

Onderzoek naar de afzet van pruimen 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 Pruimenteelt	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	9
3.4.1 Inkopers detailhandel	9
3.4.2 Inkopers grootwinkelbedrijven	9
3.5 Consumenten	10
4. Conclusies	11
4.1 Algemeen	11
4.2 SWOT-analyse	11
4.3 Confrontatiematrix	12
4.4 Opties	12
5. Aanbevelingen	13
Bijlage 1: Marktcijfers pruim	14
Bijlage 2: Enquête pruimentelers	15

Samenvatting

Na een aantal jaren van tanende belangstelling, is het areaal pruimen in Nederland licht gestegen. Pas op de middellange termijn wordt een stijging van de productie van pruimen verwacht. Mede door het sterke seizoenskarakter van de pruim, is de afzet verre van optimaal. De Greenery, Fruitmasters en de NFO hebben besloten met elkaar een onderzoek te laten verrichten naar mogelijkheden ter verbetering van de afzet.

Hiertoe is achtereenvolgens bekeken wat er speelt op het gebied van veredeling, teelt, handel en consumptie. Door onderzoek bij PPO is er zicht op een zwakkere onderstam. Op dit moment is deze nog niet beschikbaar voor de teelt. Maar de verwachtingen dat hiermee de productiviteit omhoog kan, zijn sterk.

De belangstelling voor de teelt is na jaren van een afnemend areaal redelijk stabiel. Bijna alle pruimen staan op de onderstam St.Julien A en de rassen Opal en Reine Victoria zien de telers nog altijd als veelbelovend. Van de nieuwe rassen springt vooral Jubileum eruit, alhoewel nog maar weinig telers hier zelf ervaring mee hebben. Momenteel zijn er nog veel hobbytelers met een klein areaal pruimen. Met de komst van een zwakke onderstam zal de teelt verder geprofessionaliseerd kunnen worden.

De handel ziet wel mogelijkheden, maar dan moet het aanbod beter gestructureerd worden. Over de consumptie van pruimen is weinig bekend. Het verbruik loopt terug en vooral jongeren eten zelden of nooit pruimen.

Om de afzet te verbeteren zou er allereerst een bundeling van het aanbod moeten komen. Bij een meer gestructureerd aanbod van een uniformere kwaliteit, kan er via bemiddeling ook meer afgezet worden in de supermarkten. Hiervoor is samenwerking tussen de grotere telers wel vereist. De aanvoer van de kleinere hobbytelers zouden in aparte blokken geveild kunnen worden. Juist deze kleine partijtjes zorgen bij de huidige blokvorming voor te grote kwaliteitsverschillen binnen het blok. Grotere uniforme partijen van één teler zouden daarentegen mogelijk een betere prijs krijgen bij aparte verkoop via de klok. Daarnaast zou de afzet ondersteund kunnen worden met wat promotiemateriaal.

Opvallend is dat telervereniging Reine Victoria uit het Noord Hollandse de zaak goed op orde heeft.

1. Inleiding

In Nederland is de pruimenteelt de afgelopen 10 jaar sterk ingekrompen. In 2002 is de dalende trend omgezet in een licht stijgende belangstelling voor pruimen. Het vooruitzicht op een zwakke onderstam en enkele nieuwe rassen, hebben hier zeker aan bijgedragen. Mede doordat de pruim een sterk seizoensproduct is met een duidelijke aanvoerpiek, is de aansluiting op de markt niet altijd even optimaal. Om te bepalen of dit beter kan, hebben de NFO, Greenery en Fruitmasters besloten een marktonderzoek te laten verrichten. Eerst wordt de huidige marktpositie van de Nederlandse pruim 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. Zodoende is er veldonderzoek verricht bij zowel de veredelingsbedrijven, de telers als de handelaren. Daarnaast is 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 pruimenteelt. Begonnen is met desk-research en het bezoeken van een aantal bedrijven en instanties.

Vervolgens zijn een aantal veredelaars en telers bezocht, waarmee een goed beeld is gekregen van alles wat er speelt op teeltgebied. Ook is de telersvereniging Reine Victoria hierbij betrokken, welke in Nederland in een paar jaar tijd een goede marktpositie heeft verworven. Met al 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 pruimen 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 pruimen 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 pruimen.

3. Resultaten van het onderzoek

3.1 Marktinformatie (cijfers zie bijlage 1)

3.1.1 Productie Nederland

Het areaal pruimen in Nederland vertoont al jaren een dalende tendens. Volgens het CBS bedroeg het areaal in 2002 nog 431 ha, begin jaren negentig was dat nog bijna 700 ha. Bijna de helft van het areaal ligt in Gelderland (208 ha), en zowel in Zeeland als Noord Holland zou het om een kleine 60 ha gaan. Op bijna 200 ha staan nog veelal hoogstambomen ouder dan 10 jaar. De laatste vijf jaar is 125 ha ingeplant, waarmee de verjonging van de teelt een voorzichtige aanvang heeft genomen. Wanneer de zwakke onderstam VVA 1 op grotere schaal beschikbaar komt, zullen mogelijk meer oudere boomgaarden verjongd gaan worden. Het Productschap heeft samen met de PPO een schatting gemaakt van de Nederlandse pruimenoogst, deze zou ca. 6.000 ton bedragen. Uit aanvoercijfers van Fruitmasters en Greenery, blijkt dat de aanvoer hier in 2003 bijna 3.300 ton groot was. Dit is inclusief de aanvoer van de Noord-Hollandse telersvereniging Reine Victoria. De pruimen die via bemiddeling verkocht zijn (veelal topkwaliteit in kleinverpakking) brachten meer op dan de pruimen voor de klok (inclusief klasse 2). Bij Fruitmasters lag de middenprijs iets onder de euro per kilo. Bij de Greenery kwam deze hoger uit, mede, maar niet uitsluitend, door de aanvoer van kwalitatief goede Reine Victoria uit Noord Holland. Ook bij Fruitmasters, waar de aanvoer voor ruim een kwart uit Reine Victoria bestaat, levert dit soort een betere prijs op dan de Opal en Mr. Hatif.

- Op middellange termijn zal de productie van pruimen gaan toenemen.

3.1.2 Nederlandse import en export

De invoer van pruimen in Nederland bedroeg in 2002 ruim 25.000 ton, zeker vier keer zoveel als onze productie. Met name Zuid-Afrika en Chili zijn grote leveranciers (samen 15.200 ton). Deze pruimen komen per schip aan in de Rotterdamse haven en worden voor een groot deel doorgevoerd naar andere EU-landen. Volgens de statistieken van Eurostat gaat van de totale import bijna 60 % weer weg voor export.

Voor de binnenlandse productie is er vooral veel import uit Spanje, jaarlijks ruim 4.000 ton. Frankrijk en Duitsland volgen op afstand met ca. 2.000 ton.

Export van Hollandse pruimen stelt maar weinig voor. In 2003 zou er een partij naar Griekenland zijn gegaan. De export vindt met name plaats in juli en augustus. Omdat met het wegvallen van de grenzen de exporteurs zelf hun gegevens moeten opgeven aan de KCB, zijn de cijfers niet erg betrouwbaar meer.

- In Nederland worden tijdens ons seizoen veel pruimen ingevoerd.

3.1.3 Europese productie

Frankrijk is veruit de grootste producent in Europa, met een globale productie van 250.000 ton. Voor tweederde betreft dit echter gedroogde pruimen. De Fransen zijn grote liefhebbers van Reine Claudes, waarvan de productie ca. 27.000 ton bedraagt. Van de Claudes zijn de Verte en de Dorée het meest bekend, alhoewel deze rassenkennis bij met name de jonge consumenten uit de steden niet meer aanwezig is.

Ook Spanje en Italië zijn met ieder ca. 175.000 ton producenten van betekenis. Spanje exporteert hiervan met ruim 50.000 ton wel twee keer zoveel als Italië.

In Duitsland en Oostenrijk ligt de productie jaarlijks in de buurt van de 50.000 ton. Hiervan komt een deel van bomen voor eigen gebruik.

3.2 Ontwikkelingen veredeling

In Nederland vindt veredeling bij pruimenrassen nauwelijks plaats. Dit gebeurt meer in het buitenland. De daar ontwikkelde onderstammen worden hier wel onderzocht en vermeerderd. Dit geldt ook voor nieuwe rassen, alhoewel het niet altijd even duidelijk is, op welke eigenschappen de rassen beoordeeld moeten worden.

Een belangrijke kwaliteitseis is dat het materiaal (onderstammen en enthout) virusvrij moet zijn. 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.

Een nieuw ras kan per toeval ontstaan of door ze te kruisen. Als er geld en vraag naar is, ontstaan nieuwe rassen.

Bij de pruimenteelt wordt momenteel het meest gebruik gemaakt van de onderstam St.

Julien A. Ook is er de Pixy, maar deze kan niet voor elk ras gebruikt worden. Op dit moment wordt er volop onderzoek gedaan naar de VVA-1, een zwakke onderstam. Alhoewel het nog iets te vroeg is om hierover conclusies te trekken, heeft het PPO een positief oordeel over deze onderstam gegeven. Wel worden er al meer bomen per ha geplant, waardoor er meer productie is. Verder zijn er weinig nieuwe ontwikkelingen in de pruimenteelt. De onderzoekers verwachten dat de grootvruchtige vruchten belangrijker zullen worden en dat de kleinere rassen zullen gaan verdwijnen, omdat de consumenten liever grote vruchten zouden kopen dan kleine.

- Op korte termijn zijn er geen grote ontwikkelingen te verwachten in de pruimenteelt.
- Op de middellange termijn zal er een zwakke onderstam voor pruim beschikbaar komen.

3.3 Pruimenteelt

3.3.1 Ondervragen telers (enquête zie bijlage 2)

Gekozen is voor een schriftelijke enquête onder de belangrijkste aanvoerders van pruimen bij de Greenery en Fruitmasters. Om een goed beeld te krijgen van wat er leeft onder de pruimentelers, zijn enkelen van hen geïnterviewd. Hierbij is geprobeerd telers te vinden die veel contacten onderhouden met andere pruimentelers. 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 betere prijsvorming.

3.3.2 Respons

Er zijn in totaal 232 enquêtes verstuurd en 125 terugontvangen, dit betekent een respons van 54 %. Voor een schriftelijke enquête is dit een goed resultaat, waaruit de betrokkenheid van de telers bij het onderwerp blijkt.

De telers die de enquête hebben teruggestuurd, hebben met elkaar ruim 100 ha pruimen, terwijl het totale areaal in 2002 volgens het CBS 430 ha bedroeg. De respondenten van dit onderzoek vertegenwoordigen dus samen een kwart van de Nederlandse pruimenteelt.

3.3.3 Bedrijven

Ruim 80 % van de respondenten teelt al meer dan 10 jaar pruimen. De laatste 10 jaar zijn er niet zo veel nieuwe pruimentelers bijgekomen. Dit komt mede door de teeltperspectieven, waar jaren lang geen zicht is geweest op echt innovatieve ontwikkelingen. De verwachtingen zijn echter wel dat als er een zwakke onderstam komt waarop ook de nieuwe rassen kunnen groeien, de belangstelling voor de teelt zal toenemen. Deze ontwikkeling hebben we ook gezien bij de kersenteelt, waar inmiddels een zwakkere onderstam is en de belangstelling voor de teelt weer groeiende is. Zoals het er nu naar uitziet zal er binnen 5 jaar een zwakkere onderstam voor de pruim beschikbaar zijn.

Momenteel heeft 90 % van de telers een buitenteelt met halfhoogstammen. Een op de vijf telers heeft ook (nog) hoogstambomen.

Voor het merendeel van de respondenten (80 %) is pruim bijteelt naast voornamelijk hardfruit. De oogstpiek bij de pruimen valt in een periode dat het hardfruit weinig arbeid vraagt. Een enkeling heeft pruimen samen met groenten of zacht fruit en 20 % van de telers hebben naast pruim geen ander groente- of fruitsoorten.

Dat pruimen voornamelijk een bijteelt is, zien we ook terug in de grootte van het areaal; 76 % van de telers hebben nog geen ha pruimen (45 % zelfs nog geen halve ha). Hieruit kunnen we opmaken dat de pruimenteelt nog erg veel wordt beoefend door hobbyisten. Het aantal professionele telers dat via de afzetorganisaties bereikbaar is, is klein.

Slechts 20 % van de telers heeft op korte termijn uitbreidingsplannen. Maar met de komst van een zwakkere onderstam zullen er op de middellange termijn mogelijk wel meer uitbreidingsplannen gemaakt worden.

Bijna 80 % van de telers geeft aan dat het rendement voldoende tot goed is. De professionaliteit noemt het merendeel matig. Een enkeling merkt op dat er onder de pruimentelers te veel amateurisme is. Gezien het grote aantal telers met weinig pruimen, is dit zeer aannemelijk.

- Onder de pruimentelers aangesloten bij de afzetorganisaties, bevinden zich veel kleine telers, welke de teelt meer als hobby zien.

3.3.4 Beplantingen

Onder de respondenten is een zeer gelijkmatige leeftijdsopbouw van de aanplant. De meeste telers hebben zowel oudere als minder oude bomen. St. Julien A is eigenlijk de enige onderstam die gebruikt is. Enkele telers hebben al een pruim op VVA-1 geplant om te proberen. Uit onderzoek komt deze onderstam als veelbelovend naar voren, maar de beschikbaarheid is nog beperkt.

Reine Victoria en Opal zijn veruit de meest geteelde rassen, gevolgd door Mr. Hatif. Ca. één op de vijf telers heeft ook Anna Spath, Bleue de Belgique, Reine-Claude d'Althan en Reine-Claude Verte. Op de vraag welke rassen in de toekomst belangrijk blijven zijn de telers behoorlijk unaniem in hun oordeel: Reine Victoria en Opal.

Tweederde van de respondenten heeft nog geen ervaring opgedaan met de nieuwe rassen. Van de 40 telers die wel nieuwe rassen hebben, heeft driekwart Jubileum aangeplant. Daarna komen Valor, Avalon en Excalibur op kleine schaal al voor. Veel telers, waaronder ook een aantal die zelf geen nieuwe rassen telen, hebben vertrouwen in de toekomst van Jubileum.

De helft van de respondenten heeft aangegeven waarom ze voor nieuwe rassen (zouden) kiezen. Veruit het meest wordt de vruchtgrootte genoemd, gevolgd door een betere aanvoerspreiding en de smaak. Een betere prijs en hogere productiviteit zijn factoren die hierbij een iets minder belangrijke rol spelen.

De helft van de telers zien geen mogelijkheden om kostenbesparende maatregelen te nemen. De andere helft verwacht met de komst van een zwakke onderstam goedkoper te kunnen produceren. Ook met de ontwikkeling van een (chemisch) dunmiddel, denken enkele telers kosten te kunnen besparen.

Veel telers geven aan dat de beperkte toelating voor een aantal gewasbeschermingsmiddelen, belemmerend werkt op de productie van een kwalitatief goed product. De problemen met gomvorming moeten opgelost worden.

- Reine Victoria en Opal zijn de meest geteelde rassen en blijven volgens de telers ook in de toekomst belangrijk.
- Door meer bestrijdingsmiddelen toe te laten, zou de kwaliteit verbeterd kunnen worden.

3.3.5 Afzet

De telers die zijn benaderd om mee te doen aan dit onderzoek, zijn allen bekend bij Fruitmasters of The Greenery. Van de respondenten zet dan ook 98% pruimen af via de klok. Eén op de vier telers doet daarnaast ook aan huisverkoop. Op kleine schaal wordt er rechtstreeks aan de handel verkocht, al dan niet via bemiddeling van de veiling. Van de respondenten is 15% niet aangesloten bij de veiling. Mogelijk zijn de telers daar wel bekend als gastveiler. Van de respondenten die wel lid zijn van de veiling, is ca. 55% lid van de Fruitmasters en ca. 45% lid van de Greenery. Eén-derde van de Greenery-leden voert aan onder het aanvoerdernummer van de telersvereniging Reine Victoria. Driekwart van de leden van The Greenery is voldoende tot matig tevreden over de ondersteuning die zij van de veiling ontvangen. Bij Fruitmasters ligt dit percentage iets lager. Hiaten in de ondersteuning van The Greenery zitten in het beleid t.a.v. verpakkingen en de planning t.a.v. de aanvoer. Leden van Fruitmasters noemen wisselde keur als meest ergernisopwekkende factor.

Van alle telers die de vragenlijst hebben teruggestuurd, zijn er 16 aangesloten bij telersvereniging Reine Victoria in Noord-Holland en zijn er 9 aangesloten bij een studieclub. De overige 80% wisselen geen ervaringen uit in georganiseerd verband. Een kwart van de respondenten is ook niet bereid om samen te werken. De overige telers hebben veelal wel interesse om samen te werken en zo de inspanningen op het gebied van afzet of promotie te bundelen.

- De telers die zich hebben verenigd in een telersvereniging zijn over het algemeen tevreden over de afzet.
- De veelal kleine telers zijn vaak ontevreden over de afzetorganisaties en dan met name over de wisselende keur.

3.3.6 Marktgerichtheid

Ruim driekwart van de telers vindt de marktgerichtheid van de pruim matig tot slecht. Meer dan de helft van de telers vindt dat de consument moet worden geïnformeerd over de goede smaak van pruimen. Hiervoor zou er meer promotie richting consument moeten komen. Ook het gezondheidsaspect van pruimen kan hierbij onder de aandacht gebracht worden.

Verder denken de telers dat de afzet verbeterd kan worden door goede pruimen in kleinverpakking aan te bieden en beter samen te werken met de veilingen.

Ook door beter te sorteren op kleur en maat, denken veel telers de afzet te kunnen stimuleren. Daarnaast moeten onrijpe pruimen geweerd worden van de markt.

De veilingen moeten er door middel van schaalvergroting voor zorgen dat Hollandse pruimen in de supermarkten terechtkomen.

Pruimen onder een merknaam op de markt brengen, ziet maar een enkeling als mogelijkheid om de afzet te verbeteren. De meningen over de huidige stand van de pruimenteel zijn erg verdeeld.

- Door beter te letten op de kwaliteit, denken veel telers meer af te kunnen zetten.
- Door promotie en een mooie kleinverpakking zal de vraag naar pruimen toenemen.

3.4 Handel

3.4.1 Inkopers detailhandel

Voor het onderzoek heb ik een aantal handelaren ondervraagd. Dit waren voornamelijk commissionairs en inkopers van pruimen voor de klok. De handelaren die voor de klok inkopen, doen dit uitsluitend voor de gespecialiseerde groentehandel met een winkel of een marktkraam.

Alle handelaren zijn er van overtuigd dat er vraag is naar Hollandse pruimen, maar dat ze daarvoor wel eerst in de winkel moeten liggen. Pruimen moeten niet te rauw, maar zeker ook niet te rijp geplukt worden. Met name aan het begin en aan het einde van het seizoen moet er meer op de kwaliteit gelet worden, om smaakteleurstellingen bij de consument te voorkomen. Naast de smaak is ook het uitstalleven een belangrijk koopcriterium.

Veel handelaren zien het als probleem dat de keuring van pruimen op de veiling vaak verre van uniform is. Bij blokvorming zijn de kwaliteitsverschillen binnen een blok vaak groot. Beter zou het zijn de beste kwaliteiten apart te veilen.

Bij pruimen is vooral het ras Reine Victoria interessant voor de handel, deze komen net na de Spaanse Santa Rosa en zijn iets langer min of meer de enige pruim op de markt. Het aanvoerseizoen van de Opal en Mr. Hatif is vaak kort en valt nog samen met de importpruimen. De handel is zeer tevreden over de huidige pruimenrassen en er is voornamelijk geen belangstelling voor nieuwe rassen, de enkeling die hier al wel ervaring mee heeft, is (nog) niet erg enthousiast.

Enkele handelaren noemen druiven als concurrent van Hollandse pruimen, naast perziken en nectarines. Dat de aanvoerpiek midden in de zomervakantie valt, zien de handel ook als beperking voor de afzet.

- Voor de handel op grote schaal is vooral de Reine Victoria interessant.
- Bij blokvorming zijn er te grote kwaliteitsverschillen, de handel zou liever zien dat de beste kwaliteit apart geveild werd.
- Losse pruimen verkopen het best in de detailhandel.

3.4.2 Inkopers grootwinkelbedrijf

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

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. Pruim is duidelijk een product dat het van de impulsaankopen moet hebben, evenals het overige zomerfruit.

In de supermarkten worden pruimen bijna altijd kleinverpakt verkocht, omdat het anders snel erg rommelig wordt. Bij kleinverpakkingen moeten telers echter wel heel kritisch sorteren. Bij één rotte pruim is gelijk het hele bakje waardeloos.

Volgens de ondervraagden zouden pruimen misschien wel los verkocht kunnen worden. Dit heeft een meer ambachtelijke uitstraling, naast de andere versproducten die praktisch allemaal in plastic zitten. Kleinverpakkingen voor pruim kunnen 500 g, 750 g of 1000g zijn, hierover zijn de ondervraagden niet eensgezind.

Hollandse pruimen komen op kleine schaal wel in de supermarkten terecht. Deze zijn meestal rechtstreeks bij de teler gekocht of door de veiling geregeld via bemiddeling.

- Voor verkoop in de supermarkt, moeten pruimen heel goed gesorteerd en kleinverpakt zijn. Dit is echter niet voor alle supermarkten noodzakelijk.

3.5 Consumenten

Pruimen worden meestal gekocht als impulsaankopen. Hierbij speelt de emotionele toestand van de consument een rol, iets wat voor het meeste zomerfruit geldt. De aanvoerpiek valt echter midden in de zomervakantie, wat ongunstig is voor de verkoop.

Uit het consumentenpanel verse groenten en fruit, uitgevoerd in opdracht van het PT, blijkt dat pruimen maar weinig gekocht worden. Kocht in 1999 nog 40 % van de huishoudens wel eens pruimen, in 2002 was dit percentage gezakt naar 34 %. Gemiddeld wordt er 750 g pruimen per jaar per huishouden gekocht. De consumptie van ouderen van boven de 55 jaar ligt ver boven dit gemiddelde. Inkopen vinden voor 40 % plaats in de supermarkt, 30 % bij de groentewinkel en voor 20 % op de markt.

- Aantal verbruikers van pruimen loopt terug.
- Jongere huisvrouwen kopen zelden of nooit pruimen.

4. Conclusies

4.1 Algemeen

Op korte termijn worden er geen bijzondere ontwikkelingen in de pruimenteelt verwacht. Voorlopig zal het aanbod dan ook voornamelijk bestaan uit Reine Victoria en Opal. Zowel telers als handelaren zien toekomst voor Hollandse pruimen.

De telers zien mogelijkheden om de afzet te verbeteren in de vorm van promotie, kleinverpakkingen en een betere samenwerking tussen telers en veilingen. Het merendeel van de telers is niet aangesloten bij een telersvereniging of studieclub, maar geeft aan eventueel wel bereid te zijn om samen te werken. Door samenwerking en schaalvergroting moet het volgens de telers mogelijk zijn Hollandse pruimen in de supermarkt te krijgen en ze zijn van mening dat de consumenten deze dan beslist zullen kopen.

De handel ziet wel mogelijkheden voor pruimen. De afzet zou verbeterd kunnen worden door beter te letten op de kwaliteit en uniformere sorteringen voor de klok te brengen. Voor de supermarkten is een groot regelmatig aanbod van belang.

Om de afzet te verbeteren zal er wel iemand een voortrekkersrol moeten gaan vervullen.

Zowel telers als handelaren zien dit als taak van de afzetorganisatie.

Bij de telersvereniging Reine Victoria is het initiatief voor samenwerking van de telers gekomen. Dit is erg succesvol gebleken, mede doordat de telers het gevoel hebben veel zelf te kunnen bepalen.

4.2 SWOT-analyse

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

STERK <ul style="list-style-type: none">- grote gezondheidswaarde pruim- goede prijs bij afzet via telersvereniging- Reine Victoria en Opal goede rassen	ZWAK <ul style="list-style-type: none">- veel kleine hobbytelers- aanbod via veilingen slecht gestructureerd- grote kwaliteitsverschillen- weinig samenwerking telers- seizoensproduct (kan ook sterk zijn)
KANS <ul style="list-style-type: none">- afzet in supermarkt- weinig jonge consumenten	BEDREIGING <ul style="list-style-type: none">- concurrentie van buitenlandse pruimen- aanvoerpiek in zomervakantie- 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 zien we duidelijk dat de sterke punten van de pruim de kansen, maar ook de bedreigingen juist een positieve wending kunnen geven. Ook is te zien dat de zwakke kanten de kansen van de markt juist ondermijnen. Dus naast het uitbuiten van de gezondheidswaarde van de pruim en de beschikbare goede rassen, moet er iets gedaan worden aan het wisselende veilingaanbod en de samenwerking van de telers. Dat de aanvoerpiek in de zomervakantie ligt, is een gegeven dat niet valt te veranderen.

CONFRONTATIEMATRIX PRUIM	afzet supermarkt	weinig jonge verbruikers	concurrentie importpruimen	aanvoerpiek zomervakantie	aantal verbruikers neemt af	SALDO
gezondheidswaarde pruim	+	++	+	0	+	+6
goede afzet via telersvereniging	++	0	+	0	0	+4
Reine Vic en Opal goede rassen	++	+	+	0	+	+6
veel kleine hobbytelers	--	0	-	0	0	-4
veilingaanbod wisselt sterk	-	0	-	0	0	-3
grote kwaliteitsverschillen	--	0	-	0	-	-5
weinig samenwerking telers	-	0	-	0	0	-3
seizoensproduct	0	-	-	--	0	-5
SALDO	-1	+2	-2	-2	+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 gezondheidswaarde van Hollandse pruimen, de goede rassen en de mogelijkheden bij verenigde afzet. Hierdoor moet het mogelijk zijn de concurrentie met importpruimen aan te gaan en pruimen via de supermarkt af te zetten.

Uit de confrontatiematrix blijkt het afnemende aantal verbruikers van pruimen een defensieve opties te zijn.

Een duidelijke randvoorwaardenscheppende optie is een oplossing zoeken voor het wisselende veilingaanbod als gevolg van de vele kleine telers. Door bundeling van het aanbod en uniforme partijen van dezelfde kwaliteit apart te veilen, zal de handel meer pruimen gaan kopen. Ook biedt dit meer mogelijkheden voor afzet in de supermarkten.

5. Aanbevelingen

De telers zien volop mogelijkheden om de afzet van pruimen te verbeteren. Zij kunnen dit echter niet alleen. Naast de veilingen, moet ook de handel zich hiervoor willen inspannen. Bij de Greenery verloopt de afzet van pruimen goed door de actieve houding van telersvereniging Reine Victoria.

De veiling kan er voor kiezen om met name de professionele telers te gaan ondersteunen. Deze zouden zich moeten organiseren en samen met de veiling de aanvoer structureren. Deze pruimen zullen dan grotendeels in aparte blokken verkocht kunnen gaan worden. De voorwaarden voor deze blokken kunnen de telers in samenwerking met de veiling vastleggen. Mogelijk kunnen grote partijen van één teler apart geveild worden.

Met name bij Fruitmasters lijken de vele kleine telers een belemmering te zijn om het aanbod goed te structureren. Bovendien komen er hierdoor op de veiling heel veel kleine partijen met onderling soms grote kwaliteitsverschillen. De aanvoer van de kleinere hobbytelers kan bij elkaar gezet worden en als één blok verkocht worden voor de klok.

Door bundeling van het aanbod van professionele telers kan de commerciële afdeling van de veiling via bemiddeling meer voor elkaar krijgen bij de supermarkten.

Het zou goed zijn wat promotiemateriaal te ontwikkelen over de rassen en de beschikbaarheid van Hollandse pruimen. Fruitmasters en Greenery kunnen dit na overleg al dan niet gezamenlijk doen. Via de afzetorganisaties kan deze verspreid worden onder de supermarkten en groentespecialzaken.

Om bovenstaande aanbevelingen van de grond te krijgen, zal er eerst intern bij de afzetorganisaties en vervolgens via de diverse commissies een draagvlak voor moeten zijn. Daarna zullen enkele pruimentelers het voortouw moeten nemen. Als het aanbod dan inderdaad beter gestructureerd is, zullen de afzetmogelijkheden ongetwijfeld verbeteren.

Bijlage 1: Marktinformatie pruim

VEILINGAANVOER	aanvoer (ton)			omzet (x 1.000 €)			middenprijs (€/kg)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Totaal Fruitmasters	2.300	1.889	2.233	2.148	1.753	2.105	0,93	0,93	0,94
-Opal	621	547	667	625	562	595	1,01	1,03	0,89
-Reine Victoria	624	575	604	797	602	729	1,28	1,05	1,21
-Mr. Hatif	569	424	552	454	366	412	0,80	0,86	0,75
-overige	486	343	410	273	224	369	0,56	65,00	0,90
Totaal Greenery	950	822	1.044	1.131	1.118	1.575	1,19	1,36	1,51
- w.v. telersver. R.V.	448	360	643	574	592	1.112	1,28	1,69	1,73
Totaal	3.250	2.711	3.277	3.279	2.871	3.680	1,01	1,06	1,12

IMPORT NL (ton)(PT)	2000	2001	2002
Spanje	3.777	4.933	4.380
Frankrijk	1.271	1.860	2.124
Duitsland	1.084	1.260	1.667
overig EU	1.158	603	708
rest Europa	1.912	3.474	1.112
Afrika (Z-Afrika)	3.703	7.902	7.674
Amerika (Chili)	4.480	9.676	7.530
overig	182	79	284
totaal	17.567	29.787	25.479

EXPORT NL (ton)(PT)	2000	2001	2002	2003
Engeland	25	0	7	10
België	10	0	6	3
Duitsland	4	3	3	5
Griekenland	0	0	0	62
Scandinavië	14	1	0	0
overig	5	1	4	8
totaal	58	5	20	88

EUROPA (CTIFL)	productie (zoet en zuur) (ton)				
grote producenten	1998	1999	2000	2001	2002
Frankrijk	206.000	177.000	208.000	275.000	253.000
Spanje	147.000	158.000	156.000	143.000	187.000
Italië	149.000	189.000	180.000	172.000	168.000
Duitsland	48.000	55.000	60.000	41.000	46.000
Oostenrijk	50.000	45.000	57.000	75.000	43.000
Portugal	15.000	18.000	16.000	16.000	16.000
Engeland	6.000	9.000	5.000	16.000	13.000

Bijlage 2: Enquête pruimentelers

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 pruimenteler?

- | | | |
|---------------------|-----------------------|------|
| a) 0 - 5 jaar | <input type="radio"/> | 8 % |
| b) 6 - 10 jaar | <input type="radio"/> | 11 % |
| c) 11 - 15 jaar | <input type="radio"/> | 16 % |
| d) meer dan 15 jaar | <input type="radio"/> | 65 % |

2. Wat voor pruimenteelt 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"/> | ...21 % |
| b) buitenteelt met laagstambomen | <input type="radio"/> | ...90 % |
| c) teelt met overkappingen (bijv. regenkappen) | <input type="radio"/> | ... 0 % |
| d) teelt onder glas | <input type="radio"/> | ... 2 % |
| e) anders, namelijk..... | <input type="radio"/> | ... 2 % |

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

- | | | |
|-------------------------|-----------------------|---------|
| a) ja, namelijk: | <input type="radio"/> | 80 % |
| 1. ...(appel/peer 85 %) | |ha |
| 2. | |ha |
| 3. | |ha |
| b) nee | <input type="radio"/> | 20 % |

4. Hoeveel hectare is uw pruimenteelt?

- | | | |
|---------------------------|-----------------------|---------|
| a) 0 - 0,5 ha – 56 telers | <input type="radio"/> |ha |
| b) 0,5 - 1 ha – 40 telers | <input type="radio"/> |ha |
| c) 1 - 2 ha – 16 telers | <input type="radio"/> |ha |
| d) 2 - 3 ha – 7 telers | <input type="radio"/> |ha |
| e) 3 - 4 ha – 3 telers | <input type="radio"/> |ha |
| f) 4 - 5 ha – 2 teler | <input type="radio"/> |ha |
| g) > 5 ha – 1 teler | <input type="radio"/> |ha |

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

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

10 - 20%
> 20%

b) nee 80 %

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

- a) 0 t/m 4 jaar ... 48 %
- b) 5 t/m 9 jaar ... 45 %
- c) 10 t/m 14 jaar ... 49 %
- d) > 15 jaar ... 46 %

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

- a) St. Julien A ... 94 %
- b) VVA-1 ... 6 %
- c) Pixy ... 3 %
- d) anders, namelijk geen antwoord..... ... 8 %

Er is sprake van een ouder en nieuwer assortiment pruimen. 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) Anna Späth 19 %
- b) Belle de Louvain 8 %
- c) Bleue de Belgique 18 %
- d) Bluefree 9 %
- e) Monsieur Hâtif (wijnpruim) 69 %
- f) Opal 80 %
- g) Reine Victoria 94 %
- h) Reine-Claude d'Althan 18 %
- i) Reine-Claude Verte 16 %
- j) anders, namelijk..... 10 %

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

- d) Anna Späth 16 %
- e) Belle de Louvain 0 %
- f) Bleue de Belgique 4 %
- d) Bluefree 5 %
- e) Monsieur Hâtif (wijnpruim) 37 %

f) Opal	<input type="radio"/>	85 %
g) Reine Victoria	<input type="radio"/>	95 %
h) Reine-Claude d'Althan	<input type="radio"/>	10 %
i) Reine-Claude Verte	<input type="radio"/>	13 %
j) anders, namelijk.....	<input type="radio"/>	3 %

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

a) Avalon	<input type="radio"/>	12 %
b) Excalibur	<input type="radio"/>	9 %
c) Jubileum	<input type="radio"/>	24 %
d) Valor	<input type="radio"/>	18 %
e) Voyageur	<input type="radio"/>	7 %
f) anders, namelijk.....	<input type="radio"/>	2 %

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

a) Avalon	<input type="radio"/>	8 %
b) Excalibur	<input type="radio"/>	3 %
c) Jubileum	<input type="radio"/>	38 %
d) Valor	<input type="radio"/>	11 %
e) Voyageur	<input type="radio"/>	2 %
f) anders, namelijk.....	<input type="radio"/>	2 %

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

a) de vruchtgrootte	<input type="radio"/>	37 %
b) de smaak	<input type="radio"/>	24 %
c) een betere prijs	<input type="radio"/>	13 %
d) minder gevoelig voor ziekten en barsten	<input type="radio"/>	6 %
e) meer kilo's per hectare	<input type="radio"/>	14 %
f) (betere) spreiding van het seizoen	<input type="radio"/>	26 %
g) beschikbaarheid van goed plantmateriaal	<input type="radio"/>	1 %
h) anders,	<input type="radio"/>	6 %
i) geen antwoord	<input type="radio"/>	52 %

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

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|------|
| a) klok (afzetorganisatie) | <input type="radio"/> | 98 % |
| b) bemiddeling (afzetorganisatie) | <input type="radio"/> | 13 % |
| c) rechtstreeks aan afnemer | <input type="radio"/> | 10 % |
| d) huisverkoop | <input type="radio"/> | 26 % |

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

14. Bent u aangesloten bij een telersvereniging of afzetorganisatie?

- | | | |
|-----------------------|-----------------------|------|
| a) ja, namelijk:..... | <input type="radio"/> | 85 % |
| b) nee | <input type="radio"/> | 15 % |

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

- | | | |
|----------------------|-----------------------|------|
| a) ja, namelijk..... | <input type="radio"/> | 20 % |
| b) nee | <input type="radio"/> | 80 % |

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

- | | | |
|--|-----------------------|------|
| a) ja, middels gezamenlijke afzet van de pruimen | <input type="radio"/> | 52 % |
| b) ja, middels gezamenlijke promotie | <input type="radio"/> | 38 % |
| c) ja, middels | <input type="radio"/> | 10 % |
| d) nee | <input type="radio"/> | 26 % |

17. Hoe is het rendement van uw pruimenteelt?

- | | | |
|--------------|-----------------------|------|
| a) slecht | <input type="radio"/> | 2 % |
| b) matig | <input type="radio"/> | 19 % |
| c) voldoende | <input type="radio"/> | 51 % |
| d) goed | <input type="radio"/> | 28 % |

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

- | | | |
|-----------|-----------------------|-----|
| a) slecht | <input type="radio"/> | 6 % |
|-----------|-----------------------|-----|

- b) matig 58 %
- c) voldoende 28 %
- d) goed 3 %

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

- a) slecht 22 %
- b) matig 57 %
- c) voldoende 18 %
- d) goed 2 %

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 pruimen 56 %
- b) zorgen dat de consumenten klein verpakkingen kunnen kopen 34 %
- c) niet, dit is een taak van de veiling 34 %
- d) anders, namelijk..... 16 %

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

- a) meer samenwerking tussen telers en afzetorganisaties 35 %
- b) meer promotie richting consument 70 %
- c) (top)kwaliteit pruimen in mooie klein verpakkingen 33 %
- d) anders, 10 %
- e) geen antwoord 6 %

22. Verwacht u nog kostenbesparende ontwikkelingen te kunnen doorvoeren, kunnen de kosten van pruimen nog omlaag?

- a) ja, de transportkosten kunnen omlaag 4 %
- b) ja, middels eenvoudiger overkappingssystemen 1 %
- c) ja, middels zwakkere onderstammen die de pluk vereenvoudigen 45 %
- d) anders, namelijk..... 18 %
- e) nee, ik zie weinig mogelijkheden 44 %

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

- | | | |
|----------------------|-----------------------|------|
| a) ja, namelijk..... | <input type="radio"/> | 14 % |
| b) nee | <input type="radio"/> | 34 % |
| c) weet niet | <input type="radio"/> | 52 % |

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

- | | | |
|------------------|-----------------------|------|
| a) slecht | <input type="radio"/> | 22 % |
| b) matig | <input type="radio"/> | 36 % |
| c) voldoende | <input type="radio"/> | 36 % |
| d) goed | <input type="radio"/> | 5 % |
| e) geen antwoord | <input type="radio"/> | 4 % |

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 | <input type="radio"/> | 27 % |
| b) planning ten aanzien van de aanvoer | <input type="radio"/> | 23 % |
| c) keur, die wisselend is | <input type="radio"/> | 45 % |
| d) voor de beste kwaliteit wordt niet de hoogste prijs ontvangen | <input type="radio"/> | 25 % |
| e) problemen met de maatsortering | <input type="radio"/> | 11 % |
| f) aanvoertijden | <input type="radio"/> | 10 % |
| g) anders, namelijk..... | <input type="radio"/> | 17 % |
| h) geen antwoord | <input type="radio"/> | 21 % |

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

- | | | |
|------------------|-----------------------|------|
| a) ja | <input type="radio"/> | 45 % |
| b) nee | <input type="radio"/> | 36 % |
| c) geen antwoord | <input type="radio"/> | 19 % |

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