

Drs. G.C. de Graaff

No.2.149

DE AFZETSTRUCTUUR VAN CONSUMPTIEAARDAPPELEN

Deel 1. De aardappeltelers en hun marktpartners

November 1981



SIGN: L 26-2.149
EX. NO: C
MLV:

Landbouw-Economisch Instituut

Afdeling Structuuronderzoek

151974

Inhoud

	Blz.
WOORD VOORAF	5
SAMENVATTING	7
1. VERANTWOORDING	16
1.1 Doel van het onderzoek	16
1.2 De vraagstelling	16
1.3 De uitvoering van de enquête	16
1.4 Kritische kanttekeningen bij de resultaten	17
1.5 De opzet van de rapportering	18
2. PRODUCENTEN, PRODUKTIE EN AFZET	20
2.1 De consumptieaardappeltelers	20
2.1.1 Commerciële en niet-commerciële producenten	20
2.1.2 Grote en kleine bedrijven	21
2.1.3 Regionale spreiding en concentratie	21
2.1.4 Hoofdberoep van de aardappelproducenten	23
2.2 Produktie en afzet	23
2.2.1 De beschikbare hoeveelheid consumptie-aardappelen	23
2.2.2 Het binnenlands verbruik	24
3. HET PRODUKT	26
3.1 Inleiding	26
3.2 De maatsortering van de afgeleverde aardappelen	26
3.3 De verschillende aardappelrassen	30
3.4 Kwaliteitsaspecten	31
4. DE DISTRIBUTIE	35
4.1 De distributie in het algemeen	35
4.2 De producenten en hun afnemers	35
4.2.1 De afzetkanalen af-boerderij	35
4.2.2 De afzetkanalen op landbouwbedrijven ingedeeld naar verkochte hoeveelheden	37
4.2.3 Afzetkanalen naar regio's	37
4.2.4 Aantallen afnemers per landbouwbedrijf	38
4.3 De producenten en de wijze van verkoop	39
4.3.1 Het tijdstraject voor het afsluiten van transacties	39
4.3.2 Contractuele en vrije verkopen	40
4.3.3 Contractuele afzet op landbouwbedrijven ingedeeld naar jaarafzet	41
4.3.4 Contractueel per regio	42
4.3.5 Contractuele afzet en de categorieën van afnemers	42

INHOUD (vervolg)

	Blz.
4.4 De afnemers en het produkt	42
4.4.1 De maatsorteringen	42
4.4.2 Het aardappelras	43
4.5 Coöperatieve en particuliere afzetkanalen	43
4.6 Commissiehandel	44
4.7 Opslagcapaciteit op de agrarische bedrijven	45
5. PRIJSRELATIES TUSSEN PRODUCENTEN EN HUN AFNEMERS	46
5.1 Ter introductie van dit hoofdstuk	46
5.2 De wijzen van prijsbepaling	46
5.2.1 De verschillende prijsbepalingssystemen	46
5.2.2 Prijsbepaling bij groepen van landbouwbedrijven	48
5.2.3 Prijsbepaling naar regio's en afnemers	50
5.3 De wijze van uitbetaling: hoeveelheid en prijs	50
5.3.1 Factoren die een rol spelen bij de uitbetaling	50
5.3.2 Uitbetaling naar kwaliteit	51
5.3.3 Uitbetaling naar maatsortering	51
6. DE BETEKENIS VAN DE MARKTINFORMATIE	53
6.1 Marktinformatie?	53
6.2 Welke marktinformatie, hoe wordt die verkregen en welke rol?	54
7. VERKOPEN DIRECT AAN DE CONSUMENT	56
7.1 Omvang van directe verkopen en betrokken aardappelteilers	56
7.2 Jaargebondenheid	59
7.3 Actieradius en meest gebruikelijke hoeveelheid	60
7.4 Verdeling van de verkopen over het seizoen	61
7.5 Het "waarom" van de directe verkopen	62
7.6 Verschillen in verkoopprijzen naar ras en seizoen	64
7.6.1 Ter inleiding	64
7.6.2 Verdeling van de aardappelrassen over het seizoen	64
7.6.3 Prijzen naar ras en seizoen	65
7.7 Toekomstige ontwikkeling van directe verkopen	67
8. CONTRACTUELE REGELINGEN VOOR PRODUCTIE EN AFZET	68
8.1 Ter inleiding	68
8.2 Aard van de contractuele relaties	69
8.3 Enkele belangrijke contractbepalingen	70
8.3.1 De inhoud van de contracten in het algemeen	70
8.3.2 Contractbepalingen over de hoeveelheden	70
8.3.3 Contractbepalingen over de prijzen	71

Woord vooraf

Het Landbouw-Economisch Instituut heeft een onderzoek verricht naar de afzetstructuur van consumptie- en pootaardappelen. Daartoe zijn in 1979 en 1980 enkele enquêtes uitgevoerd bij aardappeltelers, aardappelgroothandelaren en verwerkende industrieën.

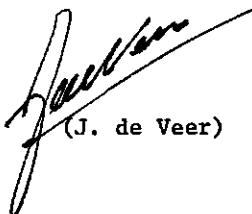
Dit rapport over de aardappeltelers en hun marktpartners vormt het eerste deel van de studie "De afzetstructuur van consumptieaardappelen". Deel 2 van deze studie over de functie van de groothandel en de verwerkende industrie zal over ongeveer een half jaar verschijnen. Over pootaardappelen zullen vergelijkbare rapporten worden uitgebracht.

De informatie in dit verslag is primair bedoeld voor beleidsinstanties d.w.z. de overheid, produkt- en bedrijfsschappen en belangengroeperingen, maar het rapport bevat ook veel nuttige gegevens voor de bedrijven die direct bij de afzet zijn betrokken t.w. de aardappeltelers, de groothandelaren en de verwerkende industrieën.

De opzet van het onderzoek en de rapportering werden begeleid door een commissie bestaande uit vertegenwoordigers van overheid en georganiseerd bedrijfsleven.

De verantwoording voor dit onderzoek berust bij de afdeling Structuuronderzoek, waar Drs. G.C. de Graaff van de sectie Marktstructuur de analyse en verslaggeving voor zijn rekening nam.

De directeur,



(J. de Veer)

Den Haag, november 1981.

Samenvatting

Verantwoording

1. Het onderzoek

- a. Het onderzoek naar de afzetstructuur van consumptieaardappelen geeft een beeld van de wijze waarop de consumptieaardappelen hun weg vinden vanaf de agrarische produktiebedrijven tot aan het uiteindelijke verbruik in binnen- en buitenland. Dit rapport behandelt het eerste deel van het totale traject: de afzet af-boerderij. Een rapport over de aardappelgroothandel en de verwerkende industrie is in voorbereiding.
- b. Dit onderzoek is een reprise van een onderzoek dat het LEI in 1971-1972 heeft ingesteld. Waarom een herhaling? Om te voorzien in de behoefte aan actuele marktinformatie als uitgangspunt voor het sectorbeleid dat de overheid en het georganiseerd bedrijfsleven voor ogen staat. Een beleid dat is gericht op een gezonde structurele opbouw van de aardappelsector. Daarnaast biedt dit rapport de betrokken ondernemingen de gelegenheid zich te plaatsen binnen het sectorgebeuren; een belangrijke zaak vanuit marketing oogpunt.
- c. De voor deze studie benodigde gegevens zijn verzameld door middel van een enquête bij ongeveer 600 aardappelteilers verspreid over het gehele land. De medewerking was goed. Op slechts enkele uitzonderingen na hebben de bezochte telers de gevraagde gegevens verstrekt. Deels op basis van hun administraties, deels op basis van zo goed mogelijke schattingen.

Producenten, produktie en afzet

2. Relatief veel niet-commerciële producenten

Volgens de CBS-Landbouwtelling waren er in 1978 bijna 29.000 bedrijven geregistreerd met een areaal consumptieaardappelen. Het LEI-onderzoek heeft uitgewezen dat 12.000 (!) van deze bedrijven een niet-marktwaardige produktie hadden, die geheel bestemd was voor de voorziening van eigen gezinsbehoefte en die van naaste relaties.

3. Aantal bedrijven en omzetten

Ongeveer 16.000 land- en tuinbouwbedrijven waren in 1978-1979 betrokken bij de afzet van consumptieaardappelen; die bedroeg in dat jaar ca. 2,2 mln. ton. De gemiddelde afzet op jaarbasis was 140 ton per bedrijf. Een groot deel van de afzet was afkomstig van

een kleine groep grote bedrijven: 16% van de bedrijven had elk een afzet van meer dan 300 ton en leverde gezamenlijk 63% van de totale afzet.

4. Regionale spreiding en concentratie

De produktie en afzet van aardappelen komt verspreid over het gehele land voor. Dat weerspiegelt de omstandigheid dat ze een volksvoedsel vormen en vrijwel dagelijks op het menu van het gemiddelde Nederlandse gezin voorkomen. De produktie is sterk geconcentreerd in een vijftal gebieden t.w. in volgorde van belangrĳheid: het zuidwesten van het land, de IJsselmeerpolders (NOP en O.-Flevoland), Limburg en het oostelijke deel van de provincie Noord-Brabant, Noord-Holland en het noordelijke deel van de provincie Groningen.

5. Bestemming van de aardappelen

- a. De export en de binnenlandse afzet zijn elk goed voor ongeveer de helft van de produktie.
- b. De binnenlandse markt kan in vier segmenten worden opgedeeld:
 - gezinshuishoudens, aardappelen als zodanig : 67%
 - gezinshuishoudens, verwerkt produkt : 9%
 - groot verbruik 1), aardappelen als zodanig : 9%
 - groot verbruik 1), verwerkt produkt : 15%
- c. Verwerking van aardappelen tot frites, chips, puree e.d. omvatte in 1978-1978 27% van de produktie. Verder moeten we bedenken dat een flink deel van de "vers" geëxporteerde aardappelen in het buitenland alsnog wordt verwerkt tot consumptieprodukt.

Het produkt

6. De maatsortering

- a. Ongeveer viervijfde deel van de afzet af-boerderij wordt als ongesorteerd produkt (= 0 mm opwaarts of veldgewas) afgeleverd. Slechts 15% verlaat het bedrijf als 35 mm opwaarts gesorteerd. Een nog verdergaande sortering naar fijne consumptiematen en grove industriematen komt op de agrarische bedrijven maar weinig voor. De aardappeltelers zijn wat betreft de sortering van hun aardappelen, grotendeels aangewezen op de collecterende groothandel. Wat het zelfsorteren aangaat, zijn de telers niet ingespeeld op de prijsverschillen tussen consumptiematen en industriematen. De collecterende groothandel houdt daar bij de uitbetaling overigens wel rekening mee. (Zie punt 15 b.)

1) Restaurants, ziekenhuizen etc.

- b. Ongeveer 5800 bedrijven, dat is 36% van het totaal aantal, beschikken over sorteerinstallaties met een gezamenlijke verwerkingscapaciteit van 11.600 ton per uur, dat is gemiddeld ca. 2 ton per uur per bedrijf. Veel sorteercapaciteit wordt niet daadwerkelijk gebruikt.

7. De aardappelrassen

- a. Het sortiment aardappelrassen dat in Nederland wordt geteeld, is bijzonder groot. Voor consumptiedoeleinden worden er echter slechts weinig rassen geteeld. Het ras Bintje is met 79% van de totale afzet van overheersende betekenis. De andere middenvroeg en latere rassen omvatten 17% en de vroege rassen 4% van de afzet af-boerderij. Het ras Bintje heeft zich zo sterk kunnen ontwikkelen dank zij zijn gewildheid als exportaardappel en zijn geschiktheid als grondstof voor de verwerkende industrie. Dit betekent tegelijkertijd dat het aandeel van het ras Bintje in het binnenlandse marktsegment "verse aardappelen voor huishoudelijk verbruik" veel minder belangrijk is. (Zie punt 22.)
- b. Van de aardappeltelers teelde 65% één ras per seizoen, 24% twee rassen, 8% drie rassen en 3% vier of meer rassen.
- c. Van de Bintjes wordt 92% verkocht aan de collecterende groothandel en de verwerkende industrie. De andere middenvroeg en latere rassen, waaronder vooral Eigenheimers en Irene worden naar verhouding veel aan consumenten verkocht. Datzelfde geldt voor de vroege rassen die overigens veel worden afgezet via de tuinbouwveilingen.

8. Kwaliteitsaspect

Gezien de scherpe concurrentie op de buitenlandse markten zowel t.a.v. verse aardappelen als van aardappelprodukten en het in het algemeen teruglopend verbruik, is het zaak de kwaliteit van het produkt scherp in de gaten te houden. Overheid, georganiseerd bedrijfsleven en de ondernemingen zelf besteden daar veel aandacht aan. Sinds 1978-1979 is het mogelijk dat de teler zijn aardappelen krijgt uitbetaald naar kwaliteitsindeling volgens de "Algemene Modelvoorwaarden uitbetaling naar kwaliteit van consumptieaardappelen teler/collecteur" (zie punt 15a). Een belangrijk aspect van de kwaliteit vormt het al dan niet voorkomen van onderhuidse verkleuringen waaronder blauw. Onderhuidse verkleuringen kunnen worden veroorzaakt bij het rooien en bij het transport. Gerichte teeltmaatregelen en zorgvuldigheid bij het rooien, sorteren en transporteren kunnen blauw beperken. Gebleken is dat 8% van de telers controleert op blauwgevoeligheid (blad- of knolonderzoek) vóór de oogst, 13% zorgt voor bepaling van de blauwgevoeligheid vóór de aflevering en 25% zorgt ervoor dat de aardappelen vóór het sorteren of het afleveren worden opgewarmd.

De distributie

9. Afzetkanalen af-boerderij

- a. Van de afzet af-boerderij gaat ruim viervijfde deel naar de collecterende groothandel en krap éénvijfde deel naar consumenten, grootverbruikers, detailhandelaren, veilingen en verwerkende industrieën.
- b. In 1978/1979 werden aan consumenten 162.000 ton consumptie-aardappelen verkocht, dat is 7% van de afzet af-boerderij. Meer dan 50% van de telers is bij deze afzet betrokken.
- c. Op de kleine bedrijven met een afzet van minder dan 50 ton per jaar, overwegen de verkopen aan de consument (50%). Op de grotere bedrijven met omzetten van 300 ton en meer, gaat meer dan 90% naar de collecterende handel. De afzet via de veiling, die in het totaal nauwelijks van betekenis is, speelt voor de kleine (tuinbouw) bedrijven een belangrijke rol.
- d. De verkopen aan gezinshuishoudingen bestaan vrijwel geheel uit de sortering 35 mm opwaarts, hetgeen in overeenstemming is met de betreffende bepalingen in de Produktschapsverordening. De toelevering aan de aardappelgroothandel betreft voornamelijk de sortering 0 mm opwaarts.

10. Aantal relaties

Ongeveer driekwart van de aardappeltelers heeft slechts één afnemer. Een kwart van de bedrijven verkoopt aan meerdere afnemers en dat aantal kan oplopen tot zes of zelfs nog meer. Hierbij zijn verkopen aan de consument buiten beschouwing gelaten.

11. Coöperatief en particulier

Van de totale afzet af-boerderij werd ruim 80% verkocht aan particuliere en coöperatieve groothandelsbedrijven. Het aandeel van de coöperatieve afzetorganisaties in het geheel van de afzet aan de groothandel bedroeg ongeveer één kwart. Driekwart van de coöperatieve afzet was afkomstig van productiebedrijven die (vrijwel) geheel op coöperatieve afzetorganisaties zijn georiënteerd.

12. Commissiehandel

De commissiehandel is nog maar van geringe betekenis. In 1978-1979 verkochten de aardappeltelers 140.000 ton aardappelen (ca. 8%) via een commissionair aan de collecterende groothandel.

13. Bewaarcapaciteit voor consumptieaardappelen

Bijna 5700 bedrijven - vooral de grotere - beschikten in 1978-1979 over bewaarcapaciteit voor in totaal 1,8 mln. ton aardappelen. Deze opslagruimte was geschikt voor ongeveer 77% van de afzet af-boerderij.

Prijsrelaties tussen producenten en afnemers

14. Systemen van prijsbepaling

- a. Een vijftal prijsbepalingssystemen zijn gebruikelijk in het handelsverkeer tussen aardappeltelers en hun afnemers t.w.:
- de dagprijsnotering waarbij een prijs wordt overeengekomen die gebaseerd is op de heersende marktsituatie;
 - het vaste prijssysteem waarbij de prijs uitdrukkelijk in het contract wordt genoemd; het gaat hierbij om transacties afgesloten in de periode dat er nog geen reële markt bestaat;
 - het middenprijssysteem waarbij de teler een gemiddelde prijs krijgt voor de aardappelen die hij en andere telers hebben ingebracht in een "pool";
 - een basisprijssysteem waarbij de teler een gegarandeerde basisprijs ontvangt en bij gunstige marktontwikkeling alsnog een deel van het verschil tussen basisprijs en gerealiseerde opbrengstprijs;
 - een prijs per perceel waarbij de teler een vastgesteld bedrag voor een bepaald perceel aardappelen ontvangt.
- b. Verkopen tegen dagprijsnoteringen komen het meest voor: 61% van de afzet af-boerderij en bij 88% van de aardappeltelers. Hierbij inbegrepen is ca. 5% die betrekking heeft op aardappelen afkomstig van zaaiklaar gehuurd land en van landbouwbedrijven in beheer bij handel en industrie. Het zijn dus vooral de kleinere aardappeltelers die alles tegen dagprijs verkopen. Bij de grotere aardappeltelers komt het vaak voor dat slechts een deel van de afzet tegen dagprijs weggaat.
- c. De andere prijsbepalingssystemen worden hoofdzakelijk bij contractteelt gehanteerd: het vaste prijssysteem omvat 11% van de afzet af-boerderij, de prijs per perceel 4%, het middenprijssysteem 18% en de basisprijs 6% van de afzet. Aangezien contracten vooral door grote aardappeltelers worden afgesloten, komen deze prijssystemen hier het meest voor.

15. Wijze van uitbetaling

- a. Uitbetaling naar kwaliteit geschiedt op basis van de modelvoorwaarden opgesteld door Landbouwschap en VBNA, of op grond van andere regelingen die nauw verwant zijn aan de officiële regeling maar eenvoudiger van opzet. In 1978-1979 werd 14% van de afzet af-boerderij verkocht op basis van kwaliteitsklassen. Bedacht moet worden dat de modelvoorwaarden pas in juli 1978 in werking traden.
- b. De uitbetaling naar maat kent in de praktijk van de aardappelhandel verschillende vormen. Voor de aardappelteler is vooral die uitbetalingswijze van belang waarbij het netto-product (d.w.z. 30 mm opw. of 35 mm opw. of 40 mm opw.) nog eens

wordt ingedeeld in een aantal maatsorteringen die dan gedifferentieerd worden uitbetaald. Voor 21% van de afzet af-boerderij was dit in 1978-1979 het geval.

Contractuele regelingen voor produktie en afzet

16. Het tijdstraject voor de transacties

De tijd voor het afsluiten van transacties tussen aardappel-telers en hun afnemers loopt van de teeltvoorbereidingsperiode tot aan het eind van de bewaarperiode. Twee momenten zijn van betekenis: de uitpoot en de oogst. Alle transacties afgesloten ná de oogst en gedurende de bewaarperiode, zijn in feite ongebonden of vrije verkopen; in 1978-1979 werd 55% van de afzet op deze wijze verkocht. De transacties afgesloten vóór de oogst zijn gebonden of contractuele verkopen: het betrof 45% van de afzet af-boerderij. Wordt de overeenkomst aangegaan gedurende de groeiperiode (tussen uitpoot en oogst) dan is sprake van verkoop te velde. Van contractteelt is sprake als de overeenkomsten zijn aangegaan vóór de uitpoot.

17. Contractuele verkopen

- a. Contractuele verkopen komen vooral voor op de grotere bedrijven. Driekwart van de bedrijven met een omzet van 300 ton en meer hebben contracten en meer dan de helft van de gezamenlijke afzet van deze bedrijven is zodanig vastgelegd. Overigens gaan de betreffende bedrijven vaak maar voor een deel van hun aardappelen contractuele verplichtingen aan; dit laatste heeft betrekking op de helft van de betrokken bedrijven. De andere helft verkoopt de gehele produktie op basis van contracten.
- b. De contracten worden afgesloten met de verwerkende industrie en met de collecterende handel. Van de inkoop van de collecterende handel (particulier en coöperatief) is 50% contractueel vastgelegd.

18. Inhoud van de contractuele regelingen

- a. De bepalingen in de contracten over de te leveren hoeveelheden hebben voor ca. 60% betrekking op een koppeling aan de opbrengst van een bepaald areaal consumptieaardappelen. In de andere 40% van de gevallen is de levering van een bepaald aantal tonnen vastgelegd al dan niet gerelateerd aan het aandelenbezit van de teler als lid van een aardappel-telersvereniging.
- b. Het midden- en basisprijssysteem overweegt in de contracten met resp. 42% en 14% = 56% van de gecontracteerde hoeveelheden. De vaste prijsregeling omvat 26% en de perceelprijs 11%

van de afzet. Het basisprijssysteem treffen we vooral aan op de grotere bedrijven; het middenprijssysteem en het systeem van vaste prijzen komen zowel op de grotere als op de kleinere bedrijven voor.

De verkopen direct aan de consument

19. Directe afzet aan gezinshuishoudingen

- a. Het consumptieve verbruik aan verse aardappelen bedroeg in 1978-1979 ca. 870.000 ton waarvan naar schatting 770.000 ton in gezinshuishoudingen. Ruim 16% betrof zelfvoorziening d.w.z. komt beschikbaar uit eigen bedrijf of is afkomstig van volkstuinen en andere niet-geïventariseerde oppervlaktes. Dit betekent dat 644.000 ton aardappelen - ofwel 84% - door de gezinnen worden gekocht.
- b. Van deze totale hoeveelheid was bijna 27% rechtstreeks afkomstig van land- en tuinbouwbedrijven.
- c. Meer dan de helft van de aardappeltelers levert direct aan gezinshuishoudingen hetzij hun totale produktie hetzij een deel van hun produktie. De "100%-verkopers" treft men vooral aan bij de kleinere aardappeltelers, de "deelverkopers" bij de grotere. De hoeveelheden die direct aan de consument worden verkocht variëren per bedrijf per seizoen van slechts enkele tot honderden tonnen.

20. Periode van hoge aardappelprijzen

In een periode van hoge aardappelprijzen is de consument eerder geneigd "de boer op te gaan" dan in een tijd van lage prijzen. Dit blijkt uit een vergelijking van de jaren 1978-1979 met 1971-1972 toen het LEI een soortgelijk onderzoek heeft gedaan. De betrokken aardappeltelers hebben die ervaring zelf ook: bijna twee derde van de betrokken aardappeltelers is van mening dat zij in tijden van hoge prijzen meer aan de consument verkopen.

21. Winteraankopen

Het zwaartepunt van de verkopen aan de consument ligt in de eerste maanden na de oogst (3/4). Gemiddeld per bedrijf worden dan ook de grootste hoeveelheden verkocht. Dit wordt medebepaald door het feit dat de consumenten juist in deze periode hun wintervoorraad aankopen.

22. Rassen

De directe verkopen aan de consument bestaan voor 9% uit vroege rassen en voor 91% uit middenvroege en latere rassen, waarvan Bintje 48%, Meerlander 5%, Irene 17%, Eigenheimer 6% en Surpriese 6%.

23. Consumentenprijzen

De prijzen die de aardappeltelers de consument in rekening brengen liggen in het algemeen tussen de groothandelsnotering en de detailhandelsprijs. Het niveau van die consumentenprijzen lag in 1978-1979 op ca. 130% van de Rotterdamse beursnotering (= groothandelsprijs). Dit geldt voor de rassen Bintje, Irene en Eigenheimer. De vroege aardappelen worden goedkoper en de latere aardappelen duurder naarmate het verkoopseizoen vordert.

Ontwikkelingen sinds 1971-1972

24. Afzet af-boerderij

- a. Het afzetpatroon af-boerderij in 1978-1979 vertoont veel overeenkomst met dat van 1971-1972. De afzet aan de collecterende groothandel was in 1978-1979 nog iets belangrijker dan destijds en het aandeel van alle andere afnemerscategorieën in de afzet af-boerderij was geringer.
- b. De verhouding particuliere groothandel en coöperatieve groothandel is in de periode 1971/1972 tot 1978/1979 niet noemenswaard veranderd.
- c. De commissiehandel is in vergelijking met 1971-1972 teruggelopen; in genoemd jaar liep 11% van de afzet aan de collecterende groothandel via een commissionair en in 1978-1979 was dat 8%.

25. Opslagcapaciteit

De bewaarcapaciteit voor consumptieaardappelen heeft in de periode 1971-1972 tot 1978-1979 een flinke uitbreiding ondergaan.

26. Contractuele verkopen

- a. De contractuele verkopen hebben sinds 1971-1972 aan betekenis gewonnen; in dat jaar ca. 40% van de afzet af-boerderij en in 1978-1979 ca. 45%.
- b. De toepassing van de prijsbepalingssystemen in de contracten van toen en nu vertoont grote overeenkomst. Ook in 1971-1972 kwamen het middenprijsstelsel en het basisprijsstelsel in overwegende mate voor.

27. Verkopen aan de consument

- a. In 1978-1979 was ca. 38,5% van de aardappelconsumptie door gezinnen in Nederland direct afkomstig van de telers (incl. zelfvoorziening); in 1971-1972 33,5%. Het prijsniveau was in 1978-1979 hoger, hetgeen de directe aankopen in de hand werkt.
- b. In vergelijking met 1971-1972 was het aandeel van de grotere

aardappeltelers in de verkoop aan de consument sterk toegenomen en het aandeel van de kleinere afgenomen. In het totaal van de verkopen aan de consument nemen de kleine bedrijven echter nog steeds een belangrijke positie in.

Tabel 1. Samenvattend beeld van de afzet af-boerderij van consumptieaardappelen (hoeveelheden in tonnen)

1. Totale afzet in 1978/1979	2.230.000	100%
waarvan:		
2. afgeleverd in de maatsorteringen		
- 0 mm opwaarts	1.810.000	81
- 35 mm opwaarts	340.000	15
- consumptie/fijn	50.000	3
- industrie/grof	30.000	1
3. afgeleverd volgens rassen		
- bintje	1.760.000	79
- eigenheimer	90.000	4
- irene	70.000	3
- overige latere rassen	220.000	10
- vroege rassen	90.000	4
4. afgezet aan afnemerscategorieën		
- gezinshuishoudingen	160.000	7
- grootverbruikers	10.000	1
- detailhandelaren	50.000	2
- groothandelaren	1.860.000	83
- verwerkende industrieën	70.000	3
- veilingen	50.000	2
- overige afnemers	30.000	2
5. naar wijze van verkoop		
- contractueel gebonden	1.010.000	45
- vrije verkopen	1.220.000	55
6. volgens prijsbepalingssystemen		
- dagprijs	1.360.000	61
- vaste prijs	250.000	11
- middenprijs	400.000	18
- basisprijs	130.000	6
- prijs per perceel	90.000	4

1. Verantwoording

1.1 Doel van het onderzoek

De bedoeling van dit onderzoek is een beeld te geven van de afzetstructuur af-boerderij van consumptieaardappelen. Anders gezegd: het onderzoek moet inzicht geven in de relaties die de aardappeltelers onderhouden met de markt.

De resultaten van dit onderzoek vormen in feite een momentopname. Immers, de benodigde informatie werd verzameld door middel van een enquête bij ca. 600 aardappeltelers en had betrekking op de verkoop van consumptieaardappelen van de oogst 1978. Aangezien we in 1971 een soortgelijk onderzoek hebben uitgevoerd, kunnen we nu nagaan welke ontwikkelingen zich sindsdien hebben voorgedaan. Kortom: deze studie geeft een beeld van de actuele situatie en de ontwikkelingen in de afzetstructuur af-boerderij.

In aansluiting op dit onderzoek heeft het LEI ook een enquête gehouden bij de aardappelgroothandel en de verwerkende industrie die eveneens betrekking had op de aan- en verkoopstructuur van de aardappelen van oogst 1978. De resultaten van die enquête zullen spoedig worden gepubliceerd.

1.2 De vraagstelling

De informatie die wij gelet op de bedoelingen van het onderzoek bij de aardappeltelers hebben verzameld, had betrekking op:

- de categorieën van afnemers aan wie de telers hun produkten verkopen en de wijzen waarop die verkopen tot stand komen (prijsbepalingssystemen, wijzen van uitbetaling, wijzen van levering, etc.);
- de verschillende vormen van contractuele verkopen en de belangrijkste bepalingen die in de overeenkomsten zijn vastgelegd;
- de wijzen waarop de aardappeltelers en de groothandelaren (en ook andere afnemers) hun activiteiten op elkaar afstemmen (o.a. opslagcapaciteit, sorteercapaciteit, bijzondere zorg voor de kwaliteit van de aardappelen, marktinformatie);
- de verkopen direct aan de consumenten (verdeling over het seizoen, prijsvorming naar ras, meningen van de aardappeltelers over directe verkopen).

1.3 De uitvoering van de enquête

De enquête is gehouden bij een steekproef van bedrijven getrokken uit het totale bestand aan bedrijven waarop volgens de

CBS-Meitelling 1978 consumptieaardappelen werden geteeld. Bij het trekken van de steekproef is gewerkt met verschillende trekkingspercentages voor de onderscheiden grootteklassen (naar oppervlakte consumptieaardappelen). Er resulteerde zodoende een steekproef van 619 bedrijven. Gegevens werden verzameld bij 589 bedrijven; 19 bedrijven bleken niet in de populatie te horen en 11 telers weigerden aan het onderzoek mee te werken d.w.z. een weigeringspercentage van nog geen 2%! Door weging van de verzamelde gegevens met aangepaste wegingsfactoren is een totaalbeeld ontstaan dat representatief geacht mag worden voor de aardappelsector in Nederland.

Enquêteurs van het LEI hebben de enquête uitgevoerd door persoonlijke bezoeken aan de betreffende aardappeltelers in de maanden maart, april en mei 1979. Dat wil zeggen aan het einde van het verkoopseizoen zodat nog maar weinig niet-verkochte voorraden consumptieaardappelen op de bedrijven aanwezig waren en zodoende een vrij compleet beeld resulteerde van de afzetstructuur van oogst 1978.

1.4 Kritische kanttekeningen bij de resultaten

Het is goed een aantal kanttekeningen te plaatsen bij de nauwkeurigheid en tijdgebondenheid van de onderzoekresultaten. In de eerste plaats zij erop gewezen dat het onderzoek betrekking heeft op een bepaald oogstjaar (in casu 1978) hetgeen met zich mee brengt dat allerlei voor dat jaar typische marktomstandigheden mogelijk van invloed zijn geweest op de afzetstructuur. Zo is het moeilijk na te gaan in hoeverre b.v. prijsniveau en prijsontwikkeling in 1978-1979 de directe verkopen aan consumenten hebben beïnvloed en of het prijsniveau 1977-1978 van betekenis was voor de contractteelt van oogst 1978. Daarbij komt nog dat in een aantal gevallen de verdeling van de verkopen over b.v. categorieën van afnemers en wijzen van verkoop moest worden geschat. Uitgaande van gemiddelde omstandigheden over een aantal jaren, kunnen er voor het onderzochte verkoopseizoen onnauwkeurigheden uit voortvloeien.

In de tweede plaats moet erop worden gewezen dat het werken met een steekproef altijd leidt tot statistische onnauwkeurigheden. Dit geldt dus ook voor onze onderzoekresultaten. Verder is het zo dat niet op alle bedrijven het vragenformulier is ingevuld aan de hand van administratieve gegevens; vaak moest worden volstaan met schattingen. Onnauwkeurige registratie op het vragenformulier was daarvan het gevolg.

Alles bijeen genomen moet het duidelijk zijn dat onze onderzoekresultaten een nauwkeuriger indruk wekken dan in feite het geval is, met name als het gaat om minder voorkomende verschijnselen.

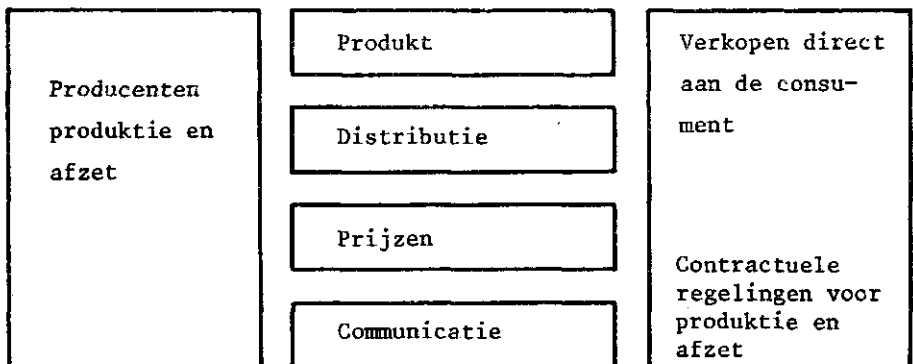
1.5 De opzet van de rapportering

Bij de weergave van de gevonden onderzoekresultaten doet zich voor de onderzoeker altijd het probleem voor hoe het materiaal te ordenen en overzichtelijk te presenteren. Zo overzichtelijk dat de lezer zoals in ons geval, zich een beeld kan vormen van de afzetstructuur van consumptieaardappelen en voorzover betrokken bij het marktgebeuren lering kan trekken uit de onderzoekresultaten. Tot de lezerskring rekenen wij in ieder geval de individuele aardappel-telers, de aardappelgroothandelaren en de verwerkende industrieën alsmede alle organisaties die als het ware een overkoepelende verantwoordelijkheid hebben voor het sectorgebeuren d.w.z. georganiseerd bedrijfsleven en overheid. Ieder van deze groepen zal, de één meer dan de ander, een beleid voeren dat erop gericht is het aanbod zo goed mogelijk op de marktomstandigheden ofwel de inkoop zo goed mogelijk op de bedrijfsomstandigheden af te stemmen.

We delen de onderzoekresultaten daarom in volgens het principe van de "marketing-mix" d.w.z. de marktfactoren die in het kader van een te voeren marktbeleid in zekere zin beheersbaar zijn t.w.: het produkt, de distributie, de prijs en de communicatie. Deze factoren zijn ieder afzonderlijk danwel onderling gecombineerd instrumenteel van aard, d.w.z. ze zijn bestuurbaar in de richting van de doelen die men zich met zijn marktbeleid voor ogen stelt.

In figuur 1.1 is schematisch aangegeven hoe het rapport verder is ingedeeld. Hoofdstuk 2 geeft een beeld van de betrokken aardappeltelers o.a. naar vestigingsgebied en omzetklasse en van de ontwikkelingen die zich in productie en afzet hebben voltrokken.

Figuur 1.1 Schematische opzet van de rapportering; inhoud van de hoofdstukken



In hoofdstuk 3 gaat het over het produkt, de consumptieaardappelen dus en we letten daarbij op maatsorteringen, aardappelrassen, kwaliteit e.d. Hoofdstuk 4 stelt de distributie centraal waarbij aandacht voor de afzetkanalen, commissiehandel, onderscheid coöperatief-particulier en de fysieke distributie van het produkt. In hoofdstuk 5 komen allerlei prijsbepalings- en uitbetalingssystemen aan de orde, terwijl we in hoofdstuk 6 letten op slechts een aspect van communicatie nl. de marktinformatie t.b.v. de aardappeltelers. Hoofdstuk 7 "Verkopen direct aan de consument" handelt vrij uitvoerig over een afzetvorm waarbij de aardappelteler voor alle afzetfactoren (produkt, prijs enz.) in zekere zin een eigen marktbeleid kan voeren. Hoofdstuk 8 gaat over de contractuele regelingen d.w.z. bijzondere vormen van coördinatie tussen groothandlaren en industrieën enerzijds en aardappeltelers anderzijds waarbij in de overeenkomsten allerlei afspraken t.a.v. produkt, prijs e.d. worden vastgelegd.

2. Producenten productie, en afzet

2.1 De consumptieaardappeltelers

2.1.1 Commerciële en niet-commerciële producenten

In 1978 waren er volgens de CBS-Landbouwtelling 28.914 bedrijven met een areaal consumptieaardappelen. Hiervan waren er 5765 met een oppervlakte van minder dan 0,1 ha consumptieaardappelen. Aangenomen mag worden dat de productie van deze bedrijven niet commercieel is. Deze groep bedrijven was dan ook niet betrokken bij de steekproeftrekking. Van de bedrijven met meer dan 0,1 ha consumptieaardappelen t.w. 23.149 waren er blijkens het LEI-onderzoek nog eens 6306 die in het geheel geen aardappelen verkochten. De productie van deze bedrijven was geheel bestemd voor eigen gezinsverbruik en/of werd afgezet aan naaste relaties en verwanten. Samenvattend: van de 29.000 geregistreerde bedrijven met een areaal consumptieaardappelen waren er in 1978 ca. 12.000 zonder commerciële afzet, zodat er ruim 16.000 bedrijven 1) waren met een commerciële afzet van consumptieaardappelen.

In totaal kwam in 1978 beschikbaar aan consumptieaardappelen afkomstig van bedrijven met:

opp. ...ha cons.aard.	afgezette tonnen aardappelen
a. tot 0,1 zelfvoorz. → 10.500	▶ 36.100 niet-commerciële
b. meer dan 0,1 zelfvoorz. → 25.600	
c. meer dan 0,1 verkocht → 2.235.000	▶ 2.345.000 commerciële afzet
d. meer dan 0,1 n.n.v. x) → 110.000	

x) n.n.v. = nog niet verkocht op moment van enquête

De verschillende aspecten van de afzetstructuur die in het navolgende aan de orde komen, hebben tenzij uitdrukkelijk anders vermeld, betrekking op de eerder genoemde 16.000 bedrijven met een commerciële afzet van 2.235.000 ton consumptieaardappelen; de 110.000 ton waarvoor op het moment van onze enquête nog geen bestemming was gevonden laten we hierbij buiten beschouwing. Van deze aardappelen was nog niet zeker of ze voor consumptiedoeleinden zouden worden afgezet, terwijl evenmin zekerheid bestond over de aard van de afnemer en de wijze van verkoop.

1) Rekeninghoudend met een correctie op de populatie van ca. 1000 bedrijven.

2.1.2 Grote en kleine bedrijven

Op basis van de verkochte hoeveelheden consumptieaardappelen zijn de landbouwbedrijven ingedeeld in 7 groepen (figuur 2.1).

Figuur 2.1 Bedrijven en afgezette hoeveelheden consumptieaardappelen

Bedr. met jaarafzet cons. aard. van. .ton	Gem. afzet per bedrijf (ton)	Landbouwbedr. in % van totaal	Cons. aardappelen in % van totaal
tot 25	9	34	2
25 - 50	35	15	4
50 - 100	69	14	7
100 - 300	169	21	25
300 - 600	403	12	35
600 - 1200	754	4	20
1200 en meer	2693	-	8

De kleine bedrijven met een afzet van minder dan 100 ton per jaar omvatten 63% van het totaal aantal aardappeltelers maar leveren slechts 13% van de totale afzet. De grootste bedrijven met afzetten van 300 ton en meer, maken 16% van het totaal aantal bedrijven uit en leveren bijna twee derde van de landelijke productie. De bedrijven met afzetten van 100-300 ton nemen 21% van de bedrijven en 25% van de afzet voor hun rekening.

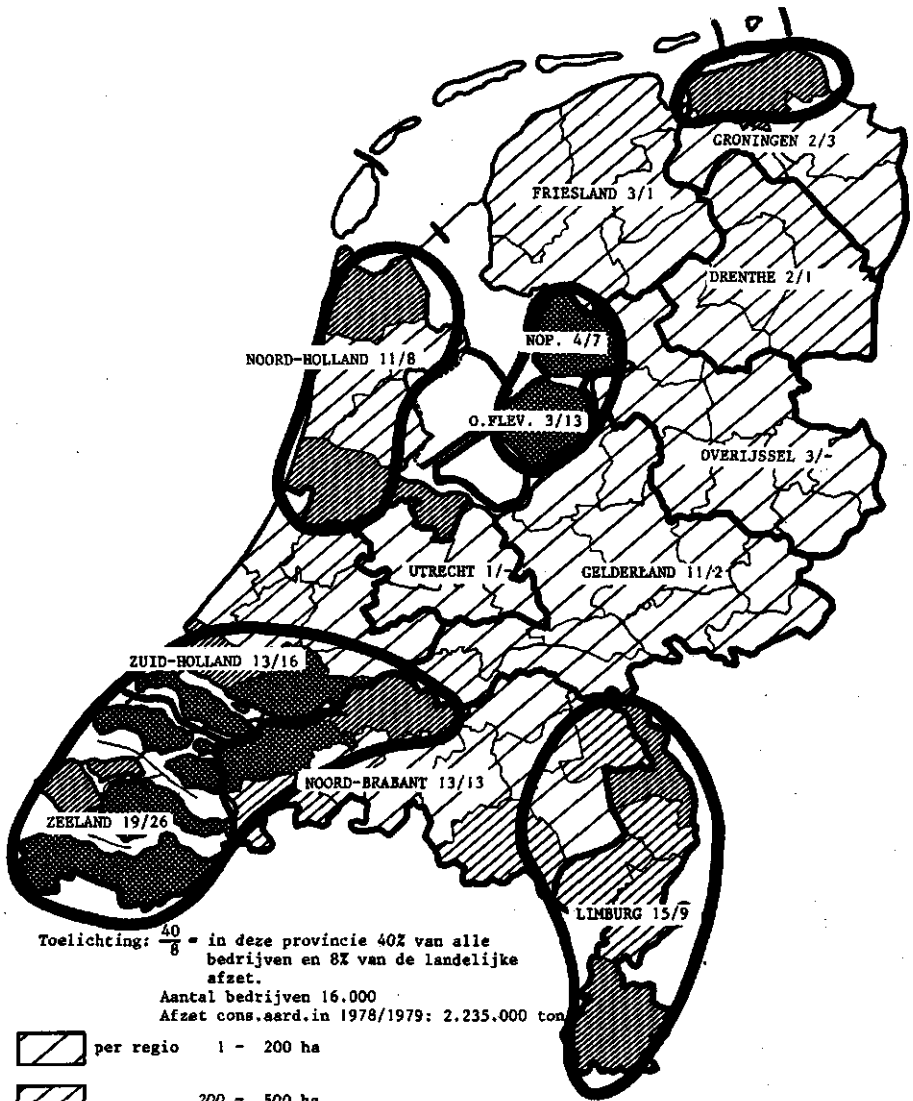
In 1971-1972 was de betekenis van de bedrijven met afzetten van 300 ton en meer veel geringer nl. 44% van de afzet en 6% van de bedrijven. De kleinere bedrijven met afzetten van minder dan 100 ton omvatten toen ca. 3/4 van alle bedrijven en ca. 1/4 van de afzet af-boerderij.

2.1.3 Regionale spreiding en concentratie

Figuur 2.2 illustreert de sterke concentratie van de productie en afzet in een tweetal hoofdproductiegebieden t.w. het zuidwesten van Nederland (de provincies Zeeland, Zuid-Holland en een stukje van Noord-Brabant) en de IJsselmeerpolders (NOP en O.-Flevoland) en in een drietal minder belangrijke gebieden t.w. Zuid-Nederland (Noord-Brabant en Limburg), Noord-Holland en Groningen.

De regionale verdeling van het aantal aardappelverkopende bedrijven loopt niet parallel met die van de verkochte hoeveelheden. Dit verschijnsel hangt samen met de grootteverdeling van de bedrij-

FIGUUR 2.2 REGIONALE VERDELING VAN BEDRIJVEN, AREALEN EN AFGEZETTE HOEVEELHEDEN CONSUMPTIEAARDAPPELEN



Toelichting: $\frac{40}{8}$ = in deze provincie 40% van alle bedrijven en 8% van de landelijke afzet.

Aantal bedrijven 16.000

Afzet cons.aard.in 1978/1979: 2.235.000 ton

- per regio 1 - 200 ha
- 200 - 500 ha
- 500 - 1000 ha
- 1000 - 2000 ha
- 2000 - 5400 ha

ven. De gemiddelde afzet per landbouwbedrijf bedraagt voor Nederland 140 ton. Ver daaronder qua gemiddelde liggen Friesland, Drenthe, Overijssel en Gelderland. Ruim erboven liggen: Groningen, Zuid-Holland, Zeeland, NOP en O.-Flevoland.

Welk deel van de verkopen per regio afkomstig is van bedrijven met een afzet van meer dan 300 ton, blijkt uit tabel 2.1.

Tabel 2.1 Per regio het deel van de afzet afkomstig van bedrijven met meer dan 300 ton afzet

Nederland		63%	
Groningen	65%	Friesland	34%
Zuid-Holland	60%	Drenthe	19%
Zeeland	61%	Overijssel	38%
Noord-Brabant	67%	Gelderland	22%
NOP	66%	Noord-Holland	47%
O.-Flevoland	95%	Limburg	35%

* Utrecht niet opgenomen wegens het geringe aantal waarnemingen.

2.1.4 Hoofdberoep van de aardappelproducenten

Van het totaal aantal aardappeltelers is 87% van hoofdberoep landbouwer. Ca. 12% van de bedrijven is in beheer bij personen met een niet-agrarisch hoofdberoep en slechts ca. 1% betref bedrijven in eigendom van aardappelgroothandelaren en verwerkende industrieën. Laatstgenoemde groep neemt ongeveer 5% van de totale afzet voor zijn rekening en is vrijwel geheel gelocaliseerd in het zuidwesten van het land (Zeeland 59%, Zuid-Holland 12% en Noord-Brabant 23%). Het betreft hoofdzakelijk gehuurd aardappelland met een productie van 107.000 ton.

Ook in 1971-1972 omvatte de afzet afkomstig van deze oppervlaktes aardappelland ca. 5% van de afzet af-boerderij.

2.2 Productie en afzet

2.2.1 De beschikbare hoeveelheid consumptieaardappelen

De productie van consumptieaardappelen beweegt zich de laatste jaren tussen 2,0 en 2,3 mln.ton. Het binnenlands verbruik bedraagt ongeveer 1,0 à 1,1 mln.ton, terwijl de export 0,9 à 1,3 mln.ton bedroeg d.w.z. 50 à 60% van de productie.

Een groot deel van de consumptieaardappelen is bestemd voor de verwerkende industrie (frites, chips, purée, etc.). In 1978/1979 was dat 614.000 ton d.w.z. 27% 1) van de totale productie.

1) Sindsdien is dit percentage nog verder gestegen.

Verder dienen we ons te realiseren dat een flink deel van de vers geëxporteerde consumptieaardappelen in het buitenland alsnog wordt verwerkt tot consumptieprodukt. De export bestaat - op basis van tonnen aardappelen - voor 30% uit verwerkt produkt. Het totale binnenlands verbruik bedroeg in 1978/1979 ca. 1.118.000 ton, (80 kg per hoofd) waarvan ongeveer één kwart uit verwerkt produkt bestond.

De invoer bestaat ten dele uit verwerkt produkt (herleid op tonnen aardappelen) en ten dele uit vroege consumptieaardappelen (primeurs) alsmede aardappelen die met name in de zomermaanden ten behoeve van de verwerkende industrie worden geïmporteerd.

Tabel 2.2 Ontwikkeling van produktie, invoer, uitvoer en binnenlands verbruik consumptieaardappelen

Jaar	Produktie	Invoer	Uitvoer	Binnenl.verbr.
	- herleid op tonnen aardappelen -			
1969/1970	1.859.000	85.000	753.000	1.141.000
1970/1971	1.932.000	40.000	777.000	1.117.000
1971/1972	2.026.000	49.000	862.000	1.132.000
1972/1973	2.297.000	78.000	1.163.000	1.122.000
1973/1974	2.196.000	90.000	1.044.000	1.142.000
1974/1975	2.095.000	80.000	950.000	1.125.000
1975/1976	2.006.000	203.000	1.089.000	1.045.000
1976/1977	2.201.000	246.000	1.291.000	1.073.000
1977/1978	2.116.000	154.000	1.081.000	1.152.000
1978/1979	2.256.000	226.000	1.262.000	1.118.000

Bron: LEI-Voorzieningsbalansen.

2.2.2 Het binnenlands verbruik

Uit figuur 2.3 blijkt dat het huishoudelijk verbruik ca. driekwart en het grootverbruik ca. één kwart van het totale binnenlands verbruik bedraagt. Verder blijkt dat ca. driekwart van het binnenlands verbruik verse aardappelen betreft. Het zal duidelijk zijn dat alle activiteiten van aardappeltelers, groothandelaren, industrieën en detaillisten erop gericht zijn deze marktsegmenten naar behoren te bedienen. In het navolgende zullen we zien op welke wijze de aardappeltelers daarbij betrokken zijn. Die betrokkenheid is overigens beperkt aangezien de telers aan het begin van de distributieketen staan en bovendien voor een belangrijk deel leverancier van grondstof zijn voor de verwerkende industrie.

Figuur 2.3 Segmenten binnenlands verbruik van consumptieaardappelen

	Huishoudelijk ▼	Grootverbruik 1) ▼
aardappelen als zodanig ▶	67%	9%
verwerkt produkt ▶	9%	15%

1) Restaurants, ziekenhuizen etc.

Bron: Produktschap voor Aardappelen, LEI en stageverslag Nijenrode/NIVAA.

3. Het produkt

3.1 Inleiding

Het produkt dient uiteindelijk zo goed mogelijk te voldoen aan de verlangens van de verbruikers. Daarop richt zich het marktbeleid, gedifferentieerd naar de volgende aspecten:

- eigenschappen (kwaliteit, vorm, kleur, e.d.);
- verpakking (los, plastic-kleinverpakking, laadkisten);
- merknaam;
- service (informatie over kookeigenschappen);
- assortiment;
- presentatie.

Het produkt aardappelen wordt in tweeërlei vorm aan de verbruiker aangeboden nl. als "verse" aardappelen en als verwerkt produkt (frites, chips, e.d.). Aardappeltelers, groothandelaren, detaillisten en verwerkende industrie dragen bij aan de "vormgeving" van het produkt. De aardappeltelers, want daar gaat het om in dit rapport, zijn daar slechts ten dele bij betrokken. We besteden achtereenvolgens aandacht aan:

- de maatsortering van de aardappelen;
- de verschillende aardappelrassen die worden verkocht;
- kwaliteitsbevorderende maatregelen.

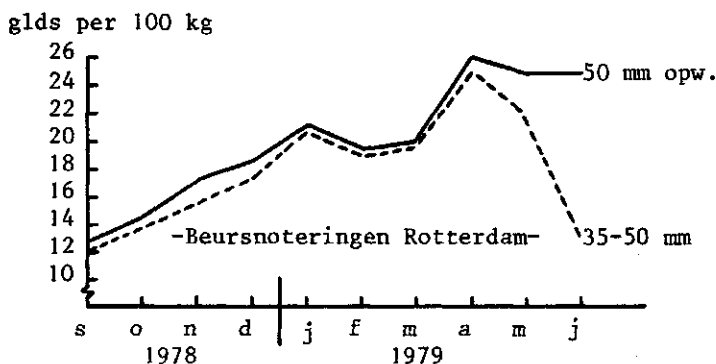
3.2 De maatsortering van de afgeleverde aardappelen

De handel in consumptieaardappelen geschiedt in vele maatsorteringen, zoals: veldgewas, kriek (tot 35 mm), 0 mm opwaarts, 35 mm opwaarts, 35-50 mm, 35-55 mm, 50 mm opwaarts en 55 mm opwaarts.

De vraag doet zich nu voor in hoeverre de aardappeltelers zelf hun produkt sorteren op 35 mm opwaarts waarbij krielaardappelen, bonken en aardappelen met uitwendige gebreken worden uitgesorteerd of het produkt zoals het van het land komt - 0 mm opwaarts of veldgewas - zonder meer doorleveren aan de eerstvolgende handelsschakel.

Verder vragen we ons af in hoeverre de aardappelteler inspeelt op de prijsverschillen tussen de grove maten aardappelen bestemd voor de verwerkende industrie, en de kleinere maten voor de "verse" consumptie. Concreet: in hoeverre verzorgt de aardappelteler zelf de sortering in grove en fijne maten om die twee elementen daarna afzonderlijk te verkopen. In figuur 3.1 is het prijsverloop van Bintjes, 35-50 mm en 50 mm opwaarts op de beurs van Rotterdam aangegeven. De prijzen van deze sorteringen verschilden in 1977/1978 en in 1979/1980 sterker dan in 1978/1979, toen in feite alleen op het eind van het seizoen de noteringen sterk uiteenliepen.

Figuur 3.1 Prijsverloop fijne en grove maten van Bintjes



In tabel 3.1 is de betekenis van de verschillende maatsorteringen weergegeven en wel naar groepen van landbouwbedrijven ingedeeld volgens afgeleverde hoeveelheden consumptieaardappelen. Uitdrukkelijk zij er nog op gewezen dat het gaat om de wijze van aflevering af-boerderij en niet om de uitbetaling. Het is best denkbaar - we komen daar later in het verslag nog op terug - dat aardappelen 0 mm opwaarts afgeleverd, worden uitbetaald naar consumptiematen en industriematen.

Tabel 3.1 De aflevering af-boerderij van consumptieaardappelen 1) naar maatsorteringen (totale afleveringen x 1000 ton) per afzetklasse

Maatsorteringen	Alle be-drijven	Bedr. ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Totale aflevering	2235	46	71	155	529	759	497	178
waarvan:	%	%	%	%	%	%	%	%
0 mm opwaarts	1815 81	33	36	53	78	90	88	91
35 mm opwaarts 2)	338 15	56	48	37	22	8	7	4
consumptie-fijn	53 3	11	16	10	-	1	2	2
industrie-grof	29 1	-	-	-	-	1	3	3

- 1) Het gaat in het algemeen om netto-hoeveelheden dus exclusief tarra en voer; in die gevallen dat de aardappelen 0 mm opwaarts worden afgeleverd en uitbetaald is een voerelement inbegrepen en gaat het om bruto-hoeveelheden.
- 2) Inclusief in beperkte mate 30 mm en 40 mm opwaarts.

Uit dit overzicht blijkt dat:

- a. 81% van de aardappelen wordt afgeleverd als ongesorteerd produkt d.w.z. 0 mm opwaarts;
- b. slechts 15% als 35 mm opwaarts wordt afgeleverd;
- c. op de kleinere bedrijven naar verhouding veel aardappelen in de vorm van 35 mm opwaarts en op de grotere bedrijven hoofdzakelijk ongesorteerd produkt wordt afgeleverd;
- d. nadere sortering in consumptiematen (fijn) en industriematen (grof) weinig voor komt; en op de kleinere bedrijven de afzet van consumptiematen (via de veilingen) niet onbelangrijk is.

Uit het onderzoek is verder gebleken dat iets meer dan de helft van de bedrijven aardappelen aflevert 0 mm opwaarts en iets minder dan de helft 35 mm opwaarts. Per betrokken bedrijf wordt 213 ton in de sortering 0 mm opwaarts afgeleverd; voor 35 mm opwaarts ligt dat gemiddelde op 39 ton per bedrijf. Het zijn dus, wat reeds eerder is opgemerkt, vooral de kleinere bedrijven die bij laatstgenoemde wijze van afzet zijn betrokken en in de gevallen dat ook grotere bedrijven het doen, betreft het veelal slechts een deel van de totale afzet.

In de maatsortering 35 mm opwaarts wordt relatief veel afgeleverd door aardappeltelers gevestigd in Friesland, Gelderland en ook boven het landelijk gemiddelde door bedrijven in Groningen, Noord-Holland, Zuid-Holland en Limburg. In Zeeland, NOP en O.-Flevoland wordt respectievelijk 92%, 95% en 98% van de aardappelen 0 mm opwaarts afgezet.

Ter verklaring van het bovengeschetste beeld en enigszins vooruitlopend op wat verder in het rapport aan de orde komt, nog het volgende. Op de kleinere bedrijven wordt naar verhouding veel direct aan de consument verkocht hetgeen, in overeenstemming met de "Verordening kwaliteits- en sorteringseisen consumptieaardappelen" van het Produktschap voor Aardappelen, grotendeels gebeurt in de sortering 35 mm opwaarts. Bij directe verkoop vallen en dat spreekt eigenlijk voor zich, leverings- en verkoopvoorwaarden samen. Hiermede is ook verklaard waarom in provincies als Friesland en Gelderland relatief veel 35 mm opwaarts wordt afgezet. Voor Noord-Holland en Zuid-Holland moet ter verklaring nog worden aangevoerd dat daar nogal wat aardappelen worden afgezet aan de veilingen, dit gebeurt hetzij in de sortering 35 mm opwaarts hetzij in de onderscheiden consumptiematen.

Om gesorteerde aardappelen in wat grotere hoeveelheden te kunnen afleveren dient de aardappelteler over sorteercapaciteit te beschikken. Ongeveer 5800 bedrijven - dat is 36% van het totaal - beschikken over sorteerinstallaties met een totale verwerkingscapaciteit van ca. 11.600 ton per uur, dat is gemiddeld ca. 2 ton per uur per bedrijf. Ca. 38% van de betrokken bedrijven beschikt over een capaciteit van 1 ton per uur, 38% van 2 ton per uur en 24% van 3 ton per uur en meer. In de onderscheiden grootteklassen beschikt 25 à 40% van de bedrijven over sorteerinstallaties, de grotere bedrijven gemiddeld met meer capaciteit. Regionaal gezien vormt de situatie in Zeeland een uitzondering; daar hebben weinig aardappeltelers sorteerinstallaties.

Uit ons onderzoek is overigens gebleken dat er nogal wat bedrijven zijn die weliswaar een sorteermachine hebben, maar die althans in 1978/1979 niet daadwerkelijk gebruikten.

Een conclusie uit het voorgaande is dat de aardappeltelers de sortering van hun aardappelen grotendeels laten uitvoeren door de collecterende groothandel, die zich in de loop der jaren meer en meer in die richting heeft gespecialiseerd.

3.3 De verschillende aardappelrassen

Het sortiment aardappelrassen dat in Nederland wordt geteeld is bijzonder groot. In de Beschrijvende Rassenlijst voor Landbouwgewassen zijn bijna 100 verschillende rassen uitvoerig beschreven terwijl er nogeens enkele tientallen onbeschreven rassen worden vermeld. Het betreft zowel fabrieksaardappelrassen bestemd om te worden verwerkt tot zetmeel en derivaten, als consumptieaardappelrassen bestemd voor menselijke consumptie als zodanig of in de vorm van frites, chips e.d. Een deel van deze consumptierassen wordt in Nederland slechts als pootgoed geteeld om als zodanig te worden geëxporteerd. Van de consumptierassen die in de rassenlijst van 1978 zijn beschreven, zijn er "slechts" 27 die geheel of ten dele zijn bestemd voor binnenlands verbruik en wel de volgende:

vroege rassen	: Eersteling, Doré, Lekkerlander, Alcmaria, Civa, Gloria, Rode Eersteling en Corine;
middenvroege rassen	: Bintje, Eigenheimer, Meerlander, Parel, Amaryl, Provita, Kronia en Resonant;
middenlate en late rassen:	Irene, Ebo, Surprise, Woudster, Pimpernel, Furore, Saturna, Libertas, Cardinal, Sinaeda en Briljant

Uit tabel 3.2 blijkt de sterk overheersende positie van het ras Bintje met 79% van de totale afzet af-boerderij.

Tabel 3.2 Verdeling van de totale afzet (x 1000 ton) naar ras, per afzetklasse

Aardappelrassen	Alle be- drijven	Bedrijven ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Totale afzet	2235	46	71	155	529	759	497	178
waarvan:	%	%	%	%	%	%	%	%
Bintje	79	28	60	49	75	86	89	84
Eigenheimer	4	14	4	8	2	4	3	3
Irene	3	10	13	6	6	1	1	0
andere latere rassen	10	30	7	24	11	7	6	11
vroege rassen	4	18	16	13	6	2	1	2

De andere middenvroeg en latere rassen omvatten 17% en de vroege rassen 4%. Op de grote bedrijven is het ras Bintje naar verhouding nog belangrijker dan op de kleinere bedrijven, waar met name de vroege aardappelrassen nogal van betekenis zijn.

Echter niet alle aardappel telers telen het aardappelras Bintje. Van de ruim 16.000 aardappel telers telen er 9076 het ras Bintje (dat is 57%); 7382 bedrijven produceren andere middenvroeg en latere rassen (46%) en 4050 bedrijven vroege aardappelen (25%). Er zijn dus nogal wat aardappel telers die per seizoen meer dan één aardappelras telen en verkopen. De verdeling van de bedrijven naar aantal rassen is als volgt:

1 ras	: 65% van de bedrijven 1)
2 rassen	: 24% van de bedrijven
3 rassen	: 8% van de bedrijven
4 en meer	: 3% van de bedrijven

Regionaal gezien is de betekenis van het ras Bintje het grootst in O.-Flevoland, NOP, Zeeland en Noord-Brabant nl. ca. 90% of meer van de afzet! De Eigenheimer is belangrijk in Zuid-Holland, Groningen en Friesland. In diezelfde gebieden en in Noord-Holland komt ook het ras Irene veel voor. De vroege rassen komen naar verhouding veel voor in Noord-Holland, Zeeland en Limburg.

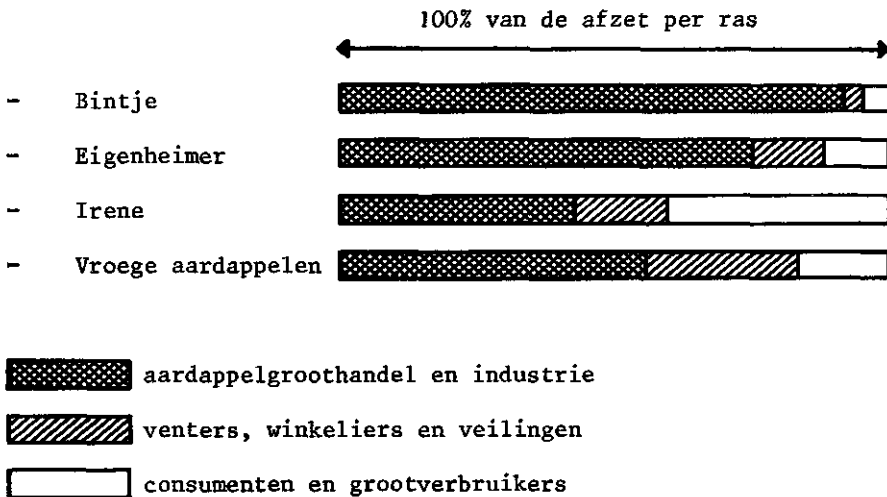
Weinig variatie in rassen is er in O.-Flevoland en NOP, relatief veel in Zuid-Holland en Groningen. Dit komt onder meer tot uitdrukking in het aantal rassen dat gemiddeld per bedrijf per regio wordt afgezet. Betrekkelijk veel bedrijven met drie of meer rassen zijn er in Groningen (40%), Friesland (17%), Gelderland (21%), Noord-Holland (25%) en Zuid-Holland (19%); in Zeeland, Noord-Brabant, NOP en O.-Flevoland zijn relatief veel bedrijven met 1 of 2 rassen.

Via welke afzetkanalen worden de genoemde rassen afgezet. Bintjes worden voor 92% verkocht aan aardappelgroothandelaren en verwerkende industrieën. Eigenheimers en Irene's worden relatief veel direct aan de consumenten en voorts aan aardappelventers en winkeliers verkocht; relatief weinig van deze rassen gaat naar de groothandel. Relatief veel vroege aardappelen worden direct aan de consument danwel via de tuinbouwveilingen verkocht. (Zie hoofdstuk 4).

Voor Eigenheimers, Irene's en vroege aardappelen worden meestal hogere prijzen genoteerd dan voor Bintjes. Kennelijk is er voor ieder van de genoemde rassen een aparte deelmarkt, tot uitdrukking komend in verschillende prijsniveau's. Voor de aardappel telers wordt dat prijsverschil nog geaccentueerd door het feit dat van rassen als Eigenheimer en Irene relatief veel wordt verkocht aan categorieën van afnemers die verder in of helemaal aan het eind van de distributieketen zitten. De gemiddelde telersprijs zal voor deze rassen dan ook aanzienlijk hoger liggen dan voor Bintjes! (Zie hoofdstuk 7.)

1) Waarvan 40% d.w.z. 6300 telers die uitsluitend het ras Bintje telen.

Figuur 3.2 Aardappelrassen naar afzetkanalen



3.4 Kwaliteitsaspecten

Kwaliteit kan worden omschreven als de mate waarin een produkt zijn functie vervult, gerelateerd aan de behoefte van de gebruiker. Bij consumptieaardappelen gaat het daarbij, gegeven de raseigenschappen en de daaraan gekoppelde kook- en verwerkingseigenschappen, om de mate waarin zij voldoen aan de wensen van de consument die de aardappelen op zijn dagelijks menu heeft staan en aan de verwerkingseisen van de aardappelverwerkende industrie. Het gaat m.a.w. om de kwaliteit van de aardappel als consumptieartikel en als grondstof.

In zijn algemeenheid kan men stellen dat de kwaliteit een belangrijk aspect vormt van het produkt. Voor consumptieaardappelen geldt dat zeer zeker. Het verbruik van aardappelen in ons land (uitgedrukt in kg per hoofd van de bevolking) is in de loop der jaren sterk teruggelopen ¹⁾. Grote zorg voor de kwaliteit kan dat proces mogelijk vertragen of tot staan brengen. Bovendien wordt een aanzienlijk deel van de nationale produktie in het buitenland afgezet, waarbij kwaliteit een belangrijk concurrentiemiddel is.

Het gaat hierbij in de eerste plaats om een collectief belang: de gehele aardappelsector is gebaat bij een goede kwaliteitszorg. Dat verklaart ook waarom de overheid en het georganiseerde bedrijfsleven kwaliteitseisen hebben opgesteld waaraan de aardappelen voor binnenlands verbruik resp. voor exportdoeleinden moeten voldoen.

1) De laatste jaren tekent zich een zekere stabilisatie af.

- a. De "Verordening kwaliteits- en sorteringseisen consumptie-aardappelen 1969" van het Produktschap voor Aardappelen. In deze verordening zijn behalve sorteringseisen ook kwaliteits-eisen vastgelegd waaraan aardappelen minimaal moeten voldoen voor verkoop aan de consument en detaillist. Daarbij worden toleranties aangegeven voor gebreken en afwijkingen (grond, spruiten, natrot, droogrot, uitwendige gebreken, inwendige gebreken, schurft- en kiemremmingsmiddelbeschadiging).
- b. De inspectienormen van de Planteziektkundige Dienst (PD) bij de export van consumptieaardappelen. In de PD-eisen zijn ook verpakkingsvoorschriften opgenomen en wordt rekening gehouden met fytosanitaire aspecten e.e.a. afhankelijk van het land van bestemming.

Door het Ministerie van Landbouw en Visserij, het Proefstation voor de Akkerbouw en de Groenteteelt in de Vollegrond (PAGV), het Produktschap voor Aardappelen en het Instituut voor Bewaring en Verwerking van Landbouwprodukten (IBVL) worden voorts regelmatig acties ondernomen om de aardappelteler kwaliteitsbewust te laten telen en bewaren.

Maar ook de individuele aardappelteler heeft belang bij een goede kwaliteit van zijn produkt. Immers een hoog percentage tarra leidt ertoe dat relatief weinig netto-gewicht voor uitbetaling door groothandelaar of industrie in aanmerking komt. Verder kan overschrijding van een bepaald % tarra worden beboet met een korting op de overeengekomen kg prijs voor de aardappelen. Omgekeerd is veelal ook afgesproken dat relatief lage percentages tarra premies op de vastgelegde prijzen opleveren. Veel verder gaat de recente regeling waarbij de aardappelteler zijn aardappels krijgt uitbetaald op basis van een kwaliteitsindeling. Deze regeling is vastgelegd in de Algemene Modelvoorwaarden "Uitbetaling naar kwaliteit van consumptieaardappelteler/collecteur", van het Landbouwschap en de Vereniging ter Behartiging van den Nederlandschen Aardappelhandel (VBNA). Voor de betekenis van de uitbetaling naar kwaliteit zij verwezen naar hoofdstuk 5.

Deze kwaliteitsindeling van de aardappelen is gebaseerd op de volgende produkteigenschappen 1)

- blauwgevoeligheid (knottemperatuur);
- onderhuidse verkleuringen (als gevolg van beschadiging en door rooien en transport);
- glazigheid (als gevolg van doorwas);
- onderwatergewicht (drogestofgehalte).

De teler kan op zijn bedrijf maatregelen treffen ter verbetering van de kwaliteit. Voor een deel liggen die maatregelen op het vlak van de teelttechniek, voor een deel op het terrein van trans-

1) Zie de brochure "Kwaliteitsverbetering van consumptieaardappelen" uitgegeven door Proefstation voor de Akkerbouw en de Groenteteelt in de Vollegrond, het Produktschap voor Aardappelen en het Ministerie van Landbouw en Visserij,

port en bewaring. In het volgende overzicht zijn de percentages aardappel telers vermeld die de betreffende kwaliteitsverbeterende methoden op hun bedrijf toepassen. Deze cijfers geven slechts be-

Middelen ter verbetering van de kwaliteit van consumptieaardappelen	
- berekening ter voorkoming van doorwas	9%
- controle op blauwgevoeligheid (blad- of knolonderzoek)	8%
- afstemming van de bewaartemperatuur op de afnemer	15%
- bepaling van de blauwgevoeligheid vóór aflevering	13%
- opwarming t.b.v. sortering en/of aflevering	25%

perkte informatie. Zo is berekening in het zuidwesten van het land maar zeer beperkt mogelijk door het hoge zoutgehalte van het water. Bij sortering en aflevering van vroege aardappelen speelt opwarming geen rol. Voor bedrijven met slechts enkele tonnen afzet is het niet zinvol de benodigde apparatuur aan te schaffen. Niettemin geven de cijfers wel een indicatie. Het opwarmen van de aardappelen vóór het sorteren en/of de aflevering - waardoor de blauwgevoeligheid wordt beperkt - wordt het meest toegepast. Voor de goede orde wijzen we erop dat veel meer elementen van invloed zijn op die kwaliteit 1).

Een belangrijke vraag is overigens in hoeverre de aardappel telers op de hoogte zijn van de kwaliteitseisen die de aardappel-groothandel en de industrie in het algemeen stellen. In de enquête hebben we daarover geen directe vraag gesteld. Wel is gevraagd óf, en zo ja op welke wijze, minimumkwaliteitseisen waren overeengekomen met de afnemers.

Wijze waarop minimumkwaliteitseisen zijn overeengekomen met de afnemer	
- uitdrukkelijk omschreven in contract of reglement	7%
- uitdrukkelijk omschreven in koopbevestiging	1%
- verwijzing (in contract of reglement) naar overheidsvoorschriften	12%
- verwijzing (in koopbevestiging) naar overheidsvoorschriften	11%
- niets overeengekomen	69%

Uitdrukkelijke omschrijving van de minimumkwaliteitseisen blijkt betrekkelijk weinig voor te komen. Meer gebruikelijk is het verwijzen naar de betreffende overheidsvoorschriften d.w.z. de Verordening kwaliteit- en sorteringseisen consumptieaardappelen 1969 van het Produktschap voor Aardappelen en de inspectienormen van de Planteziektekundige Dienst. Dat op 69% van de bedrijven niets dienaangaande is overeengekomen, behoeft nog wel enige toelichting.

1) Zie noot 1 blz. 32.

Er zijn ca. 4000 bedrijven die uitsluitend aan de consument verkopen die in het algemeen geen minimumkwaliteitseisen stellen. Deze telers zijn uiteraard wel onderworpen aan de Produktschapsverordening. Overigens is het zeer de vraag of al die aardappelteilers ook inderdaad op de hoogte zijn met de inhoud van die verordening.

4. De distributie

4.1 De distributie in het algemeen

De distributie als tweede element van de marketing-mix omvat een tweetal functies t.w.:

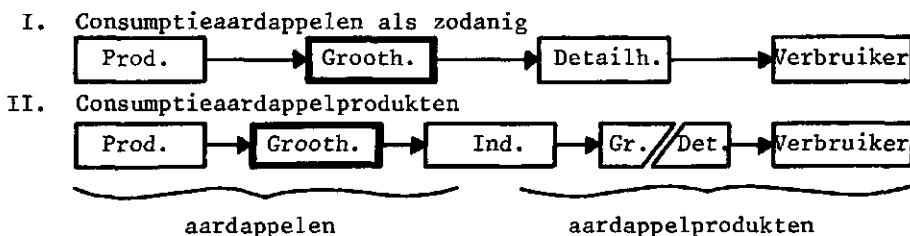
- a. de fysieke distributie die is gericht op een zo efficiënt mogelijke goederenstroom van producent naar verbruiker. We spreken ook wel van de logistieke functie. Deze omvat taken als: transport, opslag en voorraadvorming. We besteden slechts aandacht aan de opslagcapaciteit voor consumptieaardappelen op de agrarische bedrijven.
- b. de commerciële distributie ofwel de afzetkanalen via welke het produkt zijn weg vindt. De belangrijkste taken in dit verband zijn de verzameling ofwel de inkoop en de verspreiding ofwel de verkoop van de produkten.

4.2 De producenten en hun afnemers

4.2.1 De afzetkanalen af-boerderij

Het belangrijkste afzetkanaal 1) voor consumptieaardappelen die als zodanig worden geconsumeerd is dat van aardappeltelers, via groothandelaren en detaillisten, naar de verbruiker. Voor aardappelen die worden verwerkt tot aardappelprodukten, is het meest gebruikelijke distributiekanaal van aardappeltelers via de groothandel naar de verwerkende industrie en daarna voor aardappelprodukten via grossier (Gr.) en/of detaillist (Det.) naar de verbruikers. (Zie figuur 4.1)

Figuur 4.1 Distributieschema's van consumptieaardappelen



1) Zie: De Nederlandse groothandel in aardappelen, LEI-studie 1.13. November 1973.

Hoewel het belangrijkste deel van de afzet loopt via de groothandel, worden ook flinke hoeveelheden aardappelen direct naar de taillisten, consumenten en industrieën afgezet. In tabel 4.1 is aangegeven aan welke categorieën van afnemers de aardappeltelers hun aardappelen verkopen en hoe belangrijk die afnemers zijn voor de afzet af-boerderij.

Tabel 4.1 De aardappeltelers en hun afnemers 1978-1979

	Verkochte hoeveelheden		Betrokken landbouwbedr.		Gem. afzet per bedrijf (ton)
	tonnen	%	aantal	%	
Totale afzet	2.235.334	100	16.019	100	140
waarvan aan:					
gezinshuishoudingen	162.062	7	8.252	52	20
grootverbruikers 1)	12.749	1	534	3	24
detailhandel-gevestigd	21.982	1	656	4	34
det.handel-ambulante(markt)	30.049	1	612	4	49
aardappelgroothandel 2)	1.855.386	83	9.317	56	200
verwerkende industrie	76.527	3	277	2	276
veilingen	46.147	2	1.599	10	29
landbouwbedrijven	29.909	1	451	3	66

- 1) Restaurants, bejaardenhuizen etc.
- 2) Coöperatief en particulier.

Uit de tabel kunnen we de volgende conclusies trekken:

- a. 83% van de afzet af-boerderij ging naar de collecterende aardappelgroothandel, waarvan driekwart naar de particuliere bedrijven en een kwart naar de coöperatieve bedrijven. Ca. 60% van de aardappeltelers was bij dit afzetkanaal betrokken. De gemiddelde hoeveelheid aardappelen die door aardappeltelers aan de groothandel werd verkocht (ca. 200 ton per bedrijf) lag aanmerkelijk hoger dan het totaal gemiddelde van de afzet (140 ton).
- b. 175.000 ton ging direct naar eindverbruikers, dat is 8% van de afzet af-boerderij. Iets meer dan de helft van de aardappeltelers was bij dit afzetkanaal betrokken.
- c. De aardappeltelers verkopen hun aardappelen nogal eens aan meerdere categorieën van afnemers.
- d. Vergelijking van de afzet af-boerderij 1978-1979 met die in 1971-1972 levert geen opzienbarende verschillen op, met dien verstande dat de groothandel nog in betekenis toenam ten koste van de andere categorieën van afnemers.

4.2.2 De afzetkanalen op landbouwbedrijven ingedeeld naar verkochte hoeveelheden

Uit tabel 4.2 - een vergelijkend overzicht van de afzetkanalen voor de landbouwbedrijven ingedeeld naar de verkochte hoeveelheden consumptieaardappelen - blijkt het volgende:

- De betekenis van de verkopen aan de consument is naar verhouding op de kleinere bedrijven veel groter dan op de grotere bedrijven.
- De afzet van consumptieaardappelen via de veilingen is alleen op de kleinere bedrijven (afzet tot 100 ton) nog van enig belang, met name op bedrijven waar vroege aardappelen meer tuinbouwmatig worden geteeld.
- Op de grotere bedrijven met omzetten consumptieaardappelen van 300 ton en meer bedraagt de afzet aan de collecterende handel iets meer dan 90%.

Tabel 4.2 De afzetkanalen naar groepen van landbouwbedrijven (totale afzet x 1000 ton)

	Alle bedrijven	Bedrijven ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Totale afzet	2235	46	71	155	529	759	497	178
waarvan aan:	%	%	%	%	%	%	%	%
gezinshuish.	7	50	46	16	10	3	1	-
grootverbruikers	1	-	3	-	1	1	-	-
detailh.-gevest.	1	4	-	1	-	1	2	-
detailh.-ambulant	1	1	3	4	1	2	1	-
collect.grooth.1)	83	37	28	59	80	91	92	91
verwerk.industrie	3	-	3	3	3	3	3	8
veilingen	2	8	13	14	2	-	-	-
landbouwbedr.	1	-	4	3	3	-	1	1

1) Particuliere plus coöperatieve aard.groothandel.

4.2.3 Afzetkanalen naar regio's

Tussen de onderscheiden regio's zijn er grote verschillen in afzetpatroon:

- In het noorden en oosten van het land is de directe afzet aan de consument relatief erg belangrijk (Friesland 1/3 van de afzet af-boerderij) en soms zelfs overwegend zoals in Overijssel en Gelderland.
- In de IJsselmeerpolders (NOP en O.-Flevoland) wordt vrijwel de gehele produktie, in Zeeland 90%, en in Noord- en Zuid-Holland alsmede in Noord-Brabant 80% van de produktie aan de collecterende groothandel afgezet.

- c. In Noord- en Zuid-Holland en in Zeeland gaat meer dan in andere regio's via de tuinbouwveilingen: 3 à 6%.
- d. In Limburg wordt relatief veel direct aan consumptiehuishoudingen (23%) en aan de verwerkende industrie (22%) verkocht.
- e. Aan de detaillist (winkeliers, markthandel en venters) wordt naar verhouding veel verkocht in de noordelijke provincies (Groningen 5% en Friesland 11%) alsmede in Zuid-Holland (7%) en Limburg (5%).

4.2.4 Aantallen afnemers per landbouwbedrijf

In hoeverre de telers hun aardappelen aan één of meerdere afnemers niet-consumenten 1) verkochten blijkt uit het volgende overzicht:

1 relatie	: 75% van de bedrijven
2 relaties	: 16% van de bedrijven
3 relaties	: 4% van de bedrijven
4 relaties	: 3% van de bedrijven
5 relaties	: 1% van de bedrijven
6 relaties en meer	: 1% van de bedrijven

Driekwart van de aardappeltelers levert zijn totale productie (met uitzondering van eventuele verkoop aan de consumenten) in de loop van het verkoopseizoen slechts aan een afnemer. Een kwart van de bedrijven verkoopt aan meer dan één afnemer. Hoe is dit beeld per omzetklasse?

Uit tabel 4.3 blijkt dat de grotere bedrijven gemiddeld meer afnemers hebben dan de kleinere bedrijven. Van de bedrijven met een afzet van 300 ton of meer verkoopt ca. 40% aan twee of meer afnemers.

Bij het voorgaande kan nog worden aangetekend dat veel aardappeltelers jaar in jaar uit met dezelfde aardappelgroothandelaar zaken doen. In geval werd verkocht aan een particulier groothandelsbedrijf was het zo dat die relatie voor 39% van de gevallen al gedurende 6 jaar of langer bestond terwijl 34% van de relaties in lengte varieerden van 2 tot 5 jaren. De relaties met coöperatieve afzetorganisaties waren nog iets bestendiger getuige de betreffende percentages nl. resp. 54% (6 jaar en langer) en 25% (2 à 5 jaren).

1) Als wordt verkocht aan consumenten is het vaak moeilijk aan te geven hoeveel klanten er gedurende het verkoopjaar op het bedrijf zijn geweest. Deze categorie laten we hier dan ook buiten beschouwing. Dat betekent tegelijkertijd dat 4325 bedrijven buiten beschouwing blijven, die uitsluitend aan de consument verkopen.

Tabel 4.3 Proc. verdeling van het aantal bedrijven per omzetklasse, naar aantal relaties (1978-1979)

	Alle bedrijven	Bedrijven ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Alle bedrijven	+16038	5289	2171	2449	3318	2008	734	69
Bedr. die uitsluitend verkopen aan consumenten	- 4325	3258	750	100	177	40	-	-
Overige bedrijven waarvan met	=11713	2031	1421	2349	3141	1968	734	69
	%	%	%	%	%	%	%	%
1 relatie	75	82	85	87	70	63	64	59
2 relaties	16	18	11	6	17	26	17	17
3 relaties	4	-	4	2	6	4	13	14
4 relaties	3	-	-	5	5	2	2	6
5 relaties	1	-	-	-	2	1	2	-
6 relaties en meer	1	-	-	-	-	4	-	4

4.3 De producenten en de wijze van verkoop

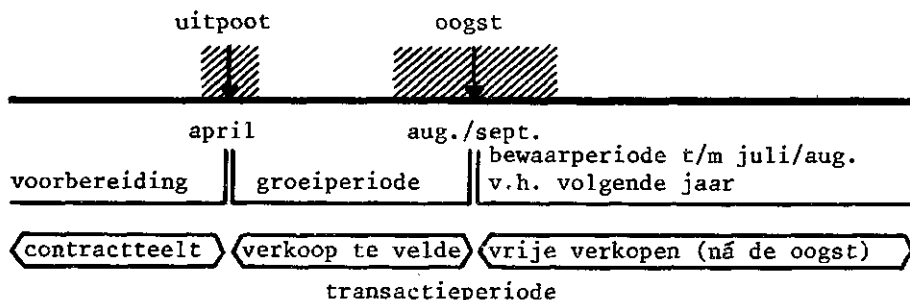
4.3.1 Het tijdstraject voor het afsluiten van transacties

De periode waarin transacties tussen aardappeltelers en hun afnemers worden afgesloten strekt zich uit van de teeltvoorbereidingsperiode tot aan het einde van de bewaarperiode. Twee momenten in dit tijdstraject zijn van belang t.w. de uitpoot (met een accent in april) en de oogst die zich, door de verschillende rijpingstijd van de rassen, uitstrekt van juli tot in oktober. Op basis van deze indeling van het tijdstraject zijn de volgende wijzen van verkoop onderscheiden:

- contractteelt die alle transacties omvat afgesloten ruim vóór het moment van de uitpoot van de pootaardappelen (in geval van meerjarige contracten zelfs jaren voordien) of afgesloten omstreeks dat moment, hierbij inbegrepen is de afzet aan coöperatieve afzetorganisaties gebaseerd op statuten, aardappelreglement of aandelenbezit;
- verkoop te velde d.w.z. alle transacties afgesloten gedurende de groeiperiode van de aardappelen tot enkele weken vóór de oogst;
- verkopen ná de oogst, d.w.z. in de periode die aanvangt enkele weken voor de oogst tot aan het eind van de bewaarperiode. Contractteelt én verkopen te velde vormen te zamen de contractuele verkopen; de verkopen ná de oogst noemen we de vrije verkopen 1).

1) Voor de goede orde wijzen we erop dat deze overeenkomsten vaak schriftelijk worden bevestigd door de afnemers in de vorm van koopbevestigingen.

Figuur 4.2 Het tijdstraject voor het afsluiten van transacties



Contractteelt én verkopen te velde vormen te zamen de contractuele verkopen; de verkopen ná de oogst noemen we de vrije verkopen 1).

4.3.2 Contractuele en vrije verkopen

Van de totale hoeveelheid consumptieaardappelen die in 1978-1979 werden verkocht, was ca. 45% contractueel vastgelegd, waarbij inbegrepen de aardappelen die door de handelaren en industrieën van een eigen agrarisch bedrijf danwel van zaakklaar gehuurd land werden betrokken (107.000 ton = ca. 5% van de totale afzet) 1). Sinds 1971-1972 is de betekenis van de contractuele verkopen toegenomen; toen omvatten deze ongeveer 40% van de afzet af-boerderij.

Totale afzet (1978-1979)	2.235.000 ton
waarvan:	
1. vrije verkopen	55%
2. contractuele verkopen	45%
waarvan:	
- contractteelt (incl.coöp.gebonden afzet)	35%
- verkopen te velde	5%
- zaakklaar gehuurd en eigen land afnemers	5%

Bij de contractuele afzet waren 4150 bedrijven (dat is 26%) betrokken. Voor welk deel van hun afzet hebben deze bedrijven zich nu contractueel vastgelegd? Uit tabel 4.4 blijkt dat bijna twee derde van de betrokken bedrijven geheel of vrijwel geheel contractueel is gebonden. Voor het overige gaat het om bedrijven waar de contractuele afzet een belangrijk deel vormt van de totale afzet; maar weinig bedrijven blijken minder dan 25% van hun afzet gecontracteerd te hebben.

1) Voor deze indeling is gekozen omdat hier in feite sprake is van geïntegreerde produktie en afzet waarbij de bestemming van de aardappelen lang van te voren vastligt.

Tabel 4.4 Relatieve betekenis van de contractuele afzet op de landbouwbedrijven

Contractuele afzet als % van de totale bedrijfsafzet	Bedrijven betrokken bij contractuele afzet	Contractuele afzet
Totaal bedrijven	4150 (= 100%)	1.012.000 ton (= 100%)
waarvan:	%	%
tot 25% contractuele afzet	5	1
25 - 75% contractuele afzet	24	20
75 - 95% contractuele afzet	8	7
95 - 100% contractuele afzet	11	13
100% contractuele afzet	51	59

4.3.3 Contractuele afzet op landbouwbedrijven ingedeeld naar jaarafzet

De hoeveelheid aardappelen die gemiddeld per bedrijf contractueel wordt afgezet bedraagt 244 ton. Dit ligt duidelijk boven de gemiddelde afzet per bedrijf van 140 ton waaruit kan worden geconcludeerd dat het vooral de grotere bedrijven zijn die contractueel afzetten. Dat blijkt ook uit tabel 4.5. Op de bedrijven met omzetten van minder dan 300 ton speelt de contractuele afzet een beperkte rol. De bedrijven met grotere omzetten zijn gemiddeld voor drie kwart betrokken bij contractuele afzet. Meer dan de helft van de gezamenlijke afzet van deze bedrijven ligt contractueel vast. Wat betreft de groep grotere bedrijven en met name die met afzetten van meer dan 1200 ton moet worden opgemerkt dat daarbij zijn inbegrepen de handels- en industriebedrijven die aardappelen in eigen beheer telen en afzetten. De betreffende aardappelen zijn door ons, zoals reeds eerder vermeld, ingedeeld als contractuele afzet.

Tabel 4.5 Contractuele afzet per afzetklasse

	Alle bedrijven	Bedrijven ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
% van de betrokken bedrijven	26%	2%	19%	18%	35%	73%	68%	83%
% van de afzet	45%	4%	21%	18%	35%	53%	48%	77%

4.3.4 Contractueel per regio

Tussen de belangrijkste produktiegebieden zijn er geen grote verschillen in betekenis van de contractuele afzet. Alleen Zuid-Holland springt eruit met een betrekkelijk laag percentage (36%). De gelijkmatigheid van de contractuele afzet kan mogelijk ten dele worden verklaard door het feit dat de grote collecterende bedrijven, die de belangrijkste contractpartners zijn, in alle belangrijke produktiegebieden hun contracten aanbieden. Overigens wijzen we erop dat de contractuele verkopen in Zuid-Holland, Zeeland en Noord-Brabant voor een groot deel bestaan uit verkopen te velde en geïntegreerde afzet (aardappelen afkomstig van zaaiklaar gehuurd land en landbouwbedrijven in beheer bij groothandelaren en industrieën).

Tabel 4.6 Contractuele afzet in Zuid-Holland, Zeeland en Noord-Brabant

	Zuid-Holland	Zeeland	Noord-Brabant
Totale afzet	367.000 ton	586.000 ton	283.000 ton
Contractuele afzet	36%	45%	47%
waarvan:			
verkopen te velde	13%	5%	4%
geïntegreerde afzet	3%	11%	9%

4.3.5 Contractuele afzet en de categorieën van afnemers

Contractuele afzet heeft in feite alleen plaats aan particuliere en coöperatieve groothandelsbedrijven en aan verwerkende industrieën. 90% van de aankopen die de industrie rechtstreeks bij telers doet, is contractueel. De collecterende handel (coöperatief en particulier) koopt ca. 50% op basis van contracten. Opmerkelijk is dat de afzet aan de grote collecterende groothandelsbedrijven (omzet 20.000 ton en meer) voor ca. 60% contractueel vast ligt. Bij de afzet aan de kleinere groothandelsbedrijven is dat in mindere mate het geval, en heeft de contractuele afzet voor een groot deel betrekking op verkopen te velde.

4.4 De afnemers en het produkt

4.4.1 De maatsorteringen

De verkopen aan gezinshuishoudingen bestaan voor ca. 95% uit de sortering 35 mm opwaarts, hetgeen geheel in overeenstemming is met de betreffende produktschapsverordening.

Ook de afzet aan winkeliers, markthandelaren en venters betreft de sortering 35 mm opwaarts. De verkopen aan grootverbrui-

kers zoals inrichtingen, tehuizen e.d. bestaan grotendeels uit de sortering 35 mm opwaarts; die aan friteskramen vooral uit de grove maatsorteringen!

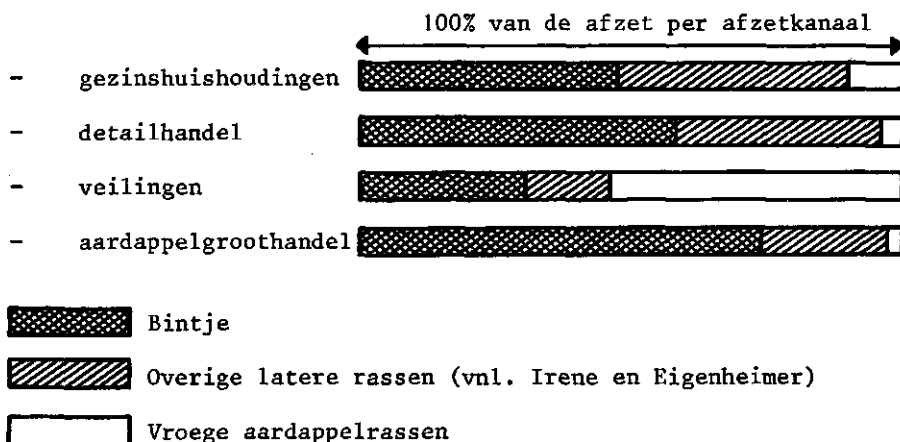
De levering aan de aardappelgroothandel betreft voornamelijk (92%) de sortering 0 mm opwaarts. Dit betekent dat het sorteerwerk wordt overgelaten aan de collecterende bedrijven. Hetzelfde kan worden opgemerkt t.a.v. de directe afzet aan de verwerkende industrie.

4.4.2 Het aardappelras

Hoewel het ras Bintje met 79% sterk in de afzet af-boerderij overweegt, zien we bij de afzet aan de onderscheiden afzetkanalen frappante verschillen:

- de afzet direct aan de gezinshuishoudingen betreft slechts voor 46% het ras Bintje; het zijn vooral de latere rassen (met name Irene en Eigenheimer) die via dit afzetkanaal worden verkocht (44%) en voorts nogal wat vroege aardappelrassen (10%);
- ook de afzet aan detaillisten en met name de aardappelventers bestaat voor een groot deel uit "niet-Bintje" aardappelen;
- de afzet aan de veilingen betreft vooral de vroege rassen;
- de aardappelgroothandel koopt voor 84% Bintje-aardappelen.

Figuur 4.3 De afzetkanalen en het aangekochte produkt naar ras



4.5 Coöperatieve en particuliere afzetkanalen

Van de totale afzet af-boerderij t.w. 2.235.000 ton, werd ongeveer 83% verkocht aan particuliere en coöperatieve groothandelsbedrijven. Het aandeel van de coöperatieve organisaties in het

totaal van de afzet aan de groothandel bedroeg ongeveer één kwart. Sinds 1971-1972 is dit aandeel niet veel veranderd. De afzet aan coöperatieve organisaties is relatief (d.w.z. in het totaal van de afzet aan de collecterende handel) belangrijk in de IJsselmeerpolders NOP en O.-Flevoland, in Limburg en in de noordelijke provincies.

De coöperatief leverende aardappeltelers, maken echter ook nog van andere afzetkanalen gebruik. Een situatie die zich in principe (maar ook in de praktijk zoals hierna zal blijken) kan voordoen omdat de coöperatieve organisaties verschillende toeleverings-systemen kennen en op dat punt vergelijkbaar zijn met de particuliere bedrijven (b.v. verplichting tot levering van alle geproduceerde aardappelen, verplichting tot levering van aantal tonnen per aandeel, gewoon dagaankopen). Bij tabel 4.7 moet worden aange-tekend dat de coöperatieve afzet hier is uitgedrukt in percentages van de totale bedrijfsafzet. De afzet via de veilingen zijn in dit overzicht niet inbegrepen in de coöperatieve afzet. Een tweetal conclusies uit dit overzicht. In de eerste plaats: drie kwart van de coöperatieve afzet komt van bedrijven die vrijwel geheel of voor 100% zijn georiënteerd op coöperatieve afzetorganisaties. Ten tweede: het andere kwart is vooral afkomstig van bedrijven waar de coöperatieve afzet van wezenlijke betekenis is in het geheel.

Tabel 4.7 Relatieve betekenis van de coöperatieve afzet op de landbouwbedrijven

Coöperatieve afzet als % van de totale bedrijfsafzet	Bedrijven betrokken bij coöperatieve afzet	Afzet aan coöperaties
Totaal bedrijven	100%	100%
waarvan:		
tot 25% coöperatieve afzet	4	2
25 - 75% coöperatieve afzet	17	15
75 - 95% coöperatieve afzet	12	8
95 - 99% coöperatieve afzet	14	13
100% coöperatieve afzet	53	62

4.6 Commissiehandel

De betekenis van de commissiehandel is sinds 1971-1972 teruggelopen. In 1978-1979 verkochten de aardappeltelers 140.000 ton aardappelen via een commissionair aan andere groothandelsbedrijven, dat is ca. 8% van dit afzetkanaal. In 1971-1972 bedroeg dat nog ruim 11%. De commissiehandel speelt zich voornamelijk af op de landbouwbedrijven met middelgrote omzetten in Zeeland en in Noord-Brabant.

4.7 Opslagcapaciteit 1) op de agrarische bedrijven

Bewaarcapaciteit biedt de aardappeltelers de mogelijkheid de afzet over het seizoen te spreiden en zodoende gebruik te maken van de ontwikkelingen in de markt. Tegelijkertijd draagt de gezamenlijke opslagruimte bij aan een doelmatige fysieke distributie van de consumptieaardappelen vanaf het agrarische productiebedrijf tot aan de uiteindelijke bestemming.

In 1978 hadden 5676 bedrijven (dat is 1/3 van het totaal) de beschikking over bewaarcapaciteit voor in totaal 1,8 mln. ton consumptieaardappelen. Dit is gemiddeld 316 ton per bedrijf. Het blijken vooral de grotere agrarische bedrijven te zijn die over bewaarcapaciteit beschikken. Ook in relatie tot hun totale bedrijfsafzet hebben deze bedrijven veel opslagcapaciteit wat ze m.b.t. het moment van verkoop onafhankelijker maakt.

Tabel 4.8 Opslagruimte \times) vergeleken met de afzet af-boerderij (1978-1979)

	Alle bedr.	Bedr. ingedeeld naar tonnen afzet						e.m.
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	
% bedr. met opslagruimte	35%	5%	21%	25%	62%	84%	89%	85%
$\frac{\text{Opslagruimte}}{\text{Afzet af-boerderij}} \times 100\%$	77%	15%	33%	33%	70%	92%	86%	84%

\times) Gecorrigeerd voor consumptieaardappelen die door handels- en industriebedrijven in eigen beheer worden geproduceerd. Inclusief een beperkte hoeveelheid gehuurde opslagcapaciteit.

In Noord-Holland, Zeeland en Zuid-Holland beschikken resp. 41%, 46% en 43% van de aardappeltelers over bewaar ruimte die voldoende is voor achtereenvolgens 105%, 64% en 74% van de afzet af-boerderij in die regio's. In de IJsselmeerpolders (NOP en O.-Flevoland) heeft 90% van de bedrijven opslagruimte voldoende voor méér dan de regionale produktie van consumptieaardappelen.

Uitdrukkelijk zij nog vermeld dat de opslagcapaciteit is gekoppeld aan de afzet af-boerderij die van jaar tot jaar als gevolg van variaties in de oogstomvang sterk kan schommelen. De aardappelteler dient daarmee in principe rekening te houden bij het bepalen van de omvang van zijn opslagcapaciteit.

1) In de enquête is gevraagd naar de permanente opslagruimte met voorziening voor mechanische- en/of buitenluchtkoeling.

5. Prijsrelaties tussen producenten en hun afnemers

5.1 Ter introductie van dit hoofdstuk

De marktprijzen die in het seizoen 1978-1979 werden gerealiseerd, komen in dit hoofdstuk niet aan de orde. Ons onderzoek heeft daaraan slechts beperkte aandacht besteed. Alleen voor de aardappelen die door de telers direct aan de consumenten werden verkocht zijn vragen gesteld over de gerealiseerde prijzen. Dit aspect komt in bespreking in hoofdstuk 7 "verkoop direct aan de consument".

In dit hoofdstuk komen wel aan de orde de gebruikte prijsbepalingssystemen en de wijzen van uitbetaling. Met prijsbepalingssystemen worden de methoden bedoeld op basis waarvan aardappeltelers en afnemers zijn overeengekomen de feitelijke prijzen voor de consumptieaardappelen te zullen berekenen. De "wijze van uitbetaling" omvat een hoeveelheids- en een prijsaspect. Het hoeveelheidsaspect heeft te maken met de hoeveelheid aardappelen die uiteindelijk na tarrering in aanmerking komt voor uitbetaling. Het prijsaspect bedoeld aan te geven dat uitbetaling gedifferentieerd kan zijn naar kwaliteitsklassen en maatsorteringen.

Beide elementen maar met name de prijsbepalingssystematiek hangen nauw samen met de wijze waarop de verkoop van de aardappelen is geregeld. M.a.w. contractuele verkopen kennen andere prijsbepalingen dan vrije verkopen.

5.2 De wijzen van prijsbepaling

5.2.1 De verschillende prijsbepalingssystemen

Vijf prijsbepalingssystemen zijn gebruikelijk bij het handelsverkeer tussen aardappeltelers en hun afnemers t.w.: dagprijsnotering, vaste uitdrukkelijk genoemde prijs, middenprijsstelsel, basisprijsstelsel, prijs per perceel aardappelen.

Een nadere toelichting op ieder van deze prijsbepalingssystemen lijkt op zijn plaats. Op voorhand kan daarbij worden aangetekend dat met de keuze voor een bepaald systeem de aardappelteler en zijn afnemer zich vastleggen t.a.v. de verdeling van produktie- en marktrisico's over beide partijen.

— Bij het dagprijsstelsel 1) wordt een prijs overeengekomen die nauw gerelateerd is aan de heersende marktsituatie. In feite heeft deze prijsbepaling voornamelijk betrekking op transacties tot stand gekomen nadat de aardappelen zijn gerooid en er dus een reële markt is voor consumptieaardappelen. Ook veilingprijzen worden tot deze categorie gerekend. Het komt ook voor dat aardappelen, geleverd op grond van een contractuele verplichting, worden afge-

1) Het hier gehanteerde begrip dagprijs is ruimer dan het begrip dagmarkt dat in de praktijk van de aardappelhandel nogal eens wordt gebruikt en dat betrekking heeft op aardappelen die worden gekocht en binnen enkele dagen opgehaald.

rekend tegen een prijs die b.v. de coöperatieve afzetorganisatie voor de betreffende partij kan maken. Ook inbegrepen zijn die transacties waarbij een dagprijs is overeengekomen en verder is vastgelegd dat de aardappelen op afroep zullen worden geleverd waarbij afhankelijk van de periode die verloopt alsnog een bewaarvergoeding kan worden verstrekt.

— In geval van het vaste prijssysteem wordt er een prijs uitdrukkelijk in het contract genoemd. Het gaat hierbij om transacties die zijn afgesloten in een periode dat er nog geen reële markt bestaat voor de betreffende aardappelen. Het is zelfs mogelijk dat bij meerjarige contracten prijzen voor een aantal achter-eenvolgende jaren worden vastgelegd.

— Indien op basis van een middenprijssysteem (poolsysteem) wordt verkocht dan ontvangt de teler een voorschot en uiteindelijk een prijs die de resultante is van de commerciële activiteiten van de particuliere of coöperatieve groothandelspartner m.b.t. de aardappelen die de betreffende teler én andere deelnemende telers hebben ingebracht. Veelal wordt een jaarperiode opgedeeld in een aantal deelperioden (b.v. herfst, winter en voorjaar) waarvoor dan afzonderlijke middenprijzen resulteren. Soms geldt slechts één jaarpool. Dit middenprijssysteem wordt maar dat ligt een beetje voor de hand, gedifferentieerd per aardappelras. Het meest gebruikelijke is een poolsysteem voor het ras Bintje.

— Bij een basisprijssysteem wordt een bepaalde uitdrukkelijk genoemde prijs aan de teler gegarandeerd (soms voor meerdere jaren) waarbij dan bovendien is vastgelegd dat ingeval de aardappelen meer opbrengen, de teler van dat meerdere alsnog een bepaald deel zal ontvangen (b.v. 75% teler en 25% handelaar). Het eventueel meerdere kan worden berekend op basis van het verkoopresultaat van de betreffende afnemer of op basis van een gemiddelde van de beursnoteringen (b.v. van enkele regionale beurzen) in de betreffende periode. Ook dit systeem heeft evenals het middenprijssysteem een collectief karakter. Collectief d.w.z. de groothandelaar heeft de beschikking over het kwantum aardappelen dat door de deelnemende telers wordt ingebracht én alle partijen hebben belang bij een zo goed mogelijk eindresultaat.

— Een prijs per perceel aardappelen hoort bij verkoop te velde en omvat een vastgesteld bedrag voor een bepaald perceel aardappelen. Het overeengekomen bedrag wordt berekend op grond van schattingen t.a.v. de fysieke opbrengst en kwaliteit van het betreffende perceel en m.b.t. de marktontwikkeling. Het produktierisico gaat vanaf een bepaald moment over van de teler naar de afnemer.

De prijzen die op basis van de hier genoemde prijsbepalingssystemen zijn overeengekomen of berekend gelden (met uitzondering van de prijs per perceel en in mindere mate ook voor de dagprijs-overeenkomsten) in principe voor levering van het produkt direct na het rooien of op een tijdstip in het begin van de bewaarperiode. Feitelijke levering vindt vaak gespreid plaats over de bewaarperiode. Met het oog daarop is vrijwel altijd ook een zogenaamde bewaarstaffel overeengekomen. De daarin vastgelegde vergoedingen die cumulatief samenhangen met de lengte van de bewaarperiode op het bedrijf van de aardappelteler zijn bedoeld om de teler schadeloos

te stellen o.m. voor krimp, rentederving en de kosten van kiemremingsmiddelen. In feite ontvangt de teler in deze gevallen dus de overeengekomen prijs vermeerderd met de bewaarvergoeding.

Het voorgaande is lettend op het moment waarop de transactie tot stand komt, samengevat in tabel 5.1. Ook is aangegeven hoe belangrijk de onderscheiden wijzen van prijsbepaling zijn. De cijfers in de tabel leren ons dat de "Nederlandse aardappelteler" het risico van de aardappelmarkt voor een belangrijk deel van zijn afzet zelf wenst te dragen (61%). Voor ongeveer één kwart van de afzet heeft hij het marktrisico slechts ten dele aanvaard en/of gedeeld met andere telers en de onderneming waarmee hij de transactie heeft afgesloten (middenprijs- en basisprijssystemen). Slechts voor 15% tenslotte heeft de teler zich vastgelegd op een bepaalde uitdrukkelijk genoemde vergoeding en draagt de afnemer het risico van een ongunstige marktontwikkeling (en te gelijker tijd het voordeel van een gunstige marktontwikkeling).

Tabel 5.1 Prijsbepalingssystemen bij consumptieaardappelen 1978-1979

	<u>Overeengekomen</u>		Aantal be- trokken telers	Hoeveelheid aardappelen
	vóór de oogst	ná de oogst		
Dagprijs	x	xx	88%	61%
Vaste prijs	xx	.	8%	11%
Middenprijs	xx	x	12%	18%
Basisprijs	xx	.	4%	6%
Prijs per perceel	xx	.	3%	4%

xx = gebruikelijk

x = minder gebruikelijk

. = niet voorkomend

5.2.2 Prijsbepaling bij groepen van landbouwbedrijven

Er zijn interessante verschillen op dit punt tussen de groepen van landbouwbedrijven ingedeeld naar de omvang van hun jaarlijkse afzet. Deze verschillen vloeien grotendeels voort uit de omstandigheid dat naarmate de omzet van de bedrijven groter is, ook de betekenis van de contractuele afzet belangrijker wordt. Aangezien een aantal prijsbepalingssystemen uitsluitend of voornamelijk bij contractuele afzet voorkomt, ligt de verklaring voor de hand. Op de grotere bedrijven met jaarafzetten van 300 ton en meer wordt ongeveer de helft verkocht op een prijsbasis waarbij de risico's verbonden aan de marktontwikkeling op de een of andere wijze worden beperkt hetzij door spreiding van de transacties in de tijd (middenprijssysteem), hetzij door een meer of minder vergaande ver-

Tabel 5.2 Wijze van prijsbepaling bij groepen van landbouwbedr.

	Alle be- drijven	Bedrijven ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Totale afzet	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
w.v.op basis van:								
dagprijs	61	96	78	82	67	52	53	68 1)
vaste prijs	11	-	6	6	10	14	11	10
middenprijs	18	4	9	12	16	20	21	12
basisprijs	6	-	-	-	3	8	11	8
prijs per perceel	4	-	6	-	5	6	3	1

- 1) Incl. de hoeveelheden afkomstig van aardappelland in eigen beheer van groothandel en industrie die door ons zijn ingedeeld als "verkopen" tegen dagprijs.

deling van die risico's over verkoper en koper (vaste prijs, prijs per perceel en basisprijsstelsel). Op de kleinere bedrijven blijken de dagprijsverkoop in hoge mate te domineren.

We dienen ons overigens te realiseren dat er nogal wat bedrijven zijn die hun aardappels verdelen over transacties met verschillende prijsbepalingssystemen. Dit gaat vooral op voor de bedrijven met afzetten van 300 ton en meer. Een andere benadering is die waarbij we de bedrijven hebben ingedeeld naar de mate waarin ze hun aardappelen verkopen tegen dagprijzen. Uit de betreffende gegevens in tabel 5.3 blijkt dat slechts één derde van de bedrijven met een afzet van 300 ton en meer voor 100% tegen dagprijzen ver-

Tabel 5.3 Bedrijven ingedeeld volgens het % dagprijsverkoop

	Alle bedr.	Bedr. ingedeeld naar tonnen afzet						
		tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Alle bedrijven	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
waarvan met:								
- geen dagprijsverkoop	12	2	12	14	20	19	17	23
- dagprijsverkoop tot < 100% van de afzet	14	2	9	4	14	49	48	33
- dagprijsverkoop 100% van de afzet	74	96	79	82	66	32	35	44 1)

- 1) Inclusief handels- en industriebedrijven met eigen aardappelland.

kopen. Twee derdedeel van deze groep grotere bedrijven (afzet 300 ton en meer) spreidt het marktrisico voor zijn afzet of althans een deel ervan.

5.2.3 Prijsbepaling naar regio's en afnemers

Regionaal zijn er een aantal vermeldingswaardige verschillen. In Noord-Brabant en Limburg komt het middenprijsstelsel betrekkelijk weinig voor. Veel meer zien we hier en met name in Limburg het vaste prijsstelsel. Overeenkomsten waarbij een prijs per perceel wordt afgesproken zien we relatief veel in Zuid-Holland en Groningen en voorts zij het wat minder in Zeeland en Noord-Brabant.

Verkopen door telers aan consumenten en detaillisten gaan voor vrijwel 100% tegen een dagprijs. Bij de verkopen aan de particuliere aardappelgroothandel hebben de dagprijzen de overhand (69%) terwijl de coöperaties voor drie kwart op basis van middenprijsstelsel kopen. De verwerkende industrieën kopen voor driekwart tegen vaste prijzen en voor één kwart tegen dagprijzen. Tenslotte de tuinbouwveilingen die voor 100% tegen dagprijzen "kopen". Alles bijeengenomen is er nogal wat onderscheid tussen de categorieën van afnemers.

Wat de collecterende groothandel aangaat nog het volgende. De aankopen van de kleinere groothandelsbedrijven zijn voor een betrekkelijk groot deel op basis van een prijs per perceel. Aan de grootste groothandelsondernemingen wordt, naar verhouding veel verkocht op basis van vaste-, midden- en basisprijsstelsels.

5.3 De wijze van uitbetaling: hoeveelheid en prijs

5.3.1 Factoren die een rol spelen bij de uitbetaling

Er zijn nogal wat factoren die bepalen welke hoeveelheid aardappelen uiteindelijk voor uitbetaling in aanmerking komt en tegen welke nettoprijs. Het volgende overzicht illustreert welke regelingen zoal ter beschikking staan van de partijen die bij koop en verkoop zijn betrokken. In het ene geval wordt het zus geregeld, in het andere zo.

- a. regels om het percentage tarra vast te stellen;
- b. sorteerdroge levering en temperatuurvoorschriften, indien niet wordt voldaan aan de gestelde voorwaarden volgt een korting op de prijs;
- c. korting ingeval van veldgewaslevering (af-land);
- d. prijs afhankelijk van de grondsoort waarvan de aardappelen afkomstig zijn;
- e. uitbetaling volgens indeling naar maatsorteringen;
- f. prijskortingen afhankelijk van het % tarra;
- g. prijskortingen en prijspremies bij tarra van meer of minder dan een vastgelegd percentage;

- h. uitgangspunt voor uitbetaling: 50% van de knollen is 50 mm opwaarts, boetes en premies bij afwijkingen daarvan;
- i. nalevering geëist indien % tarra voor grond wordt overschreden;
- j. uitbetaling op basis van indeling van de aardappelen in kwaliteitsklassen.

Aan een tweetal aspecten willen we hier wat meer aandacht geven t.w. de uitbetaling naar kwaliteit en de uitbetaling naar maatsortering.

5.3.2 Uitbetaling naar kwaliteit

De verschillende in gebruik zijnde regelingen van uitbetaling naar kwaliteit hebben gemeen dat de aardappelen worden beoordeeld op een aantal kwaliteitseigenschappen. Op basis van die kwaliteitsbeoordeling vindt een indeling plaats in een kwaliteitsklasse. Voor de onderscheiden kwaliteitsklassen geldt een gedifferentieerd stelsel van prijzen.

Sinds 27 juli 1978 zijn er Algemene Modelvoorwaarden in werking getreden voor de "uitbetaling naar kwaliteit van consumptieaardappelen teler/collecteur". Deze modelvoorwaarden zijn vastgesteld door het Landbouwschap en de Vereniging ter Behartiging van den Nederlandsche Aardappelhandel (VBNA). De geleverde aardappelen worden volgens de daartoe strekkende technische voorschriften beoordeeld op blauwgevoeligheid, onderhuidse verkleuringen, glazigheid en onderwatergewicht. De beoordelingsresultaten op de onderdelen worden gecombineerd tot een kwaliteitsindex die doorslaggevend is voor de indeling in een kwaliteitsklasse. De kwaliteitsklassen zijn: I Extra, I, Basis en Afwijkend. Voor de kwaliteitsklassen I Extra en I gelden premies en voor de klasse Afwijkend een korting op de prijs die is overeengekomen voor de Basiskwaliteit.

Naast deze "officiële" regeling zijn er nog andere regelingen die tussen telers en collecteur onderling zijn overeengekomen. Die vertonen qua inhoud veel gelijkenis met de "officiële" regeling of zijn veel eenvoudiger van opzet en houden b.v. slechts rekening met blauw en blauwgevoeligheid.

Uit ons onderzoek in 1978/1979 is gebleken dat uitbetaling naar kwaliteit slechts voorkomt bij levering aan coöperatieve collecterende bedrijven en dan veelal alleen aardappelen die via het "poolsysteem" worden verkocht. Tussen de 300.000 en 400.000 ton 1) consumptieaardappelen werd op basis van kwaliteitsindeling uitbetaald dat is 14 à 21% van de afzet af-boerderij. Vooral de grotere agrarische bedrijven verkopen hun aardappelen op deze wijze.

1) Om onderzoektechnische redenen kon dit gegeven niet nauwkeuriger worden bepaald.

5.3.3 Uitbetaling naar maatsortering

De uitbetaling naar maat kent in de praktijk van de aardappelhandel verschillende uitingsvormen. Ter illustratie kunnen worden genoemd:

- 0 mm opwaarts;
- 30 mm opwaarts;
- 35 mm opwaarts;
- leesvoer, 0-35 mm, 35-50 mm en 50 mm opwaarts;
- leesvoer, 28-35 mm, 35-50 mm en 50 mm opwaarts.

Na tarrering wordt de geleverde partij aardappelen bemonsterd op maatverhouding. Zoals dat zojuist is aangegeven kan dat erg simpel zijn d.w.z. 0 mm opwaarts waarbij - dit ter verduidelijking - een prijs wordt uitbetaald per 100 kg aardappelen netto ongeacht de maatverhoudingen. Meer verfijnd zijn de laatstgenoemde indelingen waarbij de 35 mm opwaarts aardappelen nogeens in twee groepen worden gedeeld - de fijne en de grove maten - met ieder een eigen uitbetalingsprijs. Uit het LEI-onderzoek kwam naar voren dat 21% van de afzet af-boerderij op deze wijze werd ingedeeld en uitbetaald. Ongeveer 40% van de bedrijven met jaarafzetten van 300 ton en meer was daarbij betrokken voor de gehele afzet of althans een deel ervan. Het komt naar verhouding veel voor in de IJsselmeerpolders (NOP en O.-Flevoland).

In het voorgaande is er al op gewezen dat de grove en de fijne maten de laatste jaren een uiteenlopende prijsvorming hebben gehad. Dat is ook de reden dat de collecterende handel er toe overgegaan is reeds in het stadium teler-collecteur de aardappelen dienovereenkomstig uit te betalen.

6. De betekenis van de marktinformatie

6.1 Marktinformatie?

De prijs zorgt in het algemeen voor de afstemming van het aanbod op de vraag. Dit geldt zeker voor de aardappelmarkt waar de prijsvorming nog vrij kan plaatsvinden en niet is ingebed in een EEG-marktordening.

De prijsvorming op telersniveau waar toch die aanpassing van het aanbod zoveel mogelijk moet plaatsvinden, is in de loop der jaren verfijnder geworden. Aanvankelijk was er slechts de differentiatie naar grondsoort en aardappelrassen (deelmarkten), in later jaren ook die naar maatsortering en kwaliteitsklassen. Daarmede kwamen er voor de telers meer mogelijkheden van gerichte aanpassing; niet slechts de hoeveelheid maar ook de samenstelling naar maat en kwaliteit. Bijsturing van het aanbod in de richting van de verlangens van de verwerkende industrie, de detailhandel en de consument kwam binnen handbereik.

Deze regelingen gericht op een kwalitatieve aanpassing zijn vaak ingebouwd in contracten afgesloten tussen aardappeltelers aan de ene kant en collecterende handelsbedrijven en verwerkende industrieën aan de andere kant. In die contracten kunnen overigens veel andere zaken geregeld zijn zoals aardappelras, teeltvoorschriften, teeltbegeleiding, bewaarvoorschriften, etc. Zodoende vormen die contracten instrumenten met behulp waarvan noodzakelijke aanpassingen worden nagestreefd.

De doorzichtigheid van het marktgebeuren d.w.z. de productie en afzet, de afzetkanalen, de wijzen van afzet en de prijsvorming is bepalend voor de mate waarin de telers met hun aanbod reageren. Het is de marktinformatie die daarin toch een belangrijke rol zal moeten spelen. Vele vormen van marktinformatie staan de teler ter beschikking. Voor een samenvattende opsomming zij verwezen naar Jaarverslag 1978 van het Produktschap voor Aardappelen.

Het LEI heeft de geënquêteerde telers een aantal vragen over de marktinformatie voorgelegd. De eerste vraag luidde: "Acht U marktinformatie voor Uzelf als aardappelteler van belang?". Ongeveer 75% van de aardappeltelers geeft op deze vraag een positief antwoord. Vooral de aardappeltelers die grotere hoeveelheden aardappelen verkopen vinden marktinformatie belangrijk. Bij de opzet van het onderzoek hadden we verondersteld dat boeren die verkochten op basis van contractteelt en/of hun aardappelen afzetten via coöperatieve organisaties, minder belang zouden hebben bij marktinformatie. Deze veronderstelling wordt niet ondersteund door de onderzoekresultaten.

6.2 Welke marktinformatie, hoe wordt die verkregen en welke rol?

De antwoorden op de vraag "Van welke marktinformatie neemt U regelmatig kennis?" geven naar type van informatie het volgende beeld (in % van het totaal aantal aardappeltelers).

-% van de aardappeltelers krijgt informatie over.....
- 25% oogstramingen in Nederland en/of omliggende landen;
- 64% telersprijzen (b.v. noteringen regionale beurzen Goes, Emmeloord etc.);
- 29% ontwikkeling van de export;
- 17% voorraden aanwezig bij telers en handelaren;
- 39% groothandelsprijzen (b.v. beursnoteringen);
- 15% detailhandelsprijzen;
- 29% handelsactiviteiten op de termijnmarkt;
- 34% algemene informatie over de marktsituatie.

Uit het overzicht blijkt dat de aardappeltelers gemiddeld van 2 à 3 aspecten van marktinformatie kennis nemen. Het hoogst scoren de telersprijzen (64%) zoals die tot stand komen op de zogenaamde regionale beurzen, gevolgd door de noteringen op de Rotterdamse groothandelsbeurs (39%).

De verdeling van de antwoorden op de vraag "Op welke wijze krijgt U die marktinformatie?" is als volgt (ook weer in % van het aantal aardappeltelers):

- 32% radioberichten (evt. TV);
- 73% landbouwvakbladen;
- 18% voorlichtingsbladen van handel, coöperaties, industrie e.d.;
- 57% mondelinge informatie (collega's, bezoek beurs e.d.);
- 24% andere wijze (ANP-bulletin, dagbladen, prijsmelders bij veilingen).

De landbouwvakbladen vormen met elkaar de meest gebruikte bron van marktinformatie. Daarnaast speelt ook de mondelinge informatie een belangrijke rol.

Om een indruk te krijgen van de wijze waarop marktinformatie functioneert is de telers de vraag voorgelegd: "Speelde de marktinformatie een duidelijke rol bij beslissingen t.a.v. teelt en afzet in de afgelopen jaren?". Ongeveer 62% van de aardappeltelers beweert dat er geen duidelijke rol is. De verdeling van de positieve reacties op de onderdelen van de vraag was als volgt (bij beslissingen m.b.t. areaal,,...)

- 4% areaal consumptieaardappelen;
- 7% aardappelras(sen);
- 9% contractteelt of geen contractteelt;
- 4% de "keuze" van het prijssysteem;
- 20% het moment van verkoop;
- 6% de "keuze" van de afnemer;

- 7% verkoop aan consument ja dan nee;
- 1% andere aspecten.

Het hoogst scoort de invloed van de marktinformatie op beslissingen m.b.t. het moment van verkoop (20%).

Uiteindelijk blijkt 82% van de aardappeltelers van mening te zijn dat er voldoende marktinformatie is. Slechts 8% vindt van niet en nog eens 12% heeft zich daarover geen mening gevormd.

7. Verkopen direct aan de consument

7.1 Omvang van directe verkopen en betrokken aardappeltelers

Zoals uit tabel 7.1 kan worden afgeleid kwam in 1978-1979 ca. 38,5% van het gezinsverbruik aan consumptieaardappelen rechtstreeks vanaf het land beschikbaar 1). Dat is ongeveer 5% meer dan in 1971-1972. Daarbij moet worden aangetekend dat de rechtstreekse aankopen ongeveer op hetzelfde absolute niveau liggen, maar dat in de tussenliggende jaren het gezinsverbruik aan verse consumptieaardappelen nogal is teruggelopen.

Tabel 7.1 Directe afzet aan de gezinshuishoudingen

	Consumptieaardappelen	
	x 1000 kg	%
Totaal binnenlands verbruik	870.000	
waarvan:		
in: gezinshuishoudingen	770.000	100
Rechtstreeks vanaf het land beschikbaar:		
a. door verkoop vanaf land- en tuinbouwbedrijven	ca. 171.000	
b. eigen verbruik en naaste relaties van aard.telers	ca. 36.000	
c. afkomstig van niet-geïnventariseerde oppervlaktes	<u>ca. 90.000</u>	
	297.000	38,5

Bron: Totaal binnenlands verbruik 870.000 ton en 90.000 ton afkomstig van niet geïnventariseerde oppervlaktes zijn van Produktschap voor Aardappelen. De andere cijfers zijn uit LEI-onderzoek.

Welke agrarische bedrijven verkopen direct aan de consument? In tabel 7.2 wordt daarvan een indruk gegeven zowel voor 1978-1979 als voor 1971-1972. Het zijn vooral de aardappeltelers die

- 1) Het door ons berekende percentage stemt qua orde van grootte nauw overeen met dat (37%) berekend door het NIVAC in "Aardappelconsumptie in Nederlandse Gezinshuishoudingen. Voorjaar 1978".

slechts geringe hoeveelheden aardappelen beschikbaar hebben die dit afzetkanaal kiezen. Als de grotere aardappeltelers het doen dan gaat het meestal om een deel van hun afzet. Ongeveer de helft van de directe afzet aan de consument is afkomstig van bedrijven met een afzet van minder dan 100 ton; de andere helft van grotere bedrijven.

Tabel 7.2 De bedrijven die direct aan de consument verkopen

	Aantal bedrijven		Gem. afzet aan consumenten per landb. bedr.	
	1978-1979	1971-1972	1978-1979	1971-1972
Totaalaantal bedrijven	8.252	21.356	20 ton	8 ton
waarvan met totale afzet van:				
1 - 25 ton	3.824	18.345	6	4
25 - 50 ton	1.673	1.465	20	22
50 - 100 ton	969	650	25	31
100 - 300 ton	1.288	716	42	59
300 - 600 ton	398	} 180	51	} 20
600 - 1200 ton	97		72	
1200 ton en meer	3		25	

Tabel 7.2 illustreert ook dat het aantal kleinere bedrijven betrokken bij directe verkopen van de consument t.o.v. 1971-1972 sterk is ingekrompen; daarentegen zijn er thans veel meer grotere bedrijven die aan consumentenverkopen doen.

De cijfers in tabel 7.3 laten zien hoe belangrijk de consumentenverkopen zijn in het totaal van de afzet op de betreffende bedrijven. Allereerst wordt duidelijk dat iets meer dan de helft (51%) van de bedrijven die rechtstreeks aan de consument verkopen hun totale afzet daarop richten. Deze bedrijven dragen ook voor ongeveer de helft (47%) bij aan de directe afzet. Deze cijfers samengevat en gerelateerd aan de totale afzet aan consumptieaardappelen

Tabel 7.3 Bedrijven ingedeeld volgens het relatieve belang van consumentenafzet

	Totaal	Bedr. ingedeeld volgens % cons.verkoop					
		1-5%	5-25%	25-75%	75-95%	95-100%	100%
Aantal bedrijven	100%	11	17	15	6	1	51
Verkoop aan cons.	100%	2	10	27	11	3	47
Gem. verkoop aan consument p. bedr.	20 ton	4	12	36	39	80	18

len levert het beeld op van tabel 7.4. Uit deze tabel trekken we twee conclusies t.w. a. de "100% consument gerichte bedrijven" treffen we bepaald niet uitsluitend aan in de groep kleine bedrijven maar ook bij de grotere; b. naarmate de totale afzet groter is neemt het aandeel van de bedrijven met 100% consumenten-verkopen af.

Tabel 7.4 Bedrijven ingedeeld naar cons.verkoop als % van de totale afzet enerzijds en de totale afzet anderzijds

	Totaal Bedr.ingedeeld naar tonnen tot.afzet							
	bedr.	1-25	25/50	50/100	100/300	300/600	600/1200	1200 e.m.
Bedrijven die verkopen aan de consument	8252	3824	1673	969	1288	398	97	3
waarvan:	%	%	%	%	%	%	%	%
1- 25% v.totale afzet	28	6	31	41	61	83	85	100
25-100% v.totale afzet	21	11	24	49	25	12	15	-
100% v.totale afzet	51	83	45	10	14	5	-	-

Letten we nu tenslotte op de hoeveelheden aardappelen die per bedrijf direct aan de consument worden afgezet dan zien we dat 3/4 van de betreffende bedrijven minder dan 25 ton aan de consument afzetten en dat er toch nog heel wat bedrijven zijn die grote hoeveelheden (100 ton en meer) via dit afzetkanaal verkopen. Zie verder tabel 7.5.

Tabel 7.5 Bedrijven en verkopen ingedeeld naar afzet aan consument

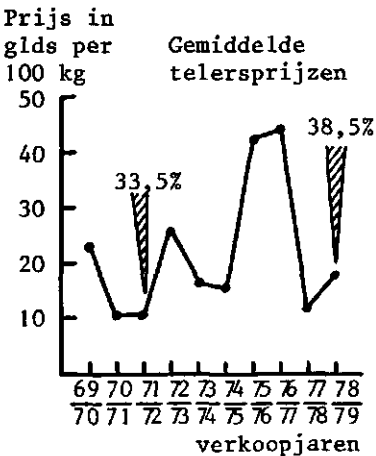
	Bedrijven		Verkoop → consument		Gem.p.bedr.
Totaal:	8252	100%	100%		20 ton
w.v. bedr. met ...					
ton afzet → consument					
tot 25 ton	6218	75	27		7
25 - 50 ton	1328	16	25		31
50 - 100 ton	446	5	20		71
100 - 300 ton	229	3	20		142
300 - 600 ton	31	1	8		429

7.2 Jaargebondenheid

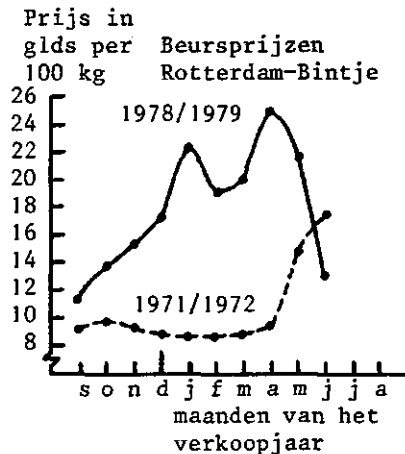
Een veelgehoord verhaal is dat de omvang van de directe ver- kopen aan de consument sterk bepaald wordt door de specifieke om- standigheden in een bepaald jaar. Ieder jaar in de aardappelsector is anders, zodat een cijfer betrekking hebbende op dat jaar niet zoveel zeggend zou zijn. Of: een cijfer over de directe afzet moet altijd worden gezien tegen de achtergrond van het totale marktge- beuren in de sector. We zullen daarom het cijfer van 1978-1979 (38,5% van het binnenlands verbruik) en dat van 1971-1972 (33,5%) plaatsen in het marktbeeld van die twee jaren.

Figuur 7.1 Prijsbeeld van consumptieaardappelen

a. Prijsontwikkeling in de jaren 1969-1979



b. Seizoenbeeld prijzen 1971/72 en 1978/79



In figuur 7.1a is de ontwikkeling weergegeven van de gemid- delde telersprijzen in de periode 1969-1979. Het prijsniveau in 1978-1979 is hoger dan dat in het jaar 1971-1972. Een voorzichtige conclusie zou mogen zijn dat in geval van hoge prijzen de consu- ment meer geneigd is "de boer op te gaan" dan in een periode van lage prijzen. Het beeld in figuur 7.1b ondersteunt deze conclusie. Immers, in 1978-1979 lopen de aardappelprijzen vanaf het begin van de oogst meteen sterk op tot een relatief hoog niveau in december en januari. Vanuit de markt worden de consumenten geprikkeld tot aankopen bij de aardappelteler juist in de periode dat men winter- aankopen doet. En die winteraankopen vormen het leeuwedeel van de directe aankopen bij de teler!

We hebben deze probleemstelling ook voorgelegd aan de door ons geënquêteerde aardappeltelers en hebben hun gevraagd: "Hoe verlopen Uw verkopen aan de consument in een seizoen met hoge aardappelprijzen?" De verdeling van de antwoorden op deze vraag is veelzeggend, want niet minder dan 61% van de aardappeltelers is van mening dat bij hoge aardappelprijzen meer en in sneller tempo aan consumenten wordt verkocht. Veelzeggend ook omdat de antwoorden een uitdrukking vormen van de eigen ervaring van de aardappeltelers.

Verloop van consumentenverkopen bij hoge aardappelprijzen	
weet niet	6% van de telers
geen verschil	33% van de telers
meer en/of sneller	61% van de telers
minder en/of trager	-

7.3 Actieradius en meest gebruikelijke hoeveelheid

Verkopen direct aan de consument komen in alle produktiegebieden voor en kunnen regionaal gezien dan ook als een algemeen voorkomend verschijnsel worden aangemerkt. Een zinnige vraag is: Wie kopen er op het landbouwbedrijf? Zijn dat mensen van het platteland of wonen ze in de steden?

Om daar wat meer inzicht 1) in te krijgen, is aan de telers de vraag voorgelegd: "Weet U welk deel van Uw verkopen aan de consument gaat naar gezinnen binnen een afstand van 5 km rond Uw bedrijf?" Uit de verdeling van de antwoorden blijkt dat het merendeel van de telers verkoopt aan gezinnen in de "directe" omgeving en dat betekent meestal gezinnen uit plattelandsgemeenten. Uit

Deel van consumentenverkopen binnen afstand van 5 km	
1 - 25%	9% van de telers
25 - 50%	5% van de telers
50 - 75%	18% van de telers
75 - 100%	65% van de telers
weet niet	3% van de telers

het onderzoek is overigens gebleken dat vrijwel alle boeren die direct aan de consument verkopen, dat doen op of vanuit het eigen bedrijf. Daarbij inbegrepen is een flink aantal gevallen dat de

- 1) Het NIVAC concludeert op grond van onderzoek: "Het zijn vooral de huishoudens in de agrarisch-gebonden gemeenten die de aardappel direct van de teler betrekken". Zie: Aardappelconsumptie in Nederlandse gezinshuishoudingen 1978.

gehele wintervoorraad (enkele honderden kilo's) in eens bij de mensen wordt thuisbezorgd. Slechts een gering percentage (6%) wordt uitgevent danwel via een marktplaats verkocht.

De hoeveelheden die de consumenten per keer aankopen lopen nogal uiteen: van 10 kg tot enkele honderden kilo's tegelijk. De informatie van de telers dienaangaande illustreert dat. Dit in antwoord op de vraag: "Welke is de meest gebruikelijke hoeveelheid die de klanten per keer bij U afnemen?" In het Noorden en Oosten

Meest gebruikelijke hoeveelheid per keer door consumenten aangekocht	
1 - 25 kg	34% van de telers
26 - 99 kg	23% van de telers
100 kg en meer	37% van de telers
niet bekend	5% van de telers

van het land wordt relatief veel in grotere hoeveelheden per keer per klant verkocht. Zo geeft 50% van de betrokken telers in Groningen en Friesland te kennen dat bij hun de meest gebruikelijke hoeveelheid ligt boven de 100 kg (!) In Gelderland en Overijsel is dat zelfs 60%. In de andere gebieden ligt het accent veel meer op de kleinere hoeveelheden.

7.4 Verdeling van de verkopen over het seizoen

Het zwaartepunt van de consumentenaankopen bij de telers ligt in de eerste maanden na de oogst. Iets meer dan 100.000 ton aardappelen dat is 63% van de aankopen bij telers valt in die periode. We mogen ervan uitgaan dat de aankopen bij de detailhandel veel gelijkmatiger zijn. Het voorgaande zou betekenen dat in totaal de aankopen van consumptieaardappelen seizoenmatig ongeveer het beeld vertonen van figuur 7.2. Het zijn de eerdergenoemde aankopen van wintervoorraden die de "bobbels" veroorzaken in de herfstperiode.

Figuur 7.2 Seizoenverloop aankopen consumptieaardappelen door consumenten



Uit de cijfers in tabel 7.6 kunnen voorts de volgende conclusies worden getrokken:

- a. vrijwel alle betrokken aardappeltelers (97%) verkopen in de herfstperiode. Daarbij inbegrepen zijn de eerdergenoemde verkopen voor wintervoorraad hetgeen mede verklaart dat 63% van de verkopen aan de consument in deze periode valt. Ook het seizoengemiddelde ligt daardoor met 13 ton vrij hoog.
- b. vrij veel bedrijven verdelen hun verkopen over een langere periode; 61% verkoopt nog in de periode januari tot april/mei en 22% zelfs nog daarna. Na december wordt nog ongeveer 31% van de consumentenverkopen gedaan.
- c. verkoop van vroege aardappelen aan de consument vindt plaats op een kwart van de bedrijven.

Tabel 7.6 Verdeling van de verkopen aan de consument over het seizoen

	Betrokken bedrijven		Verkochte aardappelen		Gem. per bedrijf
	aantal	%	tonnen	%	
Totale verkopen	8.372	100	169.989	100	20 ton
waarvan:					
vroege seizoen	1.988	24	9.813	6	5
augustus t/m december	8.152	97	106.063	63	13
januari - april/mei 1)	5.072	61	44.523	26	9
late seizoen	1.857	22	8.189	5	4

- 1) De LEI-enquête is gehouden in april en mei 1979. De vraagstelling betref de periode januari tot moment van enquête en nã het moment van de enquête!

7.5 Het "waarom" van de directe verkopen

Het "waarom" van de consumentenverkopen hebben wij voorgelegd aan de aardappeltelers zelf. Hun is een aantal argumenten voorgelegd en gevraagd aan te geven welke op hun situatie van toepassing waren. Daarbij mochten ze meerdere argumenten tegelijk kiezen. De argumenten en het percentage van de betreffende aardappeltelers zijn als volgt:

- mijn beschikbare arbeid kan ik zo beter benutten	16%
- ik maak zo een hogere prijs	48%
- mijn hoeveelheden aardappelen zijn niet interessant voor andere afnemers	20%
- ik heb een vaste kring van afnemers, die ieder jaar op mij rekenen	70%
- mijn bedrijf is erg gunstig gelegen voor directe verkopen	28%

Twee motiveringen springen eruit nl. "de vaste kring van afnemers" met 70% (!) en "een hogere prijs" met 48% van de telers. Het aspect van de hogere prijs komt in de volgende paragraaf uitvoerig aan de orde. Hier nog een enkele kanttekening bij de vaste kring van afnemers. Ook hieruit blijkt immers dat het geen incidenteel gebeuren maar grotendeels een vaste gewoonte is, niet alleen bij de aardappeltelers maar ook bij de consumenten. In die richting wijst ook het feit dat ca. 80% van de betrokken telers aangeeft reeds gedurende 6 of meer achtereenvolgende jaren dit afzetkanaal te gebruiken.

Interessant is het te bezien hoe de verdeling van de argumenten is bij groepen van telers ingedeeld naar het % consumentenverkoppen in de totale afzet. De "100%-bedrijven" vertonen een beeld dat vrijwel geheel aansluit bij het gemiddelde beeld voor alle bedrijven. Eén uitzondering: het argument "geen andere afnemers" komt betrekkelijk veel voor. Dat is aannemelijk omdat deze groep nogal wat bedrijven omvat met geringe afzetten. Bij de andere groepen waar de consumentenverkoppen procentueel veel geringer zijn speelt dit argument uiteraard nauwelijks een rol. "Een vaste kring van afnemers" is bij alle groepen van bedrijven even belangrijk. "Een hogere prijs" scoort hoog bij telers die weliswaar geen 100% maar toch wel een aanzienlijk percentage verkopen aan de consument. Voor het overige verwijzen we naar tabel 7.7.

Tabel 7.7 Argumenten voor verkopen direct aan de consument

	Alle bedr.	Bedr. ingedeeld naar % cons.verkopen				
		1-5%	5-25%	25-75%	75-100%	100%
Betreff. aard.telers	100%	100%	100%	100%	100%	100%
betere arb.benutting	16	8	13	12	63	14
hogere prijs	48	32	41	70	90	44
geen andere afnemers	20	-	-	9	30	34
vaste kring afnemers	70	74	73	75	66	69
gunstige ligging	28	4	13	38	76	30
andere redenen.....	15	13	20	18	10	12

Tenslotte nog een enkel woord over de leeftijd van de aardappeltelers in relatie tot hun consumentenverkoppen. Het argument "betere arbeidsbenutting" wordt wat vaker genoemd door oudere boeren (50+) hetgeen evenzeer geldt voor het motief "hogere prijs". "Een vaste kring afnemers" is gelijkmatig verdeeld over de leeftijdsgroepen waarbij inbegrepen die van de jongere boeren (35 jaar en jonger). Dit kan een aanwijzing zijn voor continuïteit van consumentenverkoppen in de komende jaren. Dit te meer daar 8% van de betrokken aardappeltelers jonger is dan 35 jaar wat vergelijkbaar is met het aandeel (9%) van deze leeftijdsgroep in het totaal der aardappeltelers.

7.6 Verschillen in verkoopprijzen naar ras en seizoen

7.6.1 Ter inleiding

Aan de telers is gevraagd bij benadering aan te geven tegen welke prijzen zij de aardappels aan de consumenten verkochten. Daarbij moest worden aangegeven binnen welk prijsstraject de berekende prijzen zich bevonden en om welke hoeveelheden het ging. Dit alles gedifferentieerd naar aardappelras en naar seizoen.

De gebruikte prijsstrajecten liepen van 10-14 cent, 15-19 cent, 20-24 cent en zo verder oplopend steeds met 5 cent (per kg produkt). Bij de verdere berekeningen en analyses is gewerkt met de gemiddelden van deze trajecten t.w. 12, 17, 22 en zo verder ook weer oplopend met 5 cent.

Het gehele verkoopseizoen is opgedeeld in vier perioden t.w. het vroege seizoen 1978, de periode augustus tot december 1978, de periode januari 1979 - april/mei en de periode april/mei tot de afloop van het seizoen. Wat betreft de twee laatst genoemde periodes zij nog vermeld dat geen eenduidige scheiding tussen die twee kan worden aangegeven. Gevraagd is naar de verkopen in de periode januari tot het moment van de enquête en de te verwachten verkopen na dat moment. Aangezien de enquête werd gehouden in de maanden april en mei 1979, kan dus geen nauwkeurige scheidslijn worden aangegeven.

Tijdens de enquête is steeds gevraagd naar het aardappelras. Bij de uiteindelijke verwerking is gekozen voor de benoeming van een negental rassen t.w. de vroege rassen Doré, Eersteling en Lekkerlander en de latere rassen Bintje, Meerlander, Irene, Eigenheimer, Surprise en Pimpernel. De niet uitdrukkelijk genoemde rassen zijn ingedeeld in de groepen "overige vroege rassen" en "overige latere rassen".

7.6.2 Verdeling van de aardappelrassen over het seizoen

De rasverdeling van het totale kwantum aardappelen door de telers verkocht aan de consument (ca. 170.000 ton) is zoals aangegeven in het navolgende overzicht. Dit is uiteraard inclusief de aardappelen die op het moment van de enquête nog niet verkocht waren.

Tabel 7.8 Rasverdeling consumentenverkopen

Vroege rassen	:	1. Doré	2,9	} 9%
		2. Eersteling	1,0	
		3. Lekkerlander	1,2	
		4. overige vroege rassen	3,9	
Latere rassen	:	5. Bintje	47,8	} 91%
		6. Meerlander	5,8	
		7. Irene	17,1	
		8. Eigenheimer	5,8	
		9. Surprise	6,1	
		10. Pimpernel	2,8	
		11. overige latere rassen	5,6	

De spreiding van de verkopen over het seizoen is reeds eerder aan de orde geweest. Hier moet nog worden opgemerkt dat het beeld voor de onderscheiden rassen nogal uiteenlopend is. De vroege rassen worden uiteraard geconcentreerd verkocht in het vroege seizoen (met een uitloop in de periode augustus → december). De verdeling van de latere rassen is als volgt (tabel 7.9). Geconcludeerd mag worden dat de verkopen van alle genoemde rassen zich concentreren in de eerste maanden na de oogst. Dat geldt heel sterk bij de laatste drie genoemde rassen. Opmerkelijk is verder dat van de rassen Bintje, Meerlander(!) en Irene (!) een relatief groot deel ook nog in het late seizoen wordt afgezet.

Tabel 7.9 Verdeling van de verkoop van latere aardappelrassen over het seizoen

	Perioden		
	aug.-dec.	dec.-april/mei	april/mei →
Bintje	64%	31%	5%
Meerlander	55%	33%	12%
Irene	60%	31%	9%
Eigenheimer	87%	13%	-
Surprise	83%	16%	1%
Pimpernel	78%	17%	5%

7.6.3 Prijzen naar ras en seizoen

Op grond van de verzamelde gegevens zijn gemiddelde prijzen berekend per ras en per seizoen. De cijfers zijn weergegeven in tabel 7.10.

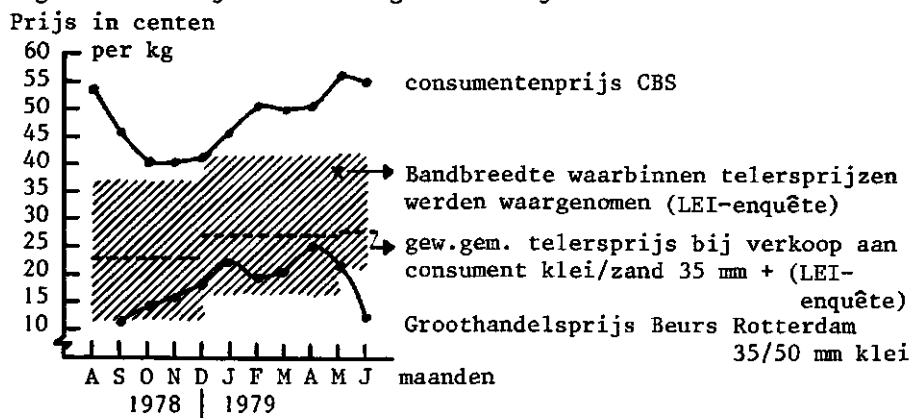
Tabel 7.10 Prijzen in centen per kg van aardappelen verkocht aan consument 1978-1979

	Gewogen gem. prijs	Uiterste waarnemingen	Gew.gem.prijzen per seizoen			
			vroeg dec.	aug.-dec.	jan.-mei	mei →
Doré	41	17/72	43	36	-	-
Eersteling	53	22/77	58	30	-	-
Lekkerlander	35	22/62	39	31	-	-
Overige vroege rassen	29	22/72	33	25	-	-
Bintje	24	12/42	-	23	27	28
Meerlander	31	27/42	-	30	32	32
Irene	32	12/52	-	30	32	37
Eigenheimer	38	12/52	-	37	44	-
Surprise	29	22/32	-	30	27	32
Pimpernel	25	22/42	-	24	27	35
Overige latere rassen	33	22/72	46	37	24	22

Uit het beschikbare materiaal kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De gewogen gemiddelde prijzen voor de vroege rassen liggen in het algemeen hoger dan die van de latere rassen. Dit geldt met name voor Doré en Eersteling.
- Van de latere rassen liggen de prijzen van Meerlanders, Irene en Eigenheimers (!) hoger dan die van Bintjes.
- De uiterste waarnemingen geven aan dat er nogal wat spreiding is rond de berekende gemiddelde prijzen. Die spreiding is het minst groot bij Meerlanders (15 cent per kg) en bij Surprise (10 cent) en het grootst bij de vroege rassen Doré (55 cent) en Eersteling (55 cent). De spreiding wordt ten dele veroorzaakt door het verloop van het seizoen en door het feit dat prijzen zijn waargenomen van zand- en kleiaardappelen (prijsniveaunderschillen!).
- Voor de onderscheiden seizoenen zijn gemiddelde prijzen berekend. Twee conclusies: de vroege aardappelen worden goedkoper en de latere rassen duurder naarmate het verkoopseizoen vordert. De telers lijken de ontwikkeling in de markt te volgen. De beursnoteringen in Rotterdam vertonen in 1978-1979 een stijgende lijn voor Bintje, Irene en Eigenheimer. Een nadere verklaring kan verder zijn dat voor de aardappelen in het begin van het seizoen verkocht minder kosten worden gemaakt op het boerenbedrijf dan voor de later verkochte aardappelen.
- Het niveau van de prijzen die de telers de consumenten in rekening brengen ligt op ca. 130% van de Rotterdamse beursnoteringen. Voor Bintje was in 1978-1979 de gemiddelde beursnotering f 18,57 tegen een LEI-enquêteprijs van f 24,29, voor Irene resp. f 24,50 (Rotterdam) en f 31,63 (LEI) en Eigenheimer resp. f 27,47 en f 37,89. Alle genoemde prijzen per 100 kg.
- De prijzen die de telers vragen liggen in het algemeen tussen de gemiddelde groothandelsprijzen en de gemiddelde detailhandelsprijzen. Figuur 7.3 illustreert dat.

Figuur 7.3 Prijsontwikkeling voor Bintje 1978-1979



7.7 Toekomstige ontwikkeling van directe verkopen

Hoe zullen de directe verkopen zich in de komende jaren ontwikkelen? Als we de lijn doortrekken van de voorbije jaren dan zal de consumentenverkoop mogelijk op gelijk niveau blijven en in verhouding tot het binnenlands verbruik aan verse aardappelen (bij verdere daling) wellicht nog kunnen groeien. Weliswaar vermindert het aantal "kleine" aardappeltelers maar daar staat tegenover dat meer grote bedrijven zich zijn gaan bezighouden met directe verkopen. Ook de leeftijdsopbouw wijst in de richting van op zijn minst handhaving van een gelijk niveau. Het is bepaald niet zo dat uitsluitend of vooral oudere boeren zich bezighouden met consumentenverkopen. Verder mag er in dit verband op worden gewezen dat de afstand tussen "burger" en "boer" steeds kleiner wordt en het kopen van voedingsmiddelen dicht bij de oorsprong makkelijker. Tenslotte is het zinvol de aardappelteler zelf aan het woord te laten. Aan hem hebben we de vraag voorgelegd: "Hoe denkt U over de toekomstige ontwikkeling van directe verkopen". Daarbij had hij de keus tussen een viertal antwoordmogelijkheden. Telers die zelf aan consumenten verkopen verschillen in hun opvattingen niet zo erg van telers die dat niet doen. Zie tabel 7.11.

Tabel 7.11 Meningen over de toekomstige ontwikkeling van directe verkopen

	Betrokken aard.telers	Niet-betrokken aard.telers
a. goede kansen	46%	44%
b. zal geleidelijk betekenis verliezen	32%	20%
c. zal over enkele jaren geen rol meer spelen	7%	10%
d. geen mening	15%	26%
Totaal	100%	100%

8. Contractuele regelingen voor produktie en afzet

8.1 Ter inleiding

De overeenkomst die de teler voor de verkoop van zijn aardappelen met de koper aangaat, wordt niet altijd maar wel vaak schriftelijk vastgelegd. Die schriftelijke vastlegging kan verschillende vormen aannemen t.w.:

- a. De koopbevestiging waarin de belangrijke bepalingen van de transactie worden gespecificeerd (hoeveelheid, ras, prijs etc.). Veelal worden op de betreffende transactie van toepassing verklaard de algemene handelsvoorwaarden consumptieaardappelen teler-handelaar zoals vastgesteld door de VBNA en het Landbouwschap. Het komt ook voor dat de betreffende koper "eigen" algemene voorwaarden heeft voor de transacties met telers. Koopbevestigingen worden in het algemeen gebruikt voor transacties rond of nā het moment van de oogst en dan gedurende het gehele bewaarperiode.
- b. Het reglement van een aardappeltelersvereniging (coöperatief en particulier) meestal aangevuld met een z.g. inventarisatieformulier waarin de teler te kennen geeft wat hij wenst te leveren. In het reglement zijn de verplichtingen en rechten opgenomen van de teler als lid van de betreffende aardappeltelersvereniging.
- c. Het (teelt)contract waarin de overeengekomen zaken zijn vastgelegd voor de teelt en levering van consumptieaardappelen. Zo'n contract wordt meestal opgemaakt vóór of omstreeks het moment waarop de pootaardappelen worden gepoot. Op deze contracten kunnen van toepassing worden verklaard de "Algemene Modelvoorwaarden voor de contractteelt van aardappelen" vastgesteld door de VBNA, het Landbouwschap en de NKTV.

Het voorgaande kan schematisch en bij wijze van samenvatting als volgt worden weergegeven. In het vervolg van dit hoofdstuk richten we ons op de contractuele verkopen (contractteelt en ver-

Figuur 8.1 Mondelinge en schriftelijke overeenkomsten tussen telers en hun afnemers

	Contractuele verkopen	Vrije verkopen
- mondelinge overeenkomst	x	xx
- schriftelijke overeenkomst		
- koopbevestiging	x	xx
- reglement telersvereniging	xx	-
- (teelt)contract	xx	-

xx = gebruikelijk; x = minder gebruikelijk; - = niet voorkomend

kopen te velde, zie hoofdstuk 4), die voor 90% schriftelijk zijn vastgelegd. Daarbij beperken we ons tot de relaties tussen telers en hun afnemers. Buiten beschouwing blijven dus de hoeveelheden aardappelen die door collecterende handel en industrie in eigen beheer worden geteeld (gehuurd land en eigen landbouwbedrijf).

8.2 Aard van de contractuele relaties

In totaal waren er in 1978-1979 ongeveer 4360 "relaties" waarbij 916.000 ton consumptieaardappelen contractueel werd afgezet. Als we deze contracten met de bijbehorende hoeveelheden indelen naar het moment waarop de overeenkomst is aangegaan, dan ontstaat het volgende beeld (tabel 8.1). Het overgrote deel van de contracten werd afgesloten op een moment vóór het uitpoten of daaromtrent. Hierbij inbegrepen zijn de op basis van statuten of aandelen verplichte leveranties aan coöperatieve afzetverenigingen. De andere contracten betreft "verkopen te velde" waarbij voor het merendeel een prijs per perceel werd overeengekomen.

Tabel 8.1 Aard van de contractuele relaties

	Relaties		Hoeveelheden consumptieaardappelen	
Totaal	4360	100%	916.412	100%
waarvan 1):				
afgesloten vóór 31 mei 1978	3525	81%	736.511	80%
afgesloten ná 31 mei 1978	795	18%	168.837	18%

- 1) Van een aantal relaties was het moment van afsluiten niet bekend, deze zijn in dit overzicht niet ingedeeld.

Regionaal zijn er wat dat laatste betreft nogal grote verschillen. Relatief veel verkopen te velde in Groningen (29%), Noord-Holland (26%) en Zuid-Holland (43%). In laatstgenoemde provincie wordt veel verkocht tegen een prijs per perceel.

Gelet op de landbouwbedrijven ingedeeld naar jaarafzetten consumptieaardappelen is er niet zoveel verschil in verdeling der contracttypen. Het enige opmerkelijke is dat de verkopen te velde veel voorkomen op de middelgrote bedrijven.

Van de 4360 contractuele relaties was het overgrote deel (90%) afgesloten met particuliere en coöperatieve groothandelsbedrijven. Ca. 6% van de overeenkomsten werd aangegaan met industrieën en nog eens 4% met agrarische producenten, d.w.z. collega boeren. Deze laatste contracten bestonden uit verkopen te velde, welke overigens sterk geconcentreerd voorkomen in transacties met de particuliere collecterende handel als contractpartner.

8.3 Enkele belangrijke contractbepalingen

8.3.1 De inhoud van de contracten in het algemeen

Er is een grote mate van overeenkomst in de gebruikte contracten wat betreft de zaken die worden geregeld (de invulling van die zaken loopt uiteraard uiteen). Om welke zaken gaat het zoal? Het is nuttig op dit punt de Algemene Modelvoorwaarden voor de contractteelt van aardappelen te laten spreken. In een teeltcontract moeten ten minste worden vermeld:

- a. naam van partijen en eventuele tussenpersoon;
- b. vermelding dat de algemene modelvoorwaarden van toepassing zijn;
- c. ras en oppervlakte welke worden gecontracteerd;
- d. de grondsoort en het betreffende perceel;
- e. de sortering en de kwaliteit bij aflevering alsmede de vaststellingswijze;
- f. plaats, tijd en wijze van tarrering;
- g. de prijs en de wijze van prijsbepaling;
- h. plaats, tijd en wijze van levering;
- i. tijd en wijze van betaling.

Ook in de reglementen van telersverenigingen zullen deze zaken zijn geregeld. Hetzelfde geldt voor overeenkomsten waarvoor koopbevestigingen zijn afgegeven waarop de Algemene Handelsvoorwaarden van toepassing zijn verklaard. Dat laatste was trouwens ook de reden dat veel van de hierboven genoemde aspecten eerder reeds aan de orde zijn gesteld, los van de contractuele verkopen. Ook bij de z.g. "vrije" verkopen worden dit soort zaken normaliter geregeld. In deze paragraaf aandacht voor een tweetal aspecten nl. de bepalingen t.a.v. de te leveren hoeveelheden en de bepalingen t.a.v. de prijsbepaling.

8.3.2 Contractbepalingen over de hoeveelheden

De contractuele bepalingen over de te leveren hoeveelheden zijn in te delen in een drietal hoofdgroepen met ieder 3 of 4 subgroepen:

- a. koppeling aan de opbrengst van bepaalde oppervlakte, waarbij bepaald kan zijn:
 - aantal hectares consumptieaardappelen, eventueel van zeker ras;
 - alle op het bedrijf geteelde consumptieaardappelen (+ aantal ha);
 - alle op het bedrijf geteelde aardappelen van zeker ras (+ aantal ha);
 - totale opbrengst van bepaald perceel.
- b. aantal tonnen consumptieaardappelen nader bepaald door:
 - hoeveelheid bruto-produkt;
 - hoeveelheid netto-produkt 0 mm opwaarts;
 - hoeveelheid netto-produkt 30 of 35 mm opwaarts.

c. aantal tonnen gekoppeld aan aandelenbezit door lidmaatschap van aardappelteelersvereniging (b.v. 15 ton of 25 ton netto per aandeel):

- hoeveelheid bruto-produkt;
- hoeveelheid netto-produkt 0 mm opwaarts;
- hoeveelheid netto-produkt 30 of 35 mm opwaarts.

Uit ons onderzoek is gebleken dat het merendeel van de contractuele bepalingen zich richt op een oppervlakte consumptieaard-appelen (ca. 60%). Voor een belangrijk deel is in deze gevallen het aantal hectares vastgelegd, terwijl voor een ander deel is vastgelegd dat alle op het bedrijf geteelde consumptieaardappelen moeten worden geleverd. Hierbij valt met name te denken aan de reglementen zoals die door enkele coöperaties worden gehanteerd. In die gevallen dat het aantal tonnen is vastgelegd (b en c), had dat voor ongeveer een derde deel betrekking op netto-hoeveelheden 0 mm opwaarts en voor ca. twee derde deel op netto-hoeveelheden 30 of 35 mm opwaarts.

Tabel 8.2 Contractbepalingen over te leveren hoeveelheden 1)

	Contract- bepalingen		Gekoppelde hoeveelheden	
Totaal	5400	100%	1.127.830	100%
waarvan gericht op:				
a. opbrengst van bepaald areaal	3207	59%	699.451	62%
b. aantal tonnen	1297	24%	260.478	23%
c. aantal tonnen x aandelen	896	17%	167.901	15%

1) In een aantal contracten was zowel a als b geregeld. Sommige bedrijven hebben meer contracten. Het aantal contractbepalingen en bijbehorende hoeveelheden is daardoor groter dan de cijfers in tabel 8.1.

8.3.3 Contractbepalingen over de prijzen

In tabel 8.3 is de verdeling van prijsbepalingssystemen weergegeven. Voor een nadere uiteenzetting van die systemen zij verwezen naar hoofdstuk 5. Het midden- en basisprijssysteem overweegt met resp. 42% en 14% = 56% van de gecontracteerde hoeveelheden. De vaste prijsregeling omvat 26% en de perceelsprijs 11% van de hoeveelheid. In 1971-1972 waren die percentages resp. 60, 23 en 14. T.a.v. de dagprijsregeling moet nog worden opgemerkt dat hierbij inbegrepen zijn aan coöperaties geleverde rassen waarvoor geen "pool" is ingesteld en de hoeveelheden die worden geleverd boven het gecontracteerde kwantum.

Tabel 8.3 Contractbepalingen over de prijzen

	Contract- bepalingen		Gekoppelde hoeveelheden	
Totaal	4992	100%	920.163	100%
waarvan:				
- middenprijs	1940	39%	389.112	42%
- basisprijs	530	11%	130.110	14%
- vaste prijs	1357	27%	241.324	26%
- prijs per perceel	564	11%	97.922	11%
- dagprijs	588	12%	54.428	6%

In de onderscheiden regio's zijn er nogal wat verschillen. Zo wordt het vaste prijscontract veel gebruikt in Noord-Brabant en Limburg. De perceelsprijs komt veel voor in Zuid-Holland, Zeeland en Noord-Brabant.

In tabel 8.4 zijn tenslotte nog gegevens vermeld voor de groepen van bedrijven ingedeeld naar jaarafzetten. Het middenprijs-systeem komt over de hele linie voor, wat ook geldt voor de vaste prijzen. Het basisprijsstelsel treffen we vooral aan op de grotere bedrijven. De prijs per perceel vooral op de middelgrote bedrijven.

Tabel 8.4 Contractbepalingen over prijzen op landbouwbedrijven naar afzet

	Bedrijven ingedeeld naar tonnen jaarafzet						
	tot 25	25/ 50	50/ 100	100/ 300	300/ 600	600/ 1200	1200 e.m.
Totale contractuele afzet	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
waarvan op basis van							
- middenprijs	geen	43	66	47	38	45	39
- basisprijs	con-	-	-	8	13	20	23
- vaste prijs	trac-	27	34	29	28	20	30
- prijs per perceel	ten	30	-	13	12	8	3
- dagprijs		-	-	3	9	4	5