

Grüne Woche, “eine kulinarische Reise

Onder het motto “Qualität von nebenan” presenteerde Nederland zich begin dit jaar als Partnerland van de Internationale Grüne Woche in Berlijn. In 1951 was het een Nederlander die de eerste buitenlandse deelname aan de Grüne Woche verzorgde, sinds 1953 is Nederland onafgebroken met een officiële inzending aanwezig op een van 's werelds grootste landbouwbeurzen.

De Internationale Grüne Woche vindt sinds 1926 op het Berlijnse beursterrein plaats en is de grootste consumentenbeurs wereldwijd op het gebied van de landbouw- en voedingssector. Daarnaast is dit jaarlijkse evenement uitgegroeid tot een belangrijke internationale landbouwpolitieke ontmoetingsplaats. En deze combinatie trekt media aan: meer dan vijfduizend journalisten uit zeventig landen deden dit jaar verslag van de Grüne Woche.

Dit jaar stond Nederland als partnerland van de beurs in het middelpunt van de belangstelling, waarbij het motto “Partnerland Niederlande – Qualität von nebenan” de steeds weer terugkerende boodschap vormde. Onderwerpen als duurzaamheid, innovatie, traditie, smaak en kwaliteit werden door diverse sectoren, waaronder zuivel, sierteelt, vis en groenten en fruit onder de aandacht gebracht.

Handelspartners

Als partnerland wilde Nederland niet alleen laten zien welke ontwikkelingen in de land- en tuinbouwsector de laatste jaren tot deze



Minister Gerda Verburg en Frau Antje.

Qualität von nebenan hebben geleid, maar ook de goede handelsrelatie met Duitsland benadrukken. Duitsland is veruit de belangrijkste partner voor ons land bij de import én de export van agrarische producten. Een kwart van de agrarische producten exporteren we naar onze bureaus. Dit komt overeen met een bedrag van 16,5 miljard euro. Maar niet alleen de uitvoer is indrukwekkend, ook de import uit Duitsland is aanzienlijk: 20 procent van de totale agrarische invoer

komt uit Duitsland (waarde 8,5 miljard euro). De Nederlandse afzet in de Bondsrepubliek is geconcentreerd rond dierlijke producten en tuinbouwproducten. Voor vlees, zuivel en eieren, sierteelt en groente en fruit is Nederland de belangrijkste leverancier op de Duitse importmarkt. De uitvoerwaarde van zuivelproducten naar Duitsland nam in 2008 toe tot bijna 1,4 miljard euro. Kaas is in deze groep veruit het belangrijkste product en dankzij de inzet

durch die Welt”

Nederlandse invoer uit en uitvoer naar Duitsland van agrarische producten

Jaar	Invoer (x 1000 euro)	Uitvoer (x 1000 euro)
1996	3.936.135	11.703.094
1997	4.082.809	11.201.843
1998	4.134.486	11.058.816
1999	4.201.771	11.080.178
2000	4.612.273	11.748.033
2001	5.274.150	12.201.590
2002	5.485.322	11.785.764
2003	5.673.362	12.045.410
2004	6.051.582	12.455.339
2005	6.164.308	12.883.526
2006	6.675.728	13.463.452
2007	7.337.592	14.532.103
2008 *	8.500.000	16.500.000

*) raming

Bron: LEI



van Frau Antje wordt kaas door de Duitsers ook echt met Nederland geassocieerd.

De smaak van de tomaat

Een andere associatie die Duitsers met Nederland hebben, is de tomaat. Dit is niet verwonderlijk, want deze vruchtgroente domineert samen met paprika's en komkommers de export naar Duitsland. Samen zijn ze goed voor ruim tweederde van de uitvoerwaarde en dit komt overeen met een

bedrag van 1,5 miljard euro. Helaas komt het beeld dat veel Duitsers van de Nederlandse tomaat hebben niet overeen met de werkelijke kwaliteit. De enige manier om dit te veranderen, is de consument het product zelf te laten proeven. Minister Verburg riep tijdens haar openingspeech de gasten dan ook op de Nederlandse tomaat te komen proeven. Niet alleen op de Nederlandse stand, maar ook in een modelkas die het ministerie van LNV in samenwerking met

het InnovatieNetwerk en het ministerie van Buitenlandse Zaken in het centrum van Berlijn als extra manifestatie hadden neergezet.

Zowel daar als in het zogenoemde Geschmackshaus op de Nederlandse stand konden de bezoekers zich informeren over de innovaties op het gebied van biologische bestrijding en energie. Maar nog veel belangrijker: er kon geproefd worden. En dat werd gretig gedaan, meer dan



tienduizend tomaten zijn op beide locaties versneden en met smaak opgegeten.

Tulpen uit Amsterdam

Niet alleen de op de Grüne Woche aanwezige media maakten talloze foto's van de Nederlandse stand, veel bezoekers lieten zichzelf fotograferen met de bloemenpracht die het belang van Nederland als bloemenland onderstreept. En ook hier is Duitsland verreweg het belangrijkste exportland voor deze "Qualität von nebenan". In 2008 exporteerde Nederland voor 2,1 miljard euro aan sierteeltproducten naar Duitsland en de bloemen en planten hadden met 13 procent dan ook een aanzienlijk aandeel in de totale agrarische uitvoer richting onze burens.

Grüne Woche als platform

De Internationale Grüne Woche wordt jaarlijks door ruim 400.000 Duitse consumenten bezocht. Een beursdeelname biedt in een relatief korte periode direct contact met deze bezoekers -die komen om te proeven en te ervaren-, als testmarkt of podium om productbekendheid op te bouwen. Daarnaast bestaat door de vele aanwezige media ruim gelegenheid tot uitstraling ver buiten het Berlijnse beursterrein. Voor Nederlandse bedrijven een goede mogelijkheid om te ervaren hoe hun producten op deze belangrijke exportmarkt ontvangen worden. De volgende Grüne Woche staat gepland van 15 tot en met 24 januari 2010.

Wilt u meer informatie over de Grüne Woche of ondernemen in Duitsland neemt u dan contact op met de LNV-afdeling in Berlijn. Ook kunt u contact opnemen met de landenbeleidsmedewerker voor Duitsland, Martijn Homan, m.a.c.homan@minlnv.nl.

Martijn Homan

(in samenwerking met de LNV-afdeling Berlijn)



Handelsrelatie

Nederland – Duitsland nader bekeken

Duitsland is veruit de belangrijkste partner voor ons land bij de import én de export van agrarische producten, met aandelen van respectievelijk 20% en 25%. In 2008 zullen de import uit en de export naar Duitsland naar verwachting een waarde bereikt hebben van respectievelijk 8,5 miljard en 16,5 miljard euro.¹

De belangrijkste exportproducten naar Duitsland zijn groenten en fruit, bloemen en planten, vlees, zuivel en eieren. Voor vlees, bloemen en planten, en groenten en fruit is Nederland zelfs de belangrijkste leverancier op de Duitse importmarkt.

Naast Nederlandse producten, importeert Duitsland veel producten uit Frankrijk. Het Nederlandse aandeel ligt rond de 23% en het Franse rond de 10%. Hoewel de export in waarde toeneemt, is het marktaandeel van Nederland in de afgelopen jaren geleidelijk afgenomen. Dit wordt veroorzaakt door toename van marktaandelen van de Oost-Europese lidstaten van de Europese Unie. Zo was het Poolse aandeel 15 jaar geleden slechts 1%, na de toetreding tot de EU is dat flink gegroeid en bedraagt inmiddels 4%.

Zoals Nederland de belangrijkste agrarische handelspartners is voor Duitsland, is dit omgekeerd ook het geval. Er zijn echter weinig producten waarbij Duitsland een opvallend groot aandeel heeft. Nederland importeert vanuit Duitsland met name zuivelproducten. Het gaat hierbij vooral om onverwerkte melk, wei en mager poeder. Deze producten worden gebruikt als grondstof in de voedings- en genotmiddelenindustrie.

¹ Cijfers LEI, definitieve cijfers zijn pas in de loop van 2009 bekend.

