



Exportdaling bloemen, tomaten en paprika naar VS en Japan

Structurele trend of tijdelijke dip?

Michiel van Galen (LEI)

Suzanne Pegge (A&F)

Nico de Groot (LEI)

Project 30377

December 2006

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Methodiek	3
3. Literatuurstudie	4
3.1 Kostenfactoren aanbod	5
3.2 Overige factoren aanbod	7
3.3 Vraagfactoren	8
4. Ontwikkeling export	10
4.1 Bloemen	12
4.2 Tomaten en paprika's	12
5. Resultaten	13
5.1 Bevindingen uit interviews	13
5.2 Drijvende krachten voor snijbloemen naar VS	15
5.3 Conclusies	17
5.4 Remedies	17
6. Literatuur	18

1. Inleiding

In het georganiseerde overleg tussen het tuinbouwbedrijfsleven en de overheid, het zogenaamde plantaardige export overleg (PEX), is geconstateerd dat de export van vruchtgroenten en sierteeltproducten naar Japan en de Verenigde Staten de afgelopen jaren achterblijft of zelfs afneemt. Terwijl de Nederlandse export van vruchtgroenten en snijbloemen naar de wereld, in de afgelopen tien jaar zowel in volume als in waarde flink is toegenomen, is op deze markten een duidelijke kentering zichtbaar. De export van tomaten naar zowel Japan als de Verenigde Staten lopen sinds 1999 gestaag terug, en ook de export van snijbloemen is sinds 2002 gedaald (Van der Salm, 2006b). PEX heeft aan het LEI gevraagd in kaart te brengen wat de drijvende krachten hierachter zijn en of sprake is van een structurele ontwikkeling of een incidentele ontwikkeling.

In deze notitie worden de bevindingen van LEI weergegeven. De resultaten zijn gebaseerd op: 1. literatuuronderzoek en deskresearch, 2. analyse van beschrijvende statistieken van exporten, 3. gesprekken met experts uit het tuinbouwbedrijfsleven en onderzoek. Door de aggregatie van meningen van verschillende experts en combinatie met gegevens uit verschillende databanken komen we in relatief korte tijd tot meer inzicht in de onderzoeksvraag.

In hoofdstuk 2 wordt de toegepaste methodiek die door LEI is ontwikkeld (Backus, Van Galen, Stijnen en Pegge, 2007 te verschijnen; Hendrix, Kornelis, Pegge en Van Galen, 2006) kort uiteengezet. In hoofdstuk 3 worden de resultaten weergegeven van literatuurstudie en deskresearch. In hoofdstuk 4 wordt aan de hand van handelsstatistieken de export van Nederlandse snijbloemen en tomaten en paprika's naar Japan en de VS op hoofdlijnen beschreven. Hoofdstuk 5 gaat in op een aantal drijvende krachten achter de export naar deze landen en beantwoordt de hoofdvraag, mede op basis van de expertinterviews.

2. Methodiek

Onderzoekers, beleidsmakers en andere betrokkenen hebben uiteenlopende gedachten over toekomstige ontwikkelingen in sectoren. Vaak zonder dat zij in staat zijn deze met feiten of gestructureerde argumenten verder vorm te geven. Niettemin is het belangrijk om zoveel mogelijk onzekerheden over de toekomst en de oorzaak van gebeurtenissen weg te nemen door optimaal gebruik te maken van de aanwezige informatie (Hendrix, Kornelis, Pegge en Van Galen, 2006).

De methodiek die in het project "Trendwatch" wordt ontwikkeld beoogt onderzoekers in staat te stellen om op een efficiënte manier gebruik te kunnen maken van beschikbare informatie en databanken. De (mogelijke) stappen in de onderzoeksmethode zijn de volgende:

1. probleemstelling definiëren
2. desk studie en literatuurstudie
3. analyse van beschikbare databanken
4. interviews met disciplinaire experts (onderzoekers)
5. bijeenkomst met ervaringsdeskundigen (experts)
6. aggregatie van expert opinie
7. rapportage

De meningen van experts kunnen op een wetenschappelijk verantwoorde manier worden gewogen en geaggregeerd om tot één gedeelde mening te komen (Hendrix et al, 2006). In dit project is er gezien de beperkte onderzoekstijd voor gekozen om de stappen 4-6 te beperken tot een aantal (diepte-)interviews met experts uit het tuinbouwbedrijfsleven.

3. Literatuurstudie

De eerste stap in het onderzoek betreft een korte literatuurstudie. Door de belangrijkste bevindingen uit eerder onderzoek op een rij te zetten krijgen we een eerste inzicht in de problematiek. Bovendien wordt in een aantal studies ook aandacht geschonken aan de belangrijkste redenen voor daling (of stijging) van exporten van tuinbouwproducten. De literatuurstudie is gericht op snijbloemen en vruchtgroenten en op de twee afzetmarkten Verenigde Staten en Japan. Bovendien is de literatuurstudie afgebakend tot Nederlandse literatuur die gepubliceerd is in de jaren 2002-2006.

Het aantal studies dat ingaat op de exportpositie van Nederlandse exporteurs van snijbloemen en vruchtgroenten op verre markten (lees Verenigde Staten en Japan) is beperkt. Een zoektocht in de bibliotheek van Wageningen UR, internet en publicaties van Productschap Tuinbouw levert de volgende resultaten op:

Tabel 3.1 Literatuurstudie

Auteurs	Titel	Jaar	SB	VG
Salm, Peter van der	Import van siergewassen in de VS, 2000-2005	PT, 2006	x	
Berg, Wilco van der	Product-Info Paprika 2005/2006	Pt, 2006		x
Kelholt, H., M. Kuiper, F. van Tongeren	Een analyse van de handelsbelemmeringen voor geselecteerde Nederlandse exportproducten	LEI, 2005	x	x
Salm, Peter van der en Rokus Hassefras	Marktmonitor 2005; Snijbloemen en potplanten Japan.	PT/BBH, 2005	x	
Vermeire, Remy	Consumentenaankopen snijbloemen in de Verenigde Staten 1992-2005	PT, 2005	x	
Salm, Peter van der	Productinfo Tomaat 2004/2005	PT, 2005		x
Wijnants, Iris	Importeursonderzoek Verenigde Staten	PT, 2005	x	
Wijnants, Iris	Snijbloemen in kleine en middelgrote supermarktketens in de VS 2005	PT, 2005	x	
Bunte, F., M. Kornelis, M. van Galen	Does history matter? : dynamiek in de Nederlandse export van landbouw- en tuinbouwproducten	LEI, 2004	x	x
Zimmerman, K.	Scenario's voor een vitaal Nederlands snijbloemencluster in 2010: naar robuuste strategieën voor bedrijfsleven en overheid	LEI, 2003	x	
Berkum, S. van, A.D. Westerman en C.J.W. Wolswinkel	De internationale locatie van de tuinbouw bij handelsliberalisatie	LEI, 2002	x	x

NB: deze lijst is geenszins uitputtend en slechts gebaseerd op kort literatuuronderzoek; SB: snijbloemen, VG: vruchtgroenten tomaten en paprika's.

Uit Tabel 3.1 blijkt dat het aantal studies dat is uitgevoerd naar sierteeltproducten groter is dan het aantal studies dat over tomaten en/of paprika's gaat. Dat is verklaarbaar door het feit dat verre markten voor vruchtgroenten lange tijd relatief onbelangrijk zijn geweest in vergelijking met snijbloemen. Echter, deze situatie is voor Japan en de VS momenteel zeker niet meer het geval. Sinds 2001 is de export van paprika's naar Japan groter (in exportwaarde) dan de export van snijbloemen (Tabel B1 in Bijlage 1; en de figuren in hoofdstuk 4). Op de Amerikaanse markt (in euro's) hebben paprika's en tomaten sinds halverwege jaren negentig van de vorige eeuw terrein gewonnen ten opzichte van

snijbloemen. Echter, zoals in de inleiding ook al is geschreven, hebben in recente jaren exporteurs van beide productgroepen moeilijkheden op de markten in Japan en de VS.

Welke factoren worden in de literatuur genoemd voor stijging en daling van de exporten van tuinbouwproducten naar verre markten Japan en VS? In onderstaande paragrafen worden een aantal terugkerende factoren op een rij gezet. De volgorde van bespreking is gebaseerd op het aangrijpingspunt van de factor: eerst de externe (aanbods)factoren die rechtstreeks op de kosten van productie en distributie ingrijpen, dan de overige factoren die te maken hebben met het aanbod, en vervolgens factoren die te maken hebben met de vraag.

3.1 Kostenfactoren aanbod

3.1.1 Wisselkoersen

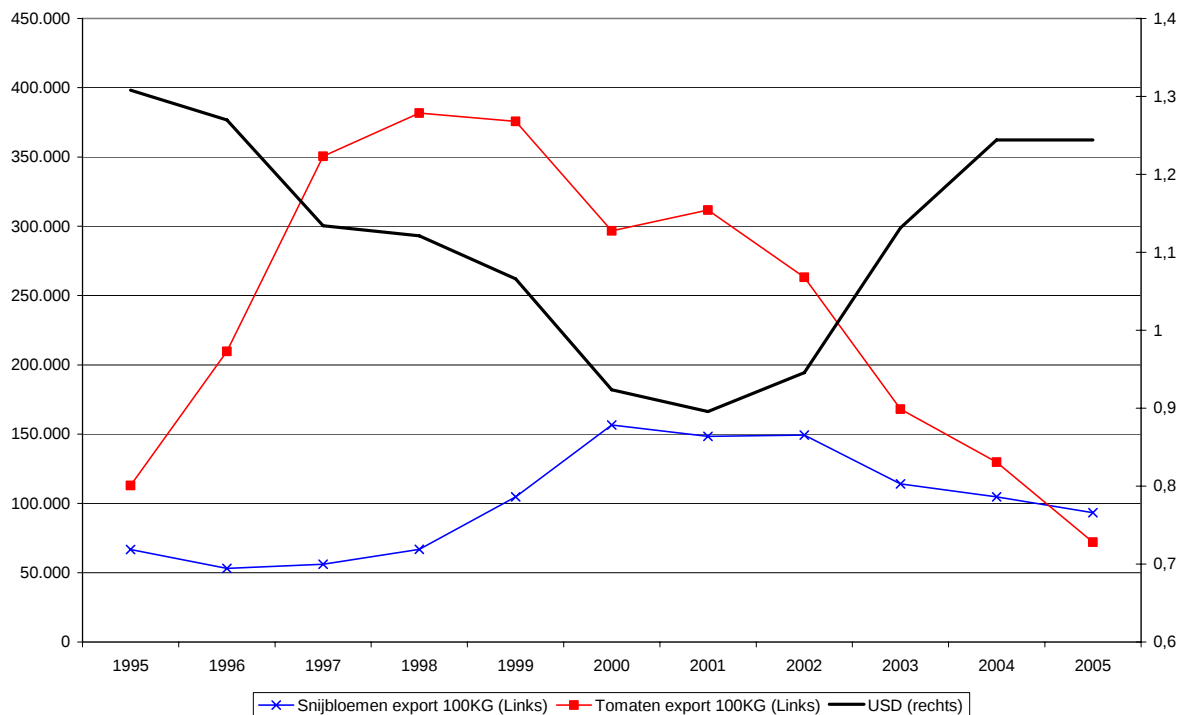
Allereerst de wisselkoersen. Deze worden in veel van de onderzochte rapporten als belangrijke factor genoemd. In Zimmerman (2003) is sprake van een stijging van de export van snijbloemen naar de VS in de jaren 1998-2002. De verklaring daarvoor wordt gezocht in de koers van de dollar ten opzichte van de euro (gulden): "De Nederlandse export naar de Verenigde Staten is de laatste jaren gegroeid, vooral door gunstige wisselkoersen." Deze exportgroei is ook terug te vinden in de grafieken in hoofdstuk 4. Recenter heeft PT onderzoek gedaan onder importeurs van snijbloemen in de VS (Wijnants, 2005). Door 90% van de respondenten in het importeursonderzoek van PT wordt de wisselkoers als een belangrijke factor genoemd in de beslissing vanuit Zuid-Amerika in te kopen (Wijnants, 2005, p.24). In Van der Salm en Hassefras (2005, p.33) wordt de daling van de yen aangehaald als reden voor de exportdaling van snijbloemen naar Japan. Ook voor tomaten en parika's lijkt de koers van de euro belangrijk. In Van der Salm (2005) lezen we: "De uitvoer [van tomaten] naar de Verenigde Staten daalt nog steeds, en zolang de euro duur blijft ten opzichte van de dollar zal dit wel niet veranderen."

Van Berkum et al (2002) noemen ook de wisselkoers als een belangrijke reden voor de gunstige ontwikkelingen van de export van tomaten naar de VS, maar plaatsen dit wel in een breder perspectief: "Voor de Nederlandse groenteteelt als geheel vormen de ontwikkelingen in Mexico, ondanks de afstand, toch een bedreiging. Mede door de gunstige wisselkoersen heeft de Nederlandse export naar Noord-Amerika zich kunnen ontwikkelen. Deze export staat of valt echter bij het hoge prijsniveau. Door de toenemende concurrentie van goedkope Mexicaanse producten zal het prijsniveau zakken.

In Bunte, Kornelis en Van Galen (2004) wordt onderzocht in hoeverre een wisselkoers verandering (blijvende) negatieve gevolgen kan hebben voor de export van Nederlandse producten naar Engeland. Uit het onderzoek blijkt dat een stijging van de euro de Nederlandse export van tomaten, paprika's, komkommers en snijbloemen grote schade kan toebrengen en bovendien dat die dalingen in veel gevallen een min of meer permanent karakter krijgen. Dat wil zeggen dat andere leveranciers een deel van de

positie van Nederlandse exporteurs duurzaam kunnen overnemen als gevolg van een tijdelijke wisselkoersschok.

In figuur 3.1 wordt de export van tomaten en snijbloemen naar de VS (in volume) afgezet tegen de koers van de euro in dollars. De laatste jaren is een duidelijke stijging van de euro zichtbaar en tegelijkertijd daalt de export naar Amerika. Voor snijbloemen is het verband sterker dan voor tomaten, waar de daling al inzet voordat de koers van de dollar daalt.



Figuur 3.1 Relatie tussen dollarkoers en export naar Amerika in 100Kg, Bron: Comtrade HS

3.1.2 Vrachtkosten (olieprijzen)

In het importeursonderzoek (Wijnants, 2005) komt de factor vrachtkosten duidelijk naar voren als een belangrijke reden om producten dichterbij huis te halen. Vrachtkosten en productprijzen zijn te hoog. De toename van vrachtkosten heeft in feite de zelfde uitwerking als een stijging van de eurokoers. In Van Berkum et al (2002) worden vrachtkosten genoemd als een factor van betekenis als het gaat over het ontstaan van (regionale) markten. Vanuit Afrika is het bijvoorbeeld aanzienlijk goedkoper om naar Europa te exporteren dan vanuit Zuid-Amerika. Veel Zuid-Amerikaanse landen liggen overigens verder van de Amerikaanse markt dan Nederland.

Dat in onderzoek relatief weinig aandacht aan (veranderingen in) deze factor is besteed komt wellicht doordat lange tijd geen grote veranderingen hebben plaatsgevonden in de vervoerskosten. De technische vooruitgang zorgde eerder voor een prijsdaling dan voor een prijsstijging. Deze situatie is gewijzigd na de recente stijgingen van de kosten door olieprijsstijgingen en heffingen vanwege veiligheid op luchthavens en havens.

3.1.3 Fytosanitaire controles

Dat goede fytosanitaire inspectie en uitblijven van problemen een rol speelt, blijkt uit het feit dat na de invoering van het pre-inspectiesysteem (1985) voor de uitvoer naar Japan, de export van snijbloemen naar dit land flink is toegenomen (Van der Salm en Hassefras, 2005, p.33). In Van der Salm (2006b, p.25) wordt uitgelegd dat de export van chrysanten naar de VS flink te lijden heeft gehad onder de vondst van Japanse roest. Daardoor zijn de inspecties en procedures flink aangescherpt, met navenante gevolgen voor de kosten. Van het ene op het ander moment (in 2003) is de export van chrysanten naar de VS vrijwel geheel stilgevallen (zie ook de figuren in hoofdstuk 4).

3.2 Overige aanbodsfactoren

3.2.1 Concurrentie van landen in de regio

De opkomst van nieuwe concurrenten speelt ongetwijfeld een belangrijke rol. Zowel in de sierteelt als in vruchtgroentenexport heeft Nederland op verre markten. “De Japanse markt wordt steeds meer beleverd vanuit de regio zelf (Thailand, Korea, India en Nieuw-Zeeland). Traditionele snijbloemenlanden als Nederland en Israël verliezen aandeel op deze markt.” (Zimmerman, 2003) In 2000 was Nederland nog de grootste exporteur van snijbloemen op de Japanse markt. Vier jaar later is die situatie drastisch veranderd. Inmiddels zijn landen als Thailand, Maleisië, Zuid-Korea en Colombia dan Nederland (Van der Salm, 2006b). In Tabel 3.2 worden ter illustratie de gemiddelde importcijfers (in dollars) voor de periode 2002-2006 gegeven. Ook ten aanzien van tomaten en paprika geldt hetzelfde verhaal. Overigens hebben niet alleen Nederlandse producenten en exporteurs hier hinder van maar ook onze Europese concurrenten: “Op de Amerikaanse markt heeft Spanje (evenals Nederland) last van de dure euro en vooral van de concurrentie in Noord-Amerika (VS, Canada, Mexico) zelf. De tomatenuitvoer naar de Verenigde Staten is na 2002 met meer dan 90% gedaald.” (Van der Salm, 2006a)

In Wijnants (2005) en Van der Salm (2006b) lezen we min of meer hetzelfde verhaal over de Amerikaanse markt. Nederland ondervindt op de Amerikaanse markt voor snijbloemen steeds meer concurrentie vanuit Zuid-Amerika. De importeurs zijn weliswaar zeer te spreken over de service die Nederlandse leveranciers geven, kennis en betrouwbaarheid worden hoog gewaardeerd. Maar ze zien ook een aantal knelpunten in vooral kosten (zoals wisselkoersen en vrachtkosten). (Wijnants, 2005) De importeurs zijn over het algemeen van mening dat Nederland als leverancier terrein zal verliezen ten opzichte van Zuid-Amerikaanse landen zoals Ecuador, Chili en Colombia en ook ten opzichte van het eigen Amerikaanse product.

Tabel 3.2 Import van tomaten in VS en snijbloemen in Japan in dollars gemiddeld over periode 2002-2006

Tomaten in VS		Snijbloemen in Japan	
Mexico	\$2.984.855.627	Thailand	\$102.642.798
Canada	\$946.641.943	Maleisië	\$100.726.602
Nederlands	\$181.856.361	Colombia	\$89.404.692
Israel	\$62.524.692	Zuid-Korea	\$78.529.438
Spanje	\$42.422.725	Overig Azië nes	\$64.743.723
Overige landen	\$19.640.138	Overige landen	\$295.331.847

Bron: Comtrade

Overigens moeten we opmerken bij bovenstaande ontwikkelingen dat afzet van verse tuinbouwproducten altijd grotendeels een regionale aangelegenheid is geweest. In het algemeen kan men drie clusters van landen onderscheiden in bijvoorbeeld de wereldwijde markt voor snijbloemen: Noord- en Zuid-Amerika, Europa en Afrika, en Azië (waaronder een groot deel van Rusland). Deze driedeling wordt enerzijds doorbroken door nieuwe transporttechnologie, maar anderzijds ook versterkt door hoge transportkosten (door bijvoorbeeld gestegen olieprijs). Deze transportkosten vormen een natuurlijke handelsbarrière.

3.2.2 Internationalisering en focus op andere markten

Een andere mogelijke oorzaak van een daling van de export naar Japan en de VS is dat Nederlandse exporteurs een bewuste keuze maken om zich op andere markten te concentreren. In Zimmerman (2003) vinden we een mogelijke aanwijzing voor deze verklaring, namelijk de opkomst van andere afzetmarkten zoals in Rusland. "... Daarnaast vindt toename van de vraag vooral plaats in de verder van Nederland gelegen markten. In de regio zijn dit Oost-Europa en de Zuidelijke EU-landen, en in verdere markten met name Oostelijk Azië, maar ook Zuid-Amerika. Deze ontwikkelingen leiden tot een internationalisering van de bloemensector."

3.2.3 Breedte van het assortiment

Nederlanders worden hoog gewaardeerd op de breedte van het assortiment, maar wellicht dat juist in de diepte van het assortiment de meeste winst is te behalen. Al met al hebben Nederlandse bloemenhandelaren in Amerika een heel goede naam, maar worden ze bedreigd door concurrentie op kostprijs vanuit Zuid-Amerika, vooral in het bulkassortiment (Wijnants, 2005). Een goed voorbeeld is de afzet van rozen – de belangrijkste bloem op de Amerikaanse markt – die vrijwel geheel door Zuid-Amerikaanse leveranciers is overgenomen.

Een factor die daar bij aansluit is de actieve handelspromotie door bijvoorbeeld Productschap Tuinbouw en Bloemen Bureau Holland. In de literatuur kunnen we echter geen aanwijzingen vinden ten aanzien van de functionaliteit van deze promotie.

3.3 Vraagfactoren

3.3.1 Focus verschuift naar kwaliteitssegment

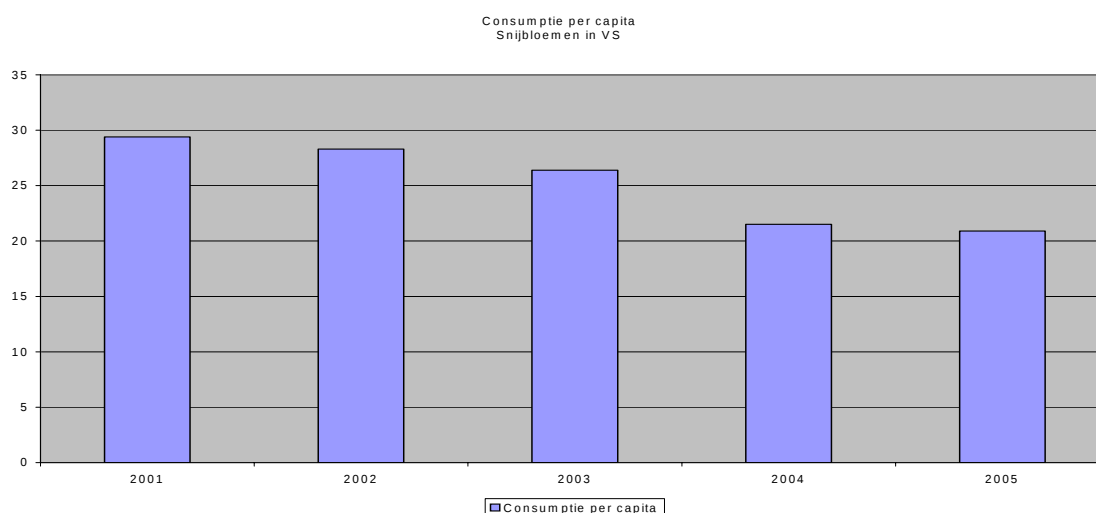
De gevonden literatuur (Tabel 3.1) focust zich hier op de snijbloemenmarkt. "De markt dwingt Nederlandse telers, vanwege het hoge kostenniveau, zich steeds meer toe te leggen op het produceren in het hoge kwaliteitssegment. Innovatie in het assortiment is daarbij zeer belangrijk" (Zimmerman, 2003). Ook de importeurs in het onderzoek van PT (Wijnants, 2005) vinden dat Nederlandse leveranciers (nog) meer exclusieve producten en nieuwe variëteiten zouden moeten leveren dan ze nu al doen. Dit aspect wordt overigens ook genoemd als één van de sterke kanten van de Nederlanders.

We zien een verschuiving naar aankopen via de supermarkt en daarmee verband houdend een stijging van het aandeel van de roos (de belangrijkste bloem op de Amerikaanse markt) van 21% in 1998 tot 28% in 2004 (Vermeire, 2005). In Amerika wordt – net als in veel andere landen – de supermarkt een steeds belangrijker distributiekanaal. De supermarkten betrekken veelal goedkopere bloemen vanuit Zuid-Amerika. Om de concurrentie met de supermarkten aan te kunnen zullen bloemisten zich meer gaan richten op exclusiviteit. Dit biedt een kans voor Nederlandse exporteurs (Vermeire, 2005).

Ook op de Japanse markt geldt dat in het bulksegment steeds minder te halen valt. In Van der Salm en Hassefras (2005) wordt de verwachting uitgesproken dat de export vanuit Nederland verder zal dalen. Tegelijkertijd blijft Nederland een leverancier van exclusieve bloemen.

3.3.2 Daling van de vraag

Over de vraag of de consumptie van snijbloemen na de aanslagen van 11 september 2001 in de VS zijn gedaald lopen de bronnen iets uiteen. In onderzoek van PT (Vermeire 2005) wordt op basis van consumenten panelonderzoek gesteld dat de vraag niet is afgenomen. Het aantal kopende huishoudens is tussen 1998 en 2003 behoorlijk gestegen. In 2004 lag dat iets lager, maar de totale bestedingen in dollars namen wel iets toe ten opzichte van 2003. Toch noemen enkele Nederlandse exporteurs de economische omstandigheden in de VS als een belangrijke reden voor een teruglopende export (interviews). Dit lijkt te worden bevestigd door cijfers van BBH over de consumptie per capita in de VS (in euro's). Echter, hier is ook sprake van een wisselkoers effect. De stagnerende economie in de VS op dit moment is als zodanig dan ook geen goed teken. Het is mogelijk dat consumenten anticiperen op een dalende economische groei en de hand op de knip houden.



Figuur 3.2 Daling van consumptie per capita van snijbloemen in VS in euro (BBH)

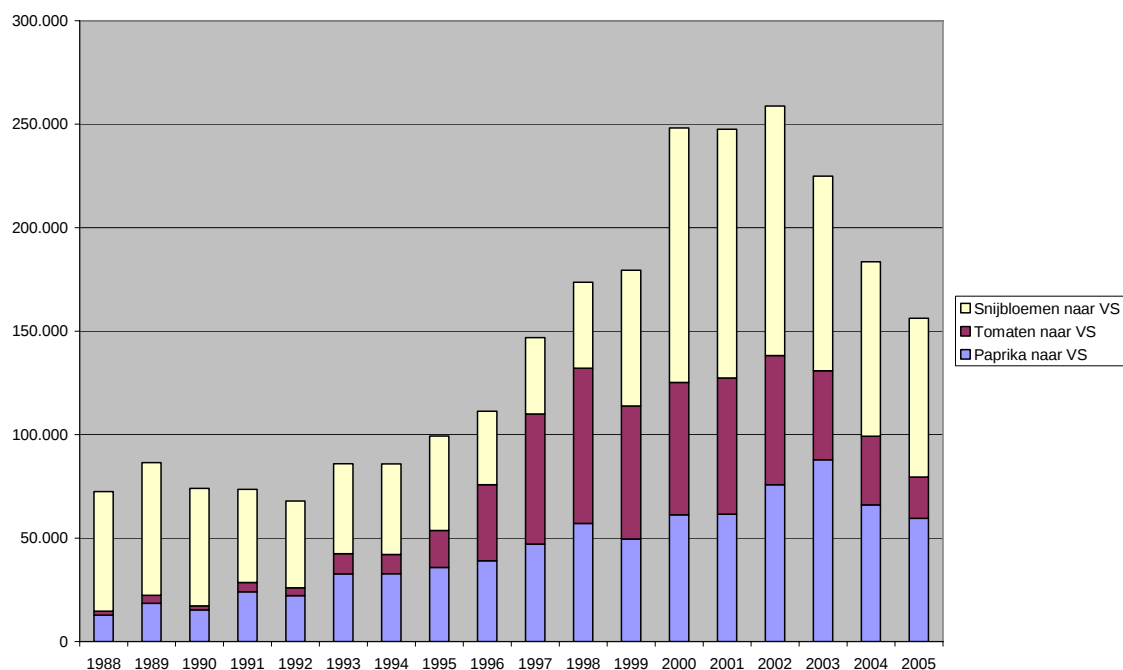
Ten aanzien van deze factor merken we op dat een wisselkoersdaling van de dollar of de yen de vraag naar Nederlands product negatief beïnvloed (Bunte et al, 2004). De interactie tussen deze factor (een autonome vraagdaling) en bijvoorbeeld

wisselkoersinvloeden is moeilijk uit elkaar te halen.

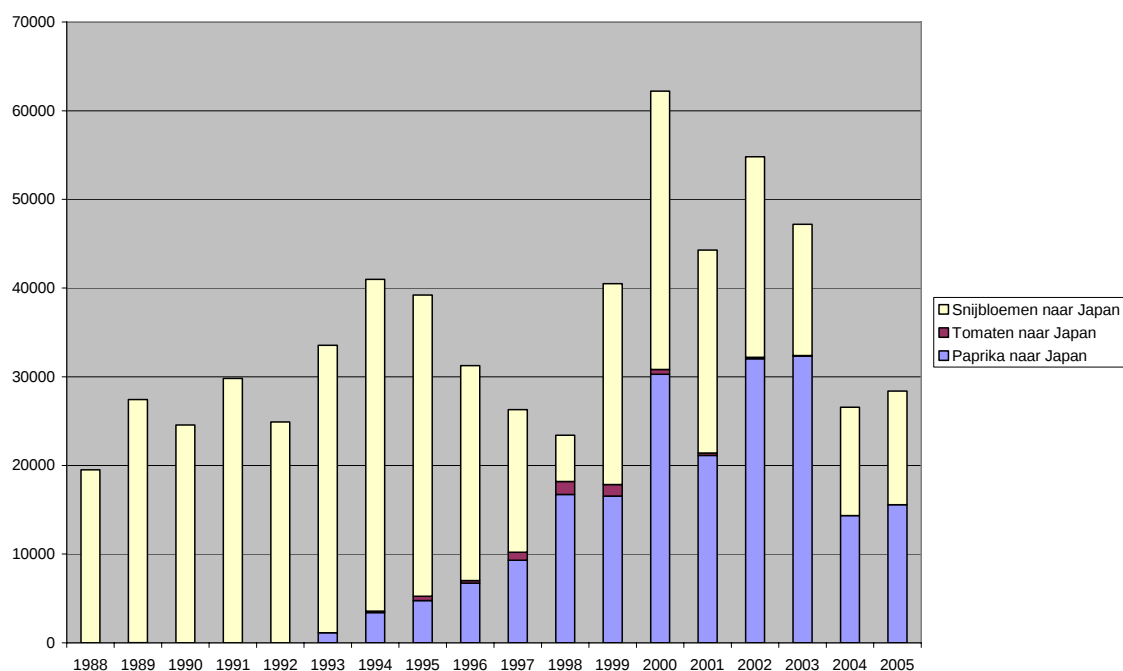
4. Ontwikkeling export

In dit hoofdstuk worden de exportgegevens van enkele (openbare) databronnen gepresenteerd. Het LEI beschikt over software waarmee handelsgegevens van Eurostat (Comext) relatief snel kunnen worden geanalyseerd (SITA).

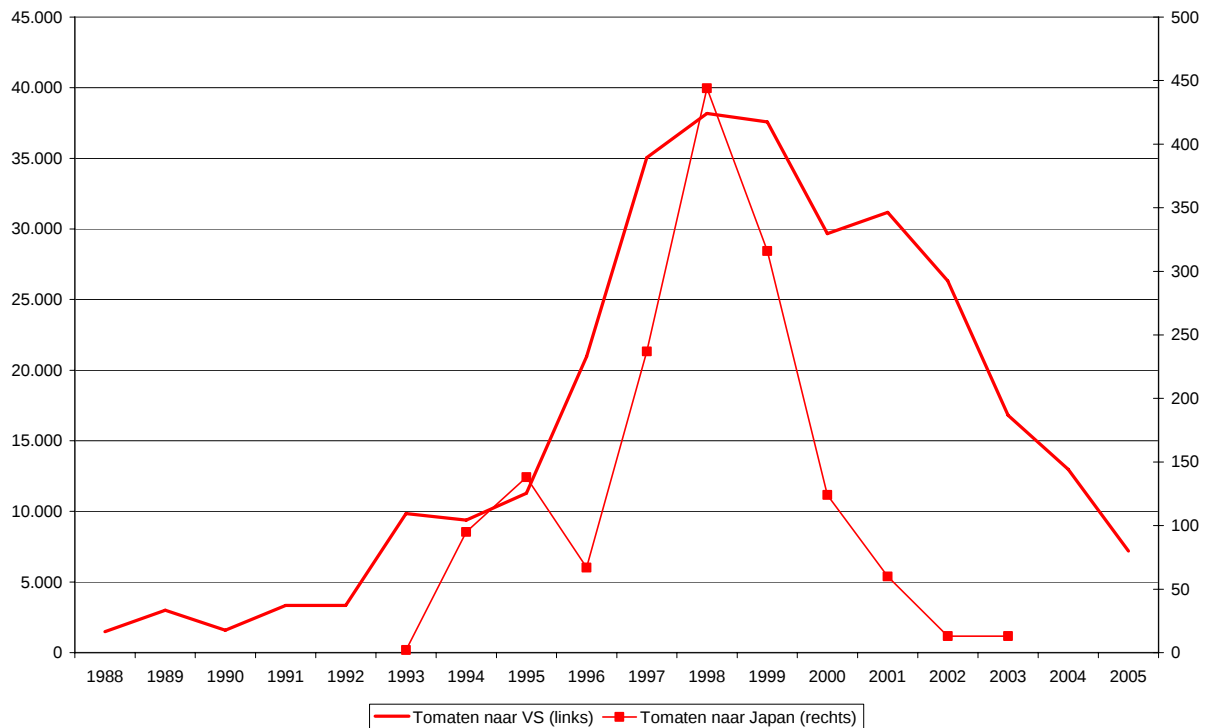
4.1 Exportontwikkelingen 1988-2005



Figuur 4.1 Export van snijbloemen, tomaten en paprika naar VS in 1.000 euro (Comext)



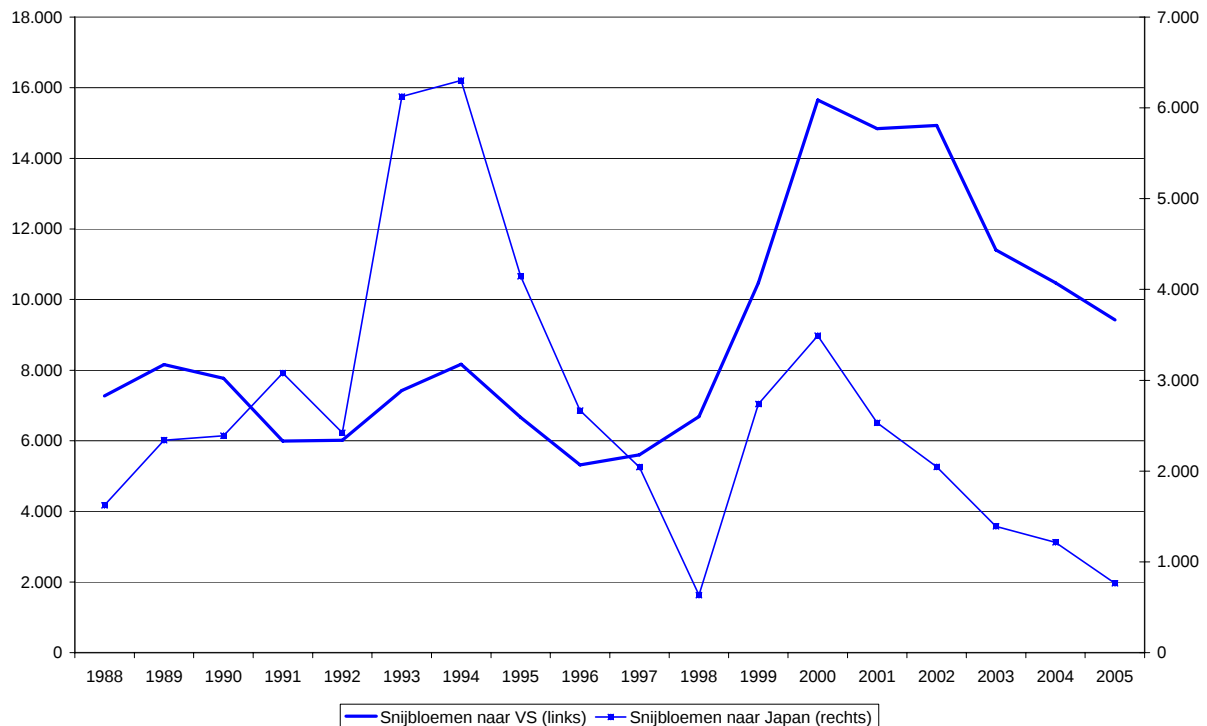
Figuur 4.2 Export van snijbloemen, paprika (en tomaten) naar Japan in 1.000 euro (Comext)



Figuur 4.3 Exportwaarde van tomaten naar VS en Japan (in tonnen) (Comext)



Figuur 4.4 Exportwaarde van paprika's naar VS en Japan (in tonnen) (Comext)



Figuur 4.5 Exportwaarde van snijbloemen naar VS en Japan (in tonnen) (Comext)

4.1 Bloemen

Uit figuren 4.1, 4.2 en 4.5 blijkt dat de export van snijbloemen naar Japan en de VS inderdaad is gedaald. Sinds 2000 is op beide markten een grote daling zichtbaar. De daling is het grootst naar Japan (75% in volume en 60% in waarde), maar ook fors op de Amerikaanse markt (40% zowel in waarde als in volume). Opvallend is dat de daling zich op beide markten vrijwel gelijktijdig heeft voorgedaan.

4.2 Tomaten en paprika's

Na een aanvankelijke groei van de export naar de VS (tomaten en paprika's) en Japan (feitelijk alleen paprika's) is de export van tomaten sinds 1998 en de export van paprika's sinds 2002 gedaald. Ook hier blijkt een overeenkomst tussen de patronen voor de twee landen (Figuur 4.3 en 4.4). De daling is echter voor tomaten aanzienlijk groter dan voor paprika's. Sinds 1998 is de export van tomaten naar de VS (in euro's) gedaald van circa 75 miljoen naar 20 miljoen euro (Bijlage 1 Tabel B1). De daling in volume is nog groter, wat duidt op een gemiddelde toename van de prijs (in euro).

Specifiek met betrekking tot de Japanse paprikamarkt stelt Van der Berg (2006) ook tot de conclusie dat de export naar Japan is afgenomen ten opzichte van 2001. "De invoer van paprika in Japan [het totaal] is in de afgelopen jaren gestegen. Vooral uit Zuid-Korea valt een stijging van de import waar te nemen. Van 2001 tot en met 2005 is de import met 60 procent toegenomen. De import uit Nederland bevindt zich op een lager niveau dan in 2001 en 2002. Het importaandeel van Nederland is dan ook gedaald van 30 naar 20 procent.

5. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van een korte deskresearch, de verzameling en analyse van handelsdata en de gesprekken die hebben plaatsgevonden met experts op het gebied van de export van de betreffende tuinbouwproducten naar de VS en Japan samengevat.

5.1 Bevindingen uit interviews

In deze paragraaf worden de belangrijkste conclusies en opmerkingen uit de gehouden interviews samengevat. De interviews zijn verdeeld in drie productmarktcombinaties: snijbloemen naar VS, tomaten naar VS en paprika's naar Japan. Daarbij houden we min of meer de structuur aan die uit het literatuuronderzoek is gepresenteerd.

5.1.1 Snijbloemen naar VS

De belangrijkste bevindingen uit de interviews ten aanzien van de export van snijbloemen naar VS zijn de volgende:

- De kosten van Nederlandse bloemen (ten opzichte van enkele concurrenten en lokaal product) zijn toegenomen door een wisselkoersstijging van de euro ten opzichte van de dollar, en door brandstof toeslagen en security charges die het transport duurder maken.
- Fytosanitaire controles zijn zeer streng. Bij chrysanten speelt een probleem ten aanzien van 'roest', waar Nederlandse exporteurs veel last van hebben. Het gevoel onder exporteurs is dat vanuit andere landen wel chrysanten geëxporteerd kunnen worden naar de VS terwijl daar ook problemen zijn of zijn geweest met roest in chrysanten. In hoeverre deze gesuggereerde ongelijkheid op waarheid berust, kunnen we in deze korte verkenning niet bepalen.
- Aanbod van Zuid-Amerika is groot en het komt met ladingen vol de VS binnen. De traditionele producten als lelies en irissen die altijd uit Nederland kwamen worden nu ook uit deze landen aangevoerd en met een goede of zelfs betere kwaliteit.
- De vraag naar (Nederlandse) bloemen in Amerika is gedaald na de aanslagen van september 2001.
- Nederland zal 'gatenvuller' worden. Het moet verdiend worden in een periode van 5 maanden. Op het moment dat de tulpen op de markt zijn is er een forse handel, daarna worden het maar magere bestellingen.
- Nederland zal alleen de markt voor speciale producten kunnen behouden (tulpen) en producten met speciale service. Men verwacht een stabilisatie en zeker geen groei.

5.1.2 Tomaten naar VS

De belangrijkste bevindingen uit de interviews ten aanzien van tomaten export naar de VS zijn:

- Wisselkoers ontwikkelingen maken het Nederlandse product duurder. Echter, volgens één van de experts heeft "de dollar/euro wisselkoers maar een beperkte invloed op de afzet van tomaten. Is de dollar laag dan geeft dat altijd wat meer mogelijkheden. Maar in die tijd hadden we ook de trostomaten die nieuw waren voor de Amerikaanse markt. Is de dollar sterker dan voel je dat ook maar een klein beetje."

- Transportkosten hebben een grote invloed op de concurrentiepositie van Nederland.
- Tien jaar geleden is de afzet naar Amerika gaan groeien (trostomaat), maar na 5 jaar is er een afname gekomen. Deze lijn zet zich voort en in 2006 is de afzet nog weer minder geworden. “We mogen de gaten vullen en indien er rampen gebeuren (overstromingen, vloedgolven) dan komt Nederland weer in beeld.”
- Nederland wordt strenger gecontroleerd dan bijvoorbeeld Canada (buren en “beestjes vliegen toch wel over”) en Mexico (NAFTA-verdrag).
- De concurrentie uit Mexico neemt de komende jaren naar verwachting alleen maar toe. Op dit moment kan Mexico de Amerikaanse markt beleveren van december tot en met mei. De verwachting is dat Mexico in de toekomst ook jaarrond kan leveren.
- Een andere factor is het feit dat Nederland niet alleen producten maar ook de teelttechniek heeft geëxporteerd naar Canada, Zuid-Amerika en de VS. Er zijn Nederlandse consultants die de lokale bedrijven in de concurrerende landen adviseren. Hierdoor wordt het product in deze landen kwalitatief steeds beter en neemt de concurrentie toe. Het telen van tomaten is ten opzichte van paprika's relatief eenvoudig. De export van teeltkennis is voor tomaten een belangrijke factor waardoor de export is gedaald.
- De prijsoorlog op de Amerikaanse markt is ook een belangrijke factor voor de export daling. Afnemers letten meer dan voorheen op de prijs

5.1.3 Paprika naar Japan

De belangrijkste bevindingen uit de interviews ten aanzien van export van paprika's naar Japan zijn:

- De transportkosten spelen, net als bij tomaten, een grote rol. Ook voor de luchtvracht naar Japan zijn security taxes en fuel taxes een groot deel van de totale luchtvrachtkosten.
- Nederland heeft in Japan een goede naam. Export naar Japan zal om deze reden blijven, maar men verwacht geen groei.
- Het produceren van kwalitatief goede paprika's in plaats van hoge opbrengst per hectare paprika's zou meer aandacht moeten krijgen. Dit is de belangrijke factor, Nederlands product staat bekend om de goede kwaliteit.
- De daling van export naar Japan is in 2005 niet verder gegaan. In 2006 is er zelfs een lichte stijging van de export. Zuid-Korea, de grootste concurrent op de Japanse markt, heeft verboden chemicaliën gebruikt waardoor de Japanners de import van Zuid-Koreaanse paprika's hebben gestaakt. Nederland heeft dit gat in de markt opgevuld. Ook is er concurrentie vanuit Nieuw Zeeland op Japan. Er is echter sprake van enige seizoensspreiding: in de periode september-mei komt paprika uit Nieuw Zeeland, in de periode november-juni/juli uit Korea en in de periode juli-oktober uit Nederland.

5.2 Drijvende krachten snijbloemen VS op basis van expert meningen

In deze paragraaf zullen we een aantal drijvende krachten achter de exportontwikkelingen van snijbloemen naar de VS nader bekijken aan de hand van interviews en een korte enquête onder experts. Voor de andere product-marktcombinaties hebben we onvoldoende respons op de enquête gekregen om deze uitwerking te maken. Echter,

vanuit de interviews is in de andere paragrafen al wel ingegaan op de tomaten en paprika's naar VS en Japan.

Uit de gesprekken met experts en de deskresearch zijn een aantal drijvende krachten gedestilleerd die worden weergegeven in tabel 5.1. We hebben de experts in een kleine enquête gevraagd om de daling van de export aan de verschillende drijvende krachten toe te schrijven. Het gewogen gemiddelde van de antwoorden van de experts met betrekking tot de export van snijbloemen staat in tabel 5.1 in de tweede kolom.

Tabel 5.1 Drijvende krachten export bloemen naar VS volgens experts

Drivers	Aandeel in exportdaling (%)
Wisselkoersdaling	23,3
Toegenomen transportkosten (fuel en security)	20,0
Dalende vraag in VS	11,7
Concurrentie lokaal product	10,0
Concurrentie andere landen	16,7
Strengere fytosanitaire eisen	11,7
Bewuste keuze Nederlandse exporteurs	3,3
Andere factoren	3,3

Bron: korte enquête onder experts

De grootste invloed wordt toegewezen aan de wisselkoers en toegenomen transportkosten en vrachtkosten. Een dalende vraag in de VS staat op de derde plaats, maar hier merken we op dat dit deels ook het gevolg kan zijn van de wisselkoersdaling die zich in de zelfde tijd heeft voorgedaan. De exporteurs en deskundigen sluiten min of meer uit dat exporteurs er zelf voor hebben gekozen minder snijbloemen te exporteren naar Amerika.

Met betrekking tot de toekomst van de export van snijbloemen naar de VS kunnen we op basis van de enquête onder experts de volgende conclusies trekken:

- Met betrekking tot de toekomst zien de experts een duidelijk onderscheid tussen het hoge (duurdere) segment en het lage (goedkopere) segment. Het hoge segment zal zich de komende 10 jaar beter ontwikkelen dan het lage segment. Het lage segment zal licht afnemen tot op zijn best stabiel blijven. In het duurdere segment voorziet men wel groei, zij het bescheiden.
- De belangrijkste negatieve kracht is volgens de experts de komende tien jaar de export van technologie naar andere landen. Deze stelt concurrenten in staat om betere producten te leveren tegen lagere prijzen.
- De belangrijkste positieve invloed kan uitgaan van de ontwikkeling van nieuwe transporttechnologie: zeecontainers. Ook de ontwikkeling van nieuwe rassen en variëteiten wordt gezien als een positieve invloed. Ten slotte noemen de experts de

opleiding (educatie) van inkopers van het grootwinkelbedrijf (in Amerika): een actieve export marketing.

- De ontwikkeling van goedkopere productietechnologie in Nederland wordt door de experts niet gezien als een middel om de concurrentiepositie te verbeteren.

5.3 Conclusies

- De wisselkoers heeft wel degelijk een belangrijke rol gespeeld in de daling van de export van vooral snijbloemen, maar zal niet verantwoordelijk zijn voor verdere daling (ten minste als de wisselkoersen niet verder onder druk komen te staan).
- De opkomst van zeecontainers voor transport wordt gezien als een belangrijk middel om de transportkosten te drukken.
- Respondenten geven aan dat zaken rondom fytosanitaire controles en heffingen (fuel en security) in het buitenland de exportpositie van Nederland schaden. Waar deze kosten voortkomen uit (oneerlijke) handelspolitiek ligt wellicht een taak voor de overheid. In dit onderzoek hebben we echter niet kunnen vaststellen in hoeverre er sprake is van onterechte en ongelijke behandeling van exporteurs.
- De export van (teelt) technologie naar andere landen wordt als een bedreiging gezien voor de export van Nederlands product. De vraag die daarbij aan de orde komt is in hoeverre de overheid en het georganiseerde bedrijfsleven zelf actief bij moeten dragen aan de export van technieken naar concurrerende landen? De huidige beleidslijn richt zich onverminderd op de vrije concurrentie. Aansluitend speelt een discussie rondom 'de export' van nieuwe rassen en variëteiten. Van sommige landen is bekend dat men het niet zo nauw neemt met de bescherming van (intellectuele) eigendomsrechten. Het beleid is om deze praktijken via diplomatieke weg aan te pakken.
- Nederland zal op alle onderzochte markten, maar vooral op de markten voor tomaten in VS en snijbloemen in VS en Japan steeds meer concurrentie ondervinden in het bulksegment. Op lange termijn geldt voor alle exportstromen dat Nederland zich alleen kan handhaven in het duurdere segment en als 'gatenvuller'. De ontwikkeling van nieuwe producten en een actief marketing beleid is daarbij van groot belang.

5.4 Remedies

Ten slotte destilleren we uit de bevindingen een tweetal belangrijke beleidsaanbevelingen.

- Innovatie, waaronder nieuwe transporttechnologie zoals zeecontainers, verdient veel aandacht. Alleen door continu te blijven innoveren kunnen Nederlandse producenten en exporteurs de concurrentie (in het hogere segment) aan met goedkopere landen in de regio. Ten opzichte van landen die verder afliggen van de Amerikaanse of Japanse markt (zoals landen in Zuid-Amerika), kan nieuwe technologie een (tijdelijk) concurrentievoordeel opleveren.
- Marketing promotie en een actieve houding van sector en overheid kunnen bijdragen aan verbeterde exportpositie in het hogere segment. De ontwikkeling en marketing van nieuwe producten zal daarbij een belangrijke rol spelen.

6. Literatuur

Backus, Ge, Michiel van Galen, Daniella Stijnen en Suzanne Pegge, Trendwatch onderzoeksmethodiek. LEI en A&F, 2007, te verschijnen.

Berg, Wilco van der, Product-Info Paprika 2005/2006. Rapport PT 2006/36. PT, Zoetermeer, juni 2006.

Berkum, S. van, A.D. Westerman en C.J.W. Wolswinkel, De internationale locatie van de tuinbouw bij handelsliberalisatie, LEI, Den Haag, 2004.

Bunte, F., M. Kornelis en M. van Galen, Does history matter? : dynamiek in de Nederlandse export van landbouw- en tuinbouwproducten. LEI, Den Haag, 2004.

Eurostat External Trade Data (Comext) zie: <http://epp.eurostat.ec.eu.int/>

Hendrix, E.M.T., M. Kornelis, S.M. Pegge en M.A. van Galen. Trendwatch; combining expert opinion. Rapport (Ext. rep. 622). Wageningen: Agrotechnology & Food Sciences Group, 2006.

Kelholt, H., M. Kuiper en F. van Tongeren, Een analyse van de handelsbelemmeringen voor geselecteerde Nederlandse exportproducten. LEI, Den Haag, 2005.

Salm, Peter van der en Rokus Hassefras, Marktmonitor 2005; Snijbloemen en potplanten Japan. Rapportnummer PT 2005-66. Productschap Tuinbouw en Bloemenbureau Holland, Zoetermeer, augustus 2005.

Salm, Peter van der, Productinfo Tomaat 2004/2005. Rapport 2005/28. PT, Zoetermeer, 2005.

Salm, Peter van der, Productinfo Tomaat 2005/2006. Rapport 2006/37. PT, Zoetermeer. juni 2006a.

Salm, Peter van der, Import van siergewassen in de VS, 2000-2005. Rapportnummer 2006-25. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, april 2006b.

Vermeire, Remy, Consumentenaankopen snijbloemen in de Verenigde Staten 1992-2005. Rapportnummer 2005-47. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, juni 2005.

Wijnants, Iris, Importeursonderzoek Verenigde Staten. Rapportnummer 2005-40. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, juli 2005.

Wijnants, Iris, Snijbloemen in kleine en middelgrote supermarktketens in de VS 2005. Rapportnummer 2005-41. Productschap Tuinbouw, Zoetermeer, juli 2005.

Zimmerman, K., Scenario's voor een vitaal Nederlands snijbloemencluster in 2010: naar robuuste strategieën voor bedrijfsleven en overheid. LEI, Den Haag, 2003.

Tabel B1 Exportwaarde naar Japan en Verenigde Staten (x 1.000 euro)

Periode	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Paprika naar Japan		12	6	3		1.122	3.390	4.749	6.745	9.307	16.728	16.550	30.263	21.138	32.030	32.335	14.330	15.572
Paprika naar VS	12.707	18.505	15.285	24.055	22.231	32.649	32.818	35.809	39.091	47.051	57.125	49.571	61.257	61.557	75.780	87.860	66.000	59.528
Tomaten naar Japan		2				3	182	502	271	903	1.454	1.299	562	247	158	62		
Tomaten naar VS	1.934	3.833	1.966	4.426	3.706	9.742	9.247	17.782	36.649	62.898	74.952	64.259	63.939	65.825	62.459	42.941	33.212	19.950
Snijbloemen naar Japan	19.503	27.403	24.562	29.797	24.893	32.422	37.405	33.973	24.237	16.085	5.236	22.634	31.382	22.915	22.618	14.784	12.235	12.817
Snijbloemen naar VS	57.877	64.201	56.731	45.120	41.985	43.539	43.832	45.768	35.538	36.927	41.547	65.644	122.977	120.180	120.555	94.061	84.323	76.775

Bron: Eurostat Comext