

LANDBOUW-ECONOMISCH INSTITUUT

Interne Nota 370

Ir. J.A. van Driel

De fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten in Nederland

November 1988

NIET VOOR PUBLIKATIE – NADruk VERBODEN

INHOUD

	Blz.
WOORD VOORAF	5
1. INLEIDING	7
1.1 Doel en opzet	7
1.2 Uitvoering	8
2. ALGEMENE GEGEVENS	9
2.1 Aantal en grootte	9
2.2 Organisatie- en eigendomsstructuur en activiteiten	9
2.3 Financiële positie	10
2.4 Kostenstructuur en concurrentiepositie	12
3. GRONDSTOFVERWERVING	14
3.1 Hoeveelheden verwerkte groenten	14
3.2 Wijze van inkoop	15
3.3 Kwaliteit	16
3.4 Herkomstgebieden	17
4. PRODUKTIE	19
4.1 Voorzieningsbalansen	19
4.2 Organisatie van de produktie	20
4.3 Voorraad houden	20
5. MARKTBELEID	22
5.1 Produkt	22
5.1.1 Assortiment	22
5.1.2 Positionering	23
5.2 Prijs	24
5.3 Promotie	24
5.4 Distributie	24
5.4.1 Afzetkanalen	24
5.4.2 Relatie met de detailhandel	26
6. COÖRDINATIE	28
6.1 Marktinformatie	28
6.1.1 Grondstofmarkt	28
6.1.2 Afzetmarkten	28
6.2 Leiderschap	29
6.3 Samenwerking	29
7. HOOFDPUNTEN UIT DE INTERVIEWS EN ENKELE CONCLUSIES	31
Bijlagen	33

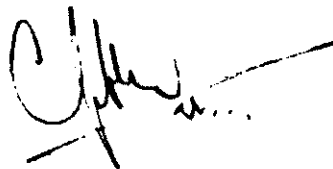
WOORD VOORAF

Het onderzoek bij fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten vormt een onderdeel van het project "Sterkte/zwakte analyse van de Nederlandse groenteconservensector".

Gebrek aan medewerking van de zijde van een aantal fabrikanten heeft tot gevolg gehad dat de representativiteit van het onderhavige onderzoek onvoldoende is. Desondanks is de informatie nuttig en kan deze, mits de nodige zorgvuldigheid wordt betracht, worden gebruikt binnen het totale project. De zwakte op het punt van de representativiteit is de reden om dit materiaal niet in ruime kring te publiceren.

Gegevensverzameling, analyse en rapportering zijn verzorgd door ir. J.A. van Driel, die ten tijde van het onderzoek werkzaam was bij de sectie marktstructuur van de afdeling Structuuronderzoek.

De projectleider,



drs. G.C. de Graaff

Den Haag, november 1988

1. INLEIDING

1.1 Doel en opzet

Dit onderzoek bij fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten heeft ten doel informatie te verschaffen over de positie en de functies van de fabrikanten in de produktiekolommen groenteconserven en diepvriesgroenten. De informatie hieruit zal worden gebruikt in een sterke/zwakteanalyse van de Nederlandse groenteconservensector die erop is gericht de concurrentiepositie van Nederland en de perspectieven voor het Nederlandse aanbod op de Westeuropese markt van groenteconserven te onderzoeken. Belangrijke concurrenten zijn Frankrijk en België. West-Duitsland is een belangrijke afzetmarkt. De sterke/zwakte analyse dient vervolgens uit te monden in het aangeven van de perspectieven van de sector en de te volgen strategieën.

Andere deelonderzoeken binnen het project "Sterkte/zwakte analyse van de Nederlandse groenteconservensector" zijn gericht op:

- de plaats en de rentabiliteit van de teelt van conservengroenten op landbouwbedrijven;
- de relaties tussen telers en hun afnemers: verzendhandel, fabrikanten en veilingen (marktstructuuronderzoek);
- de relatie van de Nederlandse fabrikanten met de Nederlandse levensmiddelenhandel;
- de consumptie van groenteconserven in Nederland;
- teelt, verwerking, distributie en consumptie in West-Duitsland, België en Frankrijk (landenstudies).

Het onderzoek bij de Nederlandse fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten omvat de volgende onderwerpen:

- algemene gegevens over de ondernemingen;
- de grondstofverwerving;
- het assortiment, de produktie en de produktiecapaciteit;
- verkoop- en verkoopbeleid;
- marktinformatie en coördinatie;
- mogelijkheden voor samenwerking.

De aanleiding voor het onderzoek is gelegen in de problemen en het ongunstige perspectief waarmee met name de producenten van groenteconserven werden geconfronteerd. Aanvankelijk werd gestart met een marktstructuuronderzoek op verzoek van het Interprovinciaal Overlegorgaan voor de Akkerbouw in het Zuid-Westen (I.O.A.Z.) In overleg met het Ministerie van Landbouw en Visserij (Directie Verwerking en Afzet van Agrarische Produkten, VAAP) werd besloten de gehele sector onder de loep te nemen en tevens in te gaan op de plaats en functie van de fabrikanten. Op verzoek van VAAP zou daarbij tevens aandacht worden geschonken aan de gevolgen van de concentratietendens in de levensmiddelen- (detail)handel voor de positie van de fabrikanten. Na langdurig tripartite overleg tussen LEI, VAAP en de Vereniging van de Nederlandse Groenten- en Fruitverwerkende Industrie (VIGEF) werd uiteindelijk de medewerking van de sectie groenteconserven van de VIGEF verkregen. De sectie diepgevroren groenten en fruit vermocht helaas het belang van het onderzoek niet in te zien. Afgesproken werd dat het LEI de fabrikanten van diepvriesgroenten op eigen titel zou benaderen. Mede door deze perikelen heeft dit deelonderzoek een zeer langdurig karakter gekregen.

1.2 Uitvoering

In de maanden april en mei van 1987 voerde de auteur gesprekken met één of meer directieleden van zes fabrikanten van groenteconserven en twee fabrikanten van diepvriesgroenten. Twee fabrikanten van groenteconserven en eveneens twee fabrikanten van diepvriesgroenten weigerden medewerking te verlenen aan dit onderzoek. Het ging in alle gevallen om bedrijven met een belangrijk aandeel in de totale produktie. Dat betekent dat minder dan de helft van de totale produktie van zowel groenteconserven als van diepvriesgroenten in het onderzoek zijn vertegenwoordigd.

De gesprekken werden gevoerd als gestructureerde interviews en duurden circa twee uur. Achtereenvolgens passeerden hierbij de revue:

1. Algemene bedrijfsgegevens: organisatie- en eigendomsstructuur, activiteiten, produktiekosten en rentabiliteit;
2. Grondstofverwerving: leveranciers, de relatie met leveranciers, de kwaliteit van de grondstof en gebieden van herkomst;
3. Assortiment, produktie en produktiecapaciteit;
4. Verkoop- en verkoopbeleid: afnemers, positionering van het produkt, prijs, verkoopbevordering, distributie en de relatie met de detailhandel;
5. Marktinformatie, marktonderzoek, de coördinatie in de produktiekolom en mogelijkheden voor samenwerking.

De interviews leverden voornamelijk kwalitatieve informatie op over de genoemde onderwerpen. Daarnaast werd gevraagd een aantal kwantitatieve gegevens te verstrekken aan de hand van een formulier dat werd achtergelaten. Gevraagd werd naar het aantal werknemers, de rentabiliteit en investeringen, kwantitatieve gegevens over de inkoop van grondstof, over de verdeling van de omzet van groenteprodukten naar binnen- en buitenland, type afnemer, soort groente, verpakkingswijze en merk, over de produktiecapaciteit, de opslagcapaciteit en voorraden en budgetten voor verkoopbevordering en marktonderzoek. Deze gegevens werden na een herhaald verzoek uiteindelijk alleen door drie fabrikanten van groenteconserven geheel of gedeeltelijk verstrekt. Objectivering van de onderzoeksresultaten door confrontatie van kwalitatieve met kwantitatieve gegevens is hierdoor niet mogelijk.

Om toch een kader te schetsen voor de resultaten uit de interviews is gebruik gemaakt van gegevens over de produktie van groenteconserven en diepvriesgroenten uit andere bronnen: de produktiestatistiek van het C.B.S. en bewerkingen door het P.G.F. van produktiegegevens en gegevens over de buitenlandse handel. Voorts is een analyse uitgevoerd van gepubliceerde financiële jaarverslagen van zeven fabrikanten van groenteconserven en twee fabrikanten van diepvriesgroenten. De twee andere fabrikanten van diepvriesgroenten maken deel uit van multinationale ondernemingen en zijn daarom vrijgesteld van de verplichting tot publiceren van afzonderlijke jaarverslagen. Bij de achtste fabrikant van groenteconserven is dit bedrijfsonderdeel van zeer ondergeschikte betekenis.

Deze nota is een weergave van de resultaten van de interviews, aangevuld met enkele gegevens over de sector uit andere bronnen en financiële gegevens van een aantal fabrikanten. De nota is uitsluitend bedoeld voor gebruik binnen het project sterkte/zwakte analyse van de Nederlandse groenteconservensector en niet voor publikatie.

2. ALGEMENE GEGEVENS

2.1 Aantal en grootte

De fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten behoren tot de bedrijfsgroep groente- en fruitverwerkende industrie. In 1985/86 maakten hiervan ongeveer 60 bedrijven deel uit met ruim 6700 werknemers en een omzet van 2,2 miljard gulden. De verkopen van gesteriliseerde groenten bedroegen in dat jaar 614 miljoen gulden, waarvan 303 miljoen aan champignonconserven en 311 miljoen andere gesteriliseerde groenten in blik en glas. De verkopen van diepvriesgroenten beliepen ruim 150 miljoen gulden, (CBS, produktiestatistiek industrie).

Volgens opgave van de VIGEF waren in 1986 acht ondernemingen betrokken bij de produktie van groenteconserven exclusief champignons en vier bij de produktie van diepvriesgroenten (exclusief champignons).

De drie grotere fabrikanten van groenteconserven (exclusief champignons) namen driekwart van de omzet voor hun rekening; de overige vijf één kwart (tabel 2.1). Over de omzetten van drie van de vier fabrikanten van diepvriesgroenten ontbreken gegevens.

Tabel 2.1 Fabrikanten van groentenconserven naar omzet in 1986

Omzet	Aantal bedrijven	Perc. bedrijven	Perc. omzet
15 miljoen gulden	2	25	4
15 - 30	3	37	20
30 - 60	-	-	-
60 en meer	3	37	76
Totaal	8	100	100

Bron: LEI op basis van diverse bronnen.

2.2 Organisatie- en eigendomsstructuur en activiteiten

Van de drie grotere fabrikanten van groenteconserven is er één onderdeel van een Amerikaanse multinationale onderneming. Dit bedrijf, dat groenten- en vruchtenconserven produceert, vormt met een compostbedrijf en een bedrijf dat champignonconserven produceert een divisie. De andere twee grotere fabrikanten zijn zelfstandige besloten (familie)vennootschappen.

De vijf kleinere fabrikanten van groentenconserven zijn op een na eveneens zelfstandige B.V.'s, waarbij het karakter van familiebedrijf nog vrij sterk tot zeer sterk op de voorgrond treedt. Recentelijk hebben twee bedrijven met een in- en verkoopcoöperatie overeenkomsten gesloten voor geleidelijke overname. Hiervan was ten tijde van de interviews nog geen sprake. Een van deze bedrijven is tevens actief in de produktie van zuurkool en heeft een dochterbedrijf voor kleinverpakking van zuurkool en produktie van gesneden verse groenten. Een ander bedrijf heeft een dochterbedrijf dat champignon- en aspergeconserven produceert en tevens diepvriesprodukten voor grootgebruikers. Van de groep kleinere fabrikanten is er één onderdeel van een Franse onderneming die actief is op het gebied van produktie van en handel in champignons (vers, conserven, diepvries). Dit bedrijf heeft de produktie van champignonconserven als hoofdactiviteit en produceert daarnaast nog op bescheiden schaal groenteconserven, waarbij de nadruk ligt op specialiteiten.

Van de producenten van diepvriesgroenten vormen er twee een onderdeel van multinationale ondernemingen die actief zijn in de voedingsmiddelen sector, een Amerikaanse en een Nederlands/Engelse. De andere twee zijn dochterbedrijven van holding vennootschappen, waarvan de ene tevens belangen heeft in de aardappelverwerking en de andere in de handel in produktiemiddelen voor de agrarische sector (o.a. landbouwplastic).

De fabrikanten die aan het onderzoek meewerkten zijn niet actief in de sfeer van de agrarische produktie of veredeling van zaaizaden, afgezien van teeltbegeleiding (zie hoofdstuk 3). Van voorwaartse integratie is evenmin sprake. Men verwacht overigens ook geen initiatieven tot achterwaartse integratie vanuit de levensmiddelenhandel. Als redenen hiervoor werden genoemd de behoefte aan flexibiliteit van de levensmiddelenhandel en daaraan gekoppeld argumenten met betrekking tot de kostprijs/inkoopkosten. Het runnen van een produktiebedrijf werd ook gezien als branchevreemd voor de levensmiddelenhandel.

2.3 Financiële positie

Op basis van de gepubliceerde jaarrekeningen kan inzicht worden verkregen in de financiële positie van de ondernemingen. De informatie is niet geheel volledig omdat niet alle jaarverslagen zoals ze bij de Kamers van Koophandel zijn gedeponneerd een volledige verlies- en winstrekening omvatten. Van één fabrikant van groenteconserven, voor wie dit slechts een nevenactiviteit is en die slechts een aandeel heeft in de totale omzet van groenteconserven (exclusief champignons) van circa 1%, zijn geen gegevens opgevraagd. Verder ontbreken van twee van de vier fabrikanten van diepvriesgroenten gegevens omdat zij geen jaarverslag behoeven te publiceren. Hun jaarcijfers zijn opgenomen in de geconsolideerde jaarrekeningen van de multinationale ondernemingen, waarvan zij deel uit maken. De gegevens hebben betrekking op de periode 1983 - 1986. Voor zover de jaarrekeningen betrekking hadden op campagnejaar in plaats van kalenderjaar, is uitgegaan van het jaar waarin de oogstperiode viel.

Met behulp van de gegevens van zeven fabrikanten van groenteconserven zijn gemiddelden berekend van de rentabiliteit, de solvabiliteit en de liquiditeit voor een aantal jaren. Bij de berekening van de gemiddelden zijn de cijfers van de twee fabrikanten van diepvriesgroenten buiten beschouwing gelaten, enerzijds omdat ze wellicht niet representatief zijn voor de financiële uitkomsten van de subsector diepvriesgroenten als geheel - dit is niet bekend - en anderzijds omdat ze voor wat betreft de rentabiliteit nogal afwijken van de gegevens van de fabrikanten van groenten in blik en groenten in glas. Het is in dit geval beter om de gemiddelden van de zeven fabrikanten van groenteconserven te hanteren. Desgewenst kunnen de uitkomsten van de twee fabrikanten van diepvriesgroenten wel met deze gemiddelden worden vergeleken. De gemiddelde cijfers zijn berekend met behulp van gewichten op basis van de omzet (tabel 2.2 en bijlagen 2.1 tot en met 2.3).

De rentabiliteit van het totale in het bedrijf vastgelegde vermogen was in de sub-sector groenteconserven in 1983 en 1984 gemiddeld 4,0% en 4,6%; de rentabiliteit van het eigen vermogen was gemiddeld 2,0% in 1983, en 9,9% in 1984. Het niveau van de rentabiliteit is gemiddeld dus laag. Vergeleken met het resultaat bij de fabrikanten van groenten in glas en blik was het bedrijfsresultaat van de twee fabrikanten van diepvriesgroenten hoog (tabel 2.2 en bijlagen 2.2 en 2.3). De rentabiliteit verschilt eveneens sterk van bedrijf tot bedrijf binnen de groep van zeven fabrikanten van groenteconserven. De posities die de bedrijven op dit punt innemen ten opzichte van het gemiddelde zijn in de verschillende jaren in het algemeen steeds dezelfde. Van de drie grotere bedrijven heeft nummer 1 steeds een relatief lage rentabiliteit, nummer 2 een relatief hoge en nummer 3 een gemiddelde.

Ondanks het feit dat een belangrijk deel van het bedrijfsvermogen is vastgelegd is voorraden gereed produkt (40-50%) ligt de omloopsnelheid van het bedrijfsvermogen bij de ondernemingen, waarvoor dit kengetal kon worden berekend op een redelijk niveau (> 1, zie bijlage 2.1). De matige rentabiliteit lijkt daardoor vooral het gevolg te zijn van een betrekkelijk lage bruto marge (bijlage 2.1).

Het tweede belangrijke aspect van de financiële positie, de solvabiliteit, is uitgedrukt als het totaal van de activa als percentage van het vreemde vermogen. Dit bedroeg in 1984 gemiddeld 140%, hetgeen overeenkomt met een gemiddeld percentage eigen vermogen van 30%. Bij een redelijk niveau van de rentabiliteit kan een dergelijke omvang van het risico dragende vermogen als voldoende worden beschouwd. Rondom de gemiddelde solvabiliteit van 140% is er een aanzienlijke spreiding (tabel 2.2).

Voor het derde aspect, de liquiditeit, is als kengetal de current ratio gehanteerd, dat wil zeggen de verhouding tussen de vlottende activa en het vreemde vermogen op korte termijn. Gemiddeld bedroeg dit in 1984 1,47 met daaromheen een grote spreiding (tabel 2.2). Bij de meeste fabri-

Tabel 2.2 Financiële kengetallen van de Nederlandse groenteconserven-industrie (1984)

Nummer onder- neming	Type 1)	Gew. 2)	RBV 3)		REV 4)		Solv. 5)		Liqu. 6)		Waardering 7)			
			Ø 4,6	Ø 9,9	Ø 140	Ø 1,47	RBV	REV	Solv	Liqu				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
1	g	,27	3,1	2,6	120	1,10	-	-	-	-				
2	b+g	,27	10,4	30,0	131	1,61	+	+	0	+				
3 9)	b	,22	. 8)	8,5	167	1,97	.	0	+	+				
4	g	,06	4,8	11,6	114	1,04	0	0	-	-				
5	b+g	,09	- 9,1	-22,5	180	0,98	-	-	+	-				
6	g	,06	5,3	5,7	124	1,45	0	-	-	0				
7	g	,03	. 8)	6,6	162	2,21	.	-	+	+				
11 10)	d	-	16,3	49,5	133	1,42	+	+	0	0				
12	d	-	13,4	88,2	111	0,91	+	+	-	-				

Bron: Berekeningen LEI op basis van gepubliceerde jaarverslagen.

. = onbekend; Ø = gemiddelde.

- 1) Producent van: g = groenteconserven in glas;
b = groenteconserven in blik;
d = diepvriesgroenten.
- 2) Gewicht gehanteerd bij het berekenen van de gemiddelde rentabiliteit, solvabiliteit en liquiditeit van de producenten van groenteconserven (exclusief diepvriesgroenten) op basis van de omzet.
- 3) Rentabiliteit van het bedrijfsvermogen = bedrijfsresultaat/bedrijfsvermogen x 100%.
- 4) Rentabiliteit van het eigen vermogen = nettowinst voor aftrek van belastingen/groepsvermogen x 100%.
- 5) Solvabiliteit = totale activa / vreemd vermogen x 100%.
- 6) Liquiditeit = vlottende activa / vreemd vermogen op korte termijn (current ratio).
- 7) - lager dan gemiddeld.
0 wijkt niet of weinig af van gemiddelde.
+ hoger dan gemiddeld.
- 8) Onbekend door ontbreken van een verlies- en winstrekening.
- 9) Heeft betrekking op Van Wagenberg Groep B.V.
- 10) Heeft betrekking op Keizer's Industrie- en Handelsonderneming B.V.

kanten overtroffen de vlottende activa de op korte termijn opeisbare verplichtingen (liquiditeit > 1).

Op basis van de positie ten opzichte van het gemiddelde kan aan de verschillende ondernemingen een score toegekend worden voor de rentabiliteit, de solvabiliteit en de liquiditeit. Dit is gedaan in tabel 2.2, kolommen 8 tot en met 11. De financiële positie van de verschillende ondernemingen wordt zo samengevat. Zo kan daaruit de conclusie worden getrokken dat de financiële positie van onderneming nummer 1 zeer ongunstig is met negatieve scores op alle drie aspecten en die van nummers 2, 3 en 7 relatief gunstig met positieve scores op twee van de drie aspecten. Voor de ondernemingen met de nummers 5, 7 en 12 gaat verder op dat positieve en negatieve scores elkaar min of meer compenseren.

2.4 Kostenstructuur en concurrentiepositie

De concurrentie op de Europese markt speelt zich met name af tussen Frankrijk, België en Nederland op de Westduitse markt. Omdat de grote detailhandelsorganisaties meer en meer in verschillende Europese landen opereren en internationaal inkopen worden fabrikanten ook op hun thuismarkt geconfronteerd met internationale concurrentie. Een voorbeeld hiervan is de activiteit van een grote Frans/Belgische fabrikant op de Nederlandse markt. In deze concurrentie is het niveau van de kostprijs en de kostenstructuur van strategisch belang.

De gegevens over de kostenstructuur hebben betrekking op de groente- en fruitverwerkende industrie als geheel (tabel 2.3). Over de periode 1983/84 - 1985/86 vormden de grondstof samen met hulpstoffen en verpakkingsmiddelen ongeveer 60% van de totale produktiewaarde. De kosten van de grondstof en de verpakking hebben daardoor een overheersende invloed op de totale kostprijs van de produkten van de groente- en fruitverwerkende industrie. Andere belangrijke kostenposten zijn de arbeidskosten, overige bedrijfskosten en energie. Als beloning voor de inzet van kapitaal en ondernemerschap (risico) resteert 6 à 7% van de produktiewaarde (tabel 2.3).

Tabel 2.3 Kostenstructuur van de groente- en fruitverwerkende industrie in procenten van de produktiewaarde

Kostensoort	1983/84	1984/85	1985/86
Grond- en hulpstoffen	41,5	43,9	44,0
Verpakkingsmiddelen	18,3	17,5	17,9
Diensten van derden	1,0	1,0	1,0
Energie	2,5	2,4	2,7
Overige bedrijfskosten	10,9	10,8	10,7
Verbruikswaarde	74,2	75,6	76,4
Heffingen en subsidies	1,0	1,0	1,0
Arbeidskosten	18,5	16,6	16,0
Bruto bedrijfsresultaat	6,3	6,8	6,7
Toegevoegde waarde	25,8	24,4	23,6
Produktiewaarde	100,0	100,0	100,0

Bron: CBS, Produktiestatistieken industrie.

Dat de prijs van de grondstof een beslissende betekenis heeft voor de marge die de fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten kunnen

behalen werd bevestigd in de gesprekken met fabrikanten. Vrijwel allen noemden de prijs van de grondstof als belangrijkste rendement bepalende factor na de gerealiseerde verkoopprijs van het produkt. In afnemende volgorde van belangrijkheid werden verder genoemd de arbeidskosten, de kosten verbonden aan het aanhouden van voorraden, machinekosten, de kosten van milieuvoorzieningen (waaronder waterzuivering), verpakkingskosten en overige (verwervings) kosten, bijvoorbeeld de kosten van het aanhouden van een eigen buitendienst met field men. Het aantal waarnemingen is te gering en de spreiding van de uitkomsten te groot om zinvol verband te kunnen leggen tussen verschillen in rangorde die de fabrikanten toekenden en de omzet of de gerichtheid op de produktie van groenten in blik, in glas of van diepvriesgroenten (tabel 2.4).

Tabel 2.4 Rangordecijfers van de factoren die van invloed geacht worden op de marge

Factoren	Nummer onderneming							
	3	4	5	6	7	8	11	12
Verkoopprijs	1	1	1	1	6	1	6	1
Prijs grondstof	2	2	3	2	1	2	6	2
Overige verwervingskosten	7	7	8	6	6	6½	6	6½
Arbeidskosten	4	4	4	3	2	3	1	3
Machinekosten	5	5	5	6	6	6½	2	6½
Kosten milieuvoorzieningen	6	6	7	6	3	6½	3	6½
Voorraadkosten	3	3	6	6	6	6½	6	4
Overige (verpakking)	8	8	2	6	6	4	6	6½

Zes van de acht fabrikanten met wie gesprekken werden gevoerd vonden de rentabiliteit onvoldoende. Verwacht werd dat 1987 wat dit betreft een dieptepunt zou gaan worden. Als belangrijkste oorzaak hiervoor werd de overcapaciteit en het dientengevolge te grote aanbod genoemd. Men verwachtte dat de prijsconcurrentie in de glassector sterk zou toenemen als gevolg van het feit dat twee aanbieders (Coroos en Bonduelle) naast blikgroenten ook groenten in glas op de markt zouden gaan brengen. Tot voor kort was de prijsconcurrentie in het glassegment nog relatief gematigd vergeleken met die bij de groenten in blik.

De te geringe rentabiliteit heeft tot gevolg dat de investeringen voor modernisering, automatisering en rationalisatie van de produktie onder druk zijn komen te staan evenals de inspanningen op het gebied van produkt- en procesontwikkeling en marketing. Eén fabrikant noemde als gevolg dat de solvabiliteit in het gedrang kwam.

Als handicaps in de concurrentiestrijd met België en Frankrijk werden de relatief hoge grondstofprijzen in Nederland genoemd, de te kleinschalige produktiestructuur, de kosten van milieuvoorzieningen, de harde gulden en de arbeidskosten. Eén fabrikant noemde de relatief hoge tarieven voor energie en water in zijn vestigingsgebied als concurrentienadeel.

3. GRONDSTOFVERWERVING

3.1 Hoeveelheden verwerkte groenten

De hoeveelheid verse groenten die bestemd werd voor industriële verwerking nam toe van 312 565 ton in 1980 tot 423 306 ton in 1986. Van jaar tot jaar fluctueert de hoeveelheid vrij sterk. Daardoor is er sprake geweest van een toename van 36% bij vergelijking van 1986 en 1980 en van 14% als 1986 wordt vergeleken met 1981. De groenteverwerkende industrie kocht 20% van de verwerkte groente in via veilingen, 6% werd ingevoerd en 74% werd direct van telers betrokken of via verzendhandelaren ingekocht (in tabel 3.1 aangeduid met herkomst: anders). Deze verhouding bleef vrijwel gelijk in de periode 1980 - 1986, zij het dat de invoer iets toenam van 5 à 6% tot 7%.

Van de wijzen van verwerking is steriliseren de belangrijkste; in 1986 vond 43% van de verwerkte groente deze bestemming. De tweede bestemming naar belangrijkheid is diepvriezen met in 1986 een aandeel van 24%. Deze percentages waren gelijk aan de gemiddelden over de hele periode 1980 - 1986. Er was geen sprake van duidelijke trends hierin over de beschouwde periode. Andere bestemmingen zijn verwerking tot tafelzuren (in 1986 9%), drogen (9%), zuurkool (7%), zouten (2%) en overige groenteproducten (6%).

Tabel 3.1 Herkomst en bestemming van verse groenten voor industriële verwerking, in het bijzonder tot gesteriliseerde en diepgevroren groenten
Hoeveelheid x 1000 kg

Jaar/groente	Herkomst:						Totaal	Bestemming:				
	-----			-----				-----		-----		
	binnenland		buitenland					gesteri-		diepge-		
	via		anders					liseerd		voren		
	veiling											
1980	68	111	227	778	16	678	312	565	124	082	82	524
1981	67	213	279	267	23	232	369	712	157	439	89	185
1982	69	600	313	122	24	731	407	453	175	492	94	380
1983	69	365	244	597	22	684	336	646	145	558	69	476
1984	74	681	242	831	22	221	339	733	153	580	81	734
1985	88	896	307	633	29	409	425	938	193	505	93	910
1986	80	056	313	596	29	654	423	306	180	961	101	176

Verdeling naar
groente in 1986:

Erwten (groene)	-	28 079	643	28 722	22 251	6 471
Sperziebonen	x	48 318	x	49 233	35 255	10 670
Snijbonen	1 109	3 205	-	4 314	185	1 995
Tuinbonen	-	7 152	-	7 152	3 887	3 265
Spinazie	x	34 958	x	41 381	4 646	36 735
Peen	21	49 036	275	49 332	26 734	8 896
Overige groenten	78 926	142 848	28 736	243 172	88 003	33 144

Bron: CBS.

x geheim

In het marktstructuuronderzoek op telersniveau is aandacht besteed aan een zestal groenten, namelijk doperwten, sperziebonen, tuinbonen, spinazie en grove en fijne peen (waspeen). Deze groenten maakten in 1986 42% uit van de totale hoeveelheid groenten die industrieel werden verwerkt. Van de groenten die werden gesteriliseerd en diepgevroren bestond respectievelijk 51% en 67% uit deze zes groenten (tabel 3.1).

3.2 Wijze van inkoop

De inhoud van deze paragraaf heeft betrekking op de inkoop van de bulkprodukten: doperwten, sperziebonen, tuinbonen, spinazie en peen.

Twee van de zes fabrikanten van groenteconserven met wie gesprekken werden gevoerd betrokken hun groenten direct van telers. Een van de twee kocht daarnaast nog in belangrijke mate in bij de verzendhandel en de overige vier uiteraard geheel. Het voordeel van een directe relatie met de teler is dat men de controle op de teelt met het oog op de kwaliteit en de oogstplanning zelf in de hand heeft. Als belangrijkste reden om via de verzendhandel in te kopen werd het kostenvoordeel genoemd. Twee fabrikanten, waarvan er één nu uitsluitend via de verzendhandel inkoopt en de ander gedeeltelijk, zijn om deze reden in het recente verleden via de verzendhandel gaan inkopen.

De twee fabrikanten met een directe relatie met telers waren de twee met de grootste omzet in de groep van zes die werd geïnterviewd. Een eenduidig verband met de schaalgrootte is er overigens niet. Het is bekend dat van de twee grootste fabrikanten van groenteconserven - die niet aan het onderzoek deelnamen - er één overwegend via de verzendhandel inkoopt, terwijl de ander direct bij telers inkoopt met het oog op het bewaken van de kwaliteit van de grondstof en het aanhouden van een minimaal tijdsverloop tussen oogst en verwerking in de fabriek.

De twee producenten van diepvriesgroenten die aan het onderzoek deelnamen kochten direct bij telers in. Het in de hand houden van de kwaliteit is als overweging bij deze keuze doorslaggevend.

Zowel met telers als met verzendhandelaren worden per seizoen contracten afgesloten. Voor het afsluiten van contracten staat de zekerheid van de grondstofvoorziening bij de meeste fabrikanten voorop (tabel 3.2). Het kunnen uitoefenen van invloed op de kwaliteit door hierover specificaties in de contracten vast te leggen en - in de contracten met telers - aanwijzingen voor teeltmaatregelen op te nemen is naar belangrijkheid de tweede overweging, die overigens direct gevolgd wordt door de oogstplanning (spreiding) als derde reden. Het verminderen van het prijsrisico en overige overwegingen spelen in het algemeen een wat minder belangrijke rol.

Tabel 3.2 Rangordecijfers van de redenen om groenten op contract in te kopen

Redenen	Nummer onderneming							
	3 1)	4 1)	5 2)	6 2)	7 2)	8 2)	11 1)	12 1)
Zekerheid grondstofvoorziening	1	3	1	2	1	.	1	1
Invloed op kwaliteit	2	5	2	1	3	.	4	2
Oogstspreading	4	4	3	3	2	.	2	4
Verminderen prijsrisico	4	2	4½	4½	4½	.	4	3
Overige (prijsniveau)	4	1	4½	4½	4½	.	4	5

. Gegeven ontbreekt.

- 1) Koopt uitsluitend of hoofdzakelijk direct van telers.
- 2) Koopt in via verzendhandel.

Een belangrijk verschil tussen de relatie met telers en met verzendhandelaren is dat met telers collectief over de contractprijzen wordt onderhandeld en dat (met uitzondering van één fabrikant) afspraken bestaan over bemiddeling door een vertrouwenscommissie of een arbitragecommissie bij conflicten tussen teler en fabrikant. Met verzendhandelaren wordt individueel onderhandeld over prijzen en andere condities.

3.3 Kwaliteit

De kwaliteit van de grondstof is van belang voor de verwerkbaarheid en in hoge mate bepalend voor de kwaliteit van het eindprodukt. In de contracten worden daarom per groente bepaalde minimumeisen gesteld ten aanzien van de kwaliteit. Deze zijn meestal in negatieve zin gesteld, zoals afwezigheid van bepaalde onkruidzaden, ziekten, rot, verkleuringen en beschadigingen. Bij spinazie wordt wel een maximale lengte en dikte van de bladsteel aangegeven en een minimale bladlengte. Voor een aantal groenten spelen daarnaast kwaliteitscriteria een rol bij de prijsbepaling. Zo worden doperwten en tuinbonen uitbetaald naar hardheidsgraad (T.M. waarde) en ras (grof of fijnzadig) en sperziebonen naar sortering (zaadlengte, grof/fijn). Bij spinazie wordt door één fabrikant het percentage blad als prijsbepalende factor gehanteerd. Om deze opsomming compleet te maken dient de zaai-/afleverdatum nog te worden genoemd als prijsbepalende factor bij spinazie, al is dit uiteraard op zichzelf geen kwaliteitscriterium.

In de interviews kwam naar voren dat de fabrikanten van glasgroenten meenden hogere eisen te (moeten) stellen aan de grondstof. Toch noemden zij, evenals de anderen, betrekkelijk weinig bepaalde problemen met de kwaliteit van de grondstof. Genoemd werden rot bij waspeen en waterschade bij sperziebonen die via uitlezen moeten worden opgevangen of in ernstige gevallen door partijen af te keuren.

Eerder kwam reeds naar voren dat de fabrikanten in het algemeen van mening waren dat kwaliteitsbewaking begint bij de teelt. Voor een aantal van hen is dat de doorslaggevende reden om directe relaties met telers te onderhouden. De bemoeienis met de teelt vloeit overigens ook voort uit de behoefte aan een goede produktieplanning, waarvoor een zaai- en oogst-schema nodig is. De feitelijke bemoeienis met de teelt loopt uiteen.

Er is uiteraard een groot verschil tussen fabrikanten die direkt bij de teler inkopen en zij die via de verzendhandel inkopen. Bij de eerste categorie is het verstrekken van zaaizaad en het zaaien en oogsten veelal de verantwoordelijkheid van de fabrikant. Bij het zaaien kan dit alleen het bepalen van de zaaidatum inhouden, maar ook het zaaien zelf, waarbij nog gekozen kan worden tussen in eigen beheer uitvoeren van de werkzaamheden of uitbesteden aan een loonwerker. Dit geldt eveneens voor het oogsten. De verschillende mogelijkheden komen alle voor. De verdere gewasverzorging is in het algemeen de verantwoordelijkheid van de teler. Bij inkopen via de verzendhandel wordt het aangaan van contracten met telers en de organisatie en uitvoering van het zaaien en oogsten geheel uitbesteed door de fabrikant; er worden afspraken gemaakt over de hoeveelheden en tijdstippen van levering. De fabrikant bepaalt veelal wel het ras en stelt eisen ten aanzien van de kwaliteit. Specifieke maatregelen met betrekking tot de kwaliteithandhaving zijn het zorgvuldig afstellen van oogstmachines bij bonen en doperwten ter voorkoming van breuk en beschadigingen, reinigen met blazers en keienvangers en het gebruik van sorteeren leesbanden. Maatregelen die alleen in de fabriek kunnen worden genomen zijn extra bewerkingen voor reinigen en sorteren/uitlezen en ontharden van proceswater en opgiewater. Voor de langere termijn werd het ontwikkelen van korter steriliseren met het oog op het behoud van smaak en structuur genoemd als maatregel om de kwaliteit te verbeteren.

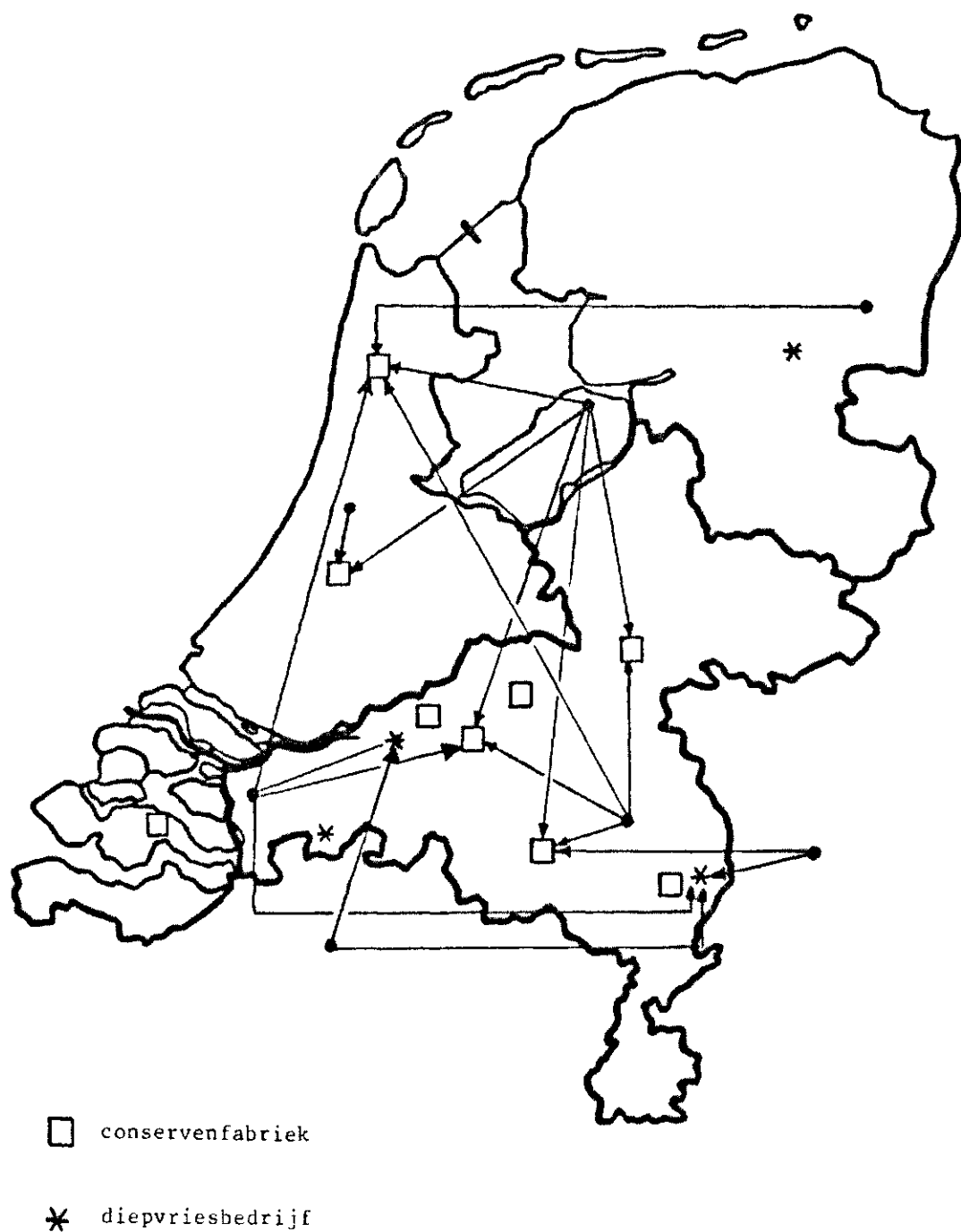
3.4 Herkomstgebieden

Belangrijke teeltgebieden waaruit de fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten hun grondstof betrekken zijn de Flevopolders, Zuid-westelijk Nederland (Zuid-Hollandse en Zeeuwse eilanden en Westelijk Noord-Brabant) en Zuidoostelijk Nederland (Oostelijk Noord-Brabant en Noord-Limburg). Daarnaast zijn de Hollandse Droogmakerijen en de Veenkoloniale gebieden van Oost-Groningen, Oostelijk Drente en Noord-Oost Overijssel van belang als herkomstgebieden van industriegroenten.

Uit Flevoland worden voornamelijk waspeen en doperwten en daarnaast sperziebonen betrokken. Het Zuid-Westen is van belang als leverancier van doperwten en sperziebonen, spinazie en grove peen en daarnaast ook wel waspeen, tuinbonen en uiteraard spruiten. Oostelijk Noord-Brabant en Noord-Limburg zijn belangrijk als herkomstgebied van tuinbonen en waspeen en daarnaast sperziebonen en doperwten. De teeltgebieden van de tweede orde leveren vooral waspeen en grove peen (Veenkolonies) en doperwten en sperziebonen (Hollandse Droogmakerijen). Fabrikanten betrekken in het algemeen groenten uit verschillende gebieden. Dit houdt verband met de omstandigheid dat de geschiktheid van de verschillende gebieden voor de teelt van bepaalde groenten uiteenloopt en verder het streven om een zekere spreiding te hebben tussen klei- en zandgebieden in verband met spreiding van de oogst.

De meeste fabrieken zijn in of nabij een van de teeltgebieden gevestigd, doch door verschuivingen van de teelt die zich hebben voorgedaan is de ligging niet in alle gevallen meer optimaal te noemen. In het Zuid-Westen zijn drie conservenfabrieken en twee diepvriesbedrijven gevestigd (figuur 3.1). Deze liggen overwegend aan de oostrand, dus de periferie van dit teeltgebied. In het Zuid-Oosten zijn twee (kleine) conservenfabrieken en één diepvriesbedrijf gevestigd. In Flevoland, een groot produktiegebied komt daarentegen geen fabriek voor. De overige fabrieken liggen buiten de teeltcentra (figuur 3.1, blz.18).

Twee bedrijven betrekken groenten uit West-Duitsland, één via de verzendhandel en één direct van telers. Naast de nabijheid speelde hier volgens zeggen tevens een rol dat het gemakkelijker was om relatief grote percelen te vinden en dat de boeren er een grotere bereidheid tonen tot aanpassing van teeltmaatregelen, bijvoorbeeld mechanische in plaats van chemische onkruidbestrijding. Zij verwachten in de toekomst een groter deel van hun groente uit West-Duitsland te gaan betrekken. De twee fabrikanten van diepvriesgroenten met wie gesprekken werden gevoerd betrokken in belangrijke mate groente uit België. Drie andere fabrikanten overwogen om eveneens in België te gaan inkopen, direct of via de verzendhandel, omdat in België lagere contractprijzen zouden gelden. Doordat de contractprijzen in Nederland in 1987 en 1988 op een lager niveau zijn komen te liggen is dit waarschijnlijk niet meer actueel. Binnen Nederland is voor een aantal fabrikanten Flevoland de laatste jaren belangrijker geworden als leverancier ten koste van andere gebieden.



*Figuur 3.1 De belangrijkste herkomstgebieden van groenten voor de fabri-
kanten van groenteconserven en diepvriesgroenten*

4. PRODUKTIE

4.1 Voorzieningsbalansen

De produktie van gesteriliseerde groenten bedroeg in 1986 325,5 miljoen l inclusief champignons en 235 miljoen l exclusief champignons (tabel 4.1). Sinds 1980/1981 nam de produktie toe met 43% (1985/1986) inclusief champignons en met 29% exclusief champignons. De produktie fluctueert vrij sterk van jaar tot jaar. De belangrijkste groenten in blik en glas zijn - afgezien van champignons - sperziebonen en snijbonen, doperwten en mengsels van groenten (doperwten en wortelen, macedoine, mais en boontjes, enzovoorts). Andere groenteconserven met een grote omzet zijn grove en fijne wortelen en droge peulvruchten.

Qua volume bestaat tweederde uit groenten in blik en eenderde uit groenten in glas. Het aandeel van blik is verhoudingsgewijs hoog bij sperziebonen en laag bij wortelen en mengsels van groenten (bijlage 3).

De produktie van diepvriesgroenten steeg van 66 miljoen kg in 1980 en 75 miljoen kg in 1982 tot 94 miljoen kg in 1986. Dat is een stijging van meer dan 40% in 6 jaar. De belangrijkste groenten die worden diepgevroren zijn spinazie (36%), sperziebonen (10%), peen (9%), spruiten (7%), doperwten (6%) en boerenkool (6%), (samen 74%).

*Tabel 4.1 Balans van groenten in blik/glas 1)
miljoen liters (1000 ml)*

	1983	1984	1985	1986
Beginvoorraad	121,3	123,5	107,2	124,0
Produktie	269,5	276,7	335,6	325,5
- champignons	67,9	84,4	98,5	90,5
- gem. groenten	26,0	36,4	33,4	25,8
- doperwten	27,1	21,7	21,0	19,1
- snij-/sperziebonen	42,0	28,0	50,4	51,9
Import	48,0	47,5	57,9	57,7
- champignons	5,3	6,7	8,3	8,1
- gem. groenten	3,3	5,0	5,8	4,2
- doperwten	12,2	11,2	14,6	10,4
- snij-/sperziebonen	11,5	11,0	13,0	16,9
Export	190,7	209,6	222,1	226,9
- champignons	73,3	83,4	97,0	96,5
- gem. groenten	47,7	54,3	56,3	54,2
- doperwten	7,5	9,0	9,5	6,8
- snij-/sperziebonen	28,6	36,1	29,0	30,7
Binnenlands verbruik	124,6	130,9	154,6	144,0*
Eindvoorraad	123,5	107,2	124,0	136,3*

Bron: PGF/CBS.

* Raming.

1) Exclusief tafelzuren en tomatenprodukten.

Nederland is zowel voor groenteconserven als voor diepvriesgroenten netto exporterend bij een aanzienlijk invoervolume (tabel 4.1 en 4.2). In 1986 werd 227 miljoen l groenteconserven uitgevoerd met een waarde van 505 miljoen gulden en 73,5 miljoen kg diepvriesgroenten met een waarde van 129 miljoen gulden. De belangrijkste landen waarheen werd geëxporteerd waren West-Duitsland, België, Engeland en Frankrijk.

Tabel 4.2 Balans van diepvriesgroenten
miljoen kg

	1982	1983	1984	1985	1986
Beginvoorraad	35,5	40,4	31,8	25,2	29,4
Productie	74,7	58,2	67,0	76,6	93,6
Import	30,6	30,2	40,4	54,2	52,0
Beschikbaar	140,8	128,8	139,2	156,0	175,0
Export	58,8	60,8	62,7	66,6	73,5
Binnenlands verbruik	41,6	36,2	51,3	60,0	.
Eindvoorraad	40,4	31,8	25,2	29,4	.

Bron: PGF/CBS.

4.2 Organisatie van de productie

De groenteverwerkende industrie is een seizoenbedrijf. De campagne loopt voor de fabrikanten van groenteconserven van eind juni tot medio december. Achtereenvolgens worden doperwten, tuinbonen, sperziebonen en snijbonen verwerkt, gevolgd door waspeen en grove wortelen, spruiten en rode kool en bieten. De oogst en verwerking van spinazie begint eind mei. Spinazie wordt vrijwel uitsluitend verwerkt door de fabrikanten van diepvriesprodukten. Buiten de campagne worden droge peulvruchten verwerkt en door een aantal fabrikanten ook fruit en aardappelen. Het laatste speelt vooral een rol bij de fabrikanten van diepvriesprodukten.

Gedurende de periode juli tot en met december wordt de verwerkingscapaciteit in het algemeen voor 100% benut. De meeste bedrijven werken dan met twee ploegen en met los personeel. Pieken worden opgevangen door langer te werken (overwerk) of met een derde ploeg te werken. De capaciteit wordt bij de fabrikanten van groenteconserven bepaald door de capaciteit om te steriliseren. Tijdelijke onderbezetting door stagnatie in de aanvoer van grondstof kan worden opgevangen door bijvoorbeeld in kleinere potten te draaien of tijdelijk over te schakelen op verwerking van champignons of aardappelen (twee fabrikanten).

4.3 Voorraad houden

De functie van voorraad houden om verschillen tussen vraag en aanbod in de tijd te overbruggen ligt in de sector groenteconserven en diepvriesgroenten vrijwel uitsluitend bij de fabrikant. Er is sprake van een seizoenpatroon in de productie, zoals naar voren kwam in 4.2. Dit is de eerste reden voor voorraad houden.

Een tweede reden van het aanhouden van voorraden is gelegen in een seizoenpatroon in de vraag onder invloed van het consumptiepatroon van de verschillende groenten dat meer of minder sterk seizoengebonden is en de prijzen van verse groenten. De consumptie van groenteconserven en diepvriesgroenten als totaliteit is het hoogste in januari en het laagste in

de periode augustus/september (circa 15% lager), wanneer het aanbod van verse kasgroenten en vollegrondsgroenten het ruimste is. Voor individuele groenten mag men ervan uitgaan dat de verschillen in de loop van het jaar groter zijn dan voor het totale pakket (zie van Gaasbeek).

De derde reden voor voorraad houden is het voorkomen van verschillen in de vraag en het aanbod van jaar tot jaar. Vroege of strenge winters met hoge prijzen van verse groenten zullen een stimulerende invloed hebben op de vraag naar conserven en diepvriesprodukten. In het recente verleden heeft zich ook een hausse voorgedaan als gevolg van de Tsjernobyl affaire. De verschillen in de voorraadpositie van jaar tot jaar doen zich evenwel vooral voor als gevolg van schommelingen in de produktie onder invloed van de groeiomstandigheden (het weer). Fabrikanten maken jaarlijks een produktieplanning aan de hand van de afzetverwachtingen en de voorraadpositie na het afgelopen seizoen, maar hebben tevens te maken met het weer als onzekere factor, waardoor het ingezaaide areaal mede bepaald zal worden en in ieder geval het geoogste areaal en de opbrengsten per ha. Overigens wordt dit laatste risico gedeeld met de teler door een contractprijs te garanderen voor een bepaalde maximum hoeveelheid per ha.

Vorraden vormen een belangrijke kostenpost voor de fabrikant. Voorraden maken 40-60% van het balanstotaal uit met variaties van jaar tot jaar en tussen fabrikanten onderling. Volgens informatie van de fabrikanten zijn de kosten van voorraad houden in rangorde de vierde factor die de marge bepaalt na de opbrengstprijs, de grondstofprijs en de arbeidskosten (zie 2.4). In verband met de kosten verbonden aan het voorraad houden zijn in het verleden voorstellen ontwikkeld om deze kosten te kunnen beheersen of (gedeeltelijk) op de overheid te kunnen afwentelen. Zo hebben fabrikanten enkele jaren geleden voorgesteld om na grote oogsten een deel van de voorraden collectief te bevriezen als daar een subsidieregeling voor de opslagkosten van de overheid tegenover zou staan. Een ander idee dat in discussie is geweest was het opzetten van een gezamenlijke produktieplanning om te komen tot regulering van de produktie naar Frans model. Het is overigens niet mogelijk gebleken om daartoe gezamenlijk tot goede afspraken te komen, dan wel financiële medewerking van de overheid te verkrijgen voor een opslagregeling. De overheid was niet bereid om mee te werken aan een regeling die zou kunnen leiden tot het in stand houden van overcapaciteit in de sector, hetgeen dreigt als de overheid mede-verantwoordelijkheid gaat nemen voor overschotten.

5. MARKTBELEID

5.1 Produkt

5.1.1 Assortiment

Van de zes fabrikanten van groenteconserven die aan het onderzoek deelnamen produceren er twee alleen blikgroenten, drie alleen glasgroenten en een zowel blikgroenten als glasgroenten (tabel 5.1). De fabrikanten met relatief kleine omzetten typeren hun assortiment groenteconserven op grond van het aantal verschillende groenten als smal; de twee fabrikanten die hun assortiment als breed typeren hebben grotere omzetten. De uitzondering hierop wordt gevormd door de fabrikant met de kleinste omzet die specialiteiten produceert en dit assortiment behalve als breed tevens als diep typeert. Alleen de fabrikant met de grootste omzet in het onderzoek beschouwt zijn assortiment eveneens als diep op grond van het aanbieden van doperwten, sperziebonen en wortelen in verschillende sorteer- of snijmaten en daarnaast ook jonge boontjes. Doperwten worden overigens door de meeste fabrikanten wel in verschillende fijnheden aangeboden.

Tabel 5 Typering van het assortiment verduurzaamde groenten

Type/Differentiatie/Merk	Nummer van de onderneming							
	3	4	5	6	7	8	11	12
Type:								
blik	x		x			x		
glas		x	1)	x	x			
diepvries							x	x
Differentiatie:								
smal			x	x	x		x	
breed	x	x				x		x
ondiep		x	x	x	x			
diep	x					x	x	x
Merk:								
producent					x	x		
afnemer								
beide	x	x	x	x			x	x

1) Enkele artikelen in glas.

Tabel 5.2 Overwegingen bij de samenstelling van het assortiment

Overwegingen	Nummer van de onderneming							
	3	4	5	6	7	8	11	12
Benutting van de produktie-capaciteit	x	x	x		x			x
Kompleetheid assortiment	x	x	x	x	x		x	x
Gekozen marktsegment(en)	x	x	x	x	x	x		x

De twee fabrikanten van diepvriesgroenten verschillen in de breedte van het aangeboden assortiment groenten, maar beiden bieden met verschillende sorteermaten en snijmaten of een superkwaliteit naast een handelskwaliteit een relatief diep assortiment.

De meest gangbare verpakkingsmaten voor conserven zijn voor glas 370 en 720 ml en voor blik 850 ml en 420 ml. De consumentenverpakking van diepvriesgroente is overwegend 450 g of 1 kg. Naast deze verpakkingsmaten zijn er grotere die zijn afgestemd op horecabedrijven en andere grootverbruikers (2,5 kg, 5 kg, 10 kg en 3 l).

Produktdifferentiatie speelt slechts bij twee fabrikanten een rol van betekenis. Zij bieden een assortiment aan dat in de interviews als breed en diep werd getypeerd. Bij de overwegingen achter de assortimentskeuze staat het benutten van de productiecapaciteit bij de meeste fabrikanten toch wel voorop. Daarnaast zijn als uitgangspunten de compleetheid van het assortiment van belang en in mindere mate het gekozen marktsegment. Deze overwegingen en het relatieve belang dat ze krijgen wijzen op een produktiegerichte filosofie en minder op een marktgerichte benadering (tabel 5.2). Dit hangt samen met het belang van de afnemersmerken. Slechts twee fabrikanten verkopen uitsluitend onder eigen merk, zodat de meesten naast het eigen producentenmerk ook onder detailhandelsmerk leveren (tabel 5.1). Het aandeel van de afzet onder afnemersmerk is de laatste jaren belangrijk toegenomen. Als speciale eisen van afnemers werden genoemd een afwijkende snijmaat van het produkt (b.v. bij diepvriessperziebonen en -wortelen), verpakkingsmaat en etiket of opdruk (bij het private label).

Assortimentsvernieuwing heeft de afgelopen jaren bij de groenteconserven nauwelijks plaatsgevonden. De twee fabrikanten van diepvriesgroenten hebben hun assortiment wel in belangrijke mate verbreed met bijvoorbeeld exotische produkten en tevens verdiept door meer kwaliteiten en verpakkingsmaten te gaan voeren.

5.1.2 Positionering

Conserven en diepvriesgroenten hebben vergeleken met het verse produkt als voordeel het gebruiksgemak en een constante prijs gedurende het hele jaar. De prijs is in de perioden dat het verse produkt niet in ruime mate wordt aangevoerd ook erg gunstig. Andere voordelen zijn het hogere nettogewicht (geen afval) en het feit dat het gesteriliseerde produkt (conserven) of geblancheerde produkt (diepvries) snel klaar is. Tegenover deze voordelen van verduurzaamde groenten staat als nadeel de associatie met conserveermiddelen (dit geldt in het bijzonder voor groenteconserven) en de smaak die afwijkt van die van het verse produkt (te gaar, blikmaak).

De concurrentie die verduurzaamde groenten ondervinden van het verse produkt is groter geworden door verlenging van de periode waarover verse groenten worden aangeboden en door de grotere aandacht voor en de toegenomen service rond verse groente in de algemene levensmiddelenhandel. Verse groente wordt nu ook voorbehandeld aangeboden (gewassen, gesneden, voorverpakt), waardoor het gemakaspect van groenteconserven en diepvriesgroenten aan belang heeft ingeboet. De consument is ook steeds meer waarde gaan hechten aan de natuurlijkheid en de versheid van het verse produkt.

Het imago van groenteconserven en diepvriesgroenten zou in dit opzicht overigens wel kunnen worden verbeterd door relevante en betrouwbare voorlichting (vergelijk de reclame van Hak met als thema dezelfde dag van het land in de pot). Bij vergelijking van diepvriesgroenten en conserven hebben diepvriesgroenten als voordelen dat zij dichter bij het verse produkt staan dan conserven die gesteriliseerd zijn en daardoor gaarder en dat de gewenste portie kan worden gebruikt en de rest bewaard. Groenten in glas hebben ten opzichte van blik een sterker kwaliteitsimago omdat de kleur die sterk wordt geassocieerd met smaak controleerbaar is. Voor glasgroente wordt daardoor in het algemeen nog wel een iets hogere prijs

gerealiseerd, hoewel de prijsconcurrentie bij glasgroenten volgens informatie van de fabrikanten wel is toegenomen. Voor een bepaald marktsegment is de scherpe prijsstelling van blikgroente een sterk punt van dit produkt.

De fabrikanten menen dat zij zich met het Nederlandse produkt niet duidelijk in positieve of negatieve zin (kunnen) onderscheiden van het Franse, Belgische of Duitse aanbod. Nederland heeft wel, zolang het de enige aanbieder van glasgroenten was op de Duitse markt, een kwaliteitsimago kunnen handhaven. Ten opzichte van het het fijnere Franse produkt bij sperziebonen en doperwten is dat echter al lang niet meer het geval. Zo er al een voorsprong is geweest in kwaliteit en flexibiliteit, dan bestaat deze niet meer naar de mening van de fabrikanten.

5.2 Prijs

De verkoopprijzen van groenteconserven en diepvriesgroenten worden voornamelijk door de markt bepaald, doordat er sprake is van vrij sterke onderlinge concurrentie. De eigen kostprijs is daarbij wel medebepalend, maar soms niet meer dan een leidraad om de eigen onderhandelingsruimte te kunnen vaststellen. Slechts twee fabrikanten noemden de kostprijs als de overwegende factor bij het tot stand komen van de prijs.

De verkoopprijzen die worden overeengekomen zijn overwegend nettoprijzen die door onderhandeling tot stand komen voor een bepaald kwantum in het kader van een jaarcontract (zie 5.5). Daarnaast komen ook wel brutoprijzen met omzetkortingen voor.

5.3 Promotie

De fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten die aan het onderzoek deelnamen richten hun inspanningen voor verkoopbevordering op grossiers en detailisten door middel van persoonlijke verkoop door vertegenwoordigers. Enkele fabrikanten adverteren daarnaast in vakbladen en nemen deel aan vakbeurzen. De kleinere fabrikanten van groenteconserven laten zich op exportmarkten vertegenwoordigen door agenten.

Op initiatief van de afnemers worden gezamenlijk met detailisten (organisaties) akties gevoerd, waarbij prijskortingen het belangrijkste instrument zijn. Hierover worden veelal afspraken gemaakt bij het afsluiten van afzetcontracten, maar het is ook mogelijk dat gezamenlijk besloten wordt een aktie te houden wanneer een bepaald produkt minder goed loopt dan was verwacht. Eén fabrikant stelde afnemers sheets ter beschikking die als inlegvel in folders kunnen worden meegenomen. Er kan worden geconstateerd dat fabrikanten zich niet direct richten op de consument met hun promotieaktiviteit en voor zover dat wel gebeurt is het via medewerking aan activiteiten van de detailhandel. De omvang van de promotieaktiviteiten is betrekkelijk bescheiden. De marges op groenteconserven en diepvriesgroenten laten ook niet meer toe.

5.4 Distributie

5.4.1 Afzetkanalen

De fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten zetten een belangrijk deel van hun produktie in het buitenland af. Uit de voorziensbalansen (tabel 4.1 en 4.2) blijkt dat meer dan de helft van de geproduceerde groenteconserven wordt geëxporteerd en een nog groter deel van de produktie van diepvriesgroenten.

Informatie over de verdeling van de afzet over binnen- en buitenland per afzonderlijke fabrikant is beschikbaar gekomen voor zes van de acht fabrikanten van groenteconserven en één van de vier fabrikanten van diepvriesgroenten. Het belang van de binnenlandse afzet loopt nogal uiteen: één van de grotere fabrikanten van conserven zette medio tachtiger jaren meer dan driekwart van zijn produktie in Nederland af; een andere behaalde slechts éénderde van de omzet in het binnenland. Van de kleinere fabrikanten was er nog een die éénderde van de omzet in het binnenland afzette. De overige conservenfabrikanten met een kleinere omzet behaalden tweederde tot ruim driekwart daarvan in het binnenland.

Alle fabrikanten waarvan informatie beschikbaar kwam exporteren conserven of diepvriesgroenten. Deze export is overwegend gericht op EG Lidstaten. Buiten de EG vindt afzet hoofdzakelijk plaats in Skandinavië en de Verenigde Staten.

De belangrijkste afzetkanalen voor verduurzaamde groenten zijn het grootwinkelbedrijf, het vrijwillig filiaalbedrijf, de zelfstandige levensmiddelenhandel en ook nog wel de AGF-zaken. Daarnaast wordt een niet on aanzienlijk deel van de omzet behaald via afzet in de grootverbuikersmarkt. De directe afnemers in deze markt behoren vooral tot de op deze markt gespecialiseerde groothandel. Er zijn geen aanwijzingen dat er op het punt van de afzetkanalen grote verschillen zouden bestaan tussen fabrikanten onderling. Kwantitatieve informatie hierover ontbreekt evenwel.

De afzet van groenteconserven en diepvriesgroenten is in het algemeen vastgelegd in jaarcontracten van fabrikanten met groothandelaren respectievelijk detaillisten(organisaties). De binnenlandse afzet verloopt vrijwel geheel in het kader van afzetcontracten, waarin afzethoeveelheden en prijzen worden vastgelegd en afspraken over akties worden gemaakt inclusief de bijdragen van de fabrikanten daarin. Deze laatste zijn voornamelijk van financiële aard. De fabrikanten maken hun produktieplanning dus hoofdzakelijk op grond van afspraken over de afzet voor een heel seizoen. Ook bij de export wordt grotendeels op basis van contracten geleverd, hoewel hierbij orders voor losse partijen meer voorkomen.

Tabel 5.3 Rangorde van overwegingen voor het afsluiten van contracten met afnemers

Overwegingen	Nummer van de onderneming:							
	3	4	5	6	7	8	11	12
Marktaandeel	2	3	2	1	3	3	. 1)	1
Prijsrisico	1	2	3½	3	3	3	.	2
Verkoopkosten	4	4	3½	4	3	1	.	3½
Capaciteitsbenutting	3	1	1	2	1	3	.	3½

1) Geen gegevens.

De overwegingen van de fabrikanten om met hun afnemers seizoencontracten af te sluiten zijn vooral gelegen in het verzekeren van een bepaalde afzet. Als achterliggend motief werd zowel benutting van de produktiecapaciteit als behouden van het marktaandeel genoemd. Lager in rangorde is de overweging met betrekking tot het verminderen van het prijsrisico. Tenslotte speelt ook het minimaliseren van verkoopkosten een rol (tabel 5.3).

In 4.3 kwam reeds naar voren dat de fabrikanten de functie van voorraad houden vervullen. Fabrikanten leveren wekelijks of meermalen per week af aan de distributiecentra van de groothandel of het grootwinkelbedrijf.

5.4.2 Relatie met de detailhandel

Onder invloed van de schaalvergroting en de concentratietendensen in de levensmiddelendetailhandel zijn de machtsverhoudingen tussen levensmiddelenfabrikanten en de detailhandel ingrijpend gewijzigd. In dit onderzoek is hieraan aandacht besteed en is ingegaan op de gevolgen van deze algemene ontwikkeling voor de fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten.

De fabrikanten bleken deze ontwikkeling aan den lijve te ondervinden. Het aantal belangrijke afnemers is door de concentratie de laatste jaren sterk teruggelopen: fabrikanten hebben nu minder afnemers en een grotere omzet per afnemer. Ze zijn daardoor kwetsbaarder geworden. De concurrentie tussen de aanbieders van groenteconserven en diepvriesgroenten is daardoor sterker geworden; ze hebben het gevoel dat ze steeds meer tegen elkaar uitgespeeld (kunnen) worden bij hun onderhandelingen over afzetcontracten. Met name de opkomst van het grootwinkelbedrijf heeft deze tendens nog versterkt. In dit afzetkanaal is de merktrouw (lees: trouw aan een bepaalde leverancier) volgens een van de respondenten minder dan in de overige kanalen.

Uit de interviews komt naar voren dat inkopers bij detailhandelsorganisaties naar het oordeel van de fabrikanten goed geïnformeerd zijn over de vraag- en aanbodverhoudingen. Overaanbod na ruime oogsten en ruime voorraadposities leiden tot een druk op de prijzen en bij een krappe markt treedt fors prijsherstel op. Het is onmogelijk gebleken om als aanbieders gezamenlijk met afnemers tot afspraken te komen over minimumprijzen. De concentratie en toegenomen concurrentie tussen aanbieders heeft in de eerste helft van de tachtiger jaren tot een neerwaartse druk op de prijzen geleid en volgens fabrikanten tevens tot minder aandacht voor de kwaliteit. Het kwaliteitsbewustzijn zou evenwel de laatste tijd weer toenemen.

In de relatie tussen fabrikanten en afnemers kunnen conflicten ontstaan over een aantal zaken. Als mogelijk conflictpunt zagen fabrikanten in de eerste plaats de marges. Verder werden veel genoemd het feit dat de functie van voorraad houden geheel bij de fabrikant is komen te liggen, de gevraagde hoge afleveringssnelheid en zeer frequente belevering en de zeer strakke planningschema's die distributiecentra hanteren met afleverijdstippen waarvan men niet mag afwijken. Naast de marge (prijs) liggen (mogelijke) conflictpunten dus veelal in de logistieke sfeer (fysieke distributie). Minder frequent werden door de fabrikanten conflictpunten genoemd die te maken hebben met promotie en produktaspecten, zoals de schapruimte in de winkel, de promotieinspanning van de detailhandel voor het specifieke produkt, het assortiment en het merk (fabrieksmerk versus private label). Tenslotte werd ook de betalingstermijn genoemd. Open conflicten komen volgens de fabrikanten betrekkelijk weinig voor. Men probeert conflicten te voorkomen en als ze zich voordoen snel op te lossen en redelijk overleg vol te houden. Eén fabrikant gaf aan dat de relatie in het algemeen zo is dat men de wensen van de afnemer zo ver mogelijk probeert te volgen. Een andere fabrikant vond dat de verhoudingen worden scheefgetrokken en dat men wel gedwongen is erg veel te slikken.

Door als fabrikant extra service te verlenen of andere middelen ter ondersteuning van afnemers aan te bieden is het in theorie mogelijk om zich te onderscheiden van concurrenten. Komt dit in de praktijk ook voor? Op het vlak van prijsconcessies worden kwantumkortingen, seizoenkortingen en groothandelskortingen verleend en wordt in het algemeen franco afgeleverd. Als gratis dienstverlening is vooraf prijzen van artikelen onder afnemersmerk gebruikelijk en stelde één fabrikant advertentiematrijzen ter beschikking. In de sfeer van financiële hulp verleende één fabrikant van diepvriesgroenten krediet door op zachte voorwaarden voorraaden bij afnemers te financieren. Dezelfde fabrikant verleende in de sfeer van bescherming leveringsgaranties en betrachtte tevens selektiviteit in de

distributie. Over het geheel genomen worden slechts op beperkte schaal middelen ter ondersteuning van afnemers gehanteerd.

De fabrikanten die geïnterviewd zijn menen vrijwel allen dat de prijs voor de inkopers van groenteconserven en diepvriesgroenten de doorslaggevende factor is bij de keuze van leverancier. De kwaliteit krijgt bij deze keuze veel minder gewicht en een merkimago in het geheel niet. Serviceaspecten en goede ervaringen met een bepaalde leverancier spelen volgens de fabrikanten eveneens een ondergeschikte rol.

Verandering van leverancier brengt nauwelijks kosten met zich mee. Voor fabrikanten brengt verandering van afnemer op zichzelf ook nauwelijks kosten met zich mee. In dit verband werden alleen afnemerspecifieke etiketten (private label) genoemd.

6. COORDINATIE

Bij de produktie en afzet van groenteconserven en diepvriesgroenten zijn verschillende schakels betrokken. Dat is de teler van de grondstof, de verwerker/fabrikant, de groothandel en de detaillist. Om de activiteiten van deze schakels doelmatig op elkaar af te stemmen is een minimum aan informatie nodig bij de verschillende betrokkenen. We willen nu ingaan op de vraag of deze informatie in voldoende mate beschikbaar is en de kwaliteit van de informatie (betrouwbaar, tijdig). Daaraan gekoppeld is natuurlijk de vraag wie van de betrokkenen het beste in staat is om beslissingen over afstemming te nemen. En is dat ook degene die in feite de beslissingen neemt? Met andere woorden hoe vindt de coördinatie tussen de verschillende schakels nu plaats?

6.1 Marktinformatie

6.1.1 Grondstofmarkt

Leveranciers zijn de belangrijkste bron van informatie over de grondstofmarkt. Het gaat hier in de meeste gevallen om verzendhandelaren als informanten. Daarnaast zijn contacten met collega-fabrikanten van belang en vakbladen. Via organisaties als het Landbouwschap, de kontrakt-telersvereniging en de VIGEF komt ook informatie beschikbaar.

Informatie over de marges van de verzendhandel is van belang in de onderhandelingen over inkoopkontrakten. De informatiebehoefte heeft voorts betrekking op de overige contractvoorwaarden, telersprijzen, gecontracteerde arealen, opbrengsten en invoer van groenten.

6.1.2 Afzetmarkten

Informatie over de binnenlandse afzetmarkt en exportmarkten is van belang met het oog op de keuze van afnemers en beslissingen over de produktie en produktiecapaciteit. De informatiebehoefte heeft betrekking op verwerkte hoeveelheden groenten, voorraden, in- en uitvoer van groenteconserven en diepvriesgroenten, de binnenlandse afzet, verkoopprijzen van fabrikanten, consumentenprijzen, de groothandels- en detailhandelsmarges en over de consument zijn koopgedrag, voorkeuren en gebruiksgewoonten.

Informatiebronnen zijn de afnemers en daarnaast collega fabrikanten. Voor meer algemene informatie vervullen vakbladen en, aangaande exportmarkten, landbou wattaché's een belangrijke rol. Fabrikanten doen nogal wat moeite om het gedrag van hun onmiddellijke concurrenten te volgen op het punt van het assortiment, prijzen, kortingen en verlenen van service aan afnemers. Fabrikanten van glasgroenten volgen op dit punt de andere (grotere) aanbieders en fabrikanten van blikgroenten evenzo. De twee geïnterviewde fabrikanten van diepvriesgroenten kijken vooral naar Iglo en Groko en Belgische concurrenten.

De fabrikanten doen weinig aan eigen marktonderzoek. De nadruk ligt op het benutten van algemeen beschikbare gegevens over marktomvang, koopgedrag en produktinformatie. Informatiebronnen zijn bijvoorbeeld C.B.S., P.G.F. en Sprenger Instituut. Enkele fabrikanten hadden daarnaast incidenteel marktonderzoek laten doen naar koopgedrag en produkttests. Als activiteiten op dit vlak werden ook gezien het goed volgen van de eigen verkoopresultaten en regelmatig in winkels kennis nemen van de wijze van presenteren van het eigen produkt en het gevoerde assortiments- en prijsbeleid van de detaillisten.

Er werd met name de behoefte aangegeven aan meer inzicht in de

invloed van het aanbod van verse groenten op de prijzen van groenteconserven en diepvriesgroenten en daarnaast meer kennis van de consument en de distributie. Verder werd door verschillende fabrikanten de behoefte uitgesproken aan meer inzicht in de concurrentiepositie. Belangrijke factoren daarin zijn volgens hen de grondstofprijzen, verwerkingskosten, de kosten van afvalwaterzuivering en verontreinigingsheffingen, energietarieven, financieringsmogelijkheden en het al dan niet aanwezig zijn van een technologische achterstand. Deze behoefte leeft in het bijzonder bij de twee geïnterviewde fabrikanten van diepvriesgroenten. Door een van hen werd nog als specifieke vraag genoemd de behoefte aan meer inzicht in de nitrietproblematiek.

6.2 Leiderschap

Het leiderschap in de verduurzaamde groentensector is de laatste jaren vrijwel geheel bij de detailhandel komen te liggen, menen de geïnterviewde fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten. Beslissingen over prijzen en verkrijgbaarheid worden uitsluitend genomen door de detaillisten. De fabrikant bepaalt weliswaar zijn eigen assortiment, maar de detaillist kiest zelf welk assortiment hij naar breedte en diepte wil voeren en koopt vervolgens bij verschillende fabrikanten in. Ook op het punt van het assortiment ligt het zwaartepunt naar de mening van de geïnterviewde fabrikanten daarom bij de detailhandel. Alleen op de produktkwaliteit heeft de fabrikant meer invloed dan de detaillist. Dit aspect zou echter in de detailhandel als minder belangrijk worden beschouwd.

6.3 Samenwerking

De fabrikanten zien voordelen in meer samenwerking met elkaar. In de interviews werden door fabrikanten de hieronder beschreven mogelijkheden naar voren gebracht. Aan gezamenlijk optreden is behoefte om counter-vailing power te vormen tegenover de groeiende invloed van de levensmiddeldetailhandel. Fabrikanten zouden gezamenlijk afspraken moeten maken over de te hanteren verkoopvoorwaarden, in het bijzonder een vergoeding voor opslagkosten, meer overleg over de planning van de belevering van distributiecentra en prijsafspraken. Men is echter minder optimistisch over de haalbaarheid hiervan. Pogingen om tot gezamenlijke prijsafspraken te komen zijn nog nooit gelukt. De bereidheid om bijvoorbeeld een gezamenlijk verkoopkantoor te stichten is er niet en mocht die er wel zijn, dan zal de detailhandel dergelijke ontwikkelingen waarschijnlijk niet toestaan.

Minder vergaande vormen van samenwerking hebben waarschijnlijk meer kans van slagen. Uitwisseling van grondstof bij tijdelijke overschotten en tekorten vindt al plaats. Een gezamenlijke produktieplanning zou veel verder gaan. Wat het assortiment betreft zouden de kleinere fabrikanten er baat bij hebben om onderlinge afspraken te maken over specialisaties in de produktie en die te combineren tot een volwaardig assortiment dat ieder kan aanbieden als gezamenlijk aanbieden niet haalbaar is. Samenwerking bij het ontwikkelen van exportmarkten is een andere mogelijkheid.

Mogelijkheden voor samenwerking liggen er ook in de gezamenlijke inkoop van bijvoorbeeld blik en gezamenlijk opstellen van contractvoorwaarden voor de inkoop van de grondstof. Onderzoek en reclameactiviteiten vormen eveneens een potentieel terrein om tot samenwerking te komen. Individueel zijn de meeste fabrikanten niet in staat om hiervoor de middelen op te brengen. Gezamenlijk zou onderzoek kunnen worden opgezet voor verbetering en vernieuwing van produktieprocessen en om het slibprobleem beter aan te pakken. Onderzoek zou ook een ondersteunende rol kunnen hebben bij gezamenlijk te voeren themareclame om het produktimago te verbeter-

ren. Men kan denken aan het versheid karakter van diepvriesgroenten en de afwezigheid van conserveermiddelen en het behoud van vitamines in groenteconserven.

Eén fabrikant vond dat een gezamenlijke sanering en herstructuering van de sector nodig is om de bestaande overcapaciteit kwijt te raken. De haalbaarheid hiervan werd evenwel niet hoog ingeschat, mede als gevolg van de volgens hem geringe interesse van de overheid voor het wel en wee van de sector.

Behalve vormen van horizontale samenwerking zou gedacht kunnen worden aan verticale samenwerking. In dit verband werden samenwerking met afnemers voor produktontwikkeling en promotie van nieuwe produkten als mogelijkheden genoemd.

7. HOOFDPUNTEN UIT DE INTERVIEWS EN ENKELE CONCLUSIES

Hieronder worden de hoofdpunten uit de interviews naar voren gehaald en enkele conclusies getrokken. Men dient hierbij overigens wel rekening te houden met de beperkte representativiteit, omdat de twee grootste fabrikanten van zowel groenteconserven als van diepvriesgroenten niet in het onderzoek vertegenwoordigd zijn.

De rentabiliteit van de ondernemingen die groenteconserven produceren is matig tot laag. De producenten van diepvriesgroenten behalen betere resultaten. Tussen de producenten van groenteconserven onderling zijn er opmerkelijke verschillen in het niveau van de bedrijfsuitkomsten. Onvoldoende rentabiliteit heeft tot gevolg gehad dat modernisering, automatisering van de produktie en inspanningen op het gebied van produktontwikkeling en marketing in het gedrang zijn gekomen. In afnemende volgorde van belangrijkheid bepalen de opbrengstprijs, de grondstofkosten, de kosten van verpakkingsmiddelen, de arbeidskosten, de voorraadkosten, de machinekosten en de kosten van milieuvoorzieningen de rentabiliteit en de concurrentiepositie. De continuïteit van een aantal fabrieken is twijfelachtig.

De grotere producenten geven veelal de voorkeur aan een directe relatie met de telers van de grondstof met het oog op de zekerheid van de grondstofvoorziening, de oogstplanning en de invloed op de kwaliteit. De kleinere producenten kopen veelal in via de verzendhandel vanwege het kostenvoordeel. Uit de interviews kwamen weinig problemen met de kwaliteit van de grondstof naar voren. Door verschuivingen in de teelt van groenten voor de conserven- en diepvriesindustrie, met name naar de Flevopolders, is de vestigingsplaats van de industrie niet meer geheel optimaal.

De produktie van groenteconserven en diepvriesgroenten is een seizoenbedrijf, waar veel met losse arbeid wordt gewerkt. De produktie schommelt sterk van jaar tot jaar onder invloed van de weersomstandigheden. Daarnaast wisselt de afzet onder invloed van de prijzen van verse groenten en zachtheid/strengheid van de winter (afzet van peulvruchten). Pogingen om gezamenlijke planning en regulering van de produktie van grond te krijgen zijn tot nu toe niet gelukt. De fabrikant vervult in de kolom de functie van voorraad houden en draagt de kosten die daaraan zijn verbonden. De produktiecapaciteit is te groot, waardoor voortdurend overaanbod dreigt en de concurrentie voornamelijk via de prijs wordt uitgevochten.

Produktontwikkeling vindt nauwelijks plaats. Ook kleinere fabrikanten produceren veelal een breed assortiment. De diepte van het assortiment is betrekkelijk gering (kwaliteiten, sorteermaten, verpakkingsmaten). De positie van groenteconserven is verslechterd doordat de consument meer belang is gaan hechten aan versheid en als gevolg van het toegenomen aanbod van verse groenten gedurende het hele jaar. De diepvriesgroenten hebben in dit opzicht een gunstiger positie, hoewel de groei in deze sector is achtergebleven bij de verwachtingen.

De prijzen van groenteconserven en diepvriesgroenten worden sterk bepaald door de vraag- en aanbodverhoudingen. Verkoopbevordering en promotieactiviteiten van fabrikanten hebben een bescheiden omvang en zijn vrijwel uitsluitend gericht op de detailhandel en de levensmiddelengroothandel en nauwelijks op de consument. Alle fabrikanten zetten een aanzienlijk deel van hun produktie buiten Nederland af, al zijn er wel verschillen in

het belang van de export, die overwegend is gericht op de nabijgelegen EG-lidstaten. De belangrijkste afzetkanalen zijn het grootwinkelbedrijf, het vrijwillig filiaalbedrijf, AGF-zaken en grossiers die zich richten op de grootverbruikersmarkt. De afzet is in het algemeen vastgelegd in jaarcontracten.

Onder invloed van de schaalvergroting en de concentratietendensen in de levensmiddelendetailhandel zijn de machtsverhoudingen tussen de fabrikanten van levensmiddelen en de detailhandel ingrijpend gewijzigd. Het leiderschap in de sector is vrijwel geheel bij de levensmiddelendetailhandel komen te liggen. Dit betreft zowel het gevoerde assortiment, het prijsbeleid en de promotieactiviteiten (acties). Conflicten doen zich weinig voor door het conflict vermijdend en aanpassend gedrag van fabrikanten.

Fabrikanten zien mogelijkheden voor samenwerking door grondstof uit te wisselen, gezamenlijke inkoop, gezamenlijk onderzoek voor vernieuwing van productieprocessen, en generieke reclame ter verbetering van het produktimage. Samenwerking om countervailing power tegenover de levensmiddelendetailhandel te ontwikkelen of tot gezamenlijke sanering van de sector te komen wordt niet haalbaar geacht.

Bijlage 1 Fabrikanten van groenteconserven en diepvriesgroenten

1. Hak Conserven B.V., Giessen
2. C. Oostrom's Conservenfabrieken B.V., Kapelle Biezelinge
3. Jonker Fris B.V., Heusden (Sara Lee Corp., V.S.)
4. Ruiten Troef Conservenfabriek B.V., Roelofarendsveen (Cebeco-Handelsraad)
5. Noordhollandsche Conservenfabrieken Peter Verburg B.V., Noord-Scharwoude (Cebeco-Handelsraad, Rotterdam)
6. Baltussen Conservenfabriek B.V., Driel
7. Koolen's Conservenfabrieken B.V., Mierlo
8. B.V. voorheen L.E. Nieuwenhuizen, Helden Panningen (Blanchaud, Frankrijk)
9. Lucas Aardenburg B.V. Hoogeveen (Unilever N.V., Rotterdam)
10. Groko B.V., Zundert (Campbell Co., V.S.)
11. Keizer B.V. Diepvriesprodukten, Waspik
12. O.D.C. Oerlemans Diepvries Centrale B.V., Broekhuizenenvorst (L.)

Bijlage 2.1 Rentabiliteit, bruto marge en omloopsnelheid van het bedrijfsvermogen van de Nederlandse groenteconservenindustrie in 1984

Nummer onderneming	Type 1)	Rentabiliteit 2)	Bruto marge 3)	Omloopsnelheid 4)
1	2	3	4	5
1	g	3,1	2,8	1,10
2	b+g	10,4	7,6	1,38
3	b	. 5)	.	.
4	g	4,8	2,3	2,07
5	b+g	-9,1	-5,6	1,63
6	g	5,3	. 5)	.
7	g	. 5)	.	1,22
11	d	16,3	10,0	1,62
12	d	13,4	. 5)	.

Bron: Berekeningen LEI op basis van gepubliceerde jaarverslagen.

. = onbekend.

- 1) Producent van: g = groenteconserven in glas;
b = groenteconserven in blik;
d = diepvriesgroenten.
- 2) Bedrijfsresultaat/bedrijfsvermogen x 100%.
- 3) Bedrijfsresultaat/omzet x 100%.
- 4) Omzet/bedrijfsvermogen.
- 5) Onbekend door ontbreken of onvolledigheid van de verlies- en winstrekening.

Bijlage 2.2 Rentabiliteit van het bedrijfsvermogen van de Nederlandse groente-
conserverenindustrie

Nummer onderneming	Type	1) Gewicht	2)	Rentabiliteit 3)			
				1983 04,0	1984 04,6	1985	1986
1	2	3		4	5	6	7
1	g	,36		2,0	3,1	0,4	.
2	b+g	,36		5,2	10,4	7,1	9,8
3	b	,00		. 4)	.	.	.
4	g	,08		4,8	4,8	5,2	.
5	b+g	,12		7,4	-9,1	.	.
6	g	,08		1,7	5,3	.	.
7	g	,00		. 4)	.	.	.
11	d	-		11,4	16,3	6,2	.
12	d	-		15,2	13,4	.	.

Bron: Berekeningen LEI op basis van gepubliceerde jaarverslagen.

. = onbekend; 0 = gemiddelde.

- 1) Producent van: g = groenteconserveren in glas;
b = groenteconserveren in blik;
d = diepvriesgroenten.
- 2) Gewicht gehanteerd bij het berekenen van de gemiddelde rentabiliteit van de producenten van groenteconserveren op basis van omzet.
- 3) Bedrijfsresultaat/bedrijfsvermogen x 100%.
- 4) Onbekend door ontbreken van verlies- en winstrekening.

Bijlage 2.3 Rentabiliteit van het eigen vermogen van de Nederlandse groenteconserverindustrie

Nummer onderneming Type 1) Gewicht 2) Rentabiliteit 3)						

			1983	1984	1985	1986
			02,0	09,9	0-0,1	
1	2	3	4	5	5	7

1	g	,27	-12,7	2,6	-28,4	.
2	b+g	,27	7,2	30,0	15,4	23,9
3	b	,22	16,6	8,5	12,0	9,1
4	g	,06	6,4	11,6	10,9	.
5	b+g	,09	4,5	-22,5	.	.
6	g	,06	-18,5	5,7	.	.
7	g	,03	.	6,6	4,7	.
11	d	-	44,1	49,5	13,3	.
12	d	-	132,2	88,2	.	.

Bron: Berekeningen LEI op basis van gepubliceerde jaarverslagen.

. = onbekend; 0 = gemiddelde.

- 1) Producent van: g = groenteconservern in glas;
b = groenteconservern in blik;
d = diepvriesgroenten.
- 2) Gewicht gehanteerd bij het berekenen van de gemiddelde rentabiliteit van de producenten van groenteconservern op basis van omzet.
- 3) Rentabiliteit van het groepsvermogen = nettowinst voor aftrek van belastingen/groepsvermogen x 100%.

Bijlage 3 Produktie van gesteriliseerde groenten in miljoen liters per jaar

Groente	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Gesteriliseerde groenten	205,5	257,2	302,2	269,5	276,7	336,9	325,5
totaal, waarvan: in blik	127,4	167,5	205,2	195,2	187,8	231,5	225,6
in glas	78,1	89,8	97,0	74,3	88,9	105,4	99,9
Doperwten	15,8	23,8	33,8	27,1	21,7	21,0	19,1
waarvan: in blik	10,4	16,9	26,1	19,8	14,7	14,8	12,4
in glas	5,4	6,9	7,7	7,3	7,0	6,2	6,7
Gesneden bonen	5,2	11,3	12,2	8,7	x	10,5	12,3
waarvan: in blik	3,8	8,8	9,4	7,9	5,2	8,4	9,8
in glas	1,4	2,5	2,7	0,8	x	2,1	2,5
Andere bonen	21,0	39,7	49,6	x	21,1	39,9	40,5
waarvan: in blik	14,5	30,0	40,3	x	15,8	30,9	30,7
in glas	6,5	9,7	9,3	5,0	5,3	9,0	9,8
Wortelen	10,5	17,3	14,6	x	x	15,6	10,0
waarvan: in blik	4,8	9,7	8,2	x	x	9,1	4,3
in glas	5,7	7,6	6,4	4,2	5,1	6,5	5,7
Kapucijners, bruine bonen							
en witte bonen	34,5	37,2	39,4	40,2	x	45,9	x
waarvan: in blik	23,7	26,5	28,3	29,5	29,7	33,2	35,6
in glas	10,8	10,7	11,1	10,7	x	12,7	x
Champignons	44,5	50,2	61,0	67,9	84,4	98,5	90,3
waarvan: in blik	37,8	42,4	51,0	58,2	71,0	83,2	75,8
in glas	6,7	7,8	10,0	9,7	13,4	15,3	14,5
Overig groenten	58,7	57,6	68,9	51,5	52,6	71,1	83,5
waarvan: in blik	25,8	26,0	32,2	30,2	25,0	35,9	48,6
in glas	32,9	31,6	36,7	21,3	27,6	35,2	34,9
Gemengde groenten	15,3	20,2	22,7	26,0	36,4	34,3	25,8
waarvan: in blik	6,6	7,2	9,7	16,1	20,5	15,9	9,3
in glas	8,7	13,0	13,0	9,9	15,9	18,4	16,5

Bron: CBS.

x geheim