een handels- en logistieke structuur met veilingen en zee- en luchthavens

- een krachtige afzetmarkt met meer dan 100 miljoen mensen, verdeeld over concentraties in Nederland, Duitsland, Frankrijk en Engeland.

Belangrijk voor de ontwikkeling zijn ook de intellectuele en technologische capaciteiten die vanuit andere sectoren kunnen worden ingezet ten behoeve van de landbouw.

We beginnen met een toekomstscenario waarin onze belangrijkste ideeën naar voren komen. Vervolgens zal in het kort de geschiedenis van landbouw in Nederland in kaart worden gebracht, waarbij de nadruk zal liggen op een analyse van de oorzaken van het ontbrekende ondernemerschap in Nederland. Ook zal de situatie in de verschillende sectoren kort worden belicht. Tot slot zullen we, mede aan de hand van de situatie in de tuinbouwsector, ingaan op enkele manieren om het ondernemerschap in de agrarische sector opnieuw in te richten.

Toekomstscenario: Nederland in 2020, het centrum van de agrarische wereld

Wij geloven in een zonnige toekomst voor de Nederlandse agrarische productie, en hebben het volgende scenario uitgewerkt om te illustreren hoe die toekomst er uit kan zien. De landbouw en de tuinbouw hebben tussen 2007 en 2020 een ware metamorfose door gemaakt. De sector bloeit als nooit tevoren, met een oppervlakte en een veestapel die duidelijk is gedaald, maar waarmee een veel beter rendement wordt behaald.

A-merken en nieuwe markten

De Nederlandse productie van consumptiegoederen is in 2020 gericht op de top van de markt. Binnen enkele jaren is het 'Holland' imago veranderd van het niveau 'Zeeman' naar het niveau 'Nike'. Nederlandse zuivel, Nederlands vlees, groenten en bloemen onderscheiden zich op internationaal niveau – als gevolg van consequente productinnovatie – door de betere smaak, kleur, uiterlijk, en door zogenaamde functional foods: voedsel dat naast de voedingswaarde nog iets toevoegt. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om voedsel dat gezondheidsbevorderend werkt, zoals Becel van Unilever. Nederlandse producten onderscheiden zich, kortom, door de authentieke manier waarop de consument het product beleeft.

Een belangrijk deel van deze toegevoegde waarde wordt niet gehaald uit de productie zelf, maar uit het ontwerp. Dit is onder meer het gevolg van een goede samenwerking met de creatieve sector die in Nederland al in 2006 een internationale toppositie verworven heeft. Voor nieuwe producten en rassen is Nederland *the place to be*.

De Nederlandse boer en tuinder hebben hele nieuwe markten aangeboord, bijvoorbeeld door de levering van energie (zonne-energie uit de kas, biogas uit mest, biobrandstoffen van de akker) en grondstoffen voor farmacie en chemie. De toepassing van biotechnologie is een maatschappelijk geaccepteerd gegeven. Tot slot heeft zich in Nederland een krachtige sector ontwikkeld op het vlak van zeelandbouw die gericht is op de gecontroleerde productie van algen, zeegroenten, schaaldieren en vis.

Duurzaamheid

In 2020 heeft de Nederlandse agrarische productie een onbesproken reputatie. Dit is een noodzaak, zowel om voor de top van de markt te kunnen produceren, als om op termijn in Nederland te mogen blijven produceren. Aan de andere kant biedt het enorme economische mogelijkheden. Er zijn vele regio's in de wereld waar verstedelijking opruikt en waar men net als in Nederland worstelt met een nieuw ruimtelijk evenwicht tussen stedelijke inrichting en landbouwproductie. Denk aan de opkomende economieën in China, India en Brazilië. Daarom zijn de Nederlandse ervaringen en kennis in 2020 een doorslaand exportsucces: de hele wereld kijkt naar Nederland voor oplossingen op het vlak van duurzame productie en de verbinding tussen stad en platteland.

De hele landbouw voldoet dan aan de normen van duurzame productie, mede door de ontwikkeling van nieuwe ziekteresistente plantenvariëteiten en massale toepassing van biologische bestrijding. Stofkringlopen worden vergaand gesloten, onder andere door heruitvinding van het gemengde bedrijf. Want wat voor het ene bedrijf afval is, kan door een ander bedrijf worden gebruikt: als voer, als warmtebron of als meststof. Het gat van Rotterdam, het gevolg van de grootschalige import van goedkope voedermaterialen, bestaat niet meer. De invoer van transgene soja is vervangen door de inzet van andere grondstoffen, grotendeels van eigen bodem. Bijproducten, zowel van plantaardige als dierlijke producten, worden op grote schaal uitgewisseld. Voor de verwerking van landbouwproducten worden nieuwe technologieën ingezet die kleinschaliger en dus makkelijker hanteerbaar zijn dan in de 20e eeuw gebruikelijk was.

Greenport

Door technologische ontwikkelingen zijn in 2020 ook voor de verse producten wereldwijde afstanden steeds makkelijker te overbruggen. De A-merken komen uit Nederland en de rest wordt grotendeels elders geproduceerd. Deze productie elders is overigens ook vaak in handen van Nederlandse bedrijven. Daarbij vervult Nederland een sleutelrol in internationale handelsnetwerken. De Nederlandse handel is in staat een volledig assortiment te leveren, en weet daarbij de in Nederland aanwezige A-merken te combineren met het internationaal steeds beter beschikbare aanbod.

De handel heeft zijn kracht vergroot op het vlak van logistieke netwerken en servicenetwerken. Er is geen ander land dat zo goed in staat is om goede producten vanuit de hele wereld op het goede moment bij de klant te krijgen. Specialismen zijn vervallen: de logistieke dienstverlener bedient het hele spectrum van vlees tot bloemen tot groenten en kaas, inclusief branchevreemde producten wanneer dat logistiek gezien handig blijkt te zijn. De verkoopplanning en de dagelijkse gang van zaken in de ketens wordt aangestuurd door intelligente informatiesystemen die enerzijds de productie, verwerking, logistiek en vraag nauw laten aansluiten, en anderzijds de consument gedetailleerd inzicht geven in de herkomst van de producten en de gebruikte methodes. De beheersing van handel en logistiek wordt een essentieel exportproduct, binnen Azië worden de handels- en logistiek verbindingen bijvoorbeeld door Nederlandse bedrijven gelegd. Hierdoor heeft het Nederlandse cluster wereldwijd een grote voorsprong in kennis van de diverse markten.

Rotterdam heeft zich omgevormd tot dé Bioport in de wereld, gericht op de opslag, doorvoer en verwerking van grondstoffen ten behoeve van groene energie en chemie. De marktprijs in Rotterdam geldt als maatgevend voor heel Europa.

Ondernemerschap en maatschappij

Bedrijven hebben zich in 2020 anders georganiseerd. Enerzijds zijn de primaire bedrijven veel groter geworden en hebben ze vestigingen wereldwijd. Ze zijn groot genoeg om zelf te innoveren, risico's te nemen en om te investeren in eigen verwerking – high tech en professioneel maar relatief kleinschalig. Hiervoor is veel kapitaal uit de sector zelf gemobiliseerd dat decennia lang slapend is geweest. De sector wordt bevolkt met ondernemers pur sang die van vele markten thuis zijn. Zij zijn niet uitsluitend afkomstig uit de boerenstand, velen komen uit de stad of het dorp en brengen sectorvreemd kapitaal met zich mee.

Industrieën die een toenemend belang hebben bij groene grondstoffen investeren massaal in agrarische productie, ook, of misschien juist, in Nederland. Veel agrarische ondernemingen hebben aandeelhouders. Er zijn daarnaast nieuwe coöperatievormen ontstaan, gericht op het realiseren en op de markt zetten van A-merken. Door deze nieuwe organisatievormen zal de meerwaarde van deze A-merken, veel meer dan voor 2007, ook bij de boer c.q. agrarische ondernemer terechtkomen. Het produceren van herkenbare kwaliteit voor de top van de markt verschaft de sector een sterke positie in de afzetkanalen (retail, foodservice, horeca).

Juist door de grote economische waarde behoudt de sector zijn bestaansrecht en zijn *licence to produce* ten opzichte van andere vormen van grondgebruik. Inmiddels is de Nederlandse maatschappij in alle lagen actief betrokken bij de sector, bijvoorbeeld als aandeelhouder of werknemer, of desnoods als trouw bezoeker van open dagen. Weinig productiesectoren zijn anno 2020 zo open en weten tegelijkertijd zoveel interesse bij de bevolking te wekken. Door dit intensieve contact met consumenten bezit het Nederlandse cluster een onderscheidende kennis van zijn afzetmarkten.

Beleid en kennis

De toenemende instabiliteit in de wereld heeft er in 2020 toe geleid dat de mate waarin een land in staat is zichzelf te voorzien, weer een belangrijk onderwerp is geworden. Dit heeft te maken met structurele energietekorten, maar speelt ook op het gebied van voeding omdat Nederland decennialang voor broodgraan afhankelijk was van het buitenland. Inmiddels is er een agrarische productie die in staat is om het Nederlandse volk in tijden van nood te voorzien van de basis voedingsbehoefte.

Nederland is veranderd van een kenniseconomie in een innovatie-economie. Kennis wordt gezien als een noodzakelijke voorwaarde, maar daarnaast is het beleid óók gericht op ondernemerschap en (financiering van) ontwikkeling. Alle Nederlandse universiteiten zijn actief betrokken bij de innovatie van agrarische productie, biotechnologie en procestechnologie. Hierbinnen speelt het Wageningse kenniscluster een sleutelrol. Wageningen is als geen ander in staat om wereldwijd de topexpertise te verzamelen en in te zetten voor ondernemers. Onderzoekers nemen verantwoordelijkheid voor innovaties door bijvoorbeeld aandelen te nemen.

Ondernemers hebben massaal een Research and Development beleid ontwikkeld en betrekken daarbij de Nederlandse onderzoekers. De overheid ondersteunt dit door nieuwe financieringsvormen, bijvoorbeeld met fondsen die risico's voor ondernemers kunnen verminderen. Deze zijn enerzijds gericht op innovatie en ontwikkeling, anderzijds zijn ze gericht op sectorbrede zoek- en innovatieprocessen.

Wat vooraf ging

Gouden eeuw

Nederland is nu, in 2006, een netto exporteur van vrijwel alle landbouwproducten. Dit is echter niet altijd zo geweest. Zelfs in onze glorie tijd ten tijde van de Verenigde Oost-Indische Compagnie, had Nederland geen noemenswaardige landbouwproductie. Het platteland was grotendeels bevolkt door zelfvoorzienende keuterboertjes. Er bestond vrijwel geen export van eigen producten. De economie dreef op de internationale handel, waarbij met name de import en doorvoer van land- en bosbouwproducten uit de Oostzee-regio moet worden gezien als basis voor het economische succes.

In die tijd is het 'traditionele' platteland zoals we het kennen voor een groot deel vanuit de stad vormgegeven: veengronden werden afgegraven voor de stedelijke en vroegindustriële energiebehoefte, moerassen en plassen werden drooggelegd ten behoeve van landbouwgrond om de steden te voeden.

Agrarische revolutie

Pas laat in de negentiende eeuw is de huidige Nederlandse exportpositie tot stand gekomen. Dit werd echter voorafgegaan door een crisis. Door de opkomst van stoomschepen was er sprake van globalisering wat tot gevolg had dat met name de Europese graanproductie werd verdrongen door goedkope import uit de Verenigde Staten. Hierdoor raakte de landbouw in een diepe crisis.

Door de inzet van slimme strategieën en ondernemerschap in alle lagen van de Nederlandse bevolking is toen een ware agrarische revolutie ontstaan. Met een groots resultaat. Na enkele decennia liep Nederland internationaal voorop in productiviteit en agrarische industrie. De productiviteit, zowel in dierlijke als in plantaardige productie, deed buitenlanders versteld staan. Dit was het gevolg van systematische veredeling (stamboek) en mechanisatie. Er werden nieuwe markten aangeboord door handel en industrie. Vanuit varkensslachterijen in Oss werd met margarine, zeep en conserven de basis gelegd voor het huidige Unilever. Op vrijwel dezelfde plek werd door insuline uit slachtafval te halen de basis gelegd voor Organon en AKZO. Vanuit de akkerbouw werden grote industrieën opgezet rond zetmeel en karton (Scholten). Technologieontwikkeling, productontwikkeling, marktontwikkeling en productiviteitsverbetering vonden tegelijk plaats. Alles bij elkaar een enorme prestatie.

Georganiseerd

Aangespoord door dit succes organiseerden de boeren en tuinders zich in het begin van de 20e eeuw in coöperaties met verschillende commerciële doelstellingen, in standverenigingen en productschappen. De Landbouwhogeschool in Wageningen ontstond als brandpunt van kennisontwikkeling, hierbij speelden koloniale planters en herenboeren een grote rol. Het merk 'Holland' ontstond, dat was gericht op export van verse waren naar Duitsland en Engeland. Er ontstond een beeld van collectieve en open innovatie waarbij sectorgenoten onderling vrijelijk kennis uitwisselen. De overheid ondersteunde dit door de inrichting van de beroemde 'OVO'-driehoek (onderzoek, voorlichting, onderwijs).

Onstuimige groei

Al voor de Tweede Wereldoorlog ontwikkelde Sicco Mansholt vanuit zijn eigen akkerbouwbedrijf ideeën over prijsgaranties en productiviteitsgroei. Na de Tweede Wereldoorlog werd hij minister van Landbouw en bracht hij zijn plan (zoals beschreven in 'De Graanrepubliek' van Sander Westerman) eerst in Nederland en later in heel Europa ten uitvoer. Zijn beleid was gericht op rationalisatie en ging daardoor ten koste van kleinschaligheid en diversiteit.

Het was een doorslaand succes: binnen enkele decennia was er in Nederland en Europa sprake van enorme overproductie, dumping op de wereldmarkt en overexploitatie van de natuurlijke bronnen. Het bleek zeer ingrijpend voor het karakter van het platteland. De vaak kleine Nederlandse coöperaties groeiden uit tot megaorganisaties die zich geheel concentreerden op de productie en verwerking van homogene producten zoals suiker, melk en zetmeel. De situatie was voor de boeren zonder meer gerieflijk. Maar de consequente prijsgaranties en de grootschalige homogenisering leidde er in veel sectoren toe dat het ondernemerschap, de productdifferentiatie en de innovatie structureel om zeep werden geholpen.

De sector rond de eeuwwisseling: een zorgelijk beeld

De Nederlandse akkerbouw steunt op enkele grote teelten: graan, zetmeelaardappels, consumptieaardappels, suikerbieten. In 2006 geeft de suikerbiet nog een riant marge, maar de prijssteun wordt in enkele jaren afgebouwd. De marktprijs voor de overige teelten is al marginaal. In de intensieve veehouderij (vlees en zuivel) is door schaalvergroting en rationalisatie in Nederland een strikte homogeniteit ontstaan. Individuele bedrijven kunnen zich amper meer onderscheiden. Kwaliteit wordt afgemeten aan productiviteit, niet aan marktwaarde. Crises door ziektes en schandalen zijn inmiddels aan de orde van de dag in heel Europa.

De Nederlandse sector is kwetsbaar door de afhankelijkheid van 'het gat van Rotterdam': de grootschalige import van goedkope voedermaterialen. Hierdoor wordt feitelijk het mineralenoverschot (de mestproblematiek) binnengesleept. Genetisch gemodificeerd materiaal is inmiddels standaard in het dagelijkse voerrantsoen, maar het is onbekend hoeveel. Door de opkomst van de economieën in China en India neemt de prijs van diervoer wereldwijd snel toe. Dan zal blijken dat de volstrekte afhankelijkheid van geïmporteerd voer een strategische vergissing was.

De overproductie en milieuproblematiek zijn vanuit Brussel en Den Haag middels het invoeren van quota onder controle gebracht, en vanaf de jaren negentig is de financiële steun stapsgewijs afgebouwd. Suiker is op dit moment als één van de laatste bastions aan de beurt, de zuivel staat echter nog stevig overeind. De agrarische sector begint zich in reactie op het wegvallen van de garantieprijzen langzaam aan de nieuwe situatie aan te passen. Vooral de jongere ondernemers, akkerbouwers en veetelers, zijn op zoek naar alternatieven. Dat wringt echter bij de gevestigde orde die nog steeds het middenveld domineert. De oudere generatie is er niet aan gewend te anticiperen en risico te nemen. De grote coöperaties die vroeger een veilige haven boden zijn niet zo veilig meer. Deze zijn enorm gespecialiseerd en hebben een grootschalig productieapparaat, maar moeten nu differentiëren. Deze differentiatie komt niet altijd ten goede aan de Nederlandse producenten. De coöperaties zijn multinationals geworden, zoals Unilever dat eerder werd, en gedragen zich ook zo: de grondstofproductie wordt uitbesteed aan Polen, Brazilië of de Oekraïne. Tegelijkertijd zien zij hun Nederlandse leveranciers niet graag nieuwe concurrerende wegen inslaan.

Het Center Parcs model

De landbouw heeft zijn maatschappelijke positie grotendeels verloren. Het maatschappelijke verzet richtte zich in eerste instantie op de milieuproblemen en de grote subsidiestromen. Vervolgens maakte men zich zorgen over het welzijn van dieren en de opeenvolging van besmettelijke dierziektes en gifschandalen. Landbouwminister Veerman kwam in 2005 met de nota 'Kiezen voor Landbouw'. Kennelijk lag die keuze niet voor de hand. Want waarom zou deze laatste maakindustrie het wel redden in het dure Noordwesten van Europa, terwijl textiel, elektronica en andere industrieën al grotendeels verdwenen naar lage lonen landen? Het hierboven geschetste toekomstbeeld geeft hierop een deel van het antwoord. Misschien kunnen we nog meer leren door eens in te zoomen op de tuinbouw.

De tuinbouw als voorbeeld

In agrarisch Nederland neemt de Nederlandse tuinbouw een aparte plaats in. De tuinbouw is geheel zonder prijssteun groot geworden, en geldt als de meest ondernemende sector van de agrarische sectoren. Hoewel ook hier enkele grote coöperaties de dienst uitmaken, verlenen deze vooral facilitaire diensten aan ondernemers. Ondernemers voeren de boventoon en staan in hoog aanzien. De markt wordt voornamelijk gedomineerd door een hecht netwerk van Midden en Klein Bedrijf (MKB), zowel in productie als in handel, en door een verregaande verticale specialisatie. Volgens de managementgoeroe Michael Porter is de Nederlandse sierteeltsector één van de weinige echt functionerende netwerk-economieën in de wereld.

De sector is daarbij enorm gedifferentieerd: per jaar komen duizenden nieuwe variëteiten bloemen op de markt, waarvan overigens een jaar later slechts een klein deel nog in de markt is. En nadat de Duitse afzetmarkt in de jaren tachtig in opstand kwam tegen de

slechte kwaliteit van de zeer homogene Hollandse tomaat (de 'Wasserbombe'), heeft Nederland binnen een paar jaar zijn positie op de internationale markt meer dan terugveroverd met een enorme variëteit aan tomaten van hoge kwaliteit.

Het lijkt erop alsof de tuinbouw hard op weg is naar het scenario dat we voor 2020 schetsten. Laten we daarom enkele aspecten die op dit moment spelen in de tuinbouw belichten. Deze kunnen ons iets leren over de toekomst die ons in de andere sectoren te wachten staat.

Greenport

De tuinbouw heeft het 'Greenport' model geperfectioneerd. De in Zuid-Holland geconcentreerde productie maakt gebruik van de in dezelfde regio geconcentreerde handel. Deze handel drijft voor een deel op de doorvoer via Rotterdam en Schiphol, maar zou niet kunnen bestaan zonder het uitgebreide assortiment van goede kwaliteit dat om de hoek verkrijgbaar is.

De Greenport Nederland ligt centraal in de driehoek Londen – Parijs – Berlijn waar het grootste deel van de 450 miljoen inwoners van Europa woont. Zo ligt logistiek centrum Barendrecht dicht bij Parijs dan het concurrerende Bordeaux. Door de open Europese grenzen internationaliseert het Nederlandse cluster, en is de Nederlandse handel goed in staat om op lokaal niveau op de internationale markt te concurreren.

Opmerkelijk is dat intussen ook branchevreemde bedrijven in de sector investeren. Hun rol zal naar verwachting groot zijn. Met name vervoerders van buiten de sector proberen een positie te krijgen in de handel en logistiek van tuinbouwproducten. Wie de logistiek heeft, heeft de macht.

Energie

Hoewel de tuinbouw geen EU-subsidies ontvangt, profiteerde ze jarenlang van een kunstmatig lage gasprijs: de tuinbouw verbruikt al sinds jaar en dag 10% van de Nederlandse vraag naar aardgas. Maar door de liberalisering van de gasmarkt, gecombineerd met de torenhoge olieprijs, zijn de energiekosten voor de tuinbouw binnen enkele jaren verdubbeld. Veel tuinders bolwerken het bijna niet meer en het zoeken naar alternatieven kost tijd. Maar er is een alternatief dat door sommige tuinders met succes wordt toepast: de tuinder heeft stroom als lucratief bijproduct ontdekt. Grotere tuinders vergroten hun rendement op energieverbruik door het gebruik te maken van een warmtekrachtkoppeling, waarbij het overschot aan stroom wordt geleverd aan het stroomnet. Tuinders die hierop inspelen kunnen de prijs van het hoofdproduct relatief laag houden, wat op internationaal niveau een concurrentievoordeel oplevert.

De kas als energiebron

Enkele tuinders en onderzoekers keren de zaak zelfs helemaal om. Een kas neemt, in de vorm van zonnestraling gemiddeld zeker zeven maal zoveel energie op als hij verbruikt. Waarom kun je de kas zelf niet als bron van energie inzetten? Dit idee heeft geleid tot een stroom van innovaties. Een eerste resultaat zijn volledig gesloten kassen in Rilland en Bergerden. Een ander resultaat is het gebruik van het grondwater als warmtebuffer. Zie

www.kasalsenergiebron.nl. Uiteindelijk zou de kas netto energie aan zijn omgeving moeten kunnen leveren, waarbij mogelijk het tuinbouwproduct zelf een bijproduct wordt.

Schaalvergroting in de tuinbouw gebeurt op verschillende manieren:

- Productiebedrijven openen meerdere vestigingen, ook in Spanje en Afrika. De woonfunctie en de productie worden losgekoppeld. Bedrijven realiseren zo in enkele gevallen een jaar rond aanbod.
- Productiebedrijven realiseren grotere aaneengesloten kassen. Enkele jaren geleden was de gemiddelde kas nog onder de 1 ha, nu boven de 2 ha. De meeste nieuwe bedrijven zijn groter dan 4 ha. Enkele tomatenproducenten bouwen megakassen tot 100 ha. Overigens kan in een grote kas een diversiteit aan producten worden geproduceerd, een model dat in de sierteelt opgeld doet.
- Productiebedrijven en handelsbedrijven gaan samenwerken (clusteren): zo werden voorheen in coöperaties al de veiling en bepaalde logistieke functies georganiseerd. Telersverenigingen en handelscoöperaties werken samen bij de afzet. Andere vormen van samenwerking buiten de sector ontstaan rond logistiek, energieproductie en verwerking van reststromen.

De productie wordt steeds grootschaliger, terwijl de distributie steeds fijnmaziger wordt. Dit patroon is alleen vol te houden door verbreding en clustering. Zo streeft de Greenery International, de grootste teler/handelscoöperatie in de voedingstuinbouw, naar een functie als brede dienstverlener ('food provider' of 'integrated fresh product company') die de supermarkt helpt zijn schappen te vullen.

De voedingstuinbouw is al jaren een vechtmarkt, de sierteelt maakt op dit moment een omslag in dezelfde richting. Internationaal verliest de sierteelt marktaandeel, de groente consolideert zijn positie juist na jarenlange malaise. Door de toenemende productiviteit in grootschalige productie worden kleinere bedrijven uit de markt geconcentreerd. Dit betreft niet alleen de Nederlandse concurrenten, maar vooral ook de buitenlandse concurrenten in bijvoorbeeld Spanje en Italië die het tempo niet kunnen bijhouden. Dit zal onherroepelijk tot politieke problemen leiden, gegeven de nadruk die er in veel Europese landen ligt op de mate waarin een land in staat is voor zichzelf te zorgen.

Ruimte vraag en maatschappij

Het cluster als geheel dijt uit. In de oude tuinbouwgebieden concentreert men zich op hoogwaardige productie. In andere gebieden zoals Zeeland, de Wieringermeer, de Polders of Noord-Nederland vindt grootschaliger productie plaats, met een specialisatie in grotere producten en planmatige aanvoer. In het cluster rond Venlo vindt zowel hoogwaardige als grootschalige productie plaats. Andere productgroepen zoals champignons en vollegrondsteelt verdwijnen juist uit de randgebieden richting Oost-Europa.

Productiegroei binnen oude tuinbouwlocaties is moeilijk. Deze liggen allemaal in hartje Randstad en staan zwaar onder druk vanwege de oprukkende verstedelijking. De grond is duur, de wegen slibben dicht. Er is echter weinig beweging naar meer perifere regio's: een investering in het Westland geeft in ieder geval een gegarandeerd rendement op het vastgoed, en dat is in andere regio's nog maar de vraag. De sector stopt dus steeds meer

energie in het behouden van de oude locaties, met de functies en clusterings die daar zijn opgebouwd. Men moet zich afvragen of dit op termijn niet tot een achterhoedegevecht leidt dat serieuze innovatie tegenhoudt.

Er is echter nog steeds veel steun voor het behoud van de tuinbouw bij de grote steden vanwege de enorme werkgelegenheid in de sector. De pogingen tot verregerende mechanisatie van de tuinbouw, die alom worden bejubeld, kunnen bij brede invoering dan ook wel eens als een boemerang terugslaan op de maatschappelijke positie van de tuinbouw in de Randstad. Voorlopig is de maatschappelijke positie van de tuinbouw echter onaangetast, mede door de drukbezochte jaarlijkse open dagen (Kom in de Kas), vaak een waar festijn voor de bezoeker.

Kennis en innovatie

Toch is niet alles koek en ei binnen de tuinbouw. Ondernemerschap en groei blijken tot een paradox te leiden. Voorheen was er sprake van een open innovatiestructuur volgens de OVO-formule (onderzoek, voorlichting, onderwijs), waarbij Wageningen sterk betrokken was. Nu is de ondernemende voorhoede, de grotere bedrijven, zelfvoorzienend qua kennis en wil die niet delen met collega's. Dat vraagt om een ander model van kennisverspreiding en intellectueel eigendom. Daarbij verdwijnt de solidariteit in de standsorganisaties. Dit geldt voor alle agrarische sectoren, maar is des te problematischer nu de landbouw in brede zin juist een legitimiteitsprobleem lijkt te hebben binnen de samenleving en politiek.

Op weg naar de toekomst

Onderscheid in de nabijgelegen markt

De nabijheid van grote afzetconcentraties (met name Randstad, Roergebied en België) is wellicht de grootste aanwinst die de Nederlandse agrariër bezit. Het geeft een logistiek voordeel, maar biedt ook de mogelijkheid om de stedeling dichter bij zijn 'achtertuin' te betrekken door de landbouw in de directe omgeving van de stad op de stedeling te richten (stadslandbouw).

Groene Hoed

De Groene Hoed is een initiatief van een aantal kleinschalige landbouwers ten noorden van Amsterdam gericht op afzet in de stad. Ten eerste willen zij gezamenlijk een assortiment bieden van producten die zich duidelijk onderscheiden van het algemene aanbod. Het gaat onder meer om zelfkazers, hoogstamfruit, extensief vlees. Ten tweede wil men de afzet vormgeven in een geheel nieuw concept. Er wordt een nauwe relatie gelegd met *opinion leaders* in de stad (horeca). De horeca en consumenten kunnen een aandeel nemen in de organisatie. Er wordt een facilitair centrum ingericht even buiten de stad, waar naast logistieke faciliteiten ook opleidingen, een hotel en een kinderboerderij worden gevestigd. Men probeert zo duidelijk een belevingsaspect aan de voeding toe te voegen. (Zie www.degroenehoed.nl)