

M.A. van Galen
C.J.A.M. de Bont
J. Bolhuis

Mei 2006

Projectcode 40430

Coöperaties onder druk van de supermarktoorlog?

Inhoud

	Blz.
Inhoud	3
Samenvatting	5
1. Inleiding	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Probleemstelling	8
1.3 Doelstelling	9
1.4 Leeswijzer	9
2. Consumentenprijzen	11
2.1 Inleiding	11
2.2 Vleesproducten en eieren	12
2.3 Zuivelproducten	14
2.4 Aardappelen en aardappelproducten	15
2.5 Groenten en fruit producten	16
2.6 Overige producten	17
2.7 Conclusies	19
3. Producentenprijzen	20
3.1 Inleiding	20
3.2 Vleesproducten	20
3.3 Eieren	25
3.4 Zuivelproducten	26
3.5 Aardappelen, groenten en fruit	29
3.6 Verwachtingen van managers	34
3.7 Conclusies	35
4. Inkomens boeren en tuinders	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Inkomensontwikkelingen	37
4.3 Conclusies	40
5. Voedingsmiddelenindustrie en coöperatieve verwerkers	42
5.1 Inleiding	42
5.2 Overzicht van de voedingsmiddelenindustrie	42
5.2.1 Aantal bedrijven	42

5.2.2	Omzet voedingsmiddelen- en drankenindustrie	43
5.2.3	Coöperaties landbouw en voedingsmiddelenindustrie	45
5.3	Prijsvorming en prestaties in verschillende sectoren	47
5.3.1	Zuivelsector	47
5.3.2	Europese vergelijking van melkprijzen	50
5.3.3	Varkensvleessector	51
5.3.4	Rundvleessector	53
5.3.5	Pluimveesector	53
5.3.6	Akkerbouwsector	55
5.3.6.1	Aardappelen	55
5.3.6.2	Granen	56
5.3.6.3	Suikerbieten	57
5.3.7	Groente- en fruitsector	58
5.4	Conclusies	59
6.	Conclusies	61
	Literatuur	65

Samenvatting

Aanleiding

Sinds oktober 2003 woedt een prijzenslag tussen Nederlandse supermarkten om de gunst van de consument. Na september 2003 daalden de prijzen van voedingsmiddelen in de detailhandel flink. Uit eerder onderzoek (EIM, 2005) komt naar voren de gevolgen voor de opbrengstprijzen van boeren en tuinders over het algemeen beperkt waren. Het EIM rapport concludeerde voorts dat wanneer de prijzenoorlog lang zou aanhouden, de aanhoudende prijsdruk op de verwerkers de winsten onder druk zou kunnen zetten en via een verminderd innovatievermogen en lagere winst ook de boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van coöperatieve verwerkende industrie in hun inkomen zou kunnen schaden.

Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is nader te bekijken of de prijzenoorlog in de Nederlandse supermarkten heeft geleid tot prijsdalingen op verwerkerniveau en of er mogelijk daardoor een inkomensdaling heeft plaatsgevonden bij boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van de coöperaties. Daarvoor bekijken we verschillende databronnen van prijzen op verschillende niveaus in de keten en jaarverslagen van coöperatieve verwerkers. Onze bevindingen zijn getoetst aan de meningen van sectordeskundigen van LEI.

Consumentenprijzen

- Op consumenten niveau nemen we in de periode september 2003 tot en met eind 2005 een flinke prijsdaling waar. De consumentenprijsindex van voedingsmiddelen daalde met maar liefst 8%. Het Oxera rapport ('What is the impact of a minimum price rule?', 2005) en het EIM rapport (EIM, 2005) die eerder naar aanleiding van het debat over de prijzenoorlog zijn verschenen concludeerden dat een groot deel van deze prijsdalingen het directe gevolg is van de prijzenoorlog.
- Verder concluderen we dat de prijzenoorlog, afgaande op de prijsindices, zo goed als voorbij is. Sinds eind 2005 zijn de consumentenprijzen van voedingsmiddelen weer gestegen en eigenlijk is over heel 2005 voor de meeste producten al geen sprake meer van relevante prijsdalingen. In december 2005 voorspelde GFK onderzoeker J. Holla al dat het einde van de prijzenslag in zicht was. (RTL Nieuws 23-12-2005) Ook CBL-voorzitter Van den Doel zei in die maand dat de bodem van de prijzenoorlog bereikt is en dat hij geen verdere prijsdalingen meer verwachtte. Een aantal producten echter is wel verder in prijs gedaald, met name: boter, koek en deegwaren en aardappelproducten.

Producentenprijzen

- Voor zuivelproducten zien we in eerste instantie wel een daling van de afzetprijzen van melkproducten en kaas. Deze worden echter, afgaande op de CBS-cijfers, vooral beïnvloed door internationale marktomstandigheden. De totale producentenprijsindex van zuivelproducten op de binnenlandse markt is niet gedaald maar gestegen. Ook de af-

zetprijzen van vloeibare melk en room in Nederland zijn na medio 2005 weer gestegen tot boven het prijsniveau van voor de prijzenoorlog.

- Voor vleesproducten constateren we over het algemeen geen prijsdalingen voor de verwerkers na het uitbreken van de prijzenoorlog. Voor de meeste vleessoorten zien we eerder prijsstijgingen. Uitzondering is pluimveevlees waarvoor de prijzen erg onder druk stonden in de afgelopen jaren. Dit wordt echter veroorzaakt door concurrentie vanuit Zuid-Amerika en berichten over vogelgriep. De pluimveevleessector heeft waarschijnlijk zelfs direct baat gehad bij de acties van de grootwinkelbedrijven doordat de vraag daardoor werd gestimuleerd.
- De producentenprijzen van eieren zijn weliswaar gedaald maar niet als gevolg van de prijzenoorlog, maar als gevolg van overaanbod na de hoge prijzen in 2003 (de piek na de vogelgriep).
- De prijzen van aardappelen en aardappelproducten zijn in 2004 en 2005 gedaald als gevolg van grote aardappeloogsten in Europa. Waarschijnlijk is deze prijsdaling tot uitdrukking gekomen in lagere consumentenprijzen. Echter, de prijsdaling op producentenniveau is aanzienlijk minder (procentueel) dan die op consumentenniveau. Bovendien zijn de prijzen op buitenlandse afzetmarkten sterker gedaald dan die op de Nederlandse markt.
- Voor wat betreft de producentenprijzen van verwerkte groenten en fruit constateren we een prijsdaling in 2004. Dit wordt veroorzaakt doordat de grondstoffen (groenten en fruit) tegen lagere prijzen zijn ingekocht. Het jaar 2004 kenmerkt zich door hogere oogsten dan normaal en navenant lagere prijzen. Bovendien geldt ook hier dat verreweg het grootste deel van de afzet geschied aan het buitenland en dat de prijzenoorlog in Nederland derhalve slecht een minimale invloed kan hebben gehad. De prijsdaling van groenten en fruit in 2004 doet zich ook gelden voor vruchten- en groentesappen. De lagere inkooprijzen, mede door een goedkope dollar, zijn vertaald in lagere prijzen voor de afnemers in binnen- en buitenland.
- We keken ook naar de verwachtingen van managers in de voedingsmiddelenindustrieën over het verloop van de verkoopprijzen. Uit deze cijfers (van CBS conjunctuurtest) konden we geen negatieve invloed van de prijzenoorlog opmaken.

Voedingsmiddelenindustrie en coöperaties

Aan de hand van jaarverslagen van de coöperaties zijn we nagegaan of de prijzenoorlog een substantiële invloed heeft gehad op de resultaten en hoe de verschillende bedrijven met de prijsdruk die eventueel is ontstaan zijn omgegaan. Voor geen enkele sector kunnen we vinden dat de resultaten als direct gevolg van de prijzenoorlog zodanig onder druk zijn komen te staan dat dit het innovatievermogen of de rentabiliteit van de ondernemingen wezenlijk in gevaar heeft gebracht. Over het algemeen worden verkoopprijsdalingen direct doorgegeven aan de leden door verlagingen van voorschotprijzen en nabetalingen. Daarmee blijft de winst van de coöperatie in tact. Eerder (EIM, 2005) stelden we vast dat de effecten van de prijzenoorlog op de prijzen die boeren en tuinders hebben verkregen voor hun producten, zeer beperkt zijn geweest. Onze analyse van de inkomens van boeren en tuinders in de afgelopen jaren (zie hoofdstuk 4) bevestigt deze conclusie.

In de pluimveevleesverwerking is weliswaar een sanering aan de gang en hebben bedrijven het moeilijk, maar hiervoor zoeken we de oorzaak in een aantal crises in de

afgelopen jaren en concurrentie van goedkoop kippenvlees uit vooral Brazilië. De pluimveevleessector staat momenteel onder druk door berichten over vogelgriep, waardoor de vraag in Europa aanzienlijk terug is gelopen. In het verleden heeft het Productschap Vee, Vlees en Eieren (PVE) aangegeven dat acties van grootwinkelbedrijven in dit opzicht positief kunnen werken om de vraag te stimuleren.

Al met al kunnen we concluderen dat de prijzenoorlog weliswaar heeft gezorgd voor prijsdruk in een heleboel sectoren, maar dat de gevolgen van de prijzenoorlog voor de winstgevendheid van de verwerkende industrie beperkt zijn gebleken. Ten eerste komt dit doordat veel verwerkende industrieën in grote mate op de export zijn gericht. Veel producten worden bovendien verhandeld op internationale markten. We hebben kunnen constateren dat voor veel producten geldt dat de afzetprijzen zich op buitenlandse markten na het uitbreken van de prijzenoorlog niet beter hebben ontwikkeld dan de prijzen op de Nederlandse markt. Ontwikkelingen op buitenlandse markten, zoals een groter dan normale oogst van aardappelen, concurrentie uit Brazilië (pluimveevlees) en Polen (champignons), diercrises, en niet in de laatste plaats ook de economische conjunctuur, beïnvloeden de markten voor de verwerkers (en daarmee de boeren en tuinders) meer dan de prijzenoorlog.

Ten tweede geldt voor veel producten dat een groot deel van de consumentenprijsdalingen is opgevangen door de supermarkten zelf, afgaande op de prijsindexcijfers van CBS. Verder constateren we dat verwerkers de prijzenoorlog aangrijpen om kostenbesparingen door te voeren en innovatieve productmarketingstrategieën te voeren. Deze aanpak lijkt te werken, waardoor de winsten van de coöperaties niet erg teruglopen.

Ten slotte merken we op dat bedrijven te allen tijde te maken hebben met concurrentie en met prijsdruk door afnemers. We hebben geen aanwijzingen kunnen vinden dat supermarkten in staat zijn onverantwoorde prijsdalingen te bedingen bij hun leveranciers. Nederlandse producenten krijgen in de toekomst bovendien steeds meer te maken met goedkoop aanbod uit landen van buiten de EU. Prijsdruk door supermarkten zou in dit licht gezien kunnen worden als een noodzakelijke stimulans voor innovatie en kostenbesparing om te kunnen blijven concurreren op steeds meer geliberaliseerde wereldmarkten.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Sinds het najaar van 2003 zijn de Nederlandse supermarkten met elkaar in de slag om de gunst van de consument. Een belangrijk instrument dat in deze oorlog wordt gebruikt is de prijs van de verkochte producten. Na september 2003 daalden de prijzen van voedingsmiddelen in de detailhandel flink (Figuur 2.1 in hoofdstuk 2). Oxera (2005) schatte het effect van de prijzenoorlog op de consumentenprijzen van voedingsmiddelen en dranken op ongeveer 3%.¹ Inmiddels kunnen we constateren dat de prijzen tussen september 2003 en oktober 2005 (het dieptepunt) met maar liefst 8% zijn gedaald, al dan niet te wijten aan de prijzenoorlog.² Tegelijkertijd steeg de consumentenprijsindex van alle bestedingen met ruim 7,5%. In de jaren 2000 tot en met medio 2003 voorafgaand aan de prijzenoorlog zijn de prijzen van voedingsmiddelen aanzienlijk sterker gestegen dan de index van alle bestedingen. Na oktober 2005 stijgen de prijzen van voedingsmiddelen weer.

De vraag die vervolgens aan de orde komt, is of de prijsdalingen bij de supermarkten op de een of andere manier zijn afgewenteld op de leveranciers. Leveranciers van supermarkten zijn grotendeels bedrijven uit de voedingsmiddelenindustrie, zoals de zuivelconcerns, slachterijen en andere voedingsmiddelenbedrijven, de groothandels in groenten en fruit en (in)direct de boeren en tuinders.

1.2 Probleemstelling

De kamerleden Van Velsen en Atsma constateren in hun motie (zie kader) dat het onderzoek dat tot nu toe is uitgevoerd naar de gevolgen van de prijzenoorlog (EIM, 2005 en Oxera, 2005) gegevens betreft over inkomenseffecten die gemiddelden betreffen. Zij constateren dat niet specifiek is onderzocht wat de effecten zijn bij boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van de verwerkende industrie door middel van coöperaties. De kamerleden redeneren dat een lager rendement bij de verwerkende industrie leidt tot een lager inkomen van boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van die verwerkende industrie.

Ondanks dat de gevolgen voor de opbrengstprijzen van boeren en tuinders in eerder onderzoek over het algemeen niet duidelijk aantoonbaar waren, is concludeert het rapport (EIM, 2005) dat een deel van de consumentenprijsverlagingen worden afgewenteld op de verwerkende industrie: “supermarkten en toeleveranciers onderhandelen op regelmatige basis over de inkooprijzen. Als gevolg van de prijzenoorlog is prijsdruk ontstaan in alle sectoren.” En later: “door kostenbesparingen en margeverlagingen wordt een deel van de

¹ Het Oxera rapport 'What is the impact of a minimum price rule?' (Oxera, 2005) constateert een prijsdaling van 3%. Zij neemt echter een iets andere analyseperiode, namelijk oktober 2003 tot en met februari 2005. Bovendien is deze 3% de uitkomst van een regressiemodel en bedoeld als schatting van het 'extra' effect dat de prijzenoorlog heeft gehad. Daarvoor vergelijkt Oxera de prijsontwikkeling in Nederland met die in andere landen.

² Afgeleide Consumenten Prijs Index: index gecorrigeerd voor de invloed van veranderingen in productgebonden belastingen en subsidies.

prijzdalingen door deze ketenschakels [de toeleveranciers] gerealiseerd”. Eén van de vragen die daaraan is gekoppeld is: heeft het feit dat veel boeren en tuinders zelf mede-eigenaar zijn van coöperatieve industriële verwerkers een negatief effect op de inkomens van boeren en tuinders? En zo ja, in welke mate speelt dit een rol en voor welke groepen producenten?

Het Ministerie van LNV heeft het LEI gevraagd om te bekijken of nieuwe gegevens over het verloop van de prijzenoorlog, welke ten tijde van het genoemde onderzoek van EIM nog niet voorhanden waren, leiden tot nieuwe inzichten betreffende de gevolgen van de prijzenoorlog voor de inkomens van boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van de verwerkende industrie.

Kader 1.1 Motie Van Velsen en Atsma (40 (30300-XIV))

- Overwegende dat er inmiddels twee jaar sprake is van een 'prijzenoorlog' tussen supermarkten;
- Overwegende dat het wenselijk is beter inzicht te verkrijgen in de effecten van deze prijzenslag op de inkomenspositie van primaire producenten;
- Constaterende dat het onderzoek dat tot nu toe is uitgevoerd naar de inkomenseffecten bij primaire producenten, gegevens betreft die gemiddelden zijn;
- Constaterende dat niet is onderzocht wat de effecten zijn bij boeren en tuinders die veelal mede-eigenaar zijn van de verwerkende industrie door middel van coöperaties en dat een laag rendement bij de verwerkende industrie zal resulteren in een lagere winstuitkering, wat ook weer effect kan hebben op de inkomenspositie;
- Overwegende dat het uitgevoerde onderzoek door onder meer EIM en CBS dus geen afdoende inzicht geeft in de effecten van de prijzenoorlog op de inkomenspositie van primaire producenten;

Verzoekt de regering in overleg met de betrokken sectoren nader onderzoek uit te laten voeren naar de effecten van de prijzenoorlog op de inkomenspositie van primaire producenten die mede-eigenaar zijn van de verwerkende industrie,

en gaat over tot de orde van de dag.

1.3 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is nader te bekijken of de prijzenoorlog in de Nederlandse supermarkten heeft geleid tot prijsdalingen op verwerkerniveau en of er mogelijk daardoor een inkomensdaling heeft plaatsgevonden bij boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van de coöperaties. We dienen daarbij rekening te houden met de beperkt aanwezige informatie en veelal een inschatting te maken op basis van economische theorie en afgeleide indicatoren (van bijvoorbeeld CBS) die wel beschikbaar zijn.

1.4 Leeswijzer

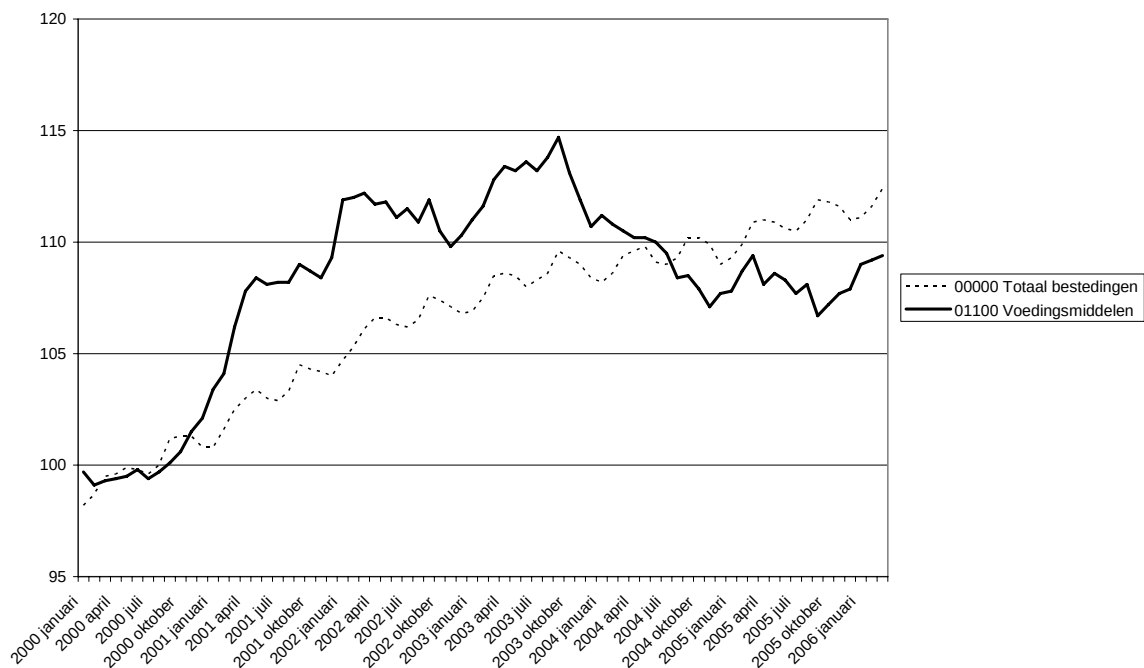
In hoofdstuk 2 gaan we na hoe de consumentenprijzen zich hebben ontwikkeld. Hierdoor krijgen we een beeld van de ontwikkeling van de prijzenoorlog. Niet in de laatste plaats bekijken we de gebeurtenissen na de publicatie van het rapport van EIM in 2005 (EIM, 2005) dat cijfers tot en met begin 2005 gebruikt. In hoofdstuk 3 komen de afzetprijzen van de verwerkende industrie aan de orde. We bekijken in hoeverre zich prijsdalingen hebben

voorgedaan op verwerkerniveau. Ook komen de af-boerderij prijzen van enkele producten aan de orde die veelal onbewerkt in het retailkanaal terechtkomen. In hoofdstuk 4 bestuderen we de ontwikkelingen in de inkomens van boeren en tuinders en de verschillende redenen die doorgaans worden genoemd voor deze ontwikkelingen. Hoofdstuk 5 bespreekt de verschillende sectoren meer in detail en met betrekking tot de aanwezigheid van coöperaties. Aan de hand van jaarverslagen en cijfermateriaal gaan we na in hoeverre de coöperatieve verwerkers door de prijzenoorlog werden getroffen. Het laatste hoofdstuk 6 vat de conclusies samen.

2. Consumentenprijzen

2.1 Inleiding

De centrale vraag in dit onderzoek is of boeren en tuinders, die mede-eigenaar zijn van (coöperatieve) verwerkende industrie, door de prijzenoorlog tussen de Nederlandse supermarkten hun inkomen uit deelneming in die coöperaties hebben zien dalen. Afgezien van de vraag of supermarkten überhaupt de macht bezitten om leveranciers te dwingen de prijzen te verlagen om beter te kunnen concurreren met andere supermarkten, zullen we allereerst vaststellen welke consumentenprijzen zijn gedaald in de afgelopen jaren. Met andere woorden, welke producten zijn afgaande op het verloop van de consumentenprijzen en kennis over het verloop van de prijzenoorlog, belangrijke onderdeel geweest van de supermarktoorlog. Daarvoor bekijken we prijsindexcijfers van CBS. We hebben de productgroepen zo gekozen dat die een breed overzicht geven van de ontwikkelingen in de voedingsmiddelenprijzen en we kijken daarbij met name naar productgroepen die mede door coöperatieve verwerkers op de Nederlandse markt worden aangeboden. Achtereenvolgens komen de volgende producten aan de orde: vleesproducten en eieren, zuivelproducten, aardappelen, groenten en fruit. Tevens bekijken we het prijsverloop van een aantal andere producten die in de supermarkt te vinden zijn, zoals frisdranken, kant-en-klare maaltijden en vruchtensappen. In de laatste paragraaf trekken we conclusies ten aanzien van de onderzoeksvragen.

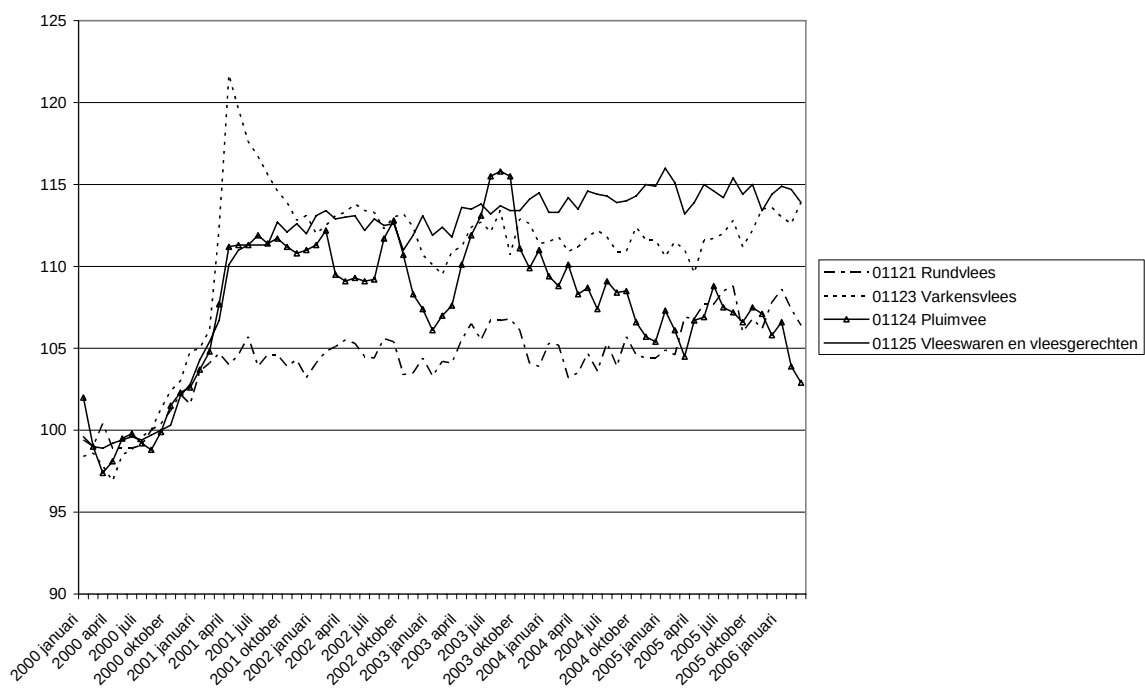


Figuur 2.1 Afgeleide consumentenprijsindex van voedingsmiddelen en totale bestedingen 2002-2005, 2000=100 (CBS)

In de inleiding is al gesteld dat consumentenprijzen van voedingsmiddelen na september 2003 - het begin van de prijzenoorlog - inderdaad zijn gedaald. In figuur 2.1 staan de prijsindices van voedingsmiddelen en van de totale bestedingen (alle huishoudens) zoals het CBS die rapporteert. Opvallend is de daling van de prijzen van voedingsmiddelen ten opzichte van de algemene prijsindex, tussen het begin van de prijzenoorlog in oktober 2003 en september 2005. In totaal constateren we een prijsdaling van voedingsmiddelen van maar liefst 8%, van 114,7 in september 2003 tot 106,7 in september 2005. Vanaf oktober 2005 stijgt de consumentenprijsindex voor voedingsmiddelen (gemiddelde van alle producten) weer. In de volgende paragrafen komen de verschillende productgroepen achtereenvolgens aan de orde.

2.2 Vleesproducten en eieren

Voor vleesproducten geven de cijfers echter een gemengd beeld. Slechts één van de vier onderscheiden vleescategorieën is daadwerkelijk na het begin van de prijzenoorlog aanmerkelijk goedkoper geworden. Alleen de prijzen van pluimveevlees zijn gedaald. (Figuur 2.2) In figuur 2.2 wordt het prijsverloop weergegeven van verschillende categorieën vlees (huishoudelijke aankopen detailhandel, CPI afgeleid). De afgeleide prijsindex geeft het verloop weer van prijzen van producten die door huishoudens worden gekocht in de detailhandel, zonder eventuele effecten van veranderingen in productgebonden belastingen.



Figuur 2.2 Afgeleide consumentenprijsindex van vlees, vleeswaren en vleesgerechten 2002-2005, 2000=100 (CBS)

Pluimveevlees was in maart 2005 maar liefst 11% goedkoper dan in september 2003. De laatste maanden staan de prijzen van kippenvlees onder druk door berichten over vogelgriep. Overigens zijnde prijzen van pluimveevlees in de periode voor de prijzenoorlog ook meer gestegen dan de prijzen van andere soorten vlees (Figuur 2.2). Daarentegen zijn de prijzen van rundvlees, varkensvlees en vleeswaren licht gestegen.

Pluimveevlees is in prijs gedaald

Kipfilet is al eind 2003 ingezet in de prijzenoorlog. De consumentenprijzen van pluimveevlees zijn gedurende het hele jaar 2004 gedaald en daarna vrijwel stabiel gebleven, om in het laatste kwartaal van 2005 verder te dalen. Deze laatste prijsdaling is voornamelijk het gevolg van overschotten door vraaguitval door berichtgevingen over de vogelgriep. Gedurende de prijzenoorlog hebben supermarkten onder andere gestunt met goedkope grootverpakkingen voor kipfilet. De daling van de consumentenprijzen begin 2006 zijn het gevolg van overaanbod als gevolg van de vogelgriep en niet zozeer het gevolg van prijsvechten tussen supermarkten.

Rundvlees in prijs gestegen; varkensvlees stabiel tot licht gestegen

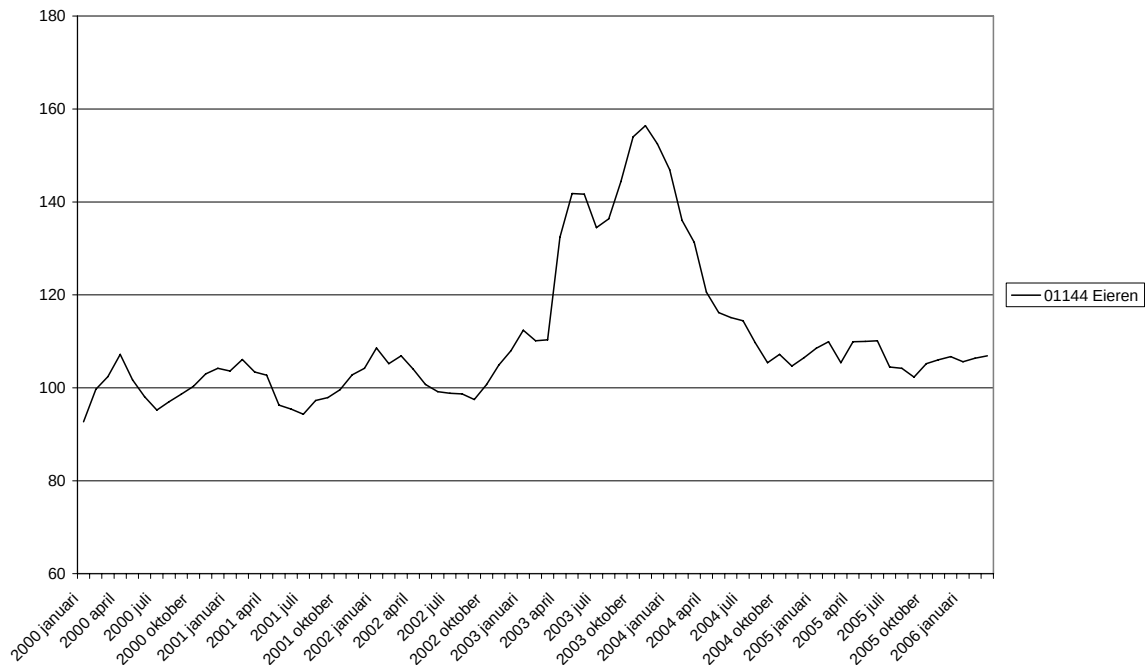
De consumentenprijzen van rundvlees daarentegen laten een lichte stijging zien. De prijzen van varkensvlees en vleeswaren hebben het karakter van een 'witte ruis', wat betekent dat het erg lastig is uit de cijfers op te maken of er sprake is van een stijging of een daling. Sinds mei 2005 echter stellen we een stijging vast van de prijzen van varkensvlees in de Nederlandse detailhandel. In de rapportage van EIM (2005) wordt al gemeld dat varkensvlees nauwelijks een rol speelt in de prijzenoorlog: 'op consumentenniveau is nauwelijks sprake van daling van varkensvleesprijzen'. De nieuwste cijfers van CBS bevestigen deze bevinding.

Eieren

De consumptie-eieren sector is een verhaal apart. Figuur 2.3 laat zien dat de prijzen van eieren tussen september 2002 en november 2003 maar liefst 55% duurder zijn geworden. Tijdens het jaar 2004 daalden de prijzen weer naar een niveau iets boven de gemiddelde prijs in 2002. De scherpe prijsstijging en daling zijn het gevolg van de uitbraak van vogelgriep Aviaire Influenza (AI). Doordat in 2003 veel pluimveebedrijven zijn geruimd is het aanbod in Nederland fors gedaald. De boeren die wel konden leveren profiteerden daarvan met hogere prijzen. De supermarkten vertaalden de hogere inkoopprijs in de consumentenprijzen. Eind 2003 zijn de geruimde bedrijven weer opgestart waardoor er in 2004 een overaanbod aan eieren ontstond. Geleidelijk daalden de prijzen weer als gevolg van de toenemende productie. Tevens zijn veel bedrijven overgeschakeld naar de productie van scharreleieren, wat een effect heeft gehad op de prijzen van scharreleieren. Aangezien een steeds groter deel van de consumenten aankopen in supermarkten scharreleieren betreft, speelt dit mogelijk ook een rol bij de prijsdaling.

Interessant is in dit kader het feit dat veel eierhandelaren in de loop van 2003 en 2004 relatief dure contracten afsloten met leghennenbedrijven. Toen de prijzen in de supermarkten weer daalden kwamen veel handelaren in de problemen omdat ze (onder druk van de dalende marktprijs) verkoopcontracten moesten afsluiten met supermarkten tegen een lagere prijs dan waarvoor ze de eieren van de boeren inkochten. Om continuïteit van de

handelaren te waarboren zijn veel boeren uiteindelijk akkoord gegaan met een daling van de contractprijzen. Men zou kunnen zeggen dat dit een gevolg is van de concurrentie tussen de supermarkten. Echter, deze prijsdruk zou ook zijn ontstaan wanneer geen prijzenoorlog aan de gang was: een supermarkt wil nou eenmaal niet graag meer betalen dan de marktprijs en bij heronderhandeling van contracten wordt daar rekening mee gehouden.



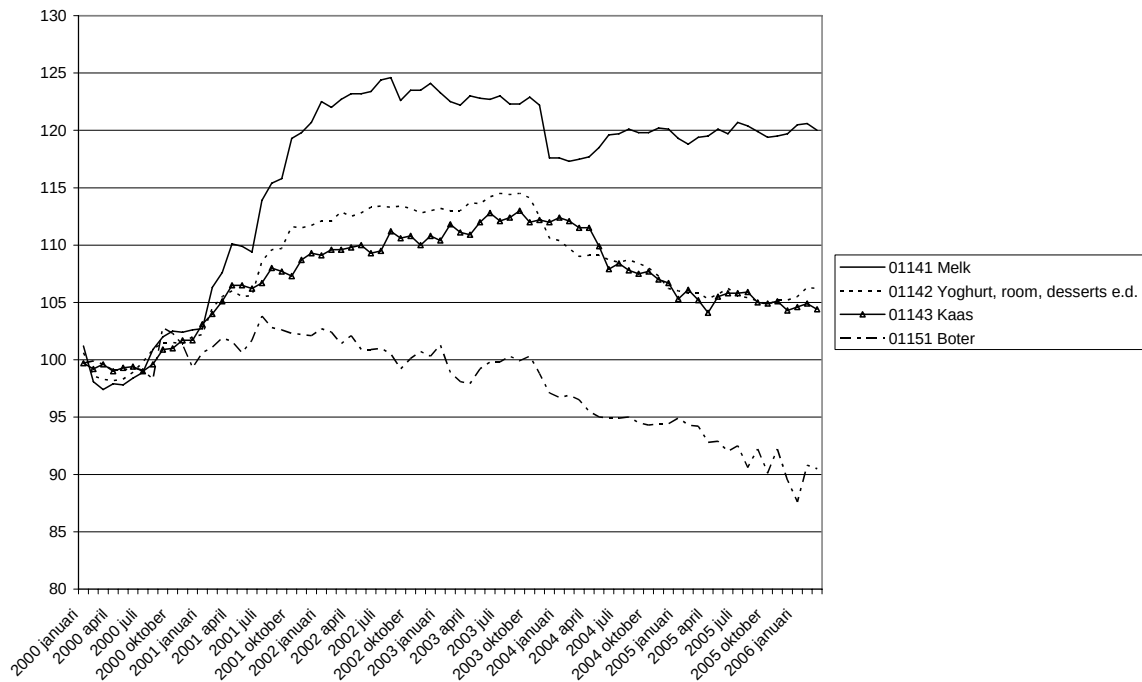
Figuur 2.3 Afgeleide consumentenprijsindex van eieren 2002-2005, 2000=100 (CBS)

Verder merken we op dat de supermarkten de afgelopen jaren gezamenlijk (in het CBL) hebben besloten om massaal over te schakelen op scharreleieren. Daarmee zijn eieren voor een groot deel uit het discountsegment gehaald. De prijzenoorlog speelt voor eieren daarom een minder belangrijke rol.

2.3 Zuivelproducten

In figuur 2.4 worden de afgeleide consumentenprijsindices weergegeven van zuivelproducten over de periode 2000 tot en met maart 2006. In EIM (2005) wordt geconstateerd dat 'de gemiddelde consumentenprijzen van kaas en melk zijn gedaald sinds het begin van de prijzenoorlog'. De prijsdaling van consumptiemelk was van tijdelijke aard. Melk kost nu alweer bijna twee jaar ongeveer hetzelfde. Kaas, en yoghurt en roomproducten, zijn daarentegen verder in prijs gedaald. Deze prijsdalingen duurden voort tot omstreeks medio 2005. Daarna zijn de consumentenprijzen van deze zuivelproducten niet verder gedaald. Uitzondering is boter, dat inmiddels 10 procent goedkoper is dan in september 2003. Deze

prijzdaling heeft echter allerm minst te maken met de supermarktoorlog, maar is een direct effect van de stapsgewijze verlaging van de interventieprijzen op de Europese markt voor boter met 25% in vier jaar. Waar wij in EIM (2005) nog constateerden dat de groothandelsprijs van boter nauwelijks leek te reageren op de verlaging van de interventieprijzen is later gebleken dat de boterprijzen toch behoorlijk daalden in lijn met de daling van de interventieprijzen. (Productschap Zuivel, Overzicht van marktontwikkelingen, 2006. www.prodzuivel.nl)

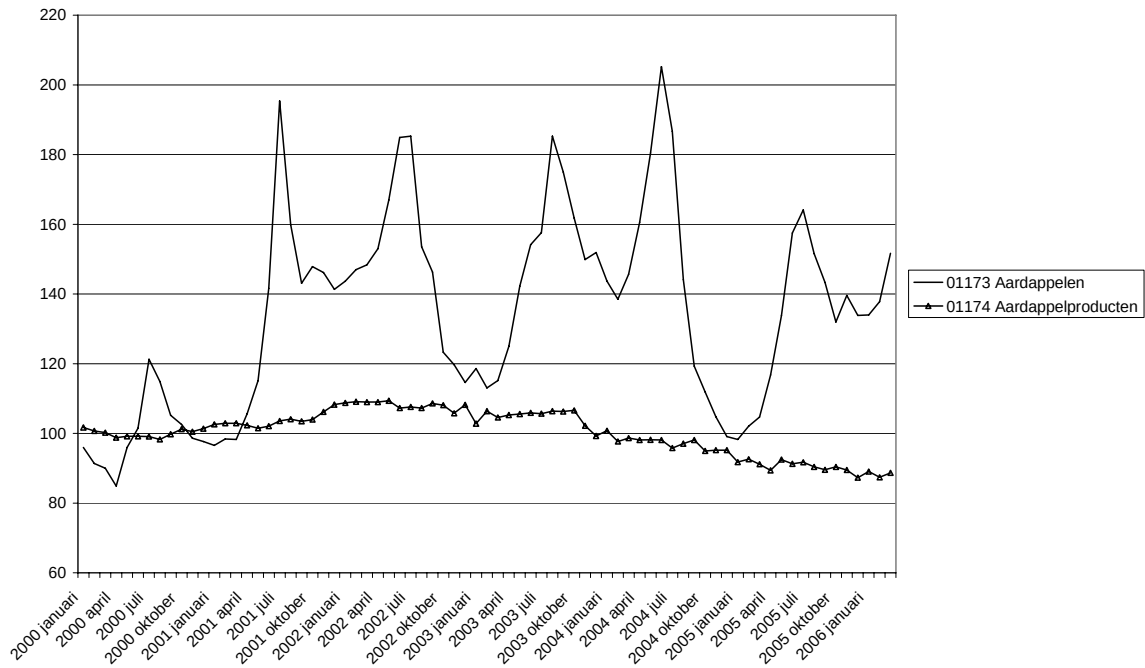


Figuur 2.4 Afgeleide consumentenprijsindex van zuivelproducten 2002-2005, 2000=100 (CBS)

2.4 Aardappelen en aardappelproducten

In figuur 2.5 zijn de consumentenprijsindices van aardappelen en aardappelproducten weergegeven over de periode 2000 tot en met begin 2006. De prijzen van met name aardappelproducten zijn na het begin van de prijzenoorlog ongeveer 20% goedkoper geworden. Deze prijsdaling lijkt zich ook voor te doen voor tafelaardappelen, zij het dat daar het seizoenspatroon een belangrijke rol speelt.

De prijzen van aardappelen en aardappelproducten zijn vooral gedaald in het jaar 2004. In dit jaar was sprake van een overaanbod van aardappelen op de Europese markt en wij mogen aannemen dat deze prijsdaling een gevolg is van deze Europese marktontwikkelingen. Echter, aardappelproducten zijn ook inzet geweest van de prijzenoorlog, al moeten we daarbij opmerken dat de af-boerderij prijsdalingen meer als een gunstige bijkomstigheid kunnen worden gezien voor de supermarkten dan als een gevolg van de supermarktoorlog. Daarvoor is de markt voor aardappelen en aardappelproducten teveel een internationale markt.

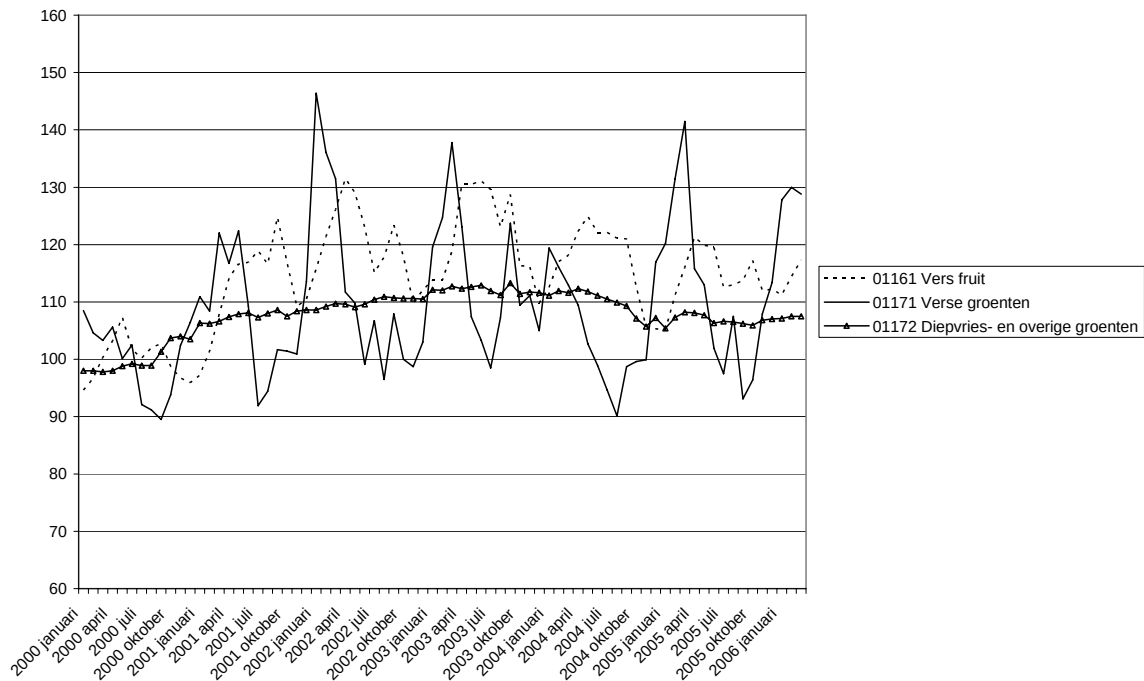


Figuur 2.5 Afgeleide consumentenprijsindex van aardappelen en aardappelproducten 2000-2005, 2000=100 (CBS)

2.5 Groenten en fruit producten

De prijzen van groenten en fruit variëren meer dan de prijzen van de meeste andere agro-producten. De prijzen van verse groenten en fruit bijvoorbeeld stijgen in het najaar als het aanbod in Nederland afneemt en dalen weer in het vroege voorjaar als het aanbod weer op gang komt. Uit de grafiek kunnen we moeilijk opmaken of de supermarkten verse groenten en fruit als gevolg van de prijzenoorlog in prijs hebben verlaagd. De cijfers laten in feite een normaal patroon zien. Hoewel bij tijd en wijlen verse groenten en fruit wel in de prijzenoorlog zijn betrokken lijkt dit voornamelijk opportunisme van de supermarkten die gebruik maken van de marktomstandigheden. Het jaar 2004 was een jaar met relatief goede oogsten en navenant lagere prijzen.

Voor de diepvriesgroenten kunnen we wel een prijsdaling op consumentenniveau constateren. We kunnen uit deze cijfers niet opmaken of dat het directe gevolg is van de prijzenoorlog, maar dat is wel aannemelijk. In afwezigheid van de prijzenoorlog (of concurrentie in het algemeen) was het immers niet nodig geweest om die prijzen te verlagen.



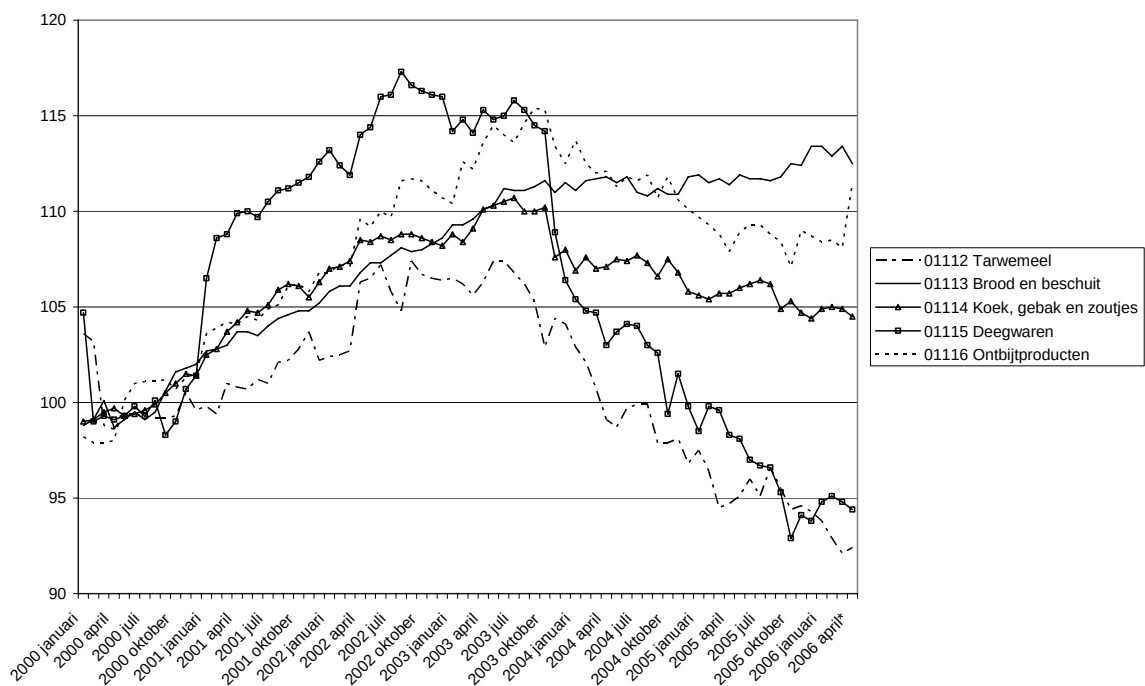
Figuur 2.6 Afgeleide consumentenprijsindex van groenten en fruit 2000-2005, 2000=100 (CBS)

2.6 Overige producten

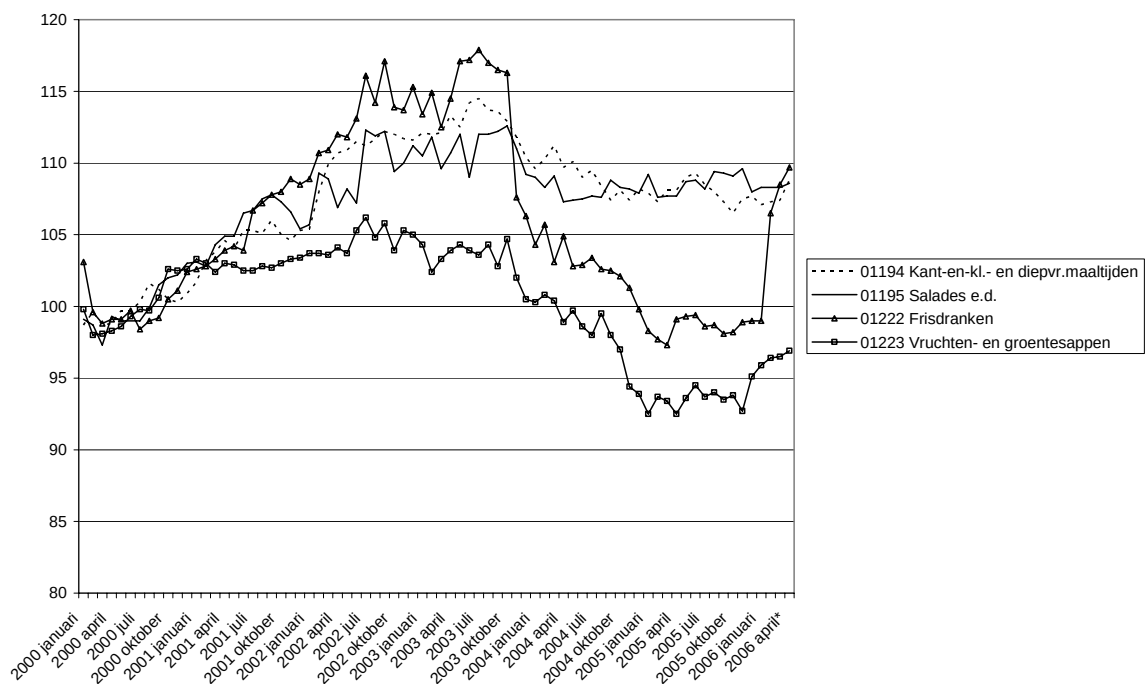
Voorts kijken we nog naar enige andere producten zoals brood en deegwaren (Figuur 2.7) en kant-en-klare maaltijden, salades en vruchtensappen (Figuur 2.8). We kiezen deze producten enerzijds omdat de cijfers voorhanden zijn van CBS, en anderszijds en meest belangrijk omdat het productgroepen zijn waarbinnen coöperatieve Nederlandse voedingsmiddelenleveranciers actief zijn. Friesland Foods produceert bijvoorbeeld vruchtensappen en frisdranken, en Cosun is onder andere actief in bakkerijproducten.

In deze productgroepen constateren we prijsdalingen voor deegwaren, tarwemeel en koek, en voor frisdranken en vruchtensappen. De prijsdalingen zijn in sommige gevallen erg fors, tot wel 15 tot 20%. Ook de prijzen van kant-en-klare maaltijden en ontbijtproducten zijn licht gedaald. De prijzen van salades zijn niet of nauwelijks veranderd, terwijl de gemiddelde prijzen van brood zelfs zijn gestegen.

Duidelijk is dat de prijzenoorlog en de economische recessie in het algemeen hebben geleid tot prijsaanpassingen bij de retail voor een breed scala aan producten. Deze prijsdaling heeft zich vooral voltrokken tussen oktober 2003 en medio 2005. Met uitzondering van tarwemeel en deegwaren, echter, zien we medio 2005 een stabilisatie optreden en sommige producten zoals frisdranken en vruchtensappen en ook ontbijtproducten, zijn inmiddels weer in prijs gestegen.



Figuur 2.7 Afgeleide consumentenprijsindex van brood, deegwaren en ontbijtproducten 2000-2005, 2000=100 (CBS)



Figuur 2.7 Afgeleide consumentenprijsindex van kant-en-klare maaltijden, salades, frisdranken en sappen 2000-2005, 2000=100 (CBS)

2.7 Conclusies

In dit hoofdstuk hebben we de consumentenprijsindices van een reeks van producten van de voedingsmiddelenindustrie en de agrarische sector bekeken. We constateren een flinke prijsdaling van voedingsmiddelen na het begin van de prijzenoorlog. Deze prijsdaling is voor een groot deel het gevolg van de hevige concurrentie tussen de supermarkten. Het Oxera rapport ('What is the impact of a minimum price rule?', 2005) en het EIM rapport (EIM, 2005) die eerder naar aanleiding van het debat over de prijzenoorlog zijn verschenen concludeerden al dat een groot deel van de prijsdalingen het directe gevolg is van de prijzenoorlog. We concluderen hier dat na het verschijnen van deze rapporten (waarin cijfers tot en met begin 2005 zijn gebruikt) de prijzen van enkele (van de door ons onderzochte) producten nog verder zijn gedaald. Dat zijn met name boter, aardappelproducten, deegwaren en koek en gebak. Voor de totale categorie voedingsmiddelen, echter, is de prijsdaling voorbij en we constateren voor een reeks van producten stabilisatie en zelfs prijsstijgingen: varkensvlees, rundvlees, melk, brood en ontbijtproducten, salades, frisdranken en vruchtensappen.

De prijsdaling van pluimveevlees lijkt zich met name te hebben afgespeeld tijdens de prijzenoorlog en wordt ook direct in verband gebracht met de prijzenoorlog. Wij komen hier op terug wanneer we de verkoopprijzen van de verwerkende industrie bespreken in hoofdstuk 3.

In december 2005 voorspelde GFK onderzoeker J. Holla dat het einde van de prijsenslag in zicht was. (RTL Nieuws 23-12-2005) Ook CBL voorzitter Van den Doel zei in die maand dat de bodem van de prijzenoorlog bereikt is en dat hij geen verdere prijsdalingen meer verwachtte. We constateren nu dat ondanks het feit dat nog steeds nieuwe prijsverlagingen door de supermarkten worden aangekondigd, de gemiddelde prijsindex van levensmiddelen weer stijgt. De nu nog aangekondigde prijsverlagingen zijn grotendeels marginaal en worden gecompenseerd door prijsverhogingen van andere producten.

3. Producentenprijzen

3.1 Inleiding

Om te zien of de prijzenoorlog een negatieve invloed heeft gehad op de prijsvorming voor de verwerkende industrie in Nederland, kijken we naar de prijzen die de verwerkende industrie krijgt voor haar producten. In deze paragraaf bekijken we voorts of er enige overeenstemming bestaat tussen het verloop van de consumentenprijzen (zie hoofdstuk 2) en het verloop van de producentenprijzen. Hiervoor bestuderen we prijsindexcijfers van CBS.¹ Producentenprijzen (van de voedselverwerkende industrie) zijn te onderscheiden naar binnenlandse afzet en buitenlandse afzet. Dit onderscheid is belangrijk aangezien we daarmee de hypothese kunnen toetsen of de prijzenoorlog in Nederland de afzetprijzen op de binnenlandse markt nadelig heeft beïnvloed ten opzichte van de afzetprijzen op buitenlandse markten. Bovendien geven de cijfers over de ontwikkelingen op binnenlandse en buitenlandse markten, in combinatie met de gemiddelde prijsontwikkeling van de totale afzet, een beeld van het belang van de export voor de prijsvorming.

We bekijken steeds de prijsontwikkelingen zoals die worden opgegeven door Nederlandse bedrijven uit de voedingsmiddelenindustrie. Het betreffen derhalve niet de prijzen van geïmporteerde producten, maar van binnenlands geproduceerde producten. We kunnen geen onderscheid aanbrengen tussen de afzetprijzen van coöperatieve verwerkers en private ondernemingen. Echter, de bedrijven concurreren op een competitieve markt en we mogen aannemen dat de prijsontwikkelingen voor de verschillende producenten niet ver uiteen lopen. De cijfers die in dit hoofdstuk worden besproken betreffen wederom een breed scala van land- en tuinbouwproducten en (voor zover data voorhanden is) betreffen het prijzen van producten die in Nederland ook door coöperaties worden geleverd.

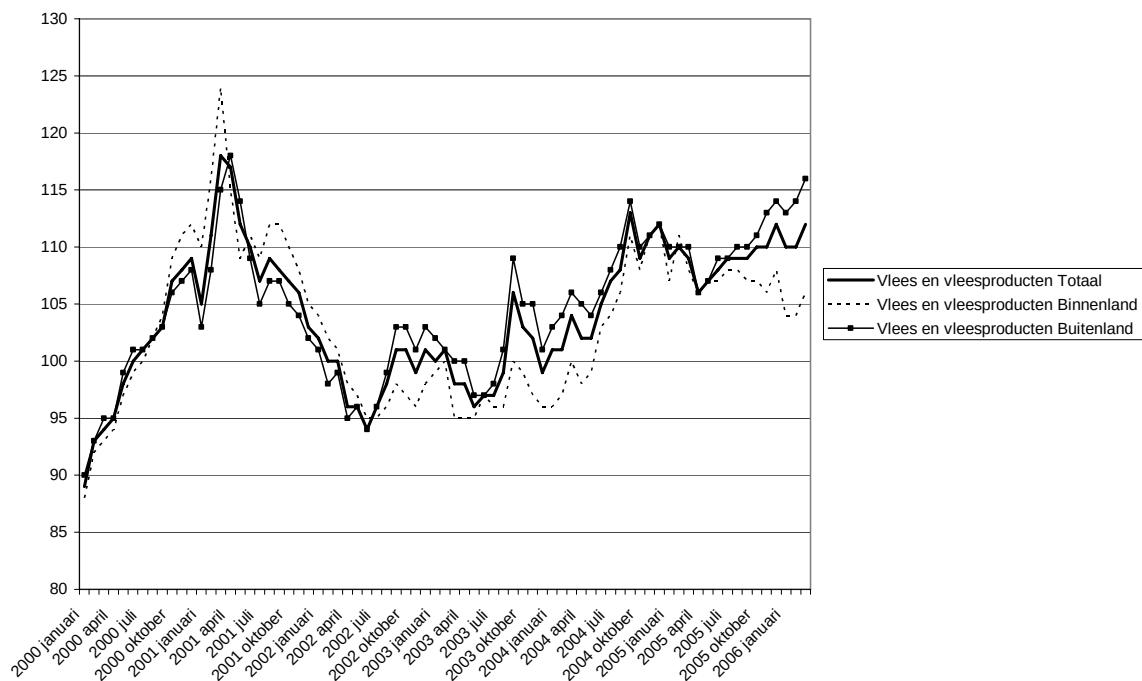
De indelingen van producentenprijzen en consumentenprijzen komen niet altijd overeen. Daarnaast worden sommige producten, zoals consumptie-eieren en verse groenten, door handelaren onbewerkt aan de detailhandel doorverkocht. Van deze producten houdt het CBS geen handelsprijzen bij. Wij zullen voor deze twee productgroepen kort stil staan bij de prijzen die de boeren en tuinders hebben ontvangen.

3.2 Vleesproducten

In het vorige hoofdstuk hebben we geconstateerd dat in de categorie vlees alleen de prijzen van pluimveevlees tijdens de prijzenoorlog in prijs zijn verlaagd door de detailhandelaren. In figuur 3.1 worden de producentenprijsindices weergegeven van vlees en vleesproducten op een geaggregeerd niveau. Twee zaken vallen op. Ten eerste dat de producentenprijzen van vlees na september 2003 niet zijn gedaald, maar gestegen. Deze stijging is procentueel

¹ PPI exclusief accijns, cijfers van CBS Statline. De laatste vijf maanden (november 2005 tot en met maart 2006 betreffen voorlopige cijfers). De prijsindices van CBS zijn berekend volgens de methode van Laspeyres. Een productpakket van gelijke kwaliteit en samenstelling wordt vergeleken voor de verslagmaand vergeleken met de gemiddelde prijs in het basisjaar.

gezien groter voor de binnenlandse afzetprijzen dan voor de prijzen van producten die over de grens worden afgezet. Ten tweede valt op dat de afzetprijzen van vleesproducten op de binnenlandse markt na augustus 2005 dalen terwijl de prijzen op buitenlandse afzetmarkten stijgen. Deze daling wordt veroorzaakt door de gedaalde prijs van pluimveevlees, die onder druk staat door berichten over vogelgriep en daarmee gepaard gaande daling van de vraag. (zie ook verderop over de producentenprijzen van pluimveevlees) Ook de prijzen van de andere vleessoorten deden het op de binnenlandse markt iets minder goed in de laatste maanden dan op de buitenlandse markt.



Figuur 3.1 Producentenprijsindices (PPI) van vlees en vleesproducten naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

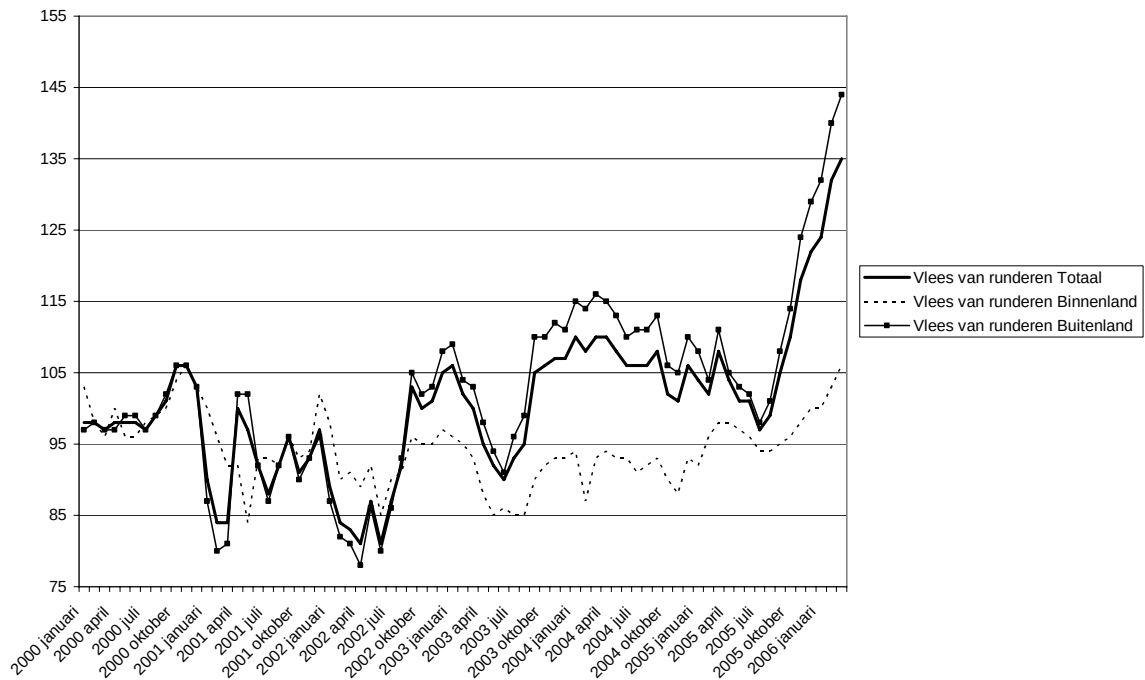
Om een goed beeld te krijgen van de opbrengstprijzen van de vleesverwerkers bekijken we de verschillende soorten vlees afzonderlijk.

Rundvlees

In Figuur 3.2 worden de prijsindices van binnenlands en buitenlands afgezet rund- en kalfsvlees weergegeven. Tussen eind 2003 en medio 2005 kunnen we geen daling van de prijzen waarnemen op de binnenlandse markt. De rundvleesprijzen (voor de producent) zijn gestegen vanwege het krappe aanbod van rundvlees. De consumptie is na de BSE-crisis fors gedaald, maar is nu weer op het niveau van voor de crisis. Ook de vogelgriep speelt een rol bij het opdrijven van de vraag en de prijzen. De prijzen van kalfsvlees profiteren vooral van de oprukkende vogelgriep.

De Nederlandse rundvleessector produceert namelijk voornamelijk rundvlees als bijproduct van de melkveehouderij. Er vindt veel in- en uitvoer van rundvlees plaats vanwege

uiteenlopende kwaliteit. De kalfsvleessector is een geconcentreerde sector met een volledig geïntegreerde productieketen, die vooral voor de export produceert. De boeren zijn geen aandeelhouders van de verwerkende industrie maar min of meer via contracten in dienst van het bedrijf. Van de totale Nederlandse productie van rund- en kalfsvlees wordt het overgrote deel (circa 90%) uitgevoerd naar het buitenland. Dit blijkt ook uit de sterke relatie tussen de afzetprijzen op buitenlandse markten en de totale prijsindex van Nederlands rund- en kalfsvlees.

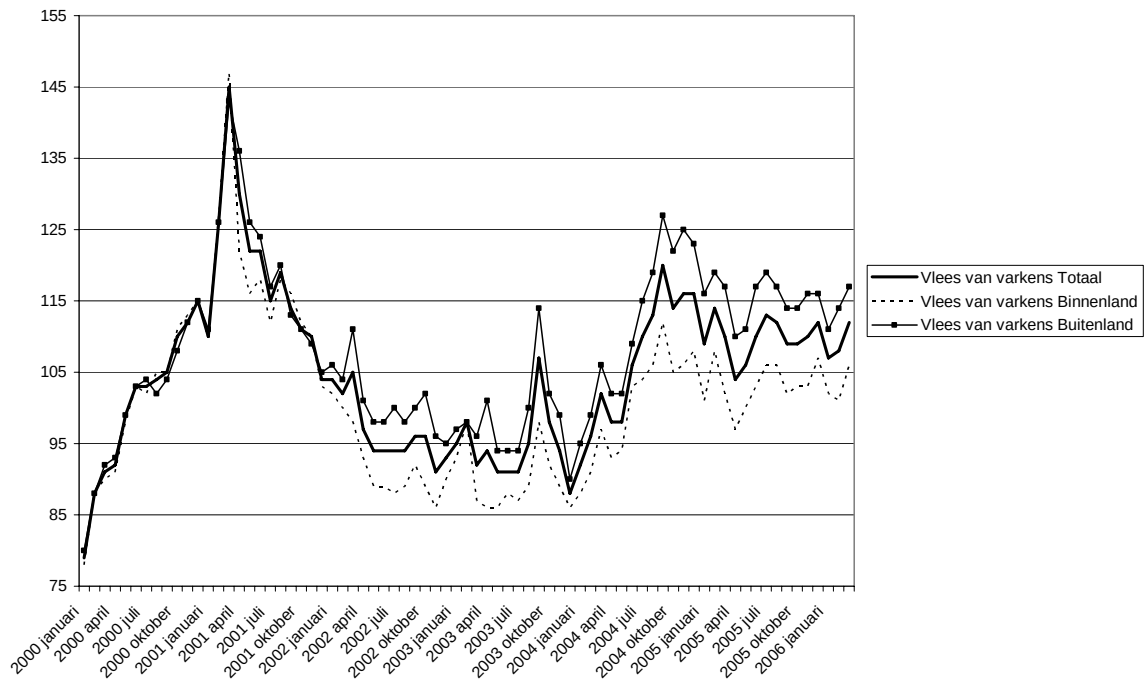


Figuur 3.2 PPI vlees van runderen, vers en gekoeld naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

De binnenlandse prijzen lijken nauwelijks invloed te hebben op de gemiddelde afzetprijzen. Dat komt overeen met een beeld van de kleine rundvleessector in Nederland die met name voor de export produceert (EIM, 2005).

Varkensvlees

De varkenshouderij produceert ongeveer de helft voor de export en zet de andere helft in Nederland af (EIM, 2005). Dit wordt bevestigd door het feit dat de ontwikkeling van de gemiddelde producentenprijs van vers en gekoeld varkensvlees ongeveer het midden houdt tussen de ontwikkeling in Nederland en die op buitenlandse markten.

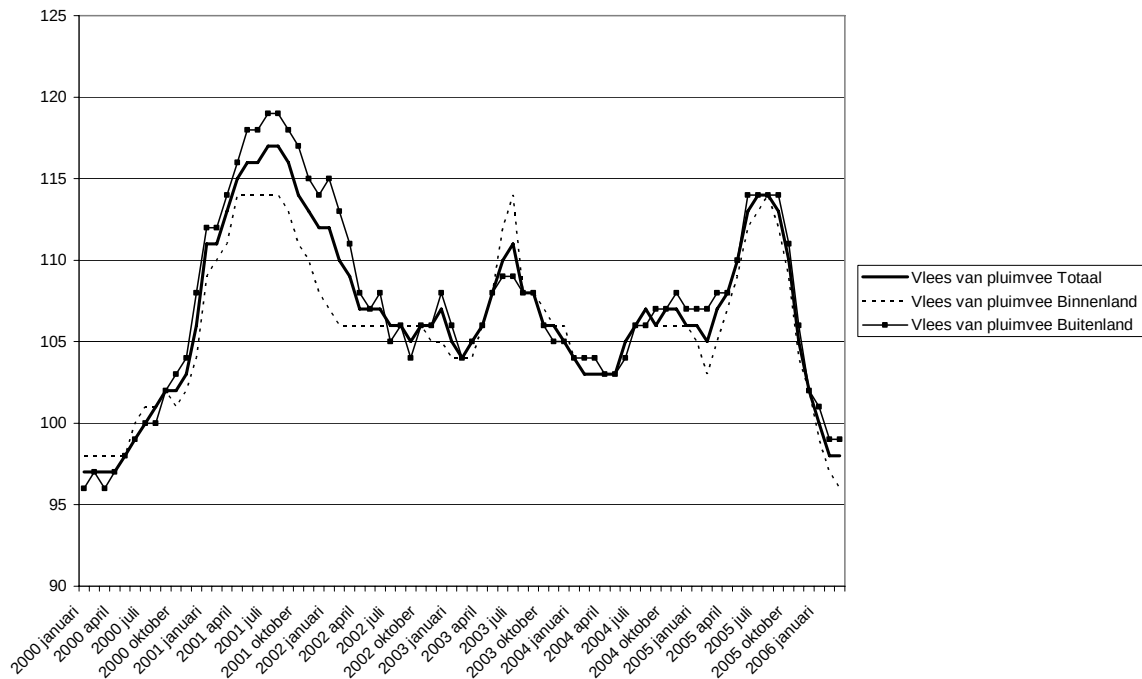


Figuur 3.3 PPI varkensvlees vers of gekoeld naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

Voor varkensvlees constateerde het rapport van EIM (2005) al dat de prijzen van de verwerkers en boeren niet of nauwelijks negatief door de prijzenoorlog werden beïnvloed. Figuur 3.3 bevestigt dit beeld. Ten eerste is er geen sprake van een prijsdaling, en ten tweede, meer belangrijk, zien we geen achterblijven van de prijs in Nederland ten opzichte van de prijzen op buitenlandse markten. Het gat tussen de twee prijzen is al voor het begin van de prijzenoorlog ontstaan. Voor bevroren varkensvlees geldt een zelfde beeld als voor vers varkensvlees. De afzetprijzen van bevroren varkensvlees in het buitenland worden door CBS als geheim aangemerkt (vanwege het concurrentiegevoelige karakter ervan). Echter, uit het verschil tussen de gemiddelde afzetprijzen en de prijzen op de binnenlandse markt kunnen we afleiden dat de prijzen voor bevroren varkensvlees zich in het buitenland slechter hebben ontwikkeld dan die in het binnenland. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de samenstelling van het exportpakket ten opzichte van het productpakket dat in Nederland blijft.

Pluimveevlees

Pluimveevlees, ten slotte, is op consumentenniveau behoorlijk in prijs gedaald. Hebben de verwerkers dit in hun verkoopprijzen gemerkt? Het antwoord is, afgaande op de CBS producentenprijsindices, neen. De daling van meer dan 10% van de consumentenprijzen tussen september 2003 en maart 2005 is in het geheel niet terug te vinden in figuur 3.4.



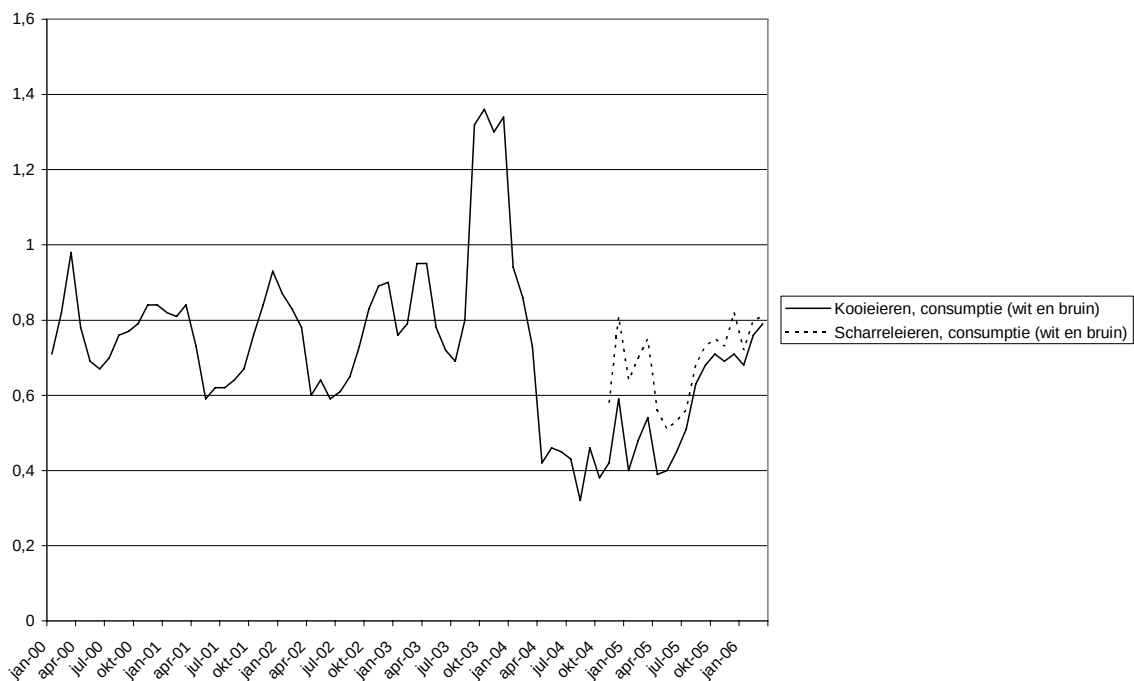
Figuur 3.4 PPI vlees van pluimvee vers en gekoeld naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

Toch weten we dat wel degelijk druk is uitgeoefend op de leveranciers om de prijzen te verlagen. Enige kanttekeningen bij de figuur 3.4 zijn daarom op zijn plaats. De afzetprijzen in de figuur komen vanaf een erg laag niveau in 2000 (Dioxine crises in België). De piek in de afzetprijzen in 2001 is het gevolg van de BSE crises in Duitsland waardoor de vraag naar pluimveevlees toenam. Gedurende de periode 2002 tot en met 2005 dalen de prijzen weliswaar niet veel, maar zijn de marges wel erg laag. Daarna in maart 2005 beginnen de prijzen eindelijk weer te stijgen. De sector legt zelf, via het Productschap Vee, Vlees en Eieren, een direct verband tussen de prijzenoorlog en gunstige opbrengstprijzen voor de pluimveehouders. 'De markt van vleeskuikens stond in de maand januari van dit jaar [2005] behoorlijk onder druk. De binnenlandse consumptie was op zich nog niet eens zo slecht, onder andere door flink wat acties bij de retail, maar door de forse productie in de gehele EU, was er eigenlijk veel te veel product beschikbaar om nog een redelijke prijs te realiseren. [...] Vanaf maart, april [2005] is het marktbeeld steeds positiever geworden. De consument zag kip helemaal zitten, want het verbruik liep sterk op. Dit werd vooral veroorzaakt door de steeds terugkerende winkelacties. De ene week stuntte men met kuikenpoten, vervolgens weer met dijen cq drumsticks. Doordat het aanbod in de EU wat achterbleef, slachtte men niet altijd op volle capaciteit, hetgeen uiteindelijk als resultaat had, dat ook de prijzen flink opliepen. In de loop van de maand mei zette deze tendens onverkort door.' (PVE, <https://bedrijfsnet.pve.agro.nl/>)

De sterke daling die na september 2005 in de producentenprijzen plaatsvindt, en in mindere mate in de consumentenprijzen in Nederland, wordt veroorzaakt door de vraaguitval als gevolg van de vogelgriep en is een Europees (of zelfs wereldwijd) verschijnsel. De prijzen van pluimveevlees op de Europese markten worden door deskundigen als dramatische omschreven. Ook hier geldt, net als bij rundvlees, dat de gemiddelde afzetprijzontwikkeling sterk beïnvloed wordt door de buitenlandse afzetprijzen.

3.3 Eieren

In figuur 3.5 staan de producentenprijzen (af-boerderij) van consumptie-eieren. Het patroon komt overeen met het verloop van de consumentenprijzen. De prijsval na de vogelgriep-uitbraken is fors doordat de productie in andere landen flink was toegenomen. Vanaf begin 2005 zijn de prijzen die boeren ontvangen voor eieren weer gestegen, en liggen nu weer op het niveau van voor de prijzenoorlog en de AI uitbraak in 2003.

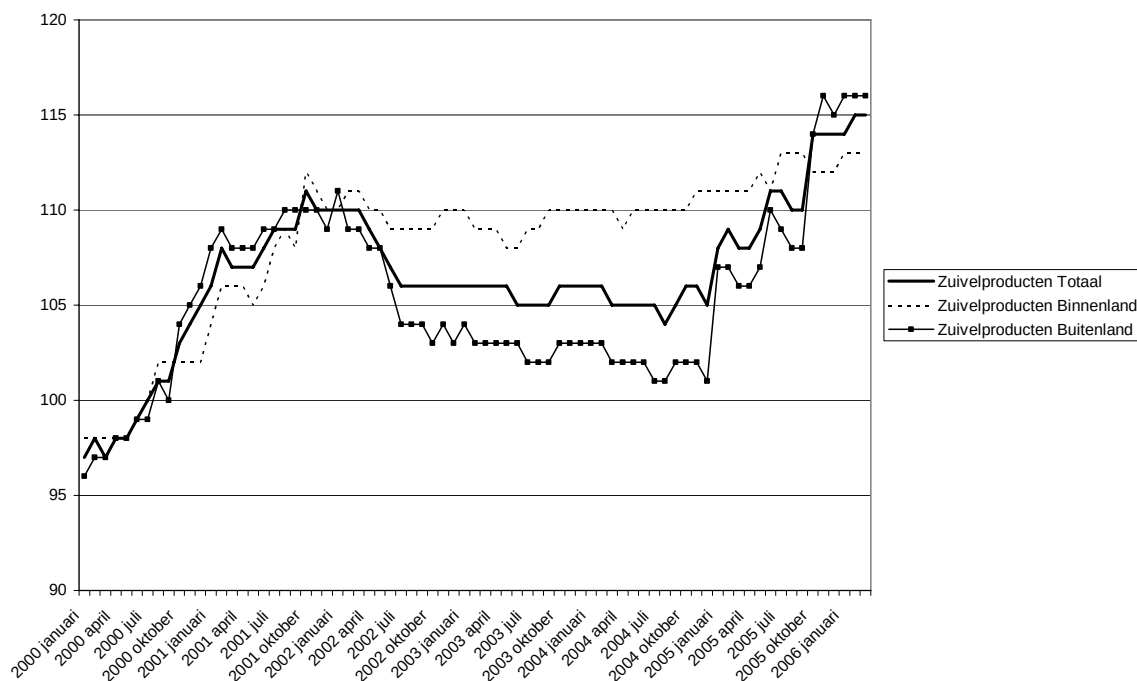


Figuur 3.5 Producentenprijzen van eieren in euro per kilogram af-boerderij, Bron: LEI

In de afzet van eieren spelen coöperaties in Nederland echter een zeer beperkte rol. Bovendien kunnen we deze prijsdaling (en vervolgens weer een stijging) verklaren aan de hand van vraag en met name aanbodfactoren op de Europese markten.

3.4 Zuivelproducten

Vanwege de veelheid aan zuivelproducten die de verwerkers maken bekijken we allereerst een figuur met de gemiddelde prijzen van zuivelproducten die de verwerkers afzetten op binnenlandse en buitenlandse markten (Figuur 3.6).

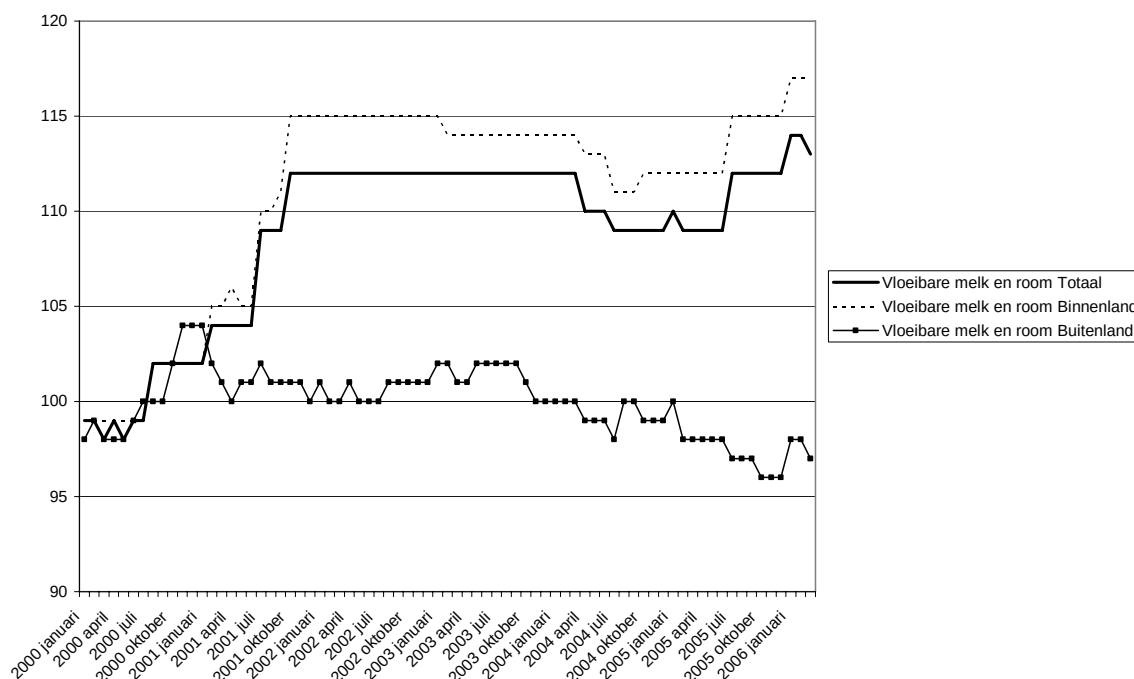


Figuur 3.6 PPI zuivelproducten naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

Uit de figuur concluderen we dat de afzetprijzen van zuivelproducten in Nederland gemiddeld niet zijn gedaald. Aanvankelijk lijkt zich op buitenlandse markten wel een daling voor te doen, maar die trend wordt vanaf begin 2005 gekeerd. De prijzen van de binnenlandse afzet stijgen vrijwel continu vanaf het begin van de prijzenoorlog.

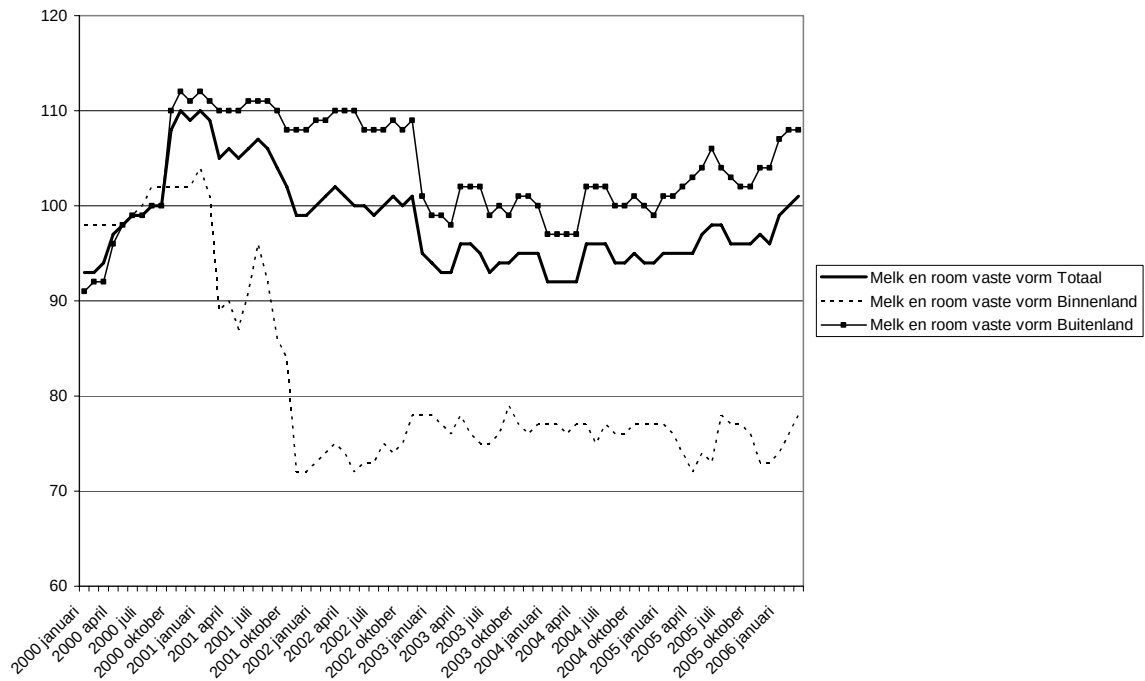
Toch zijn er wel verschillen tussen diverse producten. De zuivelaars geven zelf aan dat een aantal productcategorieën onder druk zijn komen te staan. Overigens niet alleen in Nederland maar in de hele West-Europese markt is de concurrentie tussen de supermarkten groot. Eén van de producten die supermarkten graag gebruiken om klanten te trekken is consumptiemelk, een belangrijk referentieartikel waarbij het belang van een scherpe prijs hoog is. In figuur 3.7 worden de producentenprijsindices van vloeibare melkproducten en room, waar consumptiemelk onder valt, weergegeven. De gemiddelde afzetprijzen volgen de prijzen in het binnenland, wat het belang van de binnenlandse markt voor deze productgroep aangeeft. Aanvankelijk doet zich inderdaad een daling voor van enkele procenten vanaf maart 2004, in lijn met de daling van de consumentenprijzen voor melk. Echter, waar de consumentenprijsdaling slechts gedeeltelijk is gecorrigeerd door een latere prijsstijging, liggen de gemiddelde producentenprijzen voor vloeibare melkproducten en room voor wat betreft binnenlandse afzet inmiddels op een hoger niveau dan ooit (Figuur 3.7).

Opmerkelijk is dat de prijzen voor buitenlands afgezette producten wel zijn gedaald. Dit bevestigt het beeld van forse concurrentie op vooral de Duitse markt.

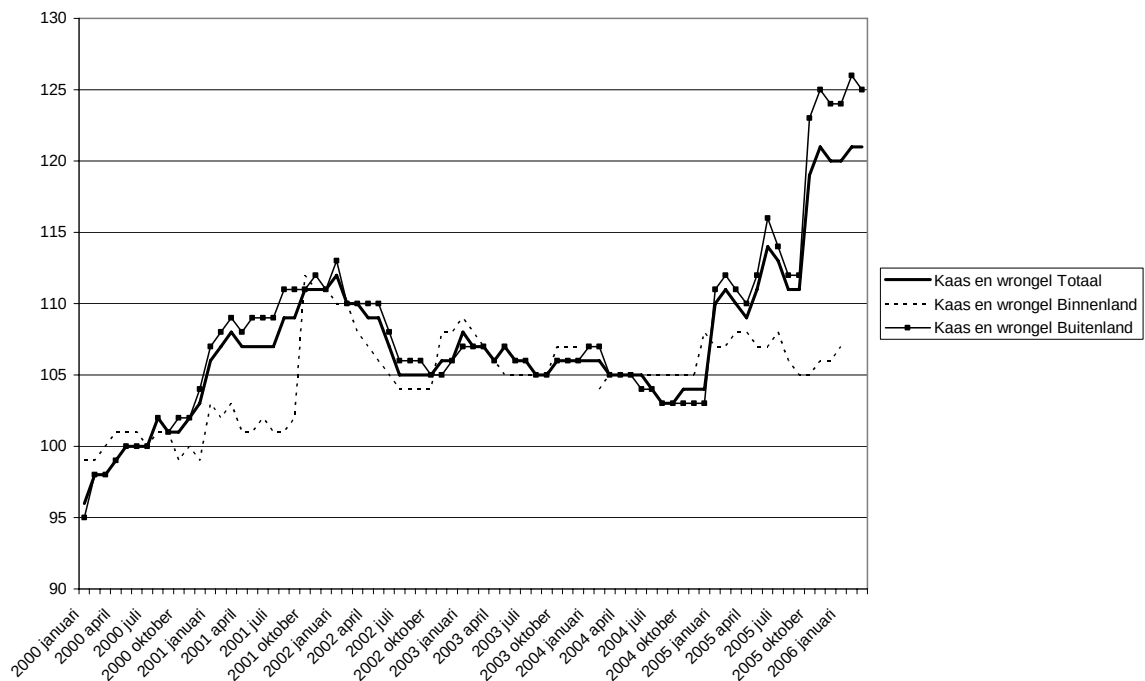


Figuur 3.7 PPI bewerkte vloeibare melk en room naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

In de figuren 3.8 en 3.9 worden de prijsindices van melk en room in vaste vorm (prodcom 15512000 Melk en room in vaste vorm; waaronder yoghurt en toetjes) en van kaas en wrongel (prodcom 15514000 Kaas en wrongel) weergegeven. Terwijl de consumentenprijzen in de Nederlandse supermarkten van kaas en yoghurt wel degelijk zijn gedaald, zien we deze daling in de producentenprijzen niet of nauwelijks terug. Het EIM rapport (EIM 2005) concludeerde al dat de consumentenprijzen van veel zuivelproducten wel zijn gedaald, terwijl de fabrikanten voor bepaalde producten zelfs hogere prijzen konden bedingen. Met de nieuwere cijfers die ons nu ter beschikking staan kunnen we deze conclusies nogmaals onderschrijven. Sterker, de producentenprijzen (af-fabriek) zijn gemiddeld niet gedaald. Voor vaste melkproducten en room en met name kaas geldt bovendien dat de zuivelaars vanaf 2005 hebben kunnen profiteren van stijgende prijzen op buitenlandse afzetmarkten. Voor vloeibare melk geldt dat de binnenlandse markt de prijzenoorlog inmiddels achter zich lijkt te hebben gelaten.



Figuur 3.8 PPI bewerkte melk en room in vaste vorm naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

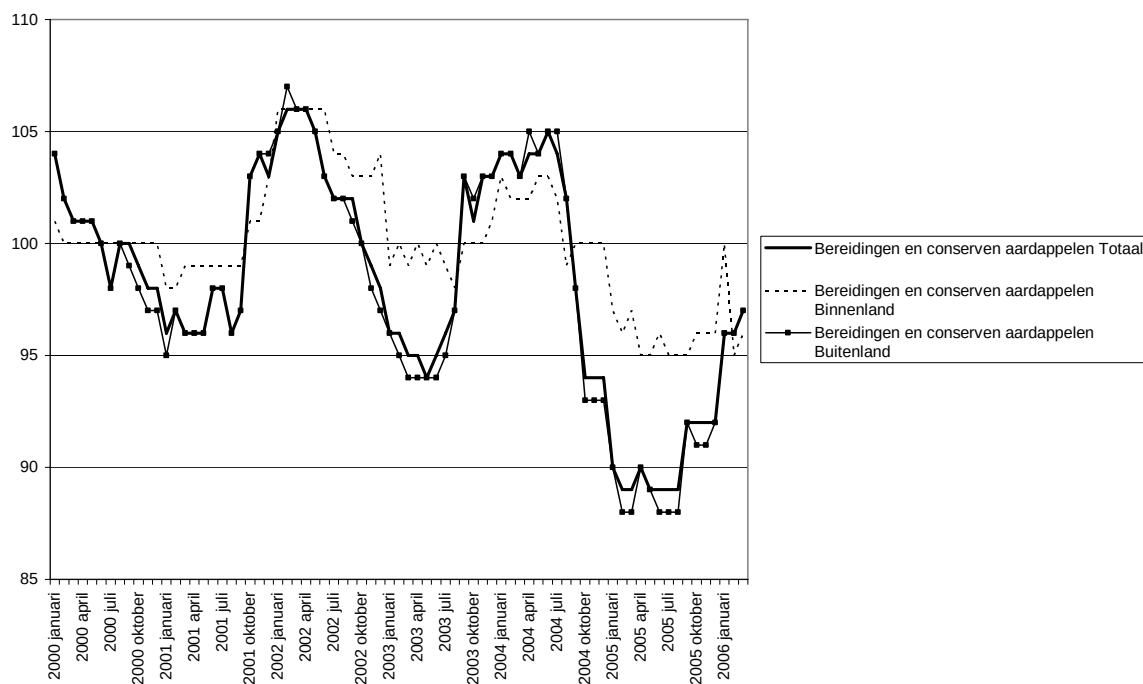


Figuur 3.9 PPI kaas en wrongel naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

3.5 Aardappelen, groenten en fruit

In deze paragraaf bespreken we de verkoopprijzen van bedrijven die aardappelen, groenten en fruit verwerken.

Aardappelen



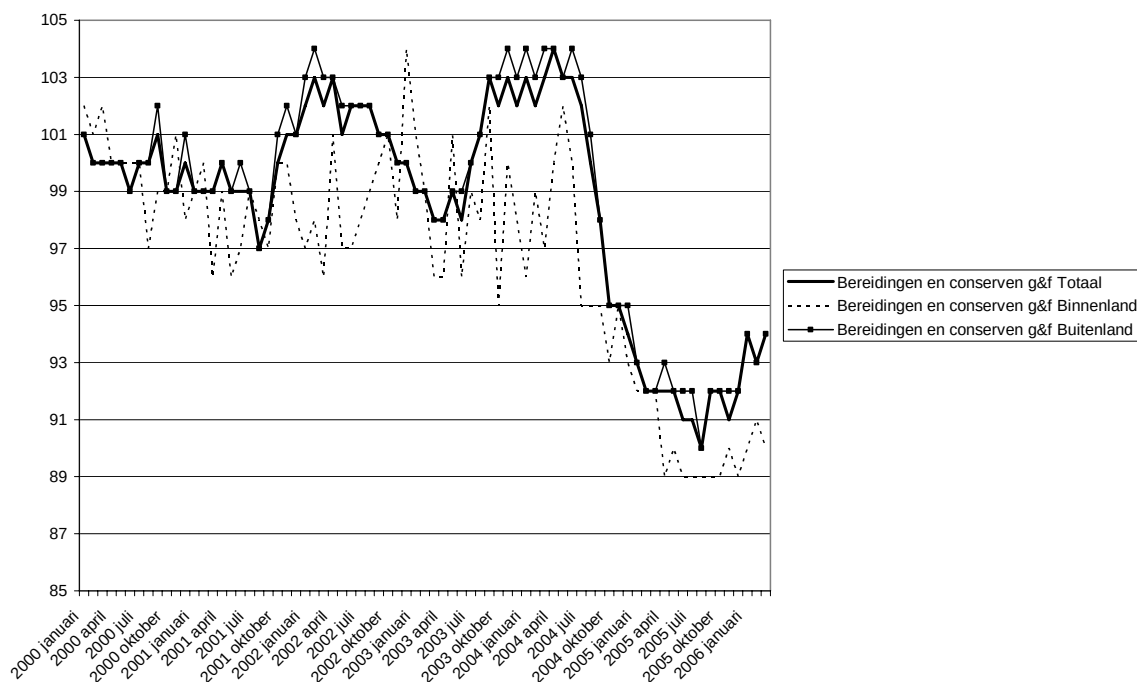
Figuur 3.10 PPI bereidingen en conserven van aardappelen naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

In bovenstaande figuur 3.10 worden de producentenprijsindices van aardappelproducten (bereidingen en conserven) weergegeven. In het vorige hoofdstuk constateerden we een consumentenprijsdaling van bijna 20% voor aardappelproducten. Uit deze grafiek maken we op dat deze daling zich op producentenniveau in mindere mate heeft voorgedaan. Bovendien valt op dat de prijs van aardappelproducten die in het buitenland zijn afgezet meer in prijs zijn gedaald dan die van producten op de Nederlandse markt.

Conserven en bereidingen van groenten en fruit

In de figuren 3.11 en 3.12 komen conserven en bereidingen van groenten en fruit aan bod. In beide figuren valt wederom op dat de ontwikkeling van de gemiddelde prijs van de afzet vrijwel gelijk is aan de ontwikkeling van de prijs van de afzet in het buitenland; dit betekent dat de prijs van de omzet met name wordt bepaald door buitenlandse afzet. Voor bevroren groenten (niet in de figuren) ontbreekt de prijs van binnenlands afgezette producten vanwege vertrouwelijkheid van de cijfers, maar kunnen we uit het feit dat de

ontwikkeling van het gemiddelde grotendeels samenvalt met de ontwikkeling van de prijs van afzet in het buitenland, opmaken dat de meeste producten worden geëxporteerd.

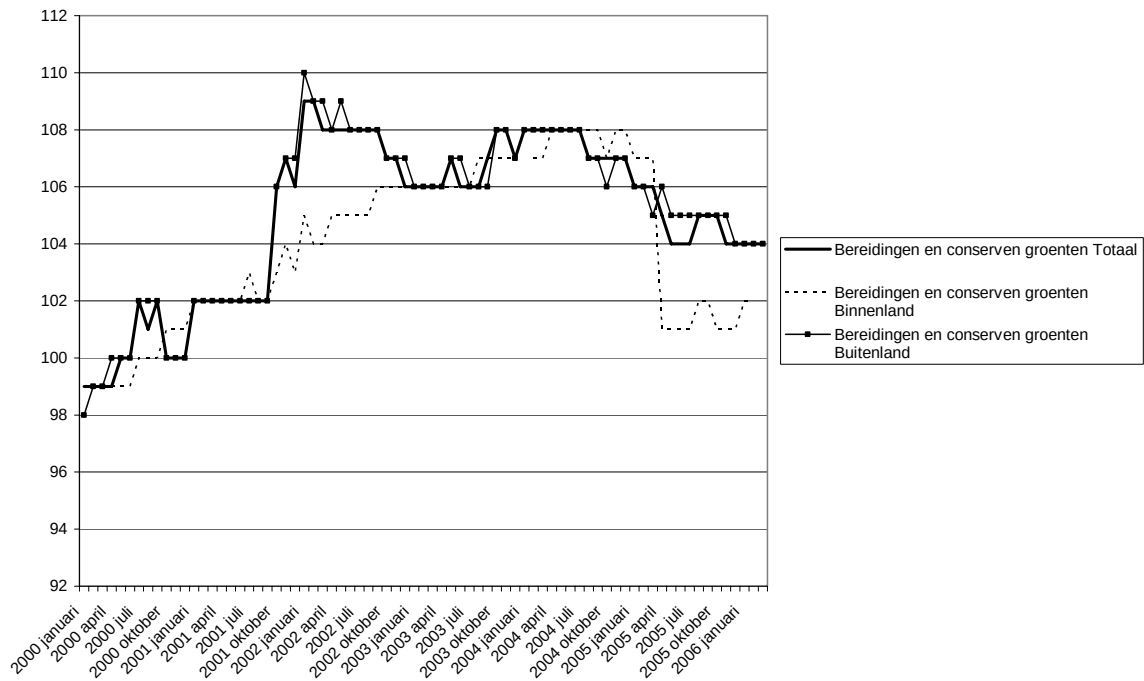


Figuur 3.11 PPI bereidingen en conserven van groenten en fruit naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

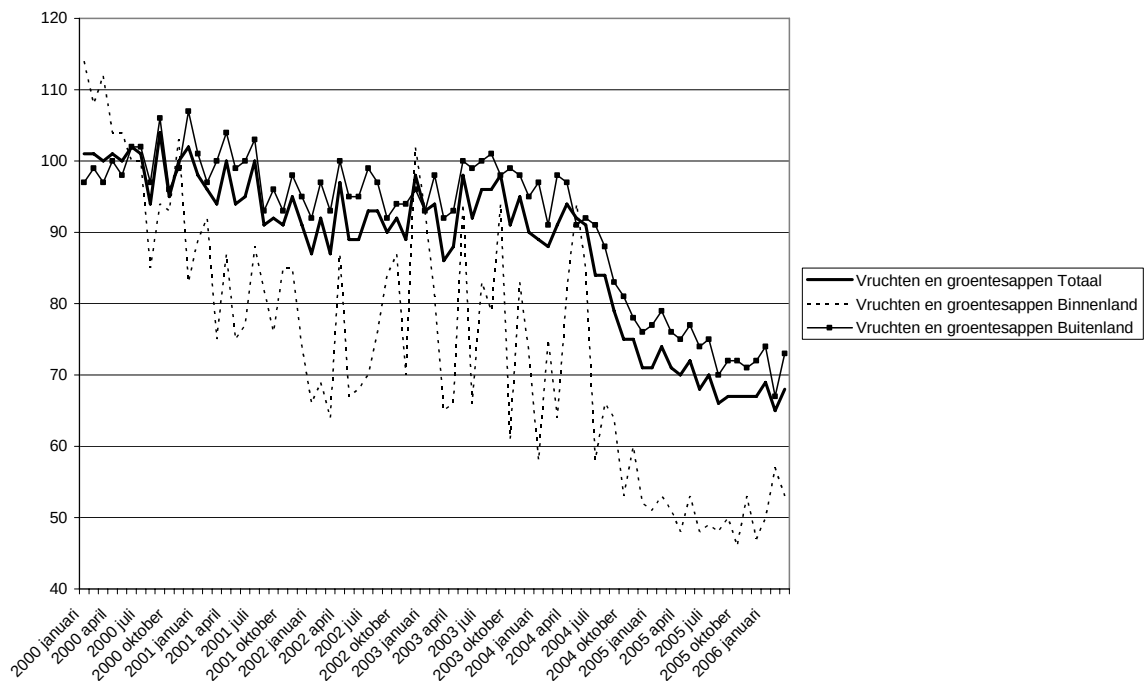
De consumentenprijzen zijn in lijn met de producentenprijzen gedaald. De daling is het meest uitgesproken voor verwerkt fruit. De prijsdalingen voor conserven en bereidingen van groenten (Figuur 3.12) zijn minder uitgesproken dan die voor de totale groep conserven en bereidingen van groenten en fruit (Figuur 3.11). De sterke koers van de euro en een hoog aanbod van fruit zijn hier debet aan. Vanaf het voorjaar van 2005 zijn de prijzen gestabiliseerd.

Vruchtensappen

De volgende categorieën producten die we in deze paragraaf bespreken is de groep vruchten en groentesappen (Figuur 3.13) en jam en gelei. Voor sappen geldt dat de afzetprijs in zowel het binnenland als het buitenland aanzienlijk is gedaald. De prijsdaling in het binnenland is zelfs meer dan 50% tussen 2000 en 2006. Voor de sappen geldt dat de basisgrondstoffen (fruit en groenten) tegen lagere inkooprijzen zijn ingekocht. Deze lagere inputprijzen zijn (door concurrentie tussen de aanbieders) doorgegeven aan de afnemers. De lagere dollarkoers heeft hier zeker ook invloed gehad. Met betrekking tot jam, gelei, moes en pasta's kunnen we geen noemenswaardige prijsdaling ontdekken. De prijsontwikkeling van binnenlands afgezette producten wordt niet vrijgegeven (geheim). Echter, de gemiddelde prijs ontwikkelt zich wederom vrijwel gelijk aan de prijs van de buitenlandse afzet.



Figuur 3.12 PPI bereidingen en conserven van groenten naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)



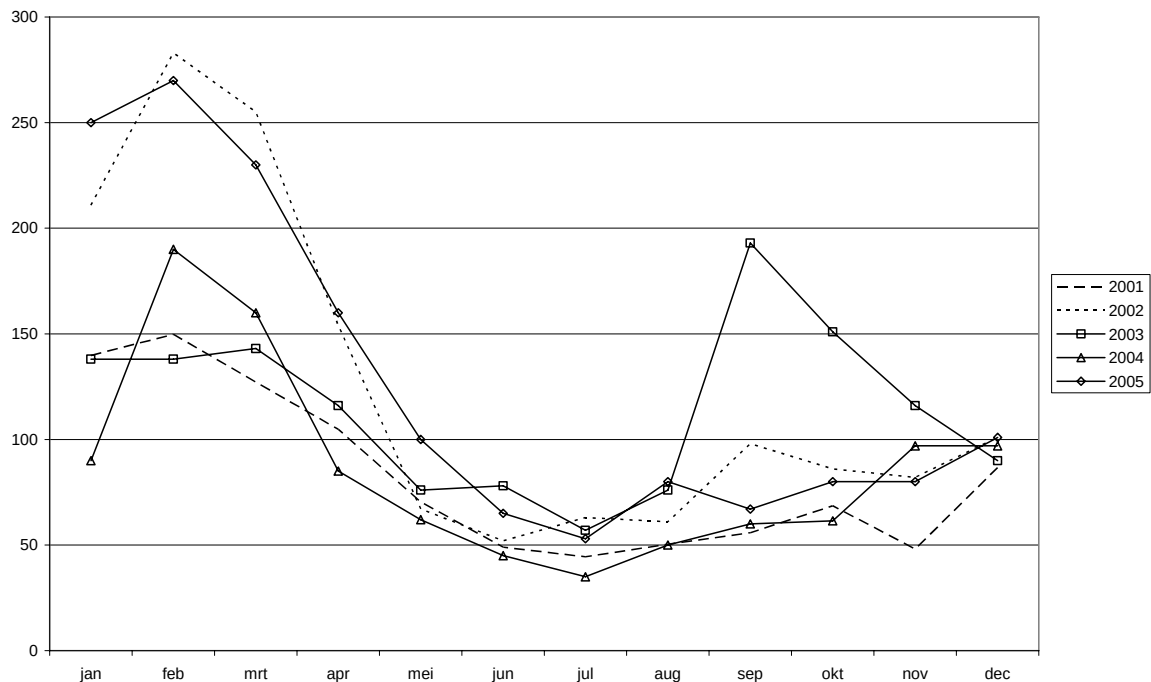
Figuur 3.13 PPI Vruchten- en groentesappen naar afzet in binnen- en buitenland; 2000=100 (Bron CBS)

Verse groenten

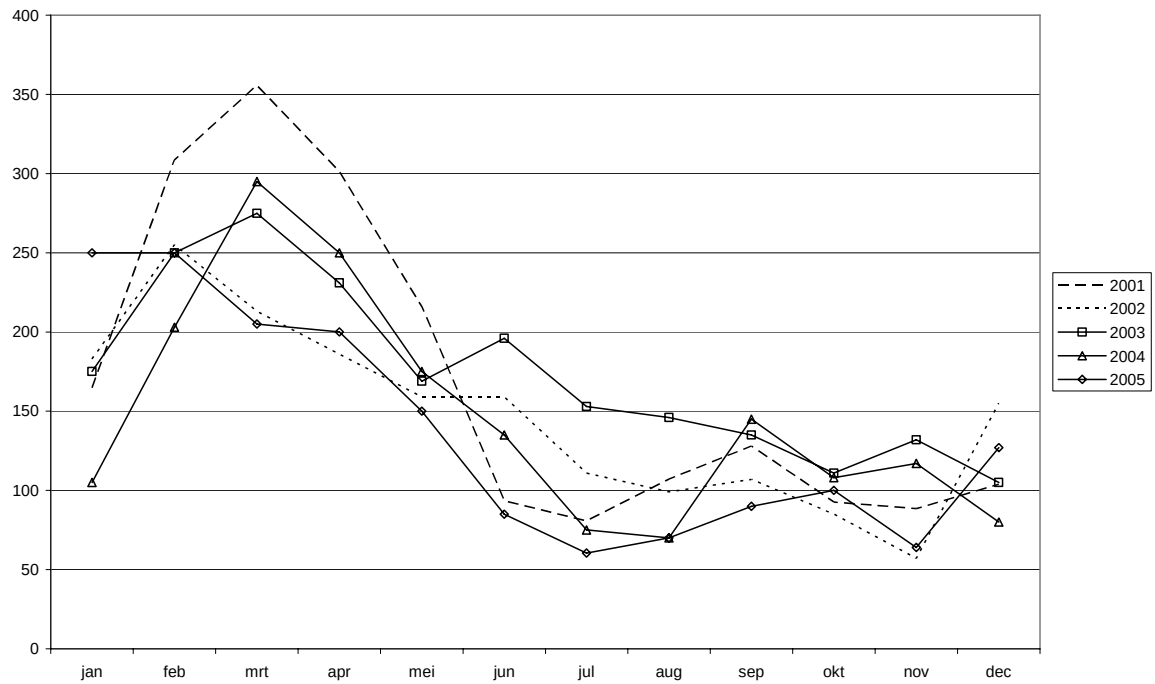
Ten slotte besteden we nog aandacht aan de producentenprijzen van verse groenten. Deze prijzen komen doorgaans niet tot stand door onderhandeling tussen retailers en verwerkers, maar door bemiddeling en onderhandeling tussen handelaren en retailers. Ook vindt nog altijd een deel van de verse groenten via de veilingen zijn weg naar de afnemers. Zonder alle producten in detail te bespreken nemen we de twee belangrijkste glasgroenten, tomaten en paprika's, eruit (Figuur 3.14 en 3.15).

Uit het prijsverloop van deze twee soorten groenten maken we op dat sprake is van een uitgesproken seizoenspatroon. Dit seizoenspatroon kwamen we eerder ook tegen in de consumentenprijzen. Een hoog aanbod in binnen- en buitenland zorgt voor dalen in de figuur, terwijl een krap aanbod in de winter zorgt voor hogere prijzen. Voor tomaten was 2004 een uitermate slecht jaar. De prijzen stonden onder druk door het hoge aanbod in Europa. Aangezien tomaten een groot deel uitmaken van de verwerkte tomaten is het aannemelijk dat deze lager prijzen voor een groot deel verantwoordelijk zijn voor de lagere producentenprijzen van verwerkte groenten. Echter ook voor veel andere groenten was 2004 een jaar van hoge opbrengsten en lage prijzen.

Zonder dat we hiervoor econometrische bewijzen of *insight*-informatie van handelaren hebben, kunnen we wel vaststellen dat de opbrengstprijzen van verse groenten zich na het begin van de prijzenoorlog niet wezenlijk anders hebben gedragen dan daarvoor. Deskundigen geven tevens aan dat de prijzen van verse groenten, met name de glasgroenten, niet of nauwelijks door de prijzenoorlog worden beïnvloed, maar tot stand komen door internationaal vraag en aanbod.



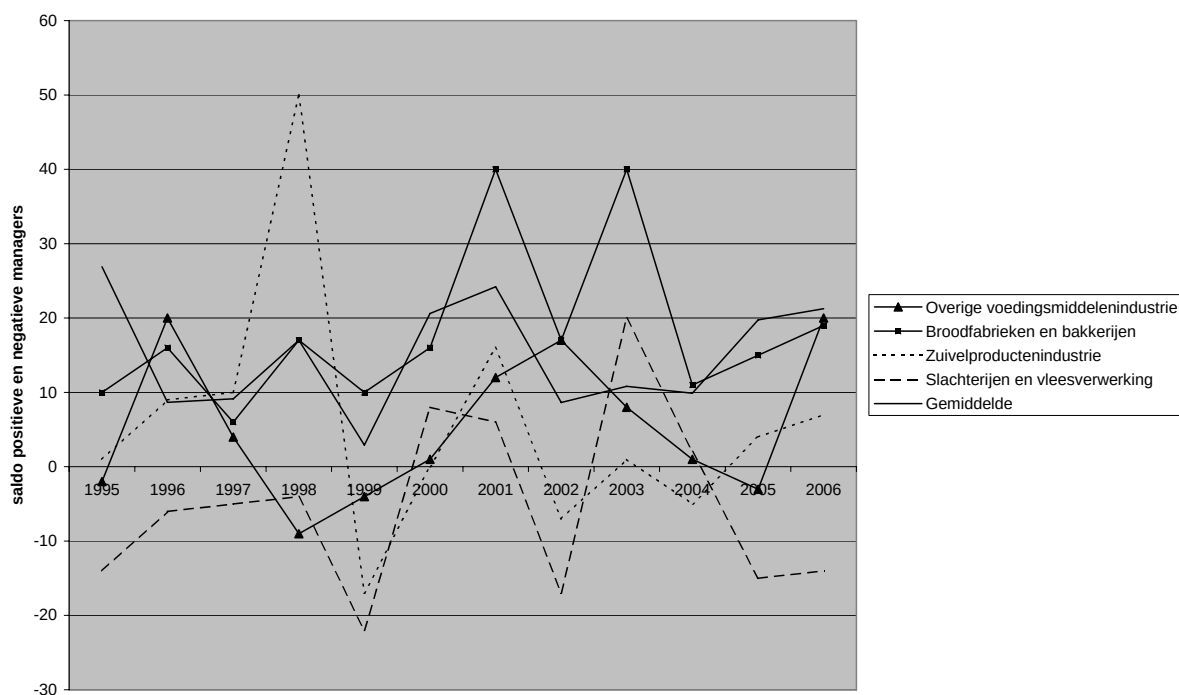
Figuur 3.14 Opbrengstprijzen van tomaten in Nederland. Bron: LEI



Figuur 3.15 Opbrengstprijzen van paprika's in Nederland. Bron: LEI

3.6 Verwachtingen van managers

De prijsontwikkelingen geven een feitelijk beeld van de ontwikkelingen ten tijde van de prijzenoorlog. Minstens zo interessant is te kijken naar de verwachtingen van bedrijven terwijl de prijzenoorlog zich ontwikkelde. In de vorige paragrafen kunnen we vaststellen dat voor verreweg de meeste producten de verkoopprijzen van de verwerkende industrie niet zijn gedaald. Uitzonderingen zijn conserven van groenten en aardappelproducten (die vooral zijn gedaald onder invloed van de prijzen in het buitenland) en vruchten- en groentesappen (die al langere tijd een prijsdaling laten zien). In deze paragraaf bekijken we kort de gegevens van CBS 'conjunctuurtest', waarin managers van bedrijven in de industrie hun verwachtingen uitspreken over prijsontwikkelingen.



Figuur 3.16 Conjunctuurtest industrie; verwachtingen van managers ten aanzien van stijging of daling van de verkoopprijzen (saldo); gegevens voor januari per jaar (CBS)

We kunnen de gegevens over de industrieën op verschillende manieren onderzoeken. Een eerste indruk krijgen we wanneer we de gemiddelden van de industrieën met elkaar vergelijken. Wanneer de prijzenoorlog in de supermarkten een negatieve invloed heeft op de verkoopprijzen, die zich niet voordoet in de andere bedrijfstakken, dan zou dat tot uiting moeten komen in een extra negatieve toekomstverwachting van managers in de verschillende v&g-sectoren ten opzichte van andere sectoren. In figuur 3.16 is het gemiddelde van de verkoopprijsverwachtingen in alle industrieën in Nederland weergegeven naar die in de verschillende voedingsmiddelenindustrieën.

Het betreft gegevens over de verwachtingen van managers over verkoopprijzen in de drie maanden vanaf de verslagperiode (in dit geval januari van het betreffende jaar). Uit de cijfers blijkt dat de meeste managers in de verschillende sectoren prijsstijgingen verwach-

ten gedurende de hele periode, inclusief de periode van de prijzenoorlog. Echter, managers in de zuivelproductenindustrie, de slachterijen en vleesverwerking en 'overige voedingsmiddelenindustrie' (waaronder groente- en fruitverwerking en vis) verwachten minder vaak een prijsstijging dan managers uit de meeste andere industrieën. Dit lijkt echter een langere termijn fenomeen. Waardoor we kunnen concluderen de managers in de voedings- en genotmiddelenindustrieën in 2004 en 2005 niet meer of minder optimistisch of pessimistisch waren dan in andere jaren.

Bovendien blijkt dat managers in drie van de vier sectoren zowel in 2005 als 2006 een stijging verwachtten, en dat de andere sector - slachterijen en vleesverwerking - weliswaar in 2004 en 2005 daalde, maar over de langere termijn een duidelijke stijging laat zien. Hoewel 2004 zeker niet als het allerbeste jaar kan worden aangemerkt is ook zeker geen sprake van wijdverbreid pessimisme over de ontwikkeling van afzetprijzen in de periode 2003 tot en met 2006.

3.7 Conclusies

In dit hoofdstuk hebben we de verkoopprijzen van de verwerkende industrie en de producentenprijzen van enkele verse producten bekeken. De vraagstelling van het onderzoek is of boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van coöperatieve verwerkende industrie extra nadelig zijn beïnvloed door de prijzenoorlog in de supermarkten. Hoewel we met de analyse in dit hoofdstuk geen onderscheid kunnen maken tussen private en coöperatieve verwerkers kunnen we wel enkele belangrijke conclusies trekken. Eventuele prijsdruk van supermarkten komt ten slotte in de eerste plaats tot uitdrukking in de prijzen die verwerkers zelf krijgen voor hun producten.

De conclusies van dit hoofdstuk zijn als volgt:

1. Voor vleesproducten constateren we over het algemeen geen prijsdalingen voor de verwerkers na het uitbreken van de prijzenoorlog. Voor de meeste vleessoorten zien we eerder prijsstijgingen. De pluimveevleessector heeft zelfs direct baat gehad bij de acties van de grootwinkelbedrijven doordat de vraag daardoor werd gestimuleerd. Over het algemeen komen de prijzen van vlees op internationale markten tot stand. Voor de varkensvleessector geldt tevens dat de jaren 2003 en 2004 een opwaartse beweging in de varkenscyclus kenden. Door het grote aandeel van de export in de afzet van de vleesverwerkende industrie kunnen we stellen dat het effect van de prijzenoorlog op de prijzen minimaal is geweest;
2. Eieren worden niet of nauwelijks via coöperaties afgezet, waardoor we moeten vaststellen dat hier van een inkomensdaling als gevolg van minder presterende verwerkende industrie of lagere handelsmarges geen sprake is;
3. Voor zuivelproducten zien we in eerste instantie wel een daling van de afzetprijzen van melkproducten en kaas. Deze worden echter, afgaande op de CBS-cijfers, vooral beïnvloed door internationale marktomstandigheden. De totale producentenprijsindex van zuivelproducten op de binnenlandse markt is niet gedaald maar gestegen. Ook de afzetprijzen van vloeibare melk en room in Nederland zijn na medio 2005 weer gestegen tot boven het prijsniveau van voor de prijzenoorlog;

4. Aardappelproducten zijn wel in prijs gedaald als gevolg van een groot aanbod in Europa. Waarschijnlijk is een deel van deze prijsdaling tot uitdrukking gekomen in lagere consumentenprijzen. Echter de prijsdaling op producentenniveau is aanzienlijk minder (procentueel) dan die op consumentenniveau. Bovendien zijn de prijzen op buitenlandse afzetmarkten sterker gedaald dan die op de Nederlandse markt;
5. Voor wat betreft de producentenprijzen van verwerkte groenten en fruit constateren we een prijsdaling in 2004. Dit wordt veroorzaakt doordat de grondstoffen (groenten en fruit) tegen lagere prijzen zijn ingekocht. Het jaar 2004 kenmerkt zich door hogere oogsten dan normaal en navenant lagere prijzen. Bovendien geldt ook hier dat verreweg het grootste deel van de afzet geschied aan het buitenland en dat de prijzenoorlog in Nederland derhalve slecht een minimale invloed kan hebben gehad. De prijsdaling van groenten en fruit in 2004 doet zich ook gelden voor vruchten- en groentesappen. De lagere inkoopprijzen, mede door een goedkope dollar, zijn vertaald in lagere prijzen voor de afnemers in binnen- en buitenland;
6. We keken ook naar de verwachtingen van managers in de voedingsmiddelenindustrieën over het verloop van de verkoopprijzen. Uit deze cijfers (van CBS conjunctuurtest) konden we geen negatieve invloed van de prijzenoorlog opmaken.

4. Inkomens boeren en tuinders

4.1 Inleiding

In deze paragraaf komen de inkomens van boeren en tuinders aan de orde. Aan de hand van eerdere publicaties van LEI (De Bont en van der Knijff, 2005; De Bont en van der Knijff, 2004) over bedrijfsresultaten en inkomens van boeren en tuinders zullen we de verschillende sectoren kort bespreken. Deze rapporten geven inzicht in de belangrijkste factoren die ten grondslag liggen aan de prijsontwikkelingen en inkomens.

4.2 Inkomensontwikkelingen

In tabel 4.1 staan de gezinsinkomens uit bedrijf op verschillende bedrijfstypen van de agrarische sector over de periode 2000 tot en met 2005 (raming).¹ Achtereenvolgens zullen we de verschillende sectoren uit de voedingsland- en tuinbouw bespreken.

Melkveehouderij

De inkomens van melkveehouders zijn de afgelopen jaren (2003-2005) toegenomen. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te wijzen: de inkomenscompensatie van de EU voor de melkprijsdaling is tot dusver groter per kg melk dan de feitelijke prijsdaling, de omzet en aanwas van rundvee is toegenomen (hogere prijzen voor slachtvee en kalveren zoals we ook al in het vorige hoofdstuk hebben geconstateerd), de prijzen van mengvoeders (kosten) zijn gedaald in 2005 in vergelijking met de voerprijzen na het droge jaar 2003 en de varkensprijzen zijn gestegen (een deel van de melkveehouders houdt namelijk ook varkens en dit speelt dus een rol). Een laatste belangrijke reden is de geleidelijke schaalvergroting van de bedrijven. Het aantal ondernemers per bedrijf is vrijwel gelijk gebleven, maar het aantal melkkoeien per bedrijf nam toe van 62,6 gemiddeld in 2003 tot 65,5 gemiddeld in 2005. (De Bont en van der Knijff, 2005) In 2004 werd wel rekening gehouden met een prijsdaling als gevolg van de prijzenoorlog, hoewel de omvang ervan niet kon worden ingeschat: 'De in november 2003 ontbrande melkprijsoorlog tussen de supermarkten in Nederland heeft invloed op de consumentenprijzen voor melk en producten hiervan. [...] In hoeverre deze prijsdaling ten koste gaat van de marge van de supermarkten of van de zuivelindustrie is onbekend maar geeft wel aan dat de melkprijs onder druk staat' (De Bont en van der Knijff, 2004). Inmiddels kunnen we constateren dat verreweg het grootste deel van de prijsdaling door de detailhandel wordt betaald en dat de prijsdaling af-fabriek erg meevalen, wat bijdraagt aan een gunstige inkomensontwikkeling voor melkveehouders.

¹ Het gezinsinkomen uit bedrijf resulteert uit de bedrijfswinst uit normale bedrijfsvoering en de buitengewone baten en lasten. Het geeft weer welk bedrag op jaarbasis als inkomen voor het gezin resteert vanuit de bedrijfsactiviteiten. Het betreft het gemiddelde gezinsinkomen per bedrijf. Voor de meeste bedrijfstypen geldt dat per bedrijf gemiddeld tussen 1 en 2 ondernemers actief zijn.

Varkenshouderij

De varkensbedrijven hadden in 2002 en 2003 slechte jaren. In deze jaren zijn veel bedrijven gestopt met boeren. Zij konden gebruik maken van de opkoopregelingen in het kader van de Regeling Beëindiging Veehouderijtakken. De lage prijzen in deze periode hebben te maken met het verloop van de zogenaamde 'varkenscyclus'; het proces waarbij in tijden van hoge prijzen de productie toeneemt in Europa, waardoor enkele tijd later de prijzen langere tijd laag zijn. Duidelijk is dat de prijzen in de jaren 2004 en 2005 in het hoge deel van de cyclus zitten. Daarnaast, en dat geldt meer dan voor de melkveehouderij, zorgden de lagere voerprijzen in 2005 voor een meevaller. Dit proces is versterkt doordat de landen die in 2001 gevrijwaard bleven van de MKZ-uitbraak, onder de stimulans van hogere prijzen, de productie hebben verhoogd.

De verbetering van de inkomens heeft zich in 2005 voortgezet. Lagere voerprijzen speelden een rol. Voor de fokvarkensbedrijven geldt een positieve werking van hogere biggenprijzen. Voor de vleesvarkensbedrijven tellen vooral de lagere voerprijzen en de hogere opbrengstprijzen per kilogram geslacht gewicht. Als belangrijkste reden voor hogere afzetprijzen in 2004 wordt de grotere vraag genoemd vanuit nieuwe EU-landen in Centraal-Europa (waar strengere veterinaire regels zorgden voor een daling van het aanbod) en vanuit Japan (waar door de BSE-crisis in Amerika en vogelgriep in Azië de vraag naar varkensvlees toenam). De opbrengstprijsstijging was in 2005 iets minder dan in 2004.

Tabel 4.1 Gezinsinkomen uit bedrijf (x 1.000 euro)

	2000R	2001D	2002D	2003D	2004V	2005R	Trend '03-'05
Totaal land- en tuinbouw	43	43	32	39	33	35 - 40	0
Melkveebedrijven	35	51	43	35	42	56	+
Vleeskalverbedrijven met contractproductie		12	42	41	45	43	0
Fokvarkensbedrijven	46	11	-17	-13	76	119	+
Vleesvarkensbedrijven	33	-1	-6	-6	57	56	+
Gesloten varkensbedrijven	78	9	-26	-1	116	137	+
Leghennenbedrijven	80	34	24	136	-80	-31	-
Vleeskuikenbedrijven	19	54	-7	-7	2	100	+
Akkerbouwbedrijven	16	47	14	42	9	16	-
Glastuinbouw: groentebedrijven	116	67	58	127	46	3	-
Champignonbedrijven	54	85	34	52	45	23	-
Opengrondsgroentebedrijven	35	130	41	28	24	45 - 49	+
Fruitbedrijven	40	42	12	50	26	34 - 38	-/0

R = Raming, D = Definitief, V = Voorlopig. Bron: LEI, Binternet

Ook in de varkenshouderij speelt schaalvergroting een belangrijke rol. Het aantal varkens per bedrijf neemt zowel op de fokvarkensbedrijven (zeugen) als op de vleesvarkensbedrijven (vleesvarkens) en gesloten varkensbedrijven (zeugen en vleesvarkens) voortdurend toe.

Pluimveebedrijven

Voor de pluimveehouderij speelt de voerprijs een nog grotere rol. De eierprijs in 2003 was na de uitbraak van vogelpest erg hoog en dat stimuleerde de productie in andere EU-landen. Lagere eierprijzen waren dan ook het gevolg van het hogere aanbod in 2004 en 2005. Daardoor hadden de leghennenbedrijven twee slechte jaren. Inmiddels stellen we vast dat de eierenprijzen sinds halverwege 2005 weer iets zijn gestegen.

Bij het hoge inkomen van de vleeskuikenbedrijven in 2005 hoort de kanttekening dat dit vooral het resultaat is van de hoge opbrengstprijzen in de eerste tien maanden. Vanaf november 2005 daalden de prijzen snel door de angst onder (buitenlandse) consumenten voor de vogelgriep. De prijzen zijn momenteel (mei 2006) aanzienlijk lager dan in 2005.

Akkerbouwbedrijven

Voor akkerbouwbedrijven gelden sterk wisselende marktomstandigheden als gevolg van weersinvloeden als belangrijkste oorzaak van sterk schommelende inkomens. We kunnen de prijzenoorlog in Nederland geen grote rol toedichten bij het bepalen van de opbrengstprijzen. Daarvoor zijn de markten voor akkerbouwproducten te veel internationale markten en is Nederland teveel gericht op de export. Aardappelen, granen, suiker en uien zijn allemaal producten die als 'commodities' op Europese of wereldmarkten worden verhandeld. In 2005 waren de prijzen van met name aardappelen en uien hoger dan in 2004, toen die erg laag waren. De verklaring hiervoor is wederom het lagere aanbod in 2005. Voor de hele EU lag de opbrengst van aardappelen in 2005 9% lager dan in 2004 (De Bont en van der Knijff, 2005).

De prijzen van zetmeelaardappelen en suikerbieten zijn min of meer constant te noemen. Afgezien van een daling van de garantieprijzen voor suiker in het kader van de hervorming van de gemeenschappelijke EU-markt voor suiker, waarvoor de boeren grotendeels worden gecompenseerd in de vorm van ontkoppelde inkomenssteun, liggen de belangrijkste factoren die de inkomens beïnvloeden hier in de inputprijzen en de fysieke opbrengsten. De prijzenoorlog in de supermarkten wordt in dit verband niet genoemd als reden voor inkomensdaling. (De Bont en van der Knijff, 2004; De Bont en van der Knijff, 2005).

Glastuinbouw groentebedrijven

De glasgroentebedrijven hebben in 2005 zonder meer slechte resultaten geboekt. Ook 2004 was al een teleurstellend jaar. Echter, de opbrengsten verschillen aanzienlijk per gewas. Het jaar 2005 kende een redelijk goede prijsvorming voor tomaten, en die prijsvorming is al sinds 2003 goed. De prijzen van paprika's waren erg laag in 2005, wat een groot deel van de daling van de gezinsinkomens verklaart. Als redenen hiervoor voeren De Bont en van der Knijff (2005) aan: 'De sterke prijsdaling is mede het gevolg van areaaluitbreiding in Nederland, een hogere productie per vierkante meter en een stevige concurrentie uit landen rond de Middellandse Zee.' De belangrijkste reden echter voor de gedaalde gezinsinkomens op glasgroentebedrijven zijn de fors gestegen energiekosten. De variabele gasprijs steeg voor het gemiddelde bedrijf met maar liefst 58% (De Bont en van der Knijff, 2005). Door aanpassingen in het stookregime hebben tuinders de effecten enigszins kunnen beperken. Echter, niet genoeg om een flinke daling van de inkomens te voorkomen.

Champignonbedrijven

De inkomens van de champignonbedrijven staan al enkele jaren onder druk. Als oorzaak hiervan moeten we wijzen op het toenemen van het aanbod op de Europese markt. Al enkele jaren neemt de import uit Polen toe. Op de belangrijkste afzetmarkten voor Nederlandse champignons Duitsland en Engeland leidt dit tot prijsconcurrentie. Ook op de markt voor industriechampignons gaat het niet florissant. De gemiddelde telersprijs op bedrijven die voor de verwerkende industrie produceren (voornamelijk Lutèce, eigendom van coöperatie CNC) daalde in 2005 met 15%. Echter deze daling lijkt niet zozeer het effect van de prijzenoorlog als wel het gevolg van een stagnerende afzetmarkt in Europa, concurrentie vanuit China en Frankrijk en een goedkope dollar wat de export naar Amerika nadelig beïnvloed. Vorig jaar meldde Lutèce ons dat de effecten van de prijzenoorlog op de afzetprijzen in Nederland verwaarloosbaar zijn. De gemiddelde afzetprijzen van Lutèce, één van de grootste verwerkers van Europa, worden op internationale markten bepaald.

De dalende opbrengstprijzen als gevolg van toegenomen concurrentie worden deels gecorrigeerd door stijgende opbrengsten per vierkante meter, efficiëntieverbeteringen en schaalvergroting.

Opengrondsgroentebedrijven

Producten die in Nederland in de opengrond worden geteeld zijn onder meer asperges, aardbeien, broccoli, spruiten en prei. Ook witlof valt onder de opengrondteelten. Net als bij glasgroenten en akkerbouwproducten schommelen de prijzen van deze producten sterk als gevolg van vraag en aanbodschokken. In periodes met warm weer stijgt de vraag naar aardbeien aanzienlijk, terwijl de vraag naar wintergroenten zoals spruiten daalt. De prijzenoorlog in de supermarkten wordt doorgaans niet als reden genoemd voor lagere opbrengstprijzen van groenten.

Fruitteeltbedrijven

Het aantal bedrijven met fruitteelt neemt net als in veel andere agrarische sectoren al jaren af. De Nederlandse fruitbedrijven produceren met name appels en peren. De opbrengstprijzen van fruit hebben een zeer direct verband met het fysieke aanbod. In 2005 daalde de productie van appels met circa 14%. De Bont en van der Knijff (2005) voorspellen dat 'door de kleinere oogsten en hogere prijzen de geldopbrengsten van fruitbedrijven circa 15% boven het niveau van het seizoen 2004/2005 zullen uitkomen'.

4.3 Conclusies

In dit hoofdstuk keken we naar het verloop van de inkomens van boeren en tuinders en naar de redenen die men aangeeft voor veranderingen daarin. We bestudeerden verschillende bronnen van LEI, met name de publicaties 'Actuele ontwikkeling van bedrijfsresultaten en inkomens' (De Bont en van der Knijff, 2004 en 2005).

De cijfers over de gezinsinkomens bevestigen het algemene beeld dat in hoofdstuk 3 aan de hand van de producentenprijzen werd geschetst. Veel subsectoren wisselen goede tijden af met slechte tijden. Over het algemeen geldt dat de tijd van de prijzenoorlog voor de melkveehouderij en de intensieve veehouderij sectoren, met uitzondering van de pluim-

veevleesbedrijven, goede jaren waren. Voor de akkerbouw en glasgroentesector waren deze jaren minder goed. Ook de leghennensector (eieren) deed het slecht door de gedaalde prijzen na de piek van de vogelgriep in 2003.

De rapporten (De Bont en van der Knijff, 2004 en 2005) geven in het geheel geen aanleiding om de prijzenoorlog als grote schuldige aan te wijzen voor slechte prijsontwikkelingen. Een hoog aanbod in binnen- en/of buitenland (akkerbouwproducten), concurrentie vanuit nieuwe aanbodlanden (zoals Polen in het geval van de champignonbedrijven) en gestegen gasprijzen (glastuinbouw) worden genoemd als veroorzakers van lagere gezinsinkomens. De pluimveevleessector zit al een aantal jaren in zwaar weer door verschillende diercrises en goedkopere import vanuit Brazilië. In het algemeen geldt voorts dat de conjunctuur de afgelopen jaren de markt in West-Europa negatief heeft beïnvloed. Een laagconjunctuur heeft een prijsdrukkend effect doordat de vraag van consumenten, detailhandel en groothandel naar producten afneemt. Bij gelijkblijvend aanbod neemt de concurrentie tussen de aanbieders toe en dalen de prijzen.

5. Voedingsmiddelenindustrie en coöperatieve verwerkers

5.1 Inleiding

Nederland kent vele bedrijven die zich bezighouden met het verwerken van land- en tuinbouwproducten en de afzet daarvan aan groothandel en detailhandel in binnen- en buitenland. Een aantal van deze bedrijven is eigendom van coöperaties van boeren en tuinders. In dit hoofdstuk richten we ons op de vraag of de voedingsmiddelenindustrie in Nederland, en daarbinnen in het bijzonder de coöperatieve bedrijven, door de prijzenoorlog sterk onder druk zijn komen te staan. We geven daartoe een beeld van de ontwikkelingen in de bedrijfstak over de afgelopen jaren. Aan de hand van de jaarverslagen van coöperaties en openbare bronnen en gesprekken met deskundigen gaan we na in hoeverre de prijzenoorlog in de supermarkten invloed heeft gehad op het resultaat van de voedingsmiddelenindustrie en daarbinnen vooral de coöperaties.

In paragraaf 5.2 geven we aan de hand van openbare bronnen van CBS over aantallen bedrijven, omzet en bedrijfsresultaten een beeld van de globale ontwikkelingen in de voedingsmiddelenindustrie in de afgelopen jaren. Tevens maken we een vergelijking met andere sectoren, waarvan we mogen verwachten dat ze niet of nauwelijks last hebben van de concurrentiestrijd tussen de supermarkten. In paragraaf 5.3 gaan we nader in op de coöperaties die actief zijn in de afzet van verschillende landbouwproducten en trekken we conclusies ten aanzien van de effecten van de prijzenoorlog op de resultaten van de coöperaties.

5.2 Overzicht van de voedingsmiddelenindustrie

5.2.1 Aantal bedrijven

Tabel 5.1 Aantal bedrijven in de voedingsmiddelen en drankenindustrie naar rechtsvorm

Jaar	Totaal	Naamloze Vennoot- schappen	Besloten Vennoot- schappen	Coöperatieve verenigingen	Stichtingen	Eenmans- zaken	Vennoot- schappen onder firma	Maatschap en overig
1996	5.595	5	1.855	60	15	1.315	2.235	110
1997	5.520	5	1.715	55	10	1.435	2.200	100
1998	5.355	10	1.730	50	10	1.270	2.180	105
1999	5.190	10	1.705	40	10	1.260	2.050	115
2000	5.045	10	1.675	40	10	1.190	2.015	105
2001	5.100	10	1.695	35	10	1.150	2.085	115
2002	4.800	10	1.750	30	10	995	1.915	90
2003	4.765	10	1.685	25	10	995	1.955	85
2004	4.550	10	1.585	30	5	1.015	1.830	75
2005	4.580	10	1.570	25	5	1.015	1.880	75

Bron: CBS.

In tabel 5.1 staan de aantallen bedrijven vermeld die volgens CBS actief waren in de bedrijfstak voedingsmiddelen en drankenindustrie over de afgelopen tien jaar, onderscheiden naar rechtsvorm. Het betreft bedrijven die 'de feitelijke transactor in het productieproces zijn, gekenmerkt door zelfstandigheid ten aanzien van de beslissingen over dat proces en door het aanbieden van zijn producten aan derden'. Deze tabel geldt in dit kader slechts ter illustratie, aangezien enkele belangrijke agrarische coöperaties, zoals VTN The Greenery, strikt genomen niet onder de bedrijfstak voedingsmiddelenindustrie vallen. Gedetailleerde gegevens over aantallen bedrijven naar rechtsvorm ontbreken voor veel niet-industriële sectoren. Uit de cijfers valt in ieder geval op te maken dat het aantal bedrijven en ook het aantal coöperaties fors is afgenomen. Het totale aantal bedrijven daalt min of meer constant over de hele periode. De afname van het aantal coöperaties concentreert zich echter in de periode 1996 tot en met 2001.

5.2.2 Omzet voedingsmiddelen- en drankenindustrie

Een eerste manier om te bekijken hoe het de voedingsmiddelenbedrijven is gegaan in de afgelopen jaren is door te kijken naar de omzet. We gebruiken hiervoor gegevens van Eurostat en kunnen op die manier de omzetontwikkeling van Nederlandse bedrijven vergelijken met die in andere landen in Europa.

Tabel 5.2 Indices van bruto omzet per bedrijfstak in Nederland (2000=100)

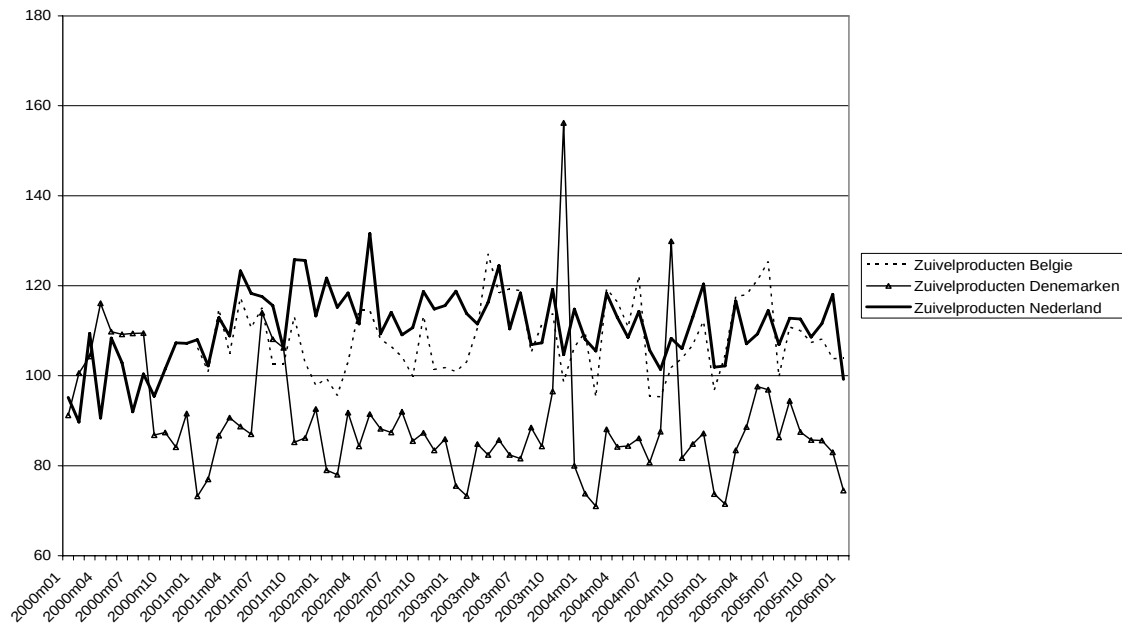
	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Voedingsmiddelen en dranken	88	100	107	105	104	104	104
Vlees en vleesproducten	81	100	98	95	87	92	94
Verwerking van groenten en fruit	83	100	112	110	111	107	101
Verwerking van zuivelproducten	96	100	113	105	106	103	101

Bron: Eurostat.

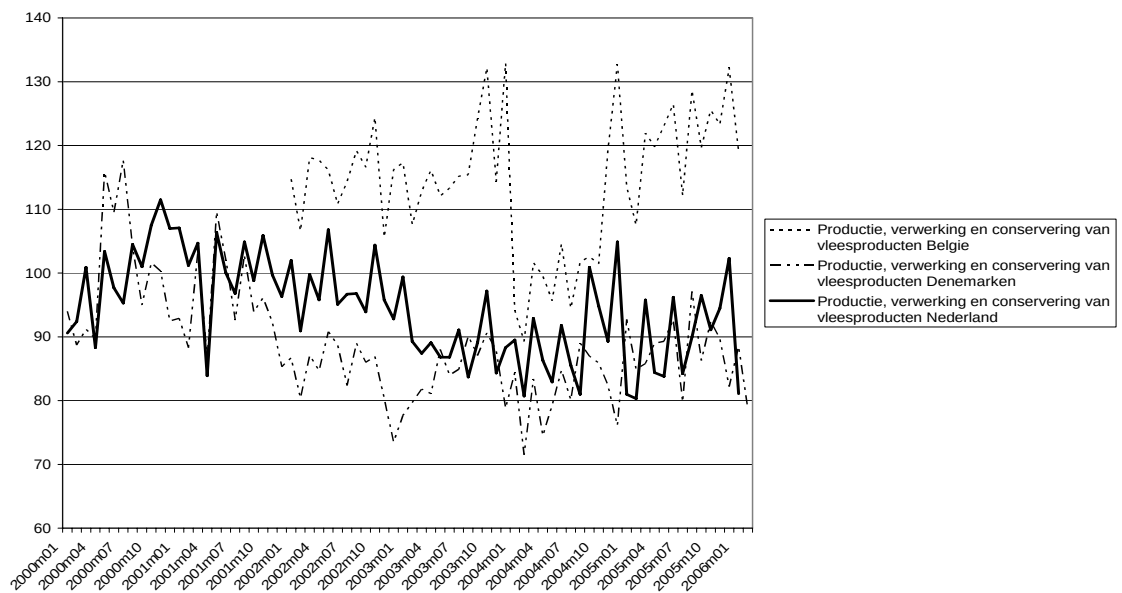
Uit de cijfers in tabel 5.2 blijkt dat het jaar 2001 voor veel industrieën het beste jaar was in de afgelopen tien jaar, wanneer we kijken naar de omzet. Dit is geheel in lijn met de economische conjunctuur. Vanaf 2002 wordt Nederland door een laagconjunctuur getroffen en dalen de omzetten van de industrie. Uit Eurostat cijfers (niet in de tabel) kunnen we opmaken dat de omzetten die Nederlandse bedrijven in Nederland behaalden sterker zijn afgenomen dan de omzetten die in het buitenland werden verdiend. Dat heeft er ongetwijfeld mee te maken dat in veel afzetmarkten, voornamelijk buiten Europa, geen sprake was van een recessie.

In de figuren 5.1 en 5.2 worden voor de zuivelproductenindustrie en de vleesproductenindustrie de omzetten die bedrijven op de binnenlandse markt behaalden vergeleken voor België, Denemarken en Nederland. Dan blijkt dat Nederlandse zuivelbedrijven na september 2003 niet veel omzet hebben verloren op de Nederlandse markt. Althans niet meer dan de Deense bedrijven moesten inleveren op hun eigen thuismarkt. Op de vleesproductenmarkt hebben Nederlandse bedrijven wel iets moeten toeleggen in termen van omzet. De daling op buitenlandse markten bleef beperkt, maar op de Nederlandse markt daalde de omzetindex tussen 2000 en 2005 met 10%. Over het geheel was de omzet 6% la-

ger dan in 2000. In figuur 5.2 kan men zien dat het grootste deel van de omzetzaling op de binnenlandse markt zich voordeed vóór 2003.



Figuur 5.1 Omzetontwikkeling van zuivelproductenindustrie op binnenlandse markt in verschillende landen (2000=100) per maand (Bron: Eurostat)



Figuur 5.2 Omzetontwikkeling van vleesproductenindustrie op binnenlandse markt in verschillende landen (2000=100) per maand (Bron: Eurostat)

5.2.3 Coöperaties landbouw en voedingsmiddelenindustrie

Een groot deel van de verwerkende industrie van agrarische producten (in termen van omzet) is in handen van coöperaties van boeren en/of tuinders. Een coöperatie wordt omschreven als 'een samenwerkingsvorm waarbij bedrijfshuishoudingen een of meer gelijkgerichte economische functies of gedeelten daarvan, gezamenlijk blijvend uitvoeren teneinde het economische resultaat van de betreffende functie te verbeteren, zonder dat samenwerkende bedrijfshuishoudingen hun zelfstandigheid verliezen'.¹ Dat wil zeggen dat de coöperatie taken uitvoert die in het verlengde liggen van de economische functie(s) van de leden. De zuivelcoöperatie, bijvoorbeeld, verwerkt de melk van de leden, omdat dit economisch efficiënter is. De zuivelcoöperatie rekent met de leden af volgens het 'kosten-dekkingsbeginsel'. Dat doet zij door in eerste instantie een voorschotprijs te betalen en na afloop van het boekjaar een uiteindelijke prijs vast te stellen op basis van de werkelijke kosten, opbrengsten en te nemen reserves. De coöperatie maakt zelf geen winst maar voert het beleid in beginsel zo uit dat de opbrengst voor de leden wordt gemaximaliseerd.

In totaal waren er in Nederland in 2005 bijna 1800 coöperatieve verenigingen geregistreerd. In de landbouw (inkoop, productie, beheer, afzet) waren dat er in 2005 125, in de detailhandelssectoren 265, in de groothandel 195. Ook in sectoren als financiële- en zakelijke dienstverlening (Rabobank bijvoorbeeld), cultuur en recreatie, en bij belangenorganisaties komt de coöperatieve vereniging veel voor.

Bij de verschillende coöperaties kunnen we onderscheid maken naar (www.kvk.nl):

- bedrijfscoöperaties, waar de leden een eigen bedrijf uitoefenen en de coöperatie de inkoop, verkoop, verwerking of andere diensten voor de leden uitvoert;
- producten- of dienstencoöperaties, waarbij de leden tegelijkertijd werknemer zijn van de coöperatie;
- consumentencoöperaties, waarbij de leden goederen kopen van de coöperatie, die deze voor de leden gezamenlijk heeft ingekocht.

De meeste agrarische afzetcoöperaties zijn voorbeelden van de eerste soort. Belangrijke agrarische coöperaties (voedingsmiddelen landbouw) in termen van omzet zijn Zuivelcoöperatie Friesland Foods U.A., Zuivelcoöperatie Campina U.A., VTN The Greenery (groenten en fruit), Cosun (suiker, en andere producten), DOC Kaas, Agrico (aardappelen), en Koninklijke Fruitmasters (Fruit). In tabel 5.3 wordt de top-20 gegeven op basis van gegevens die de Nationale Coöperatieve Raad publiceert over het jaar 2004. In de lijst is Coöperatieve Koninklijke Cebeco Groep U.A. niet opgenomen. Deze zogenaamde topcoöperatie investeert in en bestuurt andere bedrijven namens een groep aangesloten coöperaties, waaronder Agrifirm, ABCTA (nu: 'For Farmers'), CZAV en Rijnvallei (wel in de tabel). Cebeco richt zich met name op de pluimveevleesverwerking en handel. Zij is onder andere eigenaar van Plukon Royale B.V., Plusfood Groep B.V. en Vleesch du Bois Holding B.V. (Cebeco Groep, Jaarverslag 2004)

¹ G.J. Ter Woorst, De coöperatie: opzet, structuur en werkwijze, 1989.

Tabel 5.3 Top-20 van coöperaties land- en voedingstuinbouw naar omzet in 2004

Naam onderneming		Omzet in mln. euro 2004	Balanstotaal in mln. euro 2004	Aantal werknemers	Aantal leden
Sovion (*)	Vlees	5.855	2.208	13.665	-
Friesland Foods	Zuivel	4.449	2.384	17.580	10.700
Campina	Zuivel	3.559	1.668	7.099	8.794
VTN - The Greenery	Agf	1.426	626	1.775	1.740
Cosun	Suiker/Aardappelen	1.317	1.315	3.993	10.984
Cehave Landbouwbelang	Inputs	737	258	1.662	6.251
Agrifirm	Aan- verkoop	672	274	1.313	17.000
Avebe	Zetmeel	629	489	2.602	4.221
ABCTA (For Farmers)	Mengvoerders	373	142	485	6.243
DOC Kaas	Zuivel	281	145	140	856
Agrico	Aardappelen	245	64	516	1.296
Fruitmasters Groep	Agf	244	98	337	986
CNC	Paddestoelen	228	164	617	330
FresQ	Agf	216	26	12	95
CZAV	Akkerbouw/inputs	199	87	263	3.000
ZON Coöperatie	Veiling agf	181	98	203	680
Rijnvallei	Inputs	147	64	296	2.327
CONO Beemster	Zuivel	124	45	131	534
CR Delta	Rundvee (input)	116	93	1.591	29.359
Pigure Group (o.a. TOPIGS)	Varkens (input)	81	37	390	3.000

(*) Sovion is geen ledencoöperatie meer. Wel is een groot deel van de aandelen en zeggenschap via ZLTO/NCB in handen van Nederlandse boeren. Bron: NCR.

De coöperaties hebben in Nederland in sommige sectoren een behoorlijk marktaandeel. Volgens gegevens van de Nationale Coöperatieve Raad (NCR) hebben de coöperaties voor de verwerking van melk in Nederland een marktaandeel van 85% (in 2002), voor de verwerking van suikerbieten 63%, en bij de afzet en verwerking van groenten en fruit zijn de coöperaties goed voor 60% van de afzet. In de zetmeelaardappelen sector is het aandeel van de coöperatieve ondernemingen (Avebe) zelfs 100%. Ook aan de inputkant hebben boeren zich in coöperaties verbonden; de mengvoederindustrie was in 2002 voor 54% coöperatief en uit tabel 5.3 kunnen we opmaken dat grote coöperaties actief zijn in de levering van inputs zoals diervoeder, meststoffen en compost (CNC voor champignons) en gewasbeschermingsmiddelen, en niet in de laatste plaats de levering van levende have zoals biggen en kalveren aan mesterijen.

Grote voedingsmiddelenconcerns produceren doorgaans een hele reeks verschillende producten in verschillende categorieën. Dat geldt ook voor de coöperatieve bedrijven. Behalve de verwerking en afzet van producten waarvoor de leden die grondstoffen leveren, nemen de grote coöperaties ook belangen in bedrijven die zich op vergelijkbare of andere terreinen begeven.

5.3 Prijsvorming en prestaties in verschillende sectoren

5.3.1 Zuivelsector

Het Productschap Zuivel publiceert jaarlijks een reeks kerncijfers van de Nederlandse zuivelindustrie in haar jaaroverzicht (PZ, 2004). In het kader van dit onderzoek levert dat interessante informatie op over de sector. In 2004 waren in Nederland 14 ondernemingen actief op het gebied van zuivelverwerking; één meer dan een jaar eerder (Tabel 5.4). Van de 55 zuivelfabrieken in Nederland produceerden er in 2004 21 kaas, 13 consumptiemelk, 11 melkpoeder, 6 boter, en 4 gecondenseerde melk (inclusief koffiemelk). De afname van het aantal ondernemingen tussen 1995 en 2000 heeft te maken met de fusie van zuivelcoöperaties die heeft geleid tot de oprichting van Friesland Coberco Dairy Foods en later Friesland Foods.

Tabel 5.4 Overzicht van de zuivelindustrie

	1995	2000	2003	2004
Ondernemingen	19	15	13	14
Totaal fabrieken	80	66	55	55
• Coöperatief	62	46	41	41
• Niet-coöperatief	18	20	14	14
Verwerkte melk (mln. kg)	11.787	11.786	11.855	11.797
Productiewaarde (mln. €)	5.335	5.435	5.333	5.145
Uitvoer (mln. €)	3.621	3.609	3.691	3.644
Invoer (mln. €)	2.122	1.964	1.960	1.818

Bron: Productschap Zuivel.

De twee grootste zuivelverwerkers van Nederland zijn de coöperaties Friesland Foods en Campina. Samen zijn zij goed voor 37 fabrieken. Daarnaast zijn er een aantal kleinere coöperatieve en niet-coöperatieve verwerkers. Nestlé en Nutricia (speciale voeding zoals babyvoeding, eigendom van Numico N.V.) zijn voorbeelden van private ondernemingen. Naast de twee grote coöperaties Friesland en Campina zijn er nog enkele kleinere coöperaties actief in de zuivelmarkt. We noemen hier DOC Kaas uit Hoogeveen (1 fabriek, 856 melkveehouders en 281 miljoen euro omzet in 2004) en CONO Kaasmakers in Beemster (2 fabrieken, 534 melkveehouders en een totale omzet van 124 miljoen euro in 2004, Bron: NCR).

De zuivelcoöperaties zijn eigendom van de leden. Aan de leden die actief boer zijn en melk leveren wordt doorgaans een voorschotprijs betaald en achteraf op basis van het resultaat van de coöperatie een nabetaling. Daarnaast kunnen over bepaalde aandelen of certificaten dividend worden betaald. De coöperatie is op haar beurt enig aandeelhouder in de zuivelonderneming(en). In het vervolg van deze paragraaf spreken we steeds over de zuivelonderneming (Campina BV en dochterondernemingen, en Koninklijke Friesland Foods N.V. en dochterondernemingen) tenzij anders vermeld.

- Friesland Foods (Meppel), omzet ongeveer 4,5 mld. euro, aantal leden melkveehouders 10.700 in 2004 (in 2005 10.200), alleen in Nederland. Van genoemde omzet wordt ongeveer een derde deel gerealiseerd in Nederland (Bijman, 2003). De hoe-

veelheid verwerkte melk (5,2 mld. kg) is bijna de helft van de Nederlandse melkplas en ook het aantal leden leveranciers is bijna 50%. Naast pure melkproducten produceert Friesland Foods ook (vruchten)sappen en andere producten met onder andere de merken Appelsientje, Coolbest, DubbelFriss, Extran, Fristi en Breaker.

- Campina (Zaltbommel), omzet ongeveer 3,5 mld. euro (in 2004 en 2005), aantal leden melkveehouders 8.800 in 2004 (in 2005 8.400), waarvan ruim 6.000 in Nederland, 2.200 in Duitsland en 67 in België. Ook hier geldt dat ongeveer eenderde van de omzet uit Nederland komt. Ongeveer tweederde deel van de verwerkte melk is afkomstig van leden van de coöperatie. Opmerkelijk is dat in 2005 bijna 400 mln. kg (bijna 8%) minder melk is verwerkt. Uitgaande van de Europese zuivelquotering zou een vrijwel constante aanvoer mogen worden verwacht; de vermindering zou mede het gevolg kunnen zijn van het beëindigen van activiteiten in Polen.¹ Van de Nederlandse melkplas verwerkt Campina ongeveer 30% (3,3 mld. kg). Campina voert merken zoals Campina, Mona, Vifit, Optimel, Milner, Botergoud en Yogho. Campina is bovendien het meest verkochte A-merk in de Nederlandse supermarkten (LEI, 2003)

Beide coöperaties staan hoog op de EU-lijst van zuivelbedrijven (Tabel 5.5). Campina is in verschillende andere EU-landen actief. In Duitsland en België heeft Campina leden-melkveehouders. In verschillende andere EU-landen heeft Campina (100%) deelnemingen (jaarverslag, 2005, p.82).

Friesland Foods is van oudsher meer op derde landen georiënteerd: Zuidoost-Azië en West-Afrika worden in het jaarverslag 2005 genoemd als belangrijke pijler onder het beste resultaat in haar nog jonge geschiedenis. Verder zijn het Midden-Oosten en Centraal en Oost-Europa belangrijke strategische regio's.

Nederlandse veehouders produceren jaarlijks ongeveer 11 miljoen ton melk. Van de Nederlandse melkproductie is (slechts) ongeveer 10% bestemd voor consumptiemelk (LEI en CBS, Land- en tuinbouwcijfers 2005, p.192). Dit omvat magere, halvolle en volle consumptiemelk, waarvan de halfvolle melk ongeveer de helft voor rekening neemt. Ongeveer 60% van de Nederlandse melk wordt verwerkt tot kaas. Ander belangrijke producten zijn boter, condens en melkpoeders.

De Nederlandse zuivelsector is wat betreft de afzet vooral op het buitenland gericht. Het belangrijkste exportproduct is kaas, met een hoeveelheid van 500.000 ton. Dit houdt ruwweg in dat 5 miljoen ton melk (ongeveer 45% van de Nederlandse melkplas) omgezet in kaas naar het buitenland gaat. Deze hoge mate van exportgerichtheid (of afhankelijkheid) betekent automatisch dat de melkprijs die de veehouder ontvangt maar voor een klein deel afhankelijk is van de binnenlandse melk- en zuivelprijzen.

¹ Campina heeft zich overigens teruggetrokken uit de verwerking van melk en distributie van zuivelproducten in Polen. Het bedrijf verkocht eind 2004 haar faciliteiten aan haar partner en Nederlands bedrijf Larive International (Dairy-reporter.com, 3/01/05). Campina gaat zich toeleggen op de verkoop van consumenten merkproducten en steekt geld in de ontwikkeling van nieuwe producten, om ook de concurrentie met Danone en Nestlé aan te kunnen. De Poolse markt voor zuivelmerkproducten is in de periode 1998-2003 met bijna 7% per jaar gegroeid en men verwacht verdere groei.

Tabel 5.5 De Europese top-10 zuivelbedrijven, 2005, gerangschikt op basis van hoeveelheid verwerkte melk

Bedrijf ¹⁾	Land ²⁾	Melkverwerking (in miljoen kg)	Eigendom
Arla	DK/ ZW/ VK	7.200	Coöperatie
Lactalis	FR/BE/VK	5.500	Privaat
Friesland Foods	NL/DU	5.200	Coöperatie
Campina	NL/DU/BE/PL	5.200	Coöperatie
Nordmilch	DU/VK	4.200	Coöperatie
Bongrain/CLE	FR/BE/DU	3.300	Privaat
Nestlé	ZW	2.350	Privaat
Sodiaal	FR	2.300	Privaat
Dairy Crest	VK	2.100	Privaat
Humana Milchunion	DU	2.000	Coöperatie

Opmerkingen: 1) Nestlé en Danone zijn in omzet gemeten de grootste Europese zuivelconcerns. Danone is gemeten naar hoeveelheid verwerkte melk, 'slechts' twaalfde. 2) Genoemde landen zijn de belangrijkste waar het bedrijf actief is. Bron: Dairy Industry News, 2005.

Friesland Foods vermeldt dat 30% van de omzet in 2005 wordt behaald in Nederland (Jaarverslag 2005, p.23). Verdeeld naar productgroepen ligt het zwaartepunt van de omzet op 'vers en langhoudbaar' (55%) en dus minder dan uit de hoeveelheid melk lijkt op kaas: 25%. Onder 'vers en langhoudbaar' wordt een brede range van producten verstaan, waaronder yoghurt en chocomel.

Dit betekent dat de gevolgen van een prijzenslag tussen supermarkten op het gebied van vooral de halfvolle melk slechts een beperkt effect op de uiteindelijke melkprijs voor de veehouder kunnen hebben. Een 'kaasoorlog' zou in beginsel een groter effect kunnen hebben, zij het dat het dan nog beperkt is, omdat het overgrote deel van de op basis van Nederlandse melk geproduceerde kaas wordt geëxporteerd.

Wanneer we de jaarverslagen van de grote zuivelcoöperaties bestuderen dan krijgen we een beeld van een dynamische internationale sector. Overnames en fusies zijn aan de orde van de dag, de bedrijven opereren in vele landen en voeren een brede range van producten en merken. Behalve de productie van consumentenproducten produceren Campina en Friesland Foods ook producten voor afname in andere (voedingsmiddelen)industrieën. Het merk Campina wordt algemeen beschouwd als één van de sterkste merken in de Nederlandse supermarkten. Met verschillende producten neemt zij ook in het buitenland een vooraanstaande plaats in. Met betrekking tot de concurrentieslag tussen de supermarkten zegt Campina op haar website het volgende: 'De marktprijzen stonden evenals voorgaand jaar opnieuw onder druk door de forse en aanhoudende prijsconcurrentie tussen de West-Europese supermarktketens. Campina heeft deze ontwikkeling gecompenseerd door een verbetering van de commerciële resultaten van enkele groepen en een structurele verlaging van de kosten'. Ook Friesland Foods constateert prijsdruk in verschillende markten en komt met een vergelijkbare reactie aangaande Friesche Vlag producten: 'de druk op de prijzen leidt ertoe dat Friesche Vlag nog nadrukkelijker kijkt naar de marktbenadering en de kost' (Jaarverslag FCDF, 2003).

De coöperaties constateren dus dat prijsdruk is ontstaan in hun belangrijkste afzetmarkten en niet alleen in Nederland. Bovendien ontstaat steeds meer concurrentie van huismerken. Zij reageren hier echter op door marketingstrategieën aan te passen en door

efficiëntieverbetering. De daling van de kaasprijzen (2004-2005) wijten de coöperaties niet zozeer aan de prijzenoorlog maar aan overaanbod op de Europese markt.

Over het algemeen kunnen we concluderen dat de coöperaties ondanks de economisch moeilijke tijd in de afgelopen jaren goed hebben gepresteerd. De invloed van een prijzenoorlog in Nederland is beperkt door het grote exportaandeel van de sector. Een effect van de prijzenoorlog zou in eerste instantie via een daling van de voorschotprijzen en prestatieprijzen die de leden ontvangen zijn gebeurd. Deze daling valt echter lager uit dan men verwachtte na de daling van de EU-interventieprijzen van boter en mager melkpoeder (zie ook de volgende paragraaf). De boeren hebben een compensatie gekregen in de vorm van directe inkomenssteun die hoger is dan de prijsdaling. Hierdoor zijn de inkomens van boeren op peil gebleven.

Voorts blijkt dat het innovatievermogen van de zuivelaars niet is aangetast door de prijzenoorlog. Sterker nog, zij melden dat zij meer inzetten op innovatie om de negatieve gevolgen van de recessie en de prijzenslag tussen West-Europese supermarkten het hoofd te bieden. In deze zin kan men stellen dat de gevolgen van de prijzenoorlog een positieve kant hebben voor de leden van de coöperatie: de zuivelindustrie heeft deze kans aangegrepen om overvloedige kosten te besparen en nieuwe markten te ontwikkelen.

5.3.2 Europese vergelijking van melkprijzen

In deze paragraaf maken wij dankbaar gebruik van informatie die door LTO Nederland wordt gepubliceerd betreffende de gemiddelde voorschotprijzen van de zogenaamde indexondernemingen in de Europese zuivelmarkt. Middels een Europese prijsvergelijking kunnen we de stand van zaken bij de Nederlandse zuivelcoöperaties vergelijken met die bij andere grote Europese zuivelconcerns.

Uit onze analyse blijkt dat in Finland bij de Kymppi Group de hoogste prijzen worden betaald aan de veehouders. De Nederlandse zuivelaars zitten over de hele periode net onder de middenmoot. Uit tabel 5.6 blijkt dat de prijzen een seizoenspatroon laten zien dat samenhangt met de zomerperiode waarin de koeien buiten kunnen lopen en de voerkosten lager zijn. De zuivelconcerns proberen het aanbod te egaliseren door in de winter hogere prijzen uit te betalen. De melkprijzen, dat wil zeggen zowel de voorschotprijzen als de uiteindelijke prestatieprijzen, dalen de afgelopen jaren licht. Dat wordt veroorzaakt door het Europese zuivelbeleid. De boeren worden daarvoor gecompenseerd in de vorm van toeslagen.

Tabel 5.6 Prijsvergelijking Europese zuivelconcerns, euro per 100 kilogram ¹

Bedrijf	2003		2004		2005		2005		2005	
	Sep.	Dec.	Mrt.	Jun.	Sep.	Dec.	Mrt.	Jun.	Sep.	Dec.
Kymppi Group	36,6	36,6	30,3	30,3	36,6	35,2	28,8	29,6	35,5	33,6
Danone (Pas de Calais)	33,7	32,8	29,3	27,0	33,1	32,2	28,9	26,5	32,5	31,4
Lactalis (Pays de la Loire)	32,3	32,4	29,8	27,9	31,9	31,6	28,6	27,3	31,3	30,6
Bongrain CLE (Basse Normandie)	32,7	31,6	31,2	28,2	32,1	31,0	29,8	27,7	31,3	30,0
Milcobel (Belgomilk)	30,1	31,2	28,8	27,2	29,8	30,9	28,3	27,0	28,6	29,6
Campina	31,0	31,0	24,9	24,9	29,7	30,3	25,3	25,3	29,2	29,2
Sodiaal	35,1	31,7	29,6	28,4	34,9	30,6	28,3	27,2	33,1	28,5
Arla Foods Denmark	30,3	29,3	29,2	28,2	28,2	28,1	28,0	27,8	27,7	27,8
Nordmilch	27,8	26,8	26,7	26,7	29,1	28,6	26,7	26,7	28,6	27,5
Arla Foods Sweden	31,3	30,0	28,8	28,5	28,6	28,4	28,0	27,2	27,0	27,1
Friesland Foods	32,0	28,8	25,4	24,6	30,7	27,0	24,7	24,7	30,7	27,0
Kerry Agribusiness	27,5	31,4	27,5	27,5	27,5	27,2	27,5	26,6	26,6	26,6
Humana Milch Union eG	29,8	30,5	27,8	26,8	29,3	28,5	27,3	26,8	27,6	26,6
Glanbia	27,2	35,0	27,2	27,2	27,2	35,0	26,2	26,2	26,2	26,2
First Milk	26,5	25,3	26,4	22,8	26,4	24,9	24,2	22,7	26,2	25,2

1) Bedragen exclusief BTW uitbetaald aan de veehouder, prijs per 100 kg standaard melk met 4,2% vet.
Bron: LTO Nederland.

Door middel van een simpel lineair regressiemodel hebben we bekeken of de prijzenoorlog in Nederland een negatief effect heeft gehad en of de prijzen in Nederland in het algemeen lager zijn dan in andere landen. Beide hypothesen worden door het model ontkracht. De periode na september 2003 laat in Nederland geen significante daling van de melkprijs zien en Nederlandse zuivelbedrijven betalen niet slechter dan de meeste andere zuivelbedrijven in andere landen.

5.3.3 Varkensvleessector

De onderneming Sovion is op afstand de grootste afnemer van Nederlandse slachtvarkens. Sovion wordt strikt genomen niet meer als coöperatie gezien, maar is ook niet beursgenoteerd wat bij een onderneming van een dergelijke omvang als regel geldt. De Zuidelijke land- en tuinbouworganisatie ZLTO is de aandeelhouder. Sovion heeft wel een coöperatieve historie; het is ontstaan uit de vroegere coöperatie Dumeco (voordien was dat de Vee en Vleescentrale van de NCB). Voorjaar 2003 is Dumeco overgenomen door Bestmeat Company, waarvan de aandelen in handen zijn van de ZLTO. Bestmeat is sinds december 2002 ook eigenaar van de Duitse vleesgroep Moksel. Later is ook de Norddeutsche Fleischzentrale overgenomen. In de loop van de jaren zijn verschillende niet coöperatieve ondernemingen in het concern opgenomen, de laatste overname in Nederland, eind 2004, is de vleesdivisie (Hendrix Meat Group) van Nutreco. Ook Südfleisch uit Duitsland is recentelijk door Sovion overgenomen. Daarmee heeft Sovion zijn positie op de Europese markt verstevigd, en is zij inmiddels (april 2006) één van de grootste levensmiddelenproducenten van de wereld (plaats 35) (Bron: Elsevier Voedingsmiddelen Industrie). In Nederland zijn alleen Unilever en Heineken groter. Sovion heeft ook een groot aantal (minderheids) deelnemingen. De omzet van Sovion (in 2005 6,3 en in 2004 5,8 mld. euro) is dan ook veel

groter dan in voorgaande jaren (2,9 mld. euro in 2003 en in 2002, toen nog onder naam van Dumeco: 2,3 mld. euro).

Binnen Sovion is VION de internationaal opererende voedingsmiddelengroep met de nadruk op varkens- en rundvleesproducten. VION (omzet in 2005: ruim 5,5 mld. euro) heeft zich in haar segment ontwikkeld tot één van de meest vooraanstaande bedrijven in Europa. Vanuit de thuismarkten worden onder andere Engeland, Frankrijk, Italië bediend. In Duitsland en Nederland heeft VION 36 slacht- en uitbeenlocaties. Van de totale omzet van 6,3 miljard euro in 2005 werd één miljard euro (16%) in Nederland gerealiseerd en ruim 2,6 miljard euro in Duitsland. VION in Nederland exporteert ongeveer tweederde van haar productie en moet daarom concurrerend zijn op de internationale markt. Overigens is er, bij een netto-uitvoer van Nederland, een vrij omvangrijke invoer van varkensvlees door Nederland: in 2005 ongeveer 320.000 ton bij een verbruik van bijna 700.000 ton (PVE, het jaar 2005 voorlopig).

In de vooruitzichten van Sovion voor 2006 wordt gesteld dat de druk vanuit de grote supermarktketens zal blijven bestaan niet alleen wat betreft de prijs, maar ook wat betreft de vraag naar kwaliteit en innovatief productaanbod (jaarverslag Sovion 2005). Het aanbod en de prijzen van de slachtdieren zullen naar verwachting niet veel wijzigen ten opzichte van 2005.

De effecten van een prijzenoorlog in Nederland op het gebied van *varkensvlees* voor de 'uitbetaalcapaciteit' van VION kunnen op basis van het voorgaande als beperkt worden beschouwd. Het concern is voor het grootste deel van de omzet afhankelijk van de opbrengsten in het buitenland. Door de in het jaarverslag 2005 als bevredigende resultaten bestempelde, dus gunstige resultaten in de afgelopen jaren wist het concern in februari 2006 maatregelen te nemen om de (mogelijk) met dioxine besmette varkens uit de markt te halen en niet te wachten op optreden van andere partijen.

Naast Sovion zijn een aantal kleine verbanden van varkenshouders actief (niet zozeer coöperatief, maar wel in gezamenlijk overleg). Zij verzorgen gezamenlijk de levering aan de slachterijen of beleveren een speciaal marktsegment. Interessant in dit kader is de biologische afzetketen van De Groene Weg. Een groot deel van de 80 biologische varkenshouders in 2005 zetten hun product af via De Groene Weg. De Groene Weg overlegt regelmatig met de aangesloten varkenshouders over de prijzen. De prijzenoorlog heeft naar verluidt het prijsverschil tussen gangbare en biologische varkensvleesproducten vergroot, waardoor de verwachte stijging van de consumptie van biologisch varkensvlees niet werd gehaald. Daardoor was een sanering nodig, wat druk heeft uitgeoefend op de netto opbrengstprijzen voor de varkensbedrijven. Na de sanering zijn de vooruitzichten van de keten gunstig. De prijzenoorlog heeft naar verwachting geen substantiële invloed gehad op de resultaten; afgezien van de tijdelijke effecten rond de sanering.

Geconcludeerd kan worden dat doordat slechts een heel beperkt deel van de slachtvarkens afgezet wordt via afzetcoöperaties, en zowel de consumentenprijzen als de producentenprijzen niet zijn gedaald, het effect van de prijzenoorlog op de varkensvleessector heel beperkt is. Aangenomen mag worden dat in de varkenssector geen sprake is van een stapeling van het effect van de prijzenoorlog doordat nadelen van de prijsoorlog via coöperaties bij de varkenshouders terecht zouden komen.

5.3.4 Rundvleessector

Met betrekking tot de rund- en kalfsvleessector kunnen we kort zijn. De verwerking van rund- en kalfsvlees vindt, net als de verwerking van het meeste varkensvlees, plaats via private bedrijven. Er zijn in Nederland 7 (private) slachterijen, waarvan 1 van VION in Tilburg (PVE, Vee Vlees en Eieren in Nederland 2006). De slachterijnoteringen lagen in 2004 en 2005 boven het niveau van 2003. Voor *rundvlees* is gezien de marktverhoudingen, met veel in- en uitvoer het effect van de prijzenoorlog nog beperkter dan voor varkensvlees.

Kalfsvlees wordt ook via private bedrijven geslacht en afgezet. De Van Drie Groep is een familiebedrijf in oorsprong en de grootste kalfsvleesleverancier ter wereld. De kalverboeren die aan het bedrijf leveren doen dat op contract. De Van Drie groep verzorgt de grondstoffen en jonge dieren, die door de boeren worden gemest. Er waren in Nederland in 2004 nog 8 kalverslachterijen, waarvan de grootste (Ekro, KSA en T. Boer) deel uitmaken van de Van Drie Groep. Het kalfsvlees wordt grotendeels (90%) uitgevoerd naar andere landen. We kunnen daarom aannemen dat eventuele prijsdruk als gevolg van de prijzenoorlog in de supermarkten in Nederland geen grote gevolgen heeft voor de winst van de groep.

5.3.5 Pluimveesector

Vleespluimvee

Het aandeel van de coöperatieve ondernemingen in de pluimveesector is de laatste jaren teruggelopen. Dat geldt voor alle schakels in de keten. Onder Cebeco ressorteren een aantal deelnemingen (veelal 100%) in vooral de kip en vlees sectoren. Van de omzet in 2004 van ca. 600 mln. euro is meer dan 90% hierin gerealiseerd. Belangrijk in dit verband is Plukon Royal. Cebeco is te beschouwen als een topcoöperatie; niet de individuele boeren maar een tiental regionale landbouwcoöperaties zijn er lid van en hebben er directe belangen. Pluimveehouders zijn dan ook geen (direct) lid van Plukon.

In de pluimveevleessector is na de vogelpestcrisis veel veranderd. Er is ingekrompen en er zijn bedrijven failliet gegaan. Op dit moment is de coöperatie Plukon hieruit als krachtige partij naar voren gekomen. Door de overname van de Pingo Integratie (van Nutreco) is Plukon nu de grootste slachterij, met in Nederland meerdere slachterijen, maar ook actief in België en Duitsland. De andere grote partijen zijn privaat. Ook de kleinere slachterijen (10 tot 15 in aantal) zijn privaat. De enige andere coöperatieve partij is Flandrex/Astenhof. Hierin heeft Cehave een minderheidsbelang naast een Belgische aandeelhouder. Met andere woorden de coöperaties hebben nog maar 15 tot 20% aandeel in de pluimveeslachtsector. We moeten hier wel opmerken dat Plukon niet op dezelfde manier functioneert als veel andere coöperaties in de land- en tuinbouw. Plukon is onderdeel van een andere coöperatie Cebeco en de link tussen winsten voor Plukon en prijzen die boeren krijgen is minder direct. In zoverre functioneert Plukon meer als een privaat bedrijf.

Plukon Royal (Cebeco) is een bedrijf dat gespecialiseerd is in verse en voorverpakte producten voor supermarktketens en vers en bevroren pluimveevlees voor het foodservice segment en de voedingsmiddelenindustrie. Plukon Royal heeft in 2005 Pingo Poultry van Nutreco overgenomen en heeft hiermee een vooraanstaande positie verworven op de

Noordwest-Europese markt. De gezamenlijke omzet bedraagt circa 500 miljoen euro. Op de 9 productielocaties in Nederland, Duitsland en België worden wekelijks circa 2,7 miljoen kuikens geslacht.

In maart 2005 besloot de Plukon Royale Groep haar kalkoenslachterij te sluiten vanwege de structurele prijsval op de Duitse markt door een marktoverschot (zie jaarverslag Cebeco groep 2005). Hiermee is de laatste kalkoenslachterij uit ons land verdwenen.

Cehave Landbouwbelang heeft eveneens deelnemingen in de vleespluimveesector: Astenhof, 800.000 slachtingen per week en Rep en Roozendaal, 400.000 slachtingen per week. In 2004 stonden de prijzen van voorverpakte en verse retailproducten in Nederland en Duitsland onder grote druk (Jaarverslag 2004). De prijzenslag in Nederland en de groei van de discounters in Duitsland waren hier debet aan, aldus het jaarverslag. De vleespluimvee-activiteiten in de Astenhof ondernemingen zijn in de loop van 2005 goeddeels afgebouwd. Astenhof Duitsland is verkocht aan de Sprehe Groep uit Duitsland. De Nederlandse Astenhof activiteiten zijn in een joint venture met Flandrex uit België ondergebracht en hierin heeft men nu een minderheidsbelang. Pluimveeslachterij Rep en Roozendaal, waar Cehave Landbouwbelang een minderheidsbelang (49%) in had is in 2006 failliet verklaard. Belangrijkste oorzaak van het faillissement is de dalende consumptie van pluimveevlees in Italië en Duitsland.

Legpluimvee

In de eiersector wordt de eierhandel gedomineerd door private ondernemers. De grote coöperaties, zoals Cehave en Cebeco, hebben zich al enige jaren geleden teruggetrokken uit de eierhandel en ook uit de eiproductenindustrie. Er zijn nu vier tot vijf grote en 15 tot 20 kleinere eierhandelaren. Onder Cebeco ressorteert nog wel Cebeco Egg Group B.V. te Rotterdam. De bedrijven van de Cebeco Egg Group zijn met name actief in de productie en ontwikkeling van eiproducten voor de voedingsmiddelenindustrie en hebben geen (directe) rol in de prijsvorming van eieren voor de pluimveehouder.

Conclusie

De in het algemeen gedurende de afgelopen jaren slechte ontwikkeling van de prijzen voor de vleespluimveehouders is het gevolg van een combinatie van verschillende factoren. Een aantal jaren geleden is de prijsdruk toegenomen vanwege de import van goedkope lichtgezouten filet uit Brazilië en Thailand. In 2003 is de toenemende concurrentie uit die landen voorlopig een halt toegeroepen door een indeling in een hoger invoertarief. Het herstel van de productie na de vogelgriep in 2003 leidde tot een overvoerde markt in 2004 waardoor de prijzen flink daalden. Pas in de loop van 2005 trad er een behoorlijke verbetering in de afzetprijzen op omdat het aanbod van kippenvlees vanuit Thailand op de wereldmarkt door de daar heersende vogelgriep sterk terugliep. De oprukkende vogelgriep heeft eind 2005 echter tot gevolg gehad dat de consumptie van kip in vooral Italië, maar ook Duitsland sterk is afgenomen waardoor de prijzen fors zijn gedaald en de voorraden in de vrieshuizen aanzienlijk zijn toegenomen. Gelet de uitspraak van de WTO dat de EU de douane indeling van gezouten kipfilet moet wijziging (lager invoertarief) blijven de vooruitzichten zorgelijk. Met een zelfvoorzieningsgraad in Nederland van circa 170% zijn de prijzen op de internationale markten van groot belang. Hoewel de supermarkten in de prijzenslag regelmatig het product kip als actiemiddel hebben aangewend zijn het vooral de bovenstaande

markt ontwikkelingen die de prijzen voor de pluimveehouders in ons land bepalen. Naast de prijzenoorlog in Nederland is ook voor de pluimveevleessector de situatie op de Duitse markt heel belangrijk. Op de Duitse markt hebben de discounters een belangrijke positie en deze willen structureel lagere prijzen dan de andere supermarktketens.

De coöperatie Plukon heeft in maart 2005 gemeld dat er zeker een relatie is tussen consumentenprijzen en de prijzen voor pluimveehouders. Echter in de periode tot het voorjaar 2005 waren er zoveel factoren van invloed dat er toen niet een directe relatie aantoonbaar was. In pluimveevlees was er al langere tijd sprake van een overaanbod, waardoor prijzen al langere tijd onder druk stonden. De laatste jaren met achtereenvolgens de vogelpest crisis 2003, zware concurrentie uit Brazilië, supermarkt prijzenoorlog en nu weer de media-aandacht voor vogelgriep waren de rendementen in alle schakels van de keten laag. Dit heeft een negatief effect op de innovatiekracht in de sector. Er is te weinig geld voor productontwikkeling en gerichte marketing.

5.3.6 Akkerbouwsector

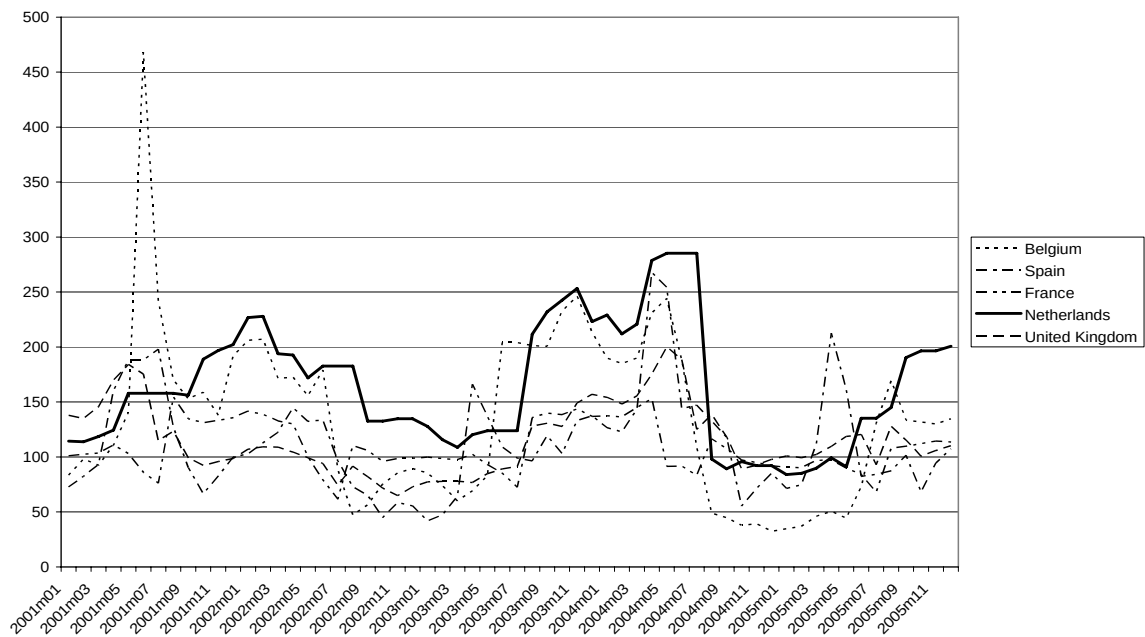
5.3.6.1 Aardappelen

Nederland is in Europa de grootste verwerker van aardappelen. Nederlandse verwerkers leveren producten over de hele wereld. In de verwerking en verhandeling van aardappelen kunnen we een aantal typen bedrijven onderscheiden: verse consumptieaardappelen, koel/vries segment, frites, chips. Coöperaties spelen behalve in de levering van pootaardappelen en verse aardappelen een beperkte rol. Agrico is de grootste coöperatieve leverancier van pootaardappelen en aardappelen in Nederland. Daarnaast is Nedato een grote coöperatieve collecteur en leverancier van aardappelen. Nedato verzamelt, wast en verpakt voor de afzet van consumptieaardappelen (30%) en aardappelen bestemd voor de verwerkende industrie (70%). Het belang van de export neemt ook voor Nedato de laatste jaren toe, aldus de internetsite. Naast deze coöperaties kennen we enkele grote private ondernemingen: Cela-Vita (eigendom van het Duitse Wernsing B.V.) en Aviko (eigendom van coöperatie Cosun) in het koelvries-segment, McCain (Canadees bedrijf dat wereldwijd de grootste aardappelverwerker is (LEI, 2002), Farm frites en Lamb Weston Meijer in de markt voor diepgevroren aardappelproducten.

Agrico laat ons mondeling weten dat de prijzenoorlog in Nederland voor de aardappelsector van ondergeschikt belang is geweest. Zij bevestigen desgevraagd dat de prijzenoorlog de afzetprijzen weliswaar wel onder druk heeft gezet, maar dat andere factoren belangrijker zijn, waaronder voornamelijk de omvang van de aardappeloogst in Europa. Voorst bevestigen zij dat een lagere marge van de coöperatie tot uitdrukking komt in de prijzen die de coöperatie betaald aan de telers. In die zin vindt geen stapeling van effecten van de prijzenoorlog plaats.

Ook een analyse van de jaarverslagen van enkele verwerkers, waaronder Aviko, leidt ons tot de conclusie dat de winstmarges van de verwerkende industrie ten tijde van de prijzenoorlog niet noemenswaardig zijn veranderd. En ook de boeren in Nederland lijken niet erg door de prijzenoorlog te zijn beïnvloed. In figuur 5.3 worden de opbrengstprijzen van aardappelen in verschillende Europese landen met elkaar vergeleken. Opvallend zijn de

grote schommelingen (die we in de afzetprijzen van de verwerkte producten niet in deze mate terug vinden) die in alle landen plaatsvinden. De prijzen in Nederland hebben zich echter zeker niet slechter ontwikkeld dan in andere Europese landen.



Figuur 5.3 Producentenprijsindex van aardappelen in verschillende landen (inclusief pootaardappelen) 2000=100, Bron: Eurostat

5.3.6.2 Granen

De graanmarkt heeft een zeer internationaal karakter, waarop het aandeel van Nederland als producent erg klein is (binnen de EU minder dan 1%). Graan mag worden gezien als een typische *commodity*: een bulkproduct dat uit een hele reeks aanbodlanden als homogeen product op de wereldmarkt wordt aangeboden. Graan heeft hierbij verschillende eindbestemmingen: naast brood en bier onder meer veevoer. De kwaliteit van het graan bepaald in belangrijke mate de bestemming. We maken daarbij een onderscheid tussen baktarwe en voertarwe. Omdat het Nederlandse graan niet altijd een bakkwaliteit heeft liggen de prijzen in Nederland, in vergelijking met die in bijvoorbeeld Frankrijk, over het algemeen laag.

Enkele coöperaties in Nederland die zich bezighouden met het innemen en afzetten van graan zijn CZAV in Zuid Nederland en Agrifirm (Agrifirm levert onder andere graan aan Bavaria bierbrouwerij). De wereldmarkt voor graan kunnen we aanmerken als markt met volledige mededinging: de prijs wordt bepaald door vraag en aanbod. Een groot aanbod zal *ceteris paribus* onvermijdelijk leiden tot concurrentie en prijsdalingen voor producenten. Agrifirm wijdt in haar jaarverslag over 2005 de lage opbrengstprijzen van granen in 2004 aan het grote aanbod in Europa. Hier speelt hetzelfde principe als in de aardappelmarkt. Het jaar 2005 was aldus het jaarverslag een beter jaar. In de akkerbouw-

sector speelt ook innovatie een belangrijke rol. Agrifirm noemt het aanslaan van de teelt van graangewassen voor non-foodtoepassingen als een belangrijke positieve ontwikkeling. In 2005 heeft Agrifirm via dochteronderneming Holland Malt een nieuwe grootschalige mouterij in gebruik genomen in de Eemshaven. Het bedrijf noemt de prestatie van de mouterij in het eerste jaar ondanks de moeilijke marktomstandigheden redelijk.

5.3.6.3 Suikerbieten

In de suikerbietenverwerking is Cosun de grote coöperatieve speler in Nederland, met meer dan 10 duizend aangesloten leden en een jaaromzet van 1,3 miljard euro. Onder het Cosun concern ressorteren onder andere Suikerunie, Van Gilse, Aviko (aardappelproducten) en Unifine (sauzen en bakery producten). Ook de alcoholproducent Nedalco valt onder Cosun.

Om de gevolgen van de prijzenoorlog voor Cosun in te schatten bestuderen we het Jaarverslag 2005. De netto-omzet van het bedrijf steeg tussen 2001 en 2005 van 979 miljoen euro naar 1.339 miljoen euro. Het bedrijfsresultaat voor amortisatie van goodwill en bijzondere posten is de afgelopen jaren constant tussen 50 en 60 miljoen euro. Cosun meldt dat toenemende concurrentie op de suikermarkt en lage marges in de markt voor diepgevroren aardappelproducten (Aviko) duidelijk voelbaar waren.

Met betrekking tot Aviko zegt het jaarverslag 'Aviko realiseerde een teleurstellend resultaat. De combinatie van overcapaciteit in voorgebakken producten en een verdere daling van de consumptie in West-Europa zette de prijzen fors onder druk. Hierdoor kon de stijging van de grondstofprijzen in de tweede helft van het jaar ook slechts voor een deel worden doorberekend aan de klanten'. Aviko heeft echter wel goede resultaten geboekt met nieuwe producten in het koelverssegment en op markten in Midden-, Zuid- en Oost-Europa.

De Suiker Unie ondervond druk op de verkoopprijzen in heel Europa. Daarvoor wijst Cosun naast de toetreding van nieuwe Europese landen tot de Europese Unie ook de prijzenslag in de supermarkten (direct en indirect) als oorzaak aan. Gezien het grote belang van de Europese markt voor zowel vraag als aanbod moeten we echter concluderen dat deze oorzaak slechts van ondergeschikt belang kan zijn.

De alcoholproducent Nedalco had echter een goed jaar. Nedalco opende een nieuwe 'efficiënte' fabriek in Sas van Gent en sloot de fabriek in Delfzijl.

De bietenprijs die Cosun uitbetaalde aan de boeren en een afspiegeling is van de bedrijfsresultaten was in 2003 en 2004 hoger dan in de daaraan voorafgaande jaren (Tabel 5.7) De daling van de bietenprijs in 2005 wijdt Cosun aan de EU-maatregelen. De Nederlandse en Europese suikerbietenprijzen sterk beïnvloed door veranderingen in het Europese beleid. In de nabije toekomst zullen de suikerprijzen stapsgewijs met 40% dalen. De suikerbieten telers worden door de EU gedeeltelijk gecompenseerd met een ontkoppelde bedrijfstoelage. Het LEI berekende dat de inkomens van de suikerboeren als gevolg van deze besluiten zullen dalen met circa 4,5 duizend euro per bedrijf. (De Bont, Van Berkum, Jager en Helming, 2006)

Tabel 5.7 BMS Bietenprijs die Cosun uitbetaalde aan de telers (Euro per ton)

	2001	2002	2003	2004	2005
BMS-bietenprijs	57,13	52,17	59,60	59,14	51,72

Bron: Cosun, Jaarverslag 2005.

Net als de zuivelcoöperaties staan de prijzen van de suiker- en aardappelverwerker Cosun wel onder druk door concurrentiestrijd tussen supermarkten. Echter, door product-differentiatie, innovatie en kostenbesparing, hebben de bedrijfsresultaten er niet er onder geleden. Bovendien is het effect van een prijzenoorlog in Nederland beperkt door het grote aandeel van de export (en buitenlandse productie) in de omzet. Het EU-suikerbeleid en overaanbod spelen een grotere rol in de bepaling van de inkomens van boeren dan prijsdruk van de Nederlandse supermarkten op de coöperatie Cosun.

5.3.7 Groente- en fruitsector

In de groente- en fruitsector spelen de coöperatieve afzetorganisaties wel een belangrijke rol. VTN-The Greenery, Fruitmasters en champignonverwerker Lutèce zijn belangrijke bedrijven in de sector die eigendom zijn van tuinbouwcoöperaties.

Van champignonverwerker Lutèce hebben we geen jaarverslagen. Echter, uit eerdere analyse kunnen we opmaken dat de prijzenoorlog voor de winst van Lutèce (en indirect voor de leden van coöperatie CNC) geen grote rol heeft gespeeld. Slechts enkele champignonproducten zijn in de prijzenoorlog betrokken. Bovendien, en belangrijker, is verreweg het grootste deel van de omzet afkomstig uit het buitenland. Voor de Nederlandse champignonsector speelt de concurrentie met Polen en China een veel belangrijker rol.

The Greenery is de grootste afzetorganisatie voor groenten en fruit in Nederland met 1.740 aangesloten tuinders in 2004. De Greenery levert groenten en fruit aan een scala van afnemers in binnen- en buitenland. Afnemers zijn grootwinkelbedrijven in Europa, Amerika en Azië; groothandelaren, foodservice en industriële verwerkers. The Greenery meldt in haar jaarverslag over 2005 een goed resultaat dat hoger is dan in 2004. Met geen woord wordt over de prijzenoorlog in de Nederlandse supermarkten gesproken. Wel wordt gerefereerd aan het feit dat concurrentie op prijs een bepalende factor was in West-Europese markten. Voor de Greenery geldt echter dat zij een belangrijk deel van de afzet in het buitenland realiseert (met name in Duitsland). Bovendien zijn verse groenten en fruit in de prijzenoorlog, vanwege hun sterk fluctuerende prijzen, niet of nauwelijks ingezet door de supermarkten.

Ook Koninklijke Fruitmasters Groep heeft in 2005 een goed jaar achter de rug. Het nettoresultaat steeg met 36% ten opzichte van 2004 tot 1,24 miljoen euro. Fruitmasters meldt dat het jaar 2005 zich kenmerkte door vernieuwingen voor zowel de leden als de organisatie. 'Het uiteindelijke doel hiervan is het rendement van de leden te optimaliseren.' Zij kiest als titel voor het nieuwe strategisch plan: 'Rendement door innovatie en inspiratie'. Zij wil dit bereiken door meer nadruk te leggen op marktontwikkeling met exclusieve merkconcepten.

We kunnen in het algemeen stellen dat de prijzenoorlog voor de afzetcoöperaties van groenten en fruit een minder belangrijke rol heeft gespeeld. Prijsconcurrentie is er wel (altijd), maar de winsten van de coöperaties staan daardoor niet zozeer onder druk dat de innovativiteit gevaar loopt of de leden hierdoor in hun inkomen negatief worden beïnvloed. De prestaties van de coöperaties komen direct tot uiting in de uitbetaalprijzen van groenten en fruit voor de leden. Van deze prijzen hebben we al vastgesteld dat zij tot stand komen door internationaal vraag en aanbod en (gemiddeld) nauwelijks door de Nederlandse prijzenoorlog worden beïnvloed.

5.4 Conclusies

We hebben de jaarverslagen van verschillende coöperatieve verwerkers en handelaren bestudeerd en bekeken in hoeverre de winsten zijn gedaald. Tevens en meer belangrijk keken we of de bedrijven de prijzenoorlog als belangrijke reden aangaven voor eventuele slechte resultaten en welke andere oorzaken men aanvoert.

Ten eerste moeten we opmerken dat veel coöperaties de marktomstandigheden en eventuele afzetprijsveranderingen als gevolg van de prijzenoorlog vrijwel altijd doorvertalen in de prijzen van leden, door middel van aanpassingen van nabetalings- of voorschotprijzen. Op deze manier verschuift het marktrisico deels van de coöperatie naar de boeren. Terwijl we al hadden geconstateerd dat de invloed van de prijzenoorlog op de gemiddelde prijzen voor boeren en tuinders over het algemeen zeer beperkt is geweest, kunnen we tevens concluderen dat voor de meeste coöperaties van een extra effect van winstdaling van de coöperatie geen sprake is. De winsten van de coöperaties worden over het algemeen redelijk constant gehouden door aanpassingen in uitbetaalprijzen.

In de zuivelsector constateren we dat de coöperaties wel refereren aan de prijzenoorlog tussen West-Europese supermarkten als het gaat om prijsdruk op afzetmarkten. Echter, zij noemen dit niet als belangrijkste invloed op de resultaten. De zuivelbedrijven reageren op marktomstandigheden door te innoveren en door kosten te besparen. De resultaten van de zuivelondernemingen hebben dan ook op de langere termijn niet geleden onder de prijzenoorlog. We constateren geen significant dalende afzetprijzen van de zuivelondernemingen.

In de vleessector spelen coöperaties met name een rol in de pluimveevleesproductie. De pluimveesector in Nederland staat al jaren onder druk. Eerst door de dioxinecrises (België) in 2000, vervolgens vooral door goedkope import vanuit Brazilië. Op dit moment speelt onderconsumptie in Europa door berichten over vogelgriep een grote rol. De jaren van de prijzenoorlog waren slechte jaren. Echter, de prijzenoorlog kunnen we niet als hoofdsreden aanwijzen. Sterker nog, de sector zelf wijst op de prijzenoorlog als oorzaak van de kortstondige opleving van consumptie en prijzen medio 2005 tot eind 2005. De coöperatie Plukon is bovendien in de concurrentiestrijd met de andere pluimveeverwerkers als beste uit de bus gekomen. Het beleid van de coöperatie (niet zozeer het feit dat ze een coöperatie is) heeft ervoor gezorgd dat Plukon is gegroeid. In de eiersector spelen coöperaties eigenlijk geen rol.

Voor wat betreft akkerbouwproducten zijn een aantal grote coöperaties actief. Cosun (suiker) en Agrico (aardappelen) zijn voorbeelden van grote akkerbouwcoöperaties. Bestu-

dering van de jaarverslagen en gesprekken met vertegenwoordigers van de coöperaties leveren een beeld op van een sterk internationale sector. Het aanbod op wereldmarkten is verreweg de belangrijkste oorzaak van prijsdalingen en stijgingen. Voor aardappelproducten en daarmee ook voor de inputs daarvan (aardappelen die Agrico en Nedato bijvoorbeeld leveren) geldt dat zij tijdens de prijzenoorlog wel in prijs zijn verlaagd door de supermarkten. Dit is echter een Europees verschijnsel. De bedrijven innoveren om de gevolgen van prijsschokken op te vangen, en opereren op vele buitenlandse markten waardoor de gevolgen beperkt zijn. Royal Cosun heeft door de bank genomen geen mindere resultaten laten zien in de afgelopen jaren.

In de groente- en fruitsector hebben we gekeken naar de prestaties van coöperaties The Greenery en Fruitmasters. We kunnen concluderen dat de prijzenoorlog ook voor de groente- en fruit leveranciers een mindere rol heeft gespeeld. Vanwege het karakter van de prijzen die veel fluctueren door seizoensinvloeden en door schommelingen in vraag en aanbod door het weer, zijn verse groenten en fruit niet op grote schaal ingezet tijdens de prijzenoorlog. The Greenery en Fruitmasters melden goede resultaten over de afgelopen jaren ondanks moeilijke internationale marktomstandigheden.

6. Conclusies

Dit rapport beschrijft de uitkomsten van een kort onderzoek dat het LEI heeft uitgevoerd naar de gevolgen van de prijzenoorlog tussen de Nederlandse supermarkten voor de resultaten van verwerkende industrie en (coöperatieve) leveranciers, en indirect de boeren en tuinders die via coöperaties deelnemingen hebben in die verwerkende industrie en afzetoorganisaties. Eerder voerden EIM (2005) en Oxera (2005) onderzoeken uit naar de effecten van de prijzenoorlog voor de prijzen van boeren en tuinders en de effecten van het eventueel instellen van een minimumprijs wetgeving. Het resultaat van deze onderzoeken was dat de gevolgen voor de opbrengstprijzen van boeren en tuinders over het algemeen beperkt waren (EIM 2005) en dat een minimumprijs niet de gewenste effecten op de af-boerderij prijzen zou hebben. Een minimum prijsregel heeft zelfs in verschillende landen een verhogend effect gehad op de consumentenprijzen, zonder dat leveranciers of kleinere retailers daarvan profiteerden. (Oxera 2005) Deze onderzoeken zijn echter uitgevoerd in de tijd dat het einde van de prijzenoorlog nog niet in zicht was. Het EIM rapport concludeerde onder andere dat wanneer de prijzenoorlog lang zou aanhouden, de aanhoudende prijsdruk op de verwerkers de winsten onder druk zou kunnen zetten en via een verminderd innovatievermogen en lager dividend aan de aandeelhouders ook de boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van coöperatieve verwerkende industrie in hun inkomen zou kunnen schaden.

Het doel van het onderzoek was nader te bekijken of de prijzenoorlog in de Nederlandse supermarkten heeft geleid tot prijsdalingen op verwerkerniveau en of er mogelijk daardoor een inkomensdaling heeft plaatsgevonden bij boeren en tuinders die mede-eigenaar zijn van de coöperaties. Daarvoor bekijken we verschillende databronnen van met name prijzen op verschillende niveaus in de keten en jaarverslagen. Onze bevindingen zijn getoetst aan de meningen van sectordeskundigen van LEI.

Consumentenprijzen

Op consumenten niveau nemen we in de periode september 2003 tot en met eind 2005 een flinke prijsdaling waar. De consumentenprijsindex van voedingsmiddelen daalde met maar liefst 8%. Het Oxera rapport ('What is the impact of a minimum price rule?', 2005) en het EIM rapport (EIM, 2005) die eerder naar aanleiding van het debat over de prijzenoorlog zijn verschenen concludeerden al dat een groot deel van de prijsdalingen het directe gevolg is van de prijzenoorlog, ten gunste van de consument.

Verder concluderen we dat de prijzenoorlog, afgaande op de prijsindices, zo goed als voorbij is. Sinds eind 2005 zijn de consumentenprijzen van voedingsmiddelen weer gestegen en eigenlijk is over heel 2005 voor de meeste producten al geen sprake meer van relevante prijsdalingen. In december 2005 voorspelde GFK onderzoeker J. Holla al dat het einde van de prijzenslag in zicht was. (RTL Nieuws 23-12-2005) Ook CBL voorzitter Van den Doel zei in die maand dat de bodem van de prijzenoorlog bereikt is en dat hij geen verdere prijsdalingen meer verwachtte.

Een aantal producten echter is wel verder in prijs gedaald, met name: boter, koek en deegwaren en aardappelproducten.

Producentenprijzen

We onderzochten de prijzen van de verwerkers en producenten om te zien of zich prijsdalingen hebben voorgedaan die we kunnen toewijzen aan prijsdruk door Nederlandse supermarkten.

- Voor zuivelproducten zien we in eerste instantie wel een daling van de afzetprijzen van melkproducten en kaas. Deze worden echter, afgaande op de CBS-cijfers, vooral beïnvloed door internationale marktomstandigheden. De totale producentenprijsindex van zuivelproducten op de binnenlandse markt is niet gedaald maar gestegen. Ook de afzetprijzen van vloeibare melk en room in Nederland zijn na medio 2005 weer gestegen tot boven het prijsniveau van voor de prijzenoorlog.
- Voor vleesproducten en eieren constateren we over het algemeen geen prijsdalingen voor de verwerkers na het uitbreken van de prijzenoorlog. Voor de meeste vleessoorten zien we eerder prijsstijgingen. De pluimveevleessector heeft zelfs direct baat gehad bij de acties van de grootwinkelbedrijven doordat de vraag daardoor werd gestimuleerd. De producentenprijzen van eieren zijn weliswaar gedaald maar niet als gevolg van de prijzenoorlog, maar als gevolg van overaanbod na de hoge prijzen in 2003 (de piek na de vogelgriep).
- Aardappelproducten zijn wel in prijs gedaald als gevolg van een groot aanbod in Europa. Waarschijnlijk is een deel van deze prijsdaling tot uitdrukking gekomen in lagere consumentenprijzen. Echter de prijsdaling op producentenniveau is aanzienlijk minder (procentueel) dan die op consumentenniveau. Bovendien zijn de prijzen op buitenlandse afzetmarkten sterker gedaald dan die op de Nederlandse markt.
- Voor wat betreft de producentenprijzen van verwerkte groenten en fruit constateren we een prijsdaling in 2004. Dit wordt veroorzaakt doordat de grondstoffen (groenten en fruit) tegen lagere prijzen zijn ingekocht. Het jaar 2004 kenmerkt zich door hogere oogsten dan normaal en navenant lagere prijzen. Bovendien geldt ook hier dat verreweg het grootste deel van de afzet geschied aan het buitenland en dat de prijzenoorlog in Nederland derhalve slecht een minimale invloed kan hebben gehad. De prijsdaling van groenten en fruit in 2004 doet zich ook gelden voor vruchten- en groentesappen. De lagere inkoopprijzen, mede door een goedkope dollar, zijn vertaald in lagere prijzen voor de afnemers in binnen- en buitenland.
- We keken ook naar de verwachtingen van managers in de voedingsmiddelenindustrieën over het verloop van de verkoopprijzen. Uit deze cijfers (van CBS conjunctuurtest) konden we geen negatieve invloed van de prijzenoorlog opmaken.

Coöperaties

Ten slotte bekeken we de jaarverslagen van de coöperaties om te analyseren of de resultaten substantieel negatief zijn beïnvloed door de prijzenoorlog. Voor geen enkele sector kunnen we vinden dat de resultaten zodanig onder druk zijn komen te staan dat dit het innovatievermogen of de rentabiliteit van de ondernemingen wezenlijk in gevaar heeft gebracht. In de pluimveevleesverwerking is weliswaar een sanering aan de gang en hebben bedrijven het moeilijk, maar hiervoor zoeken we de oorzaak in een aantal crises in de afgelopen jaren en concurrentie van goedkoop kippenvlees uit vooral Brazilië. De coöperatie Plukon komt zelfs als beste uit de bus als het gaat om het hoofd bieden aan deze slechte

marktomstandigheden. Voorts wordt door de sector zelf de prijzenoorlog en de winkelacties die daarvan het gevolg zijn als stimulerend genoemd voor afzet en prijzen.

Ten slotte merken we op dat bedrijven te allen tijde te maken hebben met concurrentie en met prijsdruk door afnemers. We hebben geen aanwijzingen kunnen vinden die erop duiden dat supermarkten in staat zijn onverantwoorde prijsdalingen te bedingen bij hun leveranciers. Nederlandse producenten krijgen in de toekomst bovendien steeds meer te maken met goedkoop aanbod uit landen van buiten de EU. Prijsdruk door supermarkten zou in dit licht gezien kunnen worden als een noodzakelijke stimulans voor innovatie en kostenbesparing om te kunnen blijven concurreren op steeds meer geliberaliseerde wereldmarkten.

Literatuur

Agrico, *Jaarverslag 2004/2005*.

Agrifirm U.A., *Jaarverslag 2005*.

Best Agrifund, *Jaarverslag 2003*.

Bont, C.J.A.M. de en S. van Berkum (red.), *De Nederlandse landbouw op het Europese scorebord*. Rapport 2.04.03, LEI, Den Haag, 2004.

Bont, C.J.A.M. de, S. van Berkum, J.H. Jager en J.F.M. Helming, *Suikerbeleid; Gevolgen van de Europese besluiten voor de Nederlandse akkerbouw en de Europese suikermarkt*. LEI, Den Haag, 2006.

Bont, C.J.A.M. de en J. Bolhuis, *Zicht op agrarische prijzen*. Rapport 1.06.01, LEI, Den Haag, 2006.

Bont, C.J.A.M. de en A. van der Knijff, *Actuele ontwikkeling van bedrijfsresultaten en inkomens in 2004*. Rapport 1.04.05, LEI, Den Haag, 2004.

Bont, C.J.A.M. de en A. van der Knijff, *Actuele ontwikkeling van bedrijfsresultaten en inkomens in 2005*. Rapport 1.05.03, LEI, Den Haag, 2005.

Bunte, F., E. Kuiper, M. van Galen en S. Goddijn, *Macht en Prijsvorming in Agrofoodketens*. LEI, Den Haag, 2003.

Cebeco, *Jaarverslag 2004*.

Cehave Landbouwbelang, *Jaarverslag 2004*.

EIM, *Verbod op verkoop beneden de inkoop prijs; een internationale vergelijking*. Zoetermeer, 2005.

Friesland Coberco Dairy Foods, *Jaarverslag 2003*.

Friesland Foods, *Jaarverslag 2005*.

LEI en CBS, *Land- en tuinbouwcijfers 2005*, p.219

LEI, *Landbouw-Economisch Bericht 2002*. LEI, Den Haag, 2002.

LEI, *Landbouw-Economisch Bericht 2003*. LEI, Den Haag, 2003.

Koninklijke Friesland Foods N.V., *Jaarverslag 2004*.

Oxera, *What is the impact of a minimum price rule?* Ministerie van Economische Zaken, Policy studies, 2005.

PVE , *Vee, Vlees en Eieren in Nederland 2006*. 2006.

Productschap Zuivel, *Jaaroverzicht 2004, Kengetallen van de zuivelindustrie*. PZ, 2004.

Royal Cosun, *Jaarverslag 2003*.

Royal Cosun, *Jaarverslag 2005*.

SOVION, *Jaarverslag 2004*.

SOVION, *Jaarverslag 2005*.

The Greenery, *Jaarverslag 2005*.

Vlieger, J.J. de (red.), *Nederland en de wereldmarkt voor zuivelproducten*. Rapport 5.04.08, LEI, Den Haag, 2004.

Zuivelcoöperatie Campina U.A., *Jaarverslag 2003*.

Zuivelcoöperatie Campina U.A., *Jaarverslag 2004*.

Zuivelcoöperatie Campina U.A., *Jaarverslag 2005*.

Zuivelcoöperatie Friesland Foods U.A., *Jaarverslag 2004*.