

Visie op de internationale concurrentiekracht in de bloembollen

Februari 1992

auteurs:

Ir. E.H.J.M. de Kleijn

Marktonderzoek, afdeling Tuinbouw, LEI-DLO

Ing. A.M.A. Heybroek

Internationaal Agribusiness Onderzoek,

Rabobank Nederland

Voor inlichtingen:

Sectormanagement Agrarisch

040-34 65 30

Voor de fotografie in deze brochure hebben wij medewerking gekregen van:

- IBC, Hillegom

- Gerard Schaap

- LBO, Lisse

- Wim Stegen

- Wim Granneman

Overname van gegevens is toegestaan onder bronvermelding. Hoewel bij de uitgave de uiterste zorg is nagestreefd, kan Rabobank Nederland voor de eventuele aanwezigheid van (druk)fouten en onvolledigheden geen aansprakelijkheid aanvaarden.

557448

Inhoud

Voorwoord	pagina 3
1. Inleiding	4
1.1 Plaatsbepaling	4
1.2 Concurrentiepositie van de bloembollensector	4
1.3 Onderzoeksmethodiek	4
1.4 Opbouw van de studie	5
2. Wereldvraag	5
2.1 Inleiding	5
2.2 Ontwikkeling van het verbruik	5
2.3 Ontwikkelingen in het assortiment	6
2.4 Trends en marktsegmenten in belangrijke verbruikscentra	7
2.5 Samenvatting en perspectief	8
3. Wereldaanbod	9
3.1 Inleiding	9
3.2 Ontwikkeling van het areaal	9
3.3 Ontwikkelingen in de produktiewaarde	9
3.4 Belangrijke aanbodcentra	10
3.5 Samenvatting en perspectief	10
4. Wereldhandel	11
4.1 Inleiding	11
4.2 Ontwikkelingen van de export	11
4.3 Ontwikkelingen van de import	12
4.4 Handelsstromen	12
4.5 Samenvatting en perspectief	12
5. Concurrentiekracht van aanbodcentra	14
5.1 Inleiding	14
5.2 Nederland	14
5.3 Frankrijk	21
5.4 Israël	24
5.5 Japan	26
5.6 Verenigd Koninkrijk	29
5.7 Verenigde Staten	32
5.8 Polen	35
6 Internationale concurrentiekracht	38
7 Strategie	39
7.1 Marktstrategie	39
7.2 Distributiestrategie	42
7.3 Teeltstrategie	43

Leeswijzer

Om op een snelle wijze achter de essentie van dit rapport te komen adviseren wij u de volgende hoofdstukken te lezen:

- 1.3 Onderzoeksmethodiek
- 2.5 Samenvatting en perspectief
- 3.5 Samenvatting en perspectief
- 4.5 Samenvatting en perspectief
- 6. Internationale concurrentiekracht
- 7. Strategie

Bent u geïnteresseerd in een bepaald land leest u hiervan dan de samenvatting en perspectief uit hoofdstuk 5.

De Nederlandse tuinbouwsector staat steeds weer voor nieuwe uitdagingen. De jaren '90 staan in het teken van een verandering van produkt- naar marktgericht denken. Dit heeft gevolgen voor alle geledingen in de sector; voor veredelaar, teler, veiling, handelaar en winkelier. Tegen deze dynamische achtergrond en de nadrukkelijke presentatie van de Nederlandse tuinbouw op de Floriade, heeft de Rabobank het LEI gevraagd de concurrentiekracht in de bloembollensector in beeld te brengen. In dit rapport is tevens aangegeven welke strategische keuzemogelijkheden er zijn om de positie uit te bouwen. Dit rapport beoogt inzicht te geven in de betekenis van marktgericht denken en handelen. Het wil u daarnaast enkele handvatten bieden voor uw verdere gedachtenvorming over de nabije toekomst. De invulling zal ieder voor zich moeten maken.

Het onderzoek en de analyse zijn door LEI-DLO en Rabobank gezamenlijk uitgevoerd.

Bij de samenstelling van dit rapport is dankbaar gebruik gemaakt van de actieve inbreng van:

- Bond van Bloembollenhandelaren, Hillegom
- Bloembollenbureau Cebeco, Lisse
- CNB (b.a.), Lisse
- Hagelunie, Leidschendam
- Hobaho BV, Lisse
- IBC, Hillegom
- IKC, afdeling bloembollen, Lisse
- KAVB, Hillegom
- PVS, Den Haag

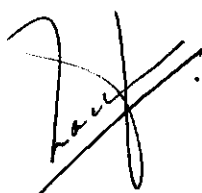
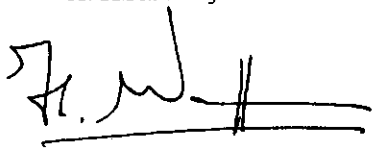
Wij bedanken betrokkenen hartelijk voor hun inbreng.

Eindhoven
Rabobank Nederland

Den Haag, april 1992
Landbouw-Economisch
Instituut-DLO

drs. H.H.F. Wijffels

Prof. dr. ir. L.C. Zachariasse



1. Inleiding

1.1 Plaatsbepaling

De bloembollensector omvat de voortbrenging en handel van bol- en knolgewassen, wortelstokken en wortelknollen. De belangrijkste vertegenwoordigers zijn: tulp, lelie, narcis, iris en hyacint; van de knollen: gladiol en begonia; van de wortelstok: lelietje van dalen en van de wortelknollen: dahlia. In het totaal van de sierteelt in de wereld vormen de bloembollen 10% van de totale wereldexportwaarde.

Er zijn twee segmenten. In de droogverkoop worden de bollen afgezet voor opplant door de uiteindelijke gebruiker en in de broeierij dienen de bloembollen als uitgangsmateriaal voor de bloemkwekerij. In deze studie worden beide segmenten onderzocht. Vanwege de grote betekenis van de broeierij zijn ook de ontwikkelingen in het segment van de bolbloemen meegenomen.

1.2 Concurrentiepositie van de bloembollen

In de productie en de afzet van bloembollen in de wereld vinden belangrijke wijzigingen plaats in de concurrentieverhoudingen. De Europese integratie, democratisering in Oost Europa, alsmede de liberalisatie van de wereldhandel in het kader van de GATT-onderhandelingen zullen gevolgen hebben. Een aantal 'traditionele' markten vertoont verzadigingsverschijnselen. Dit heeft gevolgen voor de winstmarges en de machtsverhoudingen in de produktiekolom.

In het bijzonder in Nederland zal nieuwe milieuwetgeving invloed hebben op de gangbare produktiemethoden.

De vele veranderingen bemoeilijken een goed inzicht in het perspectief van het bloembollenvak. Inzicht is essentieel om tijdig te kunnen inspelen op kansen en bedreigingen. In het kader van de internationale tuinbouwtentoonstelling Floriade is onderzocht in hoeverre de diverse krachten invloed hebben op de concurrentieverhoudingen binnen het bloembollenvak in de wereld.



1.3 Onderzoeksmethodiek

Bij de bepaling van de concurrentiekracht van de Nederlandse bollensector is gebruik gemaakt van de theorieën van de Amerikaanse econoom Porter. De kracht van een sector wordt niet alleen bepaald door een lage kostprijs, maar er zijn meer aspecten die een rol spelen. In deze studie is gekeken naar:

- Produktiefactoren, zoals grondstoffen, klimaat, ongeschoolde arbeid en kapitaal. Deze factoren zijn in principe aanwezig en hebben grote invloed op de kostprijs. Daarnaast zijn infrastructuur, geschoolde arbeid, onderzoek, onderwijs, voorlichting, telecommunicatiestructuren e.d. belangrijk. Deze factoren moeten door de mens gecreëerd worden en hebben invloed op de efficiency.
- Binnenlandse vraag. De aard, omvang en ontwikkeling van de thuismarkt heeft veel invloed op de kracht van een sector. Een kritische thuismarkt versterkt de concurrentiekracht. Die houdt de sector alert en vormt de basis voor een hoog innovatieniveau.
- Netwerk van sectoren, dat wil zeggen de mate waarin de diverse schakels in de keten elkaar benutten om tot een effectieve marktaanpak te komen. Ook het gebruik maken van ideeën uit andere sectoren wordt bekeken.
- Overheid: hierbij wordt beoordeeld welke rol de overheid speelt bij de ontwikkeling (of afremming) van de concurrentiekracht.
- De economische orde, zoals de ondernemersgeest.



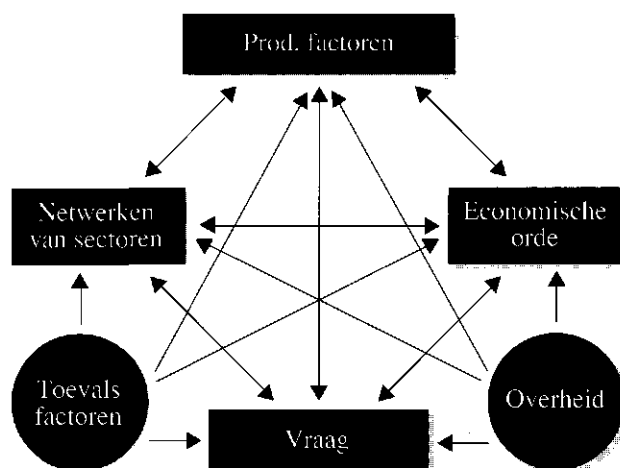
2. Wereldvraag

internationale gerichtheid, vermogen tot samenwerking, managementcultuur, e.d.

- Toevalsfactor. Onvoorspelbare zaken als koerswisselingen, politieke beslissingen, technische doorbraken, oorlogen, e.d. Bij de beoordeling van een sector is het belangrijk te onderscheiden of de bestaande positie een eigen verdienste is, of dat men sterk is geworden door toevalligheden.

Door sectoren of landen te analyseren op basis van deze aspecten ontstaat een beeld van de internationale concurrentiekracht. Daarbij is het denkbaar dat aspecten elkaar versterken maar ook tegenwerken. Het totale rapport geeft inzicht waar de bollensector sterk en zwak is en biedt daarmee openingen voor verbeteringen.

Figuur 1: Porters determinanten van nationaal voordeel



1.4 Opbouw van de studie

In de eerste hoofdstukken wordt in het kort een overzicht gegeven van de ontwikkeling van de vraag (hfdst. 2), het aanbod (hfdst. 3) en de handel (hfdst. 4) in bloembollen op wereldniveau. Hierna wordt in hoofdstuk 5 een analyse gemaakt van de internationale concurrentiekracht van de belangrijkste landen die zich met bloembollen bezighouden en een rol spelen in de internationale productie en handel.

In hoofdstuk 6 worden de posities van de diverse beschreven landen tegen elkaar afgewogen. Tenslotte worden in hoofdstuk 7 conclusies getrokken en strategische keuzemogelijkheden weergegeven, die een versterkte concurrentiepositie van de Nederlandse sector tot gevolg kunnen hebben.

Het onderzoek is afgesloten in december 1991.

2.1 Inleiding

Op grond van de gegevens van de negen belangrijkste verbruikslanden wordt de produktiewaarde in de wereld geschat op minimaal 1,6 miljard gulden op groothandelsniveau (1990).

Het assortiment in de wereld is afgeleid van de export uit Nederland. Dit geeft voor de meeste landen een vrij goede afspiegeling, omdat Nederland een aandeel van 89% heeft in de wereldhandel. Er is hiermee een lichte onderwaardering voor lelie, narcis en gladiol, omdat in enkele landen, in tegenstelling tot Nederland, de binnenlandse productie vooral betrekking heeft op die producten.

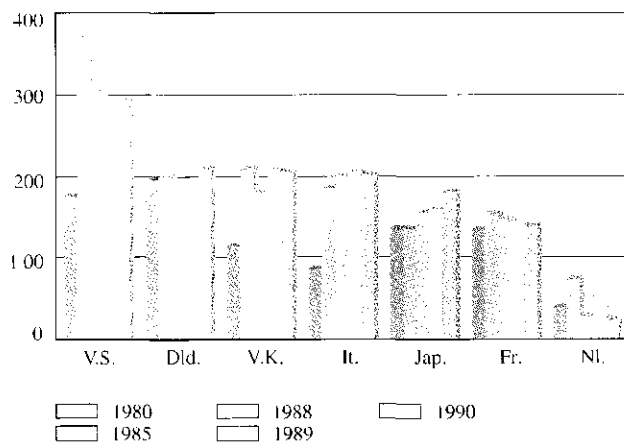
2.2 Ontwikkeling van het verbruik

De bestedingen (nominaal gemeten op groothandelsniveau) van bloembollen zijn in de negen belangrijkste landen de afgelopen 10 jaar verdubbeld van 600 miljoen gulden naar 1250 miljoen gulden. Deze bestedingen hebben betrekking op zowel de droogverkoop als de broeierij-afzet. Het assortiment in zijn algemeenheid is breder geworden, het verbruik van soorten met een groot aandeel is kleiner geworden. De Verenigde Staten zijn de grootste verbruikers van bloembollen. Ook Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Italië zijn belangrijke gebruikers zowel voor de broeierij als de droogverkoop. (Zie figuur 2.)

In het vroege voorjaar lijken bloembollen met hun kleurrijke bloei in de tuinen weinig concurrentie van andere planten te hebben. Desondanks is de droogverkoop aan het einde van de tachtiger jaren gestagneerd (in 1990 treedt er weer een herstel op in de meeste landen), terwijl in die periode de verkoopinspanningen duidelijk zijn toegenomen. Vooral in Duitsland is deze



Figuur 2: Verbruik van bloembollen in de belangrijkste landen
mln. gld.



Bron: AIPH, Eurostat, berekening LEI.

stagnatie blijvend merkbaar. Wellicht kunnen als oorzaken hiervoor worden aangegeven:

- de grotere concurrentie van andere producten,
- een korte bloei in vergelijking tot andere planten,
- de korte tijd dat de bol verkrijgbaar is en
- soms geen bloei.

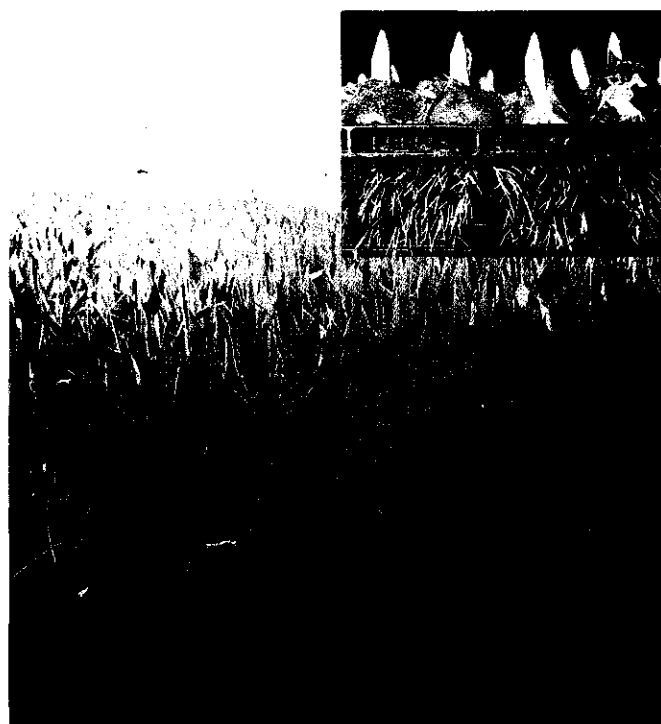
Zo is bijvoorbeeld de waarde van de Nederlandse boomkwekerij-export de laatste tien jaar met 74% gestegen en die van de bloembollen met 34%. Het marktaandeel droogverkoop t.o.v. de boomkwekerij is daarmee in deze periode gedaald van 47 naar 39%. Bloembollen worden in ruim 100 landen gekocht. De E.G.-landen zijn het belangrijkste afzetgebied, met 60% van alle bloembollenbestedingen in 1990. In 1980 was het marktaandeel nog 65%.

In de meeste landen is de bol echter een vrij onbelangrijk artikel. Het aandeel in de winkelomzet op jaarbasis is laag. Belangrijke afzetkanalen van bloembollen zijn supermarkten, postorderbedrijven en tuincentra. Het aandeel van de supermarkten neemt steeds meer toe. Mede hierdoor stijgt het aantal verkooppunten sterk. Nadeel van verkoop via supermarkten is dat het personeel tot nu toe weinig kennis van bollen heeft en dat de bewaaromstandigheden relatief slecht zijn.

De broeierij is een essentieel onderdeel van de bloembollensector. Afhankelijk van de definiëring van broeierij bedraagt het aandeel in de meeste landen enkele procenten (wanneer alleen de beschermde en geforceerde teelten daaronder worden gerekend) tot vaak meer dan de helft van het aantal aangeboden bloembollen.

Het aandeel bollen dat bestemd is voor de broeierij is de laatste jaren steeds belangrijker geworden. De vraag naar bloemen in de wereld stijgt (3,5% per jaar) als gevolg van de stijgende welvaart in een groot aantal

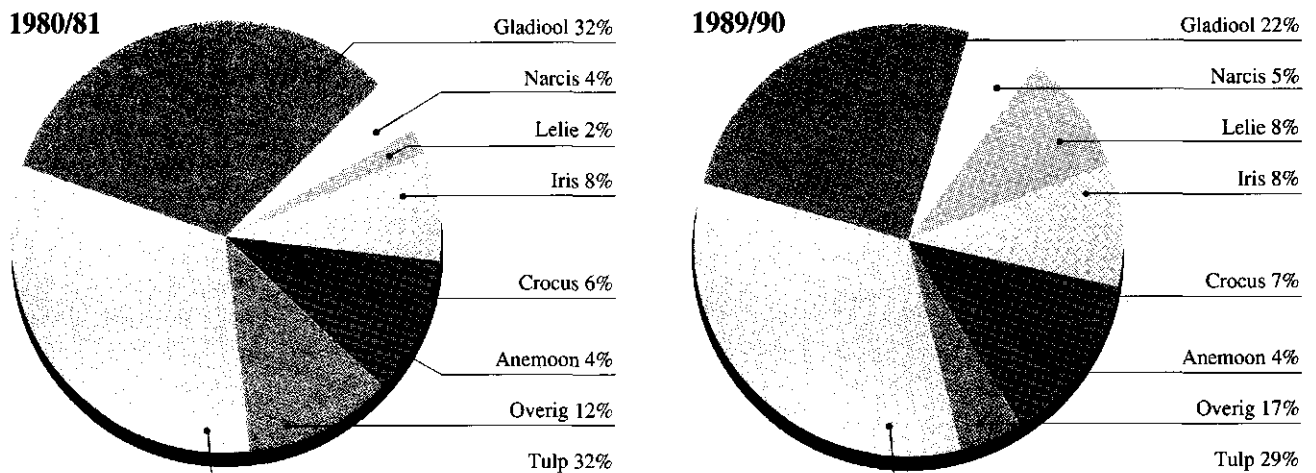
landen. De bolbloemen hebben een belangrijk aandeel in de snijbloemenmarkt (bijvoorbeeld in Nederland 15% naar waarde), zeker gezien het korte bolbloemen-seizoen met name voor tulp en narcis. Hoewel de spreiding van het aanbod over het jaar steeds groter wordt, neemt het aandeel van de bolbloemen in het snijbloemenpakket af met uitzondering van de lelie. De laatste 10 jaar is de veilingomzet in Nederland van snijbloemen met 126%, narcis en tulp met 116% en lelie met 144% gestegen en voor de overige bolbloemen gedaald. Deze ontwikkeling wordt voornamelijk veroorzaakt door de sterke innovatie in de bloemisterij-wereld.



2.3 Ontwikkelingen in het assortiment

Tulpen, lelies en gladiolen zijn veruit de belangrijkste producten. Het aandeel van de gladiolen neemt af. De lelie is de belangrijkste groeier. Het aandeel van dit gewas in de export van Nederland is de afgelopen 10 jaar toegenomen van 2% tot 8% (op basis van stuks). De tulp heeft een sterk aandeel dat nauwelijks verandert. De belangrijkste zeven bolsoorten hebben een aandeel van meer dan 85% in het wereldverbruik. De overige gewassen (o.a. dahlia, lelietje van dalen (*Convallaria*)) worden echter belangrijker. Het aandeel hiervan nam in de periode 1980/1981 - 1990/1991 toe van 12% tot 17%. (Zie figuur 3).

Figuur 3: Aandeel per soort in het wereldgebruik (in stuks) van bloembollen



Bron: P.V.S.

2.4 Trends en marktsegmenten in belangrijke verbruikscentra

De omzetgroei in de bloembollensector is in de jaren tachtig voornamelijk veroorzaakt door de lelie en in een beperkt aantal landen (VS, Italië en Japan). De afzetvergroting is in verschillende markten gepaard gegaan met prijsdalingen van de produkten met uitzondering van de lelie. De VS, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Italië en Japan zijn qua omvang de belangrijkste internationale vraagcentra voor bloembollen. De VS, het Verenigd Koninkrijk en Japan komen, evenals andere grote exporterende landen, in hoofdstuk 5 aan de orde.



Duitsland

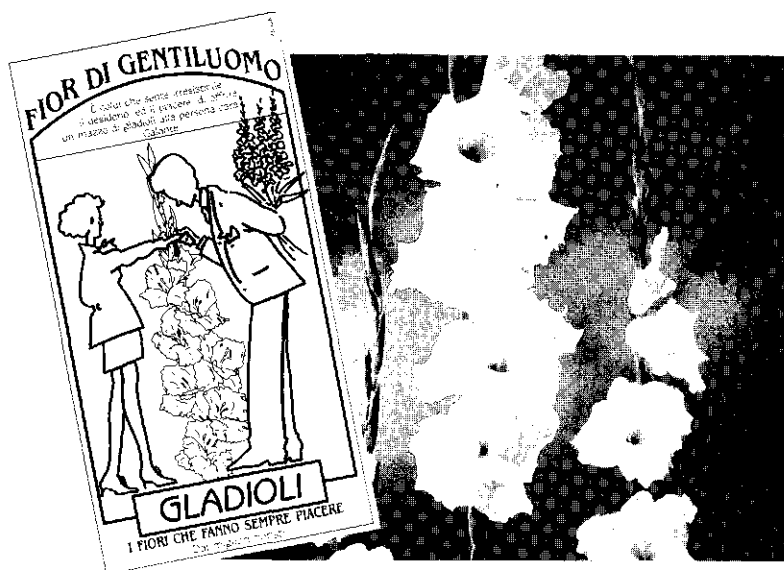
Duitsland is lange tijd het belangrijkste verbruikslaan geweest. Van het verbruik is 36% bestemd voor de broeierij en 64% voor de droogverkoop. Door stagnatie in beide marktsegmenten is het land steeds minder belangrijk geworden. De mogelijke oorzaak hiervoor is de verschuiving van de vraag naar andere produkten uit de sierteeltsectoren. De Duitse consument is namelijk wel tevreden over het aanbod, het assortiment en het genot, maar is gematigd tevreden over het uiteindelijke resultaat en de prijs. Ook de verschuiving van de afzet naar andere verkoopkanalen, zoals het grootwinkelbedrijf, waarvoor andere marketingtechnieken nodig zijn, heeft invloed. Dit vergt aanpassingen, die niet direct gerealiseerd kunnen worden.

Na de hereniging van de beide Duitslanden is de afzet van bollen uit het buitenland in 1990 weer gestegen (Nederlandse export steeg in het seizoen 1990/91 met 13%). De vraag naar droge bollen in het voormalige Oost-Duitsland nam sterk toe. De binnenlandse productie kon aan deze gestegen vraag niet voldoen, omdat de bollenproductie ingesteld was op het broeierijsegment. Het is nog onduidelijk of de gestegen vraag in het vroegere Oost-Duitsland structureel is. In het vroegere Westduitse deel neemt het verbruik nog steeds af.

Van alle bollen in de droogverkoop komt 85% bij gezinnen terecht en 15% bij bedrijven en overheid. Per jaar koopt ongeveer 30% van de gezinnen bollen. Dit percentage is de afgelopen jaren iets afgenomen. Belangrijke aankoopplaatsen zijn postorderbedrijven, supermarkten en tuincentra, samen goed voor meer dan 50% van de verkopen. Het aandeel van de supermarkt neemt toe en dat van de verzendhuizen neemt af.

De bollen komen voor het grootste gedeelte in de tuin terecht (73%). Verder zijn begraafplaatsen (11%) en het balkon (7%) andere gebruiksmogelijkheden. Gemiddeld wordt er door alle huishoudens 5 gulden per jaar aan bollen uitgegeven. Men betaalt ongeveer een kwartje per bol.

De belangrijkste gewassen die Nederland naar Duitsland exporteert zijn tulp (39%), gladiool (12%), krokus (10%) en narcis (8%). Het aandeel van deze gewassen is de afgelopen jaren niet veranderd.



Italië

Italië is een broeierijland bij uitstek. Dit betekent dat de bollen die in Italië geïmporteerd en geproduceerd worden voor een groot deel als bolbloem bij de consument terecht komen. Het belang van bolbloemen wordt in Italië steeds groter. In 10 jaar is het aandeel van de droogverkoop met 5% afgenomen tot 15%. Het marktsegment grafbloemen is in Italië relatief groot. Gladiolen spelen hierin een belangrijke rol. Er vindt echter een afzetverschuiving plaats van gladiolen naar lelies. Het aandeel (volume) van de gladiool was in '85/'86 nog 52%, in '90/'91 is dit gedaald tot 50%. Het aandeel van de lelie steeg in deze periode met 13% tot 20%. Bij de andere gewassen is het aandeel ongeveer gelijk gebleven.

De markt voor bloembollen ten behoeve van de broeierij, zowel voor de eigen produktie als voor de import, groeit en biedt goede perspectieven.

2.5 Samenvatting en perspectief

In de afgelopen 10 jaar is de vraag naar bloembollen sterk gestegen. In waarde is er een verdubbeling opgetreden. Het aantal landen dat bloembollen vraagt, is van oudsher beperkt. In deze traditionele markten is er

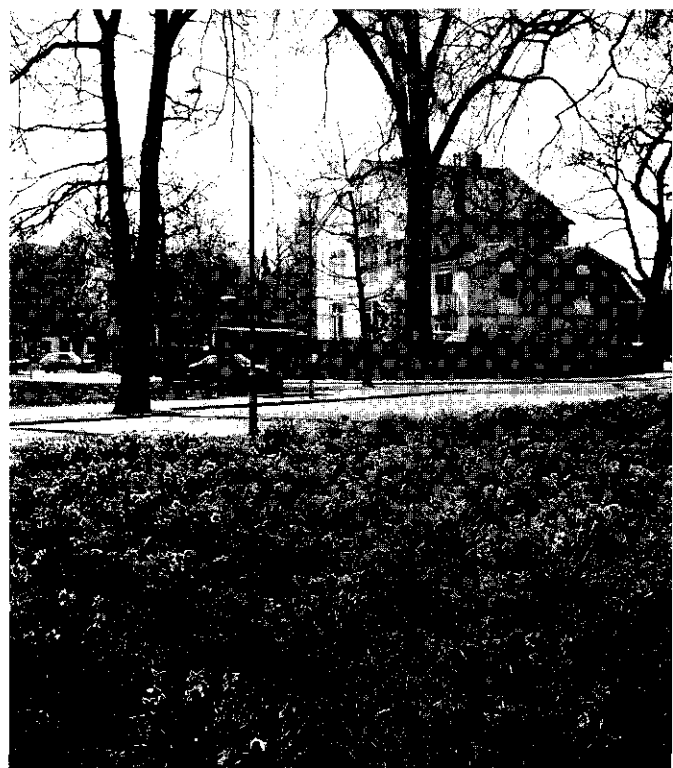
sprake van stagnatie van het marktsegment droogverkoop. Er blijkt in '90/'91 nog wel een omzetgroei te bespeuren ten opzichte van '80/'81, maar er is een daling opgetreden vanaf '84/'85. Deze ontwikkelingen zijn gemeten aan de exportomzet van Nederland. Het afzetaandeel droogverkoop t.o.v. broeierij is daarmee in deze tien jaar gedaald van 54% naar 45%. De teruggang is een gevolg van de meer winstgevende broeierijmarkt en van de grotere concurrentie van andere producten die worden gebruikt in tuinen en plantsoenen, zoals vaste planten, perkplanten en heesters.

Een ruimere distributie van de droogverkoopafzet, bijvoorbeeld via supermarkten, kan de verkoop een nieuwe stimulans geven. Dit vraagt wel een professionalisering van het afzetapparaat. Op het nieuwe segment natuurtuin is bijvoorbeeld nog nauwelijks ingespeeld. De consument wordt onvoldoende geïnformeerd over de gebruiksmogelijkheden van de hiervoor geëigende assortimenten. Assortimentsverbreding in het algemeen - niet meer cultivars maar nieuwe soorten - is noodzakelijk om aan de veranderende consumentenwensen te kunnen voldoen.

De broeierijmarkt groeit wel. Het gebruik van bloemen, waaronder bolbloemen, past in de trend naar het verfraaien van de leefomgeving. Belangrijke vertegenwoordigers in deze ontwikkeling zijn lelie, narcis en tulp.

In de laatste tien jaar is de omzet van deze drie producten op de Nederlandse veilingen met 125% gestegen, de sterkste groeier was de lelie. De lelie, narcis en tulp hebben daarmee een gelijke ontwikkeling gekend als de overige snijbloemen. Alle overige bolbloemsoorten hebben hun marktaandeel in het snijbloemenassortiment zien dalen. Ze zijn daarmee in een laagwaardiger marktsegment gedrongen.

De positie van de broeierijafzet kan verder versterkt worden door seizoenverlenging en verbetering van de houdbaarheid van de bolbloemen.



3. Wereldaanbod

3.1 Inleiding

De commerciële bloembollenteelt is, met uitzondering van de gladiolenteelt, voornamelijk geconcentreerd in gebieden met een zeeklimaat. Het areaal bedraagt thans ongeveer 33 duizend hectare.

Van de in Nederland geproduceerde bollen gaat tweede deel naar de broeierijsector. In het binnenland is rond de 95% van de totale bloembollenafzet bestemd voor de broeierij-sector, en voor de buitenlandse afzet meer dan 50%.

3.2 Ontwikkeling van het areaal

Het areaal bollenteelt in de wereld is de afgelopen 10 jaar gestegen. Groei vond vooral plaats in Nederland (+ 3000 ha.), het Verenigd Koninkrijk (+ 300 ha.) en Polen (+ 500 ha.). De laatste jaren is het areaal in de belangrijkste landen gestabiliseerd. Het aandeel van het Nederlandse areaal is sinds 1970 met 10% toegenomen tot ongeveer 50% van het areaal in de wereld. Het feit dat Nederland een meer dan evenredig aandeel in de wereldhandel heeft (89%), betekent dat andere bloembollenproducerende landen relatief sterk op hun thuismarkt afzetten. (Zie figuur 4.)

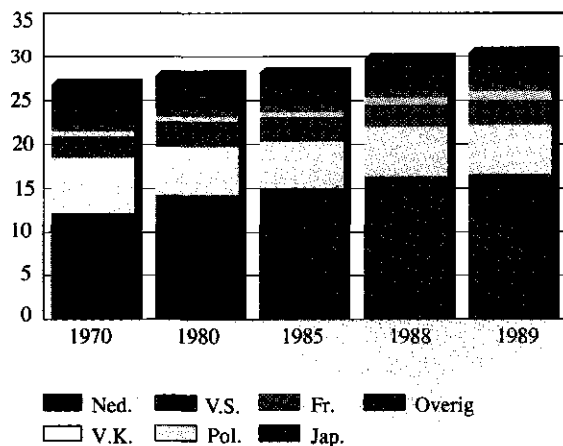


3.3 Ontwikkelingen in de produktiewaarde

De produktiewaarde op wereldschaal (berekend op basis van de negen belangrijkste landen) is van 1980 tot 1990 gestegen van 880 miljoen gulden tot 1,3 miljard (op producentenniveau).

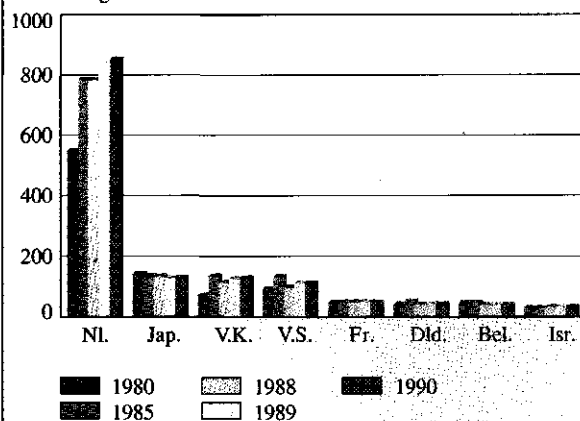
Er is in de tweede helft van de jaren tachtig sprake geweest van een lichte daling van de produktiewaarde maar die heeft zich nu weer hersteld.

Figuur 4: Verdeling van het areaal in de wereld
1000 ha.



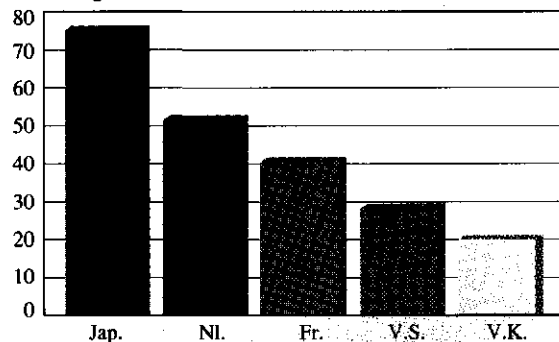
Bron: IBC, AIPH.

Figuur 5: Ontwikkeling produktiewaarde van bloembollen in de belangrijkste landen
mln. gld.



Bron: AIPH, USDA, berekening LEI.

Figuur 6: Produktiewaarde van bloembollen per ha. in diverse landen
1000 gld.



Bron: AIPH, MAFF, USDA. Berekening: LEI.

Nederland is met een produktiewaarde van 850 miljoen gulden veruit het belangrijkste produktieland ter wereld. Na Nederland hebben Japan, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten nog enig belang (respectievelijk 112, 107 en 70 miljoen gulden). (Zie figuur 5.)

Bij de produktiewaarde per hectare bestaan er grote verschillen tussen de landen. Duitsland heeft een zeer hoge produktiewaarde, als gevolg van de teelt van het lelietje van dalen. Er wordt echter veel van dit gewas in de statistieken opgenomen die in het wild is gezocht, hetgeen een vertekend beeld geeft. Ook in Japan is de produktiewaarde per hectare hoog door de gemiddeld hoge bolprijs. De laagste produktiewaarde wordt genoteerd in het Verenigd Koninkrijk, waarop het grote aandeel narcissen veel invloed uitoefent. (Zie figuur 6.)

3.4 Belangrijke aanbodcentra

In de wereld zijn Nederland, Japan, de VS en het Verenigd Koninkrijk de belangrijkste producenten in de bloembollensector. Het zijn ook belangrijke vraaglanden c.q. exportlanden. Ze komen daarom ook uitgebreider aan de orde in hoofdstuk 5. Brazilië wordt in dit hoofdstuk behandeld omdat men daar sterke ontwikkelingen verwacht ten aanzien van het aanbod.

Brazilië

In Brazilië werd in 1990 rond de 350 ha bloembollen geteeld (265 ha gladiolen zowel voor de bloemen- als de bollenteelt, 40 ha amarylli en tulpen). De teelt is door Nederlandse immigranten van de Holambra

nederzettingen opgezet. De afzet is coöperatief geregeld (veilingen). Er is veel uitgangsmateriaal en kennis vanuit Nederland beschikbaar. De produktie per ha is minder dan in Nederland.

Er zijn regio's in Brazilië waar het klimaat geschikt is voor de bloembollenteelt.

Export vindt voornamelijk plaats naar Nederland (1990 85% van de waarde van 2,5 miljoen gulden). Andere exportlanden liggen in de regio (Argentinië, Bolivia en Uruguay).

De infrastructuur van het land is zo slecht ontwikkeld, dat ook de concurrentiepositie slecht is, behalve ten opzichte van buurlanden en Nederland. Er is een potentiële binnenlandse markt van 150 miljoen mensen. Echter de inkomens zijn uitermate laag. Daar komt nog bij dat de politiek en economie onstabiel is (inflatie in 1990 250%) en dat het afzet- en ondernemersklimaat niet optimaal is. Toch lijken er mogelijkheden om Nederlandse teeltactiviteiten naar Brazilië te verplaatsen.

Overige landen

In andere dan de genoemde landen wordt nog ongeveer 4500 hectare bollen geteeld. Hiervan bevindt zich ongeveer 1500 hectare in Oost-Europa waarvan 400 hectare gladiool en 600 hectare tulp. Verder kunnen nog genoemd worden Israël met narcis en iris (totale areaal 390 ha) en Frankrijk met tulp en gladiool (800 ha).

Het lelietje van dalen is in Duitsland erg belangrijk. Ongeveer 60% van het areaal wordt met dit gewas beteeld. Het areaal bollenteelt in het voormalige Oost-Duitsland is na de hereniging grotendeels verloren gegaan. Er vindt nu weer uitbreiding plaats van door Nederlandse bedrijven opgezette teelten.

3.5 Samenvatting en perspectief

De afgelopen jaren heeft een stijging van de produktiewaarde plaatsgevonden, zowel door produktiviteitsvergroting als door areaaluitbreiding. Deze stijging heeft zich vooral in Nederland voorgedaan. Naast de commerciële produktie van bollen wordt echter ook voor een onbekende waarde aan bollen verzameld in het wild (o.a. Turkije en Duitsland).

Naar verwachting zal de produktiviteit, als eerste in Nederland, niet meer groeien als gevolg van milieu-maatregelen. De totale wereldproduktie van bollen hoeft op termijn niet af te nemen, aangezien de daling van de produktiviteit gecompenseerd kan worden door areaal-groei. In Nederland is er voldoende nieuwe grond beschikbaar om aan de aangescherpte vruchtwisselingseisen te voldoen. De teeltomstandigheden zullen echter in een aantal gevallen minder zijn, bij-



4. Wereldhandel

4.1 Inleiding

Een beperkt aantal landen houdt zich bezig met de export van bloembollen. Nederland is echter zo goed als alleenheerser. Handelsstromen zijn daarmee redelijk eenvoudig vast te stellen. Bolbloemen worden in de snijbloemen-statistieken meegenomen. Bij landen waar bolbloemen een groot deel van de exportwaarde uitmaken is dit vermeld.

4.2 Ontwikkelingen van de export

De export van bloembollen in de wereld is sinds 1980 fors gestegen. (Zie figuur 7.) Op het eind van de tachtiger jaren is er echter een stagnatie geweest. De totale waarde ligt ongeveer op 1,2 miljard gulden. Nederland



voorbeeld doordat beschikbaarheid van water en klimaatsomstandigheden niet optimaal zijn.

Als gevolg van de extensivering kan het areaal in de wereld weer stijgen. Er zullen wel verschuivingen in teeltgebieden optreden. In hoeverre concurrentie zal optreden tussen 'oude' en nieuwe teeltgebieden, die in principe ook in andere landen kunnen liggen, is nog niet te overzien.

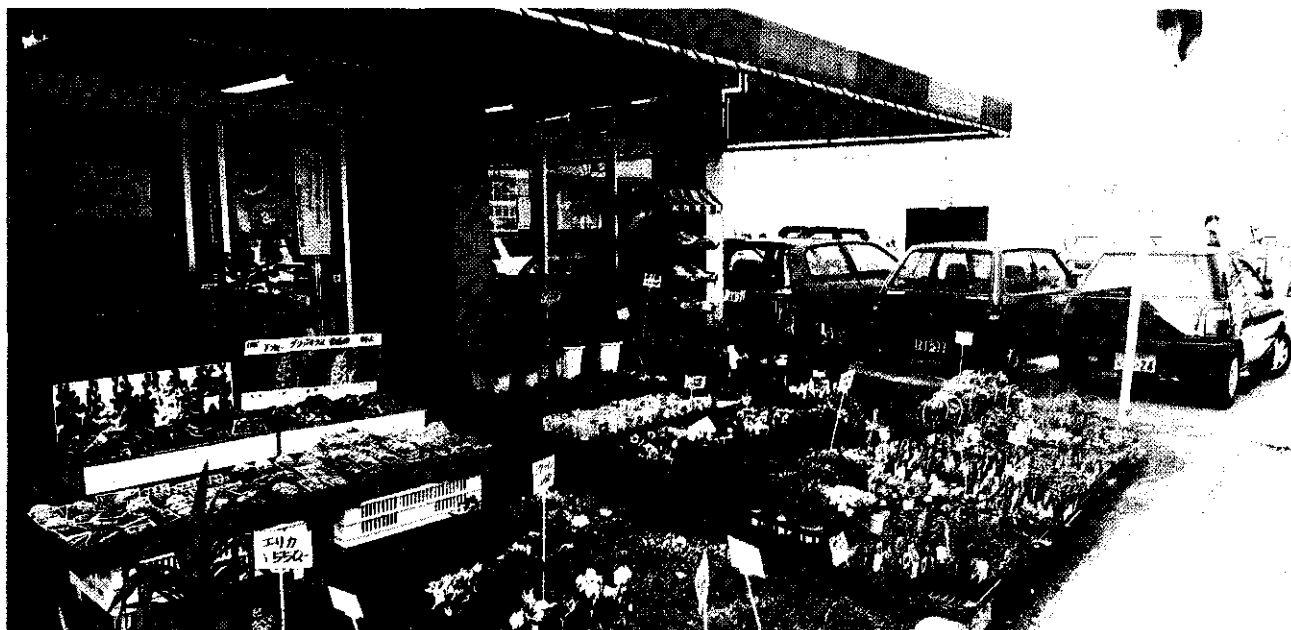
In de wereld spelen twee ontwikkelingen: een stagnerende droogverkoopafzet en een stijgende broeierijafzet. De veranderende droogverkoop wordt niet volledig gecompenseerd door de stijgende broeierijafzet. De prijzen van bloembollen zullen, bij een gelijkblijvend aanbod, onder druk blijven staan totdat een nieuw evenwicht is ontstaan.

In Nederland worden nog steeds kostprijzdalingen gerealiseerd als gevolg van een hogere produktiviteit per ha en bedrijfsvergroting. De rentabiliteit is versterkt door het telen van duurdere soorten (lelie).



had het grootste aandeel in de exportstijging van de 80'er jaren. In 1990 was er weer een flinke stijging van het aantal geëxporteerde stuks. In waarde steeg de export minder. Stijging van de export ging dus ten koste van de prijs. De produktiviteitsstijging in de teelt heeft de kostenstijging niet volledig kunnen opvangen. De druk op de prijzen heeft derhalve geleid tot een daling van de marges. De export is in 1990 vooral naar Duitsland toegenomen. Of deze groei in de droogverkoop gehandhaafd kan worden hangt af van de ontwikkelingen van de teelt en de vraag in oostelijk Duitsland.

Andere landen die ook hun export (waarde) zagen stijgen in de 80'er jaren zijn Polen, Mexico, Brazilië en Frankrijk. Er was een daling in Japan en Duitsland. Nederland heeft een marktaandeel van 89% in de export en 5% in de import. De Nederlandse exportwaarde steeg sneller dan gemiddeld. Dit is vooral te



danken aan groei in het broeierijsegment. De waarde steeg in dit segment de laatste 10 jaar met 64%. In totaal ging in 1990 63% van de in Nederland geproduceerde bollen naar de broeierijsector, waarvan plusminus 60% naar het buitenland. Ongeveer 40% blijft in Nederland. De droogverkoop steeg in deze periode slechts met 37%. Andere exportlanden zijn Frankrijk, België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Israël.

4.3 Ontwikkelingen van de import

De Verenigde Staten (16%) en Duitsland (16%) zijn nu de belangrijkste importlanden in waarde gemeten. Vervolgens komen Italië (15%) en Frankrijk (11%). Sinds 1980 is de import van Frankrijk, Duitsland (met uitzondering van 1990) en het Verenigd Koninkrijk redelijk stabiel. Op basis van de import per hoofd van de bevolking vallen deze landen in het niet bij Finland en Zweden waar de import per hoofd tussen de f6,- en f7,- ligt. In Duitsland is dit f2,60 en in de V.S. f1,-.

4.4 Handelsstromen

Nederland is nagenoeg de exclusieve leverancier in Japan, Oosteuropese landen, Australië en Scandinavië. Nederland heeft als enige ook een volledig assortiment. In de Verenigde Staten zijn ook België en Japan actief. In Zuid-Europa, Afrika en Westeuropese landen is er aanvoer van België, Frankrijk en Duitsland. In Noord-Europa is, naast Nederland, Duitsland een belangrijke importeur. In Nederland worden bollen uit België, Verenigde Staten, Engeland, Frankrijk en Duitsland ingevoerd.

4.5 Samenvatting en perspectief

Wereldwijd gezien is de internationale handel van bollen de afgelopen 10 jaar met 55% gegroeid. De laatste jaren is deze groei echter afgevlakt. De handel in de wereld wordt gedomineerd door Nederland. De productie in de landen waarnaar Nederland exporteert neemt af. Het belang van de Nederlandse export neemt dus toe. Aangezien de groei in het verleden voor het grootste deel is veroorzaakt door verdringing van in het buitenland geproduceerde bolbloemen moet er ernstig rekening mee worden gehouden dat er stagnatie gaat optreden.

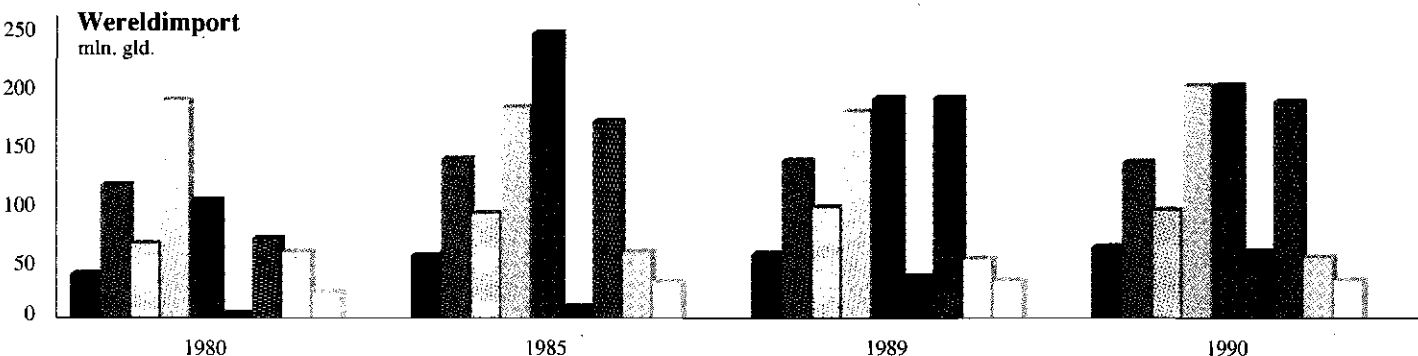
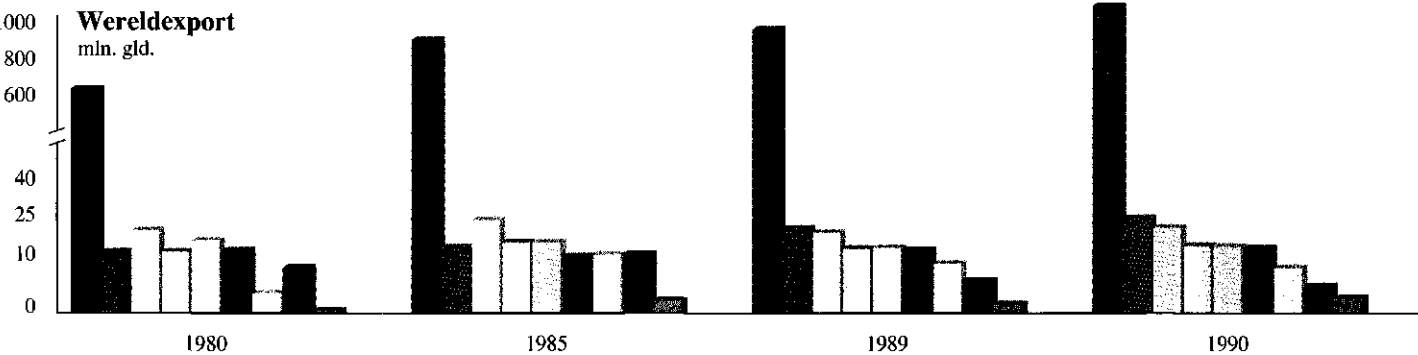
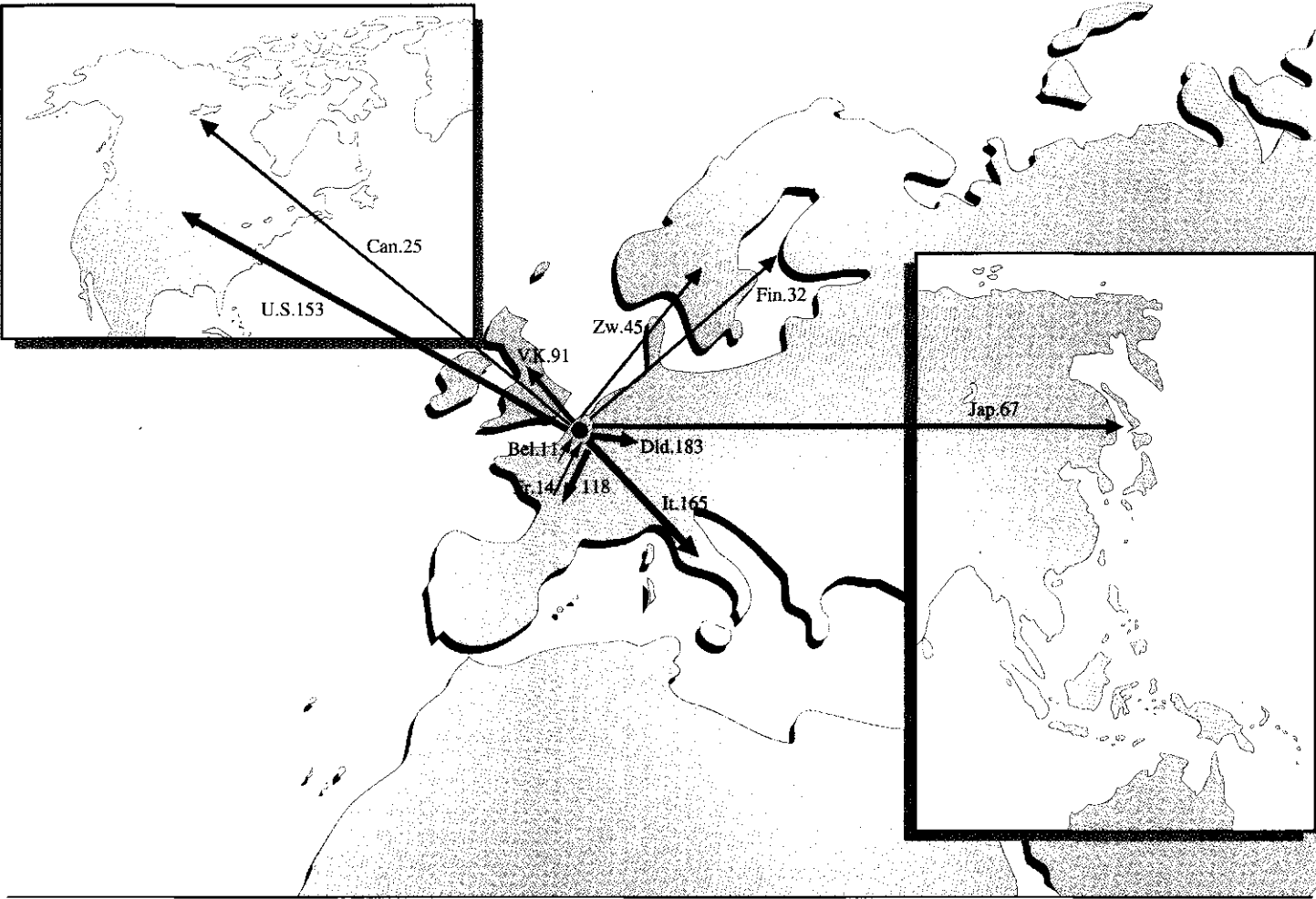
Er zijn drie belangrijke, vrijwel even grote importlanden, te weten de Verenigde Staten, Italië en Duitsland. Het belang van de VS neemt nog steeds toe door de daling van de eigen productie. Frankrijk is het tweede exportland ter wereld. Het grootste deel van deze export gaat ook naar Nederland.

De groei in de afzet wordt bereikt door maar één produkt (lelie) en wordt gerealiseerd op maar twee afzetmarkten (Italië en Japan). Beide landen hebben de vraaggroei gerealiseerd in de broeierijsector.

In de droogverkoopmarkt zijn de groeimogelijkheden beperkt. In de toekomst kan onder invloed van de milieumaatregelen het Nederlandse aanbod zelfs teruglopen, omdat er een verplaatsing van Nederlandse productie naar het buitenland kan optreden.

In de broeierijmarkt is er een sterke verdringing geweest van de buitenlandse sector door de Nederlandse. Er is een verschuiving opgetreden van de exporthandel in bloembollen naar die van bolbloemen.

Figuur 7: Handelsstromen van bloembollen in de wereld. (in mln. guldens, 1990)



- Nederland
- Frankrijk
- België
- Verenigd Koninkrijk
- Duitsland
- Verenigde Staten
- Israël
- Japan
- Brazilië
- Italië
- Zweden
- Finland

Bron: AIPH, Eurostat, Importstatistiek van Japan en de V.S.

5. Concurrentiekracht van aanbodcentra

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de specifieke aspecten van de productie en afzet van de voornaamste bloembollen-exporterende landen onder de loupe genomen. Per land zal een korte schets gegeven worden van aanbod en handel. Daarna wordt een aantal aspecten behandeld, dat van belang is voor de concurrentiekracht van een land, zoals produktiefactoren, thuismarkt, netwerk van sectoren, economische orde en overheid. De behandeling van de produktiefactoren zal in schematische vorm geschieden. De selectie is gemaakt op grond van de positie die landen in de wereldhandel en teelt van bloembollen innemen. Bij de uiteindelijke selectie is België niet meegenomen omdat dit land vrijwel alleen begonia's teelt en verhandelt.

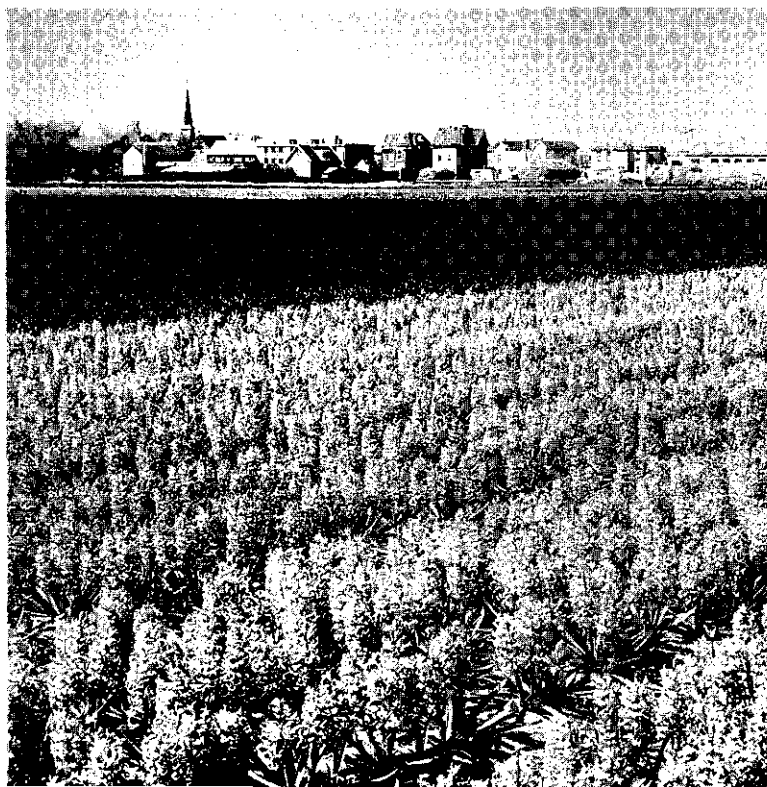
5.2 Nederland

Aanbod en handel van Nederland

Aanbod

Nederland is de grootste bollenproducent ter wereld. Van oudsher is Nederland een groot bloembollen-handelsland. In de 17e eeuw werden al bollen geëxporteerd. Dit heeft grote invloed gehad op de ontwikkeling van de Nederlandse bloembollenteelt. Het areaal bedraagt in 1991 16.300 hectare. Vooral in de zeventiger en tachtiger jaren is het areaal fors gegroeid. Door lage prijzen en produktiviteitsverbetering in de teelt, neemt het areaal de laatste jaren af. De belangrijkste gewassen zijn tulp (7.068 ha), lelie (2.470 ha) en gladiol exclusief kralen (1.760 ha); cijfers 1991.

De teelt in Nederland is de meest intensieve ter wereld. Door de intensiteit is het gebruik van gewasbeschermings- en grondontsmettingsmiddelen toegenomen.



De produktiewaarde per hectare stijgt ieder jaar met ongeveer 4% (de laatste 9 jaar van 38.500 tot 51.600 gulden). De totale produktiewaarde van bloembollen ligt ongeveer op 850 miljoen gulden. Dit is ongeveer 65% van de produktiewaarde in de wereld.

Handel

Nederland importeert - om de verbreding van het eigen sortiment mogelijk te maken - steeds meer bollen uit het buitenland. In de periode '86/'87 tot '89/'90 is de invoer uit de E.G. gestegen met 15% en de invoer uit de gehele wereld met 9%. Ongeveer de helft van de bollen is afkomstig uit de E.G. Voor een deel zijn dit bollen die door Nederlandse bedrijven in het buitenland geteeld worden. De totale waarde van de Nederlandse import ligt op ongeveer 60 miljoen gulden.

In tabel 1 staan de belangrijkste landen waaruit Nederland importeert.

De bolgewassen die Nederland het meeste invoert zijn narcis, tulp en gladiol.

Van de Nederlandse bloembollenproduktie wordt 72% als bol geëxporteerd. (Zie tabel 2.) De belangrijkste gewassen die geëxporteerd worden staan in figuur 3. Hiervan gaat naar waarde gerekend 46% naar de consument en 54% naar broeibedrijven. Als de bolbloemen worden meegeteld dan gaat zelfs meer dan 91% van de bloembollenproduktie naar het buitenland. Er blijft maar 9% in het binnenland, 2% als droge bol en 7% als bloem (zie figuur 8). Dit betekent dat de thuismarkt weinig buffercapaciteit heeft. De afzet op buitenlandse markten zal gaan stagneren, omdat de buitenlandse produktie al grotendeels is verdrongen en de vraag niet sterk meer groeit. Bij de huidige afzetstrategie lijken veel markten verzadigd. Door deze marktverzadiging treedt er prijserosie op.

De uitvoer van bolbloemen en bloembollen is minder gestegen dan die van snijbloemen en boomkwekerijprodukten. In 1980 was het aandeel (in waarde) van deze produkten ten opzichte van het concurrerende assortiment 23%, in 1990 nog maar 19%. De totale exportwaarde van de bloembollen en bolbloemen neemt wel toe. Van 1980 tot 1990 is die van bloembollen gestegen met 37%. De exportwaarde van bolbloemen bedroeg in 1990 570 miljoen gulden. Dit is een groei ten opzichte van 1980 van 72%.

De groei van de Nederlandse droogverkoopexport is grotendeels gerealiseerd op drie markten (VS, Japan en Italië). Zie tabel 2. De export naar Polen en Hongarije is in 1990 ook sterk gegroeid maar deze waarde is nog laag (samen 4 miljoen gld.). De lelie is het enige produkt dat aan de groei heeft bijgedragen, vanaf 1984/85 is de export hiervan in waarde verdubbeld.



Tabel 1: Import (stuks x mln.) van bloembollen in Nederland

Herkomstland	Aantal stuks		Belangrijkste gewassen (in volgorde van belang)
	86/87	89/90	
Frankrijk	84	107	tulp, gladiool, iris
Brazilië	36	70	gladiool, Hippeastrum
Turkije	63	65	sneeuwklokje, winterakonet, anemoon
Verenigd Koninkrijk	55	42	narcis, iris, tulp
Israël	20	19	narcis, ranonkel, iris
Duitsland	8	15	tulp, gladiool, begonia
Zuid Afrika	16	6	vogelmelk, ranonkel, Tritonia
Swaziland	2	4	ranonkel, vogelmelk
Verenigde Staten	7	3	iris, ranonkel, gladiool
Joegoslavië	9	2	gladiool, lelie, tulp
Japan	7	1	lelie, ranonkel, aardorchidee
Totaal E.G.	150	172	
Totaal Wereld	314	342	

Bron: Jaarverslagen P.V.S.

Tabel 2: Export van bloembollen uit Nederland naar verschillende landen in 1984/1985 en in 1989/1990 in stuks (x mln.) en in waarde (x mln. gld.)

Bestemmingsland	'84/'85 (stuks x mln.)	'90/'91	'84/'85 (gld. x mln.)	'90/'91
Duitsland	1107	1306	169	183
Verenigde Staten	793	1015	174	153
Frankrijk	770	843	121	118
Verenigd Koninkrijk	684	802	89	91
Italië	668	747	141	165
Zweden	228	212	50	45
Canada	100	127	21	25
Spanje	150	127	8	16
Japan	24	177	7	67
Finland	104	119	29	32
Totaal EG	3379	4030	572	607
Totaal Wereld	5496	6486	954	1036

Bron: P.V.S. jaarverslagen; P.V.S. statistisch bericht 1991

Produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Ligging gunstig t.o.v. Europa - Lage transportkosten	- Areaal gesitueerd in dichtbevolkt gebied - Matige verkaveling
Klimaat	- Mild klimaat, gewassen hebben een langer groeiseizoen	- Vroege teelt van bolbloemen (moet in kassen)
Grondstoffen	- Zeer goede zand- en zavelgronden - Voldoende water - Combinatie water/grond optimaal (hyacint) - Gas relatief goedkoop	- Hoge emissies naar bodem en water - Grond is duur (gemiddeld f 20,-/m²)
Arbeid	- Geen arbeidsonrust - Hoge produktiviteit	- Arbeidsimago is laag - Arbeidskosten zijn hoog (f 32,-/uur) - Veel seizoensarbeid en moeilijk te krijgen - Arbeidsmanagement laag
Kapitaal	- Goedkoop kapitaal in principe onbeperkt beschikbaar via vakkundige banken - Lage inflatie (2,5%) maar dreigt te stijgen in de jaren '90 - Rente 9,8%	- Bloembollenbedrijven meest kapitaalsintensieve van de tuinbouw
Infrastructuur	- Wegennet en luchtvaart goed ontwikkeld	- Relatief weinig communicatiesystemen op veilingniveau - Versnipperd areaal
Kennisinfrastructuur	- Cursuscircuit en netwerk van studieclubs neemt snel toe - Veel onderzoek van fundamenteel tot praktijkgericht - Kwalitatief goede opleidingen op diverse niveaus - Uitstekende voorlichting	- Beperkte marketingkennis, naast goede handelskennis - Info uit de markt dringt slecht door - Weinig open kennissysteem t.a.v. vraag en aanbod - Opleidingen niet specifiek op bloembollen gericht

Thuismarkt

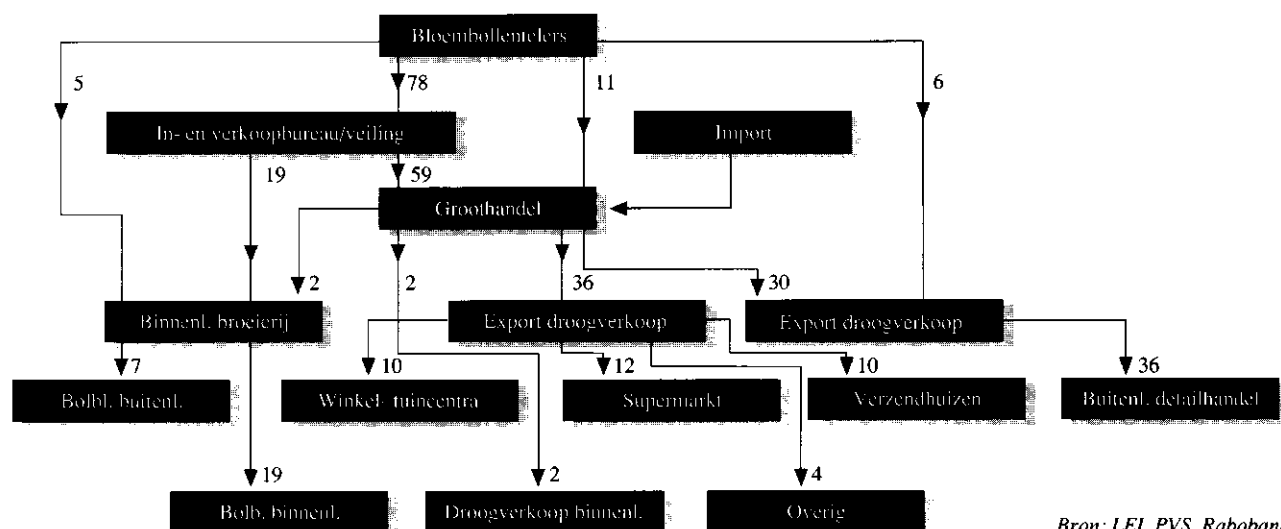
In Nederland wonen ongeveer 15 miljoen mensen die samen 4,8 miljoen huishoudens vertegenwoordigen, waarvan ongeveer 75% in het bezit van een tuin. Eenderde deel van de tuinbezitters koopt bloembollen, een vaste groep van voornamelijk oudere mensen. Jongeren waarderen bollen over het algemeen minder positief. Twee procent van de totale bloembollenproductie komt als bol bij de consument terecht. De bollen worden door de consumenten als een impulsartikel beschouwd. Deze gebruikt ze meestal voor in de tuin, soms ook voor huisbroei. Het planten van bollen in bloembakken is echter niet populair. Per gezin worden ongeveer 60 bollen per jaar gekocht voor een totaal bedrag van f 14,60 (gemeten in 1984. Sindsdien is hierin enige groei geweest). In totaal wordt er door de gezinnen voor 12,2 miljoen gulden aan bollen gekocht.

Bedrijven en instellingen kopen ongeveer voor 6 miljoen gulden per jaar aan bloembollen. De belangrijkste bolsoort is de tulp.

Bij het levensmiddelenbedrijf wordt 23% van alle bestellingen aan bloembollen gedaan. Na het levensmiddelenbedrijf zijn het tuincentrum (13%), de markt (12%), het postorderbedrijf (13%) en het warenhuis (8%) het belangrijkste.

De Nederlandse markt is te kleinschalig als draagvlak voor innovaties. Aspecten als kwaliteitsontwikkeling, teeltverbetering, innovatie, produktiviteitsverhoging krijgen daardoor onvoldoende impulsen uit de thuismarkt. Aangezien ook op de buitenlandse markt geen andere aanbieders verdrongen kunnen worden, worden restpartijen voornamelijk op de binnenlandse en nabije buitenlandse markt aangeboden aan de broeier. De professionele broeiers zijn over het algemeen zeer kritisch met betrekking tot kwaliteit.

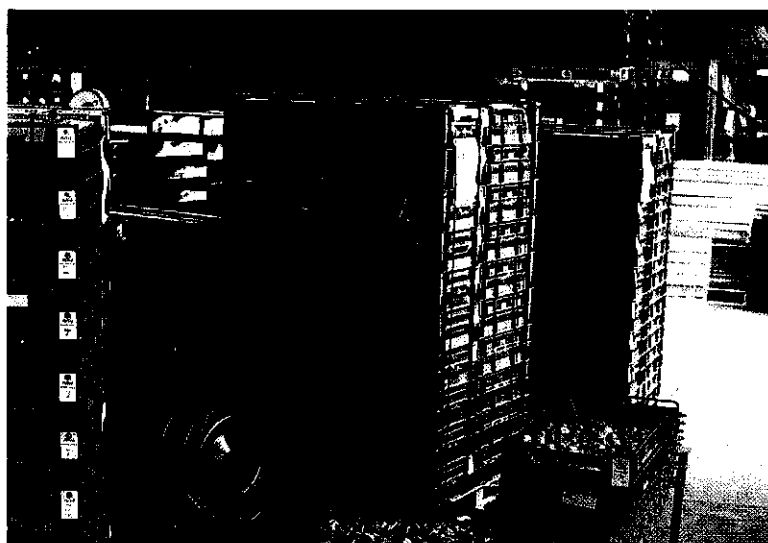
Figuur 8: Het afzetpatroon van bloembollen in Nederland in procenten van de totale productie (1988).



Netwerk van sectoren

Teelt

De 4000 bloembollentelers, waarvan 2000 gespecialiseerde bedrijven, zijn georganiseerd in de Koninklijke Algemeene Vereniging voor Bloembollencultuur en de standsorganisaties. Huidige uitdagingen zijn: steeds strengere milieu-eisen, steeds hogere kwaliteitseisen en de arbeidsvoorziening. Deze vraagstukken stimuleren de deelname aan studieclubs. De telers wisselen daarin onderling ervaringen uit en kunnen kennis opdoen. Studieclubs zijn voor de kleinschalige bedrijven (gemiddeld 6 ha) van belang, omdat die de efficiëntste en goedkoopste bron voor innovatie zijn.



Distributie van bloembollen

Het grootste deel van de transacties (ongeveer 70%) komt tot stand via bemiddeling van de bemiddelingsbureaus CNB, Hobaho en Cebeco. Deze bureaus verrichten de financiële afwikkeling van de transactie en hebben ongeveer 200 bemiddelaars in dienst. Daarnaast zijn er een 30-tal zelfstandige commissionairs. De bemiddelaars brengen vraag en aanbod bij elkaar. Zij rekenen provisie voor hun bemoeienis. De vraag wordt opgeroepen of de verhouding van 200 bemiddelaars ten opzichte van 200 gespecialiseerde exporteurs wel optimaal is. De gemiddelde omzetwaarde per bemiddelaar bedraagt 3 miljoen gulden met een provisieomzet van circa f150.000,-. De drie onafhankelijk opererende bemiddelingsbureaus ontlelen hun bestaansrecht voor een groot deel aan de behoefte bij de telers om zelf een rol te spelen in de handel. Een partij bollen kan men (tegelijktijd) bij de drie bureaus ter bemiddeling aanbieden. Verkocht wordt aan de bemiddelaar die de hoogste prijs kan realiseren. Op korte termijn kan dit interessant zijn. Daarnaast vindt veel handel rechtstreeks plaats tussen telers en broeiers (relatiepartijen). Het is de vraag of de ondoorzichtigheid in de markt, die mede hierdoor ontstaat, op lange termijn bijdraagt tot een versterking van de bloembollensector.

De rest van de bloembollen gaat, al dan niet via de groothandel, rechtstreeks naar de buitenlandse afnemers en naar de binnenlandse broeierij. In figuur 8 is dit weergegeven.

De grootste bureaus CNB en Hobaho houden, naast het verkoopbureau, ook een veiling, die in het seizoen plaatsvindt. Naast het veilen van droge bollen vindt



ook nog 'groen veilen' plaats. Dit is het veilen van partijen bollen als ze nog groen op het veld staan. Hierbij wordt het gewas voor het veilen bezichtigd.

Ook contractteelt (minder dan 10% van de produktie) komt voor. Er is hierbij een aantal ongewissheden (oogst-risico) voor de teler. Voor de meeste vormen van contractteelt geldt het voordeel van een vaste prijs. Contractteelt wordt door de veredelaars ook gebruikt om nieuwe cultivars beschermd te laten vermeerderen. Meestal is het een regeling tussen veredelaar en telersvereniging.

In 1990 waren er 706 exporteurs in de sector werkzaam; 8% van deze groep realiseerde 2/3 van de totale omzet. Er zijn rond de 200 gespecialiseerde exporteurs. Veel bedrijven specialiseren zich in droogverkoop of broeierijprodukten. Er is een beperkte ontwikkeling naar verdere concentratie. In de laatste acht jaar steeg de gemiddelde omzet van bedrijven groter dan 5 miljoen gulden van 9,9 naar 11,4 miljoen gulden.

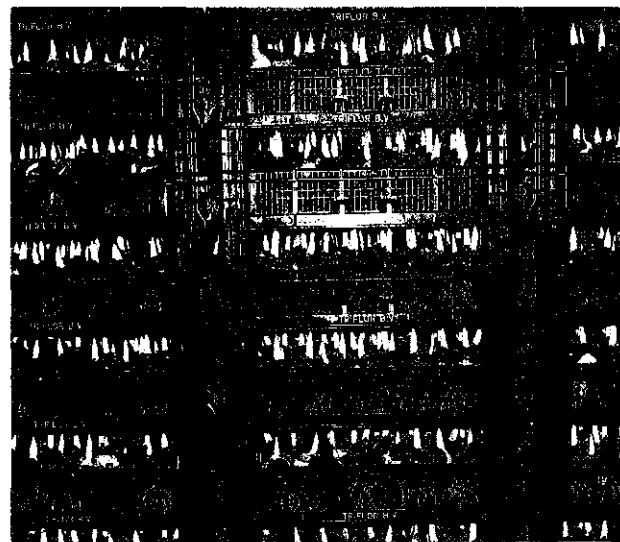
Bedrijven met een omzet kleiner dan 1 miljoen gulden zijn meestal telers. Dit zijn derhalve geen specialisten. Zij combineren teelt immers met handelsactiviteiten. De directe afzet van deze groep bedraagt 6% van de Nederlandse produktie. De exporteurs berekenen voor hun werk een procentuele marge van de verkoopprijs. De relatie met de handel in de boomkwekerij neemt toe, omdat de afzetperioden van beide produktgroepen (bijv. vaste planten) elkaar aanvullen en assortimentsverbreding welkom is. Een relatie met het snijbloemen-netwerk beperkt zich tot de afzet van bolbloemen. Door de vele mogelijkheden om bollen te verkopen, het brede assortiment en kwaliteitsverschillen, is de doorzichtigheid van het prijsvormingsproces erg gering. Alleen in het veilingseizoen is er een openbare

prijsvorming, vergelijkbaar met die van de groente- en bloemisterijsector. Dit geeft geen goed overzicht omdat het slechts een beperkt deel van de totale aanvoer betreft.

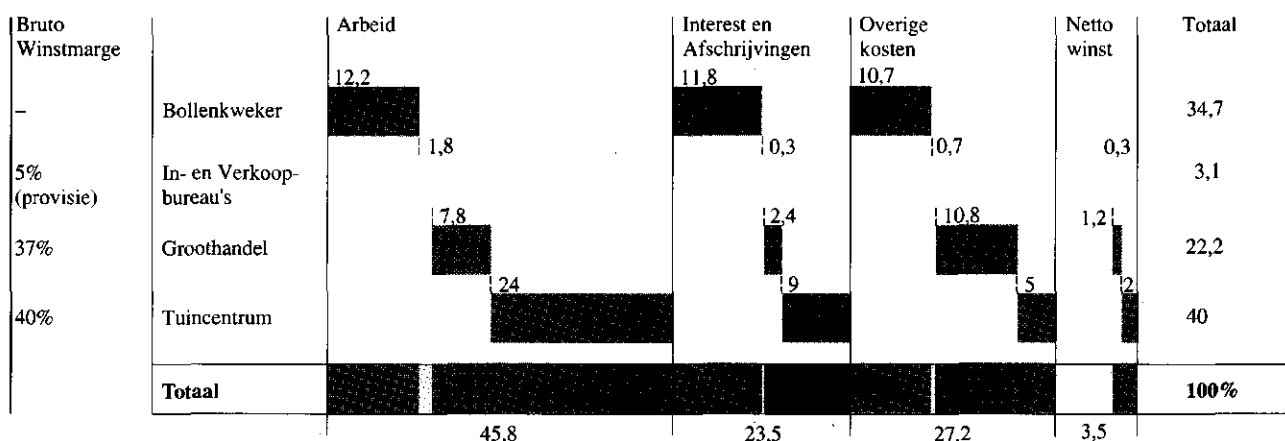
Uitgangsmateriaal

De omzet van uitgangsmaterialen (veredeling) ten behoeve van de bloembollensector bedraagt zo'n 150 miljoen gulden.

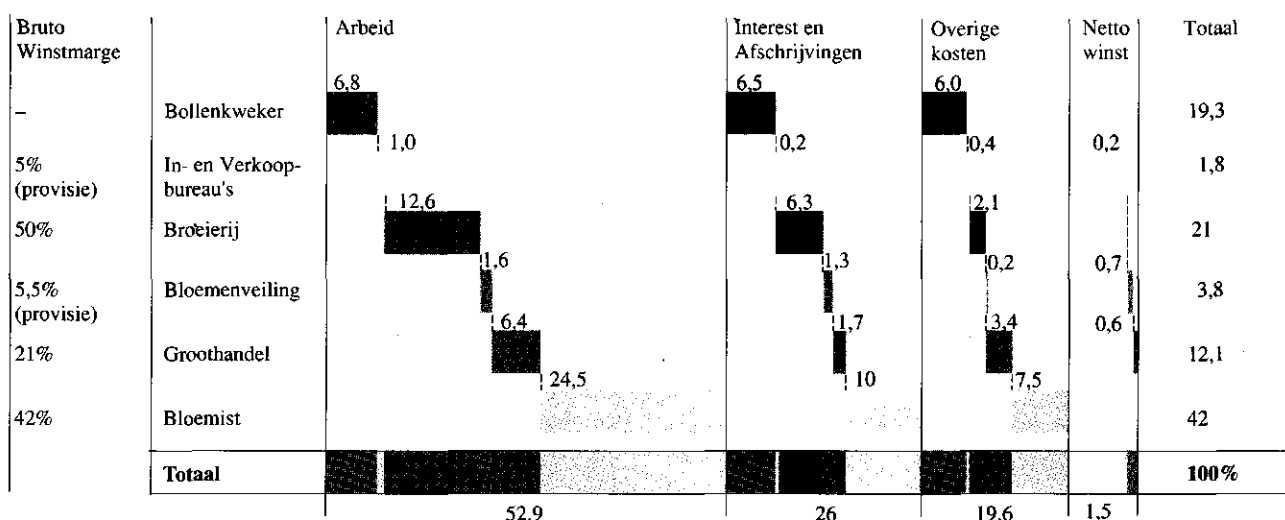
Plantmateriaal (vermeerdering) is goed te verkrijgen bij collega telers. Er is voldoende plantgoed. Het assortiment in Nederland is breed, de kwaliteit (in de vorm van houdbaarheid van de bloem en resistentie van de bollen tegen ziekten) is voor verbetering vatbaar. Het brede assortiment is mede verantwoordelijk voor de weinig doorzichtige markt. Voor plantmateriaal van nieuwe cultivars kan gebruik gemaakt worden van materiaal dat gespecialiseerde veredelingsbedrijven voor een aantal gewassen verkopen. Voor tulp zijn dit 10 bedrijven, lelie 10, gladiol 5 en freesia 10 (Bron: VBN). Deze veredelingsbedrijven kunnen gebruik maken van materiaal dat door het CPRO (Centrum voor Plantenveredelings- en Rassen Onderzoek) wordt uitgegeven. Het CPRO heeft zijn veredelingsprogramma vooral gericht op resistentie tegen ziekten en plagen, in verband met milieudruk. Bij de veredeling wordt steeds meer gebruik gemaakt van biotechnologie. De biotechnologie is een kapitaalsintensieve bezigheid. Er treedt daarom een verschuiving op van de veredeling van kleine bedrijven naar grote bedrijven. Nederland is op sierteeltgebied één van de verstgevoerde landen in de biotechnologie. Deze technieken worden gebruikt om resistenties in te bouwen en om de vermeerdering te versnellen. Op dit moment is men nog niet in staat om snel aan de zich wijzigende wensen van de consument tegemoet te komen. De periode



Figuur 9: Kostenopbouw in de keten van droogverkoop (in % van consumentenbestedingen)



Kostenopbouw in de keten van de broeierij (in % van consumentenbestedingen)



Bron: Rabobank 1992

van veredeling tot het op de markt brengen van een nieuw gewas neemt afhankelijk van het gewas 10-25 jaar in beslag.

Preparatie

Preparatiebedrijven versnellen of vertragen de bloei van bollen met warmte- en koudebehandeling, en verkopen het bewerkte produkt aan broeiers en exporteurs. De 20 preparatiebedrijven in Nederland zijn vaak verbonden aan grote handelshuizen of aan bollenveilingen. Preparatie vindt veelal plaats in de vorm van loonwerk.

Promotie

Het Internationale Bloembollen Centrum (IBC) verzorgt de collectieve promotie van het produkt in binnen- en buitenland. Het IBC wordt gefinancierd uit de vakheffing die door elke producent en handelaar aan

het PVS (Produktschap voor Siergewassen) afgedragen moet worden, en richt zich onder andere op het voeren van reclamecampagnes, tentoonstellingen in het buitenland, produkttechnische voorlichting en begeleiding van journalisten.

Keuring

In Nederland controleert de Bloembollen Keurings Dienst (BKD) de bollen op gezondheids- en kwaliteitseisen. De afgekeurde bollen moeten vernietigd worden. De Planteziektkundige Dienst (PD) houdt zich onder andere bezig met de fyto-sanitaire inspectie bij im- en export, toetsing van bestrijdingsmiddelen en internationale samenwerking op gewasbeschermingsgebied. De Algemene Inspectiedienst (AID) controleert bollen op grootte en soort-echtheid.

Het remplaceren van bollen moet hiermee voorkomen worden.

Kostenopbouw in de keten

In de keten van binnenlandse droogverkoop heeft de kweker een aandeel van 35%, het IVB 3%, de groothandel 22% en de detailhandel 40% in de kosten om het produkt bij de consument te krijgen. Zie figuur 9.

Distributie van bolbloemen

Bij de afzet van bolbloemen wordt gebruik gemaakt van de handelskanalen voor de snijbloemen. In de opbouw van de eindprijs van bolbloemen heeft de kweker 19% van de kosten, het IVB 2%, de broeier 21%, de veiling 4%, de groothandel 12% en de detailhandel 42%. Zie verder het rapport 'Ontwikkeling internationale concurrentiekracht in de Nederlandse bloemisterij (RABO/LEI, juni 1992).

Overheid

De rol van de overheid ligt thans vooral bij milieu-regelgeving en ruimtelijke ordening. In het verleden heeft de overheid een grote rol gespeeld bij het opzetten en exploiteren van het drieluik onderwijs, onderzoek en voorlichting. Voor een voorwaardescheppende rol van de overheid zijn steeds minder middelen beschikbaar. Het bedrijfsleven zal in de toekomst meer zelf gaan betalen.

Afgelopen jaar zijn er verregaande milieumaatregelen voorgesteld. Deze maatregelen houden een vermindering in van het gebruik van bestrijdingsmiddelen met 45% in 1995 en 60% in 2000. Bovendien wordt een groot aantal middelen verboden. Ook het gebruik van meststoffen wordt beperkt en gereguleerd.

Een oplossing voor het milieuprobleem in de bloembollenteelt is een geïntegreerd teeltsysteem met een ruimere vruchtwisseling. Daarvoor is er in de centra te weinig zandgrond beschikbaar, onder andere door planologische beperkingen en hoge grondprijzen. Overschakeling naar zwaardere gronden betekent meer handarbeid en dus een lagere rentabiliteit. Er lijken mogelijkheden voor kostprijsverlaging door teelten zeer grootschalig op te zetten. Door de geringe mobiliteit van de telers vindt schaalvergroting moeizaam plaats. Men probeert door ruiling van grond met veeteelt en akkerbouw nieuwe gebieden in Nederland te benutten. Indien dit niet voldoende lukt zal de teelt gaan verhuizen naar het buitenland (o.a. Frankrijk, Duitsland, Polen). Om telers op het gewasbeschermingsbeleid van de overheid voor te bereiden, zijn diverse milieuvriendelijke voorbeeldbedrijven opgericht.

Economische orde

In vergelijking met andere sectoren in de tuinbouw zien de ondernemers in de bloembollenteelt elkaar meer als concurrenten. Dit komt doordat men vaak

zelf afzet. Versnippering van de afzet -telers handelen en exporteren zelf- maakt samenwerking en kennisuitwisseling moeilijker. Ten gevolge van de goede houdbaarheid van de bloembol kan de teler de partij bijvoorbeeld weer uit de verkoop terugtrekken bij te lage prijs. Veel telers verzorgen de afzet daarom voor een deel zelf. In het verkoopseizoen zijn veel vertegenwoordigers op reis om de bollen over de gehele wereld te verkopen. De producenten van de bolbloemen zijn als lid aangesloten bij de snijbloemenveilingen.

Samenvatting en perspectief

Nederland is het grootste bollenproducerende en -exporterende land ter wereld. Het belang neemt nog toe. De laatste jaren is de groei van het volume echter groter geweest dan de groei van de waarde. Dit betekent prijserosie. De lelie is voornamelijk verantwoordelijk voor de omzetgroei. De produktiefactoren, zoals arbeid, energie, kapitaalgoederen en grond, worden in Nederland gekenmerkt door een hoge kostprijs. De Nederlandse bloembollensector ontleent zijn sterke concurrentiekracht daarom niet aan lage kosten, maar aan andere factoren. Een gunstig klimaat, goede gronden, een krachtige centrumfunctie, een sterk drieluik onderwijs, voorlichting en onderzoek, een breed assortiment, goede handelskanalen, de zuigkracht van de snijbloemensector en het sterk ontwikkelde netwerk, dragen hiertoe bij. Nederland is het enige land met een gespecialiseerd netwerk. Ook de relatie met het sterke Nederlandse bloemisterij-netwerk geeft voordelen.



De telers bezitten voldoende teeltkennis om een goed produkt te leveren. Scholing, kennisuitwisseling via studieclubs en een scala aan adviseurs draagt hier zorg voor. De hoge produktiviteit die hiervan het gevolg is maakt het mogelijk toch voor een concurrerende kostprijs te produceren en compenseert de hoge kosten. De dynamiek van de sector uit zich vooral in verbreding van het assortiment en de efficiency-strategie. Een centrale spil, zoals de veilingen in de bloemisterij, ontbreekt. Zowel teelt als handel is bij veel bedrijven betrekkelijk kleinschalig gebleven. Door de relatief

gunstige rentabiliteit en het ontbreken van herkenbare concurrentie ontvangt de bloembollensector weinig innovatieprikkels. Een aanpassing van de strategie in de sector zou echter, bij de huidige uitgangspositie, leiden tot hogere marges.

De schaalvergroting en samenwerking in de keten bij de groothandel komt langzaam op gang. Het is de vraag of de bedrijven op den duur voldoende tegenwicht kunnen bieden aan de vraagconcentratie bij het grootwinkelbedrijf. Marketing in nieuwe verre landen (Japan) is zeer kostbaar. Dit vraagt om samenwerking of schaalvergroting. Verschillende verkoopmethoden worden gehanteerd om prijs- en leveringsrisico's te spreiden. In de bollenhandel lijken soms ook elementen van speculatie te zijn vervlochten. Het nemen van korte termijn winsten kan echter een versterking van de vraag- en aanbodstructuur belemmeren.

Er bestaat een beperkte licentieteel, (rond 3% van de totale bloembollenafzet, voornamelijk bij tulp en lelie) om de belangen van de veredelaars te beschermen. Ook de contractteelt wordt hiervoor gebruikt. Over het algemeen worden deze instrumenten in de bollenteelt te weinig gebruikt om vernieuwingen in het assortiment mogelijk te maken. Grote bedrijven houden de vermeerdering in eigen beheer.

Andere belangrijke aandachtspunten voor de bloembollenteelt in Nederland zijn de sterke milieubelasting en het onvoldoende arbeidsaanbod. De Nederlandse overheid stelt stringente milieu-eisen, tot nu toe meer dan in andere Europese landen. Als de sector kan voldoen aan deze eisen ontstaat een voorsprong in milieuvriendelijke teelt op andere bollen-producerende landen. Ook het imago van de sector kan hiermee sterk verbeterd worden. Door de voorgestelde milieu-maatregelen zal de bedrijfsvoering duurder worden. Het tekort aan arbeidskrachten kan deels opgevangen

worden door mechanisatie. Mechanisatie is echter alleen mogelijk bij zeer grote bedrijven. Schaalvergroting is dan noodzakelijk. Daarnaast is professioneel arbeidsmanagement nodig om dit knelpunt aan te pakken. Belangrijk voor de bollensector is het wegvallen van de EG-grenzen. Deze eenwording kan een welvaartsstijging tot gevolg hebben. Dit kan leiden tot een stijging van het verbruik van bloembollen met 3% (LEI-berekening). Bij een eventuele verhoging van het BTW-tarief op sierteeltgewassen is echter weer een daling van het gebruik bij bloembollen van 1,8% en van 3,1% bij bolbloemen te verwachten. Men vreest dat door de eenwording de landen buiten de E.G. nieuwe importbeperkingen gaan stellen, zoals verscherping van gezondheidsnormen, heffingen en importquota. Bij de huidige GATT-onderhandelingen wordt geprobeerd dat te ondervangen.

5.3 Frankrijk

Aanbod en handel vanuit Frankrijk

Aanbod

De Franse bollen hebben een aandeel van 17% op de eigen markt. Gladiool is het belangrijkste gewas. Het aandeel hiervan in de bollenteelt neemt echter af. Naast bollen worden er nog diverse andere siergewassen op de bedrijven geteeld. De bedrijven zijn dus niet gespecialiseerd. De produktiewaarde van de Franse bollenteelt lag in 1988 ongeveer op 30 miljoen gulden. De helft van de produktie is bestemd voor afzet in het buitenland. Ongeveer de helft ervan gaat naar Nederland. Italië en Spanje zijn na Nederland de grootste afzetlanden met 13 en 15%. De Franse export is de laatste 10 jaar met 120% in waarde gegroeid en bestaat voor 5% uit bolbloemen. Totaal exporteert men 10.230 ton bollen met een waarde van 2800 gulden per ton.

Handel

Het Franse exportprodukt wordt onder andere in Spanje en Italië gebruikt als aanvulling op het Nederlandse sortiment. De Fransen zijn op zoek naar nieuwe markten. Men beschikt echter niet over voldoende ontwikkelde netwerken om verre of gespecialiseerde markten te veroveren. Het valt op dat de export van tulpen sterk groeit. (Zie tabel 4.)

Het aandeel van Nederland in de export naar Frankrijk (95%) wordt steeds groter. Duitsland en België verloren een deel van hun afzet in Frankrijk. De import van hyacint en gladiool is de laatste tijd afgenomen, die van tulp is stabiel. Het aandeel van Nederland in de vraag is bij deze soorten nagenoeg 100%. De import heeft een totaal gewicht van 24187 ton en is voor 50% bestemd voor de broeierij. (Zie tabel 3.)



Tabel 3: Import van bollen, knollen en wortelstokken (incl. bolbloemen) in Frankrijk naar soort en waarde (x mln. gld.)

Soort	1980	1985	1989	1990
Hyacint	7,8	9,7	6,6	6,0
Narcis	2,6	3,5	3,4	3,7
Tulp	23,6	27,6	25,9	26,1
Gladiaal	9,0	11,0	9,8	9,2
Overige	70,8	95,2	88,9	88,1
Totaal	113,8	147,0	134,6	133,1

Bron: Eurostat, P.V.S. Statistisch bericht.

Tabel 4: Export van Franse bollen, knollen en wortelstokken (incl. bolbloemen) naar soort en waarde (x mln. gld.)

Soort	1980	1985	1989	1990
Hyacint	0,6	0,6	0,4	0,6
Narcis	0,3	0,0	0,2	0,4
Tulp	0,8	2,4	4,9	5,5
Gladiaal	1,1	1,1	3,0	2,7
Overig	8,8	9,7	15,0	19,5
Totaal	11,6	13,8	23,5	28,7

Bron: Eurostat, P.V.S. Statistisch bericht.

Productiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging voor export	- Teeltgebieden erg verspreid - Opp. bollen/bedrijf klein, niet gespecialiseerd
Klimaat	- Warm klimaat - Vroege productie	- Lage opbrengst, weinig plantgoed
Grondstoffen	- Lage grondprijzen - Voldoende zandgronden - Voldoende goed water	- Hoge stuifgevoeligheid
Arbeid	- Mechanisatie voortgeschreden, minder arbeidsintensief	- Bollen moeten in Nederland gepeld worden
Kapitaal	- Relatief kleine bedrijven, vragen weinig kapitaal - Inflatie 3,4%	- Rente 17%
Infrastructuur	- Bedrijven worden grootschaliger	- Handel ongestructureerd - Verkoop rechtstreeks aan consument - Gebruik van Nederlands afzetapparaat nodig
Kennisinfrastructuur	- Relatief veel Nederlands management	- Weinig scholingsmogelijkheden - Kennis over bolbehandeling laag - Geen gespecialiseerd onderzoek en voorlichting



Thuismarkt

Frankrijk heeft ongeveer 20 miljoen huishoudens met ongeveer 12 miljoen tuinen met een oppervlakte van 1.150.000 ha. In totaal koopt ongeveer 23% van de huishoudens bollen. Dit percentage neemt echter steeds meer af als gevolg van de trend om de tuin te laten verwilderen.

Het bedrag dat jaarlijks aan bollen wordt besteed ligt ongeveer op f 5,40 per gezin. Voor een bol wordt ongeveer f 0,40 betaald. De bolprijs, die hoger is dan in de omringende landen door de hoge distributiekosten, is de laatste jaren aan het dalen.

De tulp is het belangrijkste gewas met een aandeel van ruim 30%. Het assortiment is vrij groot (groot aandeel overige gewassen). Van de bollen wordt 89% in de tuin geplant. Dit vertegenwoordigt een waarde van 91 miljoen gulden. 10% van de bollen wordt op het balkon of op het terras geplant. De overige bollen worden vooral op begraafplaatsen gebruikt. De hoogste sociale klasse koopt het meeste bloembollen. De bollen worden voornamelijk gekocht bij de levensmiddelenhandel.

Ook bij het postorderbedrijf en het tuincentrum worden veel aankopen gedaan. De marges in de detailhandel lopen uiteen van 10% (bij stuntverkoop) tot 60 à 70% voor het totale assortiment in de hypermarkten en 80% in de tuincentra. De bollen realiseren een aandeel van gemiddeld 15% van de totale tuinartikelen-omzet. Het aandeel van de levensmiddelenhandel in de aankopen stijgt en dat van de postorder bedrijven daalt.

Netwerk

Teelt

De teeltgebieden in het land liggen vrij verspreid, er zijn nauwelijks goed ontwikkelde productiecentra. De telers hebben daarom weinig contact met elkaar. In totaal zijn er ongeveer 550 bedrijven die bollen telen. De gemiddelde oppervlakte bollenteelt op een bedrijf is 1,25 ha. Uitbreiding van het aantal bedrijven vindt alleen nog plaats doordat akkerbouwers en veehouders

een alternatief zoeken voor de productiebeperkingen die hen opgelegd worden.

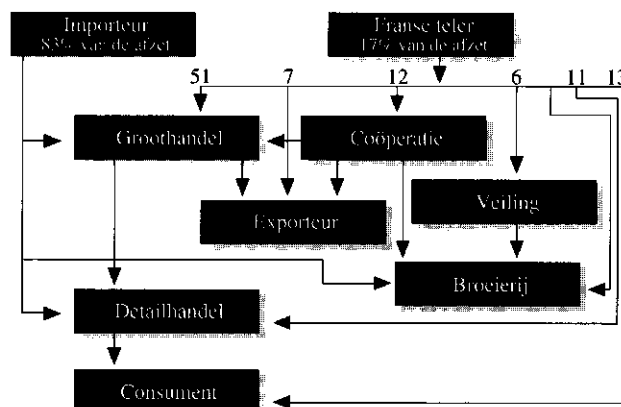
Van de 550 telers hebben zich ongeveer 250 aangesloten bij een afzet-productiecoöperatie, de rest zet zijn productie zelf af. De afzetcoöperaties zijn over het algemeen niet gespecialiseerd in bloembollen en hebben elk een eigen verkoopstrategie.

Distributie

Ook in de distributie is er schaalvergroting, rationalisatie en concentratie. Hierdoor krijgen de distributiekanaalen een zeer sterke positie in de handel. De penetratie van bloembollen bij de verkooppunten is hoog. De helft van het aantal verkooppunten wordt bediend via distributiecentra of via groothandel.

De Franse bollen worden voor 50% afgezet in het binnenland en voor 50% in het buitenland. In figuur 10 staan de stromen in percentages in Frankrijk weergegeven.

Figuur 10: Handelsstroom bloembollen Frankrijk (%) 1989



Bron: Landennota Frankrijk, P.V.S.

Economische orde

Frankrijk is de belangrijkste producent van agrarische producten in de E.G. De Franse economie ontwikkelt zich goed. In 1983 is een aanpassingsbeleid ingezet en hierdoor groeit de economie weer. De economie is nog steeds sterk afhankelijk van de wereldeconomie.

Overheid

De overheid probeert de bloembollenteelt te stimuleren door middel van subsidies. De BTW op sierteeltproducten is onlangs verhoogd, waardoor een terugval in de afzet verwacht kan worden. De ontwikkeling van het platteland door de Franse overheid met name ten opzichte van de tuinbouw is zeer beperkt.

Samenvatting en perspectief

Relatief neemt in Frankrijk de teelt van bollen in belang af, de export groeit echter nog. Steeds meer Nederlandse bedrijven gebruiken Frankrijk als satellietland voor de teelt van vroege bollen (warmer klimaat). Het is dan ook niet verwonderlijk dat de Franse export steeds meer toeneemt en dat het grootste gedeelte hiervan naar Nederland gaat (interne bedrijfsstromen). Frankrijk exporteert echter ook op twee belangrijke exportlanden van Nederland, namelijk Spanje en Italië. Vooral in de kleinere bolsoorten (bijzondere bolgewassen) is men sterk. De Franse bollen dienen in het buitenland voor een groot deel als aanvulling op het Nederlandse sortiment.

Het onderzoek in Frankrijk is redelijk goed ontwikkeld en er wordt relatief veel aandacht aan bloembollen geschonken. De samenwerking tussen onderzoek en praktijk is echter slecht georganiseerd, zodat adviezen slechts langzaam doordringen in de teelt. Voorlichting en de mogelijkheid tot het volgen van scholing zijn nauwelijks aanwezig. Door de komst van de Nederlandse bedrijven is er echter steeds meer gespecialiseerde kennis aanwezig. Ondanks de stimulans van de overheid zal in de toekomst de teelt van bollen waarschijnlijk verder afnemen, omdat de tuinbouw in Frankrijk een steeds slechter imago krijgt (slechte arbeidsomstandigheden). De opvolgingssituatie is slecht en de gemiddelde leeftijd van de telers wordt steeds hoger.

Hierdoor vernieuwen de bedrijven zich onvoldoende en stagneert de afzet. Voor een deel wordt de opvolgingssituatie verlicht door de intrede van Nederlands management.

5.4 Israël

Aanbod en handel vanuit Israël

Jaarlijks worden er ongeveer 50 miljoen bollen en knollen geproduceerd met een waarde van een kleine 10 miljoen gulden. Het belangrijkste gewas is de Tazetta narcis, iris en ranonkel. Gladiolen worden er alleen maar voor de bloem geteeld. De teelt is verspreid over drie gebieden.

Praktisch alle bollen worden in het buitenland afgezet via Agrexco, 50% gaat naar de Verenigde Staten (het merendeel via reëxport langs Nederland). Een kleine 40% gaat rechtstreeks naar Nederland. De afzet van Tazetta is gelimiteerd tot 20 miljoen bollen per jaar. De Agrexco-organisatie denkt dat de produktiewaarde binnen 2 à 3 jaar naar 15 à 20 miljoen gulden zal zijn gestegen.

Uitgangsmateriaal

In Israël is deze sector op zodanig niveau dat concurrentie verwacht kan worden voor Nederland. In Israël is de gladiolenveredeling vergevorderd.

Tabel 5: Israëlische export (x mln. gld.)

Land	1980	1985	1988	1989	1990
Nederland	2,6	5,3	4,7	3,4	
Verenigde Staten	0,8	3,3	3,3	4,2	
Frankrijk	1,0	0,5	0,4	0,3	
Verenigd Koninkrijk	0,0	0,3	0,1	0,1	
Overig	0,8	0,9	0,8	1,5	
Totaal	5,2	10,3	9,3	9,5	8,7

Bron: Export-statistieken Israël (1990 geschat op basis van import in E.G. van Israël)

Tabel 6: Israëlische import (x mln. gld.)

1980	0,3
1985	10,5
1988	3,2
1989	2,8
1990	2,9

Bron: Import Statistieken Israël geschat op basis van export EG naar Israël (1990)

De import is vooral afkomstig uit Nederland.



Productiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Ligging relatief gunstig t.o.v. Europa	- Hoge transportkosten - Verspreide productie
Klimaat		- Weinig regenval - Te hoge temperaturen, ziektedruk
Grondstoffen	- Grond is goedkoop	- Beschikbaarheid water is zeer onzeker. Water is duur* - Hoge kosten voor uitgangsmateriaal
Arbeid	- Voldoende ongeschoolde arbeid beschikbaar - Loonkosten / 12,- /uur - Goede praktijkopleiding	
Kapitaal		- Kapitaal onvoldoende beschikbaar - Inflatie 11,4% - Rente 26,1%
Infrastructuur	- Goed wegennet en efficiënt luchttransport - Ver doorgevoerde mechanisatie	- Politieke onzekerheid
Kennisinfrastructuur	- Adequate onderzoeksinstituten - Sterke produktvernieuwing	- Matig ontwikkelde bollenverlichting

* De zomer is langer en warmer dan in Nederland en er valt minder neerslag (300-600 mm per jaar). Er moet het gehele jaar bevooid worden met water uit het Meer van Galilea. Narcissen sterven door de heersende droge wind (Chamsin) vroeg af. Het water wordt gequoteerd - voorlopig is er nog voldoende - maar bij de snelle groei van de bevolking ontstaat een onzekere situatie. Ook de uitkomst van de vredesonderhandelingen ten aanzien van de bezette gebieden, en de waterrechten spelen een rol.

Thuismarkt

Israël is een klein en relatief droog land. Het aantal inwoners bedraagt 4,5 miljoen. De meeste mensen wonen langs de kust. De binnenlandse omzet bedraagt rond de 1 miljoen gulden. Dit zijn geen aspecten waardoor de productie gestimuleerd zou kunnen worden. Er worden wel veel Tazetta's geteeld. Deze worden in huisbroei tot bloem getrokken. Ze hebben daarmee niet het nadeel dat ze water vragen voor de buitenteelt. Desondanks zijn er toch innovatieve impulsen.

Netwerk

De meeste bedrijven zijn terug te vinden in kibbutsim en moshavim. Ze staan onder controle van de Flower, Bulbs and Ornamental Plants Marketing Board (Flowerboard); een overheidsorgaan dat belast is met het bewaken van productie en vermarkting. Er worden productiequota's gesteld, die in de hand worden gehouden via contracten. Daarnaast behartigt de Flowerboard de belangen van telers tegenover overheid, buitenlandse afnemers en organisaties. Ook wordt sturing

gegeven aan onderzoek en ontwikkeling. Voor de afzet wordt veel samengewerkt met Agrexco, de grootste exporteur en dochter van de Flower Board. Deze organisatie zorgt bij de afzet ook voor de kwaliteitscontrole, import van uitgangsmateriaal en onderzoek. Een tweede, steeds belangrijkere, afzetvorm is rechtstreekse afzet via veilingen in Europa (7 in Nederland en 4 in Duitsland).

Economische orde

Israël heeft een gemengde economie. Zo zijn sleutelsectoren als luchtvaart, chemie en olieraffinage eigendom van de staat. De economie heeft een vrij gesloten karakter. De meerderheid van de bedrijven in de tuinbouw is in particuliere handen.

Overheid

De overheid participeert in onderzoek, voorlichting en onderwijs via de Flower Board en Agrexco. De export van land- en tuinbouwprodukten wordt sterk gestimuleerd om deviezen te verkrijgen. De helft van de staats-

begroting is nodig voor rente en aflossing. De hyperinflatie is de laatste jaren door bevrozing van lonen en prijzen onder controle gebracht.

Samenvatting en perspectief

De teelt van bloembollen is in Israël goed ontwikkeld. Het gebrek aan water heeft men goed kunnen opvangen door geavanceerde installaties te gebruiken. Men heeft hierdoor relatief hoge kosten. De verdeling van het beschikbare water blijft voor de toekomst een onzeker gegeven door de bevolkingsuitbreiding en de vredesonderhandelingen.

De afzet is goed geregeld en loopt via één kanaal: de Agrexco (staatshandelsorganisatie). Ondanks de vele moeilijkheden die het land treffen (slechte economische ontwikkeling, hoge inflatie, zeer beperkt landbouwkrediet en sterke concurrentie van andere Middellandse Zee landen) is er toch een behoorlijke produktie in stand gehouden. In de toekomst zal de teelt van bloembollen toenemen als men op het Volcani onderzoekscentrum in staat is om nieuwe rassen te kweken. Dit onderzoekscentrum is de grote kracht van Israël. Men is op het gebied van veredeling minstens zo vorgevorderd als in Nederland (vooral op gebied van gladiol).

Bijna de gehele produktie wordt geëxporteerd. De export is op wereldniveau gezien zeer gering en vrij sterk gericht op West-Europa en de Verenigde Staten. De export van bloembollen kan profiteren van het opgebouwde afzetapparaat in de bloemisterij-sector.



5.5 Japan

Aanbod en handel vanuit Japan

Aanbod

Het areaal in Japan schommelde enkele jaren geleden rond de 1500 ha. Zeer belangrijke gewassen zijn tulp en lelie met samen 966 hectare. De exacte produktiewaarde is niet bekend. Op basis van het gegeven dat de produktiviteit 1,6 keer zo laag en de prijs van de bollen 3 keer zo hoog is als in Nederland, is de produktiewaarde bij benadering 100 miljoen gulden (producentenniveau). De laatste jaren groeit het aanbod van

Tabel 7: Export van Japanse bollen in waarde en hoeveelheid.

Jaar	Waarde (mln. gld.)	Hoeveelheid (x 1000 st.)
1980	8,40	23588
1985	10,30	22278
1988	3,60	9055
1989	5,02	7685
1990	4,60	7809

Bron: Japanse exportstatistieken.

Tabel 8: Import vanuit diverse landen in Japan (x 1000 gld.).

	1981	1985	1989	1990
Australië	8	37	42	28
China	2	310	48	30
India	48	85	13	31
Nederland	3182	6264	31490	52837
Nieuw Zeeland	16	364	1362	1779
Taiwan	403	728	594	587
Thailand	0	153	110	236
Turkije	19	0	83	124
Verenigde Staten	141	1190	1102	1350
Overig	13	293	223	141
Totaal	3832	9424	35067	57143

Bron: Japanse importstatistieken

Produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie		- De ligging is ongunstig t.o.v. exportlanden - Bergachtig karakter, moeilijke teeltomstandigheden
Klimaat	- Veel klimaattypen, o.a. zeeklimaat	
Grondstoffen	- Grond in combinatie rijstteelt milieuvriendelijke ontsmetting (innundatie) - Voldoende water via irrigatiesystemen (61% geïrrigeerd)	- Grond exceptioneel duur (f233,-/m²) - 13% Grond bebouwbaar - Kleine kavels - Verhandelbaarheid zeer beperkt door familierecht
Arbeid	- Veel familiearbeid	- Seizoenspieken, gebrek aan vreemde arbeidskrachten - Veel deeltijdondernemers - Hoge lonen
Kapitaal	- Inflatie 3,1% - Rente 7%	
Infrastructuur	- Moderne communicatie- middelen - Goede vervoersmogelijkheden	- Late generatiewisseling op de bedrijven - Versnipperde coöperatieve afzet - Zeer kleine bedrijven (0,5 ha, bollen 15 are) - Slechte opslagcapaciteit - Kennis niet beschikbaar voor alle bedrijven
Kennisinfrastructuur	- Goed toegeruste onderzoeksinstellingen - Veredeling en weefselkweek succesvol - Hoge kwaliteit bollen door handenarbeid - Universitair aandacht voor bloembollen (biotechnologie)	- Handel heeft voorkeur voor Nederlandse cultivars - Praktijkonderzoek zeer summier - Voorlichting beperkt (ziekteherkenning) - Nauwelijks praktijkonderwijs

bloembollen, evenals dat van de andere takken in de sierteelt, onder invloed van de vermindering van de subsidiëring van de rijstteelt. Telers hebben ontdekt dat de bloembollenteelt veel meer oplevert dan rijst.

Handel

De vraag naar bollen is de laatste jaren fors gestegen. Voor de meeste soorten kunnen Japanse telers niet meer zelf aan de toegenomen vraag voldoen. Daardoor

kon het aanbod uit het buitenland ook sterk stijgen. Dit is ook te danken aan het voor een groot deel opheffen van de quarantaine-maatregelen bij een groot aantal tulpen- en leliecultivars. De quarantainetijd van bloembollen bedroeg voorheen één jaar. Hierdoor werd de prijs van importbollen enorm verhoogd. Het doel van de quarantaine is de eigen bollenteelt vrij te houden van ziekten die nog niet in Japan voorkomen. De groothandel, de supermarkten en de broeiers fungeren zelf als importeurs.

Er zijn in totaal dertig tot veertig importerende bedrijven die, met een enkele uitzondering, niet gespecialiseerd zijn in bloembollen. Van alle geïmporteerde bollen wordt 20% gebruikt voor de broei en 80% voor de droogverkoop. Meestal gebruiken de kwekers de droogverkoopbollen voor areaal- of sortimentsuitbreiding. De import is voornamelijk afkomstig uit Nederland. Men importeert vooral tulpen, lelies en gladiolen.





Bij de gladiolen waren de Verenigde Staten (geholpen door de betere valutakoersverhouding van de dollar ten opzichte van de gulden) een belangrijke concurrent van Nederland. In totaal importeert men ongeveer 177 miljoen bollen per jaar met een waarde van 67 miljoen gulden. De waarde van de import is sinds 1980 gestegen met 60 miljoen gulden. (Zie verder tabel 8.) Slechts een klein deel wordt gebruikt voor export. De nadruk ligt vooral op lelies. Bloembollen uit Japan worden aangeboden in Nederland, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Finland en in de omringende Aziatische landen (Korea, China, Hongkong, Taiwan). De export loopt terug door problemen met virusziekten en de relatief hoge produktiekosten in Japan. (Zie tabel 7.)

Thuismarkt

De markt voor bloembollen had een grootte van rond de 150 miljoen gulden. Het verbruik groeit bij de consumenten, maar de aankoop van bloemen en planten loopt achter bij de uitgaven aan andere luxe goederen. Op dit moment is er echter sprake van een groene golf in Japan waardoor de totale vraag naar sierteeltprodukten toeneemt. Er wordt meer geld besteed aan de verfraaiing van de omgeving. Bloembollen zijn vrij goed gepenetreerd bij de Japanse bevolking. Ongeveer 30% koopt wel eens bollen, overigens zijn dit er niet veel (23 stuks). Dit komt vooral door de hoge prijs die men voor de bollen moet betalen (f1,60 per stuk). Gemiddeld wordt er voor 40 gulden per gezin uitgegeven aan bollen en zaden, waarbij het gedeelte van de zaden te verwaarlozen is. Men koopt vooral bollen voor het balkon of het dakterras. Ongeveer 80% van de gezinnen heeft ruimte om bollen buiten te planten. Vooral tulpencultivars met zachte tinten en Oriëntalen Aziatische lelie-hybriden zijn geliefd. De consument kan sommige bollen goed herkennen, 90% weet wat tulpen zijn. Bij andere gewassen ligt dit echter veel lager (rond 30%). Kwaliteit is een uitermate belangrijk produktaspect voor Japanners. De belangrijkste aankoopkanalen zijn de bloemenwinkel (30%) en het tuincentrum (35%). Het aandeel van de postorderbedrijven is erg laag in Japan. De consu-

ment heeft twijfels over de kwaliteit die dit kanaal levert. De supermarkt verovert in Japan geleidelijk een groter aandeel.

In het seizoen 1990/91 steeg de Nederlandse uitvoer naar Japan met 50% ten opzichte van 1989/90. Tulp en lelie zijn verreweg de belangrijkste gewassen met respectievelijk een aandeel van 43 en 34% in het verbruik. Het aandeel van deze twee gewassen is gegroeid, dat van de hyacint is gedaald. Dit kwam doordat dit gewas slechts gedeeltelijk was vrijgesteld van quarantaine. Doordat nu ook belangrijke soorten vrij van quarantaine zijn, wordt een stijging van de invoer van hyacinten verwacht.

Netwerk

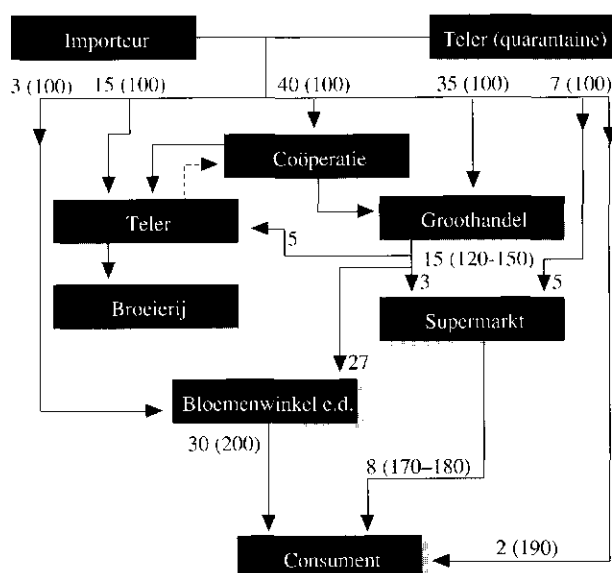
Teelt

Veel telers zijn bij een coöperatie aangesloten. De teelt en handel in dit land zijn gebaseerd op een coöperatieve structuur. Deze verkoopt en verhandelt vrijwel alles wat de telers verbouwen en nodig hebben. Men verzorgt onder andere de aankoop van plantmateriaal en de verkoop, afzet, promotie en keuring van bollen. Ook onderzoek en voorlichting behoren tot het takenpakket.

Distributie

De centrale schakel in de distributie van bloembollen zijn de groothandelaar en importeur. Vaak worden deze functies gecombineerd. De handelsgeleding verzorgt de verpakking en administratieve handelingen. In figuur 11 is de handelsstroom van bloembollen vanuit de binnenlandse productie te zien, weergegeven in percentage van het volume.

Figuur 11. Distributie van bloembollen in Japan (% van volume) en de marges (indexen, de groothandelsprijs is 100)



Bron: Marktonderzoek Japan, P.V.S.

De Japanse droogverkoop richt zich nog duidelijk op de conventionele kanalen. In het ongunstigste geval bevinden zich 4 schakels tussen teler en consument. De collecterende groothandel bestaat vaak uit verschillende hecht gekoppelde schakels. Telers verkopen hun bollen vaak aan de coöperatie en deze op haar beurt weer aan de groothandel. In vergelijking met andere landen is wat de distributie betreft, het grote aandeel van de bloemenwinkels en het kleine aandeel van de postorderbedrijven opmerkelijk. Het aandeel van de postorderbedrijven neemt echter wel toe. Verder neemt ook het belang van de supermarkten en homecenters toe. Dit kanaal maakt vaak gebruik van exclusieve en onafhankelijke inkooporganisaties. Dit komt vooral door de marktliberalisatie. Hierdoor kunnen deze ketens rechtstreeks van exporteurs kopen. Het verkoopseizoen in Japan is zeer vroeg. De marges die men realiseert zijn: 20-30% op groothandelsniveau en 70-100% op detailhandelsniveau.

Economisch orde

Japan is op één na de grootste economische grootheid ter wereld. Circa 15% van de totale wereldproductie wordt voortgebracht door dit land. Er is veel export naar de Verenigde Staten en West-Europa. De gemiddelde economische groei is 4% per jaar. De handelsbalans is zwaar positief. Deze positieve bijdrage wordt geleverd door de industrie (elektronica en auto's). Onder het geweld van de industriële ontwikkeling neemt de agrarische productie af, onder andere door onttrekking van arbeidskrachten aan de landbouw. Nog maar 7% van de bevolking werkt in de landbouw. De produktie daalde. De index ging van 107 naar 99 in de periode van 1985 tot 1990.

Overheid

De overheid speelt vooral een rol bij de import van bollen. Door middel van quarantaine-maatregelen poogt men ziekten buiten de grenzen te houden. De laatste jaren worden deze maatregelen onder druk van internationale organen echter versoepeld. Naast het reguleren van de import probeert men de binnenlandse teelt van diverse gewassen te bevorderen. Zo heeft men jaren de teelt van rijst gestimuleerd met het oog op zelfvoorziening. Nu is men begonnen met het stimuleren van de sierteelt om aan de groeiende vraag naar deze producten te kunnen voldoen.

Samenvatting en perspectief

Japan is op het gebied van de wereldhandel in bloembollen alleen belangrijk als importland. De import is de laatste jaren fors gestegen. Het is waarschijnlijk dat

deze import verder zal groeien onder invloed van het opheffen van de quarantaine-maatregelen en de groene golf die het land beheerst. Op het gebied van de export verliest Japan terrein. Hoge produktiekosten en virusproblemen spelen hierbij een belangrijke rol. Bovendien groeit de binnenlandse markt, zodat de gehele produktie in eigen land kan worden afgezet. Veel produktiviteitsgroei mag men van de Japanse teelt niet verwachten vanwege de extreme kleinschaligheid. De kleinschaligheid kan nauwelijks opgeheven worden door het heersende erfrecht. Door het versoepelen van de import is er een grote kans dat de Japanse teelt terrein verliest door de hoge prijs (als gevolg van de grote inzet van handenarbeid). Echt verdwijnen zal de teelt niet omdat men door diezelfde handenarbeid in staat is bollen van zeer goede kwaliteit te produceren. Als Nederland kans ziet om de bollen kwalitatief gelijk maar goedkoper aan te bieden, bijvoorbeeld via directe afzet aan grootwinkelbedrijven, dan is verdringing van de binnenlandse bollenteelt denkbaar. Zonder bescherming heeft de Japanse teelt weinig toekomst. Japan neemt een zeer vooraanstaande positie in bij de veredeling van bloembollen (lelie). Het betreft met name inbouwen van ziekte-resistentie en weefselkweek ten behoeve van de ontwikkeling van nieuwe cultivars. De Japanse consument is redelijk bekend met bollen. De penetratie is in vergelijking met Westerse landen vrij hoog. De bestedingen zullen waarschijnlijk nog stijgen omdat er steeds meer aandacht aan een aangename leefomgeving besteed wordt. Japan is een grote potentiële kopersmarkt door de sterke verstedelijking.

5.6 Verenigd Koninkrijk

Aanbod en handel vanuit het Verenigd Koninkrijk

Aanbod

Het Verenigd Koninkrijk is mondiaal een belangrijke producent van narcissen. Per jaar wordt er voor ongeveer 30.000 ton aan narcissen geproduceerd (90% van de produktie van bloembollen en het aandeel groeit



nog). Hiervan gaat 23% naar de export, 20% naar eigen broei en 57% naar de droogverkoop. Van de droogverkoop is 77% bestemd voor particulieren en 23% voor institutioneel gebruik. Een sterk punt van de Engelse narcissen is dat ze relatief meer bloemen per kg geven dan die uit Nederland.

Het narcissen-sortiment is breed. Voor nieuwe cultivars is men echter nog voor een groot deel afhankelijk van Nederland. De groei van de narcissen-productie wordt beïnvloed door de zwakke economie van het Verenigd Koninkrijk (het aantal innovaties is te beperkt). Het totale areaal van het Verenigd Koninkrijk is stijgende en bedraagt 5622 hectare. De totale produktiewaarde bedraagt momenteel in Engeland 108 miljoen gulden. Onder invloed van lage prijzen ligt de waarde weer op het niveau van 1985, na aanvankelijk hoger te zijn geweest.

Distributie

Per jaar worden er ongeveer 800 miljoen bollen geïmporteerd. Circa 95% van de import is afkomstig uit Nederland. Dit betreft vooral tulpen en 'overige' bolsoorten, zoals anemonen, sneeuwkllokje en krokus. Het aandeel van Nederland is gestegen ten koste van het aandeel van andere landen. Van de import is 25% bestemd voor de broeierij. (Zie tabel 9.)

Zowel door een toenemend binnenlands verbruik als stagnerende produktie door de slechte economische



situatie in de landbouw daalt de export van bollen. (Zie tabel 10.)

Een groot gedeelte van de export gaat naar Nederland. De totale export had in 1990 een waarde van 14,8 miljoen gulden en bestond voor 78% uit narcis. Het gewicht van de export was 7292 ton met een gemiddelde prijs van f2.000,- per ton.

Dit is laag in vergelijking met andere landen door het grote aandeel narcissen.

Twee bedrijven verhandelen 85% van de export. Bolbloemen (narcis) hebben een aandeel van 6% in de export van landbouwprodukten.

Tabel 9: Import van bollen, knollen en wortelstokken in het Verenigd Koninkrijk naar soort en waarde (x mln. gld.)

Soort	1980	1985	1989	1990
Hyacint	9,8	11,2	8,8	9,3
Gladiool	3,6	5,0	3,8	3,5
Narcis	4,9	5,6	7,0	5,9
Tulp	15,4	20,6	23,2	21,9
Overig	29,7	47,1	51,7	51,4
Totaal	63,4	89,5	94,5	92,0

Bron: Eurostat

Tabel 10: Export van bollen, knollen en wortelstokken uit het Verenigd Koninkrijk naar soort en waarde (x mln. gld.)

Soort	1980	1985	1989	1990
Hyacint	0,1	0,0	0,0	0,1
Gladiool	0,1	0,0	0,2	0,0
Narcis	7,1	10,7	10,3	11,0
Tulp	0,1	0,4	0,1	0,1
Overig (inclusief bolbloemen)	4,1	5,2	2,6	3,6
Totaal	11,5	16,3	13,2	14,8

Bron: Eurostat

Produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Ligging van produktie gunstig t.o.v. afzetgebieden	- Bloembollen en bolbloemenproduktie gescheiden
Klimaat	- Gunstig zeeklimaat voor de bollenteelt	- In het zuiden te warm (veel ziekten)
Grondstoffen	- Goede gronden - Gronden goedkoper dan in Nederland	- Geen uitgesproken zandgronden
Arbeid		- Onvoldoende losse arbeid beschikbaar
Kapitaal		- Inflatie 9,5% - Rente 14,8%
Infrastructuur	- Teeltgebieden liggen dichtbij stedelijke agglomeraties - Korte termijn bewaring goed - Mechanisatie goed	- Ontsluiting via de weg niet optimaal - Lange termijn bewaring problematisch; betekent kwaliteitsverlies
Kennisinfrastructuur	- Hoog kennisniveau bij de narcissteelt - Voorlichting redelijk goed ontwikkeld - Veel bedrijfsmanagement uit Nederland	- Terugtrekkende overheid bij het onderzoek - Weinig kennisuitwisseling door bedrijven

Thuismarkt

Er zijn ongeveer 20,4 miljoen huishoudens in het Verenigde Koninkrijk met ruim 15 miljoen tuinen. Het percentage kopende gezinnen ligt ongeveer 1,5 x hoger dan in de rest van West-Europa (31%). Gemiddeld wordt er £5,20 besteed voor 17 bollen.

De detailhandel in bloembollen had in 1988 een omzet van 158 miljoen gulden. Kopers van bloembollen hebben meestal een hogere opleiding en hun inkomen ligt boven het gemiddelde. Het merendeel van de kopers, met een leeftijd tussen 45-65, heeft kleine gezinnen. De Engelse producent lijkt te maken te hebben met een vrij kritische thuismarkt. De belangstelling voor de bolsoorten anders dan narcis, krokus en tulp neemt toe. Bollen worden steeds vaker gekocht bij het tuincentrum, ten koste van de aankopen bij de levensmiddelenhandel. De positie van het tuincentrum is altijd al sterk geweest. Dit kan duiden op een consument die keuze wil uit een groter assortiment en prijs stelt op informatie en kwaliteit.

Netwerk

Teelt

De gemiddelde rentabiliteit ligt in Engeland iets lager dan in Nederland. In bepaalde gebieden is de rentabiliteit echter veel hoger door een combinatie bloembollen-bolbloementeelt bij narcissen. De meeste andere bolgewassen zijn in Engeland nauwelijks rendabel te telen.

De teeltgebieden liggen vrij geconcentreerd in drie gebieden, East Midlands, South West en East Anglia. In twee van deze gebieden liggen bovendien twee belangrijke verwerkende bedrijven (opslag, preparatie, verzending, etc.). De afstand naar de verbruiksgebieden is niet erg groot, de teeltgebieden liggen dichtbij de steden.

Distributie

De importeurs zijn verenigd in the Bulb Distributors Association. Deze organisatie behandelt vooral kwaliteits- en arbitrage-aangelegenheden.

Een deel van de telers is lid van een coöperatie. Deze coöperatie regelt de afzet en verwerking. Bovendien



voert men keuringen uit bij de telers. Er is een veiling in Engeland; the Spalding Bulbboard Produce Auction. In 1981 verkocht deze veiling 4000 ton narcissen en 40 miljoen tulpen. Dit is overigens een klein gedeelte van de totale handel in het Verenigd Koninkrijk.

De promotie is vooral gericht op het gezinsverbruik en gebeurt door The Flowers and Plant Association (F.P.A.). De belangrijkste participanten in de F.P.A. zijn de detailhandelsorganisatie (19%), de producenten (16%) en de groothandel.

Economische orde

De Engelse levensstandaard ligt op een lager peil dan in Nederland. De Britse economie bevindt zich in de diepste crisis sinds de Tweede Wereldoorlog. De inflatie is extreem hoog. Dit geldt ook voor de werkloosheid. Genoemde ontwikkelingen hebben consequenties voor de kapitaalverschaffing bij investeringen. De telers zien elkaar vooral als concurrenten. Soms wordt er voor de afzet samengewerkt in coöperaties.

Overheid

De rol van de overheid is voornamelijk voorwaardescheppend. Na de sterke terugtrekking uit het landbouwkundig onderzoek, is alleen de bemoeienis met de voorlichting nog van enig belang.

Samenvatting en perspectief

De Engelse narcis is een belangrijke concurrent van de Nederlandse. Engeland veroverd een steeds groter aandeel op de Noord Amerikaanse markt ten koste van de Nederlandse narcis. De toekomst van de Engelse narcis ziet er redelijk rooskleurig uit, als de economie zich gunstig ontwikkelt.

Engelse narcissen geven meer bloemen per kilogram. Door de specialisatie in narcissen kan men beter aan de wensen van de klant voldoen dan andere leverancierlanden. De kritische Engelse consument stimuleert een verdere ontwikkeling van het assortiment. De teelt van narcis is door een combinatie van bloem- en bolproductie en de lage grondprijs redelijk rendabel. Het onderzoek voor de narcisenteelt stond tot voor kort op een hoog niveau. Er was een voorsprong in de kennis over ziekten en plagen. De financiering van dit onderzoek is echter stopgezet. Financiering uit eigen middelen is problematisch omdat de sector daar te klein voor is. Als het gaat om nieuwe cultivars is men voor een groot deel van Nederland afhankelijk. Andere gewassen dan narcis spelen een ondergeschikte rol. Het Verenigd Koninkrijk is niet in staat een vol-

ledig sortiment bloembollen te bieden. Dit vormt een nadeel ten opzichte van Nederland.

De export van andere soorten dan narcis zal in de nabije toekomst waarschijnlijk weinig toenemen. Het groeiend binnenlands verbruik absorbeert het (niet groeiend) aanbod.

5.7 Verenigde Staten

Aanbod en handel vanuit de Verenigde Staten

Aanbod

Het areaal bollenteelt in dit land daalt de laatste jaren voortdurend. Voornaamste oorzaken zijn de onevenredig sterk stijgende produktiekosten en het gebrek aan ziekte-resistente rassen. In 1974 was er nog 3400 hectare bloembollenteelt, hiervan is nu 2800 ha over. Het belangrijkste gewas is de gladiool met een oppervlakte van 1000 ha. Een deel van de bollen wordt ook gebruikt voor de snijbloemen-teelt. De verdeling van het sortiment in de Verenigde Staten is als volgt: gladiool 38%, lelie 28%, narcis 8%, tulp 5%, overig 21%. De teeltkennis in de V.S. neemt toe, waardoor de Amerikaanse teler de produktiewaarde per ha opvoert. In 1989 bedroeg de geschatte produktiewaarde 70 miljoen gulden.

Handel

In de Verenigde Staten worden ongeveer 1,6 miljard bollen gebruikt. Ongeveer 60% daarvan is afkomstig uit Nederland, 20% uit andere landen en 20% wordt zelf geproduceerd. (Zie tabel 11.)

Het aandeel van Nederland in de import van de VS is 86%. Als gevolg van de grote concurrentie uit Nederland nam het aantal bedrijven in de VS sterk af: van 1050 in 1982 naar 559 in 1987. De gemiddelde bedrijfsoppervlakte is in die periode echter gestegen van 2,7 ha naar 4,6 ha.

De waarde van de verkopen daalde van 1982 tot 1987 van 94,5 naar 67 miljoen gulden. Slechts 17% hiervan wordt geëxporteerd. De waarde van de export ligt ongeveer op 12 miljoen gulden. Belangrijke afzetlanden zijn Canada, Nederland en Italië. (Zie tabel 12.)



Tabel 11: Import in de Verenigde Staten (x mln. gld.).

Landen	1980	1985	1988	1989
Nederland	89,1	172,8	165,8	160,9
Canada	.	.	36,5	11,2
Israël	.	.	5,3	5,1
België	2,9	3,2	3,7	3,3
Verenigd Koninkrijk	0,5	4,1	3,2	2,8
Overige landen	.	.	7,7	4,3
Totaal	101,3	244,0	222,2	187,6

Bron: U.S. General imports

Tabel 12 Export van bollen, knollen en wortelstokken vanuit de Verenigde Staten (x mln. gld.)

Land	1980	1985	1988	1989
Nederland	1,9	2,2	1,6	1,4
Canada	.	1,9	3,0	3,5
Italië	0,0	0,0	0,0	2,1
Spanje	0,0	0,0	0,0	2,0
Verenigd Koninkrijk	0,2	0,2	0,3	0,4
Japan	.	0,3	0,5	0,0
Overige	.	2,8	1,5	2,7
Totaal	12,1	7,4	6,9	12,1

(0,0) = Bij de post overige opgeteld.

N.B.: in 1989 is ook Cichorei meegerekend bij de bloembollen.

Bron: U.S. General exports

Productiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Goede positie t.o.v. grootste handelspartner Canada en redelijk t.o.v. Midden- en Zuid-Amerika - Productiegebieden vlakbij bevolkingsconcentraties	- Slecht t.o.v Europa
Klimaat	- Er zijn productiegebieden met zeeklimaat	- Klimaat te warm voor plantgoedproductie
Grondstoffen	- Grond is goedkoop - Ruime vruchtwisseling mogelijk - Water voldoende aanwezig	- Gronden zijn over het algemeen zwaar
Arbeid	- Aanbod ongeschoolde arbeid voldoende en goedkoop	- Geschoolde arbeid beperkt
Kapitaal	- Inflatie 4,8% - Rente 5,4%	
Infrastructuur	- Goede wegen, uitgebreid vliegverkeer - Goede opslagfaciliteiten	- Spoorwegen beperkt - Teeltkennis van Nederlandse origine, niet aangepast aan Amerikaanse omstandigheden
Kennisinfrastructuur	- Alleen onderzoek op hoog generalisatieniveau	- Geen voorlichting - Geen specifiek onderwijs op bloembollengebied

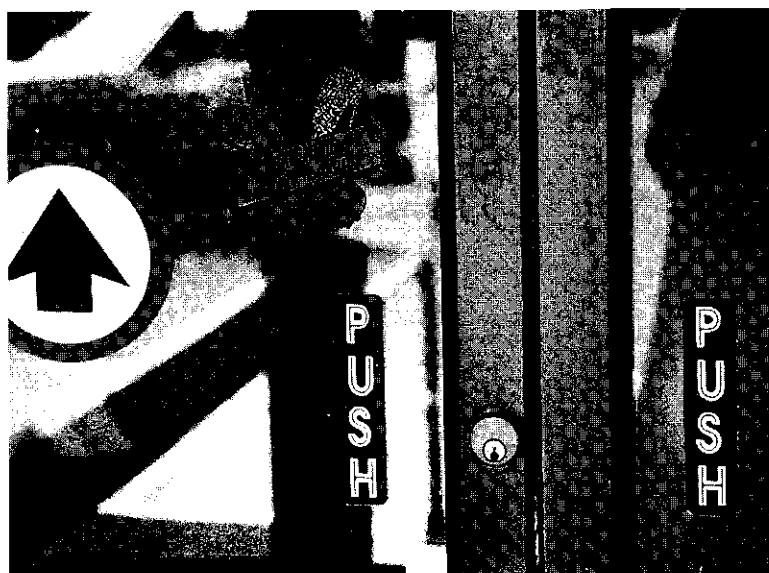
Thuismarkt

Er zijn ongeveer 85 miljoen huishoudens met circa 55 miljoen tuinen. Rond de 40 miljoen tuinen zijn in gebruik als siertuin. Het gemiddelde gezinsinkomen is \$30.000,-.

De consumentenmarkt van bloembollen is niet sterk ontwikkeld, er is een lage penetratie-graad met een laag verbruik. Door het grote aantal consumenten is de markt belangrijk. De Amerikaanse consument heeft over het algemeen zeer weinig kennis van de bol.

De bollen worden vooral gekocht door oudere mensen met een goede baan, een hogere opleiding, een eigen huis met tuin en een niet al te groot gezin.

De verkopen aan consumenten en aan (broei-)bedrijven zijn sinds 1980 flink gestegen. De voorziening van de markt door import wordt echter sterk beïnvloed door de dollarkoers. Bij een lage dollarkoers is het moeilijker bollen in de Verenigde Staten af te zetten. De verhouding van de segmenten broeierij en droogverkoop (33:67) is stabiel. De droogverkoopmarkt kan onderverdeeld worden in consumentenverkoop (80%) en verkopen aan de overheid en bedrijven voor tuin-gebruik (20%). Het aandeel van het tweede segment neemt toe.



De V.S.: "push marketing" strategie wenselijk?

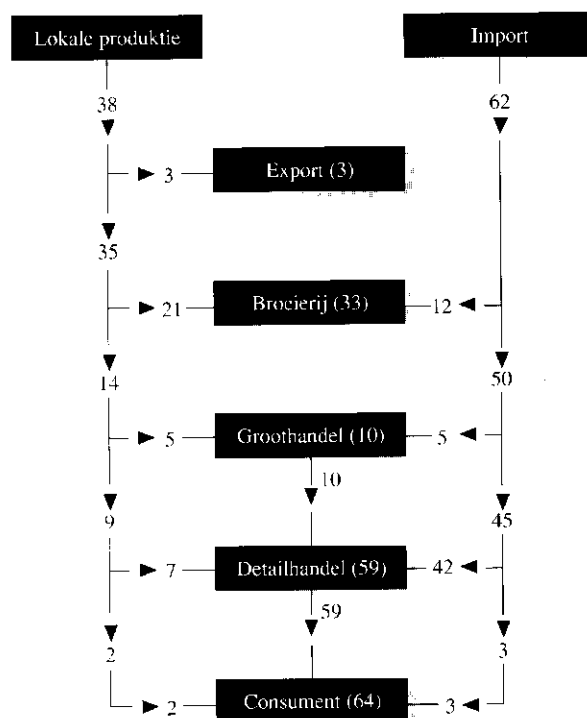
In het najaar koopt ongeveer 9% van de bevolking bollen. Er worden in het najaar per aankoop ongeveer 45 bollen gekocht voor 13,1 dollar. De besteding per inwoner bedraagt 1,2 dollar. De belangrijkste aankoopkanalen zijn postorderbedrijven en tuincentra. Door het ontbreken van goede andere kanalen is het afzetaandeel van beide samen meer dan 70%. (Zie figuur 12.)

Het verbruik van Nederlandse bollen in de Verenigde Staten is in 1990/1991 iets gedaald. De lage dollarkoers en de Golf-oorlog zijn hier debet aan. In het seizoen '89/'90 was er nog een groei van 13%. De jaren daarvoor was er sprake van een daling van de uitvoer van bollen naar de Verenigde Staten als gevolg van eveneens een lage dollarkoers. De vraag in de Verenigde Staten is nu ongeveer op het niveau van 1985/1986. De belangrijkste gewassen die naar de Verenigde Staten geëxporteerd worden zijn tulp (27%), gladiol (18%), iris (12%), krokus (7%) en narcis (7%). Het aandeel van tulp en iris is de afgelopen jaren iets gedaald ten gunste van gladiol en lelie.

Netwerken

De importeurs zijn georganiseerd in the North American Flowerbulb Wholesalers Association. Ze werken samen op het gebied van afzet. De organisatie is de gesprekspartner met de Nederlandse exporteurs. Telers zijn vaak regionaal georganiseerd. Door de grote afstanden is er geen sterke landelijke telersorganisatie.

Figuur 12: Handelsstroom van bloembollen in de Verenigde Staten (aandelen in procenten)



Bron: Landennota Verenigde Staten, P.V.S.
(Cijfers tussen haakjes geven het totaal per kanaal aan.)

Economische orde

De VS kennen een zeer liberale markt-economie, waarin de overheid zeer summier intervenueert. Na de Golf-oorlog trok de economische bedrijvigheid weer aan, doordat de consumenten weer vertrouwen in de toekomst kregen. Over het algemeen kan gesteld worden dat de economie van de Verenigde Staten tot de sterkere ter wereld behoort, hoewel de betalingsbalans momenteel een behoorlijk tekort laat zien. De dollar is de belangrijkste munt in het internationale handelsverkeer.

Overheid

De handel in bloembollen vindt plaats onder een streng fytosanitair regime, dat van staat tot staat kan verschillen. Californië kent de strengste regelgeving op dit gebied. Er gelden ook strenge regels voor het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Ook het internationale handelsverkeer vindt plaats onder strenge fytosanitaire eisen. Dit bemoeilijkt de handel.

Samenvatting en perspectief

De Amerikaanse bloembollensector richt zich voornamelijk op de binnenlandse markt. Produktiefactoren als grondstoffen, klimaat, ongeschoolde arbeid en infrastructuur vormen weinig belemmering voor de ontwikkeling van de sector. Daarentegen is de kennisinfrastructuur zeer matig uitgebouwd. Onderwijs op bedrijfsniveau ontbreekt nagenoeg. Op universitair niveau wordt op enkele instellingen aandacht aan het vak besteed. Zwakke kanten zijn verder het ontbreken van voorlichting en netwerken van telers. Voor plantmateriaal, machines en gedeeltelijk voor kennis is men aangewezen op Nederland. De kwaliteit van de produkten is goed. Omdat er genoeg grond beschikbaar is, kan een vruchtwisselingsschema van 1:4 aangehouden worden. Dit is gunstig voor de ziektedruk en beperkt de noodzaak van bestrijdingsmiddelengebruik. Op de thuismarkt ondervinden Amerikaanse bollen veel concurrentie uit Nederland. Een grote uitdaging voor de bloembollenteelt is de Amerikaanse markt verder open te breken en bij de consument meer belangstelling voor bloembollen op te wekken. Daarmee wordt dan een financieel kader geschapen waarbinnen de kennisinfrastructuur verbeterd kan worden.

5.8 Polen

Aanbod en handel vanuit Polen

Aanbod

Een klein deel van de produktie is voor export bestemd. Het grootste deel van de produktie is bestemd voor broeibedrijven in het binnenland. Export vond voornamelijk plaats naar socialistische landen. Na de democratisering is de export naar deze gebieden gedaald. De export wordt bovendien belemmerd door ongunstige wisselkoersen.

Handel

Import van bloembollen vindt vrijwel alleen plaats vanuit Nederland. Hierbij gaat het voor een groot deel om plantmateriaal. Men is hierbij volledig afhankelijk van Nederland. De import van bollen voor de droogverkoop neemt toe omdat de Poolse bollen door een slechte presentatie de concurrentie met de Nederlandse in de winkels niet aankunnen.

Tabel 13: Im- en export van Polen uit en naar de E.G. (mln. gld.)

	1980	1985	1988	1989	1990
Import	0,6	5,2	2,0	1,6	1,9
Export	0,0	0,0	0,1	0,2	0,5

Bron: Eurostat



Productiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Ligging gunstig t.o.v. Europese markt - Lage transportkosten	
Klimaat	- In NW goed klimaat	- Rond Warschau matig
Grondstoffen	- Voldoende zandgrond, lage grondprijzen - Water voldoende aanwezig	- Brandstofprijzen hoog
Arbeid	- Veel goedkope ongeschoolde arbeid	
Kapitaal	- Staatsbedrijven konden makkelijk geld krijgen	- Hoge inflatie (585%), hoge rente (101%) kapitaal is duur voor het particuliere bedrijf en moeilijk te krijgen
Infrastructuur		- Lage wegendichtheid - Verouderde structuur - Beperkt telefoonverkeer
Kennisinfrastructuur	- Goed ontwikkelde ondernemers - Onderzoek goed georganiseerd - Geschoolde arbeid voldoende aanwezig	- Voorlichting matig ontwikkeld - Studieclubs ontbreken

Thuismarkt

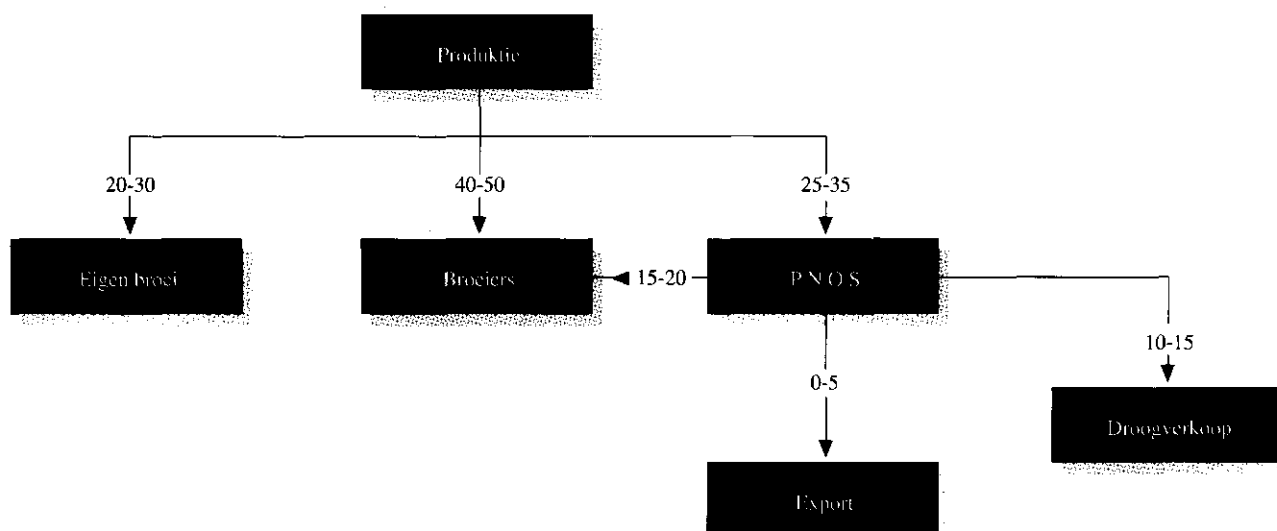
Het grootste deel van de bloembollen wordt in Polen gebroeid en in het binnenland verkocht. De Poolse consument heeft een zeer beperkte koopkracht. Als gevolg hiervan ligt het consumentenverbruik van bloembollen op een laag niveau. Het Poolse sortiment is klein en de presentatie van de bloembollen is slecht. De Poolse bollen ondervinden daardoor steeds meer concurrentie van de Nederlandse.

De meest gekochte gewassen zijn tulp, gladiool en narcis. De bollen worden het meest gekocht in tuinbouw-winkels.

De ontwikkeling van de vraag laat zich zeer moeilijk voorspellen, omdat de ontwikkelingen na de democratisering niet duidelijk zijn. Als de ontwikkelingen in hetzelfde tempo doorgaan als in het afgelopen jaar dan mag men niet veel hoop hebben op een sterke vraagverandering.



Figuur 13: Handelsstroom bloembollen Polen (produktie = 100)



Bron: Bloembollennota Polen, P.V.S.

Netwerk

De afzet gaat voor een groot deel via de PNOS (staats-handelscoöperatie). Deze verzorgt naast de afzet in het binnenland ook de export en geeft enige voorlichting aan de telers. Verder is een deel van de bollen bestemd voor broei op het eigen productiebedrijf en voor broei op andere bedrijven. (Zie figuur 13.)

De tuinders zijn georganiseerd in een bond. Deze bond is lid van diverse organisaties en heeft veel contact met Nederland. Het doel van de bond is het bevorderen van de tuinbouwproductie en het opkomen voor de belangen van de telers. Verder organiseert men symposia, tentoonstellingen en studiereizen. De organisatie heeft onder andere de Poolse inzending op de Floriade verzorgd.

Naast de telersvakbond zijn er enkele sierteelt-verenigingen. Zij hebben zeer goede contacten met universiteiten en instituten.

De staatsbedrijven en coöperaties zijn ook verenigd. Het huidige belang hiervan is echter onduidelijk omdat er veel reorganisaties gaande zijn.

Economische orde

De economische situatie van Polen is slecht. Samen met het IMF (Internationaal Monetair Fonds) wordt geprobeerd de economie weer op poten te krijgen.

Overheid

De prioriteit van de Poolse regering ligt bij de voedselproductie. Voor de bloembollen-teelt is geen steun te verwachten. Alle subsidies voor deze teelt zijn opgeheven.

Er worden nog wel faciliteiten verleend door de overheid bij export.

Samenvatting en perspectief

De bloembollenteelt is redelijk ontwikkeld. De produktiefactoren voor een succesvolle teelt zijn aanwezig. Er is voldoende onderwijs, onderzoek en geschikte grond. De afzet in het binnenland stagneert echter door de slechte economische situatie, de lage koopkracht van de consument en de slechte presentatie in de winkel. Ook de import staat onder druk als gevolg van de ongunstige wisselkoers. In de toekomst moet men betere produkten gaan telen om zich van enige afzet in het binnenland te verzekeren. De zwakke economie en de gebrekkige infrastructuur en telecommunicatie zijn thans een grote rem op de ontwikkeling van de bloembollenteelt. Als de economie van Polen zich kan herstellen heeft het land de potentie door gunstige productie-omstandigheden en lage kosten een belangrijke bloembollenproducent op wereldniveau te worden.

6. Internationale concurrentiekracht

In hoofdstuk 5 is een overzicht gegeven van de concurrentiekracht van de belangrijkste landen die zich met de bloembollenteelt bezighouden. In dit hoofdstuk zal een analyse gemaakt worden van de concurrentiepositie van deze landen onderling. (Zie tabel 14.)

Nederland heeft door vroegere innovaties een breed assortiment ontwikkeld. Nederland is mondiaal sterk aanwezig, waarbij de buitenlandse produkten vaak aanvullend zijn. Ook zijn veel landen afhankelijk van de Nederlandse kennis en netwerken. Nederland is een aanbodsmonopolist voor bloembollen. Het produkt ervaart echter concurrentie van andere produkten in de bestedingen van de consument. De hoge produktiekosten (grond en arbeid) zijn opgevangen door de hoge produktiviteit en efficiënt gebruik van andere produktiefactoren. Innovaties blijven te veel beperkt tot verbreding van het assortiment. De thuismarkt is zwak ontwikkeld.

Frankrijk heeft voor de tulp en de gladiol een sterke thuismarkt en goed ontwikkelde produktiefactoren. De Franse bollensector is dan ook in staat voor die produkten op de eigen thuismarkt en op de Zuideuropese markt de concurrentie aan te gaan met vooral Nederland. Als Frankrijk in staat is haar eigen netwerken te versterken en de overheid er in slaagt een tuinbouwstimuleringsplan op te zetten kan zij haar positie versterken. Het is ook denkbaar dat Frankrijk steeds meer onderdeel wordt van het Nederlandse netwerk.



Tabel 14: Vergelijking concurrentiekracht

	Nl.	Fr.	Isr.	Jap.	U.K.	V.S.	Pol.
Geografie							
Klimaat							
Grondstoffen	1		7	1			
Arbeid	2			2			
Kapitaal							
Infrastructuur				10			
Kennis		6	8	11	15	11, 15	
Thuismarkt	3			12	12	16	17
Netwerk				13			
Overheid	4			14			17
Economische orde	5						

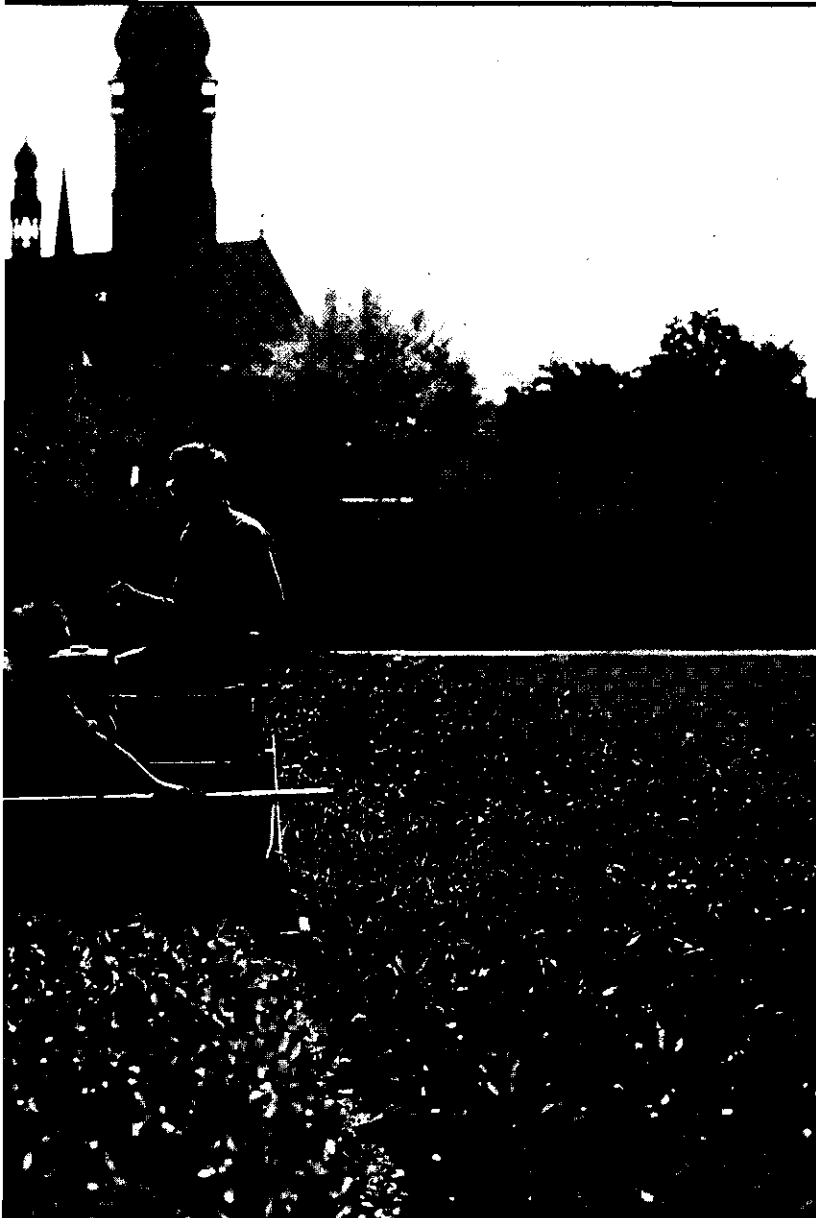
	slecht
	matig
	goed
	zeer goed / ruim beschikbaar goedkoop

Toelichting:
 1. grond duur
 2. duur
 3. klein, weinig kritisch
 4. milieuwetgeving dreigt
 5. individualistische ondernemers

6. bron: Nederland
 7. water
 8. voorlichting kwekerij
 9. t.o.v. exportmarkten
 10. kleinschalig
 11. praktijkvoorlichting en onderwijs zwak

12. kritisch
 13. veredeling sterk
 14. afscherming markt
 15. geen telersgroepen
 16. veel potentie
 17. eerst voeding

Bron: Rabobank



Israël is met name op het gebied van de veredeling innovatief. Daarnaast is de betrekkelijk kleine branche vrij hecht georganiseerd, onder andere via de staats-handelsorganisatie samen met de bloemisterij-sector. Op kleine deelmarkten (Tazetta narcis) en op veredelingsgebied heeft Israël concurrerende krachten ten opzichte van Nederland.

Japan is alleen concurrerend op haar eigen thuismarkt. De mate van openheid van de Japanse markt heeft grote invloed op de echte concurrentieverhoudingen. Japan is zeer innovatief op het gebied van veredeling (lelie) en sterk in de factoren binnenlandse vraag, overheid en economische ordening.

De hoge grondprijzen en arbeidskosten leiden tot hoge kosten. Als Japan daaraan sleutelt is het de vraag of Nederland de grote afstand economisch kan overbruggen in vergelijking tot de Japanse teler en handelaar.

Het **Verenigd Koninkrijk** vormt vooral voor de Nederlandse narcis op de Engelse thuismarkt en de VS een geduchte concurrent. Voor de meeste factoren zijn de omstandigheden vergelijkbaar met Nederland. De troeven die Nederland heeft zijn het brede bollensortiment

en de afhankelijkheid van het Verenigd Koninkrijk van Nederlands uitgangsmateriaal.

De **Verenigde Staten** zijn vooral gericht op hun eigen thuismarkt. De positie van de eigen gladiool, tulp, lelie en iris is relatief sterk. Het sortiment heeft dezelfde samenstelling als in Nederland met uitzondering van de gladiool. De Nederlandse bollensector is echter sterker op factoren zoals netwerken en kennis waardoor de Amerikaanse bollensector terrein verliest. De VS-markt is risicovol voor importeurs door de instabiele dollarkoers en de relatief hoge transportkosten.



Polen blijkt gunstige perspectieven te hebben voor de vestiging van productiebedrijven door beschikbaarheid van een goed klimaat, grond en arbeid. Door de algemene slechte economische, politieke en maatschappelijke situatie zal Polen eerder een vestigingsplaats kunnen worden voor uitwijkende (Nederlandse) teeltbedrijven dan een handelsconcurrent.

7. Strategie voor de Nederlandse bloembollensector

De Nederlandse bloembollensector heeft een sterke positie op de wereldmarkt, die vanuit de historie is bepaald. Nederland is in de wereld veruit de belangrijkste leverancier van kennis, uitgangsmateriaal, bollen en bolbloemen. Deze ogenschijnlijke monopoliepositie blijkt echter betrekkelijk. Vooral de afzet in het droogverkoopsegment blijkt verzadigingsverschijnselen te vertonen, terwijl concurrerende produkten in dezelfde markt (zoals vaste planten) duidelijk in omvang groeien.

Een sterk aspect van de bollensector is dat meer markten worden bediend. Verzadiging in de ene markt kan worden opgevangen door groei in een andere markt. De bollen die in Nederland worden gebroeid kunnen door de uitvoer van bolbloemen overigens de uitvoer van broeierijbollen beïnvloeden.

De ontwikkelingen in de bolbloemenmarkt verlopen nog steeds redelijk gunstig, omdat zij profiteren van de innovatieve ontwikkelingen in de snijbloemensector. Ook hier zijn echter marktsegmenten met verzadigingsverschijnselen gesignaleerd.

7.1 Marktstrategie

De bloembollensector lijkt voor veel produkten een zeker afzetmaximum te hebben bereikt. Voor een aantal produkten is de afzet zelfs gedaald. Deze situatie wordt voornamelijk veroorzaakt doordat het aanbod in de vorm van assortiment, presentatie en houdbaarheid onvoldoende impulsen veroorzaakt om de vraag verder te stimuleren. De aankoop van bollen en bol-

bloemen heeft steeds meer een impuls karakter gekregen. In dit marktsegment worden lagere marges behaald. Er is een marktverschuiving van de verkoopkanalen naar het grootwinkelbedrijf opgetreden. In de meeste landen vertonen de markten bij de gebruikte marketingtechnieken stagnatieverschijnselen. Gezien haar positie in de wereld moet Nederland kiezen voor een strategie, waarbij de leidende rol opnieuw en sterker tot uitdrukking komt en waardoor marges verhoogd kunnen worden. De aandacht gaat hierbij meer uit naar klantgericht denken. Er moet sterker gespecialiseerd worden op bepaalde produkten en bepaalde markten (marktsegmentatie). Daardoor kan men zich beter onderscheiden van de concurrenten en concurrerende produkten. Dit is alleen mogelijk indien de huidige kleinschalige bedrijven, zowel in teelt als handel, meer gaan samenwerken en zodoende komen tot grotere marktmacht en efficiëntere investeringen via specialisatie van activiteiten.

Het valt te overwegen de nabije 'thuismarkt' meer te ontwikkelen tot een soort toetsmarkt voor innovaties. Onder 'nabij' valt naast Nederland ook Duitsland en België.

Marktsegmentatie

In dit onderdeel wordt een aantal marktsegmenten verder onderscheiden. Per segment wordt een aantal strategische opties aangegeven, die kunnen bijdragen tot verhoging van de afzet en/of de winstgevendheid. Deze opties betreffen in principe de hele bollensector.

Bolbloemen

De totale snijbloemenmarkt groeit nog sterk (prognose Bloemen Marketingbureau Holland (BMH): +3,5% per jaar). Het is van belang de positie van de bolbloemen in dit segment te handhaven en/of te versterken. Het winteraanbod staat onder druk van andere snijbloemen, door grotere import en door toename van de binnenlandse aanvoer ten gevolge van nieuwe teelttechnieken (assimilatiebelichting). Ook de houdbaarheid bij snijbloemen verbetert naar verhouding sneller dan bij bolbloemen. Aspecten als 'voorjaarsbode' en 'specifieke kleurstelling' moeten uitgebuit worden om marktaandeelen te behouden. Een goed voorbeeld van het laatstgenoemde zien we in de tulpen- en hyacintenteelt.

In de lelieteelt zien we sterke produkt- en assortimentsontwikkeling.

Verder valt te bezien hoe het verloren marktaandeel van het overige bolbloemenaanbod binnen het snijbloemenpakket kan worden teruggewonnen.

Binnen het bolbloemenpakket zijn onder andere de volgende marktsegmenten te onderscheiden:





Impulsartikel. Het primaire marketing-instrument is de prijs. De positie kan versterkt worden door certificatie van kwaliteit en introductie van lang houdbare rassen. De marktinspanning dient gericht te worden op voorkoming van dumping van het kwalitatieve onder eind op de markt. Verbetering is noodzakelijk omdat het produkt in dit segment kwetsbaar is (prijssuitholling) door de toenemende kracht van het grootwinkelbedrijf. Het segment moet wel bediend blijven worden om geen gaten te laten vallen voor derden. De marktinspanning dient gericht te worden op het in de verkoopperiode altijd aanwezig zijn van het produkt.

Kwaliteitssegment snijbloemen. Hiervoor dient speciale promotie te worden gemaakt. Een sterke bewaking van het assortiment en de kwaliteit is noodzakelijk. Dit vereist gespecialiseerde bedrijven. Er moet gedacht worden aan certificatie van de kwaliteit. Onderscheid kan verkregen worden door introductie van merken. Dit segment kan een positieve uitstraling hebben naar het impulsartikel. Er moet naar gestreefd worden het aanbodseizoen te vergroten.

Bol in pot. In dit segment moet een relatie gezocht worden met het marktsegment vaste planten, balkonplanten en kamerplanten. Het accent dient op de langdurige bloei te liggen.

Bloembollen (droogverkoop)

Een breed assortiment, het kunnen voldoen aan de strengste fytosanitaire eisen, snelle distributie en communicatie zijn elementen waarin de Nederlandse sector sterk is. Kwaliteitssegmenten, waar vernieuwing van het assortiment aansluit op de consumentenwensen en een relatief hoge prijs gemeengoed is, vormen een aantrekkelijke markt.

Er zijn twee segmenten te onderscheiden:

- traditioneel: een impulsmarkt met afzet via het grootwinkelbedrijf. De verpakking moet aantrekkelijk zijn. De efficiency in de kolom dient groot te zijn.
- modegevoelig: snelle innovaties moeten mogelijk zijn onder andere met biotechnologie. Er moet gezocht worden naar niches in de markt en gerichte presentatie.

De laatste jaren is er bijvoorbeeld een ontwikkeling naar natuurtuinen. Dit vraagt een aangepast assortiment bloembollen zoals onderbegroeiing, natuurlijke kleuren, andere bloeitijden en minder bewerkelijke gewassen.

Bloembollen (broeierij)

Een van de belangrijkste aspecten is het kunnen garanderen van kwaliteit. Meer nog dan bij de droogverkoop is de handel erbij gebaat dat de afnemer tevreden is. Er moeten garanties gegeven kunnen worden met betrekking tot teeltwijze en preparatie (een 'bollenpaspoort'). Daarnaast is het verstrekken van broei-adviezen een mogelijkheid. Meer kennis over structurele consumententrends is zeer gewenst.

Marktonderzoek en promotie

Belangrijk is na te gaan wat de oorzaken zijn van stagnatie in de bestaande marktsegmenten. De bestaande markten kunnen hiermee beter ondersteund worden. Informatie is nodig over de wensen van de consumenten over assortiment, kwaliteit, distributie, presentatie en het budget dat men daarvoor over heeft. Hiermee kunnen nieuwe attractieve segmenten worden geïdentificeerd. Het huidige marktonderzoek is sterk historisch, kwantitatief georiënteerd. Dit moet versterkt worden met meer toekomstgericht, kwalitatief onderzoek. Hiermee kan dan een segmentatiestrategie ontwikkeld worden. Veredelaars, producenten, veilingen en handelaren zullen geïnformeerd moeten zijn over toekomstige eisen.

Algemene marketing

Zoals gezegd dient de marktinspanning gericht te zijn op een optimale bewerking van marktsegmenten. Hierbij staat het toevoegen van waarde, dus het vergroten van de marges meer centraal dan het vergroten van alleen de efficiency. De integrale ketenbewaking kan hierbij een hulpmiddel zijn.

Een handicap bij de marketing van bollen is dat de soort en de kwaliteit van de bol - afgezien van de bolmaat - voor de koper niet van buitenaf zichtbaar is. Daardoor vindt de concurrentie te makkelijk plaats op basis van prijs en het imago van het distributiekanaal.

Ook hierdoor vindt uitholling van de marges voor de bollensector plaats. Versterking van het produktimago is mogelijk door certificering, merkartikelen, bijzondere verpakking etc. Ook het fenomeen relatie-partijen kan versterkt worden.

Voor het ontwikkelen van marktsegmenten is veel onderzoek en organisatie nodig. Dit is zeer kostbaar en vraagt veel tijd. De huidige bedrijven zullen dit gezamenlijk moeten organiseren. Het is de vraag of de bollensector in z'n geheel groot genoeg is om alle marktsegmenten te ontwikkelen, zelfs bij een optimale samenwerking. Er moet uitgezocht worden welke segmenten in de bollensector aansluiting geven met andere produktsegmenten, zoals snijbloemen, vaste planten en kamerplanten. Dan kan worden gezien of samen diepgaand marktonderzoek en marktontwikkeling mogelijk is. Dit bespaart kosten. In het verlengde daarvan kan de distributie verder ontwikkeld/verbeterd worden.

Denkbaar is dat ieder segment z'n eigen produktenpakket en distributievorm krijgt, waarin vraag en aanbod optimaal bij elkaar komen. Daarbij zijn kwaliteit en marge belangrijker dan volume. Het Integraal Keten Kwaliteits Denken (IKKD) zal dan opgang moeten maken.

7.2 Distributiestrategie

- Detailhandel

In vele landen van de wereld worden de ontwikkelingen in de detailhandel gekenmerkt door concentratie.

Er ontstaan sterke ketens met speciale winkelformules. Deze ontwikkelingen treden zowel in de algemene detailhandel (grootwinkelbedrijven) als bij de gespecialiseerde detailhandel (tuincentra) op. De marktmacht van de detailhandel is daarmee sterk toegenomen. Van de andere kant is de detailhandel steeds meer genoodzaakt professioneler te handelen. Ten gevolge van verkrapende marges is het noodzakelijk om de schapopbrengsten sterk te optimaliseren. Bloembolprodukten zijn voor het grootwinkelbedrijf een impuls-artikel.

De bezoekfrequentie van de consumenten is daarmee uitermate belangrijk. De bloembollensector is genoodzaakt om tegenover professionaliteit in de detailhandel eigen professionaliteit te plaatsen. Dit kan alleen via het vormen van samenwerkingsverbanden en integrale ketenbeheersing, zowel horizontaal als verticaal.

- Groothandel

De handel in bloembollen is kleinschalig. Er zijn 150-200 gespecialiseerde groothandelaren. De overige 500 hebben naast de groothandelsfunctie ook teeltactiviteiten.

De krapper wordende marges in de detailhandel hebben invloed op de groothandel. Door de beschreven ontwikkelingen zullen de verkoopkosten hoger worden. Een mogelijkheid voor de groothandel is te specialiseren in markten en produkten. Dit biedt kansen om een onderscheidende en blijvende rendabele positie op te bouwen. Concentratie en samenwerking zal hierbij noodzakelijk zijn.



- Veilingen

De bemiddelingsbureaus/veilingen in de bloembollen-sector spelen een spilfunctie om vraag en aanbod bij elkaar te brengen. Voor het merendeel bestaat die functie uit bemiddeling (aan- en verkoopactiviteiten). De marktontwikkelingen noodzaken tot nieuwe activiteiten. Het bestaan van een efficiënte open marktstructuur, professionalisering en specialisering zijn van levensbelang voor de sector. De veilingen zouden, vergelijkbaar met die in de bloemisterijsector, een voortrekkersrol kunnen spelen bij samenwerkingsverbanden en het doorzichtiger maken van de markt. Voorbeelden hiervoor zijn, het ontwikkelen van een databank met vraag en aanbod in de eigen sector, zoals in de boomkwekerij, en ontwikkeling van een kwaliteitscertificering.

7.3 Teeltstrategie

Een marktsegmentatie-strategie heeft ook consequenties voor de telers van bloembollen. Om de markt adequaat te kunnen bedienen zullen producenten zich moeten specialiseren op producten en kwaliteiten, afhankelijk van de eisen van het segment. Er ontstaat dan een grotere behoefte aan marktinformatie (consumententrends onderscheiden). Een goede doorstroming van de marktonderzoekgegevens, ook naar de producenten, is dan nog dringender nodig. Immers, specialiseren vergroot de noodzaak van investeren. Er zal meer omgeschakeld worden van teelt, aan uitgangsmateriaal worden andere eisen gesteld, er zijn snellere assortimentswisselingen. Kennisuitwisseling over markttrends wordt belangrijker. Dit betekent dat er een organisatie in de sector actief moet zijn die coördinerend kan optreden.

Nieuwe veredelings- en vermeerderingstechnieken maken sneller reageren op de markt mogelijk. Deze ontwikkelingen zijn voor het bollenpak van strategisch belang. Overigens kunnen markttrends door een slimme actieve marketing bespeeld worden.

Naast de marktontwikkelingen spelen ook de overheidseisen een rol. Een van de dwingende factoren is het milieubeleid. Teeltkosten zullen hierbij hoger worden. Teelten zullen verschuiven naar andere gebieden in Nederland (er zijn hiervoor mogelijkheden) en zelfs naar het buitenland. De hogere kosten kunnen niet meer worden afgewenteld door verdringing van andere marktpartijen. Dit versterkt de noodzaak om meer waarde aan de keten toe te voegen.

Milieu en marketing zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Er moet bezien worden of meer samenwerking/investeringen in verdelingsmethoden mogelijk zijn. De markt is te klein om twee keer hetzelfde (kostbare) onderzoek te laten doen door verschillende bedrijven/instellingen.

Samenvattend kan worden gesteld dat Nederland ogenschijnlijk een (aanbods)monopolist is. De ontwikkelingen in de maatschappij zijn echter zodanig dat de accenten bij het vak verlegd moeten worden van assortimentsinnovatie en kostprijsdenken naar innovatie van afzetmethodieken. De bollensector zal door haar innoverend karakter haar internationale concurrentiekracht kunnen versterken. De sector zelf is nu aan zet.

