

Onderzoek naar de afzet van zoete kersen in Nederland

Februari 2004

Samengesteld door Lisette van Rossum

In opdracht van Fruitmasters, The Greenery en NFO

Inhoudsopgave	Pagina
Inhoudsopgave	2
Samenvatting	3
1. Inleiding	4
2. Opzet van het onderzoek	4
3. Resultaten van het onderzoek	5
3.1 Marktinformatie	5
3.1.1 Productie Nederland	5
3.1.2 Nederlandse import en export	5
3.1.3 Europese productie	5
3.2 Ontwikkelingen veredeling	6
3.3 Kersenteelt	6
3.3.1 Ondervragen telers	6
3.3.2 Respons	6
3.3.3 Bedrijven	7
3.3.4 Beplantingen	7
3.3.5 Afzet	8
3.3.6 Marktgerichtheid	8
3.4 Handel	8
3.4.1 Inkopers detailhandel	8
3.4.2 Inkopers grootwinkelbedrijven	9
3.5 Consumenten	9
4. Conclusies	10
4.1 Algemeen	10
4.2 SWOT-analyse	10
4.3 Confrontatiematrix	10
4.4 Opties	11
5. Aanbevelingen	12
Bijlage 1: Marktcijfers kers	13
Bijlage 2: Enquête kersentelers	14

Samenvatting

De Nederlandse (zoete) kersenteelt heeft zich de afgelopen decennia flink ontwikkeld en gemoderniseerd. Hierdoor komt er een toename van het aanbod. De aansluiting op de markt is echter nog niet optimaal. Om hier verbetering in te krijgen, hebben de NFO, Greenery en Fruitmasters besloten een marktonderzoek te laten verrichten. Naast deskresearch, bestond het onderzoek ook uit het ondervragen (deels schriftelijk) van telers en handelaren.

Binnen Europa is Nederland een kleine producent. Door ontwikkelingen op teelttechnisch gebied, kunnen wij wel een kwalitatief goed product telen met een exclusieve uitstraling. Verder komen hier heel veel importkersen uit Griekenland en Turkije.

Door het vinden van een zwakkere onderstam en grootvruchtige rassen middels veredeling, zijn de mogelijkheden om een goede kwaliteit kersen te telen, toegenomen.

Middels een enquête zijn een aantal kersentelers ondervraagd over de grootte van het bedrijf, de aangeplante rassen, huidige afzet en mogelijkheden om deze te verbeteren.

Hieruit blijkt dat veel telers de komende jaren een verder toename van de teelt verwachten. Bij de bestaande rassen is er vooral vertrouwen in de Duitse kers en de Merton premier. De nieuwe rassen Kordia en Regina voorspellen veel telers ook een goede toekomst. Het grootste deel van de telers verkoopt naast de veiling ook kersen via de huisverkoop. Aan de afzet kan volgens de telers nog wel het een en ander verbeterd worden. Meer promotie samen met een mooie kleinverpakking zou de afzet volgens de telers een goede impuls geven. Veel telers wensen hierbij ondersteuning van hun afzetorganisatie.

Bij de handel zien we duidelijk verschillende belangen bij inkopers van kleine groentezaken en die van de supermarktketens. De eerste zien toekomst voor de exclusieve Hollandse kers, welke los verpakt het best verkoopt. De supermarkten verkopen vooral importkersen, omdat deze veel goedkoper zijn. Hier wil men uitsluitend kleinverpakte kersen.

Over wat de consument van Hollandse kersen vindt, is niet veel bekend. Wel blijkt uit onderzoek, dat jongeren nauwelijks kersen eten en ouderen vanaf 55 jaar de grootste verbruikers zijn. Daarnaast loopt het aantal verbruikers terug.

Om de afzet te stimuleren, zou de huisverkoop gestimuleerd kunnen worden met een eigen verpakking en herkenbaarheid voor de consument. Voor de speciaalzaken zou er promotiemateriaal moeten komen om duidelijk te maken wanneer het seizoen van Hollandse kersen er weer is. Op de veiling zouden de kersen van topkwaliteit apart geveild moeten worden. Met genoemde maatregelen moet het mogelijk zijn de afzet te stimuleren.

1. Inleiding

De Nederlandse kersenteelt heeft zich de laatste jaren sterk ontwikkeld. Zoete kersen worden geteeld voor verse consumptie en daarover gaat dit onderzoek. Morellen, ook wel zure kersen genoemd, worden hoofdzakelijk geteeld voor de conservenindustrie en in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten.

Momenteel zien wij dat de belangstelling voor de (zoete) kersenteelt aan het toenemen is. Het areaal is na een aantal jaren van inkrimping weer aan het groeien en bedraagt momenteel ruim 225 ha (bron CBS). Door zwakkere onderstammen, overkappingen en nieuwe rassen is de productiviteit flink toegenomen. Hierdoor zal er de komende jaren een toename van het aanbod zijn en kan het aanvoerseizoen langer worden.

De aansluiting op de markt is echter nog niet optimaal. Om hier verbetering in te krijgen, hebben de NFO, Greenery en Fruitmasters besloten een marktonderzoek te laten verrichten. Eerst wordt de huidige marktpositie van de Nederlandse zoete kers in kaart gebracht en daarna wordt bekeken of er mogelijkheden zijn om deze positie te verbeteren.

Het doel van het onderzoek is om oplossingen te vinden voor de gehele schakel.

Zoende is veldonderzoek verricht bij zowel de veredelingsbedrijven, de telers als de handelaren. Daarnaast is er veel informatie verzameld via vakorganisaties en –literatuur.

2. Opzet van het onderzoek

De Greenery, Fruitmasters en NFO hebben ervoor gekozen dit onderzoek te laten verrichten door een onafhankelijke medewerker. Vanuit de drie opdrachtgevers zijn er voldoende ingangen om een goed inzicht te krijgen in de Nederlandse kersenteelt. Begonnen is met desk-research en het bezoeken van een aantal bedrijven en instanties.

Via een aantal persoonlijke interviews bij veredelaars en telers is vervolgens een goed beeld gekregen van alles wat er speelt op teeltgebied. Met deze informatie is een schriftelijke enquête opgesteld voor de belangrijkste aanvoerders van de beide afzetorganisaties.

Vervolgens is de handel benaderd. Hiervoor zijn een aantal kopers en commissionairs van de veilingen ondervraagd, die voornamelijk kersen voor groentewinkels en marktkramen inkopen. Om te kijken wat er speelt bij de supermarktorganisaties, zijn enkele retailmedewerkers van de veiling ondervraagd, evenals een inkoper van een groot handelsbedrijf.

Gegevens over consumentenaankopen van kersen zijn met name verkregen uit kwantitatief marktonderzoek naar het verbruik van fruit.

De informatie die middels genoemde kanalen is verzameld, geeft een goed inzicht in alles wat er speelt op het gebied van de Nederlandse kersen.

3. Resultaten van het onderzoek

3.1 Marktinformatie (cijfers zie bijlage 1)

3.1.1 Productie Nederland

Het areaal zoete kersen in Nederland bedroeg 225 ha in 2002 tegen 198 ha in 1997. Na een lange periode waarin de belangstelling voor de teelt daalde, zien we nu weer een stijgende lijn. Het CBS bepaalt dit iedere 5 jaar aan de hand van een enquête onder alle telers. Van het areaal is 40 % jonger dan 5 jaar, naast de uitbreiding betreft dit ook veel herinplant van kersen. De toegenomen belangstelling wordt vooral toegeschreven aan de verbeterde teeltmogelijkheden van kers. Door de zwakkere onderstam Gisela 5, nieuwe rassen en overkappingsmogelijkheden is de productiviteit toegenomen.

Door het gebruik van verschillende rassen en overkappingen, begint het aanvoerseizoen al half juni en gaat door tot half september. Op kleine schaal worden er ook kersen in de kas geteeld, deze kunnen al vanaf half april geplukt worden.

De productie is door het PT in samenwerking met PPO geraamd op 1.150 ton in 2002.

De aanvoer bij Fruitmasters bedroeg toen 85 ton. In 2003 is dit toegenomen naar 135 ton.

Mogelijk komt dit door een verdere productietoename, maar ook kan het zijn dat de telers meer naar de veiling hebben gebracht en minder via de huisverkoop hebben afgezet. De middenprijs ligt meestal in de buurt van de 3 euro per kilo. De nieuwere grovere rassen brengen beduidend meer op dan een ouder ras als Varikse Zwarte.

De aanvoer bij de Greenery bedroeg vorig jaar nog geen 6 ton. Hier werden naar verhouding al in april veel kaskersen verkocht aan Rusland voor zeer hoge prijzen. De behaalde middenprijs van ruim 9 euro per kilo is dan ook verre van representatief.

- De productie van zoete kersen in Nederland neemt de komende jaren verder toe.

3.1.2 Nederlandse import en export

Nederlandse kersen ondervinden met name vroeg in het seizoen een sterke concurrentie van importkersen. In 2002 ging het om ruim 8.000 ton, waarvan 43 % uit Griekenland en 30 % uit landen buiten de EU, voornamelijk Turkije.

Voor het eerst sinds jaren was er in 2003 een kleine export van betekenis, t/m september ging het om 113 ton, voornamelijk naar België.

- In Nederland is jaarlijks een grote invoer van kwaliteitskersen.

3.1.3 Europese productie

Binnen de EU bedraagt het areaal zoete kersen (cijfers 2002) ca. 100.000 ha. Italië en Spanje hebben ieder ca. 30.000 ha, Frankrijk 14.000 ha, Duitsland 11.000 ha en Griekenland 9.000 ha.

De Italiaanse productie is met 135.000 ton beduidend hoger dan de Spaanse (95.000 ton).

De Duitse en Franse productie bedraagt naar schatting 50 tot 70.000 ton, dit is echter inclusief ca. 40 % zure kersen. Bovendien zijn er jaarlijks sterke schommelingen als gevolg van het weer.

De Belgische productie ligt met 1.500 ton 2.000 ton redelijk in de buurt van de Hollandse. De afzet gaat hier echter voor een veel groter deel (ca. 75 %) via de veilingen. Ook hier ligt de middenprijs in de buurt van de 3 euro.

Buiten de EU is Turkije een producent van betekenis. De Turkse productie van zoete kersen is geraamd op ca. 200.000 ton. In totaal zou het gaan om ca. 23.000 ha, inclusief kersenbomen bij particulieren in de tuin. De professionele teelt zien we vooral aan de

westkant van Turkije; Marmara, Izmir en Bursa. De oogst vindt plaats van eind mei tot half augustus. De export bedraagt jaarlijks meer dan 25.000 ton en gaat voornamelijk naar Duitsland en Oostenrijk, van waar de kersen veelal doorgevoerd worden naar andere EU-landen.

- De laatste jaren is er een sterke toename van de Turkse kersenproductie.

3.2 Ontwikkelingen veredeling

In Nederland vindt geen veredeling van kersen plaats. Wel doen wij hier onderzoek naar bestaande rassen en onderstammen en wordt er volop vermeerderd.

Een belangrijke kwaliteitseis is dat het materiaal (onderstammen en enthout) virusvrij is. Dit wordt door de NAK Tuinbouw getoetst. Vanwege de verschillende klimaten zijn er verschillende eisen aan het vermeerderen. In Nederland liggen de eisen hoog, waardoor er nauwelijks tot geen problemen zijn met aantastingen van de bomen.

Kersen worden altijd op een onderstam geteeld. De onderstam bepaalt voor een groot deel de groei-eigenschappen van de boom. In de kersenteelt worden meestal de volgende onderstammen gebruikt: de Limburgse Boskriek, Colt, en Gisela 5.

De Gisela 5 is een zwakke onderstam, die heeft gezorgd voor een kentering in de kersenteelt. Deze onderstam maakt het mogelijk om meer bomen per hectare te planten. Doordat deze bomen minder hard groeien, blijven de bomen kleiner en zorgen voor lagere productiekosten. Bovendien is het nu mogelijk bomen te overkappen en zo te beschermen tegen vogelvraat en harde regen, wat een gegarandeerde kwaliteit en productie geeft. Door het vinden van deze nieuwe zwakkere onderstam is er weer een stijging in het areaal ontstaan. De hoogstambomen zullen op termijn verdwijnen op de professionele teeltbedrijven.

Een nieuw ras kan per toeval ontstaan of door ze te kruisen. In Nederland wordt op het proefstation alleen gebruikswaarde onderzoek verricht. De nieuwere rassen zijn grootvruchtig en variëren van donkerrood tot zwart.

- Door de zwakkere onderstam Gisela 5 is er een toename van de productiviteit ontstaan.

3.3 Kersenteelt

3.3.1 Ondervragen telers (enquête zie bijlage 2)

Gekozen is voor een schriftelijke enquête onder de belangrijkste aanvoerders van zoete kersen bij de Greenery en Fruitmasters. Daarnaast zijn er nog een aantal kersentelers benaderd via Fruitconsult. Om een goed beeld te krijgen van wat er leeft onder de kersentelers, zijn enkelen van hen geïnterviewd. Met de informatie die dit opleverde, is de enquête opgesteld. Hierin zaten vragen over het bedrijf, de geteelde rassen, de afzet en mogelijkheden die telers zien om deze te verbeteren. Daarnaast bood de enquête ruimte voor eventuele op- en aanmerkingen.

Voor de teler is het uiteindelijke doel van het onderzoek meer aandacht voor zijn product en een goede prijs.

3.3.2 Respons

Er zijn 49 enquêtes verstuurd en 29 terugontvangen, dit betekent een respons van 60 %. Voor een schriftelijke enquête is dit een goed resultaat, waaruit blijkt dat het onderwerp leeft onder de kersentelers. Alle verderop genoemde percentages zijn de resultaten van de 29 terugontvangen enquêtes

In totaal hebben de respondenten samen ca. 55 ha. Ofwel met deze enquête hebben we ca. 25 % van het zoete kersenareaal van Nederland bereikt. Bij het CBS staan 258 bedrijven geregistreerd waar kersen geteeld worden, al dan niet als bijgewas. Veel kersentelers hebben geen contact met afzetorganisaties of studieclubs.

3.3.3 Bedrijven

Ruim de helft van de respondenten teelt korter dan 10 jaar kersen. Daarnaast is er een groep van 35 % die zich al meer dan 10 jaar met de productie van kersen bezighoudt. Voor 90 % van de telers is de kersenteelt bijzaak, naast de productie van voornamelijk hard fruit (bijna 70 %), pruimen (ca. 15 %), zacht fruit of groenten.

Eén derde van de telers heeft minder dan 1 ha kers en nog geen 15 % heeft meer dan 4 ha. Er zijn nog enkele telers die uitsluitend buitenteelt met hoogstambomen hebben. De meeste hebben naast hoogstammen ook laagstammen en teelt met overkappingen. Drie respondenten telen uitsluitend kersen onder glas.

Iets minder dan de helft van de telers is van plan de komende jaren het areaal te verhogen. Dit zijn met name de telers met overkappingen of onder glas.

Ruim 60 % van de kersentelers heeft een voldoende tot goed rendement. De mate van professionaliteit wordt door 38 % voldoende tot goed beoordeeld en door 52 % matig beoordeeld.

- De professionalisering van de teelt neemt toe.

3.3.4 Beplantingen

Bijna 70 % van de telers heeft de afgelopen 4 jaar kersenbomen nieuw ingeplant of vervangen. Hieruit blijkt dat de telers vertrouwen hebben in de toekomst van de kersenteelt. De Gisela 5 is momenteel de meest gebruikte onderstam, op afstand gevolgd door Colt en de Limburgse Boskriek.

Het rassenassortiment is zeer uitgebreid. Ruim 40 % van de telers heeft geen oudere rassen meer. Bij de telers die deze nog wel hebben, zijn de volgende rassen naar verhouding wat meer aangeplant: Merton premier; Duitse kers; Varikse zwarte; Meckenheimer en Meikers. Hiervan verwachten de meeste telers dat met name de Duitse kers en Merton premier in de toekomst van belang zullen blijven. Ruim de helft van de telers heeft geen vertrouwen meer in de oudere rassen.

Alle telers hebben inmiddels ervaring opgedaan met de nieuwere rassen. Hiervan zijn Kordia; Lapins; Regina; Burlat; Castor en Merchant door meer dan de helft van de telers aangeplant. Opvallend is dat 85 % van de telers verwacht dat Kordia in de toekomst belangrijk wordt. Ook is er veel vertrouwen in Regina. Daarnaast hebben ongeveer de helft van de telers vertrouwen in Karina; Burlat en Lapins.

Als reden waarom men voor een bepaald ras kiest, wordt de vruchtgrootte veruit het meest genoemd, op afstand gevolgd door een betere prijs, de smaak en de betere aanvoerspreiding.

Zwakkere onderstammen, die de pluk vereenvoudigen, en eenvoudiger overkappingssystemen worden door veel telers genoemd als mogelijkheden om kosten te besparen.

- Door overkappingen en nieuwe rassen is de kwaliteit van de oogst sterk verbeterd.

3.3.5 Afzet

De telers die zijn benaderd om mee te doen aan dit onderzoek, zijn veelal bekend bij Fruitmasters of de Greenery. Driekwart hiervan zet kersen af via de klok. Opvallend is het grote aantal telers dat aan huisverkoop doet (bijna 80 %).

Eén derde van de respondenten is niet aangesloten bij een telersvereniging of afzetorganisatie. Mogelijk maken veel telers gebruik van de mogelijkheid om te gastveilen. Van de respondenten die wel aangesloten zijn bij een afzetorganisatie, is 70 % aangesloten bij Fruitmasters en de rest bij de Greenery. 70 % van de respondenten is matig tot slecht tevreden over de ondersteuning van de afzetorganisatie. Wat met name gemist wordt in de ondersteuning is het beleid ten aanzien van verpakkingen en de keur, die wisselend is. Net niet de helft van de telers is aangesloten bij een studieclub, Fruitconsult is het meest genoemd.

Het merendeel van de telers is bereid om samen te werken middels gezamenlijke afzet of promotie.

- Veel kersentelers doen aan huisverkoop.

3.3.6 Marktgerichtheid

Ruim 80 % van de telers vindt de marktgerichtheid van de zoete kers matig tot slecht. De telers vinden dat de consument moet worden geïnformeerd over de goede smaak van kersen. Hiervoor zou er meer promotie richting consument moeten komen. Daarnaast zien de telers mogelijkheden in het aanbieden van kersen in mooie kleine verpakkingen. Iets meer dan 40 % van de telers denkt dat het mogelijk is om kersen onder een merknaam op de markt te brengen. Enkele kersentelers hebben met elkaar kersen onder de naam Cerisa op de markt gezet, maar zouden graag zien dat dit door de veiling ondersteund wordt. Over het algemeen zijn de telers tevreden over de huidige stand van de kersenteelt.

- Telers willen graag een mooie kleinverpakking voor kersen.
- Door promotie zal de afzet volgens telers verbeteren.

3.4 Handel

3.4.1 Inkopers detailhandel

Voor het onderzoek zijn een aantal handelaren ondervraagd. Dit waren voornamelijk commissionairs en inkopers van kersen voor de klok. De handelaren die voor de klok inkopen, doen dit uitsluitend voor de gespecialiseerde groentehandel met een winkel of een marktkraam. Vanwege het exclusieve karakter zal er bij de detailhandel altijd vraag blijven naar Hollandse kersen, vooral de grote kersen hebben een goede uitstraling. Met dit product kan de speciaalzaak zich onderscheiden van de supermarkt.

De kersen van de moderne teeltmethoden zijn zeer gewild, deze komen echter nauwelijks op de veiling. Bovendien wisselt de aanvoer dagelijks sterk, er lijkt totaal geen structuur in te zitten. Naar kersen van de oudere hoogstamboomgaarden is de vraag minder groot.

De handelaren die inkopen voor de klok, hebben vaak de indruk dat er al veel aanvoer door bemiddeling is verkocht, waardoor zij niet eens de kans krijgen om te kopen. Daarom hebben de meeste inkopers ook rechtstreeks contact met telers om aan goede kersen te komen. Ook wijken handelaren soms uit naar de Belgische veilingen, waar het kersenaanbod wel groot en gestructureerd is.

Bij de speciaalzaken is absoluut geen interesse voor kleinverpakkingen, de inkopers zijn unaniem van mening dat het product los het best wordt verkocht. Bovendien maken kleinverpakkingen het product alleen maar onnodig duurder.

Hollandse kersen ondervinden duidelijk een sterke concurrentie van Griekse en Turkse kersen, welke veel goedkoper zijn. Vooral Turkse kersen zijn daarbij kwalitatief erg goed en bovendien goed van smaak.

Om de afzet te verbeteren zal er volgens de handel meer aandacht voor het product moeten komen en bovendien promotiemateriaal moeten komen gericht op consument en winkelier.

- Bij de detailhandel verkopen los verpakte kersen het best.
- De detailhandel wil graag meer promotie om de afzet te verbeteren.

3.4.2 Inkopers grootwinkelbedrijf

Voor het onderzoek zijn enkele mensen gesproken, die veel contacten hebben met inkopers van de grote supermarktketens in Nederland.

Hollandse kersen zijn vergeleken met Griekse en Turkse erg duur en daarom weinig interessant voor de supermarkt, bovendien is het aanbod veel te versnipperd. Bij afzet in de supermarkt moet er dagelijks een groot kwantum beschikbaar zijn. Prijschommelingen, zoals die voorkomen bij inkoop voor de klok, zijn voor supermarkten onaanvaardbaar. Er zou minimaal een vaste weekprijs afgesproken moeten worden.

De centrale inkoper van de supermarktketen bepaalt het assortiment, de AGF- chef van het filiaal bepaalt echter wat en hoeveel hij bestelt. Vooral de presentatie van het product is erg belangrijk. Kers is duidelijk een product dat het van de impulsaankopen moet hebben. Zodoende worden kersen in de supermarkten altijd in kleinverpakkingen aangeboden.

- Hollandse kersen zijn nu te exclusief om in supermarkten te verkopen.

3.5 Consumenten

Er is maar weinig kwalitatief onderzoek gedaan naar de aankoop van kersen. Volgens veel ondervraagde telers en handelaren, zou de smaak voor de consument het belangrijkste koopmotief zijn. Ook emotie speelt duidelijk een rol bij de aankoop. Bij Albert Heijn is ooit aangetoond dat de verkopen bij mooi weer veel beter zijn, iets wat voor bijna al het zomerfruit geldt. Kersen moeten het vooral hebben van de impulsaankopen.

Wel doen kersen mee bij het huishoudpanel dat alle groente- en fruitaankopen registreert, Dit geeft uitsluitend kwantitatieve informatie. In 2002 heeft 28 % van de Nederlandse huishoudens wel eens kersen gekocht, in 1999 was dat nog 35 %. Dus bijna driekwart koopt nooit kersen. Uit marktonderzoek blijkt dat er per huishouden in Nederland jaarlijks nog geen 500 gram kersen gekocht wordt. De supermarkt is met 46 % het belangrijkste afzetkanaal, gevolgd door de markt met 29 %. Tweepersoonshuishoudens met een huisvrouw boven de 55 jaar zijn veruit de grootste eters. In huishoudens met kinderen ligt de consumptie ver onder het gemiddelde.

- Het aantal verbruikers van kersen neemt af.
- Jongere huisvrouwen kopen zelden of nooit kersen.

4. Conclusies

4.1 Algemeen

Sinds de komst van een zwakke onderstam en een aantal nieuwe rassen is de belangstelling voor de zoete kersenteelt in Nederland stijgende. Ook de komende jaren verwachten de telers een verdere toename van de teelt. Er is een duidelijke trend te zien in de toename van de professionele teelt, deels ten koste van de kleinere hobbytelers.

Na dit onderzoek blijkt duidelijk dat zowel de teler als de handel mogelijkheden zien voor Hollandse kersen. Voor dit exclusieve product zal op kleine schaal ook altijd een markt blijven en is enige groei nog wel mogelijk. Vooral naar de nieuwe grootvruchtige rassen van topkwaliteit, die in Nederland geteeld kunnen worden, zal er vraag blijven van de gespecialiseerde groentehandel. Hier is men unaniem van mening dat kersen los in kistjes het best verkocht worden. Wel moet er meer structuur komen in de veilingaanvoer. Daarnaast worden Hollandse kersen veel via thuisverkoop afgezet. Vooral hier leveren de kersen goede prijzen op. Op grote schaal kan het relatief dure Hollandse product de concurrentie met de importkersen in de supermarkten echter niet aan. Ondanks de goede producteigenschappen zijn er nog altijd veel (met name jongere) consumenten die helemaal geen kersen kopen. Zowel de teler als de handel denken dat de afzet verbeterd kan worden door meer promotie.

4.2 SWOT-analyse

Uit het onderzoek is duidelijk naar voren gekomen welke positie de kers op dit moment inneemt. In onderstaand schema zijn de sterke en zwakke kanten van de Hollandse kers bij elkaar gezet, samen met de kansen en bedreigingen van de markt.

STERK <ul style="list-style-type: none">- goede kwaliteit/smaak kers- toename productiviteit- professionalisering teelt	ZWAK <ul style="list-style-type: none">- veel huisverkoop- seizoensproduct- kwaliteitsproblemen open teelt
KANS <ul style="list-style-type: none">- exclusief imago- vaak impulsaankoop- communicatie productkwaliteit- weinig jonge verbruikers	BEDREIGING <ul style="list-style-type: none">- sterke concurrentie importkersen- klein marktaandeel- verkoop zeer prijsgevoelig- aantal verbruikers neemt af

4.3 Confrontatiematrix

Wanneer we de aspecten van de SWOT-analyse in een confrontatiematrix zetten, kunnen we zien welke elkaar eventueel versterken of juist verzwakken. Hier komt duidelijk naar voren dat vanuit de teelt gezien de goede kwaliteit en smaak van het product evenals de huisverkoop goed gebruikt kunnen worden om de positie van kers verder te verbeteren. Bekijken we dit vanuit de markt, zijn de exclusiviteit van het product samen met de communicatie van de productkwaliteit mogelijkheden om de afzet te stimuleren.

CONFRONTATIEMATRIX ZOETE KERS	exclusief imago	vaak impulsaankoop	communicatie productkwaliteit	weinig jonge verbruikers	sterke concurrentie	klein marktaandeel	verkoop zeer prijsgevoelig	aantal verbruikers neemt af	SALDO
goede kwaliteit/smaak kers	++	++	++	+	+	-	+	+	+9
toename productiviteit	+	0	+	0	-	+	0	0	+2
professionalisering teelt	++	0	+	0	+	0	+	0	+5
veel huisverkoop	+	++	++	-	+	0	++	-	+6
seizoensproduct	+	+	+	0	-	-	-	0	0
kwaliteitsproblemen open teelt	-	0	-	-	-	-	--	-	-8
SALDO	+6	+5	+6	-1	0	-2	+1	-1	

4.4 Opties

Mogelijke opties die uit bovenstaande modellen naar voren komen zijn offensief, defensief of randvoorwaardenscheppend.

De offensieve opties liggen met name op het vlak van de goede kwaliteit en smaak van Nederlandse kersen, hierdoor wordt het exclusieve imago en de impulsaankopen van kersen versterkt. Dit is bovendien een sterk punt bij de communicatie over de productkwaliteit. Bij de defensieve opties zien we dat door het seizoenskarakter en de kwaliteitsproblemen in de open teelt, de concurrentie en het kleine marktaandeel in ons nadeel werken. Wel blijkt de huisverkoop een goedkoop imago uit te stralen, waarmee de prijsgevoeligheid en de concurrentie ondermijnd kunnen worden.

Door de randvoorwaardenscheppende opties zal er bij de communicatie over de productkwaliteit geen rekening kunnen worden gehouden met de kwaliteitsproblemen bij de open teelt. Ook zal bij de toename van de productiviteit de concurrentie eerder sterker dan zwakker worden.

5. Aanbevelingen

Uit dit onderzoek komt duidelijk naar voren dat er mogelijkheden zijn om de afzet van zoete kersen te verbeteren. Hiervoor is echter wel ondersteuning van de afzetorganisaties gewenst.

De huisverkoop van kersen levert over het algemeen goede prijzen op. Hierin is echter een enorme wildgroei ontstaan. Omdat kersen vaak een bijteelt is naast hard fruit, zijn veel kleine kersentelers aangesloten bij Fruitmasters. Mogelijk kan de veiling hun leden ondersteunen bij de huisverkoop. Gedacht kan worden aan een verpakking met een meer ambachtelijke uitstraling dan de plastic poolbak. Uiteraard moeten er afspraken gemaakt worden over de kwaliteit die hierin aangeboden wordt en moet hier ook toezicht op zijn. Daarnaast kan er een lijst met “erkende” huisverkopers gemaakt worden. De VVV heeft al een aantal fietsroutes in de Betuwe uitgezet, welke mogelijk al (dicht) langs fruitstalletjes komen. Daar zouden herkenbare bordjes geplaatst kunnen worden.

Om de exclusiviteit van Hollandse kersen te benadrukken, zouden de kersen van topkwaliteit, dus groot, mooi en smakelijk, apart geveild kunnen worden. Mogelijk moet deze een eigen kistkaart krijgen en afgedekt worden met iets doorzichtig (netstructuur?), zodat het aanraken en proeven van kersen ontmoedigd wordt.

De telers denken met een mooie kleinverpakking wel in de supermarkt te komen. Uit gesprekken met de handel komt duidelijk naar voren dat dit met de huidige hoge kostprijs niet haalbaar is. Een kleinverpakking voor kersen ontwikkelen zou het product alleen maar onnodig duur maken en de afzet niet verbeteren.

Om de goede producteigenschappen van de Hollandse kersen te benadrukken, zou er promotiemateriaal gemaakt moeten worden, die zowel de gespecialiseerde groentewinkels, marktkooplui en thuisverkopers kunnen gebruiken. Hierin moet het accent komen te liggen op de smaak en de kwaliteit, met duidelijke aanwijzingen wanneer het verkrijgbaar is. Nu worden met name in de boomgaard kersen verkocht voordat de oogst begonnen is. De consument heeft vaak de indruk dat het om Hollandse kersen gaat, terwijl het importkersen zijn.

Voor bovenstaande aanbevelingen zal allereerst moeten worden gezocht naar een breed draagvlak binnen de afzetorganisatie. Vervolgens moeten de telers en handel geïnformeerd worden en bereid zijn hieraan mee te werken. Als de drie genoemde partijen gezamenlijk de schouders eronder zetten, zal de Hollandse kers een goede toekomst tegemoet gaan.

Bijlage 1: Marktinformatie kers

FRUITMASTERS	aanvoer (ton)			omzet (x 1.000 kg)			middenprijs (euro/kg)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
totaal	88	85	135	342	363	500	3,89	4,26	3,70
Varikse zwarte	5	4	17	14	11	34	2,64	3,02	2,02
Duitse kers	7	6	16	24	27	52	3,37	4,42	3,30
Kordia	4	13	15	15	71	65	4,03	5,40	4,28
overige	72	62	87	289	254	349	4,03	4,08	4,01

IMPORT NL (PT)	2000	2001	2002
Griekenland	1.642	1.920	3.422
Frankrijk	811	567	836
Spanje	587	580	634
Duitsland	851	458	501
België	116	175	136
Italië	453	36	90
buiten EG	1.690	3.993	2.435
totaal	6.150	7.729	8.054

EXPORT NL (PT)	2000	2001	2002	2003
België	35	0	2	101
Duitsland	1	5	0	0
Griekenland	0	0	0	7
overig	0	1	1	5
totaal	36	6	3	113

EUROPA (CTIFL)	productie (zoet en zuur) (ton)				
grote producenten	1998	1999	2000	2001	2002
Italië	123.000	130.000	156.000	119.000	135.000
Spanje	62.000	107.000	120.000	98.000	95.000
Frankrijk	35.000	71.000	71.000	59.000	70.000
Duitsland	55.000	75.000	80.000	69.000	50.000
Griekenland	43.000	48.000	48.000	27.000	38.000
Oostenrijk	28.000	29.000	35.000	38.000	25.000
Portugal	3.000	17.000	8.000	12.000	20.000

FRANKRIJK (CTIFL)	areaal			productie		
	Burlat	overig	totaal	Burlat	overig	totaal
1994	12.386	859	13.245	67.015	3.656	70.671
1995	12.368	830	13.198	52.851	3.655	56.506
1996	12.387	813	13.200	65.362	3.900	69.262
1997	10.920	1.258	12.178	54.982	5.044	60.026
1998	10.716	1.264	11.980	27.241	3.527	30.768
1999	10.801	1.287	12.088	59.073	5.680	64.753
2000	10.843	1.295	12.138	58.284	5.767	64.051
2001	10.743	1.308	12.051	52.917	6.188	59.105
2002	9.901	1.136	11.037	58.212	6.466	64.678

Bijlage 2: Enquête kersentelers

Deze enquête bestaat uit een aantal meerkeuzevragen. Bij sommige vragen wordt u gevraagd om een uitleg te geven. Wilt u bij de meerkeuze vragen een kruis zetten in het blokje achter uw keuze / antwoord. Bij sommige vragen zijn meerdere antwoorden mogelijk.

1. Hoe lang bent u al kersenteler?

- | | | |
|---------------------|-----------------------|------|
| a) 0 - 5 jaar | <input type="radio"/> | 45 % |
| b) 6 -10 jaar | <input type="radio"/> | 10 % |
| c) 11 - 15 jaar | <input type="radio"/> | 10 % |
| d) meer dan 15 jaar | <input type="radio"/> | 35 % |

2. Wat voor kersenteelt heeft u? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk. Indien u meerdere antwoorden heeft aangekruist, kunt u aangeven hoeveel % per teeltmogelijkheid?

- | | | |
|--|-----------------------|--------|
| a) buitenteelt met hoogstambomen | <input type="radio"/> | 48...% |
| b) buitenteelt met laagstambomen | <input type="radio"/> | 59...% |
| c) teelt met overkappingen (bijv. regenkappen) | <input type="radio"/> | 41...% |
| d) teelt onder glas | <input type="radio"/> | 10...% |
| e) anders, namelijk..... | <input type="radio"/> | 0...% |

3. Teelt u naast kersen nog ander fruit en / of groenten? Hoeveel hectare betreft dit?

- | | | |
|------------------|-----------------------|---------|
| a) ja, namelijk: | <input type="radio"/> | 90 % |
| 1. | |ha |
| 2. | |ha |
| 3. | |ha |
| b) nee | <input type="radio"/> | 10 % |

4. Hoeveel hectare is uw kersenteelt?

- | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------|
| a) 0 - 0,5 ha – 6 telers | <input type="radio"/> |ha |
| b) 0,5 - 1 ha – 5 telers | <input type="radio"/> |ha |
| c) 1 - 2 ha – 8 telers | <input type="radio"/> |ha |
| d) 2 - 3 ha – 5 telers | <input type="radio"/> |ha |
| e) 3 - 4 ha – 1 telers | <input type="radio"/> |ha |
| f) 4 - 5 ha – 2 teler | <input type="radio"/> |ha |
| g) > 5 ha – 2 teler | <input type="radio"/> |ha |

5. Bent u van plan de komende jaren uw areaal kersen te verhogen?

- | | | |
|----------------|-----------------------|------|
| a) ja, met: | <input type="radio"/> | 45 % |
| 0 - 10% | | |
| 10 - 20% | | |

> 20%
b) nee O 55 %

6. Kunt u aangeven in % wat de leeftijd van uw bomen is?

- | | | |
|-------------------|-----------------------|------|
| a) 0 t/m 4 jaar | <input type="radio"/> | 69 % |
| b) 5 t/m 9 jaar | <input type="radio"/> | 45 % |
| c) 10 t/m 14 jaar | <input type="radio"/> | 21 % |
| d) > 15 jaar | <input type="radio"/> | 38 % |

7. Kunt u aangeven welk type onderstam(men) u gebruikt in %?

- | | | |
|--------------------------|-----------------------|------|
| a) Limburgse Boskriek | <input type="radio"/> | 48 % |
| b) Colt | <input type="radio"/> | 52 % |
| c) Gisela 5 | <input type="radio"/> | 72 % |
| d) anders, namelijk..... | <input type="radio"/> | 14 % |

Er is sprake van een ouder en nieuwer assortiment kersen. Eerst komen er een aantal vragen over de oudere rassen. Daarna komen er een aantal vragen over de nieuwere rassen.

8. Welke oudere rassen teelt u? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- | | | |
|---|-----------------------|------|
| a) Duitse kers | <input type="radio"/> | 45 % |
| b) Inspecteur Löhnis | <input type="radio"/> | 17 % |
| c) Markies | <input type="radio"/> | 10 % |
| d) Meckenheimer | <input type="radio"/> | 34 % |
| e) Meikers | <input type="radio"/> | 34 % |
| f) Mierlose Zwarte | <input type="radio"/> | 17 % |
| g) Merton premier | <input type="radio"/> | 48 % |
| h) Varikse Zwarte | <input type="radio"/> | 41 % |
| i) Wijnkers | <input type="radio"/> | 28 % |
| j) anders, namelijk geen enkel ouder ras..... | <input type="radio"/> | 41 % |

9. Welke van bovenstaande rassen verwacht u die in de toekomst van belang zullen blijven? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk?

- | | | |
|----------------------|-----------------------|------|
| a) Duitse kers | <input type="radio"/> | 45 % |
| b) Inspecteur Löhnis | <input type="radio"/> | 0 % |
| c) Markies | <input type="radio"/> | 3 % |
| d) Meckenheimer | <input type="radio"/> | 17 % |
| e) Meikers | <input type="radio"/> | 17 % |
| f) Mierlose Zwarte | <input type="radio"/> | 0 % |
| g) Merton premier | <input type="radio"/> | 37 % |
| h) Varikse Zwarte | <input type="radio"/> | 14 % |
| i) Wijnkers | <input type="radio"/> | 7 % |

j) anders, namelijk geen enkel ouder ras..... 52 %

10. Welke relatief nieuwe rassen teelt u? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) Annabella 28 %
- b) Burlat 62 %
- c) Castor 55 %
- d) Hartland 17 %
- e) Hedelfinger 17 %
- f) Karina 59 %
- g) Kordia 76 %
- h) Lapins 69 %
- i) Oktavia 41 %
- j) Pollux 34 %
- k) Regina 69 %
- l) Ruby 3 %
- m) Sam 17 %
- n) Sunburst 31 %
- o) Summit 45 %
- p) Sweetheart 28 %
- q) Techlovan 21 %
- r) Van 45 %
- s) Venus 14 %
- t) anders, namelijk Merchant, Silvia, Viola..... 55 %

11. Welke van bovenstaande nieuwere rassen verwacht u die in de toekomst belangrijk(er) zullen worden? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) Annabella 3 %
- b) Burlat 45 %
- c) Castor 28 %
- d) Hartland 14 %
- e) Hedelfinger 10 %
- f) Karina 48 %
- g) Kordia 86 %
- h) Lapins 41 %
- i) Oktavia 21 %
- j) Pollux 7 %

- k) Regina O 72 %
- l) Ruby O 3 %
- m) Sam O 3 %
- n) Sunburst O 21 %
- o) Summit O 14 %
- p) Sweetheart O 14 %
- q) Techlovan O 31 %
- r) Van O 10 %
- s) Venus O 3 %
- t) anders, namelijk.....O 28 %

12. Kunt u aangeven waarom u voor deze nieuwe rassen kiest? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) de vruchtgrootte O 93 %
- b) de smaak O 69 %
- c) een betere prijs O 76 %
- d) minder gevoelig voor ziekten en barsten O 17 %
- e) meer kilo's per hectare O 48 %
- f) (betere) spreiding van het seizoen O 59 %
- g) beschikbaarheid van goed plantmateriaal O 17 %
- h) anders, namelijk.....O 10 %

13. Hoe zet u uw kersen af? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk. Wilt u ook aangeven hoeveel % per afzetmogelijkheid?

- a) klok (afzetorganisatie) O 76 %
- b) bemiddeling O 10 %
- c) rechtstreeks aan afnemer O 28 %
- d) huisverkoop O 79 %

Klok	Bemiddeling	Afnemer	Huisverkoop
.....%%%%

14. Bent u aangesloten bij een telersvereniging of afzetorganisatie?

- a) ja, namelijk:..... O 69 %
- b) nee O 31 %

15. Bent u lid van een studieclub? Zo ja, welke studieclub.

- a) ja, namelijk..... 45 %
- b) nee 55 %

16. Bent u bereid om samen te werken met andere telers en / of afzetorganisaties om de kersenteelt te verbeteren? En hoe zou volgens u die samenwerking eruit moeten zien? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) ja, middels gezamenlijke afzet van de kersen 66 %
- b) ja, middels gezamenlijke promotie 48 %
- c) ja, middels 21 %
- d) nee 21 %

17. Hoe is het rendement van uw kersenteelt?

- a) slecht 7 %
- b) matig 28 %
- c) voldoende 45 %
- d) goed 17 %

18. Hoe vindt u de mate van professionaliteit in de kersenteelt? Hierbij kunt u denken aan investeringen in bijvoorbeeld nieuwe bomen, nieuwe rassen, nieuwe machines et cetera.

- a) slecht 7 %
- b) matig 52 %
- c) voldoende 24 %
- d) goed 14 %

19. Hoe vindt u de marktgerichtheid? Hierbij valt te denken aan; wat wil de consument, hoe kunnen wij als telers de kersen beter “promoten” onder de consumenten, et cetera.

- a) slecht 34 %
- b) matig 48 %
- c) voldoende 10 %
- d) goed 3 %

20. Hoe denkt u dat u als teler (eventueel met medewerking van de veilingen) beter kunt voorzien in de behoeften van de consument? Er zijn meerdere antwoordmogelijkheden.

- a) consument op de hoogte brengen van de goede smaak kersen 69 %
- b) zorgen dat de consumenten klein verpakkingen kunnen kopen 45 %
- c) niet, dit is een taak van de veiling 28 %
- d) anders, namelijk..... 10 %

21. Wat denkt u dat er moet gebeuren om de afzet van de Nederlandse kersen te verbeteren? Er zijn meerdere antwoordmogelijkheden

- a) meer samenwerking tussen telers en afzetorganisaties 45 %
- b) meer promotie richting consument 76 %
- c) (top)kwaliteit kersen in mooie klein verpakkingen 66 %
- d) anders, namelijk..... 14 %

22. Verwacht u nog kostenbesparende ontwikkelingen te kunnen doorvoeren, kunnen de kosten van kersen nog omlaag? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) ja, de transportkosten kunnen omlaag 3 %
- b) ja, middels eenvoudigere overkappingsystemen 52 %
- c) ja, middels zwakkere onderstammen die de pluk vereenvoudigen 41 %
- d) anders, namelijk..... 10 %
- e) nee, ik zie weinig mogelijkheden 31 %

23. Denkt u dat het mogelijk is om de kersen onder een merknaam, bijvoorbeeld "de kers" op de markt te brengen? Mocht u een pakkende naam weten, dan kunt u dat aangeven bij antwoordmogelijkheid a.

- a) ja, namelijk:..... 41 %
- b) nee 24 %
- c) weet niet 35 %

24. Wat vindt u van de ondersteuning die u ontvangt van de afzetorganisatie?

- a) slecht 34 %
- b) matig 35 %
- c) voldoende 21 %
- d) goed 3 %
- e) geen mening 7 %

25. Indien u iets mist in de ondersteuning, wat mist u in de ondersteuning? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- a) beleid ten aanzien van verpakkingen 38 %
- b) planning ten aanzien van de aanvoer 14 %
- c) keur, die wisselend is 34 %
- d) voor de beste kwaliteit wordt niet de hoogste prijs ontvangen 14 %
- e) problemen met de maatsortering 10 %

- f) aanvoertijden 14 %
- g) anders, namelijk..... 21 %

26. Bent u tevreden over de huidige stand van de kersenteelt? Kunt u aangeven wat goede ontwikkelingen zijn en/of er nog zaken verbeterd moet worden?

- a) ja 59 %
- b) nee 21 %
- c) geen antwoord 20 %

Dit waren de vragen. Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst. Hieronder kunt u nog eventuele opmerkingen en of reacties kwijt.