

Concurrentiemonitor groente

Gemma Tacken
Laura Jager
Linda Puister
Myrna van Leeuwen
Mariët de Winter
Jo Wijnands

Projectcode 30637

Mei 2007

Rapport 2.07.08

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgedeeld. Dit rapport valt binnen het domein:

- Wettelijke en dienstverlenende taken
- Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- Ruimte en Economie
- Ketens
- Beleid
- Gamma, instituties, mens en beleving
- Modellen en Data

Concurrentiemonitor groente

Tacken, G.M.L., L.C. Jager, L.F. Puister, M.G.A. van Leeuwen, M.A. de Winter en J.H.M. Wijnands

Den Haag, LEI, 2007

Rapport 2.07.08; ISBN/EAN: 978-90-8615-151-6

Prijs €20 (inclusief 6% BTW)

78 p., fig., tab., bijl.

Methodologisch raamwerk voor het meten van concurrentiekracht op landenniveau en sectorniveau. De keuze van de factoren die de concurrentiekracht bepalen, zijn grotendeels ontleend aan de theorie van de internationale economie. De verse groentesector wordt beschreven vanaf toelevering tot en met de consument. In de studie wordt Nederland vergeleken met zes andere EU-landen waaronder de belangrijkste productielanden en afzetlanden. De analyse van de verse groentesector wordt voorafgegaan met een beschrijving van de economische en demografische ontwikkelingen.

This report reviews a methodological framework for the measurement of competitiveness at national and sector levels. The choice of the factors determining competitiveness is largely based on international economic theory. The model describes the fresh vegetable sector; it extends from supply right through to purchases by consumers. The study compares the Netherlands with six other EU member states, including the major production countries and the major markets. The analysis of the fresh vegetable sector is preceded by a review of economic and demographic developments.

Bestellingen:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: publicatie.lei@wur.nl

Informatie:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: informatie.lei@wur.nl

© LEI, 2007

Vermenigvuldiging of overname van gegevens:

- toegestaan mits met duidelijke bronvermelding
- niet toegestaan



Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.

Inhoud

	Blz.
Woord vooraf	7
Samenvatting	9
Summary	11
1. Inleiding	13
1.1 Aanleiding en uitgangspunten	13
1.2 Probleemstelling	13
1.3 Doelstelling	14
1.4 Opbouw van het rapport	15
2. Conceptueel model	16
2.1 Inleiding	16
2.2 Theoretisch en conceptueel kader	16
2.3 Conclusie	23
2.4 Benchmarking	24
2.5 Sectorkeuze	27
3. Omgevingsfactoren	28
3.1 Algemeen	28
3.2 Demografisch	32
4. Concurrentiepositie verse groente	43
4.1 Inleiding: de groenteketen	43
4.2 Groente in Europa	45
4.3 Positie op de exportmarkt	48
4.4 AGF-groothandel	54
4.5 Telers	58
4.6 Toeleverende bedrijven	62
4.7 Toegevoegde waarde en werkgelegenheid	65
4.8 Conclusies	68
5. Discussie ten aanzien van de methodiek	71
Literatuur	73
Bijlagen	
1. Begrippenlijst	77

Woord vooraf

Deze rapportage is geschreven in het kader van het project *Concurrentiemonitor* dat in 2006 is uitgevoerd. Het project bestond uit het ontwikkelen van een methodiek voor het vergelijken van sectoren op landenniveau uitgesplitst naar ketenschakels op basis van secundaire gegevens en het toetsen van de methodiek aan de hand van twee sectoren. Het project heeft aangetoond dat de methodiek het gewenste inzicht geeft, maar dat beschikbaarheid van gegevens cruciaal is voor de kwaliteit van het eindresultaat.

Dit project is gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV). De opzet en uitvoering van het onderzoek is begeleid door een begeleidingscommissie met de volgende deskundigen van het ministerie van LNV:

H.J. Riphagen

H. Niermeyer

R.A. Bosch

R.P. Lapperre

G.G. van Leeuwen

H.F. Massink

Namens de opdrachtgever hebben Hylke Niermeyer en Henk Riphagen als (achtereenvolgende) voorzitter van de begeleidingscommissie van het ministerie van LNV gefungeerd. Op deze wijze willen wij allen danken voor hun bijdrage aan de totstandkoming van dit onderzoek.

Naast de auteurs hebben de LEI-medewerkers Gé Backus en Krijn Poppe (reviews) een belangrijke bijdrage geleverd aan dit project. De auteurs danken hen voor hun inbreng.



Dr. J.C. Blom

Algemeen Directeur LEI

Samenvatting

In dit onderzoek is een conceptueel model ontwikkeld voor de concurrentiekrachtanalyse tussen landen op sectorniveau. Concurrentiekrachtanalyses kunnen op verschillende theoretische grondslagen worden gebaseerd. Voorwaarde voor deze modelontwikkeling was dat het gestoeld moest zijn op secundaire gegevens (beschikbare statistische data) die als reeksen vergelijkbaar kunnen worden gemaakt, waardoor het model herhaalbaar is. Dit heeft geresulteerd in een conceptueel model waarin factoren die concurrentiekrachtbepalend zijn, zijn gebundeld. Het conceptueel model bestaat uit de onderdelen omgevingsfactoren, inputfactoren en outputfactoren. Deze factoren zijn nader uitgewerkt in indicatoren. Onderstaande figuur geeft een overzicht van de factoren en onderliggende indicatoren.

<i>Omgevingsfactoren</i>	<i>Inputfactoren</i>	<i>Outputfactoren</i>
<i>Algemeen</i>	<i>Innovativiteit</i>	<i>Vraag en marktpositie</i>
- Inflatievoet	- R&D-uitgaven	- Consumptie per hoofd van de bevolking
- Langetermijnrente	- Aantal octrooien	- Zelfvoorzieningsgraad
- Openheid economie landen (= (Exporten tegen lopende prijzen + importen tegen lopende prijzen) gedeeld door BBP tegen lopende prijzen)	- Aantal (ver)nieuw(d)e producten	- RCA-index
	<i>Ondernemerschap</i>	- Exportwaarde per ton
	- Aantal ondernemingen	- Marktaandeel wereldmarkt
	- Groei van het aantal ondernemingen	- Groei wereldmarktaandeel
	- Gemiddelde omzet van ondernemingen	- Importwaarde
	- Aantal nieuwe ondernemingen	- Exportwaarde
<i>Demografisch</i>	<i>Arbeid</i>	<i>Toegevoegde waarde</i>
- Bevolkingsgrootte	- Aantal werknemers	- Toegevoegde waarde per ketenschakel
- Leeftijdopbouw	- Groei van werknemersbestand	- Toegevoegde waarde per eenheid product
- Gezinssamenstelling	- Percentage personeelskosten van productie	- Toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid
- Inkomen en inkomensverdeling	<i>Kapitaal</i>	- Percentage toegevoegde waarde in de voedingsmiddelenindustrie van dat land
<i>Kwaliteit van de infrastructuur</i>	- Brutokapitaalgoederenvoorraad	<i>Werkgelegenheid</i>
- Aantal gespecialiseerde agrovervoerders	- Verhouding EV/VV	- Arbeidsproductiviteit
- Publieke uitgaven aan R&D in de agrosector	<i>Marktwerking</i>	- Arbeidskosten per eenheid product
- Uitgaven in het agro-onderwijs per student	- Bruto productiewaarde gedeeld door arbeidskosten	- Arbeidsinzet in relatie tot de toegevoegde waarde

Figuur 1 Overzicht van de concurrentiekracht factoren en indicatoren

Dit conceptueel raamwerk is ter toetsing uitgewerkt voor twee sectoren: de groentese sector en de zuivelsector. In dit rapport is de uitwerking van de groentese sector weergegeven. Uit deze toetsing van het model blijkt dat beschikbaarheid van data, met name van grote ondernemingen, vergelijking op specifieke deelaspecten soms lastig maakt. Het model is echter van dien aard dat data-inconsequenties onmiddellijk opgemerkt worden. Tevens blijkt dat vergelijking van de groei van grote spelers met kleine spelers op basis van groeivoeten vertekeningen geven. De toetsing van het model voor de twee sectoren laat zien dat het goed inzetbaar is voor een inzicht op hoofdlijnen en specifieke onderdelen. Aanscherping van het model is echter nog noodzakelijk op onderlinge relaties tussen indicatoren en op voorspellende waarde.

Uit de uitwerking van het conceptueel model voor de groentese sector (zowel opengrondsgroente als groente uit de glastuinbouw) bleek dat de verse groentese sector een goede concurrentiekracht bezit. Nederland is de derde exporteur van groente op de wereldmarkt na Spanje en Mexico. Nederland verliest echter wel marktaandeel aan bijvoorbeeld Duitsland. Duitsland is nu een grotere exporteur dan Polen.

De positie van Nederland ten opzichte van Spanje wisselt per indicator. Nederland verliest echter marktaandeel op de wereldmarkt, evenals zijn directe concurrent Spanje. De groei van de arbeidsproductiviteit is zowel in de AGF-handel als in de groenteteelt sterk ten opzichte van andere landen. Dit biedt een goede uitgangspositie voor de toekomstige werkgelegenheid. De groei van toegevoegde waarde is sterk in AGF-handel en bovengemiddeld in de glasgroenteteelt en in de opengrondsgroenteteelt. De toeleverende industrie in Nederland kan als sterk omschreven worden. Als totaal mag geconcludeerd worden dat Nederland alert moet blijven op zijn positie.

Summary

Competitiveness monitor for vegetable products

This study related to the development of a conceptual model for analyses of national competitiveness at sector level. Analyses of competitiveness can be based on a variety of theoretical principles. The development of the model was governed by the requirement that it would need to be based on secondary data (the available statistical data) that could be rendered comparable as series of data, thereby ensuring the repeatability of the model. This resulted in a model comprised of three elements, namely the environmental factors, input analysis and output analysis. These elements were further subdivided into indicators. The following table lists the indicators into the analytical model.

<i>Environmental factors</i>	<i>Input factors</i>	<i>Output factors</i>
<i>General</i>	<i>Innovativeness</i>	<i>Demand and market position</i>
- Rate of inflation	- R&D expenditure	- Per capita consumption
- Long-term interest rate	- Number of patents	- Level of self-sufficiency
- Openness of the national economy (Exports at current prices + imports at current prices) divided by the GDP at current prices)	- Number of new or renewed products	- RCA index
		- Export value per tonne
		- Share of the world's market
	<i>Entrepreneurship</i>	- Growth in share of the world's market
	- Number of companies	- Value of imports
	- Growth in the number of companies	- Value of exports
<i>Demographic</i>	- Average turnover of companies	
- Size of population	- Number of new companies	<i>Added value</i>
- Age structure		- Added value in each link of the chain
- Composition of families	<i>Labour</i>	- Added value per unit of product
- Income and distribution of income	- Size of workforce	- Added value per man-year unit
	- Growth in size of workforce	- Percentage added value of the in the food industry of the relevant country
<i>Quality of the infrastructure</i>	- Percentage of personnel costs in production costs	
- Number of specialised agricultural transporters	<i>Capital</i>	<i>Employment</i>
- Public expenditure on R&D in agricultural sector	- Gross capital assets	- Labour productivity
- Expenditure on agricultural education per student	- Equity/debt ratio	- labour costs per unit of product
	<i>Market mechanism</i>	- Labour deployment in relation to added value
	- Gross production value divided by labour costs	

Figure 1. List of indicators

The conceptual framework was tested by further detailing the model for two sectors, namely the vegetable and dairy sectors. This report reviews the detailed model for the vegetable sector. These model tests revealed that the availability of data occasionally gives rise to difficulties in making comparisons of specific sub-aspects, in particular when examining major companies. However, the model is of a nature such that any inconsistencies in data immediately become apparent. In addition, it transpired that comparisons of the growth of major players with those of minor players based on growth rates resulted in bias. The tests of the model for two sectors revealed that the model is highly suitable for use in obtaining an insight into the overall situation and into specific issues. However, further refinement of the model is required with respect to the mutual relationships between the indicators and the predictive value.

The conceptual model defined for the vegetable sector (both outdoor cultivation and greenhouse cultivation) revealed that the fresh vegetable segment is in an excellent competitive position. The Netherlands is the world's third largest exporter of vegetables (after Spain and Mexico). However, the Netherlands is losing market share to countries such as Germany. Germany is now a larger exporter than Poland.

A comparison of the competitiveness of the Netherlands and Spain yields fluctuating results for the various indicators. However, the Netherlands - in analogy with the country's direct competitor, Spain - is confronted with a declining share in the world's market. Labour productivity in both potato/vegetable/fruit trading and the vegetable cultivation sectors exhibits a strong rate of growth as compared to those in other countries. This provides excellent foundations for future employment in these sectors. Growth in added value is pronounced in the potato/vegetable/fruit trade sector, and above average in the greenhouse-vegetable and outdoor-vegetable cultivation sectors. The Dutch supply industry is in a powerful position. When the sector is viewed in its entirety, it can be concluded that the Netherlands will need to devote continuous attention to the retention of its current position.

1. Inleiding en probleemstelling

1.1 Aanleiding en uitgangspunten

In 2005 is in opdracht van het ministerie van LNV (LNV) een onderzoek verricht naar de meest internationaal concurrerende sectoren (Jacobs et al., 2005). Hieruit werd duidelijk dat van de honderd meest concurrerende goederensectoren van de Nederlandse economie ongeveer de helft tot het landbouw- en voedingscluster behoren. Met een marktaandeel van circa 84% op de wereldexportmarkt is de Nederlandse snijbloemensector de meest concurrerende productgroep van Nederland. In dat onderzoek is de Porter-methodiek gebruikt, waarbij louter is uitgegaan van het aandeel dat een sector heeft op de wereldmarkt.

LNV heeft behoefte aan een verdieping van dit onderzoek en dan met name aan kennis over de mate waarin de Nederlandse (agro)bedrijfstukken (inter)nationaal concurrerend zijn. Dit inzicht in de concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven is noodzakelijk om een beeld te krijgen van:

- de mate waarin de Nederlandse agrosectoren nu en in de toekomst in staat zijn om toegevoegde waarde en werkgelegenheid te genereren;
- de mate waarin de Nederlandse agrosectoren een goede positie hebben in de wereldmarkt.

In dit onderzoek heeft het LEI een Concurrentiemonitor ontwikkeld. Deze bevat een set van indicatoren die inzicht bieden in de concurrentiekracht van de Nederlandse agrosectoren en aandacht besteedt aan benchmarking ten opzichte van de belangrijkste concurrenten. Uitgangspunt hierbij was dat gebruik wordt gemaakt van secundaire data (er zal dus geen primaire dataverzameling plaatsvinden). De methodiek moest zodanig zijn dat de Monitor jaarlijks kan worden uitgevoerd.

1.2 Probleemstelling

Eind jaren negentig heeft het LEI in opdracht van het LNV een Concurrentiemonitor ontwikkeld (Hack et al., 1998). Deze Monitor was gebaseerd op theorieën uit de industriële economie (Porter, 1990; Porter, 1980; Tirole, 1988), internationale handel (zie Berkum en Van Meijl, 2000), strategisch management (Hamel en Prahalad, 1994) en marketing (Hunt en Morgan, 1995). Een belangrijk onderdeel in de opzet was interviews bij afnemers in diverse landen en bij handelaren. Door deze primaire dataverzameling was het een duur instrument. Bovendien gaf die Monitor onvoldoende antwoord op de hierboven genoemde eerste informatiewens van LNV. Daarom is het noodzakelijk dat een nieuwe Monitor wordt ontwikkeld, die het gewenste inzicht met betrekking tot toegevoegde waarde en werkgelegenheid goed weergeeft en goedkoper is dan de oude opzet.

In dit project is de methodiek voor deze nieuwe Concurrentiemonitor ontwikkeld. Dit betekent dat van verschillende theoretische concurrentiekracht modellen indicatoren worden geselecteerd die:

- inzicht geven in de concurrentiekracht van de Nederlandse agrosector en subsectoren (conform bovenstaande definitie);
- benchmarking tussen Nederlandse subsectoren mogelijk maken; en
- benchmarking tussen Nederlandse subsectoren en buitenlandse concurrenten mogelijk maken.

Het ontwikkelde model van (groepen van) indicatoren moet tevens aansluiten bij de Enterprisemonitor van het ministerie van Economische Zaken.

Om tot een Concurrentiemonitor te komen was het noodzakelijk dat uit een grote hoeveelheid potentiële indicatoren een hanteerbare set werd gekozen die modelmatig een geheel vormt en voldoet aan de informatiewensen van het LNV. Hiervoor zijn keuzes gemaakt. Deze keuzes zijn bepaald door de volgende voorwaarden:

- ze moeten inzicht geven in de concurrentiekracht/-positie van het Nederlandse agrosector in de tijd (verleden, maar ook de toekomst);
- ze moeten inzicht geven in de concurrentiekracht/-positie van subsectoren binnen de Nederlandse agrosector in de tijd;
- ze moeten inzicht geven in de concurrentiekracht/-positie van de Nederlandse subsectoren en subsectoren in andere belangrijke (handels)landen.

Vervolgens is nagegaan of meetbaarheid op basis van secundaire data mogelijk is. Onderzocht is of de data die nodig zijn om de indicatoren te meten in de vorm van secundaire gegevens beschikbaar zijn. In dat kader zijn twee sectoren uitgewerkt; de groentesector en de zuivelsector. In dit rapport wordt de uitwerking van de groentesector beschreven.

De centrale vraag in dit project is dan ook tweeledig in dit eerste jaar:

- hoe kan de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse agrosector en subsectoren daarvan modelmatig inzichtelijk worden gemaakt? Deelvragen hierbij zijn:
 - op basis van welke theoretische modellen kan de concurrentiepositie op de gewenste manier inzichtelijk worden gemaakt?
 - welke indicatoren vloeien hieruit voort?
 - kan op basis van deze indicatoren modelmatig een geheel worden gemaakt?
 - kunnen deze indicatoren meetbaar worden gemaakt door secundaire data?
- wat is de concurrentiekracht van de Nederlandse agrosector en de subsectoren daarvan vanuit internationaal perspectief? Hoe verhoudt die zich tot de concurrentiepositie van onze belangrijkste concurrenten in die productgroep?

1.3 Doelstelling

Doelstelling van het onderzoek is LNV inzicht te verschaffen in de concurrentiekracht op korte en lange termijn van de Nederlandse agroketens en de achterliggende drijvende krachten. Deze worden gebenchmarkt ten opzichte van concurrenten.

Dit inzicht wordt verschaft door indicatoren te ontwikkelen en te meten met betrekking tot:

- de vraagontwikkeling in de belangrijkste afzetmarkten van Nederlandse producten;
- de positie en het marktaandeel van Nederland in de belangrijkste afzetmarkten;
- de structuurontwikkelingen in de Nederlandse agroketen (inclusief het direct aanverwante agrocomplex), bijvoorbeeld toegevoegde waarde, productiviteit, werkgelegenheid en investeringen;
- de beschikbaarheid en kwaliteit van productiefactoren (arbeid, natuurlijke hulpbronnen, kennis kapitaal en infrastructuur).

1.4 Opbouw van het rapport

In hoofdstuk 2 wordt allereerst het conceptuele model beschreven dat het LEI heeft ontwikkeld ten behoeve van een concurrentiekrachtanalyse op basis van secundaire data. Vanaf hoofdstuk 3 wordt conform dit model een uitwerking gegeven van de omgevingsfactoren in de geselecteerde landen. In hoofdstuk 4 wordt het model toegepast op de groenteketen en in hoofdstuk 5 wordt de methodiek geëvalueerd aan de hand van de ervaringen die zijn opgedaan met de uitwerking van de groentesector.

2. Conceptueel model

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het conceptueel model beschreven. Allereerst wordt een onderscheid gemaakt in een conceptueel model en methoden die de indicatoren en elementen van het conceptueel model dienen te kwantificeren. Het conceptueel model dient als denk-kader en geeft de onderlinge samenhang in de opzet en analyse weer. We hebben gekozen voor een conceptueel model dat aansluit bij de Enterprisemonitor van het ministerie van Economische Zaken omdat daardoor vergelijking met andere sectoren in Nederland in potentie ook mogelijk is.

Er is gekozen voor een model dat goed bruikbaar is om de concurrentiekracht van agrarische (sub)sectoren te meten, oftewel meerdere bedrijven op verschillende niveaus in ketens. Dit wordt in de wetenschappelijke literatuur ook wel aangeduid met Marketing Channel (Stern et al., 1994), Supply chain (Van der Vorst, 2000) of 'Industry' (Porter, 1980). In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader en het basismodel beschreven.

2.2 Theoretisch en conceptueel kader

Voor concurrentiekracht zijn internationaal verschillende definities in gebruik. Het World Economic Forum gebruikt de definitie: concurrentiekracht is de mate waarin een land er in slaagt hoge groei van het BBP per hoofd van de bevolking te realiseren. De OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) gebruikt de volgende definitie:

'Concurrentiekracht is de mate waarin een land er in slaagt, met vrije handel en een goede marktcondities, goederen en diensten te produceren die kunnen concurreren op de internationale markt, terwijl daarnaast tegelijkertijd de reële inkomens van de inwoners op de lange termijn stijgen.'

Deze definitie van de OECD is als uitgangspunt genomen voor het ontwikkelen van sectorgerichte concurrentiekracht studies.

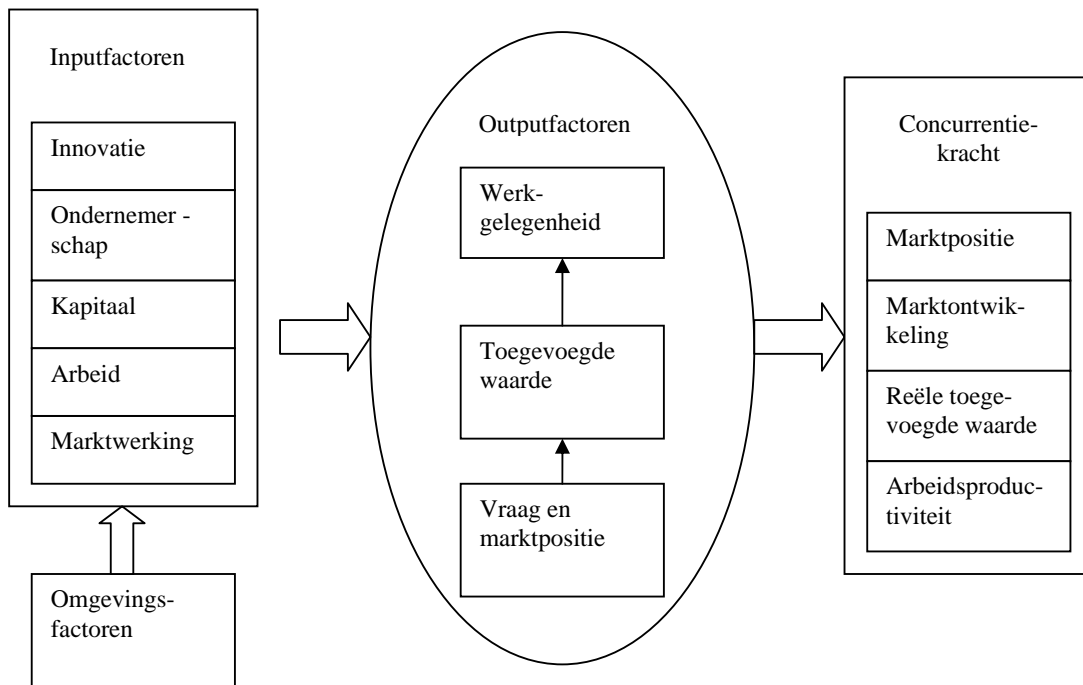
Concurrentiekracht kan gezien worden vanuit verschillende benaderingen. In de klassieke economische theorie zijn de grondslagen voor concurrentiekracht: arbeid, grond en kapitaal. In deze benadering hebben de landen, bedrijven of sectoren die op deze drie elementen comparatieve voordelen hebben ten opzichte van concurrenten het marktvoordeel en zullen competitief leidend zijn.

Vanuit de managementbenadering (Porter, 1990) wordt concurrentiekracht bepaald door factorcondities, bedrijfsstrategieën, vraagontwikkelingen en gerelateerde en toeleverende sectoren. Vanuit de Porter-benadering wordt eerst een ordening gemaakt van de belangrijkste handelspartijen in een sector en vervolgens wordt op basis van historische

gegevens het dynamische proces verklaard waardoor de concurrentievoordelen zijn ontstaan. Het doel van de Porter-benadering is aanknopingspunten te vinden voor effectieve bedrijfsstrategieën.

In de industriële districten benadering (zie Viaene en Gellynk, 1995) wordt concurrentiekracht bepaald door vijf factoren: vraag, aanbod, trends in de markt, infrastructuur en overheidsbeleid. Hierbij is het centrale uitgangspunt de regio. De gedachtegang achter dit model is dat natuurlijke omgeving, zaken en sociaal leven met elkaar samenhangen en dat ondernemerschap bepalend is voor de concurrentiekracht.

In het conceptueel model dat in deze studie is ontwikkeld, is getracht de overeenkomsten tussen de drie modellen te gebruiken om de verschillen optimaal te verweven, gegeven de beperking dat het model met secundaire data te implementeren moet zijn. Het basismodel ziet er uit als in figuur 2.1.



Figuur 2.1 Conceptueel kader

Dit model bevat die hoofdgroepen van factoren die bepalend zijn voor de concurrentiekracht. De inputfactoren (innovatie, ondernemerschap, kapitaal, arbeid en marktwerking) zijn bepalend voor de outputfactoren (werkgelegenheid, toegevoegde waarde en de vraag en marktpositie). Deze outputfactoren zijn in dit model de belangrijkste indicatoren van de concurrentiekracht. De omgevingsfactoren hebben invloed op het hele complex. De factoren in het conceptueel model in 2.1 worden binnen deze methodiek beschouwd als de drijvende krachten van de concurrentiekracht. Deze zijn meetbaar gemaakt door per factor een aantal indicatoren te benoemen aan de hand waarvan sectoren kunnen worden beschreven. Per outputfactor zijn de belangrijkste factoren geselecteerd die indicierend zijn voor de

concurrentiekracht en waarop een benchmark kan worden gemaakt met concurrenten. In het vervolg van dit hoofdstuk worden zowel de factoren als de indicatoren uit het conceptueel model in detail beschreven.

Hoe past dit conceptueel model in de doelstellingen van het onderzoek? In dit conceptueel model worden de elementen die relevant zijn voor een concurrentiekrachtmeting gebundeld en ook in onderling verband gebracht met elkaar. Het model bevat de belangrijkste indicatoren waarmee de concurrentiekracht van Nederlandse (sub)sectoren gemeten kan worden.

Op alle onderdelen van het model wordt een vergelijking gemaakt met andere landen, maar de uiteindelijke benchmark van de concurrentiekracht zal plaatsvinden op vier punten: de groei van het wereldmarktaandeel, groei van de arbeidsproductiviteit per ketenschakel, groei van de Balassa-index en groei van de toegevoegde waarde per ketenschakel. Ontwikkelingen en positie zijn namelijk relatieve begrippen. Bij ontwikkelingen wordt daarom de huidige situatie vergeleken ten opzichte van vergelijkbare landen of bedrijven. Evenals in de Enterprisemonitor worden de ontwikkelingen aan de hand van grafieken en tabellen beschreven.

2.2.1 Omgevingsfactoren

De concurrentiekracht van (sub)sectoren wordt deels bepaald door de maatschappelijke omgeving waarin ze fungeren. Vanuit dit perspectief zijn vooral de macro-economische omstandigheden, demografische ontwikkelingen, technologische omgeving, politiekwettelijke omgeving en de kwaliteit van de infrastructuur relevant.

Voor dit onderdeel kan wat betreft de macro-economische condities worden gerefereerd naar de indicatoren en bevindingen in de Enterprisemonitor. De algemene indicatoren en de indicatoren met betrekking tot de kwaliteit van de infrastructuur zijn voorzover relevant ook overgenomen. Hierbij moet erop gewezen worden dat het hier algemene indicatoren betreft en geen sectorspecifieke.

De demografische ontwikkelingen zijn niet opgenomen in de Enterprisemonitor, maar het lijkt ons zinvol die toe te voegen omdat ze inzicht geven in de grootte van een markt en de koopkracht. In het industrial districten model is demografie ook een belangrijke pijler van de vraag. Over demografische ontwikkelingen zijn ook van de meeste afzetmarkten publieke data beschikbaar; bevolkingsgrootte, leeftijdsopbouw, gezinssamenstelling en inkomen(sverdeling). De politiekwettelijke omgeving en de technologische omgeving zijn ook niet meegenomen in de Enterprisemonitor, maar die zijn lastig meetbaar te maken in dit kader. Daarnaast lijkt het er vooralsnog op dat die indicatoren alleen ten opzichte van derde landen van invloed zijn. Het is echter de vraag of voor die factor indicatoren zijn te onderkennen die kwantitatief kunnen worden gemaakt en waarvan ook secundaire data beschikbaar zijn. In de looptijd van dit project zijn geen indicatoren gevonden die op basis van secundaire data gemeten kunnen worden en ook over de tijd worden gemonitord.

De data waarmee de omgevingsfactoren in kaart gebracht zullen worden, zijn afkomstig van: de Enterprisemonitor, het CBS en vergelijkbare organisaties in het buitenland.

2.2.2 Inputanalyse

In de inputanalyse wordt (sub)sector specifiek gemeten. In deze analyse wordt de mate van innovatie, ondernemerschap, arbeid, kapitaal en marktwerking vergeleken met de belangrijkste concurrenten. Daarnaast moet de inputanalyse ook inzicht geven in de aantrekkelijkheid om in de agrosubsectoren te investeren ten opzichte van andere sectoren. In deze analyse wordt tevens meegenomen hoe de agrarische subsectoren het op bovengenoemde vlakken doen in relatie tot de voedingsmiddelenindustrie.

In de inputanalyse wordt allereerst bekeken welke mate van *innovativiteit* de (sub)sectoren hebben. Innovatie komt zowel in het Porter-model als in het industriële districten model voor. Inzicht in de innovatie geeft inzicht in de mogelijkheden om met (ver)nieuw(d)e producten de marktpositie af te scherpen. Dit inzicht wordt gebaseerd op de R&D-gelden die per (sub)sector worden uitgegeven en het aantal octrooien dat hieruit voortkomt. Tevens wordt overwogen om te kijken naar het aantal (ver)nieuw(d)e producten. De vraag is alleen of hiervoor goede secundaire data beschikbaar zijn.

Ook *ondernemerschap* is een belangrijke factor voor concurrentiekracht. Deze factor komt uit het industriële districten model. Het probleem met ondernemerschap is dat er in Nederland weliswaar veel onderzoek wordt gedaan, maar dat daar weinig kwantitatieve data uit voortkomen die jaarlijks zodanig worden gemonitord dat trends te onderkennen zijn. Binnen de randvoorwaarden van het onderzoek - jaarlijks meten op basis van secundaire data en benchmarken ten opzichte van andere landen - is het tevens lastig om indicatoren te identificeren die de relatie tussen ondernemerschap en concurrentiekracht goed dekken. Binnen het projectkader wordt voorgesteld om inzake ondernemerschap te kijken naar het aantal ondernemingen dat actief is in de sector en hoe dat zich heeft ontwikkeld over de tijd en de ontwikkeling van de omzet van die ondernemingen. Tevens wordt voorgesteld te meten hoeveel nieuwe ondernemingen ontstaan over de tijd en hoeveel ondernemingen stoppen.

In het licht van de inputanalyse is de indicator *arbeid* ook een belangrijke inputvariabele voor de concurrentiekracht. Met betrekking tot arbeid wordt nagegaan hoeveel mensen werkzaam zijn in de (sub)sector en of dit aantal is toegenomen in de tijd. Arbeid is zowel in het Porter-model als het klassieke economische model een belangrijke variabele in het meten van concurrentiekracht. Daarnaast is de verdeling van het opleidingsniveau van de werknemers een relevante indicator, maar ook daarover zijn geen secundaire gegevens gevonden.

Daarnaast is *kapitaal* binnen de inputfactoren nog een belangrijke factor voor de concurrentiekracht. De indicatoren achter kapitaal zijn de brutokapitaalgoederenvoorraad en de gemiddelde verhouding eigen vermogen/vreemd vermogen.

Tot slot is de indicator *marktwerking* nog relevant. Marktwerking maakt onderdeel uit van het CBS-model. Voor deze indicator wordt de brutoproductiewaarde gedeeld door de arbeidskosten. De som van de import en export gedeeld door de BBP stond oorspronkelijk ook onder de factor marktwerking, maar die zijn verplaatst naar de omgevingsfactoren, omdat daar geen sectorspecifieke gegevens voor beschikbaar zijn.

De data voor de inputanalyse zijn afkomstig van: Input-outputtabel Nederland, Eurostat, FADN, Amadeus en CIS.

2.2.3 Outputanalyse

Vraag en marktpositie

Vraag

De vraaganalyse gaat in de op de finale vraag van consumenten naar agrarische producten. Over de vraag naar producten in de verschillende afzetlanden is veel informatie beschikbaar. Die informatie is echter weinig gestandaardiseerd en daardoor minder eenvoudig generiek op te nemen. Van de meeste belangrijke afzetlanden van Nederlandse producten wordt gemeten hoe de consumptie van productgroepen zich ontwikkelt en welke verschuivingen hierbinnen plaatsvinden. Lokale consumptiestatistieken en handelsstatistieken zijn over het algemeen heel gedetailleerd en kunnen goed inzicht geven in de algemene vraagontwikkelingen en de vraagontwikkelingen binnen de verschillende productgroepen.

In de marktanalyse worden de vraagontwikkelingen in de verschillende markten nader beschouwd. De verschillende afzetmarkten staan hier centraal. Er wordt een analyse-slag gemaakt welke trends uit de vraagontwikkelingen zijn te destilleren. Over productgroepen heen wordt bekeken welke marktsegmenten zijn te identificeren en welke product-marktcombinaties te maken zijn. Hiermee wordt inzicht verkregen in markten en welke ontwikkelingen zich daarin voordoen.

Daarnaast is binnen deze indicator ook relevant hoe de vraag tot uiting komt; in welke vorm en in welk kanaal worden producten gekocht? Ontwikkelingen in de kanaalkeuze en de productvorm zijn in deze ook relevant. Tevens wordt de zelfvoorzieningsgraad per productgroep, per land gezien.

De data waarmee de vraag in kaart gebracht zal worden, zijn afkomstig van: FAO, Eurostat, Retail netwerk, en consumptiestatistieken van diverse landen.

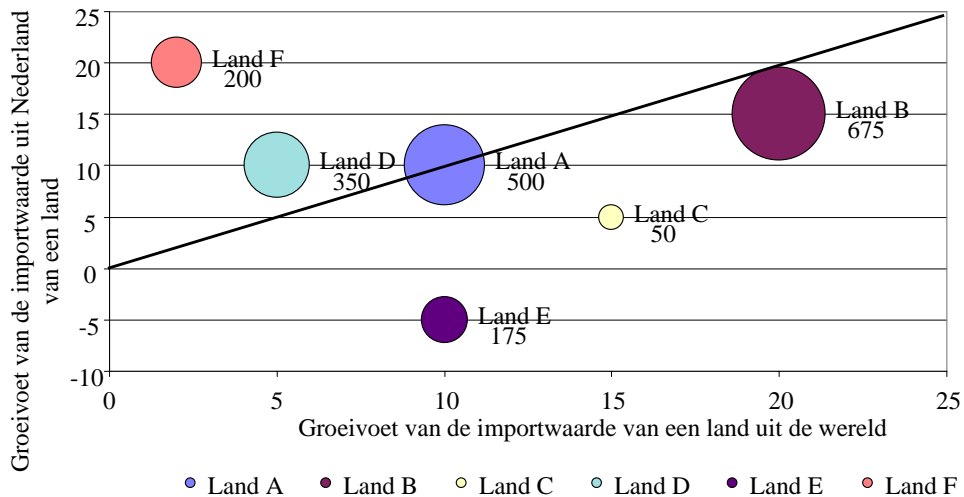
Marktpositie

In de marktpositieanalyse wordt gekeken naar de positie van (sub)sectoren op de voor Nederland belangrijke afzetmarkten. In de marktpositieanalyse wordt zowel (1) de afzethoeveelheid en het daaruit voortvloeiende marktaandeel als (2) de groei van het wereldmarktaandeel en (3) de prijsstelling van het geëxporteerde product in relatie tot andere landen beschouwd.

In de marktpositieanalyse wordt allereerst een marktaandeelanalyse gemaakt waarin de positie van een subsector bekeken wordt ten opzichte van andere sectoren binnen een land. In grote lijnen heeft Jacobs (2005) dat in zijn onderzoek gedaan. In de internationale handelstheorie wordt daarvoor de Revealed Competitive Advantage (RCA-)index of varianten daarop gebruikt. Deze is gedefinieerd als de verhouding van de export van een subsector ten opzichte van de totale export van een specifiek land gedeeld door eenzelfde verhouding van de sommen van een groep van landen. Deze index geeft de mate van specialisatie dan wel het relatieve belang van een bepaalde sector voor de export van dat land weer. Indien de index groter is dan 1, dan heeft het land een comparatief voordeel met betrekking tot de producten van deze sector. Bijvoorbeeld: Nederland heeft een comparatief voordeel in de export van groenten indien het aandeel van groenten in de Nederlandse export groter is dan het aandeel van groenten in de export van de referentielanden (Balassa,

1989). Met deze Balassa-index kunnen diverse subsectoren binnen een land ten opzichte van elkaar worden afgezet.

Vervolgens wordt daar een marktportfolioanalyse op gedaan van een specifieke (sub)sector. In de marktportfolioanalyse worden de positie op de afzetmarkten bepaald en in welke mate Nederland erin is geslaagd haar positie ten opzichte van de concurrenten te behouden. De veranderingen van de importen vanuit Nederland worden vergeleken met de totale importen van een specifieke groep producten in dat land. Het marktaandeel groeit als de groei van de import uit Nederland groter is dan de groei van de totale importen, of wanneer de importen minder krimpen dan de totale krimp van de importen. Het marktaandeel daalt als de groei van de import uit Nederland lager is dan de groei van de totale importen, of wanneer de importen meer krimpen dan de gemiddelde krimp vanuit andere landen. In de sectorbeschrijvingen worden steeds alle onderzochte landen in relatie tot de landen met het grootste aandeel in de export aangegeven. Om toevallige fluctuaties te dempen kunnen gemiddelden van drie jaar worden genomen. Het gemiddelde van 1996 tot en met 1998 wordt vergeleken met dat van 2002 tot en met 2004. In onderstaande figuur wordt een voorbeeld gegeven van de resultaten die de marktportfolioanalyse kan opleveren.



Figuur 2.2 Voorbeeldfiguur marktportfolioanalyse

In het voorbeeld van figuur 2.2 worden een aantal zaken gecombineerd waardoor de presentatie van Nederland als exporteur naar de geselecteerde landen in beeld wordt gebracht.

Op de horizontale as staat de groei van de totale importwaarde van een land uit de Wereld, waarbij geldt dat de groei gebaseerd is op gemiddelden van enkele jaren. Het gemiddelde van 1996 tot en met 1998 wordt bijvoorbeeld vergeleken met het gemiddelde van 2002 tot en met 2004.

Op de verticale as staat de groei van de importwaarde uit Nederland van het desbetreffende land. Indien de groei groter dan 0 is, is er sprake van een groei en wanneer

de groeivoet kleiner dan 0 is, is er sprake van een afname van de groeivoet, ofwel een daling.

De diagonale lijn geeft weer waar de groeivoet van de totale importwaarde van een land gelijk is aan de groeivoet van de importwaarde uit Nederland. Wanneer de bollen boven deze lijn liggen is de groeivoet van de totale importwaarde van een land kleiner dan de groeivoet van de importwaarde uit Nederland van het desbetreffende land. Dit houdt in dat Nederland hier marktaandeel wint. Wanneer de bollen onder deze lijn liggen, dan is de groeivoet van de totale importwaarde van een land groter dan de groeivoet van de importwaarde uit Nederland van het desbetreffende land. Dit houdt in dat Nederland hier marktaandeel verliest. De grootte van de bollen geeft de totale importwaarde van een bepaald land uit Nederland aan.

In bovenstaande fictieve marktportfolioanalyse verliest Nederland positie in de landen E, C en B, terwijl het marktaandeel wint in de markten van land D en F. In land A handhaaft Nederland haar positie. Nederland scoort dus relatief slecht voor de export naar de meeste van de genoemde landen. Overigens importeert land B het meest in bovenstaande figuur (675) en land C het minst (50) uit Nederland.

Vervolgens wordt voor elk van deze landen een analyse van de concurrentiestrategie gemaakt. Daarvoor wordt gekeken naar het relatieve prijsniveau en de verandering in het marktaandeel. Dan zijn er twee mogelijkheden. In het eerste geval is het prijsniveau van de producten uit Nederland hoger dan het gemiddelde prijsniveau van alle geïmporteerde producten uit alle landen. Bij een hoger prijsniveau wordt op andere elementen geconcurrerd: kwaliteit, service of andere differentiatiekenmerken. Dit wordt dat aangeduid als concurrentie op basis van gedifferentieerde producten. De tweede mogelijkheid is een lagere prijs: dan is sprake van concurrentie op basis van prijzen.

De data waarmee de marktpositie in kaart gebracht zal worden, zijn afkomstig van: Unctad-gegevens en Eurostat op jaarbasis en voor EU-landen ook op maandbasis. Producten zijn ver uitgesplitst, echter in de concurrentiemonitor worden aggregaten gebruikt, dus pluimveevlees en geen filets, poten enzovoort.

Toegevoegde waarde

Met betrekking tot toegevoegde waarde wordt per (sub)sector de absolute toegevoegde waarde van de hele keten meegenomen, evenals de toegevoegde waarde die is gerealiseerd in de verschillende ketenschakels. Deze gegevens worden vervolgens vergeleken met andere sectoren. Vervolgens wordt de toegevoegde waarde per eenheid product en de toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid berekend.

Tot slot zal ook het percentage toegevoegde waarde van een sector in de toegevoegde waarde van de voedingsmiddelenindustrie van dat land worden berekend. Hierdoor wordt gecorrigeerd voor grootte van een land en wordt tevens de relatieve importantie van de sector in de totale voedingsmiddelenindustrie van dat land weergegeven.

De data waarmee de toegevoegde waarde in kaart gebracht zal worden, zijn afkomstig van: Input-outputtabel Nederland en Eurostat.

Werkgelegenheid

Met betrekking tot werkgelegenheid worden de volgende indicatoren opgenomen:

- productiviteit: de arbeidsproductiviteit en de arbeidskosten per eenheid product;

- arbeidsrendement: de arbeidsinzet in relatie tot de toegevoegde waarde die wordt gerealiseerd.

Onder arbeidsproductiviteit wordt verstaan de reële stijging van de toegevoegde waarde per eenheid product ten opzichte van het voorgaande jaar, inclusief deflatie of inflatie.

De data waarmee de werkgelegenheid in kaart gebracht zal worden, zijn afkomstig van: Input-outputtabel Nederland en Eurostat.

2.3 Conclusie

Resumerend zijn de omgevingsfactoren, inputfactoren en outputfactoren van het conceptueel model met onderliggende factoren en meetbare indicatoren geordend per kolom weergegeven in figuur 2.3. Deze figuur is dus in feite een uitwerking van het conceptueel model, zoals weergegeven in figuur 2.1.

<i>Omgevingsfactoren</i>	<i>Inputfactoren</i>	<i>Outputfactoren</i>
<i>Algemeen</i>	<i>Innovativiteit</i>	<i>Vraag en marktpositie</i>
- Inflatievoet	- R&D uitgaven	- Consumptie per hoofd van de bevolking
- Langetermijnrente	- Aantal octrooien	- Zelfvoorzieningsgraad
- Openheid economie landen (= (Exporten tegen lopende prijzen + importen tegen lopende prijzen) gedeeld door BBP tegen lopende prijzen)	- Aantal (ver)nieuw(d)e producten	- RCA-index
	<i>Ondernemerschap</i>	- Exportwaarde per ton
	- Aantal ondernemingen	- Marktaandeel wereldmarkt
	- Groei van het aantal ondernemingen	- Groei wereldmarktaandeel
<i>Demografisch</i>	- Gemiddelde omzet van ondernemingen	- Importwaarde
- Bevolkingsgrootte	- Aantal nieuwe ondernemingen	- Exportwaarde
- Leeftijdsopbouw		<i>Toegevoegde waarde</i>
- Gezinssamenstelling	<i>Arbeid</i>	- Toegevoegde waarde per ketenschakel
- Inkomen en inkomensverdeling	- Aantal werknemers	- Toegevoegde waarde per eenheid product
	- Groei van werknemersbestand	- Toegevoegde waarde per arbeidsjaareenheid
<i>Kwaliteit van de infrastructuur</i>	- Percentage personeelskosten van productie	- Percentage toegevoegde waarde in de voedingsmiddelenindustrie van dat land
- Aantal gespecialiseerde agrovervoerders	<i>Kapitaal</i>	
- Publieke uitgaven aan R&D in de agrosector	- Brutokapitaalgoederenvoorraad	<i>Werkgelegenheid</i>
- Uitgaven in het agro-onderwijs per student	- Verhouding EV/VV	- Arbeidsproductiviteit
		- Arbeidskosten per eenheid product
	<i>Marktwerking</i>	- Arbeidsinzet in relatie tot de toegevoegde waarde
	- Brutoproductiewaarde gedeeld door arbeidskosten	

Figuur 2.3 Overzicht van de concurrentiekracht factoren en indicatoren

2.4 Benchmarking

Op de eerder in dit hoofdstuk genoemde indicatoren en achterliggende drijvende krachten wordt Nederland gebenchmarkt ten opzichte van concurrenten. Van benchmarking zijn vele definities beschikbaar. Wetenschappelijk wordt benchmarking volgens Spendolini (1992) gedefinieerd als:

'Een continu, systematisch proces bestaande uit het meten, vergelijken, evalueren en begrijpen van de producten, diensten, functies en bedrijfsprocessen van organisaties met het doel het verbeteren van de eigen organisatie.'

Deze definitie geeft echter geen indicatie ten aanzien van het vergelijkingsobject, terwijl dat wel relevant is. Bovendien kijken we in dit verband naar (sub)sectoren, dus daarvoor is bovenstaande definitie ook niet bruikbaar. Een invalshoek zou kunnen zijn 'organisatie' door '(sub)sector' te vervangen en dan klopt de definitie inhoudelijk en qua doelstelling wel met de doelstellingen van het project.

Definities van benchmarking die dichter in de buurt komen van de doelstellingen van dit project zijn:

'Continuous measurement of a process, product, or service compared to those of the toughest competitor, to those considered industry leaders, or to similar activities in the organization in order to find and implement ways to improve it.'

<http://www.jointcommission.org/SentinelEvents/se_glossary.htm>

'A continuous process of measurement of products, services and work processes, against those recognised as leaders. <thequalityportal.com/glossary/b.htm>'

In deze definities wordt ervan uitgegaan dat de marktleider als referentiepunt moet worden genomen. De Europese markt is als uitgangspunt genomen voor de concurrentie-monitor, omdat de Nederlandse agrarische sectoren vooral concurrentie ondervinden van sectoren uit andere Europese landen. Alleen bij concurrentieanalyses waar landen buiten Europa een relevante rol spelen zullen ook landen buiten Europa meegenomen worden.

Gekozen is om in het eerste jaar de sectoren zuivel en groente uit te werken voor Duitsland, Frankrijk en Polen. Daarnaast zullen per sector de landen worden meegenomen die in Europees verband relevant zijn. Voor groente is dat Spanje en Italië. Waar gegevens zijn, zijn ook andere landen meegenomen.

In de benchmarks van 2006 is het land dat het grootste marktaandeel heeft op de wereldmarkt van de geselecteerde landen (Frankrijk, Polen, Spanje, Denemarken en Duitsland) als marktleider beschouwd.

Concurrentiekrachtindicatoren

Vele factoren bepalen de concurrentiepositie van een sector en spelen direct of indirect een rol. Een keuze uit indicatoren is dus nooit allesomvattend. Maar gegeven de doelstellingen van het project zijn de volgende indicatoren meegenomen, omdat:

- marktpositie en marktontwikkeling indicatief zijn voor vraag en aanbod naar producten en daarom iets zeggen over de acceptatiegraad in de markt en het internationale krachtenveld;
- toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit inzicht geven in de bijdrage die een sector levert aan de lokale economie.

Bij beiden wordt uitgegaan van de groei, omdat daarmee de ontwikkeling over de tijd en concurrentiepositie wordt weergegeven. Ook in andere publicaties wordt voor de bepaling van de concurrentiepositie veelal de groeivoet genomen, omdat die de verandering in indicatoren weergeeft. Immers, als bijvoorbeeld een groot marktaandeel kleiner wordt, kan moeilijk gesproken worden van een sterke positie, ook al blijft het marktaandeel absoluut nog groot. Omgekeerd als een klein marktaandeel groeit, dan kan wel gesproken worden van een (relatief) sterke positie, ook al blijft het marktaandeel vooralsnog klein.

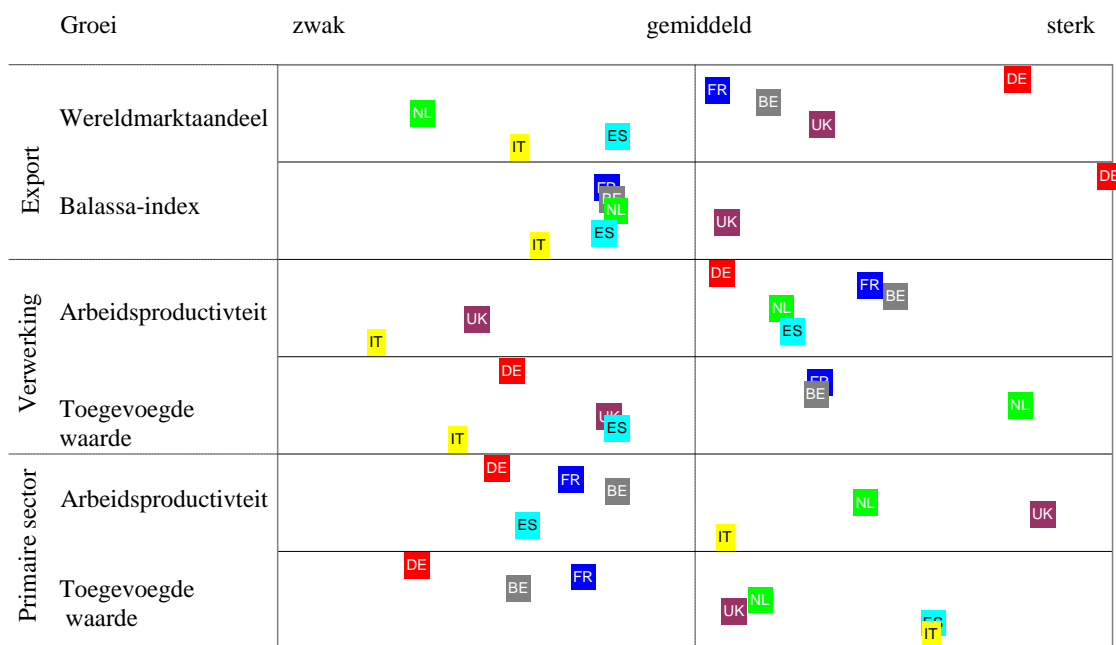
De volgende indicatoren worden onderscheiden:

- *Marktpositie*
Als markt wordt de export naar de 'wereldmarkt' genomen. De veranderingen in het marktaandeel worden als indicator gebruikt. Dit is in concurrentieanalyses een gebruikelijke indicator. Deze indicator geeft de openheid van de sector naar buiten toe aan. Export en import vormen een klein gedeelte van de totale consumptie. Als indicator wordt de absolute groei van het marktaandeel op de wereldmarkt genomen. Relatieve groei van het marktaandeel wordt niet genomen. Het belang van een groei van een marktaandeel van 50 naar 51% (relatieve groei van 2%) wordt net zo belangrijk gevonden als een groei van 1 naar 2% (een relatieve groei van 100%). In beide gevallen wordt de groei van 1 procentpunt genoteerd;
- *Marktontwikkeling*
Het belang van een sector op de wereldmarkt wordt uitgedrukt in het aandeel van de sector specifieke producten in de totale export van een land: de Balassa-index, de RCA (Reveal Comparative Advantage) index ook wel de exportspecialisatiegraad genoemd. Een index van 1 geeft aan dat het exportaandeel van een product in het totale exportpakket van een bepaald land een gelijke verhouding heeft als van de totale wereld. Een index kleiner dan 1 betekent een geringere betekenis en groter dan 1 een grotere betekenis. Hier wordt als indicator de groei van de Balassa-index gebruikt;
- *Reële toegevoegde waarde*
Het economisch belang van een sector wordt uitgedrukt in toegevoegde waarde. Deze toegevoegde waarde wordt echter beïnvloed door: (1) inflatie en (2) geografische schaal. Door inflatie stijgt dat bedrag in de loop der jaren, daarom dient het bedrag gedefleerd worden. Alle toegevoegde waardes worden gecorrigeerd voor de inflatie van voedselprijzen. Deze is genomen van World Development Indicators. De omvang van de toegevoegde waarde is mede bepaald door de geografische schaal. Een groot land heeft in het algemeen een evenredig grotere sector dan een klein land. Ook hier is daarom de groei van de reële toegevoegde waarde genomen en niet de absolute groei;
- *Arbeidsproductiviteit*
Arbeid is een van de economische productiefactoren. De omvang geeft op zich het belang van de sector aan, maar is mede bepaald door de geografische schaal. In de li-

teratuur wordt daarvoor de arbeidsproductiviteit genomen. Dat is de reële toegevoegde waarde gedeeld door de arbeidsinzet. Hier doen zich bovendien verschillen in koopkracht voor. In Polen wijkt de beloning van arbeid sterk af van bijvoorbeeld Nederland. Dat komt mede tot uitdrukking in koopkracht pariteiten, die moeilijk zijn te bepalen. Daarom wordt de groei in arbeidsproductiviteit gebruikt.

Indien er meerdere schakels in de keten zijn worden reële toegevoegde waarde en de arbeidsproductiviteit meerdere malen genomen. In principe altijd voor de primaire sector en voor de verwerkende industrie of groothandel indien het product zonder verwerking naar de eindgebruiker gaat. Dat betekent minimaal zes indicatoren.

In figuur 2.4 is, met behulp van fictieve data, voor de verschillende landen een voorbeeldfiguur gemaakt van de benchmark. De waarden zijn eerst gestandaardiseerd alvorens deze in het figuur te plaatsen.



Figuur 2.4 Voorbeeldfiguur overall beoordeling benchmark

De gebruikte indicatoren komen vooral uit de internationale economie (zie bijvoorbeeld Krugman en Obstfield, 1994). Deze aanpak wordt veel gebruikt om de concurrentiepositie van landen ten opzichte van elkaar te bepalen en sluit daarmee goed aan bij de vraagstelling van dit onderzoek. Hiermee is niet gekozen voor benchmarkindicatoren uit de Industriële Economie (Porter, 1980; Porter, 1990 en Tirole, 1998), strategisch management (Hamel en Prahalad, 1994) of de marketing (Hunt en Morgan, 1995). Het kenmerk van deze laatste benaderingen is dat ze meer gericht zijn op bedrijven.

2.5 Sectorkeuze

Per jaar worden twee sectoren uitgewerkt volgens bovengenoemde methodiek. Omdat het uitgangspunt is dat van secundaire data wordt uitgegaan, zijn er ook beperkingen met betrekking tot sectorkeuzes. De sectorindeling die gekozen wordt, is gebaseerd op (1) databeschikbaarheid (2) eindproducten (in plaats van naar primaire productiesectoren).

Vanuit dat gezichtsveld is de volgende sectorindeling mogelijk:

- vlees en vleesproducten;
- vis en visproducten;
- groente;
- fruit;
- plantaardige en dierlijke oliën en vetten;
- melkproducten;
- gemalen graan en graanproducten;
- diervoeding;
- suiker;
- dranken;
- bloemen en planten;
- levende dieren.

Voor deze indeling is gekozen, omdat ze goed aansluit bij de indeling in Eurostat voor primaire en verwerkende bedrijven. Daar ligt ook het zwaartepunt van de studie. Alleen voor de groothandel en detailhandel is bij sommige productgroepen sprake van definitieverschillen. Gemalen graan, graanproducten en diervoeding zijn in de groothandelstatistieken één categorie en dus niet uit te splitsen. Melkproducten, eieren en eetbare oliën en vetten zijn ook één categorie en kunnen dus ook niet uitgesplitst worden. Bij de detailhandel wordt brood en banket onder één categorie gebracht.

In 2006 is gekozen voor de sectoren zuivel en groente. In de navolgende hoofdstukken wordt de methodiek, zoals beschreven in dit hoofdstuk, toegepast voor de groentesector. De omgevingsfactoren worden generiek toegepast.

3. Omgevingsfactoren

Om een beeld te krijgen van de omgeving waarin bedrijven in de twee sectoren opereren, wordt eerst een inzicht gegeven in de omgevingsfactoren. Door deze ontwikkelingen naast ontwikkelingen in de marktpositie in verschillende landen te plaatsen, wordt de veerkracht en sterkte van sectoren meer zichtbaar.

In dit hoofdstuk worden de algemene en demografische factoren nader uitgewerkt. In hoofdstuk 4 wordt de sectorspecifieke uitwerking gepresenteerd.

3.1 Algemeen

De mate waarin een sector kan concurreren is mede afhankelijk van de omgeving waarin het bedrijf zich bevindt. De algemene factoren, die in deze paragraaf worden behandeld, hebben betrekking op de economie van de verschillende landen. Deze economische variabelen zijn gekozen op relevantie voor de concurrentiepositie.

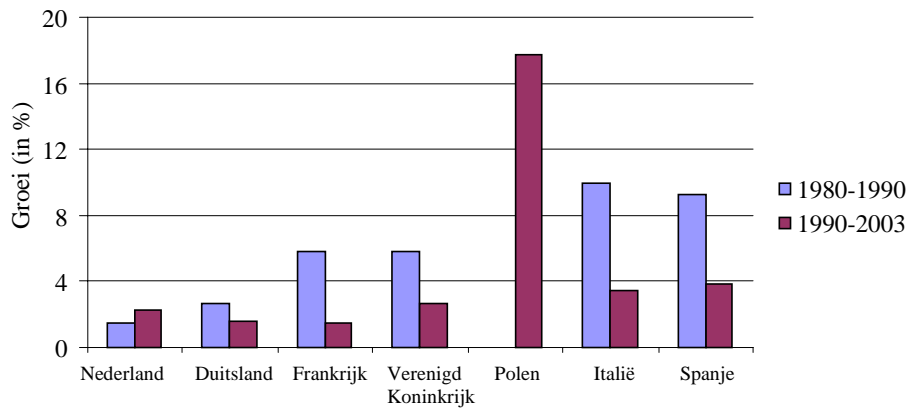
Als eerste wordt gekeken naar de groei van het BBP (=bruto binnenlands product). Het BBP is een indicator die inzicht geeft in het algemeen economisch klimaat in een land. Het absolute BBP is gerelateerd aan de bevolkingsgrootte van het land. Die wordt in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten, omdat de onderzochte landen van verschillende grootte zijn. Wel wordt de groei van het BBP en de BBP per hoofd van de bevolking meegenomen.

Uit figuur 3.1 blijkt dat Italië en Spanje de hoogste groei van het BBP per jaar van de geselecteerde landen in beide periodes hebben. Van Polen zijn alleen over de tweede periode gegevens beschikbaar. Deze gegevens laten zien dat de relatieve groei van het BBP in de tweede periode (1990-2003) ten opzichte van de voorafgaande periode zeer groot is in Polen in vergelijking met andere landen. Het BBP per hoofd van de bevolking van deze landen ligt echter (ver) onder het niveau van Duitsland, Frankrijk en Nederland.

Nederland had in 2005 van de onderzochte landen de hoogste BBP per hoofd van de bevolking en Polen de laagste (bron WDI). Het BBP per hoofd van Nederland is meer dan 4,5 keer zo hoog als dat van Polen. Het verschil tussen Nederland, Frankrijk (de nummer 2) en Duitsland (de nummer 3) is minimaal. Italië is de nummer 4 met een BBP per hoofd die 20% lager is dan die van Nederland en Spanje (de nummer 5) heeft een BBP per hoofd die 30% lager is dan die van Nederland.

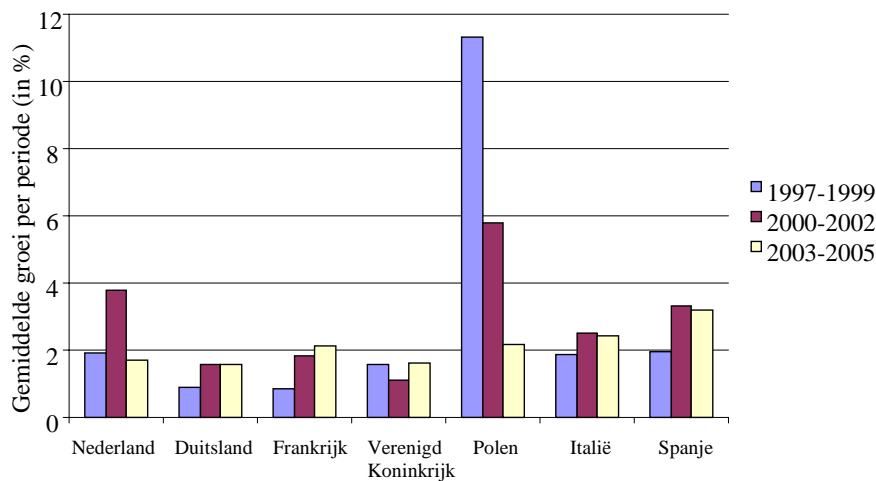
Voor Nederland is de vergelijking met Duitsland en Frankrijk dus vooral van belang. Daaruit blijkt dat de groei van het BBP in Nederland in de periode 1980-1990 relatief klein is en dat de groei van het BBP in de periode 1990-2003 relatief groot is ten opzichte van Duitsland en Frankrijk. Alleen op basis van deze cijfers lijkt het of Nederlandse ondernemingen van 1980 tot 1990 in een relatief ongunstiger ondernemingsklimaat zaten dan van 1990 tot 2003. Dat betekent dat ondanks de lagere groei dan de andere landen, Nederland

wel een goed ondernemingsklimaat heeft en er vanaf 1990 in geslaagd is de tegenvallende groei van de jaren tachtig te compenseren.



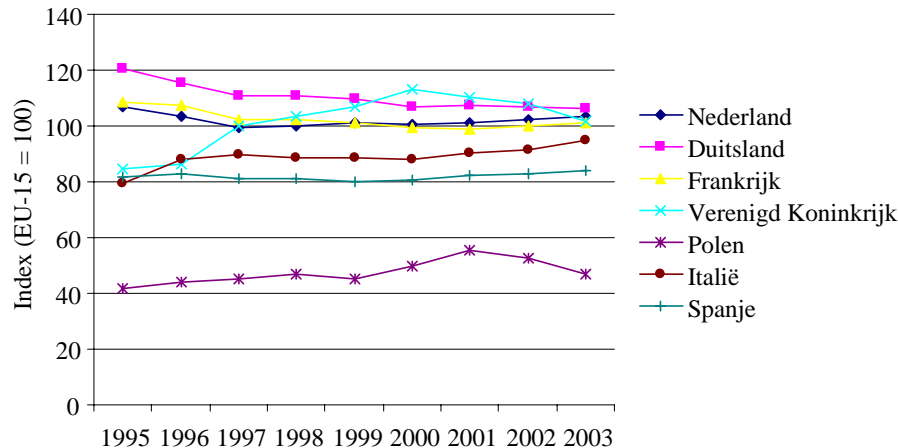
Figuur 3.1 Stijging BBP
Bron: WDI.

In figuur 3.2 is te zien dat Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk over de periode 1997-2005 gemiddeld de laagste inflatie hebben van deze zeven landen. Nederland heeft tussen 1997 en 2002 een relatief hoge inflatie gekend. Polen heeft van de onderzochte landen de hoogste inflatie, maar dat is gegeven de economische situatie en ontwikkeling van dat land ook te verwachten.



Figuur 3.2 Inflatie: stijging in consumentenprijzen
Bron: Eurostat.

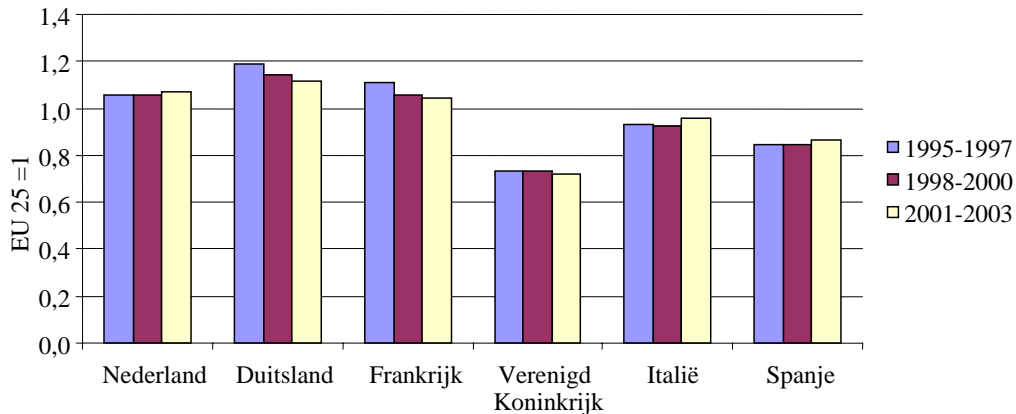
Inflatie is evenals de groei van de BBP een relatief begrip. Als het prijspeil in een land ver onder het prijspeil van andere concurrerende landen ligt en er is sprake van een hoge inflatie, hoeft dat niet funest te zijn voor de concurrentiepositie. Daarom is ook het algeheel prijspeil van de verschillende landen naast elkaar gezet (zie figuur 3.3).



Figuur 3.3 Prijspeil in verhouding tot de EU 15
Bron: Eurostat.

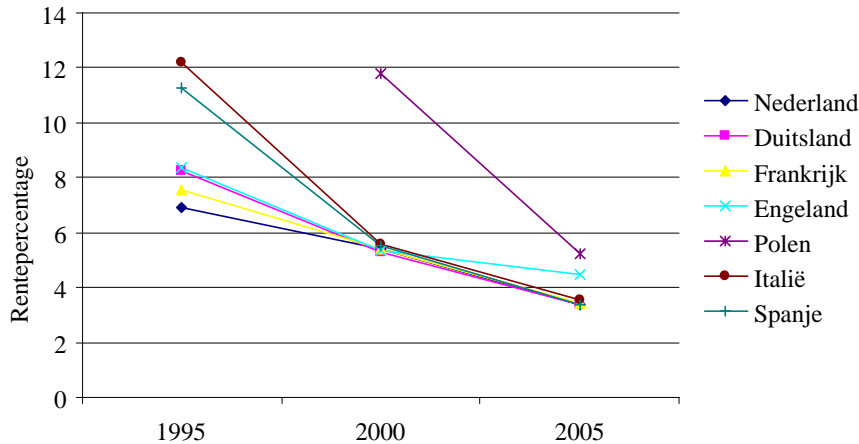
Daaruit blijkt dat het prijspeil van Polen veel lager ligt dan dat van de 15 grootste Europese landen (EU 15 = 100). Ook Spanje heeft een lager prijspeil dan de andere onderzochte landen. De hoge inflatie in die landen gecombineerd met het lage prijspeil leidt dus niet noodzakelijk tot consequenties voor de concurrentiepositie van die landen.

Met betrekking tot informatie over prijzen is ten slotte een overzicht gegeven van de koopkrachtpariteit. In figuur 3.4 is de koopkrachtpariteit van de landen weergegeven waarbij de koopkrachtpariteit van de 25 grootste EU-landen (de EU 25) als norm is genomen. In de economie is dit een alternatieve manier om de relatieve koopkracht van twee landen te vergelijken. Spanje en het Verenigd Koninkrijk hebben de laagste koopkrachtpariteit en dat van Nederland ligt tussen 2001 en 2003 op een vergelijkbaar niveau met die van Frankrijk en Duitsland. De koopkrachtpariteit van Frankrijk en Duitsland is echter afgenomen tussen 1995 en 2003, terwijl die van Nederland stabiel was. De lage koopkrachtpariteit van het Verenigd Koninkrijk is opvallend. Dit komt niet overeen met het beeld van figuur 3.3 toen het ging om prijspeil. Dit is te verklaren door een relatief ongunstige wisselkoers die het Verenigd Koninkrijk heeft ten opzichte van de EU. De relatief lage scores van Italië en Spanje komen wel overeen met het beeld op basis van de andere figuren, wat ook logisch is gegeven de participatie van die landen aan de euro.



Figuur 3.4 Koopkrachtpariteit
Bron: Eurostat.

Een andere algemene omgevingsfactor is de langetermijnrente. In figuur 3.5 is te zien dat in alle onderzochte landen de lange termijn rente is gedaald tussen 1995 en 2000. De meeste van onderzochte landen zijn toen opgegaan in de eurozone. Van de onderzochte landen hebben alleen het Verenigd Koninkrijk en Polen nog hun eigen munt. Dat is ook herkenbaar in de rentepercentages. Uit de vergelijking blijkt dat in 2000 de langetermijnrente van Polen nog veel hoger lag dan die van de andere landen en hoewel Polen in 2005 nog steeds de hoogste rente heeft is te zien dat de verschillen veel kleiner zijn geworden.



Figuur 3.5 Langetermijnrente
Bron: Eurostat.

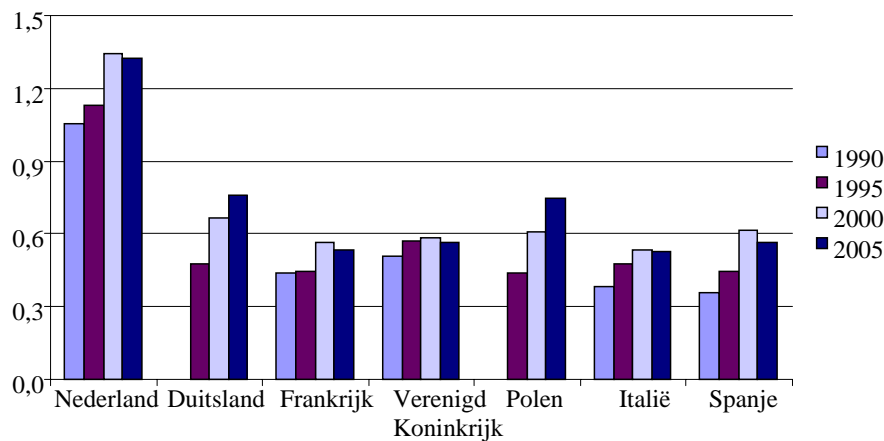
Dit betekent dat de bedrijven die deel uitmaken van de eurozone min of meer in dezelfde kapitaalmarkt opereren. Dit impliceert echter niet dat het investeringsklimaat in bijvoorbeeld alle EU-landen ook vergelijkbaar is. Daartoe moet ook rekenschap worden genomen

van het belastingen- en vergunningenstelsel en het politieke klimaat. Alleen Polen en het Verenigd Koninkrijk hebben nog een onderscheidende rente.

Ten slotte is er gekeken naar de openheid van de economie in de verschillende landen. De openheid van de economie is berekend als de som van de exporten en de importen tegen lopende prijzen gedeeld door het BBP in lopende prijzen. In figuur 3.6 is een overzicht te vinden van de openheid van de economieën van de onderzochte landen.

Nederland is het land met de meest open economie. Tussen de andere landen zijn de verschillen beperkt. Verder is te zien dat de openheid van de economieën in de onderzochte periode is toegenomen, met name tussen 1990 en 2000.

De openheid van de Nederlandse economie geeft aan dat Nederland meer een handelsland is dan de andere onderzochte landen en dus een sterkere internationale oriëntatie heeft. Of er sprake is van meer import of meer export moet blijken per sector.



Figuur 3.6 Openheid economie: de som van import en export in relatie tot de omvang in de economie (BBP)

Bron: Eurostat.

Uit figuur 3.6 blijkt tevens dat de Duitse economie sinds 1995 veel opener is geworden, evenals de Poolse. Dat betekent dus dat er of meer wordt geïmporteerd of meer wordt geëxporteerd. Als het eerste het geval is, betekent dit een verslechtering van de concurrentiepositie. In de sectorbeschrijvingen zal hier verder op in worden gegaan.

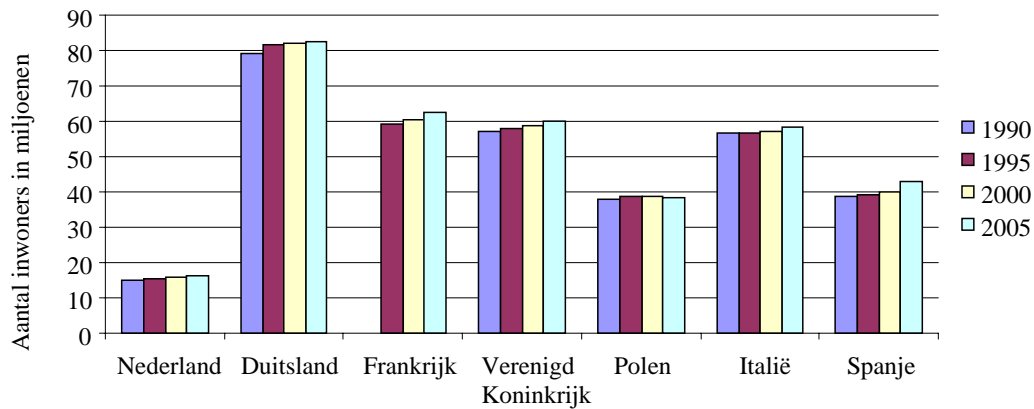
3.2 Demografisch

Inzicht in de demografische ontwikkelingen is voor de concurrentiepositie om een aantal redenen relevant:

- het potentieel aan arbeidskrachten en de leeftijdsopbouw van de beroepsbevolking;
- inzicht in de thuismarkt in relatie tot de exportmarkt.

3.2.1 Leeftijdsopbouw van de bevolking

Allereerst wordt de bevolkingsgrootte weergegeven. Nederland is het land met de minste inwoners en Duitsland het land met het grootste aantal (figuur 3.7). Verder is te zien dat voor alle landen, behalve Polen, de bevolkingsgrootte tussen 1990 en 2005 iedere vijf jaar is gestegen. Omdat door de grote verschillen tussen de landen de relatief kleine verschillen binnen de landen over de tijd slecht waarneembaar zijn in figuur 3.7, zijn de aantallen ook weergegeven in tabel 3.1.



Figuur 3.7 Bevolkingsgrootte

Bron: WDI.

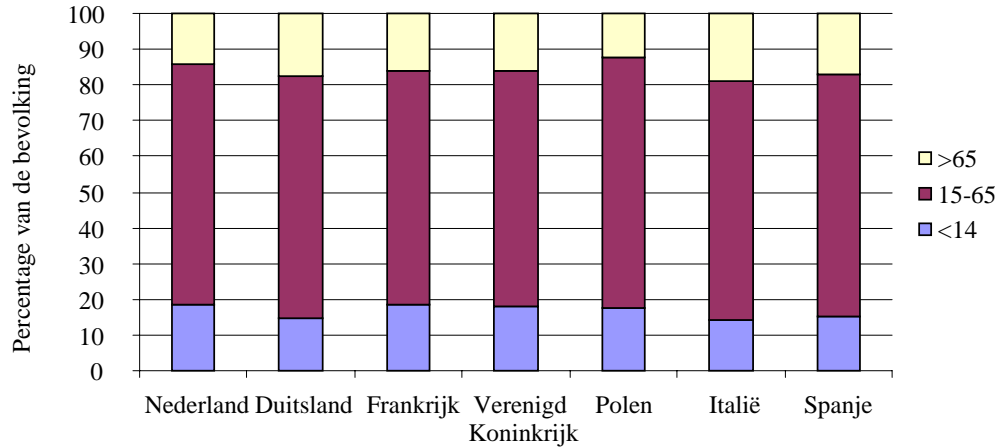
Tabel 3.1 Bevolkingsgrootte (in mln)

	1990	1995	2000	2005
Nederland	14,9	15,4	15,9	16,3
Duitsland	79,1	81,5	82,2	82,5
Frankrijk	59,3	60,5	62,4	62,4
Verenigd Koninkrijk	57,2	57,9	58,8	60,0
Polen	38,0	38,6	38,7	38,2
Italië	56,7	56,8	56,9	58,5
Spanje	38,8	39,3	40,0	43,0

Bron: WDI.

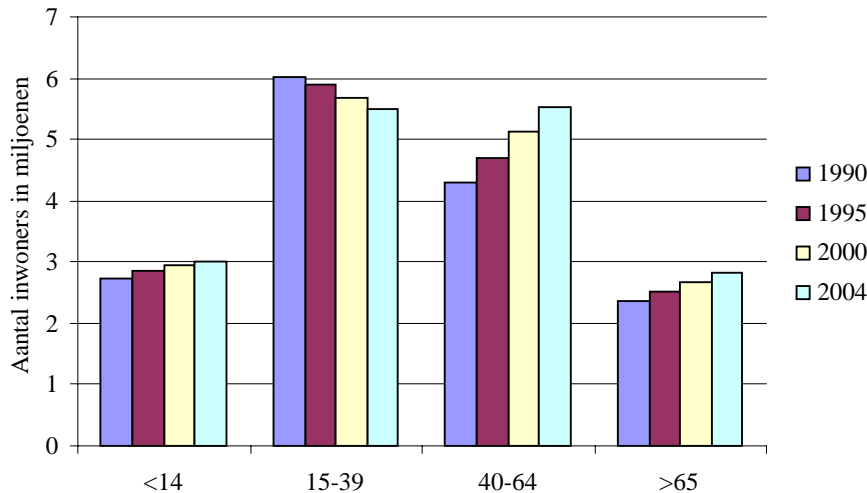
Behalve het totale aantal inwoners is ook het aantal inwoners van een bepaalde levensgroep relevant. Figuur 3.8 geeft een overzicht van de leeftijdsopbouw in de verschillende landen in 2003. Om een vergelijking te kunnen maken over de tijd, is in de figuren 3.9 tot en met 3.15 de leeftijdsopbouw voor de periode tussen 1990 en 2004 per land apart weergegeven.

In figuur 3.8 is te zien dat Italië het meest vergrijsd. Ook Duitsland heeft een relatief oude bevolking.



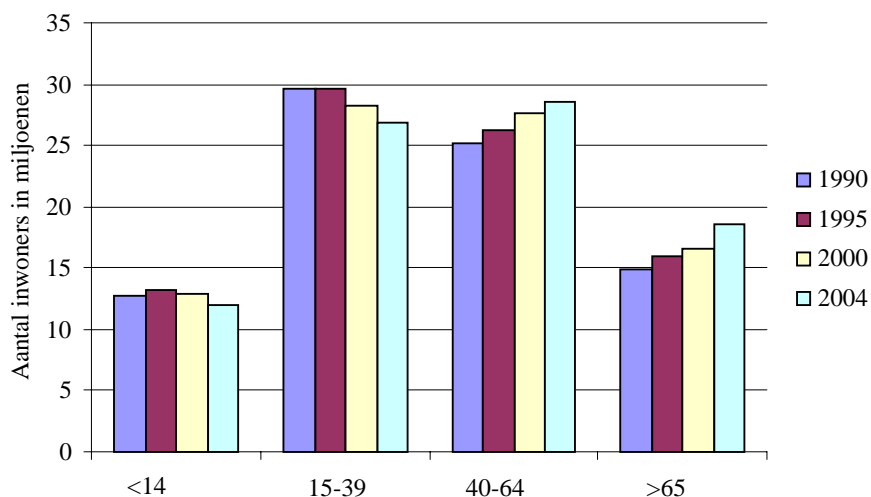
Figuur 3.8 Leeftijdsopbouw in 2003
Bron: Eurostat.

In Nederland is het aantal inwoners onder de 14 tussen 1990 en 2004 in elke periode toegenomen (zie figuur 3.9). Daarnaast is de vergrijzing duidelijk zichtbaar in de toename van de groep van mensen van 65 jaar en ouder en de vergrijzing voor de komende jaren is zichtbaar in de grote toename van de groep mensen met een leeftijd tussen 40 en 65 jaar. In Nederland is dus sprake van een verouderende beroepsbevolking, wat op termijn consequenties kan hebben voor de arbeidsproductiviteit. Tevens kan deze leeftijdsopbouw ook consequenties hebben voor het consumptiepatroon en voedselpreferenties. Onderzoek (Steenkamp, 1997) heeft uitgewezen dat voedselkeuze voor een belangrijk deel een routineus karakter heeft. Dit kan betekenen dat innovatieve nieuwe producten die niet specifiek gericht zijn op senioren, minder snel aanslaan in de markt.



Figuur 3.9 Leeftijdsopbouw Nederland
Bron: Eurostat.

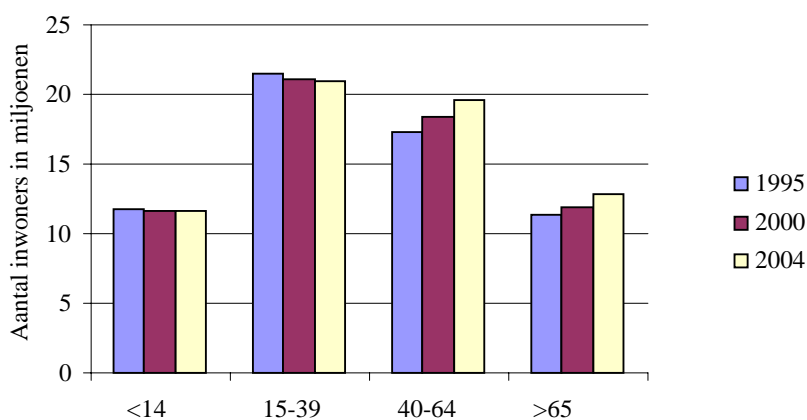
Net als in Nederland is de vergrijzing in Duitsland goed zichtbaar (zie figuur 3.10). Hier is echter ook sprake van ontgroening. De groep 40+'ers neemt toe. Dit betekent dat er in Duitsland sprake is van een verouderende beroepsbevolking, wat consequenties kan hebben voor de arbeidsproductiviteit. Tevens kan deze bevolkingsopbouw, net als in Nederland, consequenties hebben voor het consumptiepatroon van voedingsmiddelen.



Figuur 3.10 Leeftijdsopbouw Duitsland

Bron: Eurostat.

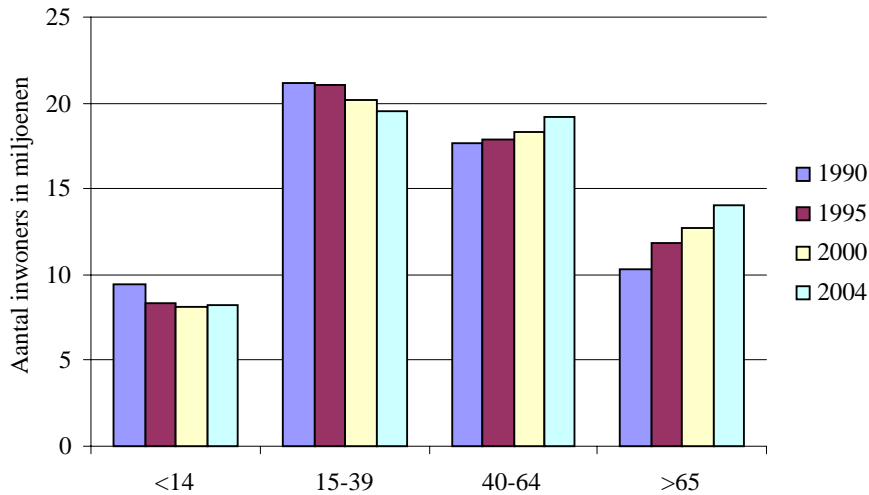
In Frankrijk blijft het aantal inwoners jonger dan 14 jaar redelijk gelijk (zie figuur 3.11). Maar ook hier is de vergrijzing goed zichtbaar. De beroepsbevolking loopt in Frankrijk echter minder sterk terug dan in Nederland en Duitsland. Over de gehele lijn is de bevolkingsopbouw in Frankrijk stabielier dan in Duitsland en Nederland.



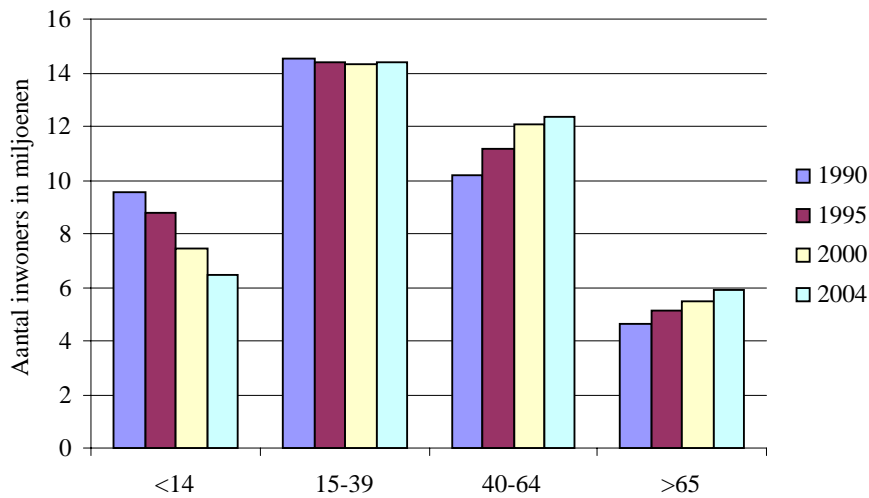
Figuur 3.11 Leeftijdsopbouw Frankrijk

Bron: Eurostat.

In Italië (zie figuur 3.12) is na jaren van ontgroening sprake van stabilisatie van het aantal kinderen onder 14 jaar. Het aantal mensen tussen 15 en 39 loopt nog wel terug. De toename van de groep 40+'ers is echter veel groter dan in Nederland, Duitsland en Frankrijk. Dit betekent dat de beroepsbevolking in de komende jaren nog aanzienlijk zal teruglopen, maar dat deze afname over 10 tot 15 jaar zal stabiliseren. De afname van het aantal 15- tot 39-jarigen en de toename van 40+'ers in de beroepsbevolking kan ook in Italië consequenties hebben voor de arbeidsproductiviteit.



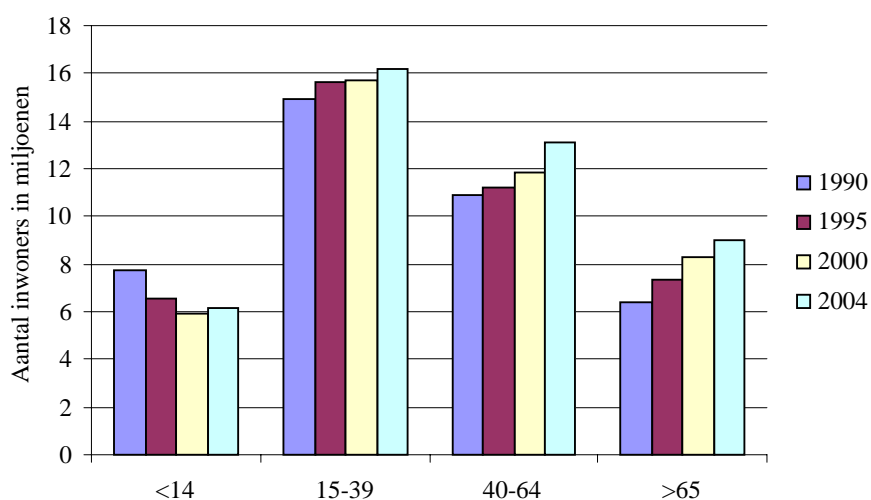
Figuur 3.12 Leeftijdsopbouw Italië
Bron: Eurostat.



Figuur 3.13 Leeftijdsopbouw Polen
Bron: Eurostat.

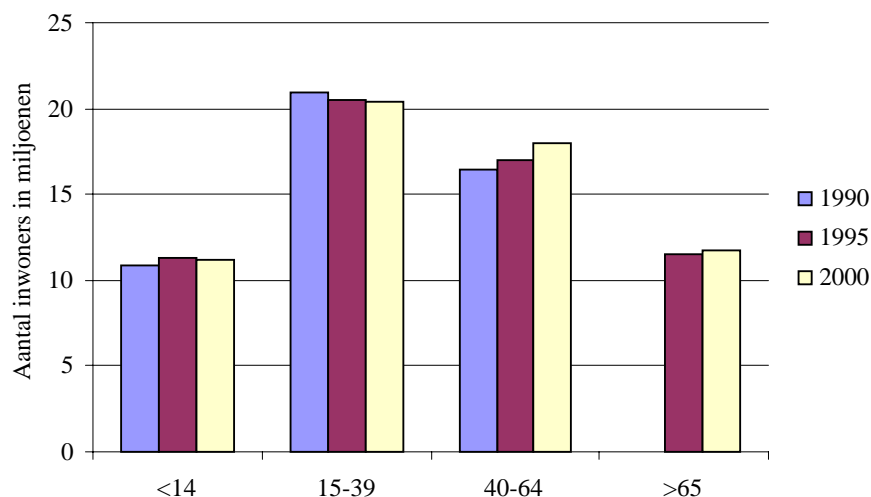
Polen kent een sterke ontgroening (zie figuur 3.13); het aantal inwoners onder de 14 is sterk afgenomen in de periode 1990-2004. Verder is ook hier de vergrijzing zichtbaar. Opvallend is dat de groep 15- tot 39-jarigen de afgelopen jaren stabiel is gebleven, ondanks de sterke afname van de groep kinderen onder 14 jaar. Dat kan betekenen dat deze groep meer oudere kinderen dan jongere kinderen omvat. Dat kan dus betekenen dat de veroudering van de beroepsbevolking in de toekomst nog veel explosiever toeneemt dan uit deze figuur blijkt.

Ook in Spanje is sprake van ontgroening en vergrijzing (zie figuur 3.14). Sinds 2000 is geen sprake meer van ontgroening en is de leeftijdsgroep onder 14 jaar gestabiliseerd. Opvallend is dat Spanje het enige land is waar de groep 15- tot 39-jarigen in aantal is toegenomen tussen 1990 en 2004. Naast het aantal ouderen (65+'ers) is de beroepsbevolking dus ook toegenomen. Deze toename is voornamelijk toe te schrijven aan het aantal instromers. Van alle hiervoor beschreven landen heeft Spanje dus het minst te maken met een verouderende beroepsbevolking.



Figuur 3.14 Leeftijdsopbouw Spanje
Bron: Eurostat.

Hoewel de gegevens over het Verenigd Koninkrijk niet compleet zijn, lijkt het erop dat de verschillen over de jaren heen in verhouding kleiner zijn dan in de andere landen. Het Verenigd Koninkrijk heeft de meest stabiele leeftijdsopbouw van alle landen die in dit onderzoek zijn opgenomen. Het aantal 40+'ers neemt wel toe, maar dit wordt blijkbaar aangevuld met jongeren. Net als Spanje is in het Verenigd Koninkrijk sprake van een toenemende beroepsbevolking.



Figuur 3.15 Leeftijdsopbouw Verenigd Koninkrijk
Bron: Eurostat.

Samengevat kan worden gesteld dat in de meeste onderzochte landen de beroepsbevolking verouderd; met uitzondering van Spanje en het Verenigd Koninkrijk. Dit kan consequenties hebben voor de arbeidsproductiviteit als dit niet wordt gecompenseerd met technische innovaties. Daarnaast zijn oudere arbeidskrachten vaak duurder dan jonge arbeidskrachten, dus een verouderende beroepsbevolking kan ook consequenties hebben voor de kostprijs van producten. De sectorspecifieke vergelijkingen tussen landen zullen inzicht geven in de arbeidsproductiviteit van de verschillende landen en de kostprijsverhoudingen.

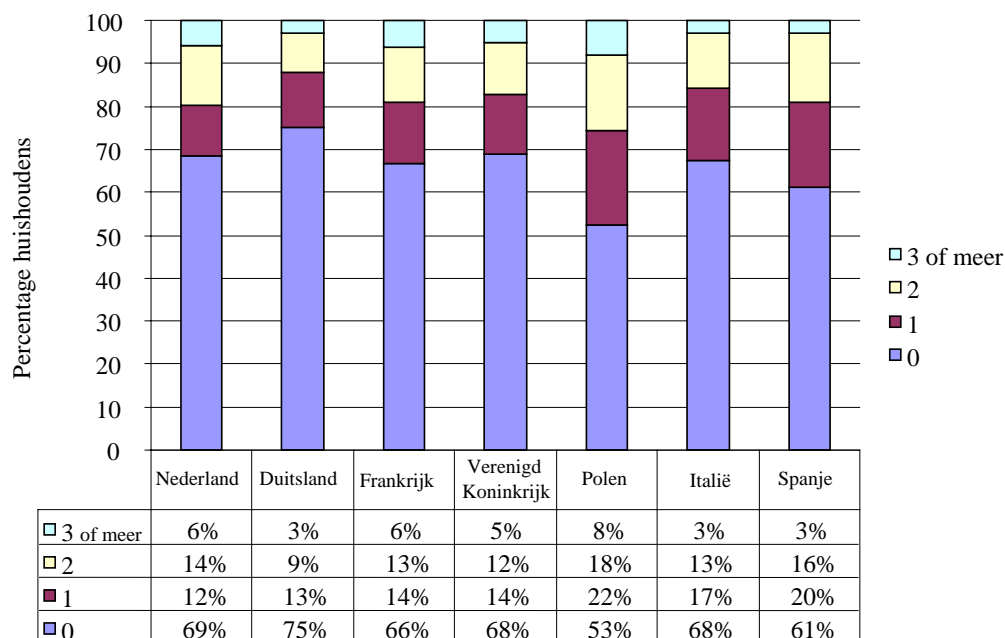
3.2.2 Gezinsamenstelling

Een tweede demografische indicator is de gezinsamenstelling van de bevolking. De gezinsamenstelling is om twee redenen relevant:

- productoriëntatie op de thuismarkt;
- koopkrachtindicator in combinatie met inkomen.

In figuur 3.16 is het kindertal per huishouden voor 2005 procentueel weergegeven.¹ Daaruit blijkt dat Duitsland vergeleken met de andere landen de meeste huishoudens heeft zonder kinderen, terwijl in Polen het aantal kinderen per huishouden het hoogst is.

¹ Voor de gezinsamenstelling zijn geen gegevens beschikbaar over andere jaren dan 2005 dus kan een vergelijking over de tijd niet worden gemaakt.



Figuur 3.16 Gezinsamenstelling: aantal kinderen

Bron: Eurostat.

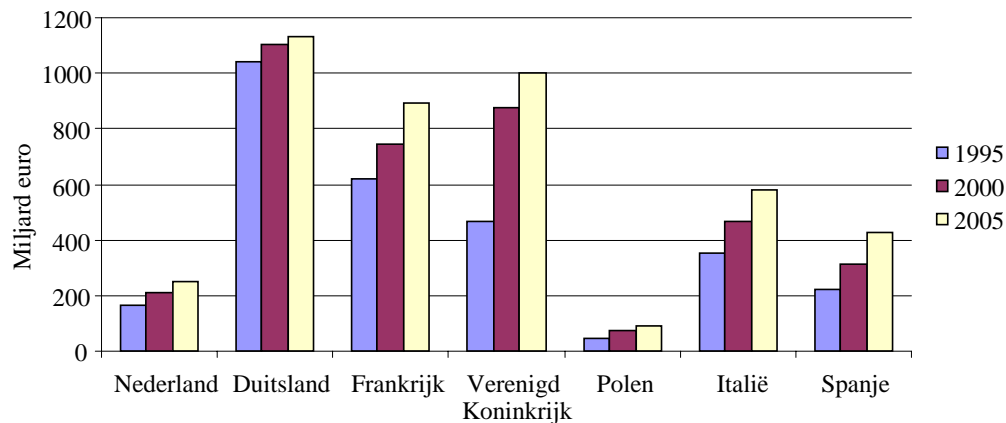
3.2.3 Inkomen

De laatste demografische indicator is het inkomen en de inkomensverdeling in de verschillende landen. In figuur 3.17 is het nationaal inkomen van de landen in miljarden euro weergegeven. Aangezien de verschillen tussen de landen zeer groot zijn, doordat het aantal inwoners waaronder het inkomen verdeeld wordt sterk verschilt, is in figuur 3.18 het inkomen als percentage van het BBP weergegeven.

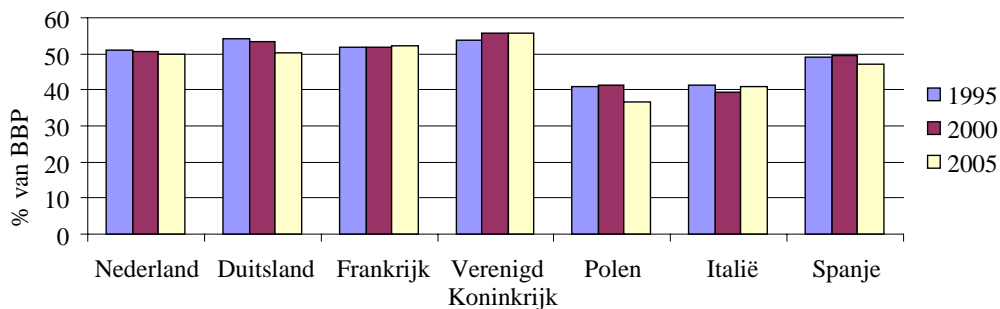
In figuur 3.18 is te zien dat het inkomen¹ als percentage van het BBP in de meeste landen nagenoeg gelijk is. Alleen in het Verenigd Koninkrijk is het iets hoger. Over de jaren valt op dat in veel landen de arbeidsinkomensquote licht is gedaald in de periode 1995 tot 2005. Alleen in Frankrijk is het inkomen als percentage van het BBP gelijk gebleven en in het Verenigd Koninkrijk is het licht gestegen. Het inkomen als percentage van het BBP ligt relatief laag in Italië en Polen.

Dit betekent dat in Polen en Italië van de productiewaarde een relatief kleiner deel wordt uitgekeerd aan de werknemers. In alle andere landen vertaalt toename van het BBP zich ook in hogere inkomensniveaus. Als inkomen wordt gerelateerd aan het prijspeil in de verschillende landen (zie figuur 3.3) dan is de koopkracht in Polen en Spanje met hetzelfde inkomen relatief hoog ten opzichte van de andere landen.

¹ Compensatie van werknemers is gedefinieerd als de totale vergoeding, in geld of in natura, betaald door de werkgever aan de werknemer in ruil voor werk uitgevoerd door de werknemer. Het betreft ook sociale premies, betaald door de werkgever.



Figuur 3.17 Inkomen (miljarden euro's)
Bron: Eurostat.

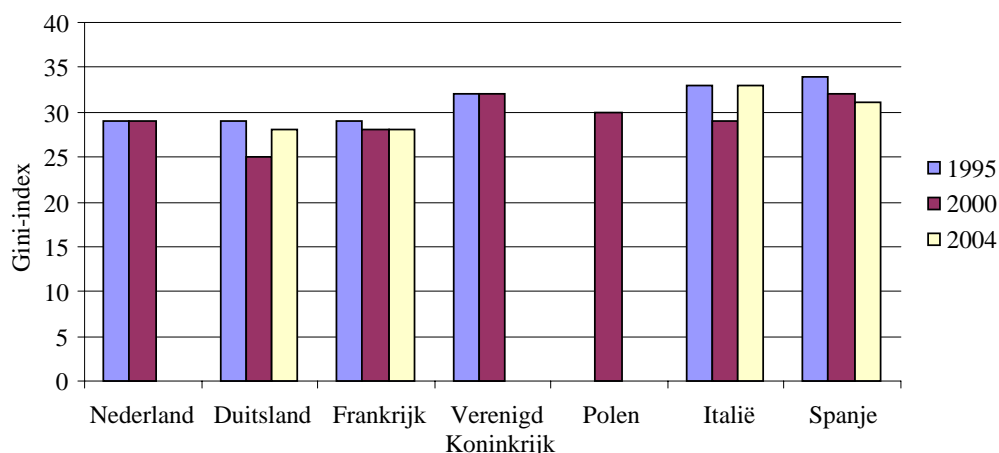


Figuur 3.18 Inkomen als percentage van het BBP
Bron: Eurostat.

Behalve de hoogte van het inkomen, is het tevens relevant de verdeling van het inkomen in acht te nemen. Dat geeft namelijk inzicht in de inkomensverdeling in de onderzochte landen. In figuur 3.19 is een overzicht gegeven van de scores op de Gini-index. De Gini-index is de Gini-coëfficiënt uitgedrukt in een percentage en laat de (on)gelijkheid van een inkomensverdeling in een land zien. De Gini-coëfficiënt is een getal tussen 0 en 1,0, waarbij de 0 correspondeert met de 'perfecte gelijkheid' (in dit geval heeft iedereen in een land hetzelfde inkomen) en de 1 correspondeert met de 'perfecte ongelijkheid' (één persoon heeft al het inkomen en de rest heeft geen inkomen).

Figuur 3.19 laat zien de verdeling van het inkomen in een aantal landen onveranderd is gebleven (Nederland en het Verenigd Koninkrijk), in een aantal landen meer gelijk is geworden (Frankrijk en Spanje) en in Italië en Duitsland rond 2000 gelijk was geworden,

maar ongelijker is geworden tussen 2000 en 2004.¹ Het Verenigd Koninkrijk, Italië en Spanje hebben de minst gelijke inkomensverdeling; de verschillen zijn echter vrij klein.



Figuur 3.19 Inkomensverdeling in Gini-index (= Gini-coëfficiënt vermenigvuldigd met 100)
Bron: Eurostat.

3.2.4 Conclusie

Nederland en Duitsland hebben een relatief kleine stijging van het BBP ten opzichte van andere landen. Dit zou kunnen duiden op een ongunstig economisch klimaat, wat weer kan doorwerken op de concurrentiepositie, voor Nederlandse ondernemingen in relatie tot concurrenten. Het BBP per hoofd van de bevolking is in Nederland echter het hoogst van alle onderzochte landen.

In Polen en Italië wordt een relatief klein deel van het BBP uitgekeerd in arbeidsinkomen, maar in Polen is wel sprake van een beduidend lager prijspeil dan in Italië, waardoor de koopkracht van een lager inkomen wel hoger is. De inkomenshoogte, inkomensgelijkheid en het prijspeil zijn nagenoeg gelijk in Nederland, Frankrijk en Duitsland. Het Verenigd Koninkrijk heeft een hoger inkomen en een hoger prijspeil.

Door de invoering van de euro en de Europese eenwording zijn de rentetarieven in de verschillende landen gelijk geworden. Voor het investeringklimaat betekent dit dat de economische omgeving voor bedrijven gelijk is geworden.

Daar staat tegenover dat de gezinssamenstelling wel verschillend is in de onderzochte landen. In Duitsland heeft een hoger percentage van de huishoudens geen inwonende kinderen en in Polen is dat juist niet het geval. Het besteedbaar inkomen per gezinslid is dus relatief laag in Polen.

¹ Voor zover er gegevens bekend zijn

In veel landen is sprake van een verouderende beroepsbevolking, wat in de toekomst kan leiden tot een lagere arbeidsproductiviteit en een hogere kostprijs omdat inkomen in de laatste jaren voor de pensioengerechtigde leeftijd meestal het hoogst is.

Nederland heeft van alle onderzochte landen de meest open economie. Dit impliceert dat Nederlandse bedrijven import- en exportgeoriënteerd zijn. Tussen de andere landen zijn de verschillen beperkt, wat betekent dat de bedrijven meer gericht zijn op de thuismarkt dan op de export naar andere landen. In het licht van concurrentiekracht betekent dit dat Nederlandse bedrijven meer succesvol zijn in het afzetten van producten in andere landen.

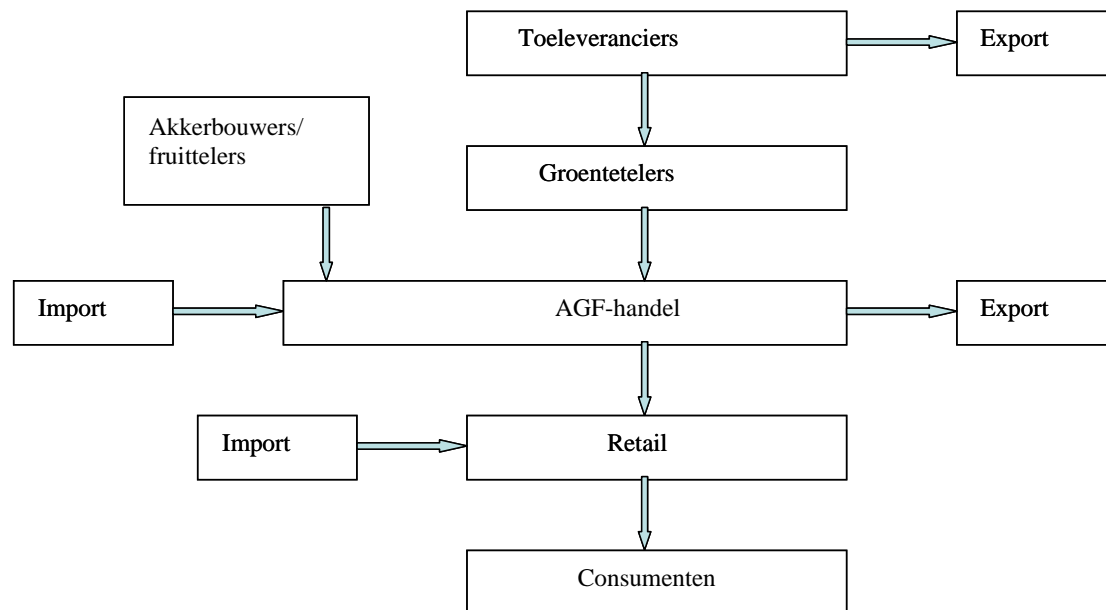
4. Concurrentiepositie verse groente

4.1 Inleiding: de groenteketen

Als onderdeel van de concurrentiemonitor wordt in dit hoofdstuk de concurrentiepositie van de verse groentesector weergegeven. De ontwikkelingen van de sector worden geanalyseerd: het betreft specifieke externe factoren en interne factoren. De algemene externe factoren zijn onder andere ontwikkelingen in bevolking, inkomensgroei en inflatie. Deze zijn in hoofdstuk 3 behandeld. De specifieke externe factoren voor de groentesector betreffen ontwikkelingen in de afzet van groente, verschuivingen in de vraag en in afzetkanalen. Externe factoren zijn kansen en bedreigingen voor de sector: de sector zelf heeft daar weinig invloed op want deze komen op hen af. Wel invloed heeft de sector op de interne factoren: de sterkten en zwakten. In dit hoofdstuk zal daar de meeste aandacht aan besteed worden.

Groenteketen

De groentesector bestaat uit vele spelers. De productieketen is vereenvoudigd weergegeven in figuur 4.1.



Figuur 4.1 De groenteketen

Schakels in de keten vormen een groep bedrijven die vergelijkbare activiteiten ontplooiën. We volgen de keten startend bij de retail en gaan terug naar de toeleveranciers. We onderscheiden de volgende schakels:

- *Retail*

De groothandelaren zetten hun producten (direct of indirect) af bij de retail. Van de verse groente wordt in Nederland circa 75% (HBD, 2005) en in Duitsland meer dan 80% (Behr et al., 2004) via de supermarkten afgezet. Penning (2003) geeft voor de Noordwest-Europese landen zelfs percentages van 85 tot 90% van de consumenten-uitgaven aan. In Frankrijk ligt dat met 70% lager en de verwachting is dat in Spanje en Italië de percentages nog lager liggen. De supermarktketens hebben nagenoeg alle voedingsmiddelen in hun pakket en worden daarom niet als een onderdeel van de keten gezien, maar als een relevante constante voor alle sectoren. De afzet via gespecialiseerde groentezaken is in de meeste landen beperkt. Deze groentezaken halen slechts 1 tot 3% van de omzetten die in algemene (voedings)supermarkten gerealiseerd worden.¹ In de meeste landen is de verhouding gehalveerd in de periode 1995 tot 2004. Het belang van de speciaalzaken neemt dus af;

- *AGF-groothandel*

De schakel voorafgaand aan de retail wordt aangeduid met de groothandel. Dit betreft handelaren die zowel aan binnenlandse bedrijven als aan buitenlandse afnemers leveren. Deze handelaren kunnen eveneens producten importeren en vervolgens weer deels exporteren. De activiteiten van de groep zijn onlosmakelijk verbonden met aardappelen en vers fruit. De schakel wordt aangeduid met AGF-handel: handel in aardappelen, groente en fruit. In de rest van de keten worden aardappelen en fruit niet meegenomen, voor de schakel handel zijn deze producten dus niet af te splitsen;

- *De telers*

In Nederland kan een onderscheid gemaakt worden tussen opengrondstellers en glastuinders. De eerst groep teelt diverse soorten kool, uien, prei, aardbeien, sla, peen en diverse andere producten. De glastuinders produceren in belangrijke mate tomaten, komkommers, paprika's en diverse kleinere gewassen zoals aubergines, courgettes enzovoort. Beide teeltsystemen lopen geleidelijk in elkaar over: aardbeien worden in toenemende mate in de kas geteeld, boontjes, sla, andijvie komen bij beide groepen telers voor en koolplantjes worden onder 'ondersteunend glas' opgekweekt. De dynamiek is in Nederland zeer verschillend tussen beide groepen bedrijven. Het verschil tussen de teeltsystemen is in de Zuid-Europese landen nog kleiner. Tomaat, paprika en komkommers worden daar zowel in de opengrond als onder beschermde omstandigheden geteeld. Op het niveau van primaire bedrijven worden deze twee groepen in het vervolg zo veel mogelijk onderscheiden. Mengvormen tussen beide komen voor, maar worden niet besproken vanwege onvoldoende informatie in het Europees boekhoudnet. Hoewel aardappelen in de internationale classificaties onder groente vallen, zijn ze hier niet meegenomen als primaire bedrijven. In de in Nederland gehanteerde terminologie zijn deze ingedeeld bij de akkerbouw;

¹ 1%: Verenigd Koninkrijk, Duitsland en België; 3%: Italië en Spanje

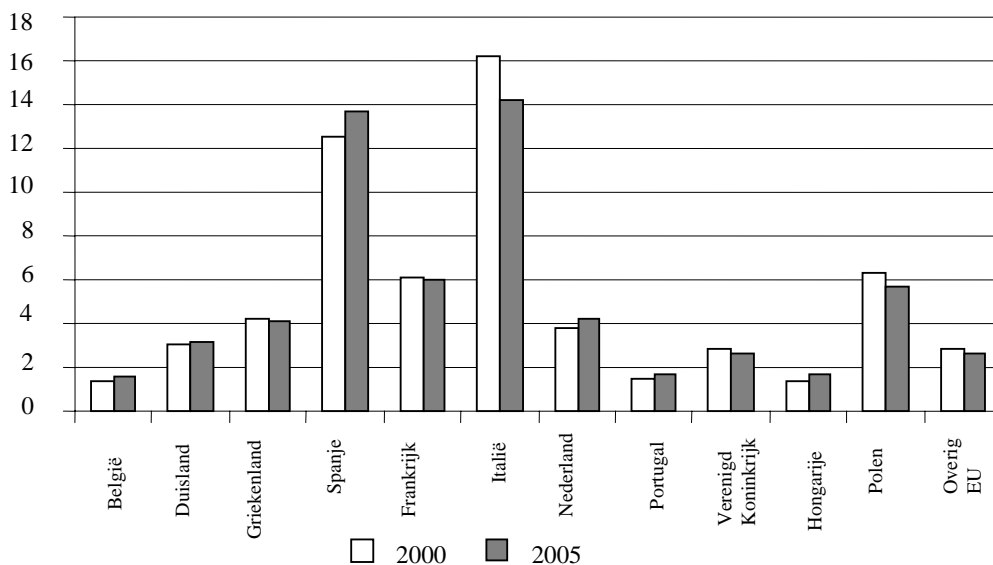
- *Toeleverende bedrijven*

Dit is een zeer heterogene groep in de groentesector. Het betreft internationaal opererende zaadverdelingsbedrijven, opkweekbedrijven, kassenbouwers, leveranciers van meststoffen, gewasbeschermingsmiddelen en andere vlottende bedrijfsbenodigdheden, lokaal opererende loonbedrijven, machinebouwers enzovoort. Van deze sector zijn nauwelijks kwantitatieve gegevens beschikbaar. Dit onderdeel wordt dan ook in kwalitatieve termen besproken. Het omvat een groep bedrijven, die wereldwijd toonaangevend is.

Eerst wordt achtergrondinformatie over de groenteteelt in Europa gegeven. Vervolgens start de concurrentieanalyse bij de beschrijving van de marktpositie, dan komen de handel en groentetelers aan de orde en ten slotte wordt het onderdeel toeleveranciers kwalitatief behandeld.

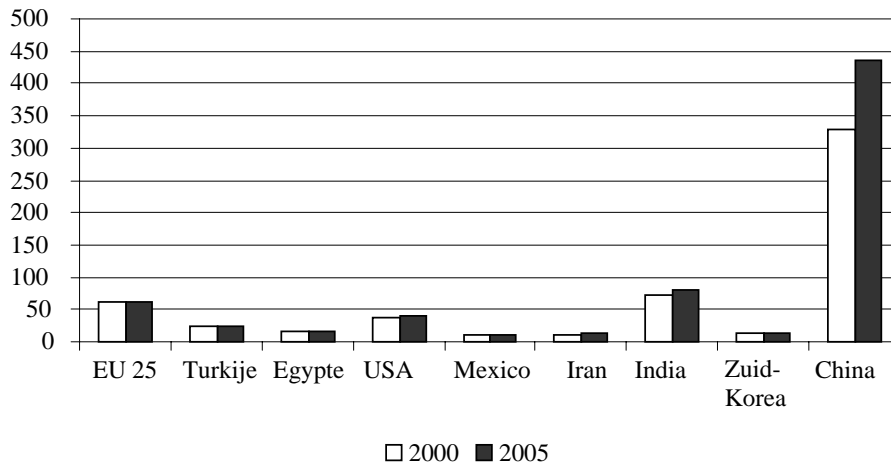
4.2 Groente in Europa

De belangrijkste EU-productielanden van groente zijn Italië, Spanje, Polen en op de vierde plaats Nederland. De productie in EU-15 is in de periode 2000-2005 licht gegroeid en in de nieuwe lidstaten met 20% gedaald. Zeer sterke groeiers in Europa zijn België (17%) en Hongarije (19%); sterke groeiers (circa 10%) zijn Spanje, Nederland en Portugal. Sterke dalers zijn naast de nieuwe lidstaten, Italië en het Verenigd Koninkrijk, waar de productie met ruim 10% daalde. De belangrijkste gewassen zijn tomaten met een productie van ruim 17 miljoen ton, ruim 28% van de totale groente productie, uien (9%) en peen (8%) (figuur 4.2).



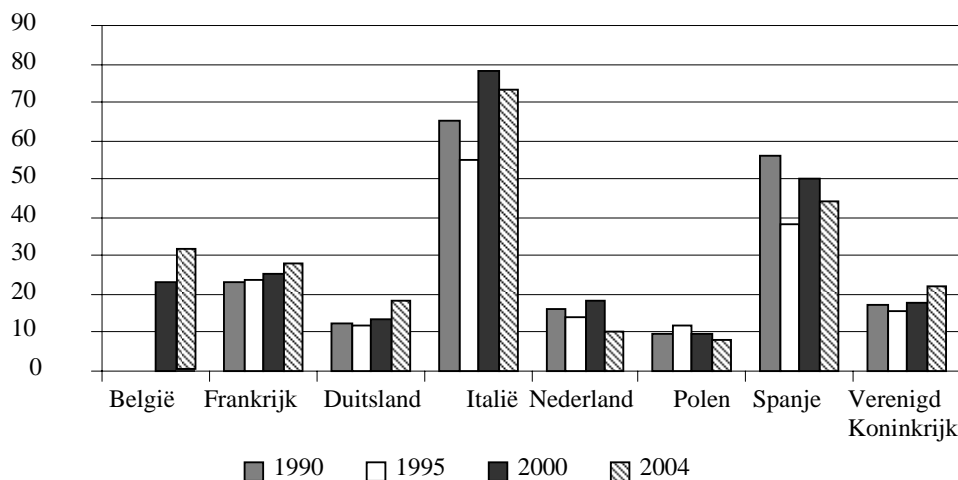
Figuur 4.2 Productie van groente in Europa (1.000 ton)
Bron: ZMP, Gemüse (2006).

Buiten de EU zijn diverse zeer grote productielanden, die verder buiten beschouwing worden gelaten (figuur 4.3). Het zal duidelijk zijn indien deze landen enkele luttele procenten meer van hun productie gaan exporten, er een groot extra volume op de markt komt. Voor de Europese telers zijn vooral Turkije en Egypte potentiële concurrenten voor (bederfelijke) verse groenten. Ten slotte wordt gewezen op de groei in de Verenigde Staten, Iran, India en China.



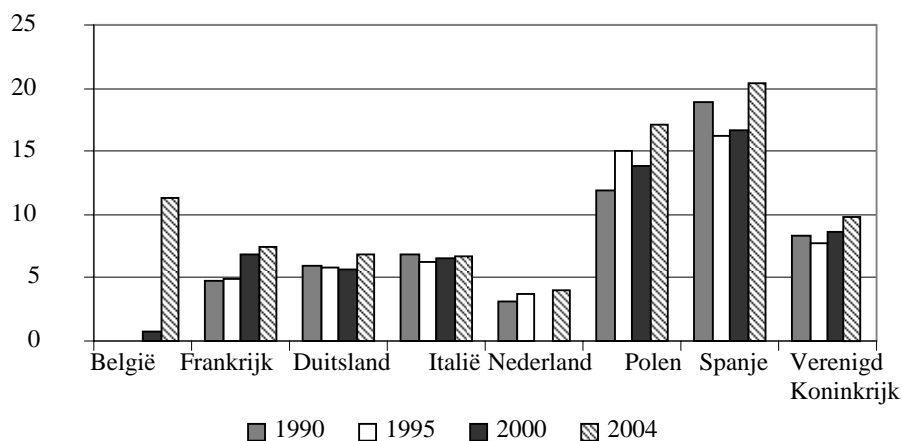
Figuur 4.3 Belangrijkste producerende landen in de wereld van verse groente (miljoen ton)
Bron: ZMP, *Gemüse* (2006).

De consumptie van de drie belangrijkste gewassen is weergegeven in de figuren 4.4, 4.5 en 4.6. Tomatenconsumptie is hoog in Italië en Spanje (figuur 4.4). Opvallend is de daling van de consumptie in Nederland en Polen, terwijl in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, landen met een lage zelfvoorzieningsgraad, de consumptie toeneemt.



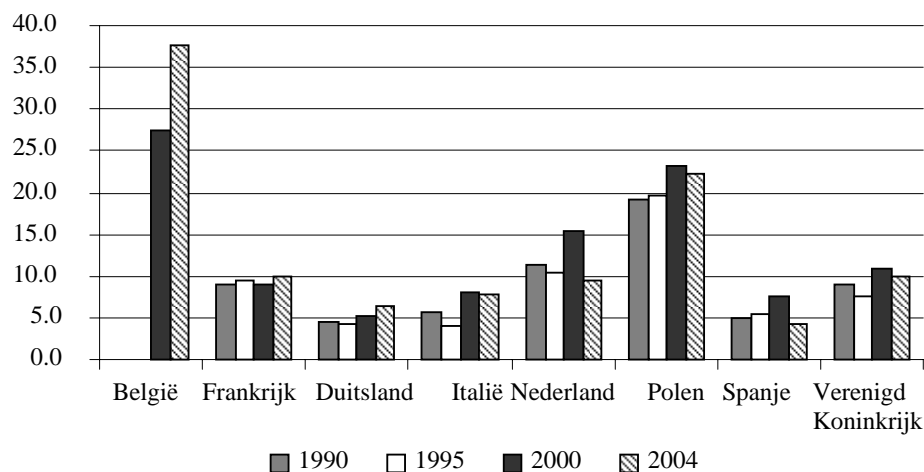
Figuur 4.4 Tomatenconsumptie kg per hoofd
Bron: FAOSTAT.

De consumptie van uien ligt relatief hoog in Polen en Spanje en is in de meeste overige landen stijgend (figuur 4.5). Nederland als een van de grotere producenten van uien heeft van de in het onderzoek opgenomen landen een relatief lage consumptie.



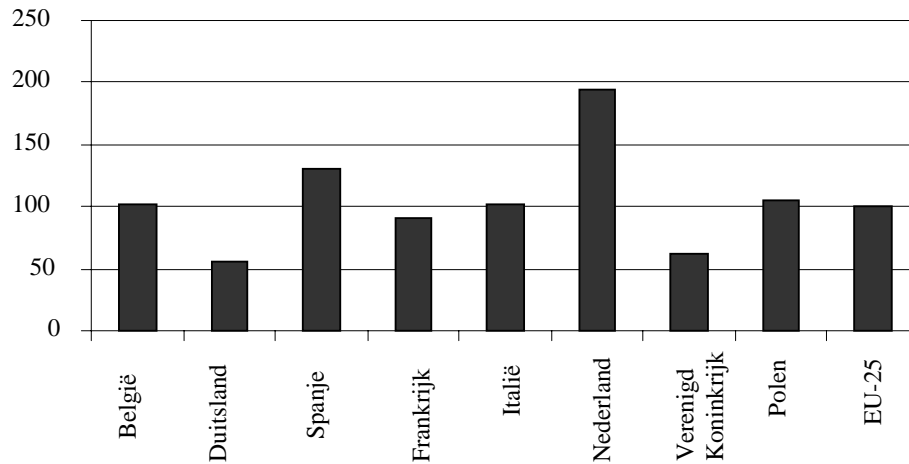
Figuur 4.5 Uienconsumptie kg per hoofd
Bron: FAOSTAT.

De consumptie van peen ligt laag in Italië en Spanje, zeer hoog in België (volgens de FAO) en hoog in Polen. Mogelijk is het beeld van België vertekend door de verwerkende groente industrie. België heeft Europees gezien een zeer sterke groente- en fruitverwerkende industrie met een sterke exportpositie, vooral diepvries (Wijnands et al., 2007). Peen is een van de grotere producten in de groentediepvriesindustrie.



Figuur 4.6 Peenconsumptie kg per hoofd
Bron: FAOSTAT.

In figuur 4.7 wordt de zelfvoorzieningsgraad voor groente weergegeven. Nederland heeft voor groente de hoogste zelfvoorzieningsgraad: er wordt bijna twee keer zo veel geproduceerd als geconsumeerd. Spanje is de grootste exporteur van groente, direct gevolgd door Nederland. EU-25 en de meeste vermelde landen zijn vrijwel volledig zelfvoorzienend. Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn de grootste tekortlanden met een zelfvoorzieningsgraad van 55 respectievelijk 61%.



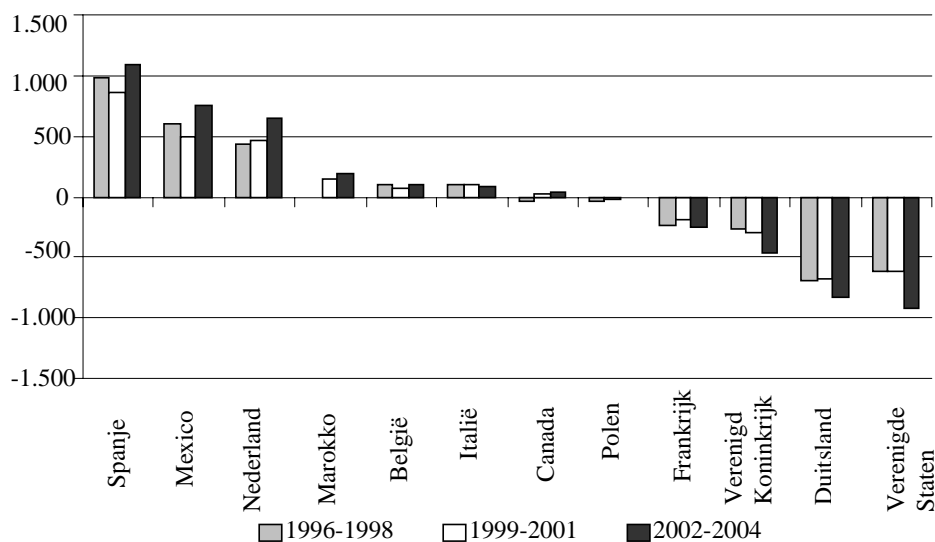
Figuur 4.7 Zelfvoorzieningsgraad verse groente (%).
Bron: Berekeningen gebaseerd op ZMP en ITC/WTO.

4.3 Positie op de exportmarkt

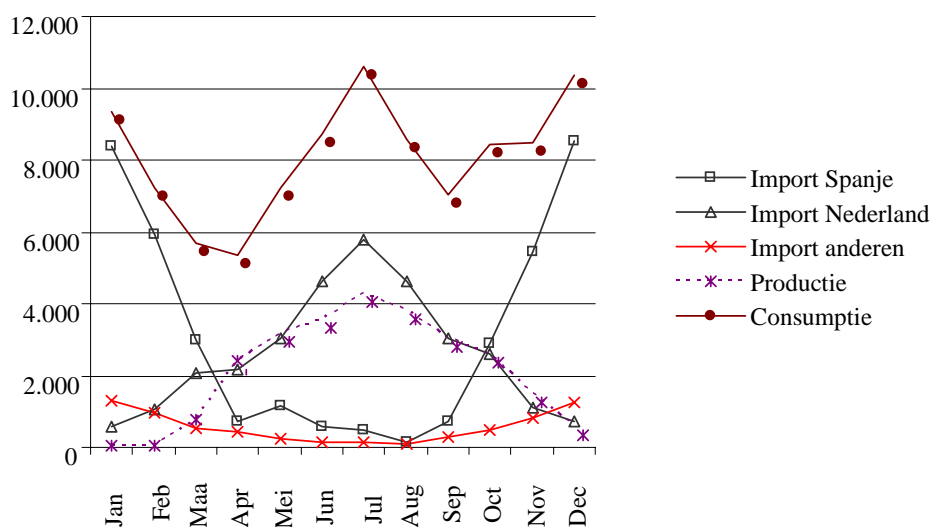
In dit hoofdstuk wordt in de analyse voor een aantal aspecten een onderscheid gemaakt tussen tomaten en de overige verse groenten. Zoals eerder aangegeven hebben tomaten een aandeel van 28% in de totale productie. De aandelen in de importen en exporten liggen lager, maar nog altijd boven de 20%.

Figuur 4.8 geeft inzicht in de netto-exportpositie van tomaten van de belangrijkste importerende en exporterende landen. Deze landen vertegenwoordigen ruim 80% van de totale importwaarde en meer dan 90% van de exportwaarde. Spanje heeft de grootste netto-export, gevolgd door Mexico en Nederland. De grootste importeurs zijn de Verenigde Staten, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Nederland is overigens de vijfde grootste importeur. Nederland neemt een belangrijke doorvoerpositie in.

Dankzij deze importen kan Nederland meer tomaten exporteren dan de totale binnenlandse productie. Deels hebben deze stromen te maken met seizoenen. Figuur 4.9 illustreert dat voor de Britse tomatenmarkt. Uit gegevens op jaarbasis zou de conclusie getrokken kunnen worden dat Nederland concurreert met Spanje. Spanje is de grootste exporteur naar het Verenigd Koninkrijk en Nederland exporteert nauwelijks minder. Figuur 4.9 laat zien dat Spanje in het winterseizoen de markt bijna alleen heeft en Nederland in de zomer concurreert met de Britse telers.



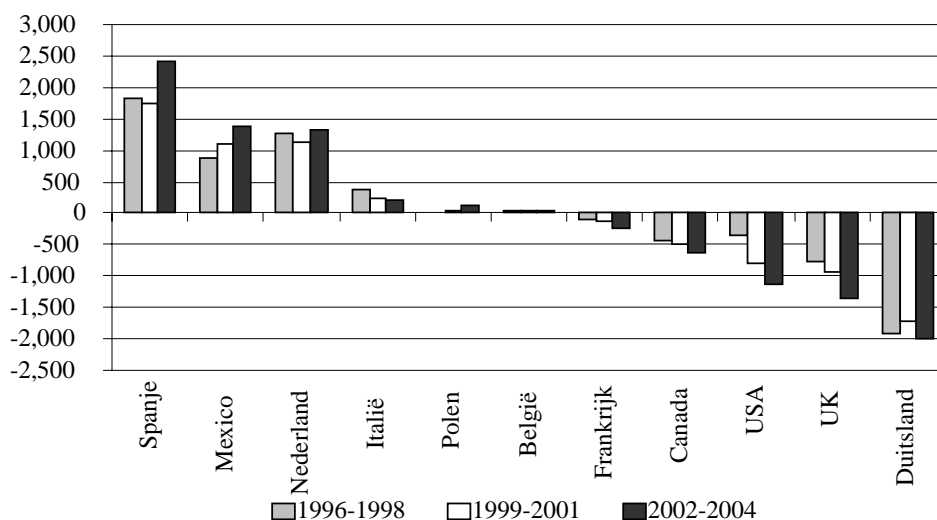
Figuur 4.8 Netto-exporten van tomaten (USD miljoen)
Bron: ITC/WTO trade data.



Figuur 4.9 Productie, consumptie en importen van tomaten op de Verenigd Koninkrijk markt per maand (gemiddelde 1995-2004, Mt)

Figuur 4.10 geeft inzicht in de exporten en importen van de overige groenten. Het beeld van de exporteurs komt overeen met dat van tomaten. Bij de importeurs zijn de Verenigde Staten van de eerste naar de derde plaats verdrongen. Canada neemt de vierde plaats in voor Frankrijk. Bij deze overige groente speelt de intra-industriële handel een rol: een gelijktijdige toename van de importen en exporten. Tabel 4.1 geeft voor de belangrijkste lan-

den de handelsstromen weer. Duidelijk is de toename van beide stromen voor België, Nederland, Frankrijk en Canada te zien. Echter, ondanks deze toename winnen Mexico, Canada en Duitsland positie op de exportmarkt.



Figuur 4.10 Netto-exporten van overige verse groente (USD miljoen)
Bron: ITC/WTO trade data.

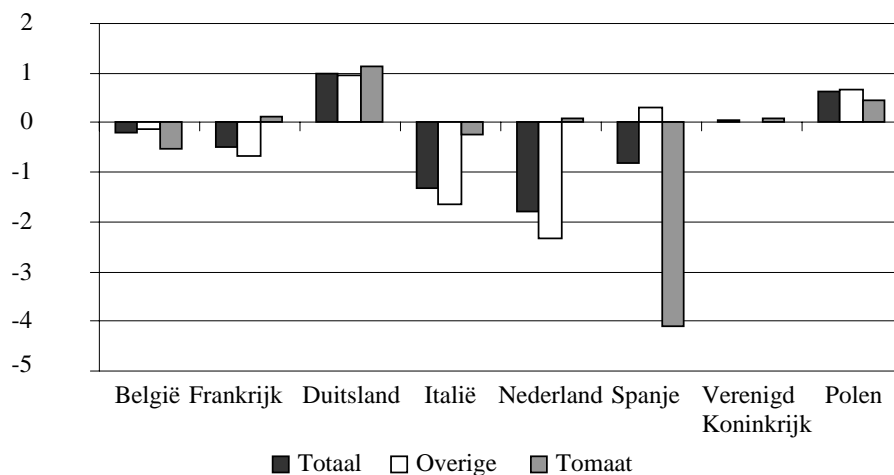
Tabel 4.1 Importen en exporten van verse groente (tomaten + overige) (USD miljoen)

	Import			Export			Aandeel export	Marktaandeel
	1996-1998	1999-2001	2002-2004	1996-1998	1999-2001	2002-2004	2002-2004	Groei percentage 1996-2004
Spanje	64	73	138	1.885	1.830	2.544	19.4	-0.81
Mexico	23	42	67	912	1.145	1.441	11.0	1.13
Nederland	433	439	651	1.710	1.560	1.969	15.0	-1.77
Italië	208	234	367	591	479	570	4.3	-1.31
Polen	44	44	64	69	87	179	1.4	0.62
België	220	211	293	264	259	336	2.6	-0.22
Frankrijk	674	637	896	564	520	660	5.0	-0.47
Canada	567	706	937	133	211	315	2.4	1.60
Verenigde Staten	1.256	1.770	2.173	893	981	1.046	8.0	-0.76
Verenigd Koninkrijk	818	973	1.415	42	39	58	0.4	0.04
Duitsland	1.998	1.846	2.228	79	120	230	1.8	1.00

Bron: ITC/WTO trade data.

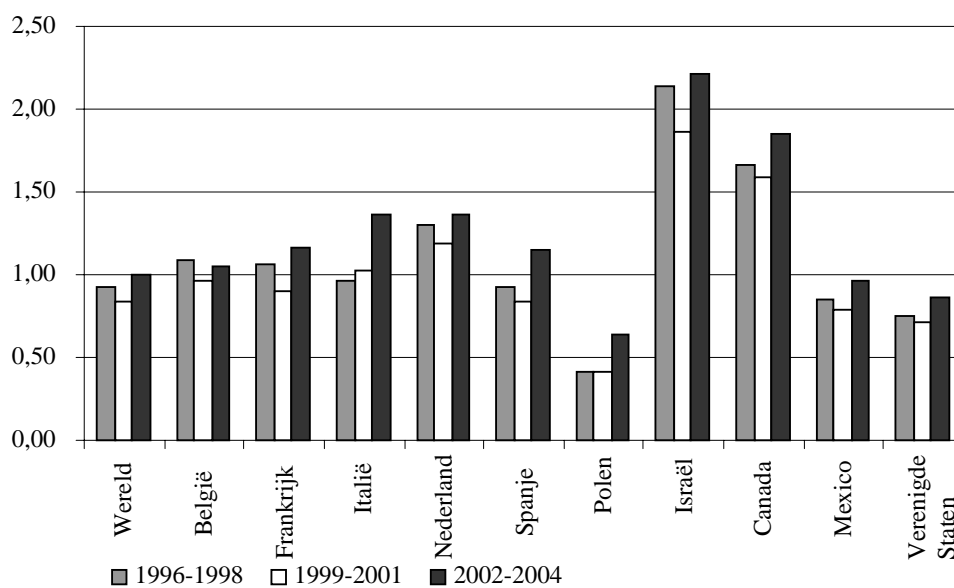
Hoe scoren de landen nu op van de wereldmarkt? Als indicator is de absolute verandering van het exportaandeel op wereldmarkt genomen. In figuur 4.11 is te zien dat zowel Duitsland als Polen marktaandeel winnen voor de totale exporten van verse groenten. Twee op-

merkingen dienen te worden gemaakt. Beide landen hebben een klein marktaandeel van 1,4 respectievelijk 1,8% in de periode 2002-2004. Duitsland heeft in de periode 1996 tot 2004 een zeer sterke groei doorgemaakt. Dit geldt voor zowel tomaten (nauwelijks eigen productie) als voor de overige groente. Polen heeft mogelijk geprofiteerd van grotere markttoegang tot de EU net voor de toetreding tot de EU. De groei is vooral in de periode 2002-2004 gerealiseerd, terwijl Duitsland gedurende het gehele tijdstraject groeide. Kijkend naar de veranderingen in de marktaandelen van de twee onderscheiden groepen producten, dan zien we dat Spanje positie verliest op de tomatenmarkt. Nederland heeft zijn positie licht verbeterd. Dit laatste is mede te danken aan een beter imago op de belangrijkste afzetmarkt Duitsland en door de technologische ontwikkeling van jaarrond telen. Nederland doet het uitermate slecht op de markt van opengrondsgroente. De export van tomaten was minder dan de helft van de rest van groente. In totaliteit is Nederland het zwakst op deze indicator van alle genoemde landen.

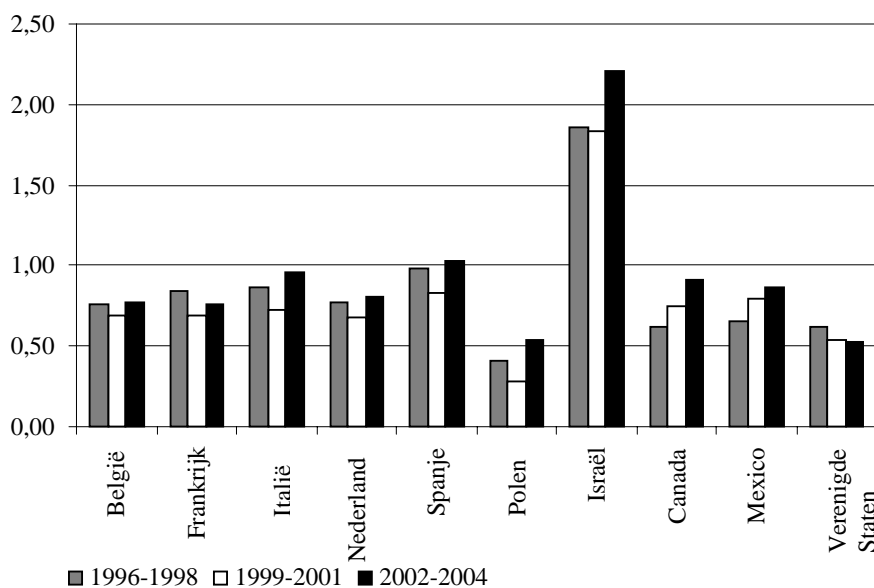


Figuur 4.11 Verandering absolute marktaandelen (%-punten) van export. Gemiddelde periode 1996-1998 tot 2002-2004

Figuur 4.12 en 4.13 geven de exportprijzen van tomaten en overige verse groente aan. Realiseert Nederland voor tomaten gemiddeld een hogere prijs dan Spanje, voor overige verse groente is het precies omgekeerd. Aangezien zowel voor Nederland als voor Spanje overige groente een groter aandeel in de export heeft, betekent dit dat Nederland gemiddeld over alle verse groente een lagere prijs haalt. Nederland realiseert niet alleen een hogere prijs voor tomaten, maar ook voor paprika's en komkommers, de twee andere belangrijke kasgroenten. De exportgroei van Spanje is in het segment overige verse groente ook hoger dan in Nederland. De exportprijzen van Polen zijn laag. Opvallend zijn de hoge prijzen van Israël voor alle producten en Canada voor tomaten. Israël streeft naar een zeer hoog kwaliteitsniveau, terwijl Canada kastomaten tegen aantrekkelijke prijzen op de Amerikaanse markt afzet.



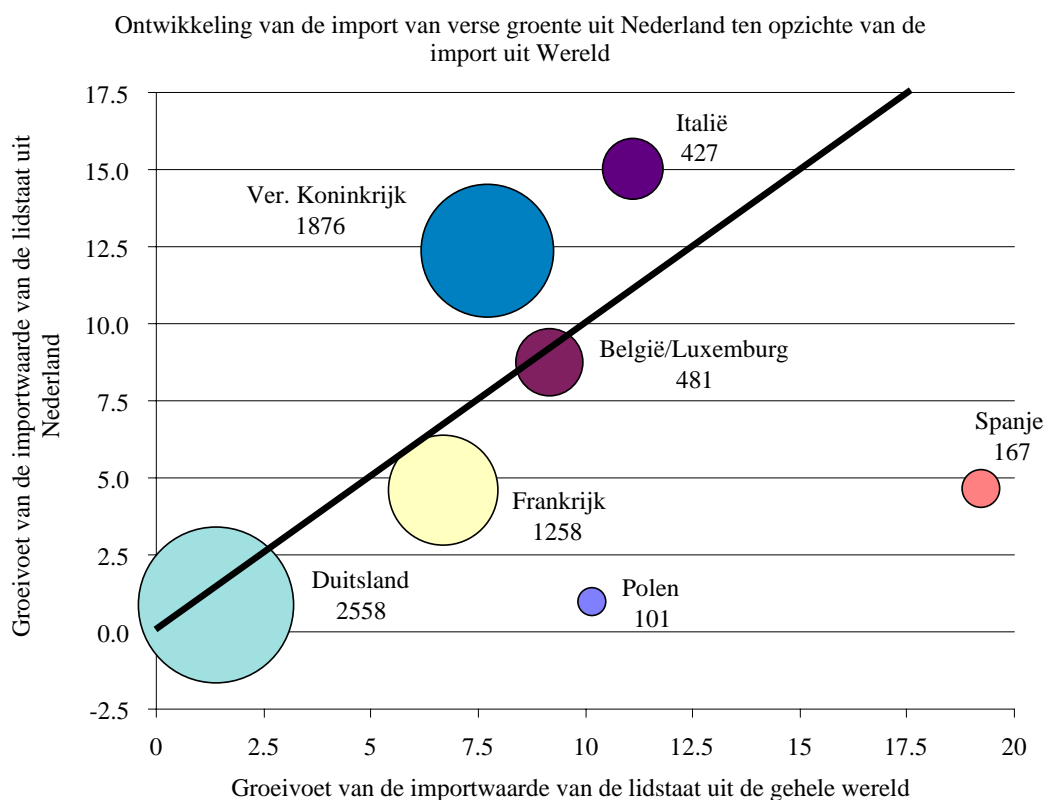
Figuur 4.12 Exportprijzen van tomaten (USD per kg)



Figuur 4.13 Exportprijzen van overige verse groente (USD per kg)

Een opmerkelijk verschil bij de grootste importeurs zijn de lagere prijzen in Duitsland en hogere prijzen in het Verenigd Koninkrijk, die zowel Nederland als Spanje realiseren.

Hoe presteert Nederland als exporteur naar de geselecteerde landen? Figuur 4.14 geeft de positie van Nederland voor deze landen weer. De groeivoet is gebaseerd op gemiddelde waarden van de jaren 1996-1998 en 2002-2004, zie voor een verdere uitleg van deze figuur paragraaf 2.2.3. Uit figuur 4.14 blijkt dat Nederland marktpositie verliest voor die landen waarvan het middelpunt van de bol onder de diagonale ligt. Nederland wint marktaandeel voor landen die boven de lijn liggen: het Verenigd Koninkrijk en Italië. Nederland verliest positie in de meeste geselecteerde landen.



Figuur 4.14 Exportportfolio van Nederlandse verse groente (groeivoeten bepaald van gemiddelde van 1996-1998 tot 2002-2004, importwaarde in € miljoen)

Het belang van de export van groente in de totale exporten wordt weergegeven met de Balassa-index of de export specialisatiegraad (tabel 4.2). De algemene ontwikkeling is een daling, wat aangeeft dat andere sectoren belangrijker worden. Een Balassa-index van 1 geeft een gemiddelde specialisatie aan, beneden de 1 van minder belang en boven de 1 van groter belang. Ondanks het negatieve groeipercentage is doet Nederland het beter dan Spanje. De export van groente is zowel voor Nederland als Spanje van relatief groot belang. Ook voor Polen is belangrijk en sterk gegroeid. De groei van de Balassa-index van Duitsland is indrukwekkend, maar komt van een zeer laag niveau. De continue groei duidt

er wel op dat in Duitsland meer groente wordt verbouwd, wat nadelig voor de exportpositie van Nederland kan zijn, gezien de overlappende seizoenen.

Tabel 4.2 *Balassa-index verse groente en jaarlijkse groei*

	1996-1998	1999-2001	2002-2004	Jaarlijkse groei in %
EU-15	1,49	1,37	1,45	-0,46%
België	1,01	0,92	0,96	-0,79%
Frankrijk	0,91	0,83	0,85	-0,99%
Duitsland	0,07	0,12	0,20	17,75%
Italië	1,38	1,15	1,10	-3,77%
Nederland	5,98	5,54	5,74	-0,66%
Spanje	9,09	8,04	8,51	-1,09%
Verenigd Koninkrijk	0,06	0,05	0,07	2,46%
Polen	0,68	0,82	1,43	13,17%

4.4 AGF-groothandel

De AGF-groothandel heeft als belangrijkste taak het verzamelen en distribueren van groente. Het is een dynamische sector. De producten komen niet alleen uit eigen land maar worden in toenemende mate wereldwijd ingekocht. Dit geldt nadrukkelijk voor 'exotisch' fruit en groenten, die in bepaalde landen niet geteeld worden. Ook door de betere 'post harvest'-technieken voor bewaring en transport worden de mogelijkheden van internationale ketens aanzienlijk groter. In het voorafgaande kwam dat al naar voren in de toenemende importen en exporten. In het vervolg moet er rekening mee worden gehouden dat de groothandelsbedrijven niet alleen groente, maar ook fruit en aardappelen in hun pakket hebben. De samenstelling van het pakket hangt samen met de regio en positie van de groothandel. Nederlandse groothandelaren, hebben een relatief breed pakket vanwege de importen van de eerder aangeduide 'exotische' producten.

Voor de analyse is uitgegaan van gegevens van Eurostat, Structural Business Statistics. Als bedrijfstype is NACE 5131 'Groothandel in onverwerkte groente, fruit en aardappelen' genomen. Tabel 4.3 geeft een overzicht van het aantal bedrijven en de omzet. De tabel vertegenwoordigt in 2003 81% van de bedrijven en 90% van het EU-25 totaal. Het aantal bedrijven kan als redelijk stabiel gezien worden. Uitzonderingen zijn Italië met een dalend aantal, Polen met een sterk stijgend aantal en het Verenigd Koninkrijk eveneens met een stijgend aantal. De gemiddelde omzet in de EU-25 bedroeg €2,73 miljoen. Spanje en Italië met de grootste aantallen bedrijven blijven daar beneden en Polen zelfs zeer ruim beneden. De gemiddelde omzet in Duitsland en Nederland is drie- tot viermaal zo hoog. Deze cijfers lijken te duiden op kleinschaligheid gemeten aan de omzetten van grote supermarkketens. De omzet van Carrefour is bijvoorbeeld USD 93 miljard; Tesco USD 70 of Ahold, de nummer zes op de wereldranglijst USD 55 miljard. Een vergelijking met de gemiddelde omzet van Europese supermarkten ter waarde van €3,2 miljoen per bedrijf en van de gespecialiseerde Europese groentezaken met slechts € 175.000 geeft een ander

beeld. Met deze cijfers ontloopt de bedrijfsgroottestructuur van de detailhandel en de groothandel elkaar nauwelijks.

Een van de kenmerken van de AGF-groothandel is het hoge aandeel van de aankoop van goederen in de totale omzet. Het overgrote deel betreft producten, die in dezelfde vorm door consumenten gekocht worden. Daarnaast is er een beperkte hoeveelheid overige hulpmiddelen nodig zoals verpakking of brandstof. Het resterende bedrag vormt de toegevoegde waarde, waarvan grofweg de helft toevalt aan arbeid. In het Verenigd Koninkrijk is de toegevoegde waarde het grootst, wat aansluit bij de servicesupermarkten daar.

Tabel 4.3 Aantal AGF-groothandelsbedrijven en omzet

	Aantal bedrijven			Omzet (€miljoen)			Omzet per bedrijf (€miljoen)			Aankoopkosten als % van de omzet
	1996	1999	2003	1996	1999	2003	1996	1999	2003	1995-2003
België		929	963	2.800	2.919	3.187		3,14	3,31	93
Duitsland	2.272	1.857	1.962	14.522	15.478	17.633	6,39	8,33	8,99	89
Spanje		9.622	10.452		17.852	22.140		1,86	2,12	89
Frankrijk	4.019	3.981	4.004	13.411	14.184	16.919	3,34	3,56	4,23	90
Italië	11297	11.134	9.801	12.764	12.449	15.957	1,13	1,12	1,63	92
Nederland	1.140	1.215	1.160	8.061	9.020	11.119	7,07	7,42	9,59	92
Polen	2.015	2.445	2.998	532	1.152	1.388	0,26	0,47	0,46	90
Verenigd Koninkrijk	1.730	2.151	2.105	7.836	11.959	12.383	4,53	5,56	5,88	87
EU-25			41.085			112.133			2,73	

Bron: Bewerking Eurostat.

De verdeling van de bedrijven naar grootteklasse van de omzet is weergegeven in tabel 4.4. Ongeveer 3% van de grootste bedrijven zorgt voor ruim 40% van de omzet. Ruim 83% bedrijven met een omzet van 0,5 tot 10 miljoen zorgt voor ruim een kwart van de omzet. Gegevens van Polen en Nederland zijn niet opgenomen, omdat minder dan een derde van de totale omzet zoals geregistreerd door Eurostat is vertegenwoordigd in de Database Amadeus.

Tabel 4.4 Verdeling (in %) van aantal bedrijven en omzet (bedrijven met minimaal €0,5 miljoen omzet)

Omzetklasse €miljoen	Bedrijven					Omzet				
	0,5-10	10-50	50-100	> 100	Totaal	0,5-10	10-50	50-100	> 100	Totaal
België	63	32	4	1	100	13	55	18	14	100
Duitsland	76	18	4	2	100	20	29	21	30	100
Spanje	89	10	1	0	100	42	35	9	14	100
Frankrijk	82	16	1	1	100	31	35	7	27	100
Italië	87	11	1	0	100	43	36	10	10	100
Totaal	83	14	2	1	100	27	31	12	30	100

Bron: Amadeus databank, bewerking LEI.

De vier grootste bedrijven hebben elk een omzet van meer dan €1 miljard (tabel 4.5). De daarop volgende Europese bedrijven hebben een omzet van €400 tot ruim €500 miljoen. Inmiddels hebben in deze sector zich ook fusies voorgedaan. Zo is Bakker Barendrecht na 2004 twee keer gefuseerd. De nieuwe combinatie heeft wat betreft omzet the Greenery gepasseerd. De schaal van deze bedrijven en de relatief sterke relatie met binnenlandse leveranciers leidt tot een groottestructuur die afwijkt van de internationaal opererende grootwinkelbedrijven. Verder valt te zien dat de winstmarges relatief klein zijn. In Nederland is de winstmarge tussen de 1 en 2% van de omzet. De meeste grote bedrijven zitten ook in die buurt.

Tabel 4.5 Europese Top 10 AGF-groothandelaren (2004)

Positie	Bedrijf	Land	Omzet (in mln €)	Aantal werknemers	Winst voor belasting als % van de omzet
1	Pomona	FR	2.159	7.123	2,4
2	Fyffes	IE	1.833	n.a.	5,2
3	Chiquita banana company	NL	1.773	1.715	0,2
4	the Greenery	NL	1.426	2.794	0,6
5	Sociedad de Compras Modernas sa	ES	519	198	2,1
6	M.& W Mack limited	GB	428	757	2,3
7	Hilton Food group limited	GB	424	706	1,4
8	CapeSpan international plc	GB	423	392	0,7
9	Bakker Barendrecht b.v.	NL	397	432	1,3
10	Ste pour la Commercialisation de fruits et legumes (scofel)	FR	394	81	0,0

Database: Amadeus.

De Eurostat-database verstrekt geen gegevens van het aantal arbeidskrachten. Databank Amadeus bevat deze gegevens wel, echter een verklaring van de verschillen met nationale statistieken vraagt een aparte studie. Ook van het geïnvesteerde vermogen zijn geen gegevens beschikbaar. Wel bevat Eurostat gegevens van bruto-investeringen op jaarbasis. Tabel 4.6 geeft voor de geselecteerde landen daarvan een overzicht. De jaarlijkse investeringen zijn tussen de €75.000 en 110.000 in België, Spanje, Nederland en het Verenigd Koninkrijk. In verhouding tot jaarlijkse omzet zijn de investeringen in 2003 tussen de 0,6 (Duitsland) en 3,4% (Spanje). Aan lonen wordt gemiddeld voor de EU-25 bijna driemaal zoveel uitbetaald dan geïnvesteerd. Een beoordeling van deze cijfers is moeilijk, omdat er geen directe vergelijkingsgetallen van andere sectoren beschikbaar zijn. Zoals in tabel 4.3 is aangegeven nemen aankoopkosten van goederen het grootste deel van de omzet voor hun rekening. Dit past bij een groothandel die als voornaamste taak heeft goederen van producenten bij de detaillisten te krijgen.

Ten slotte worden de twee kengetallen voor de benchmarking gegeven: de groei van de reële toegevoegde waarde en de arbeidsproductiviteit (reële toegevoegde waarde gedeeld door het aantal arbeidskrachten). De reële toegevoegde waarde per medewerker is berekend met de food-inflation index. Voor Polen ontbreken gegevens van toegevoegde waarde. De groei van de reële van de toegevoegde waarde per medewerker is laag in Spanje en Italië, beide zijn landen met een lage omzet per bedrijf en een negatieve ontwikkeling

in de periode 1998-2003. Voor Polen zijn geen gegevens voorhanden. Nederland heeft niet alleen een hoge reële toegevoegde waarde maar ook de hoogste groei in de periode 1998 tot en met 2003. In termen van concurrentiekracht scoort Nederland goed (tabel 4.7).

Tabel 4.6 *Investerings per bedrijf en investeringen in verhouding tot omzet en lonen*

	Investerings per bedrijf (in 1.000 €)			Investerings als % van de omzet			Investerings als % van de lonen		
	1996	1999	2003	1996	1999	2003	1996	1999	2003
België		114	97		3,6	2,9		130	102
Duitsland	46	101	58	0,7	1,2	0,6	15	27	13
Spanje		75	73		4,0	3,4		59	48
Frankrijk	42	47	52	1,3	1,3	1,2		24	22
Italië	18	34	14	1,6	3,0	0,9	51	89	31
Nederland	111	98	85	1,6	1,3	0,9	44	35	25
Polen	4	4	4	1,6	0,9	0,9			52
Verenigd Koninkrijk	75	96	75	1,7	1,7	1,3	39	28	19
EU-25			45			1,6			32

Bron: Bewerking Eurostat.

Tabel 4.7 *Reële toegevoegde waarde (€) per medewerker en groeipercentage*

Land	1998	2000	2003	% groei 1998-2003
België	41.840	38.200	45.070	1,5
Duitsland	51.780	53.100	45.460	-2,6
Spanje	17.450	18.300	16.590	-1,0
Frankrijk	37.800	38.100	40.830	1,6
Italië	30.590	24.400	25.690	-3,4
Nederland	50.700	49.600	63.320	4,5
Verenigd Koninkrijk	48.000	36.400	45.380	-1,1

Bron: Eurostat and WDI.

De tweede concurrentiekracht(benchmark)indicator is de groei in de toegevoegde waarde van de sector (tabel 4.8). België en Frankrijk hebben het hoogste groeipercentage van de toegevoegde waarde. Ook hier scoren Italië en het Verenigd Koninkrijk negatief. Nederland scoort bovengemiddeld.

Tabel 4.8 *Reële toegevoegde waarde (€ miljoen) en groeipercentage*

Land	1998	2000	2003	% groei 1998-2003
België	204.773	215.50	242.85	3,5
Duitsland	1430.438	1441.20	1544.69	1,5
Spanje	2172.152	2258.40	2437.54	2,3
Frankrijk	1358.449	1407.80	1589.02	3,2
Italië	1181.611	1014.50	1071.59	-1,9
Nederland	735.487	723.00	820.79	2,2
Verenigd Koninkrijk	1524.200	1410.30	1465.11	-0,8

Bron: Eurostat and WDI.

4.5 Telers

Nederland heeft met een areaal van 70.000 tot 80.000 ha een beperkt areaal groente: 4% van de totale oppervlakte in de EU. Het areaal groente daalt in Europa in bescheiden mate. Duitsland is een van de groeiers (tabel 4.9).

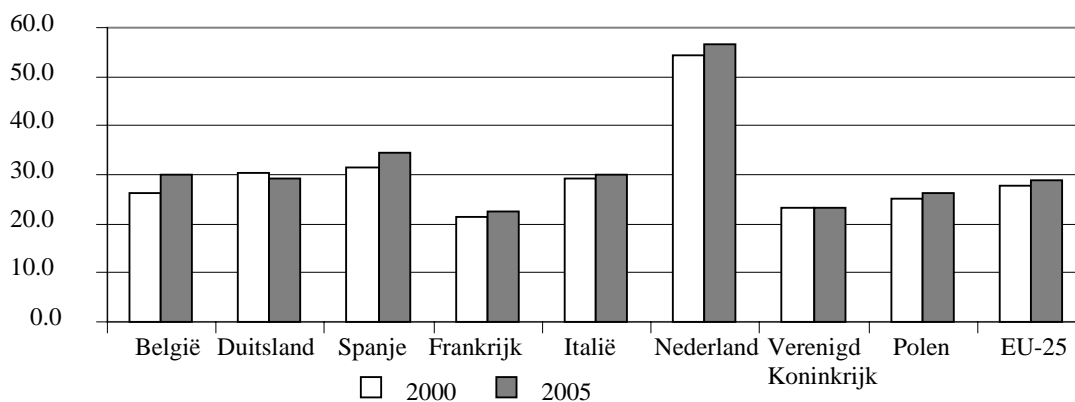
Tabel 4.9 Areaal groente (1.000 ha) in diverse landen

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
België	51	52	54	55	53	52
Duitsland	99	98	100	105	110	108
Spanje	398	391	402	388	402	398
Frankrijk	289	291	290	288	277	267
Italië	553	536	480	489	499	
Nederland	70	69	77	81	81	75
Verenigd Koninkrijk	121	116	122	119	112	112
Polen	248	240	178	204	213	216
Overig EU	419	404	402	409	382	
Totaal EU-25	2.248	2.197	2.105	2.138	2.129	2.109

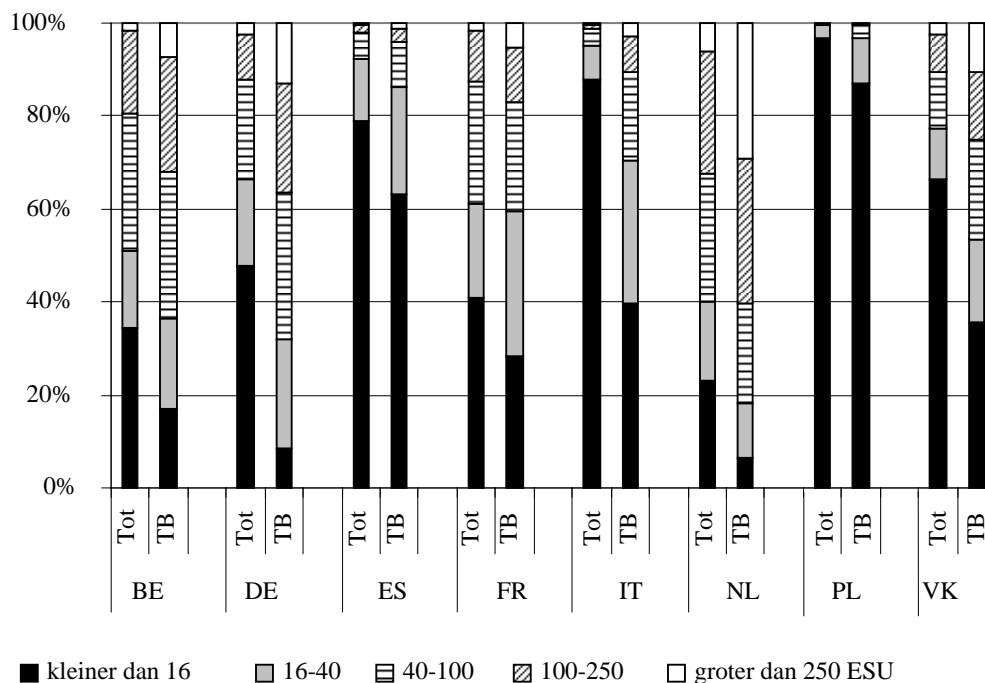
Bron, ZMP, *Gemüse* (2006).

De productie van groente per ha ligt zeer hoog in Nederland, mogelijk veroorzaakt door het relatief grote aandeel van de glastuinbouw, dat Europees gezien bovendien een hoge opbrengst per oppervlakte eenheid heeft. Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk liggen duidelijk beneden het gemiddelde.

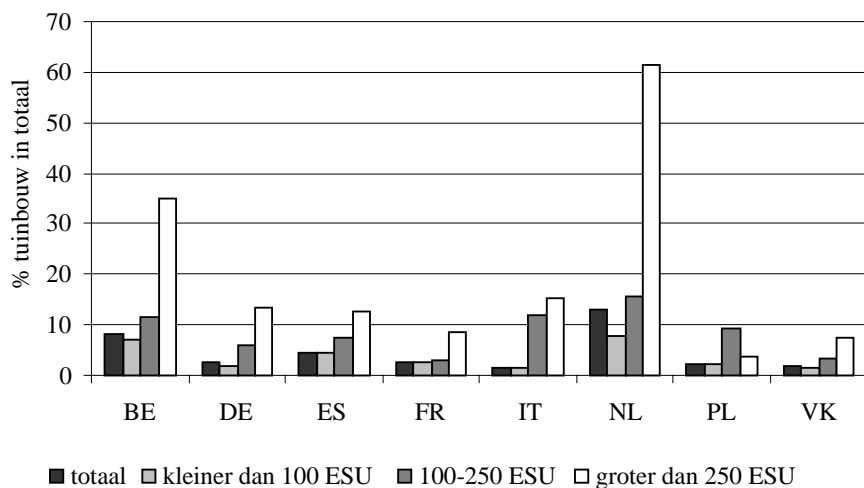
Aangezien geen afzonderlijke gegevens gevonden zijn van de afzonderlijke bedrijfstypes worden enkele overzichten gegeven van alle tuinbouwbedrijven: sierteelt en groente, zowel beschermd als opengrond. Allereerst wordt de bedrijfsgrootteverdeling in ESU (European Standard Units) gegeven (figuur 4.16). De tuinbouw heeft relatief veel grote bedrijven. Dat geldt in het bijzonder voor Nederland, wat is weergegeven in figuur 4.17. Polen kenmerkt zich door vele kleine bedrijven. Maar ook in dit land zijn de tuinbouwbedrijven relatief groot.



Figuur 4.15 Productie groente (ton) per ha
Bron bewerking ZMP, *Gemüse* (2006).



Figuur 4.16 Verdeling in procenten van alle agrarische bedrijven (Tot) en gespecialiseerde tuinbouwbedrijven (TB) naar grootteklasse
Bron: Bewerking Eurostat.



Figuur 4.17 Aandeel van aantalgespecialiseerde tuinbouwbedrijven in totaal naar grootteklasse
Bron: Bewerking Eurostat.

Glasgroentebedrijven

De gegevens van de bedrijven zijn ontleend aan het Europees boekhoudnet. Het boekhoudnet is een steekproef genomen uit alle bedrijven. Meestal wordt daarbij een ondergrens gehanteerd, waardoor de kleinste bedrijven niet zijn opgenomen en mogelijk geldt er ook een bovengrens (zoals in Nederland). Duitsland heeft met 10 tot 20 bedrijven in de glastuinbouw een relatief smalle basis voor de totalen. Polen is pas de laatste jaren opgenomen en kan daarom niet meegenomen worden. Met glasgroente wordt de beschermde groenteteelt in kassen met een glazen of plastic dek bedoeld. Plastic komt vooral in de zuidelijke landen voor. Ook Frankrijk kent relatief veel plastic kassen. Glas komt daar vooral voor in het Loire-gebied. In het vervolg wordt dit aangeduid met glasgroente. De belangrijkste kengetallen zijn samengevat in tabel 4.10.

Tabel 4.10 Kenmerken van glasgroentebedrijven

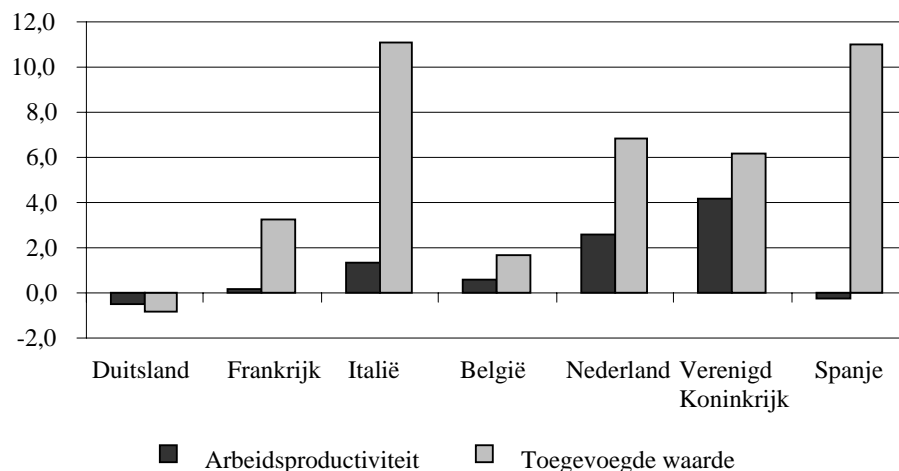
	Duitsland	Frankrijk	Italië	België	Nederland	Verenigd Koninkrijk	Spanje
Aantal bedrijven (2003)	331	2.564	10.859	1.225	2.163	786	25.268
Groei bedrijven (%)	-6,1	0,8	0,5	-1,0	-2,9	-6,3	7,2
Totaal ESU	34.840	263.002	953.082	160.411	692.233	368.434	593.602
Groei ESU (%)	-7,3	1,2	5,8	3,6	2,8	13,7	9,6
ESU per bedrijf	105	103	88	131	320	469	23
Groei bedrijfsomvang (%)	-1,3	0,4	5,1	4,7	5,9	21,7	2,2
Arbeidskrachten/bedrijf (AWU)	5,4	4,9	2,8	3,5	8,5	10,0	2,9
Groei arbeidskrachten (%)	1,4	3,3	1,3	2,6	3,1	6,5	6,9
Ha glas/plastic per bedrijf	0,9	2,1	1,9	1,0	2,1	2,1	1,7
Groei ha glas/plastic (%)	-0,3	3,1	5,0	3,2	4,4	6,0	2,3
Vermogen per bedrijf (€)	324.222	264.381	219.819	384.669	1.769.746	667.410	300.763
Groei vermogen (%)	4,4	3,4	6,5	4,3	9,7	5,4	5,2

Bron: FADN, groei in % per jaar berekend over gemiddelden van 1990-1992 resp. 2001-2003.

Spanje heeft van de geselecteerde landen de meeste bedrijven, echter het moet Italië en Nederland voor laten gaan in de totale omvang van de sector. De gemiddelde bedrijfsomvang in Spanje is zeer laag vergeleken met de alle overige landen en zeker met Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Spanje heeft een sterke groei gekend van het aantal bedrijven. Ook Frankrijk en Italië kennen nog een bescheiden groei, en een sterke daling vindt plaats in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. In Duitsland gaat dat als enige land gepaard met een daling van de omvang van de sector, terwijl in het Verenigd Koninkrijk de sector het sterkst groeit. Dit komt ook tot uitdrukking in andere kengetallen, zoals groei bedrijfsomvang en groei aantal arbeidskrachten. De verschillen in bedrijfsomvang gemeten in ESU komt niet overeen met de verschillen in de oppervlakte bedekte groenteteelt (glas/plastic). Dit wordt veroorzaakt door verschillen in de productie per oppervlakte eenheid en mogelijk voor het Verenigd Koninkrijk ook de mate van verpakken en handelsactiviteiten. Het geïnvesteerde vermogen is het hoogst in Nederland, ruim driemaal het niveau van het Verenigd Koninkrijk en circa zesmaal van de andere landen. Nederland loopt voorop in de technologie, denk bijvoorbeeld aan belichting en aan warmtekrachtkoppeling. In termen

van Porter is deze hoge graad van technologische ontwikkeling een toetredingsdrempel voor nieuwe bedrijven (zie ook paragraaf 4.6).

De concurrentieindicatoren, groei van de reële toegevoegde waarde en groei van de arbeidsproductiviteit (reële toegevoegde waarde per AWU) voor de periode 1995-2003 zijn weergegeven figuur 4.18. In vrijwel alle landen is een sterke groei van de totale reële toegevoegde waarde waar te nemen. Duitsland heeft te maken met een krimp. De arbeidsproductiviteit is sterk gegroeid in het Verenigd Koninkrijk en Nederland en gekrompen in Duitsland en Spanje. Nederland scoort mogelijk hoog door de toegenomen mechanisatie alsmede door het steeds meer uitbesteden aan loonbedrijven van taken.



Figuur 4.18 Jaarlijkse groei van reële toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit in de glastuinbouw
Bron: FADN, groei in % per jaar berekend over gemiddelden van 1995-1997 respectievelijk 2001-2003.

Opengrondstuinbouw

Als tweede sector wordt de opengrondsgroente besproken. Voor deze sector geldt dat België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk relatief weinig steekproefbedrijven hebben. De kenmerken zijn weergegeven in tabel 4.11. Deze sector laat een duidelijke schaalvergroting zien, in vrijwel alle landen een afname van het aantal bedrijven en een groei (of beperktere krimp) van de omvang van de sector, resulterend in een sterke groei van het aantal ESU's per bedrijf. Italië en het Verenigd Koninkrijk blijven met betrekking tot dit laatste kengetal achter. De sector is groot in Spanje, Duitsland en Frankrijk. De sector groeit zeer hard in Duitsland, blijft vrijwel gelijk in Nederland en krimpt in Italië en Frankrijk. Het vermogen is wederom in Nederland het hoogst en samen met het Verenigd Koninkrijk hebben ze de grootste oppervlakte per bedrijf.

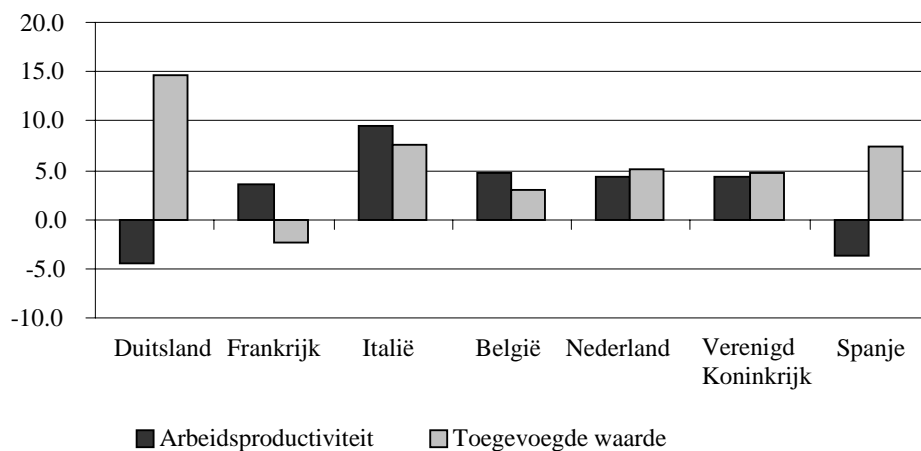
De score van de landen op de concurrentiekrachtindicatoren is weergegeven in figuur 4.19. Duitsland en Spanje laten beide een relatief grote groei in toegevoegde waarde zien en tevens een daling van de arbeidsproductiviteit, Frankrijk omgekeerd. Nederland en het Verenigd Koninkrijk scoren op beide indicatoren even hoog en vrijwel gemiddeld. De ho-

ge score voor Duitsland hangt mogelijk samen met relatief goedkope arbeidskrachten uit de nieuwe EU-lidstaten, onder andere Polen.

Tabel 4.11 Kenmerken van opengrondsgroentebedrijven

	Duitsland	Frankrijk	Italië	België	Nederland	Verenigd Koninkrijk	Spanje
Aantal bedrijven (2003)	1.414	1.789	2.440	884	980	745	9.599
Groei bedrijven (% jaar)	4,9	-11,3	-6,1	-5,3	-6,4	-1,2	-3,3
Totaal ESU	208.703	199.722	93.816	105.338	126.941	131.675	489.881
Groei ESU	14,0	-3,9	-3,5	3,5	0,4	4,8	4,7
Bedrijfsomvang ESU	148	112	38	119	130	177	51
Groei bedrijfsomvang	8,7	8,3	3,6	9,0	7,4	4,5	8,6
Arbeidskrachten/bedrijf (AWU)	5,7	4,2	1,6	3,5	5,0	4,7	2,8
Groei arbeidskrachten	4,5	2,3	-1,0	2,1	2,5	2,6	4,6
Ha groente	11,0	10,0	3,4	8,6	18,3	20,7	7,0
Groei ha groente	3,0	4,7	4,9	6,9	6,5	1,2	6,3
Vermogen/bedrijf (euro)	390.185	187.043	150.291	327.545	812.716	422.529	225.817
Groei vermogen	4,6	4,0	7,6	8,4	7,9	5,2	8,5

Bron: FADN, groei in % per jaar berekend over gemiddeld van 1990-1992 en 2001-2003.



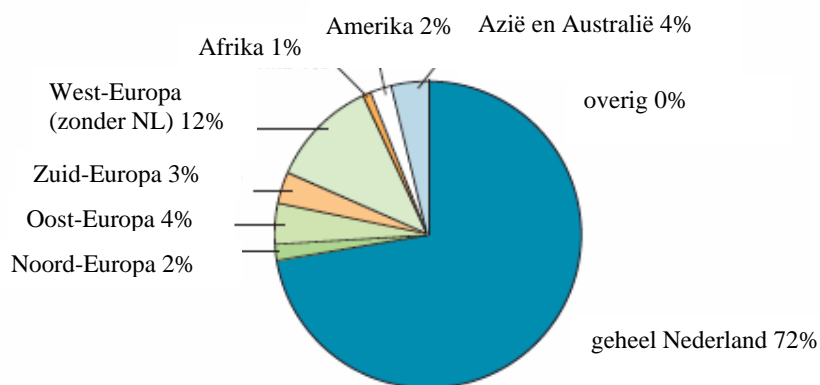
Figuur 4.19 Jaarlijkse groei van reële toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit in de opengrondsgroente
Bron: FADN, groei in % per jaar berekend over gemiddelden van 1995-1997 respectievelijk 2001-2003.

4.6 Toeleverende bedrijven

De toeleverende bedrijven omvatten diverse typen bedrijven en een breed scala aan producten. Het varieert van toelevering van vlottende productiemiddelen (meststoffen, gewasbeschermingsmiddelen, planten en zaden, enzovoort) tot het installeren van volledige

kassen. Ook kunnen de dienstverlenende sectoren zoals accountancybureaus, bedrijfsadviseurs, loonbedrijven of bijvoorbeeld financiële instellingen ertoe gerekend worden. Specifieke en volledige informatie van deze sectoren, gerelateerd aan de tuinbouw is niet voorhanden. Het belang van de toelevering is deels terug te vinden in de kostenopbouw. Twee sectoren worden iets specifiek behandeld: de kassenbouwers en de toelevering van uitgangsmateriaal.

In 2004 heeft Berenschot in opdracht van AVAG (Platform toeleveranciers glastuinbouw een strategische verkenning uitgevoerd voor de kassenbouwers (AVAG, 2004). De belangrijkste markt blijft Nederland en West Europa (figuur 4.20). Landen met een vergelijkbaar klimaat als in Nederland. In andere klimaatzones komen meer kassen met plastic dek voor, zoals in Spanje en vele Afrikaanse en Zuid-Amerikaanse landen.



Figuur 4.20 Omzetverdeling AVAG leden wereldwijd in 2003
Bron: AVAG (2004).

De Nederlandse kas is technologisch zeer hoogstaand. Dit proces wordt nog versterkt door recente ontwikkelingen, zoals clustering van energie en jaarrondbelichting, al dan niet gekoppeld aan gesloten (of zelfs energieleverende) kassen. Naast de constructie van de kassen, vormen installaties, belangrijke onderdelen van de kassenbouw. Te denken valt aan scherm- en verlichtingsinstallatie, warmtekrachtinstallaties, water en meststoffen doseerinstallaties. De prijs van een geavanceerde kas is weergegeven in tabel 4.12. De kosten van de kas nemen slechts een klein deel (circa 18%) van de totale kosten in.

De relatief dure en voor de tuinbouw vaak ook schaarse arbeid stimuleert verdere mechanisering sterk. Vision technics en robotisering is in ontwikkeling. Nederland is wereldwijd leidend in de techniek. Daardoor is de technologie nauwelijks betaalbaar en toepasbaar voor telers in opkomende landen. In Europa is de technologie vooral toepasbaar in de Noord-Europese landen. Voor Zuid-Frankrijk, Spanje en Italië worden minder geavanceerde kassen toegepast.

Tabel 4.12 Prijzen van kas en installaties per m² (in euro)

Component	Prijs per m ²
Kassenbouw glas	32
(Kassenbouw folie)	(20)
Kasverwarming/koeling	20
Elektrotechniek	7
Belichting	17
Computer (water, klimaat, energie)	4
Energiesysteem	25
Interne logistiek	50
Schermtchniek	7
Robotisering	5
Watertechniek	6
Overige	4
Totaal excl. folie	177

Bron: AVAG (2004).

Tabel 4.13 Top-10 wereldzaadbedrijven

Bedrijf	Land	Omzet (in USD miljoen)
Seminis - Bruinsma en Royal Sluis zijn dochters	Verenigde Staten	500-550
Volmorin	Frankrijk	350-400
Syngenta	Zwitserland	300-350
Takii	Japan	200-250
Nunhems	Nederland	200-250
Sakata	Japan	150-200
Rijk Zwaan	Nederland	circa 150
Enza	Nederland	100-150
De Ruiter	Nederland	100-150
Bejo	Nederland	circa 100

Bron: Baas (2006).

De zaadveredelaars zijn de laatste schakel die besproken wordt. De zaadveredelaars zijn meestal multinationals, met productielocaties in meerdere landen. Nederland heeft daarin een sterke positie (Rabobank, 2002). Deze veredelingsbedrijven richten zich op de ontwikkelingen bij de consumenten. Ze brengen nieuwe rassen met een betere smaak, meer uniformiteit enzovoort op de markt. Soms organiseren ze de rest van de keten erbij om hun producten in het schap te krijgen. Rijk Zwaan is bijvoorbeeld zeer actief om nieuwe producten in de markt te zetten vanuit de voorkeuren van de afnemers (inclusief consumenten). Van de toptien zaadbedrijven hebben vijf de hoofdvestiging in Nederland en een bedrijf heeft twee dochterbedrijven in Nederland. Nederland heeft snel toegang tot nieuwe rassen en heeft daarmee een innovatietroef in handen. Echter, alle zaadbedrijven opereren internationaal. De kennisvoorsprong is relatief: zaden met ingebouwde kennis zijn eenvoudig te exporteren naar andere landen. Het kennisniveau van de Nederlandse telers en de kennisinfrastructuur worden als zeer positief omschreven (Wijnands et al., 2005). Porter en onderzoekingen gebaseerd op Porter omschrijven de sierteelt bijvoorbeeld als zeer innovatief en concurrentiekrachtig (Jacobs et al., 1990; Batt, 2000; Porter, 1990, p. 85). De wereldwijde unieke positie van sierteelt - ruim de helft van wereldexport komt uit Nederland - heeft Nederland niet voor de glasgroente. Echter de gebruikte technologie in de groente-

sector komt in belangrijke mate overeen met die in de sierteelt. Nederland heeft in dat opzicht een krachtig cluster van aanverwante bedrijven.

Om bovenstaande mee te wegen in de concurrentiepositie is beoordeeld op een schaal van 1 tot 5. 1 is zeer zwak en 5 is aangeduid als zeer sterk. Nederland is als zeer sterk beoordeeld. Immers beide sectoren zijn goed in Nederland vertegenwoordigd. Frankrijk is hoog gezet voor zaden, gezien de aanwezigheid van een van de top-10 bedrijven. In een studie van de Kleijn et al. (1992a) blijken in de zaadveredeling vier grote spelers te zijn Nederland, de Verenigde Staten, Japan en Frankrijk. Vrijwel eenzelfde lijst als in tabel 4.13. Frankrijk scoorde toen beter dan de Verenigde Staten. De overige landen zijn als zwak beoordeeld.

De beoordeling van de is mede gebaseerd op de beoordeling van Wijnands et al. (2005) en de Kleijn et al. (1992b). Een goede thuismarkt bevordert innovatie en geeft de toelevering meer kracht. De grote landen zijn als sterk beoordeeld. Frankrijk is bijvoorbeeld bekend van de export van plasticfoliokassen (Richel-kassen). Uiteraard is deze inschaling voor discussie vatbaar. Echter in termen van de diamant van Porter spelen deze factoren een belangrijke rol.

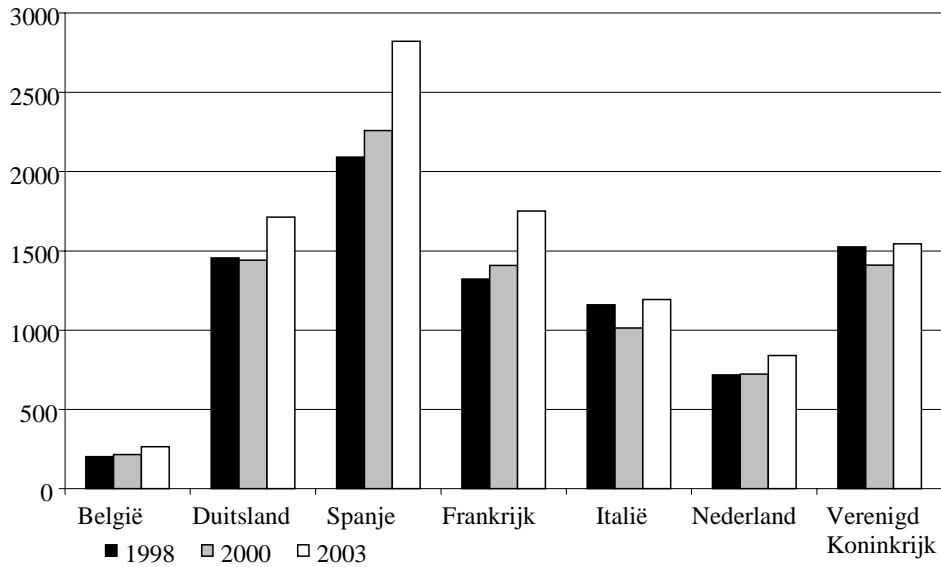
4.7 Toegevoegde waarde en werkgelegenheid

In het basismodel worden de factoren werkgelegenheid, toegevoegde waarde en vraag en marktpositie als belangrijke concurrentiekrachtfactoren genoemd. Nu vraagt vergelijken van absolute cijfers enige voorzichtigheid. In grote landen is de sector veelal groter in omvang dan in kleinere landen. Ook vergelijkingen in de tijd van absolute waarde kunnen mank gaan, door bijvoorbeeld verschillen in inflatie c.q. koopkrachtindex. De reden dat de concurrentiekrachtindicatoren als relatieve waarden zijn genomen. Toch worden in deze paragraaf enkele absolute waarden weergegeven. In de volgende paragraaf worden de relatieve posities weergegeven.

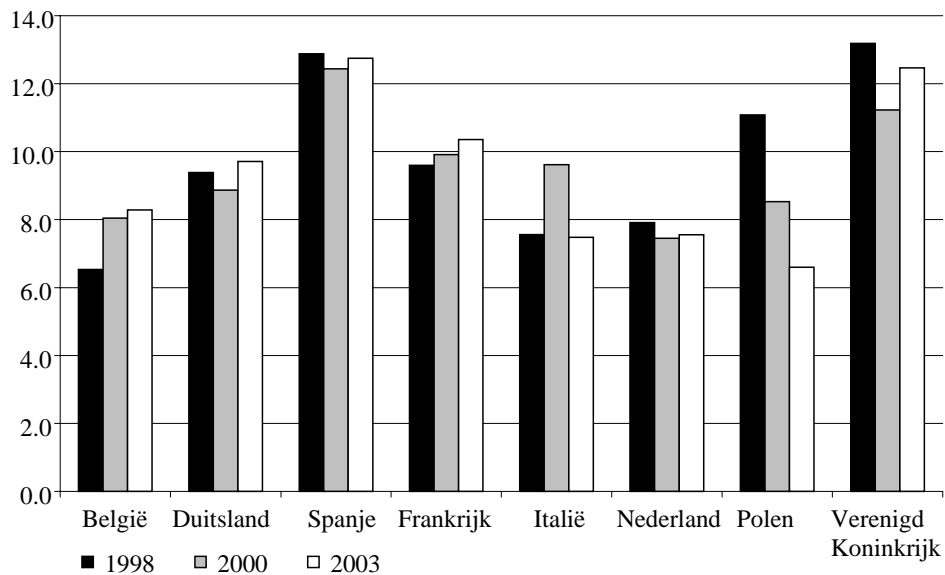
AGF-handel

De belangrijkste schakel in de verse groenteketen na de primaire sector is de handel. Figuur 4.21 geeft een beeld van de toegevoegde waarde. Grote landen hebben in principe een grote AGF handel, immers de lokale supermarkten en groentebedrijven dienen voorzien te worden van producten. In Spanje en Nederland is die relatief hoog, vanwege de exportgerichtheid van die landen.

Eurostat heeft geen gegevens over de arbeidsbezetting op deze bedrijven. Wel zijn er gegevens bekend over de toegevoegde waarde per persoon. Deze zijn in tabel 4.7 aan de orde geweest. Figuur 4.22 geeft het aandeel van de toegevoegde waarde in de omzet aan: die is beperkt van 6 tot circa 13 %. Het merendeel van de kosten betreft de aankopen van de producten.



Figuur 4.21 Netto toegevoegde waarde (nomimaal) van de AGF-handel

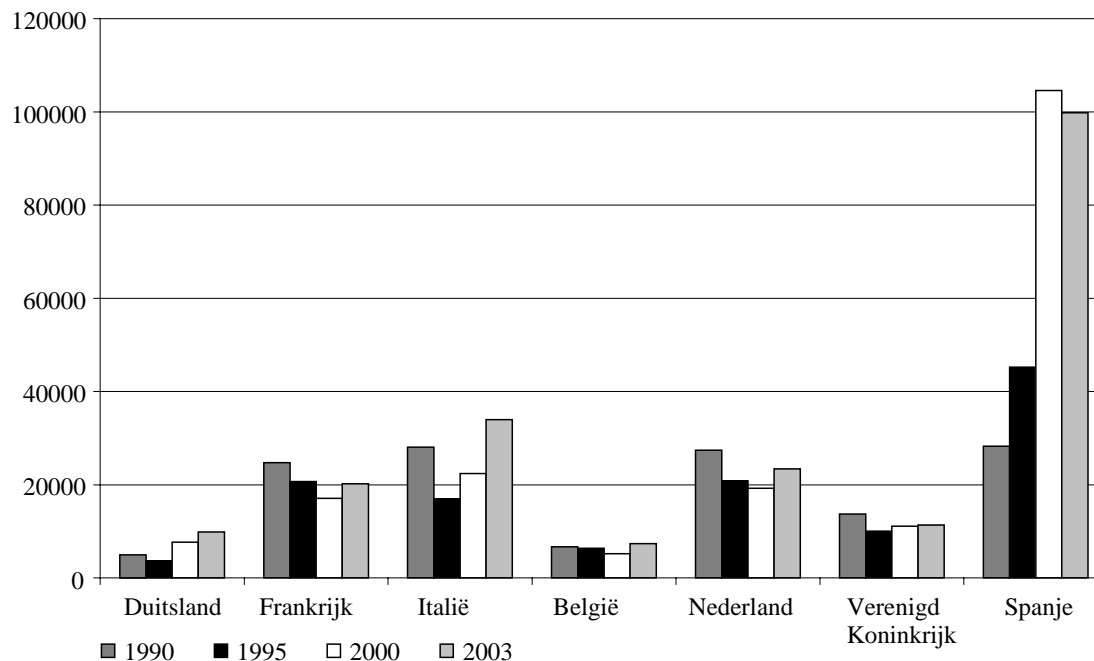


Figuur 4.22 Toegevoegde waarde in procenten van de omzet van de AGF-handel

Primaire sector

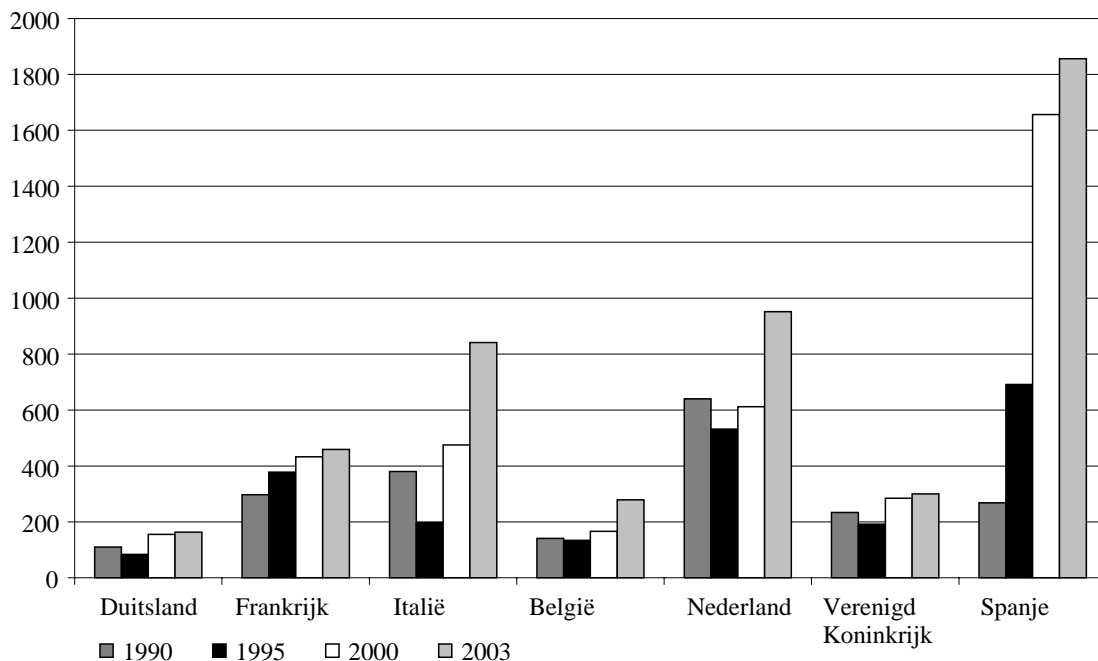
Figuur 4.23 presenteert de werkgelegenheid in Arbeids-Jaar-Eenheden en figuur 4.24 de toegevoegde waarde van de opengronds- en glasgroentebedrijven. Het belang van Neder-

land als tuinbouwland komt daarmee duidelijk naar voren: een relatief klein land met een tuinbouwsector die past bij de grote producenten. Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn daarentegen kleine productielanden.



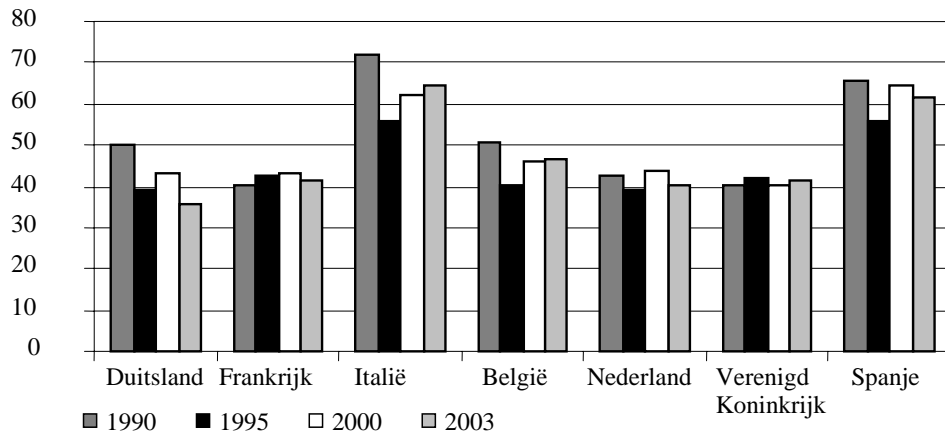
Figuur 4.23 Werkgelegenheid in AJE op primaire groentebedrijven (glas en opengrond)
Bron: FADN, aantal AJE maal aantal gerepresenteerde bedrijven.

Het aandeel van de toegevoegde waarde in omzet op primaire bedrijven is van ca 40 tot 70% (figuur 4.25). Vooral in Italië en Spanje is het aandeel hoog. Dit aandeel wijkt sterk af van het aandeel van de AGF-handel: vergelijk figuur 4.25 en 4.22. De AGF-handel is vooral dienstverlenend.



Figuur 4.24 Netto toegevoegde waarde in euro miljoen (nominaal) op primaire groentebedrijven (glas en opengrond)

Bron: FADN, aantal AJE maal aantal gerepresenteerde bedrijven.

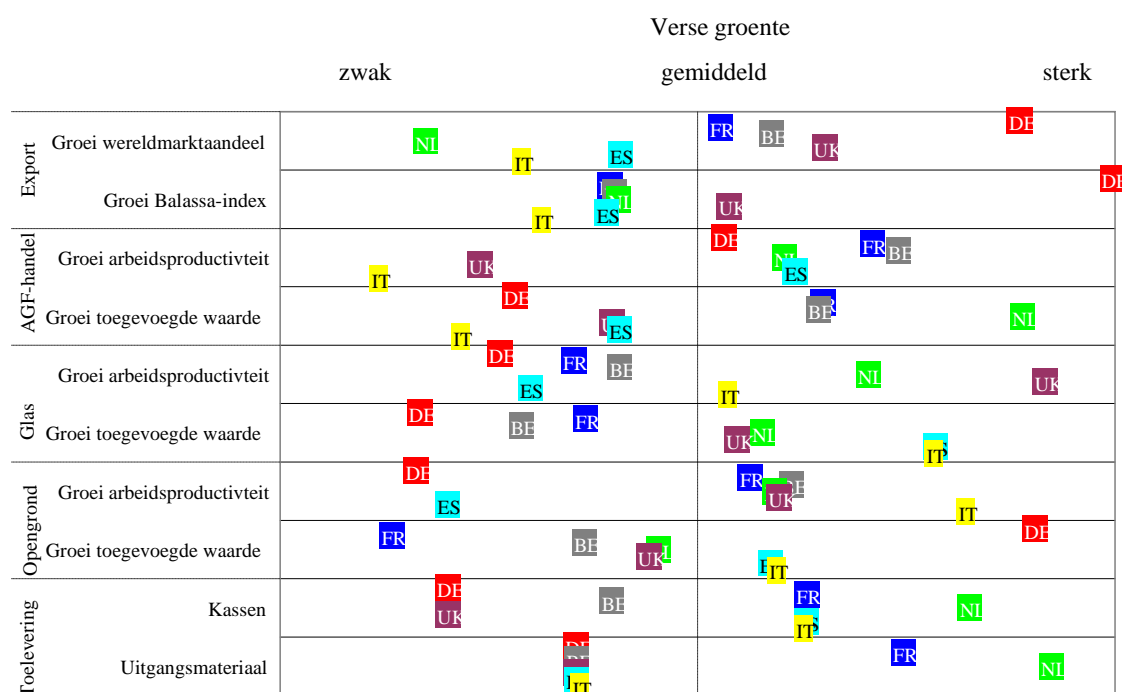


Figuur 4.25 Toegevoegde waarde in procenten van de omzet op de primaire groentebedrijven

4.8 Conclusies

De Nederlandse concurrentiepositie voor verschillende ketenonderdelen en indicatoren is weergegeven in figuur 4.26. Het betreft verse groente zowel vollegrondsteelten als be-

schermde teelten. Voor de groothandel geldt dat ook vers fruit en aardappelen in hun pakket zit. Figuur 4.26 geeft een overall beeld van de in voorafgaande paragrafen besproken indicatoren.



Figuur 4.26 Overall beoordeling van de concurrentiekracht van groente.

- Nederland scoort relatief slecht op de exportmarkten en verliest positie. Duitsland (DE) heeft marktaandeel gewonnen en is nu een grotere exporteur dan Polen. Toch neemt Nederland de derde positie als netto-exporteur van verse groente op de wereldmarkt in, na Spanje (ES) en Mexico;
- de Nederlandse AGF-handel scoort goed: zowel de groei van de arbeidsproductiviteit als de groei van de reële toegevoegde waarde zijn hoog ten opzichte van de concurrenten;
- een vergelijkbare conclusie geldt voor de glasgroente bedrijven. Echter, Spanje scoort beter op de groei van de toegevoegde waarde. De positie van het Verenigd Koninkrijk (VK) is opvallend als importerend land;
- voor de opengrondsteelten scoort Nederland gemiddeld ten opzichte van de andere landen. Duitsland scoort hier goed in de groei van de toegevoegde waarde en Italië relatief goed in de arbeidsproductiviteit;
- de positie van de toelevering wordt hoog ingeschat voor Nederland en Frankrijk. Nederland en Frankrijk hebben beiden bedrijven in de top 10 handels bedrijven en zaadveredelingsbedrijven. Tuinbouwbedrijven zijn gemiddeld groter dan overige agrarische bedrijven. Van de Nederlandse bedrijven groter dan 250 ESU (grofweg

werkgelegenheid voor meer dan vijf full time werkende personen) zijn meer dan de helft tuinbouwbedrijven.

Samenvattend zijn de belangrijkste conclusies:

- Nederland verliest marktaandeel op de wereldmarkt, evenals zijn directe concurrent Spanje. Daarbij dient in ogenschouw genomen te worden dat het beide grote exporteurs zijn;
- de groei van de arbeidsproductiviteit is zowel in de AGF-handel als in de groenteteelt sterk ten opzichte van andere landen. Dit biedt een goede uitgangspositie voor de toekomstige werkgelegenheid;
- de groei van toegevoegde waarde is sterk in AGF-handel en bovengemiddeld in de glasgroente teelt en in de opengrondsgroenteteelt;
- de toeleverende industrie in Nederland kan als sterk omschreven worden. Ontbrekende data maakte het onmogelijk om de indicatoren arbeidsproductiviteit en toegevoegde te bepalen. De beoordeling geeft een indicatie van het innovatieve vermogen van de sector.

Als totaal mag geconcludeerd worden dat de verse groentesector een goede concurrentiekracht bezit. Echter de belangrijke afzetlanden Duitsland en het Verenigd Koninkrijk scoren op onderdelen eveneens goed. De positie van Nederland ten opzichte van Spanje wisselt per indicator. Dit duidt erop dat Nederland alert moet blijven op haar positie.

5. Discussie ten aanzien van de methodiek

In dit onderzoek is op basis van secundaire data een snelle globale methode toegepast om de concurrentiepositie en -kracht van productketens over landen te meten. Het grote voordeel van deze methode is dat deze snel uitgevoerd kan worden voor meerdere agrarische sectoren en dat de methode in vergelijking met andere methoden voor concurrentiemonitor goedkoop is. De keerzijde van de medaille is dat het verkregen inzicht ook globaal is (in acht kengetallen moet de positie en kracht voor verschillende schakels van de keten inzichtelijk worden). De hamvraag in deze is of de opdrachtgever (LNV) op basis van deze cijfers inzicht heeft gekregen in:

- a) de mate waarin de Nederlandse agrosector nu en in de toekomst in staat is om toegevoegde waarde en werkgelegenheid te genereren;
- b) de mate waarin de Nederlandse agrosector een goede positie heeft in de wereldmarkt (inzicht in handelsbalans en deviezen genereren).

Ook een nadeel van de methodiek is dat alleen een concurrentiemonitor tussen lidstaten van de EU mogelijk is. De gebruikte secundaire data komen vrijwel zonder uitzondering van Eurostat. Een vergelijking met andere belangrijke spelers op de wereldmarkt blijft buiten beschouwing. De beantwoording van vraag b. op basis van dit onderzoek is op z'n zachts gezegd onvolledig.

Desalniettemin is de methodiek voor concurrentieanalyse bruikbaar gebleken om inzicht te geven in de concurrentiekracht van Nederlandse glasgroenteketens ten opzichte van andere landen. Door opsplitsing van ketens in schakels en per schakel de individuele indicatoren te vergelijken wordt ook inzichtelijk gemaakt welke ketenschakels welke bijdrage leveren aan de marktpositie en waar in de keten de verschillen tussen landen zich vooral manifesteren.

Consequent gebruik van data en bronnen is binnen deze aanpak noodzakelijk. Daardoor moet uitgegaan worden van statistieken met dezelfde grondslag. Deze noodzaak tot gebruik van statistieken met dezelfde grondslag en de voorwaarde tot herhaalbaarheid van het onderzoek beperkt de mogelijkheden om gebruik te maken van resultaten van eenmalig uitgevoerd onderzoek.

Daar het gebruik van secundaire datareeksen voorwaarde voor modelontwikkeling was, kunnen uitkomsten van dit onderzoek niet worden gevalideerd met onderzoeken waarin gebruik wordt gemaakt van primaire dataverzameling. Door expertise van onderzoekers met ketenkennis in te zetten kunnen de geanalyseerde data in perspectief worden geplaatst. Het valt aan te bevelen om de huidige methode tevens aan te vullen met primaire data. Voor de onderbouwing van de conclusies kan informatie uit bestaand onderzoek gebruikt worden. Dit verhoogt natuurlijk niet de herhaalbaarheid van de concurrentiemonitor. Het is min of meer toeval of deze studies recentelijk zijn uitgevoerd en deze dekken zelden of nooit alle landen en/of schakels in de keten af. Wel kan nagegaan worden of de conclu-

sies gestaafd worden of juist tegengesproken worden door andere resultaten. Dit zal nauwelijks invloed hebben op de kosten voor het onderzoek noch op de doorlooptijd.

Implementatie van het model staat of valt bij beschikbaarheid van data in Eurostat en andere betrouwbare databronnen, waarmee de landenvergelijkingen kunnen worden uitgevoerd. Gehanteerd uitgangspunt is daarbij dat in een tabel geen gegevens uit meer dan één statistische reeks afkomstig mogen zijn. Indien Eurostat gegevens ontbreken, zijn voor het primaire bedrijf FADN gegevens gebruikt. In een aantal situaties is van aanvullende bronnen gebruik gemaakt onder de voorwaarde dat de gehanteerde datadefinities en rekenregels eenduidig zijn en voor alle onderzochte landen beschikbaar.

Bij de meeste indicatoren is niet de positie maar de verandering in positie ('de groei') gebruikt om inzicht te krijgen in posities. Dit heeft wel als consequentie dat kleine landen een hogere groeivoet kunnen laten zien dan grotere landen terwijl absoluut gezien de verhouding compleet anders om is (1% groei van een groot land is vaak vele malen groter dan 10% groei van een klein land).

Het opgezette model blijkt een goed raamwerk te zijn om inzicht te krijgen in de concurrentiekracht van de glasgroenteketen. Door op alle onderdelen gegevens te ordenen, ontstaat een redelijk volledig beeld van de concurrentiekracht en de onderlinge samenhang tussen factoren. Het maakt ook duidelijk of statistieken al of niet betrouwbaar zijn. Toepassen van de methodiek laat inconsistenties snel naar boven komen.

Het model kan nog op een aantal punten worden aangevuld:

- het verder uitwerken van de onderlinge relatie tussen de gebruikte indicatoren;
- het combineren van het model met een SWOT-analyse op basis van primaire data waarin sterkten en zwakten beter tot uitdrukking komen;
- het definiëren van strategieën voor de onderzochte sectoren;
- het ontwikkelen van toekomstprojecties.

Hierdoor wordt het een vollediger instrument.

Literatuur

- Aaker, D., *Marktgericht strategisch beleid*. Academic Service, Schoonhoven, 1992.
- AVAG, *Innoveren in een glazen huis*. Strategische verkenning in opdracht van AVAG Platform toeleveranciers Glastuinbouw, 's-Gravenzande, 2004.
- Baas, E., *The world of vegetables; Challenges and opportunities for vegetable suppliers*. Rabobank, Utrecht, 2006.
- Balassa, B., *Comparative Advantage Trade Policy and Economic Development*. Harvester Wheatsheaf, New York, 1989.
- Batt, P.J., 'Strategic lessons to emerge from an analysis of selected flower export nations'. In: *Journal of International Food & Agribusiness Marketing* 11 (2000) 3, pp. 41-73.
- Behr, H.C., S. Illert, C. Rampold, U. Sturm en M. Weiss, *Marktbilanz Gemüse*. ZMP, Bonn, Duitsland, 2004.
- Berkum, S. van en H. van Meijl, 'The application of trade and growth theories to agriculture: a survey'. In: *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics* 44 (2000) 4, pp. 505-542.
- Bijman, J., B. Pronk en R. de Graaff, *Wie voedt Nederland? Consumenten en aanbieders van voedingsmiddelen in 2003*. LEI, Den Haag, 2003.
- Blisard, N. et al., 'America's changing appetite: food consumption and spending to 2020'. In: *Food Review* 25 (Spring 2002) 1, pp. 2-9.
- Bush, L., en C. Bain, 'New! Improved? The transformation of the Global Agrifood System'. In: *Rural Sociology* 69 (2004) 3, pp. 321-346.
- CBS, *Entreprise monitor; Het Nederlandse ondernemingsklimaat in cijfers*. Concept 2005, CBS, voorburg, 2005.
- CGEY, *Searching for the global Consumer: A European Study of changing lifestyles and shipping behaviour*. Cap Gemini Ernst & Young.
- Colla, E, 'The outlook for European Grocery Retailing: competition and format development'. In: *International Food and Agribusiness Management Review* 14 (2004) 1, pp. 47-69.

- Cotterill, R. W., 'The food distribution system of the future: Convergence towards the US or UK model'. In: *Agribusiness* 13 (1997) 2, pp.123-135.
- Coyle, W., W. Hall en N. Ballenger, *Transportation technology and the rising share of U.S. Perishable food trade*. Economic Research Service/USDA, Washington, 2001, pp. 31-40.
- Dries, L., T. Reardon en J. F. M. Swinnen. 'The rapid rise of supermarkets in Central and Eastern Europe: Implications for the Agrifood sector and Rural development'. In: *Development Policy Studies* 22 (2004) 5, pp. 525-556.
- DTI, *Our Competitive Future; UK Competitiveness Indicators 1999*. DTI, 2000.
- Duivendijk, P. T. van et al., *EU enlargement: European Distribution Centres on the move? Implications for the European distribution structures resulting from the 2004 EU enlargement*. Cap Gemini Ernst & Young, Voorburg, september 2003.
- Elitzak, H., 'Food Marketing costs at a glance'. In: *Food Review* 24 (2001) 3, pp. 47-48.
- EU, *Benchmarking enterprise Policy: Results from the 2003 scoreboard*. Commission of the European Communities, 04-11-2003.
- Fora, *Innovation Monitor - an assessment of Denmark's innovation capacity*. Fora, Leiden, 2004.
- Forfas, *Annual Competitiveness Report 2002*. Forfas, Ierland, 2002.
- Gehlhar, M. J. en D.H. Pick, 'Food Trade Balances and Unit Values: What can They Reveal about Price Competition?' In: *Agribusiness* 18 (2002) 1, pp. 61-79.
- Hack, M. D., J. C. M. van Meijl en A. F. van Gaasbeek, *Competitiveness monitor for the agribusiness*. LEI-DLO, Den Haag.
- Hamel, G. en C. K. Prahalad, *Competing for the future: Breakthrough strategies for seizing control of your industries and creating the markets of tomorrow*. Harvard Business School Press, Harvard, 1994.
- HBD, *Branches in detail 2005; Groentezaken*. Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, Den Haag, 2005.
- Hunt, S. D. en R. M. Morgan, 'The comparative advantage theory of competition'. In: *Journal of marketing* 59 (1995) pp. 1-15.

Jacobs, D., M. Lankhuizen, B. van Ark en E. Stuivenwold, *De sterke Nederlandse Clusters volgens de Porter-methode anno 2003*. Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Bedrijfskunde, Groningen, 2005.

Jacobs, D., P. Boekholt en W. Zegveld, *De economische kracht van Nederland. Een toepassing van Porters benadering van de concurrentiekracht van landen*. Stichting Maatschappij en Onderneming, Den Haag, 1990.

Kleijn, E.H.J.M. de, G.J. Boers en A.M.A. Heybroek, *International competitiveness in the propagating material sector*. Rabobank, Utrecht, 1992.

Kleijn, E.H.J.M. de, H. Tap en A.M.A. Heybroek, *International competitiveness in the vegetable-growing sector*. Rabobank, Utrecht, 1992.

Krugman, P.R. en M. Obstfeld, *International Economics. Theory and Policy*. Harper Collins, 1994.

Penning, M., *De honderd meest toonaangevende bedrijven in de voedingstuinbouw en sier-teelt onder glas*. Hillenraad 100, Format Bladenmakers B.V., Zoetermeer, 2003.

Porter, M. E., *The competitive advantage of nations*. The MacMillan Press Ltd, Londen, 1990.

Porter, M. E., *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. The Free Press, New York, 1980.

Rabobank, *Kiemkracht: de evolutie van de sector uitgangsmateriaal: van autonomie naar partner in business*. Rabobank, Utrecht, 2002.

RIVM, *Milieubalans 2004*. RIVM, Bilthoven, 2004.

Spendolini, M.J., *The benchmarking book*. AMACOM, New York, 1992.

Tirole, J., *The theory of industrial organisation*. MIT-press, Cambridge, 1988.

Voorlichtingsbureau vlees, *Vleescijfers en trends 2003. Marktverkenning over het consumptiegedrag in een dynamische samenleving*. Voorlichtingsbureau Vlees en PVE, Zoetermeer, 19-04-2005.

Traill, W.B en E. Pitts, *Competitiveness of in the Food Industry*. Blackie Academic, Londen, 1998.

Viaene J. en X. Gellynk, *Market integration and the small country case; pressure on the Belgian Meat Sub-sector*. University of Gent, België, 1995.

Wijnands, J.H.M. et al., *Internationalisatie en concurrentiekracht van de Nederlandse vruchtgroentesector*. LEI, Den Haag, 2004.

Wijnands, J.H.M., B. van der Meulen en K.J. Poppe, *Competitiveness of the European Food Industry. An economic and legal assessment*. Europese Commissie/LEI, Wageningen verschijnt in 2007.

Wijnands, J.H.M., S.D.C. Deneux, R.A.F. van Paassen, E.H. Poot en S.D.C. van Woerden, *Internationalisatie en concurrentiekracht Nederlandse vruchtgroenten*. Rapport 5.04.06. LEI, Den Haag, 2004, pp. 92.

Wijnands, J. en H. Silvis (red.), *Onderweg. Concurrentiepositie Nederlandse Agrosector*. LEI, Den Haag, 2000.

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle, GmbH, Bonn.

Bijlage 1. Begrippenlijst

Balassaindex

Zie: Revealed Competitive Advantage (RCA) index.

Bruto binnenlands product (BBP)

Het bruto binnenlands product is een indicator die inzicht geeft in het algemeen economisch klimaat in een land. Het bruto binnenlands product is de totale (geld)waarde van alle in een land geproduceerde goederen (en diensten) gedurende een bepaalde periode (meestal een jaar). Meestal wordt met dit begrip het bruto binnenlands product tegen marktprijzen bedoeld.

Gini-coëfficiënt

De Gini-coëfficiënt is een methode om de mate van inkomensongelijkheid in bijvoorbeeld een land te berekenen. De Gini-coëfficiënt is een getal tussen 0 en 1. 0 correspondeert hierbij met de 'perfecte gelijkheid' (in dit geval heeft iedereen hetzelfde inkomen) en 1 correspondeert met de 'perfecte ongelijkheid' (één iemand heeft alle inkomen en de rest heeft geen inkomen). De Gini-Index is de Gini-coëfficiënt uitgedrukt in percentage en is gelijk aan de Gini-coëfficiënt vermenigvuldigd met 100.

Harmonized Index of Consumer Prices (HICP)

De Harmonized Index of Consumer Prices is ontwikkeld als een geharmoniseerde maatstaf om de inflatie in de lidstaten van de Europese Unie op een vergelijkbare wijze te meten. Het CBS publiceert deze index of Europese maatstaf voor inflatie vanaf 1997, naast de Nederlandse consumentenprijsindex.

De HICP wordt voor alle landen van de Europese Unie op vergelijkbare wijze gemeten. Hierdoor kunnen op de eerste plaats de inflatiecijfers in alle lidstaten van de EU met elkaar worden vergeleken.

Inflatie

Inflatie of geldontwaarding is in de economie het verschijnsel dat geld steeds minder waard wordt omdat de vraag naar een product sneller groeit dan de productiecapaciteit. Een inflatie van 2 of 3% per jaar wordt als acceptabel beschouwd.

De inflatie wordt gemeten door middel van de index: een lijst van producten (goederen en diensten) en hun prijs, die centraal wordt bijgehouden, en de evolutie van de prijs over de tijd bepaalt de inflatie. In Nederland worden die cijfers bijgehouden door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Koopkrachtpariteit

In de economie, wordt met koopkracht de hoeveelheid goederen en diensten voor een gegeven hoeveelheid geld bedoeld. Als het inkomen gelijk blijft maar de prijzen van goede-

ren en diensten stijgen, dan zal de koopkracht van dat inkomen dalen. In de economie is de koopkrachtpariteit een alternatieve manier om de relatieve koopkracht van twee landen te vergelijken. Tot ongeveer 20 jaar geleden werd in de economische literatuur bijna uitsluitend cijfers van het inkomen tegen de officiële wisselkoers gebruikt, tegenwoordig gebruikt men steeds vaker cijfers op basis van koopkrachtpariteiten.

Langetermijnrente

Lange rente (kapitaalmarktrente) is de rente op een langlopende lening, de korte rente (geldmarktrente) is die welke wordt gegeven op een kortlopende lening. Doorgaans is de lange rente hoger dan de korte, maar niet altijd.

De hoogte van de rente heeft direct invloed op de economie van een land. Is de rente hoog, dan zullen bedrijven minder geld lenen om te investeren. Is de rente laag, dan wordt het voor bedrijven makkelijker om te investeren. Door een renteverlaging wordt de economie dus gestimuleerd.

Ontgroening

Ontgroening is het afnemen van het aandeel jongeren in de bevolking als gevolg van een afname van het geboortecijfer. Het gevolg van ontgroening is een toename van de gemiddelde leeftijd van de bevolking, en een toename van het aandeel werkenden op de totale bevolking.

Revealed Competitive Advantage (RCA) index

Met de Revealed Competitive Advantage index, ook wel de Balassa-index, kunnen diverse subsectoren binnen een land ten opzichte van elkaar worden afgezet. De Revealed Competitive Advantage index is gedefinieerd als de verhouding van de export van een subsector ten opzichte van de totale export van een specifiek land gedeeld door eenzelfde verhouding van de sommen van een groep van landen. Deze index geeft de mate van specialisatie danwel het relatieve belang van een bepaalde sector voor de export van dat land weer. Indien de index groter is dan 1 heeft het land een comparatief voordeel met betrekking tot de producten van deze sector.

Vergrijzing

De term vergrijzing wordt gebruikt om aan te geven dat het aandeel van ouderen in de bevolking stijgt en daardoor een stijging van de gemiddelde leeftijd veroorzaakt. Een periode van vergrijzing gaat vaak gepaard met ontgroening en bevolkingsdaling.