

Plan van aanpak voor de fruitteelt in Gelderland en Utrecht

- kansen plukken als ze rijp zijn -



AUGUSTUS 2005

Opgesteld in opdracht van:
LTO Noord Vakgroep Fruitteelt
NFO Kring Midden Nederland

Ir. Radboud Vorage
LTO Noord Projecten

Voorwoord: De gezamenlijke ambitie

Voor u ligt een sectorvisie die opgesteld is door de fruittelers in de provincies Gelderland en Utrecht. Het rapport is tot stand gekomen in opdracht van de Vakgroep Fruitteelt 'Midden Nederland' NFO/LTO Noord. Aan het rapport ligt een enquête die gehouden is onder de fruittelers ten grondslag. De enquête bestond uit een drietal thema's te weten: bedrijfsstructuur en kostprijs, nieuwe teelten/rassen en vermarkting en tot slot kennistoepassing. De enquêteresultaten zijn teruggekoppeld met de fruittelers en er zijn deskundigen uit de fruitteeltsector geïnterviewd. Dit alles resulteert in een gedegen draagvlak onder de fruittelers voor de aanbevelingen zoals die in deze visie zijn opgenomen.

Beleidsmatig zal de Vakgroep Fruitteelt samen met u activiteiten ontplooiën, om zo een duurzame en rendabele fruitteelt mogelijk te maken. We zullen aan de hand van dit rapport, prioriteiten stellen voor de verdere ontwikkeling van de fruitteelt in Gelderland en Utrecht. Ook is het van groot belang dat de fruitteelt nadrukkelijk op de agenda van provincies en lokale overheden terug te vinden is. Dit met als doel het verkrijgen van voldoende beleids- en ontwikkelingsruimte voor de fruitteeltbedrijven. Het rapport is allesbehalve vrijblijvend. Het rapport mag niet onder in de la verdwijnen, maar dient zichtbaar op het bureau te liggen!

De Vakgroep Fruitteelt heeft deze sectorvisie tot stand weten te brengen met de welwillende medewerking van vele instanties. Met name zijn wij erkentelijk voor de financiële ondersteuning die we hebben mogen ontvangen van Gemeente Neerijnen, Fonds Duurzame Land- en Tuinbouw, Stichting ter Bevordering van de Utrechtse Land- en Tuinbouw, LTO Noord Projecten, Stichting Midned Quality Support, Provincie Gelderland in samenwerking met de Europese Unie en de NFO/LTO Noord Vakgroep Fruitteelt. Daarnaast wil ik de fruittelers die het enquêteformulier hebben ingevuld en de telers die actief aan de verschillende discussiebijeenkomsten hebben deelgenomen bedanken voor hun belangrijke inhoudelijke inbreng. Ten slotte wil de Vakgroep Fruitteelt iedereen hartelijk dank zeggen voor de inspanningen en medewerking die geleverd is gedurende het samenstellen van dit rapport. Laten we spoedig de eerste stappen zetten, op de door ons aangegeven weg.

F.W.M. van Brandenburg

Voorzitter

Vakgroep Fruitteelt 'Midden Nederland' NFO/LTO Noord

Inhoudsopgave

	pagina
Voorwoord	1
Inhoudsopgave	2
1. Inleiding	3
2. Algemene ontwikkelingen in de fruitteelt en fruithandel	4
3. De fruitteelt in Gelderland en Utrecht	11
4. Bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn	14
4.1 Enquêteresultaten bedrijfsstructuur en kostprijs	14
4.1.1 Inleiding enquête	14
4.1.2 Bedrijfsstructuur	15
4.1.3 Knelpunten	18
4.1.4 Toekomstplannen	20
4.2 Resultaten discussie met fruittelers over bedrijfsstructuur en kostprijs	23
4.3 Deskundigen en literatuuronderzoek over bedrijfsstructuur en kostprijs	24
4.4 Aanbevelingen bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn	25
5. Markt en afzet	27
5.1 Enquêteresultaten markt en afzet	27
5.2 Resultaten discussie met fruittelers over markt en afzet	31
5.3 Deskundigen en literatuuronderzoek over markt en afzet	33
5.3.1 Achtergronden bij productintroducties in de agrarische sector	33
5.3.2 Gesprekken met ervaringsdeskundigen	34
5.3.3 Gesprekken met marktpartijen	36
5.4 Aanbevelingen markt en afzet	37
6. Kennisdoorstroming en -toepassing	40
6.1 Enquêteresultaten kennisdoorstroming en -toepassing	40
6.2 Meninge fruittelers en literatuuronderzoek	47
6.2.1 Meninge van fruittelers	47
6.2.2 Meninge van deskundigen	48
6.3 Aanbevelinge kennisdoorstroming en -toepassing	48
7. Samenvatting	50
Bijlagen	
- Begeleidingsgroep en initiatiefgroep	
- Gebruikte afkortinge	
- Gebruikte rapporten en bronnen	

1. Inleiding

De fruitteelt is een sector die historisch gezien sterk in de provincies Gelderland en Utrecht vertegenwoordigd is. Met name in het Gelderse Rivierengebied en het Utrechtse Kromme Rijngebied komt een concentratie aan fruitteeltproductiebedrijven voor. De oorsprong hiervan ligt in eerste instantie in de goede bodem- en klimatologische omstandigheden en in de beschikbaarheid van voldoende water van goede kwaliteit. Gaandeweg hebben zich in Midden Nederland niet alleen toeleverende en verwerkende bedrijven gevestigd, maar ook veilingen/afzetorganisaties en handelshuizen. Ook het fruitteeltonderzoek en voorlichting zijn nadrukkelijk in het gebied vertegenwoordigd. Deze concentratie van spelers uit de fruitteeltketen vraagt om een nadere analyse.

Ondanks deze solide positie van de fruitteeltketen in het midden van Nederland heeft de sector met een stevige concurrentie uit het buitenland te maken. De Nederlandse consument is gewend geraakt aan de beschikbaarheid van buitenlands (exotisch) fruit en grijpt minder vaak naar de vertrouwde Jonagold of Elstar van eigen bodem. De fruitteeltsector heeft daarop in 1998 gereageerd met een eigen visie en in 2001 met een nationaal plan van aanpak op hoofdlijnen. Dit plan van aanpak dient in de regio's verder uitgewerkt te worden. Onder leiding van LTO Noord en de NFO heeft een groep fruittelers en fruitteeltdeskundigen een drietal speerpunten geformuleerd waaraan met name in het midden van Nederland extra aandacht besteed dient te worden. De volgende drie speerpunten zijn naar voren gekomen:

- Verbetering van de **bedrijfsstructuur/kostprijsbewustzijn**. Een goede bedrijfsstructuur leidt tot een verlaging van de kosten. Daarnaast draagt inzicht in de opbouw van de kostprijs en in bedrijfseconomische aspecten bij aan het maken van de juiste ondernemingskeuzes.
- De introductie van **nieuwe rassen en het opzetten van nieuwe afzetkanalen** biedt mogelijkheden om het bedrijfsrendement te vergroten. Wat zijn kansen in de markt en hoe kunnen telers in Midden Nederland hierop directer inspelen? Bovendien zijn er al verschillende ervaringen waar van geleerd kan worden.
- Verdere versteviging van de centrumfunctie door een betere organisatie en structurering van de **kennisdoorstroming/kennistoepassing/innovatie**. Door de hogere dichtheid aan kennisgebruikers (fruittelers, voorlichters, taxateurs en onderwijsinstellingen) en kennisdragers is het mogelijk om onderzoek/voorlichting/advisering en toepassing beter te laten aansluiten. Het snel laten rondgaan van informatie binnen de keten biedt marktkansen.

Deze speerpunten worden gezien als belangrijke factoren voor het verbeteren van het perspectief van de fruitteeltbedrijven. Een tweetal andere belangrijke aspecten zijn hierboven niet genoemd. Het betreft het vergroten van de ondernemersvaardigheden op het gebied van markt en keten (hieronder valt het certificeren van bedrijven en teelten) en het terugdringen van emissies van gewasbeschermingsmiddelen. Deze twee aspecten worden reeds in nationaal en regionaal kader opgepakt. Met ondersteuning van de provincies wordt bijvoorbeeld in het project 'Schoon Water' en met de activiteiten van LaMi Utrecht gewerkt aan de reductie van de milieubelasting.

Om te komen tot concrete aanbevelingen voor de drie speerpunten zijn in 2004 en 2005 een aantal activiteiten uitgevoerd. Ten eerste is er een uitgebreide enquête uitgevoerd onder fruittelers in Utrecht en Gelderland. De resultaten van deze enquête zijn in verschillende bijeenkomsten besproken met fruittelers en dit heeft tot een aantal aanbevelingen geleid. Daarnaast zijn, na een literatuurstudie, de enquêteresultaten met verschillende deskundigen besproken en zijn er diverse bijeenkomsten georganiseerd/bijgewoond. Deze activiteiten hebben geleid tot de aanbevelingen zoals die aan het einde van de hoofdstukken 4 tot en met 6 te vinden zijn.

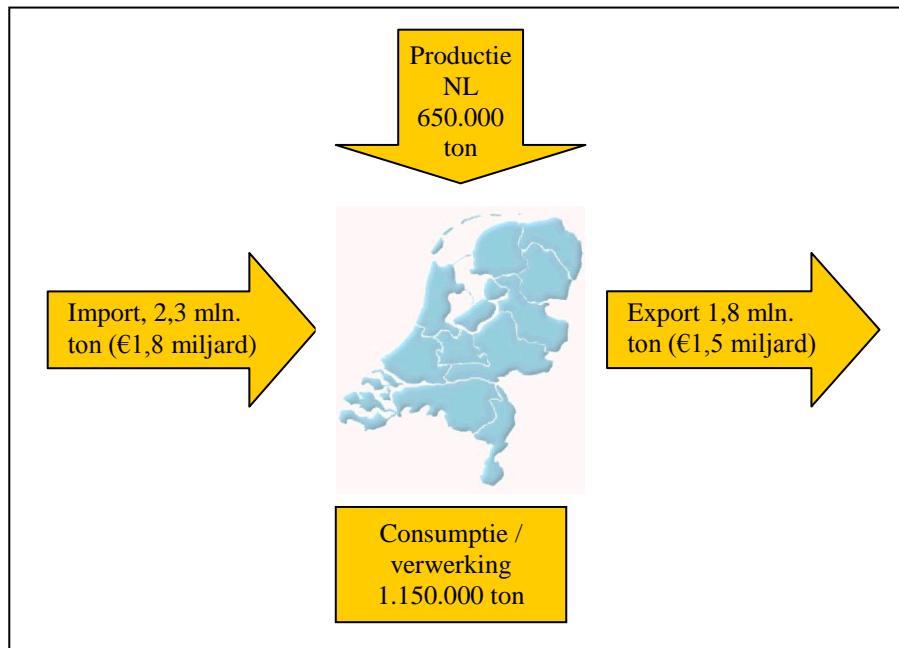
Voor de opbouw van het rapport is gekozen om in hoofdstuk 2 een bondige beschrijving te geven van de belangrijkste ontwikkelingen binnen de (internationale) fruitteeltsector. In hoofdstuk 3 wordt verder ingegaan op de fruitteeltsector in Utrecht en Gelderland. Vervolgens komen in hoofdstuk 4 tot en met 6 de drie speerpunten aan bod. Per speerpunt wordt ingegaan op enquêteresultaten, de meningen van fruittelers en deskundigen en ten slotte de daaruit voortvloeiende aanbevelingen. In hoofdstuk 7 is een samenvatting van dit rapport te vinden.

2. Algemene ontwikkelingen in de fruitteelt en fruithandel

Internationale fruithandel

Nederland is, naast land waar met name hardfruit geproduceerd wordt, een belangrijk land op het gebied van de handel en de doorvoer van fruit. Naar schatting heeft Nederland een aandeel van 12% in de wereldappelhandel en 6% van de wereldperenhandel. Rotterdam speelt een daarbij een belangrijke rol als mainport, maar ook de logistieke netwerken en de Nederlandse handelsgeest dragen bij aan dit relatief hoge percentage. Figuur 2.1 laat de in- en exportstromen (in tonnen) van fruit zien in combinatie met de Nederlandse productie en consumptie/verwerking. Het betreft gemiddelde volumes over de periode 2000 tot 2004.

Figuur 2.1 Fruitstromen in Nederland (in tonnen)



Bron: CBS

Het volume van de import van fruit is ongeveer een factor 3,5 groter dan de eigen productie. Een belangrijk deel van deze import wordt echter weer gere-exporteerd. In tabel 2.1 is te zien wat de belangrijkste landen zijn waaruit Nederland fruit importeert. In het tweede deel van dezelfde tabel is te zien welke soort fruit het meest geïmporteerd wordt.

Tabel 2.1 Landen waaruit fruit geïmporteerd wordt en meest geïmporteerde soorten fruit

Fruit importlanden	in miljoen kg
België	423
Spanje	385
Zuid-Afrika	219
Brazilië	163
Chili	137
Frankrijk	132
Argentinië	95
Duitsland	87
Marocco	65
Italië	53

Bron: Frugi Venta 2005

Type geïmporteerd fruit	In percentage
Sinaasappel	17%
Appel	17%
Banaan	9%
Druif	8%
Mandarijn	7%
Peer	6%
Meloen	5%
Mango/Guave	4%
Grapefruit	4%
Ananas	3%

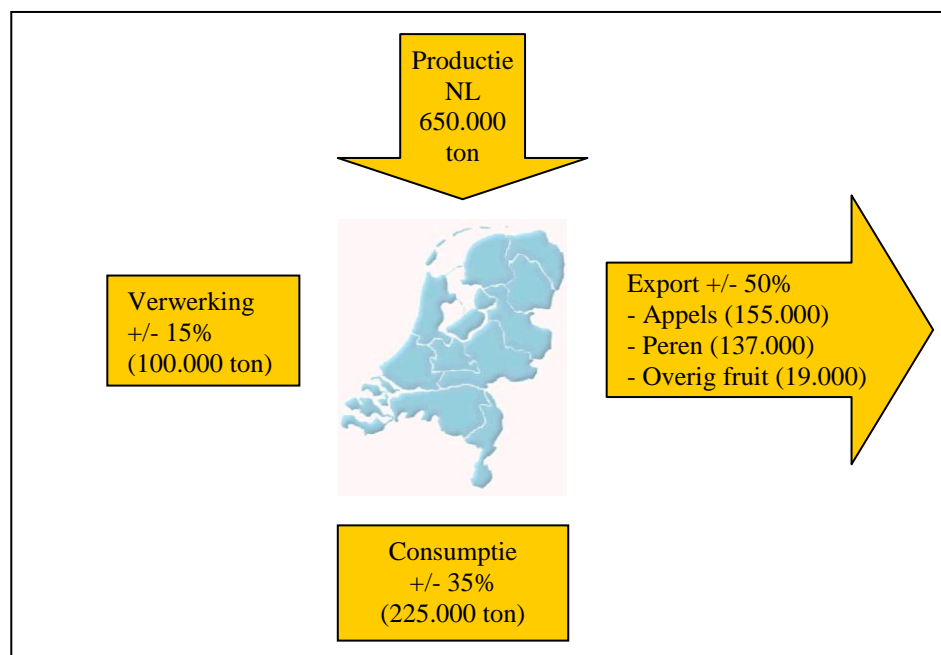
De laatste vijf jaar is de import van fruit uit met name Spanje, Duitsland, Costa Rica en Nieuw Zeeland toegenomen. Uit Zuid-Afrika, Frankrijk, Chili, Argentinië en Italië werd beduidend minder fruit geïmporteerd. Uit bovenstaande gegevens blijkt duidelijk het internationale karakter van de fruitstromen en dus de internationale markt waarin de Nederlandse fruitteiler opereert.

Nederland heeft vooral een vooraanstaande rol in de productie van appels, peren en in mindere mate in aardbeien. De belangrijkste appelrassen zijn Jonagold, Elstar, Golden Delicious, Jonagored, Boskoop en Cox. De belangrijkste perenrassen zijn respectievelijk Conference, Doyenne du Comice, Beurre Alexandre Lucas en Beurre Hardy.

Nederlandse productie

De Nederlandse teler heeft door de keuze van andere fruitrassen en variëteiten ingespeeld op de veranderingen in de internationale markt van hardfruit. In de periode van 1992 tot 2004 is het appelareaal met 43% teruggelopen van 17.000 ha naar 9.825 ha. De appelproductie is geleidelijk gedaald van ruim 600.000 ton naar ongeveer 425.000 ton. De perenteelt is in de periode 1992-2004 belangrijker geworden. Het areaal is 30% gegroeid van 5.000 ha naar 6.700 ha en in 2004 bedroeg de perenoogst ongeveer 220.000 ton (waaronder 160.000 ton Conference). Appelen en peren zijn goed voor ruim 90% van de export van vers fruit van eigen bodem. In 2004 werd ongeveer 155.000 ton appels (Jonagold 40.000 ton, Elstar 28.000 ton, Golden Delicious 18.000 ton en Jonagored 17.000 ton) en 137.000 ton peren (111.000 ton Conference, 11.00 ton Doyenne du Comice) geëxporteerd. Naast hard fruit worden met name aardbeien geëxporteerd, ruim 16.000 ton. Voor kleinfruit is het areaal de laatste 10 jaar van ongeveer 730 ha naar 530 ha teruggelopen (bron: *Frugi Venta*, 2005).

Figuur 2.2 Wat gebeurt er met het in Nederland geproduceerde fruit?



Bron: CBS

De fruitexport wordt gerealiseerd door circa 105 fruitexportbedrijven, waarvan de 10 grootste exporteurs ongeveer 65% van de exportmarkt in handen hebben. Het Nederlandse fruit, met name appel, peer en aardbei, wordt hoofdzakelijk binnen de EU afgezet (84%). De zes belangrijkste afnemers van Nederlands fruit zijn respectievelijk Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Rusland, Zweden en België/Luxemburg (Bron: *Frugi Venta*).

De prijsvorming van de 'nieuwe oogst' appels is naast de omvang van de Nederlandse productie afhankelijk van de productie binnen de EU en de exportmogelijkheden. Daarnaast kan de afzet van grote voorraden appels uit landen op het Zuidelijk Halfrond zeer verstoring op de prijsvorming werken. De laatste jaren is de invloed van buitenlandse appels op de prijsvorming goed te merken. Een belangrijk deel van de appels (50%) wordt pas na de jaarwisseling afgezet.

Dit bewaarfruit is minder aan prijschommelingen onderhevig. Mede door het verbeteren van de kwaliteit van dit bewaarfruit kan de concurrentie met vers fruit uit andere werelddelen worden aangegaan.

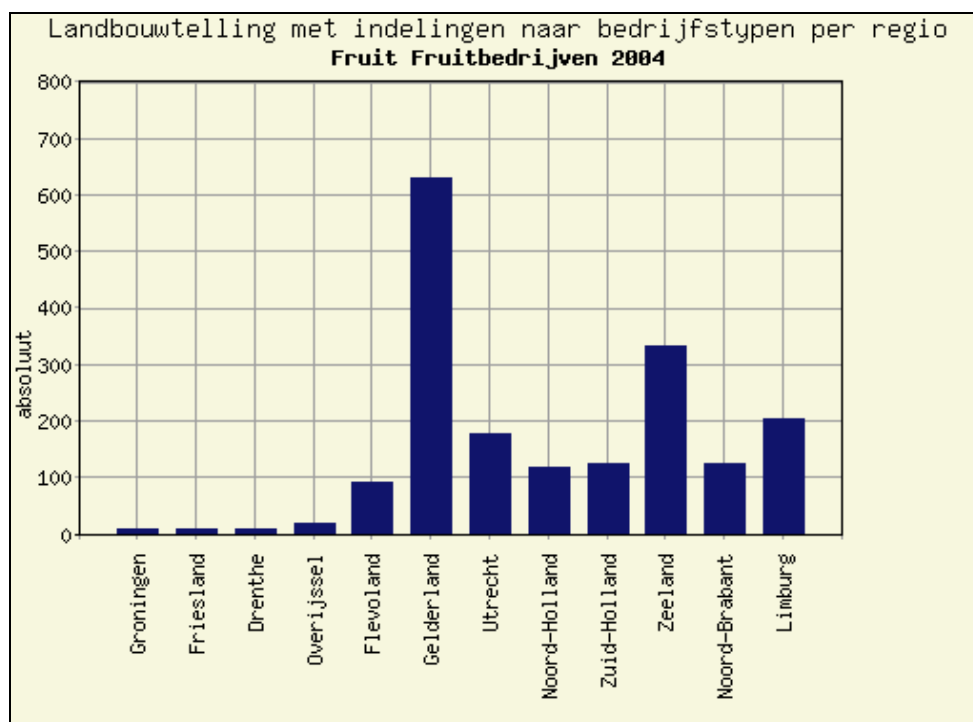
Voor peren heeft Nederland de laatste jaren een sterke positie opgebouwd. De export is gegroeid, met name naar het Verenigd Koninkrijk. Bij een verdere toename van het areaal van peren is het belangrijk dat de afzetmarkt voor peren verder ontwikkelt om mogelijk verzadiging en prijsdruk te voorkomen. De productiewaarde van vers fruit in Nederland bedroeg in 2004 ongeveer 360 miljoen en laat de laatste jaren een redelijk stabiel beeld zien.

De werkgelegenheid op de fruitbedrijven wordt geschat op ongeveer 6.000 volwaardige arbeidsplaatsen. Deze wordt voor ongeveer 50% ingevuld door de ondernemer en zijn gezinsleden. Ongeveer ¼ wordt ingevuld door vaste krachten en nog eens ¼ door tijdelijke krachten. Daarnaast wordt ook nog gebruik gemaakt van 4.800 mensjaren aan inleenarbeid (*bron PT*). Voor de tuinbouwsector geldt dat per arbeidskracht op de primaire bedrijven ongeveer een factor 1 tot 1,5 aan afgeleide arbeid gegenereerd wordt in de keten (veiling, groothandel, detailhandel en verwerkende industrie). Daarmee levert de Nederlandse fruitteelt een wezenlijke bijdrage aan de economie en werkgelegenheid. De fruitteeltbedrijven hebben met name gedurende de oogst een grote behoefte aan personeel (voor hardfruit ongeveer 300 uur aan plukwerk per hectare binnen een periode van ruim één maand). Bedrijven ervaren knelpunten met het beschikbaar krijgen en eventueel huisvesten van deze seizoensarbeid.

Fruitteeltbedrijven

In 2004 telde Nederland 1.838 gespecialiseerde fruitteeltbedrijven met een gezamenlijk fruitoppervlak van bijna 17.900 ha. Daarnaast komen er ook bedrijven voor met fruitteelt als neventak. In figuur 2.3 is te zien dat met name in de provincies Gelderland, Zeeland, Limburg en Utrecht veel fruitbedrijven te vinden zijn. In de provincies Gelderland en Utrecht bevinden zich ongeveer 43% van de Nederlandse fruitteeltbedrijven.

Figuur 2.3 Aantal fruitteeltbedrijven per provincie



(Bron: CBS)

Zowel het aantal fruitteeltbedrijven als het areaal fruit zijn in de laatste 10 jaar teruggelopen. Het aantal fruitteeltbedrijven is in 10 jaar tijd met 36% afgenomen. Belangrijke reden hiervoor is dat de bedrijfsrendementen, mede door een sterke concurrentie op de (wereld)markt, onder druk staan. Tabel 2.2 laat de ontwikkeling in het bedrijfsrendement (opbrengst per 100 euro kosten) zien. De fruittelers hebben hierop ingespeeld door schaalvergroting en het verhogen van de productie per hectare.

Tabel 2.2 Rendement per 100 euro kosten op fruitteeltbedrijven

Rendement	1999	2000	2001	2002	2003	2004 (raming)
	78	84	90	70	89	75-80

(Bron: LEI, 2004)

De fruittelers hebben de laatste jaren te maken gehad met wisselende financiële opbrengsten en met stijgende kosten. Voor bedrijven met een groot areaal peren was de situatie iets gunstiger. Voor 2004 zal naar verwachting het gemiddelde gezinsinkomen uitkomen op 25.000 tot 30.000 euro. Hiermee is er volgens het Landbouw economisch Instituut voor 2004 weinig ruimte voor investeringen in bijvoorbeeld schaalvergroting, innovatie en vernieuwing. Een punt van speciale zorg is de hoge kostenstructuur waar binnen de fruittelers in Nederland dienen te produceren. Niet alleen grondprijzen zijn hoog, maar ook arbeid, milieu en administratieve processen kosten relatief veel tijd en geld.

Gezondheid en smaak

Het eten van voldoende groente en fruit is belangrijk voor de gezondheid. Groente en fruit vormt niet alleen de belangrijkste bron van vitamine C, maar leveren ook vele andere vitaminen en mineralen die noodzakelijk zijn voor het instandhouden van de natuurlijke weerstand en om in conditie te blijven. Bovendien verkleinen deze voedselproducten de kans op onder andere hart- en vaatziekten en diverse soorten kanker. Ook zijn er sterke aanwijzingen dat de consumptie van groente en fruit, door de aanwezigheid van anti-oxidanten, verouderingprocessen vertragen. Volgens onderzoek dient iedereen elke dag tenminste 2 ons groenten en 2 stuks fruit te eten. Dit zou jaarlijks meer dan 8.000 sterf-gevallen van hart- en vaatziekte en 12.000 gevallen van kanker kunnen voorkomen. Bovendien kan het eten van groente en fruit het risico op longziekten (CARA) en staar beperken (Bron: Voedingscentrum voor Groenten en fruit). In praktijk blijkt echter dat de consumptie van groente en fruit zowel in Nederland als ook in Europa bij bepaalde bevolkingsgroepen nog ruim onder het gewenste niveau ligt.

De aspecten smaak en gezondheid worden steeds belangrijker voor de consument. Daarnaast is de consument meer en meer gericht op gemaksvuodsel en rekt hij/zij op een hoge mate van voedselveiligheid. Naar verwachting zal de afzet van kant-en-klaarmaaltijden de komende jaren sterk groeien. Bovendien liggen er mogelijkheden voor het ontwikkelen van 'fruitsnacks'. De fruitsector zal op deze kansen moeten inspelen door het opzetten van transparante, flexibele en innovatieve ketens. Bovendien zal door een beter kwaliteitsmanagement in de keten, zowel de innerlijke als uiterlijke kwaliteit (bijvoorbeeld kleur, maat en gevoelde hardheid) tot in de schap van de supermarkt behouden moeten blijven. De consument dient er zeker van te zijn dat, wanneer hij Nederlands fruit in de supermarkt ziet liggen, dit aan zijn/haar verwachtingen voldoet. Reeds bij de keuze van nieuw rassen dient met deze aspecten en trends rekening te worden gehouden.

Nieuwe rassen

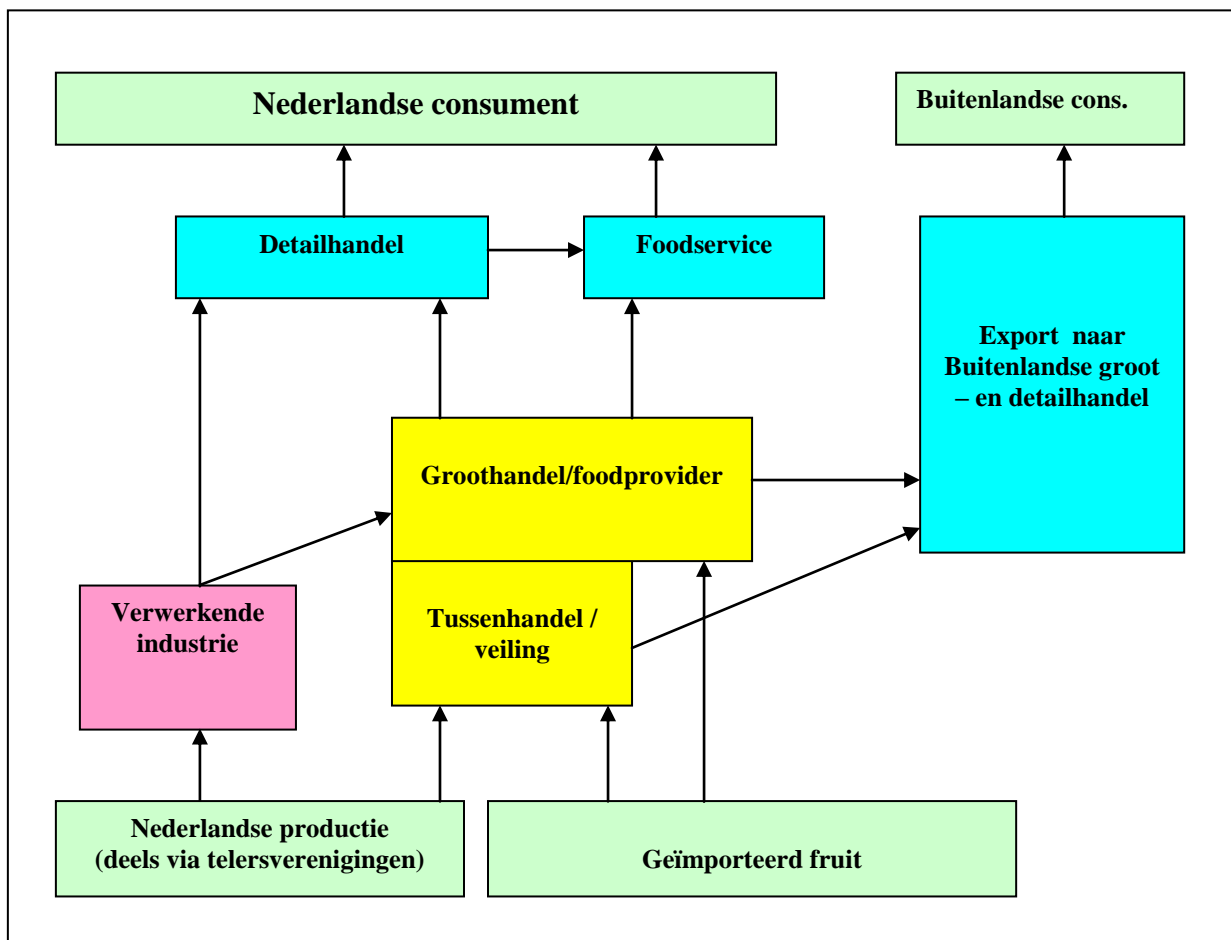
Een van de wegen om te komen tot een beter bedrijfsrendement is de teelt van nieuwe (exclusievere) rassen. Inova Fruit is een samenwerkingsverband dat zich toelegt op het marktgericht ontwikkelen en selecteren van fruitrassen die duurzaam geproduceerd kunnen worden. Inova Fruit onderzoekt de markt en bereidt marktintroductions van nieuwe rassen voor, op basis van afspraken en sturing vanuit de keten. In 2004 werden de rassen Autento, Junami, Wellant en Rubens door Inova Fruit geïntroduceerd. Deze rassen zijn speciaal gekozen omdat ze aansluiten bij de smaakbeleving van verschillende consumentengroepen. Door Fruitmasters werd in EFC-verband daarnaast nog de rassen Kanzi en Greenstar gelanceerd. De eerste productie van Rubens en Autento is positief door de markt ontvangen. Marktkenneren verwachten dat er in de toekomst niet voor alle zes de geïntroduceerde rassen ruimte op de markt is. Grootwinkelbedrijven verlangen immers dat er voldoende volume van een bepaald ras beschikbaar is voordat het blijvend in het winkelschap komt.

De handel (Frugi Venta) rekent erop dat op termijn slechts één ras zal slagen. Telers staan dus voor een moeilijke keuze welk ras ze in de toekomst moeten inzetten.

Ketens

De consument is de meest bepalende factor in het opzetten van ketens. Wanneer de wensen van de consument veranderen moeten de detailhandel, het grootwinkelbedrijf of de foodservice (o.a. restaurants) daarop reageren. Zij zullen van de rest van de keten vragen zich aan te passen aan de actuele consumentenwensen en zullen nieuwe specificaties voor hun leveranciers opstellen. Dat zijn niet alleen wensen op het gebied van het assortiment (Hollands en buitenlands fruit) en kwaliteit van het fruit, maar ook op het gebied van verpakking, voedselveiligheid en presentatie. In de toekomst zullen de ketens meer afgestemd moeten worden op de formules/concepten van de afnemer. Deze ontwikkeling zal inhouden dat er minder via de veilingklok gewerkt wordt en dat er meer lange-termijnafspraken gemaakt zullen worden. Telers zullen in de toekomst nadrukkelijker moeten kiezen bij welke keten ze willen horen. Binnen deze keten hebben telers(verenigingen) meer mogelijkheden om zich te profileren. Een andere ontwikkeling die zich voordoet is de ontwikkeling van zogenaamde 'foodproviders'. Dit zijn gespecialiseerde handelshuizen die het beheer voeren over een deel van de schappen in een supermarkt. Foodproviders bewerken producten, verpakken, leveren logistieke diensten, voeren jaarrond het product aan en regelen de inkoop. Dit doen zij op basis van lange-termijnafspraken met grootwinkelbedrijven en foodservicebedrijven. De huidige afzetorganisaties (veilingen/tussenhandel) zullen zich waarschijnlijk verder ontwikkelen richting foodprovider. Een belangrijk deel van de toekomstige afzetketen van fruit zal er als volgt uit zien, zie figuur 2.4.

Figuur 2.4 Opbouw van de Nederlandse fruitketen in de toekomst



(Bron: Rabobank, 2001)

Onderzoek en kennisontwikkeling

In de jaren vijftig heeft de Nederlandse overheid het OVO-drieluik (onderzoek, voorlichting en onderwijs) ontwikkeld, dat mede aan de basis heeft gestaan van de sterke ontwikkeling van de agrarische sector. Ook voor de fruitteelt was dit drieluik goed ontwikkeld en grotendeels in handen van de overheid. Sinds de jaren negentig is een trend ingezet waarbij de overheid deze taken verzelfstandigd heeft en meer aan de markt heeft overgelaten. Daardoor is de keten van kennisontwikkeling, -overdracht en -toepassing sterk veranderd en deels verschaald. Marktpartijen, zoals adviesdiensten, onderwijsinstellingen, toeleveranciers en belangenpartijen hebben enkele schakels van deze kennisketen opnieuw (en vaak op commerciële basis) ingevuld. Er bestaat het gevaar dat de kennisketen versnipperd en er een spanningsveld ontstaat tussen het belang van de individuele teler om informatie af te schermen en collectieve informatie-uitwisseling. Tegenover deze ontwikkeling staat het feit dat het belang van kennisontwikkeling en -toepassing (innovatie) steeds groter wordt voor de Nederlandse fruitteelt. Volgens deskundigen zal de Nederlandse fruitteelt moeten kiezen voor een strategie die niet gericht is op de massamarkt, daar draait het immers om de kostprijs en die is voor de Nederlandse teler in een relatief dure productieomgeving ongunstig en dus op termijn niet winstgevend, maar op specifieke (niche)markten met een hogere toegevoegde waarde. Kennisvoorsprong wordt gezien als een cruciale succesfactor voor de Nederlandse fruitteelt.

In Nederland worden steeds hogere duurzaamheidseisen aan de teelt van fruit gesteld en mede als gevolg daarvan nemen de investeringen per hectare sterk toe. Dit vraagt enerzijds van de ondernemer een goede kennis op het gebied van milieumaatregelen en de bijbehorende regelgeving/registratie en anderzijds een uitstekend bedrijfseconomisch inzicht om de juiste investeringsbeslissingen te doen.

Ten slotte vraagt de afnemende instroom van leerlingen in het fruitteeltonderwijs om aandacht. Voor het langetermijnbehoud van het kennisniveau in de fruitteelt is een passend aanbod van regulier onderwijs, aangevuld met op maat gesneden cursussen, van groot belang.

Concluderend kan gesteld worden dat kennisontwikkeling en -toepassing zich dus enerzijds zal moeten richten op innovaties en de wijze waarop deze in ketens tot waarde gebracht kunnen worden en anderzijds op het ontwikkelen van toepasbare kennis en vaardigheden die de ondernemer in staat stellen om op een duurzame en rendabele wijze het bedrijf te runnen.

Duurzame teelt

Fruittelers spannen zich in om op een duurzame wijze het fruit te produceren. Bij een duurzame teelt kijkt de teler niet alleen naar productie, maar ook naar zaken zoals voedselveiligheid, milieubelasting, energiegebruik, arbeidsomstandigheden en productkwaliteit. Geïntegreerde gewasbescherming is een belangrijk onderdeel van duurzame teelt. Deze vorm van gewasbescherming heeft tot doel het voorkomen of minimaliseren van schade aan gewassen door de inzet van technieken, middelen en organismen die in combinatie een minimale belasting van het milieu opleveren, zonder daarbij de bedrijfseconomische positie van het bedrijf aan te tasten. Zo is voor de appelteelt het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen in de periode 1995 tot 2000 met 42% verminderd. Fruittelers nemen veel fysieke maatregelen, zoals het gebruik van tunnelspuiten, teeltvrije zones en windhagen om verspreiding van middelen naar het oppervlaktewater te voorkomen. Algemeen genomen ligt de fruitteeltsector op het gebied van het 'Convenant Gewasbescherming' en het Mineralenbeleid op koers. In het onderzoek naar en de ontwikkeling van nieuwe rassen wordt gekeken naar resistentie voor veelvoorkomende ziekten. Door toepassing van deze rassen of variëteiten kan het middelengebruik verder gereduceerd worden. Om deze duurzaamheid te borgen zijn certificeringssystemen ontwikkeld zoals EUREP-GAP, HACCP, Milieukeur en het EKO-keurmerk.

Uitdagingen samengevat

De Nederlandse en dus ook de Gelderse/Utrechtse fruitteelt heeft met een aantal ontwikkelingen te maken die haar voor de volgende uitdagingen stelt:

- De Nederlandse fruitteeltsector opereert steeds meer in een internationale markt, waar in bepaalde segmenten sprake is van overproductie en dus een sterke prijsdruk.
- Bedrijfsrendementen laten de laatste jaren te wensen over en dit geeft weinig ruimte voor investeringen en schaalvergroting.

- De Nederlandse fruitteelt heeft te maken met relatief hoge productiekosten. Hierdoor zal nadrukkelijker een keuze gemaakt moeten worden om rassen te producten met meer toegevoegde waarde voor specifieke afzetmarkten/doelgroepen, bijvoorbeeld in nichemarkten. Dus geen focus op een massamarkt, waar prijsconcurrentie hevig is.
- Vergeleken met andere landen heeft de Nederlandse fruitteelt te maken met een hoge kostenstructuur en veel administratieve lasten. Deels wordt deze kostenstructuur door de markt bepaald, echter deels door een 'indrukwekkende' hoeveelheid aan regels, wetten en procedures. De sector zal met de overheid stappen moeten zetten in deregulatie en het formuleren van werkbaar en betaalbaar beleid.
- Vanuit gezondheidsoogpunt en 'wellness' liggen er goede mogelijkheden om de consumptie van fruit te laten stijgen. Hierop dient meer door de sector ingespeeld te worden.
- Er dient blijvend geïnvesteerd te worden in de ontwikkeling van een beperkt aantal rassen/variëteiten die aansluiten bij consumententrends. Daarbij moet in de keten voor een langere periode afspraken over productie en afzet gemaakt worden. Deze nieuwe rassen/variëteiten dienen op een solide wijze in de markt gepositioneerd te worden.
- De consument wil gevarieerd voedsel en gemaksvoedsel. Dit vraagt vanuit de fruitteeltketen om productinnovaties (bijvoorbeeld fruitsnacks) en het op een ander wijze bewerken en aanbieden van fruitproducten.
- Onderzoek dient zich nog meer te richten op vermarktbare fruitinnovaties en op verhogen van de duurzaamheid van de fruitproductie. Kennisoverdracht zal zowel in het reguliere onderwijs als in cursussen moeten aansluiten op de (praktische) informatiewensen van medewerkers/personeel in de gehele fruitketen.
- De kennisketen voor de fruitteelt is grotendeels verzelfstandigd. Dit geeft een spanningsveld tussen individuele en collectieve belangen. In de fruitteeltketen zullen verder afspraken gemaakt moeten worden over kennismanagement en er dient gericht geïnvesteerd te worden in innovaties.
- Door ontwikkelingen in de voedselketen zal de fruitteeler in de toekomst een keuze moeten maken met betrekking tot welke keten hij wil/mag behoren. Hij zal zich moeten conformeren aan de regels die binnen deze keten zijn afgesproken.
- Binnen de fruitteeltketen zal verder geïnvesteerd moeten worden in het terugdringen van de milieubelasting, het borgen van de voedselveiligheid, en het garanderen van de productkwaliteit.
- De beschikbaarheid van arbeid in de piekperiodes is een toenemend probleem. Met betrekking tot de beschikbaarheid, betaalbaarheid en flexibiliteit die samenhangen met de inzet van arbeid dienen praktische oplossingen gevonden te worden.
- De centrale (logistieke) ligging van de fruitteeltproductie en -handel in Nederland ten opzichte van de afzetgebieden in Noordwest Europa biedt goede mogelijkheden om lokale productie te koppelen aan buitenlands fruit en op deze wijze waarde toe te voegen.

3. De fruitteelt in Gelderland en Utrecht

De Nederlandse fruitteeltproductie vindt voor ongeveer 40% plaats in de provincies Gelderland en Utrecht. Met name in het Rivierengebied (vooral in de Betuwe en Zuidoost Utrecht) is de fruitteelt sterk ontwikkeld. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) heeft voor 2003 gegevens beschikbaar met betrekking tot de arealen fruit in beide provincies. Tabel 3.1 laat de ontwikkeling in fruitareaal in beide provincies zien.

Tabel 3.1 Veranderingen in productieareaal fruit in Gelderland en Utrecht in hectaren

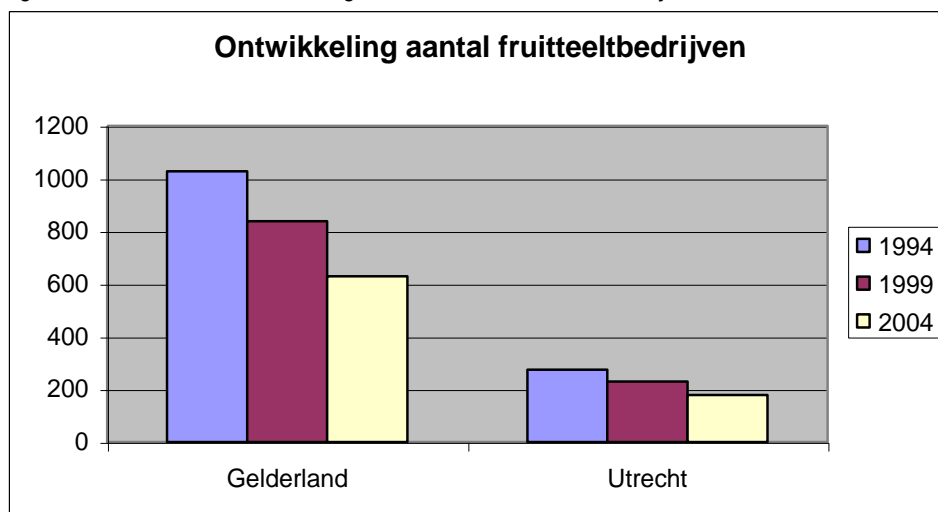
Gelderland	Appels	Peren	Overige pit- en steenvruchten	Kleinfruit	Totaal
1993	4.803	1.460	601	94	6.958
2003	3.193	1.612	331	107	5.243
Verandering %	- 34%	+ 10%	- 45%	+ 14%	- 25%

Utrecht	Appels	Peren	Overige pit- en steenvruchten	Kleinfruit	Totaal
1993	1.515	787	105	22	2.429
2003	885	760	91	20	1.756
Verandering %	- 42%	- 3%	- 13%	- 9%	- 27%

(Bron: CBS)

Het areaal peren is in Utrecht niet gegroeid omdat hier traditioneel reeds een relatief hoog percentage aan peren geteeld werd. Zowel in Gelderland als in Utrecht is het aantal fruitteeltbedrijven de afgelopen 10 jaar teruggelopen. Figuur 3.1 laat deze geleidelijke afname zien. De afname voor Gelderland en Utrecht bedroeg in de periode 1994 tot 2004 respectievelijk 39% en 35%. In 2004 waren er in Gelderland nog 629 fruitbedrijven en in Utrecht 178 fruitbedrijven. Voor heel Nederland daalde het aantal fruitteeltbedrijven met 36%.

Figuur 3.1 De ontwikkeling van het aantal fruitteeltbedrijven in Gelderland en Utrecht



(Bron: CBS)

Uit beide grafieken is op te maken dat de gemiddelde bedrijfsoppervlakte is toegenomen. Voor Gelderland groeide dit van 6,7 ha naar 8,3 ha en in Utrecht van 8,8 ha naar 9,9 ha. De omvang van het gemiddelde Nederlandse fruitteeltbedrijf groeide in die periode van ongeveer 8,3 naar 9,7 ha. Dus de gemiddelde omvang van het fruitteeltbedrijf in Gelderland ligt daar duidelijk onder. In deze periode zijn de fruittelers in staat gebleken om de productie per hectare substantieel te laten groeien. Echter, vergeleken met ander agrarische sectoren is schaalvergroting die op de fruitteeltbedrijven heeft plaatsgevonden beperkt te noemen. Dit komt enerzijds door de prijsdruk en dreigende overproductie en anderzijds door de hoge investeringen die met areaalvergroting samenhangen. Ook speelt de beschikbaarheid van arbeid en de optimale structuur van het 'familiebedrijf' een rol.

Naast de groei in de gemiddelde omvang is het zinvol om te kijken naar de verdeling in grootte tussen de bedrijven. In tabel is voor zowel Gelderland als Utrecht een indeling gemaakt in 5 grootteklassen voor bedrijven met pit- en steenvruchten.

Tabel 3.2 Verdeling van bedrijfsomvang in 5 klassen voor bedrijven met pit- en steenvruchten

Gelderland	0 tot 2 ha	2 tot 5 ha	5 tot 10 ha	10 tot 20 ha	> 20 ha	Totaal
1994	408	207	204	164	35	1018
2004	180	129	137	124	40	610
Verandering %	- 66%	- 38%	- 32%	- 24%	+ 14%	- 40%

Utrecht	0 tot 2 ha	2 tot 5 ha	5 tot 10 ha	10 tot 20 ha	> 20 ha	Totaal
1994	57	78	62	63	14	274
2004	35	40	36	52	12	175
Verandering %	- 39%	- 49%	- 42%	- 17%	- 14%	- 36%

(Bron: CBS)

Uit tabel 3.2 valt op te maken dat vooral in de grootteklassen tot 5 hectare een sterke afname heeft plaatsgevonden. Daarnaast valt op dat in Utrecht de groei van bedrijven boven de 20 ha gestagneerd is. Dit heeft mogelijk te maken met de beperkte beschikbaarheid van goede fruitteeltkavels en de sterke concurrentie om de beperkte ruimte met andere functies.

De fruitteelt heeft ondanks de afname van het aantal bedrijven een herkenbare plek in Utrecht en Gelderland. Met name de Betuwe en het Kromme Rijngebied staan al decennia bekend als een uitstekend fruitteeltgebied. Naast de primaire bedrijven hebben zich hier ook bedrijven en instituten ontwikkeld/gevestigd die zich bezig houden met toelevering en verwerking, maar ook met vermarkting, sortering, opslag/koeling, kennisontwikkeling, financiële diensten en advisering. Door de aanwezigheid van deze schakels van de fruitteeltbedrijfskolom heeft de fruitteeltsector een sterke positie opgebouwd in Midden-Nederland. Hieronder zal kort een aantal van deze schakels besproken worden.

Afzetorganisaties

Bij de afzet van fruit maakt het kloksysteem van de veilingen steeds meer plaats voor verkoop via bemiddeling. Zo ontwikkelen de traditionele afzetorganisaties, zoals de coöperaties Greenery, Fruitmasters en Veiling Zaltbommel, zich steeds meer als bemiddelingspartij in de keten. Ongeveer 60% van het Nederlandse fruit wordt via deze organisaties afgezet. Bijna 35% van het fruit vindt zijn afzet via de handel buiten de veilingen om. Naar schatting 55% wordt direct afgezet aan de consument via huisverkoop.

In de provincie Gelderland komen twee veilingen voor waar fruit geveild wordt, dat is Veiling Zaltbommel en veiling Fruitmasters in Geldermalsen. Daarnaast beheert de Greenery op het veilingterrein in Bommel een deel van de gebouwen voor voedingstuinbouwproducten, waaronder fruit.

De veiling Fruitmasters vindt haar oorsprong in 1904. Fruitmasters heeft, naast haar vestiging in Geldermalsen, de voormalige veilingen in Wijk bij Duurstede en Ochten in haar beheer. Deze beide locaties hebben een ondersteunende functie gekregen, er wordt daar niet meer geveild. De veiling Fruitmasters is ontstaan uit een fusie van de Veiling Rijn-Waal-Maas, de Fruitveiling Wijk bij Duurstede en de Fruitveiling Geldermalsen en omgeving. In 2001 is daar een handelsbedrijf bij gekomen dat zich op fruit uit het zuidelijk halfmond richt en in 2003 is de CITRONAS-groep (import en distributie) overgenomen. Door deze acquisities is Fruitmasters in staat een totaalpakket aan fruit aan te bieden. Fruitmasters heeft ongeveer 1.000 leden en een jaarlijkse omzet van ongeveer 300 miljoen euro en is vooral sterk op de Nederlandse, Belgische en Scandinavische markt.

De Veiling Zaltbommel, opgericht in 1917, is vooral gericht op de afzet van aardbeien, paprika's en paddestoelen. De veiling Zaltbommel kenmerkt zich door een platte organisatiestructuur met korte lijnen en persoonlijke contacten. Dit komt mede door haar kleinere omvang en haar grotere gerichtheid op nichemarkten.

De belangrijkste taken die de veilingen (afzetorganisaties) uitvoeren zijn:

- Veilen en bemiddelen in fruit
- Koelen en opslaan (langdurige bewaring van Nederlands fruit)
- Sorte- en pakstation (sorteren, verpakken en kleinverpakken van fruit)
- Fustvoorziening
- Logistiek (op- en overslag van fruit)
- Demopercelen voor nieuwe rassen (Fruitmasters)

In Utrecht en Gelderland zet een deel van de telers het fruit af via Fruitmasters en veiling Zaltbommel, echter ook een groep telers maakt gebruik van de diensten van de Greenery. Deze laatste heeft, naast een depot in Bommel, vestigingen in onder andere Barendrecht, Breda en De Lier en is sterk in logistieke dienstverlening. Ook ZON Fresh Park in Venlo is van belang voor de handel in Nederlands fruit. Een belangrijk deel van de (internationale) fruitteelthandel gaat via bijvoorbeeld Foodcenter Amsterdam, Freshwold Barendrecht, Eurofruit Center in de Merwehaven en de Groothandelsmarkt in Rotterdam.

Onderwijs

In de regio Midden Nederland vindt het fruitteeltonderwijs met name plaats op het AOC/MBO in Geldermalsen en Houten en aan de HAS in Den Bosch. Aan deze instellingen worden zowel regulier onderwijs als cursussen gegeven. Te denken valt aan cursussen op het gebied van management van fruitteeltbedrijven, het snoeien van vruchtbomen, logistiek, koelen en bewaren van hard- en zacht- fruit, aanplant en verzorging van fruitbomen en marktgerichte fruitteelt. Daarnaast wordt in het VMBO algemeen groenonderwijs gegeven. De toestroom van (gemotiveerde) leerlingen aan het fruitteeltonderwijs is beperkt en een punt van zorg voor de toekomst.

Onderzoek

Het onderzoek voor de fruitteelt concentreert zich op het onlangs in het leven geroepen Fruitteeltpraktijkcentrum te Randwijk. Per 15 april 2005 hebben een aantal organisaties (Fruitconsult, Inova Fruit, Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO), Pieter Vernooij Fruit, Plant Research International (PRI), Praktijkonderzoek Plant & Omgeving (PPO Fruit) en Productschap Tuinbouw (PT)) die zich bezig houden met onderzoek en kennisoverdracht in de fruitteelt besloten op de onderzoekslocatie van PPO Fruit de krachten te bundelen. Doel van het centrum is de bestaande samenwerking tussen partijen in de fruitteeltketen te verbeteren en daarmee de ontwikkeling en doorstroming van kennis te bevorderen.

PPO Fruit doet onderzoek naar nieuwe teeltsystemen voor zowel geïntegreerde als biologische teelt. De basis voor deze systemen zijn nieuwe rassen die naast een goede kwaliteit ook nog smaakvol (aansluiten op de smaakbeleving van consumenten) en ziekteresistent dienen te zijn. Te denken valt aan resistentie tegen ziekten zoals appelschurft, vruchtboomkanker en meeldauw. Bij de beoordeling van nieuwe rassen wordt ook gekeken naar gevoeligheid voor plagen en houdbaarheid na de oogst. Voor ziekte- en plaagbestrijding wordt veel onderzoek gedaan naar middelen en methoden die chemische bestrijding kunnen vervangen.

Het ontwikkelen en testen van nieuwe rassen gebeurt in samenwerking met marktpartijen. PPO voert onderzoek uit voor zowel het fruitteeltbedrijfsleven als voor bijvoorbeeld LNV, Inova Fruit, Productschap Tuinbouw, Waterschappen en de EU. Bij die onderzoeken werkt PPO Fruit samen met adviesdiensten die de opgedane kennis aan de telers kunnen overdragen. Ten slotte heeft PPO Fruit een Service Unit die telers informeert over bijvoorbeeld het juiste tijdstip van pluk en het kiezen van de juiste bewaarcondities.

4 Bedrijfsstructuur en kostprijbewustzijn

4.1 Enquêteresultaten bedrijfsstructuur en kostprijs

4.1.1 Inleiding enquête

Onderdeel om te komen tot een plan van aanpak voor de fruitteelt in Gelderland en Utrecht is een enquête die in 2004 is gehouden onder fruitteelers. Onder dit hoofdstuk over bedrijfsstructuur zullen de belangrijkste algemene enquêteresultaten en de resultaten over het onderwerp bedrijfsstructuur besproken worden. Er is een aparte en uitgebreide rapportage van de enquêteresultaten beschikbaar. De enquête is verspreid onder 778 fruitteeltbedrijven in 8 deelgebieden (NFO-afdelingen). Van deze 778 bedrijven hebben 156 ondernemers de enquête geretourneerd (20%). Doordat de respons op 20% bleef steken hebben de resultaten van de enquête vooral een indicatief karakter. In tabel 4.1 staan respectievelijk het aantal bedrijven, de respons, percentage respons, het totaal aantal hectaren volgens CBS (2003), het aantal hectaren vertegenwoordigd in de enquête en de respons uitgedrukt in oppervlakte. Opvallend is het verschil in respons per gebied. Deze varieert tussen 15 en 31 procent.

Tabel 4.1 Aantal verstuurd enquêtes en response per afdeling

	Verstuurd	Response absoluut	Response %	Totaal ha volgens CBS	Totaal ha response	Totaal % ha response
Zuidoost Utrecht	120	27	23%	1240,46	332,1	27%
Vecht en IJssel	80	17	21%	462,11	163,2	35%
Betuweland	128	25	20%	1417,9	302,5	21%
West Betuwe	223	40	18%	2164,54	356	16%
Boven Betuwe, Liemers	47	9	19%	355,95	68,4	19%
Bommelerwaard	46	7	15%	440,14	76,3	17%
Zuid Gelderland	98	20	20%	750,25	242	32%
Terwolde	36	11	31%	107,35	63,8	59%
Totaal	778	156	20%	6938,7	1604,3	23%

De gemiddelde leeftijd van alle ondernemers is 46,5 jaar. In tabel 4.2 staat in vier leeftijdsklassen het aantal ondernemers dat tot één van deze klassen behoort.

Tabel 4.2 Leeftijdsgemiddelde van ondernemers

	<40 jaar	40-55 jaar	>55 jaar	Totaal
Totaal aantal bedrijven	60	73	48	181
Totaal (%)	33%	40%	27%	100%

Aan de ondernemers is gevraagd of het fruitteeltbedrijf als hoofdtak of als een neventak gevoerd wordt. Daaruit blijkt dat ongeveer 85% van de respondenten het fruitteeltbedrijf als hoofdinkomsten heeft, voor ongeveer 15% is de fruitteelt een neventak.

Op de bedrijven zijn arbeidskrachten aan het werk. Een manier om arbeid te kwantificeren is door middel van het begrip volwaardige arbeidskracht (VAK). In tabel 4.3 staat het aantal VAK's die in totaal op de bedrijven aan het werk zijn, daarnaast is een verdeling gemaakt naar aantal VAK ondernemer, VAK meewerkende gezinsleden en VAK overige personen.

Tabel 4.3 Overzicht volwaardige arbeidskrachten op de bedrijven.

	Totaal VAK	VAK / ondernemer	VAK / meew. gez.	VAK overig	Gem. VAK / bedr.
Totaal	386	201,7	78,4	105,9	2,46

De informatie over de opvolgingssituatie per afdeling staat in tabel 4.4. Voor alle gebieden samen geldt dat 23% van de ondernemingen wel een opvolger heeft en bijna de helft 48% weet nog niet of er een opvolger zal zijn. Bij 29% is geen opvolger aanwezig.

Tabel 4.4 De opvolgingssituatie per afdeling

	Wel een bedrijfsopvolger	Geen bedrijfsopvolger	Nog niet bekend
Zuidoost Utrecht	6	7	14
Vecht en IJssel	5	3	8
Betuweland	9	5	11
West Betuwe	10	11	19
Boven Betuwe, Liemers	1	5	3
Bommelerwaard	2	1	4
Zuid Gelderland	2	9	9
Terwolde	1	3	7
Totaal	36 (23%)	44 (29%)	75 (48%)

Indien er geen opvolgers zijn voor een bedrijf kan dit bedrijfsbeëindiging betekenen. Maar daarnaast zijn er ook andere redenen die tot bedrijfsbeëindiging kunnen leiden. In tabel 4.5 staat het aantal te beëindigen bedrijven binnen de komende 5 jaar. Voor het gehele gebied denken 18 van de 156 binnen 5 jaar het bedrijf te beëindigen (11,5%). Zij vertegenwoordigen 8,5% van het oppervlakte van de gezamenlijke respondenten.

Tabel 4.5 Aantal dat binnen 5 jaar wil beëindigen

	Aantal te beëindigen bedrijven	Totaal aantal bedrijven	% te beëindigen bedrijven	Ha. bedrijfs- beëindiging
Zuidoost Utrecht	3	27	11%	10,5
Vecht en IJssel	0	17	0%	0
Betuweland	1	25	4%	23,5
West Betuwe	6	40	15%	21,4
Boven Betuwe, Liemers	1	9	11%	5
Bommelerwaard	1	7	14%	11
Zuid Gelderland	4	20	20%	53,5
Terwolde	2	11	18%	11,2
Totaal	18	156	11,5%	136,1

Opvallend is dat de percentages beëindiging nogal verschillen per deelgebied. In Zuid Gelderland geeft 1/5 van de bedrijven aan te willen beëindigen binnen 5 jaar. Door de lage respons in sommige deelgebieden kunnen de percentages onnauwkeurigheden bevatten. Op basis van afnamepercentages van de laatste 10 jaar zou een afnamepercentage van tussen de 15 en 20% verwacht mogen worden.

4.1.2 Bedrijfsstructuur

De bedrijfsstructuren kunnen nogal verschillen tussen de bedrijven. In tabel 4.1 is te zien hoeveel ha de respondenten met fruit beplant hebben. Voor bijvoorbeeld de afdeling Zuidoost Utrecht is dat voor 27 bedrijven in totaal 332 hectare fruitteelt, echter de totale gezamenlijke bedrijfsoppervlakte is 400 ha (pacht en eigendom). In Tabel 4.6 staat het gemiddelde totale oppervlakten en oppervlakte met fruitteelt per afdeling. Ook het aantal bedrijven dat deze enquêtevraag ingevuld heeft staat vermeld. Voor het hele gebied is in totaal 2.267 hectare in eigendom van de gezamenlijke 156 bedrijven. Daarvan wordt 1.603 hectare gebruikt voor fruitteelt (ongeveer 71% van het bedrijfsoppervlakte).

Tabel 4.6 Gemiddelde totale oppervlakte en fruitteeltoppervlakte per bedrijf, naar afdeling

Afdeling en respons	Gem. totaal per bedrijf	Gem. fruitteelt per bedrijf
Zuidoost Utrecht (27)	14,8	12,3
Vecht en IJssel (17)	11,6	9,6
Betuweland (25)	17,6	12,1
West Betuwe (40)	13,5	8,9
Boven Betuwe, Liemers (9)	9,3	7,6
Bommelerwaard (7)	12,3	10,9
Zuid Gelderland (20)	19,9	12,1
Terwolde (11)	11,2	5,8

De totale oppervlakten die de bedrijven gebruiken is uit een aantal percelen opgebouwd. In tabel 4.7 staan in een viertal klassen het aantal bedrijven dat resp. 1, 2-3, 4-5 en meer dan 5 percelen bezit. Enkele bedrijven hebben deze vraag niet ingevuld, in totaal hebben 150 bedrijven deze vraag ingevuld.

Tabel 4.7 Aantal percelen per bedrijf naar vier klassen

Aantal percelen per bedrijf	1 perceel	2-3 percelen	4-5 percelen	>5 percelen
Totaal (absoluut)	44	71	22	13
Totaal (procentueel)	29%	47%	15%	9%

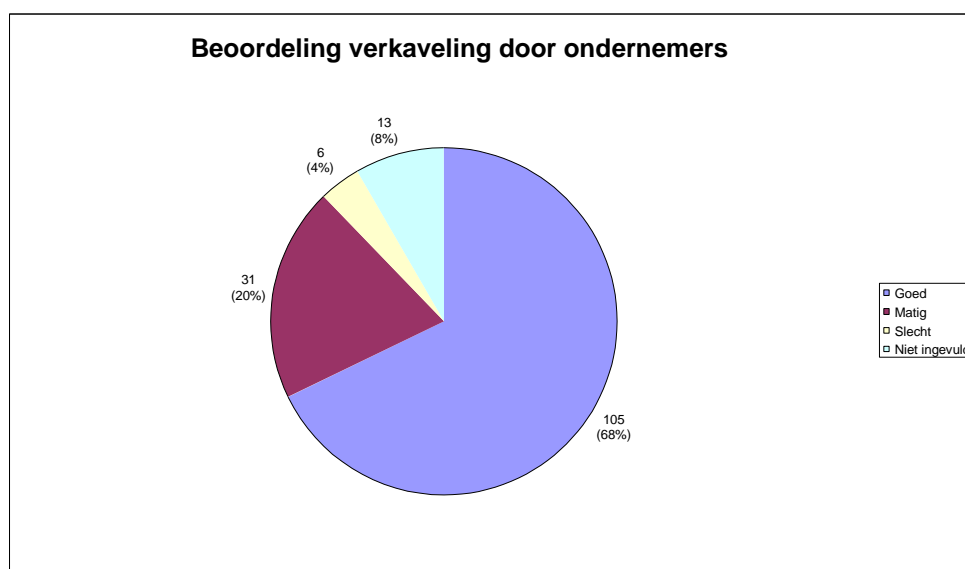
Naast het aantal percelen per bedrijf is tevens gevraagd naar de afstand van het verst gelegen perceel. In tabel 4.8 staat dit weergegeven in vijf klassen. In totaal gaven 147 bedrijven een antwoord.

Tabel 4.8 Afstand tussen bedrijf en verst gelegen perceel

	Afstand tussen bedrijf en verst afgelegen perceel, naar				
	<1 km	1-3 km	>3-5 km	>5-10 km	>10 km
Totaal (absoluut)	72	51	13	8	3
Totaal (procentueel)	49%	35%	9%	5%	2%

De verdeling van het aantal percelen en de afstand wordt onder meer bepaald door de verkaveling. Aan de geënquêteerden is gevraagd wat ze vinden van de verkaveling. In Figuur 4.1 is zichtbaar gemaakt hoe de verkaveling ervaren wordt.

Figuur 4.1 Beoordeling van de verkaveling door de ondernemers



Ongeveer 24% van de fruittelers is ontevreden over de verkaveling. De fruittelers die niet tevreden zijn over de verkaveling geven de onderstaande knelpunten aan.

Tabel 4.9 Knelpunten met betrekking tot de verkaveling

	Aantal bedrijven	
Te klein huisperceel	22	(14%)
Te veel percelen	17	(11%)
Percelen liggen verspreid	12	(8%)
Vorm percelen	12	(8%)
Ontsluiting	5	(5%)

Wat wordt er zoal geteeld op de bedrijven? Aan de bedrijven is gevraagd om aan te geven hoeveel oppervlakte wordt gebruikt voor de diverse soorten fruit en hoeveel van die desbetreffende oppervlakten bedekt zijn (zie tabel 4.10). Daarnaast is te zien welk deel voor biologische teelt is bestemd.

Tabel 4.10 Aanwezige teelten totaal, bedekt, totaal biologisch en biologisch bedekt, naar afdeling

	Oppervlakte totaal	Oppervlakte bedekt biologisch	Oppervlakte biologisch	Opp. biologisch bedekt
Appel	913	63	9	2
Peer	500	53	3	2
Pruim	21	1	0,2	0
Kers	12	5	0	0
Bes	14	5	1	0
Braam	2	2	0	0
Framboos	4	4	0	0
Aardbei	6	2	0	0
Overig	11	1	0	0
Totaal	1.483	136	13,2	4

Onder "overig" zijn genoemd: akkerbouw en bouwland. De volgende tabel 4.11 geeft een overzicht van de rassen die er op de bedrijven geteeld worden.

Tabel 4.11 De geteelde rassen op de bedrijven

	Meest voorkomende rassen op bedrijven Aantal keer genoemd
Elstar	108
Conference	100
Jonagold	92
Doyence du Comice	53
Golden Delicious	43
Boskoop	35
Cox's	21
Overig (klein en overig fruit)	103

4.1.3 Knelpunten

In de enquête is gevraagd naar een reeks knelpunten die fruittelers in bedrijfsvoering tegenkomen. Te denken valt aan knelpunten op het gebied van de waterhuishouding, milieuwetgeving, ruimtelijke ordening, verkaveling en de uitbreiding van de bedrijven. De knelpunten op het gebied van de waterhuishouding staan in tabel 4.12.

Tabel 4.12 Knelpunten met betrekking tot waterhuishouding

	Percentage van de bedrijven
Nat voorjaar	13%
Natte winters	12%
Kwel	11%
Beregeningsmogelijkheden	4%
Anders	6%
Droge zomers	3%

Een aantal telers antwoorden met 'anders'. Onder anders moet men denken aan: te veel ijzer in het grondwater, matige beregening (4 keer), geen geschikt slootwater t.b.v. fertigatie, uiterwaarden in 1995 nog tussen de 1 en 2 meter water in de boomgaard en niet voldoende open water. Overigens ervaart een grote groep telers weinig knelpunten met de waterhuishouding. Naast de waterhuishouding is de telers gevraagd of zij de milieuwetgeving als beperkend ervaren voor de bedrijfsvoering en ontwikkeling, zie tabel 4.13.

Figuur 4.13 Knelpunten met betrekking tot milieuwetgeving

	Percentage van de bedrijven
Bestrijdingsmiddelenwet	51%
Lozingenbesluit	34%
Minas	8%
Geluidshinder	3%
Anders	3%

Opvallend is dat telers vooral knelpunten ervaren met de Bestrijdingsmiddelenwet en het Lozingenbesluit. Een aantal telers geeft een ander antwoord dan tot de mogelijkheden behoorde, te weten: geen opvolger door samenhang van al die regeltjes, aanleg gemeentelijk sportveld, lozen spoelwater van sorteermachine en ligging in waterwingebied.

In tabel 4.14 staan de knelpunten met betrekking tot de ruimtelijke ordening. De ondernemers konden naast een aantal vaste punten ook zelf punten aandragen.

Figuur 4.14 Knelpunten met betrekking tot ruimtelijke ordening

	Percentage van de bedrijven
Bouwperceel	13%
Regenkappen	10%
Tunnels	8%
Ondersteunend glas	4%
Grondwaterbeschermingsgebied	3%
Andere TOV's (hagelnetten)	3%

De meeste problemen worden ervaren met het bouwperceel. Op dit punt is verder gevraagd naar de precieze aard van dit knelpunt en daarbij werden de volgende zaken genoemd:

- Te klein blok, bouwperceel te klein
- Bouwperceel te klein, nieuwe aanplant te dicht bij bewoning
- Aanwijzing noodoverloopgebied
- Archeologie (monument v.d. grond)
- Bestemmingsplan geen wijzigingsprocedure weidevogel/open gebied
- In verband met bestemmingsplan buitengebied
- Stadsuitbreiding
- Industrie
- Bedrijfsexploitatie m.b.t. diensten voor derden
- Geen uitbreiding op deze locatie mogelijk
- Grond met historische waarde
- Geen vergunning om te bouwen
- Dorpskern.

De belangrijkste knelpunten die ervaren worden bij het uitbreiden van het bedrijf staan in tabel 4.15. Daarbij zijn de gegevens per deelgebied gespecificeerd. Dit omdat bepaalde knelpunten regionaal gebonden kunnen zijn.

Tabel 4.15 Knelpunten bij bedrijfsuitbreiding per afdeling (grootste knelpunt vet weergegeven)

	Zuidoost Utrecht	Vecht en IJssel	Betuwe- land	West Betuwe	Boven Betuwe	Bom-meler- waard	Zuid- Gelder-land	Terwolde
Gering aanbod grond	15%	35%	28%	18%	0%	43%	5%	9%
Hoge grondprijs	41%	29%	36%	23%	33%	43%	25%	27%
Beschikbaarheid arbeid	26%	24%	32%	18%	11%	29%	35%	9%
Beperkte financiële middelen	30%	35%	24%	35%	22%	0%	20%	27%
Onvoldoende kennis	0%	6%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
Planologische ontwikkelingen	11%	6%	8%	13%	22%	14%	0%	9%
Negatieve marktontwikkelingen	11%	29%	28%	23%	22%	14%	15%	9%
Anders	15%	12%	8%	10%	11%	0%	25%	27%

Een aantal fruittelers heeft iets anders opgegeven dan de punten genoemd in de enquête:

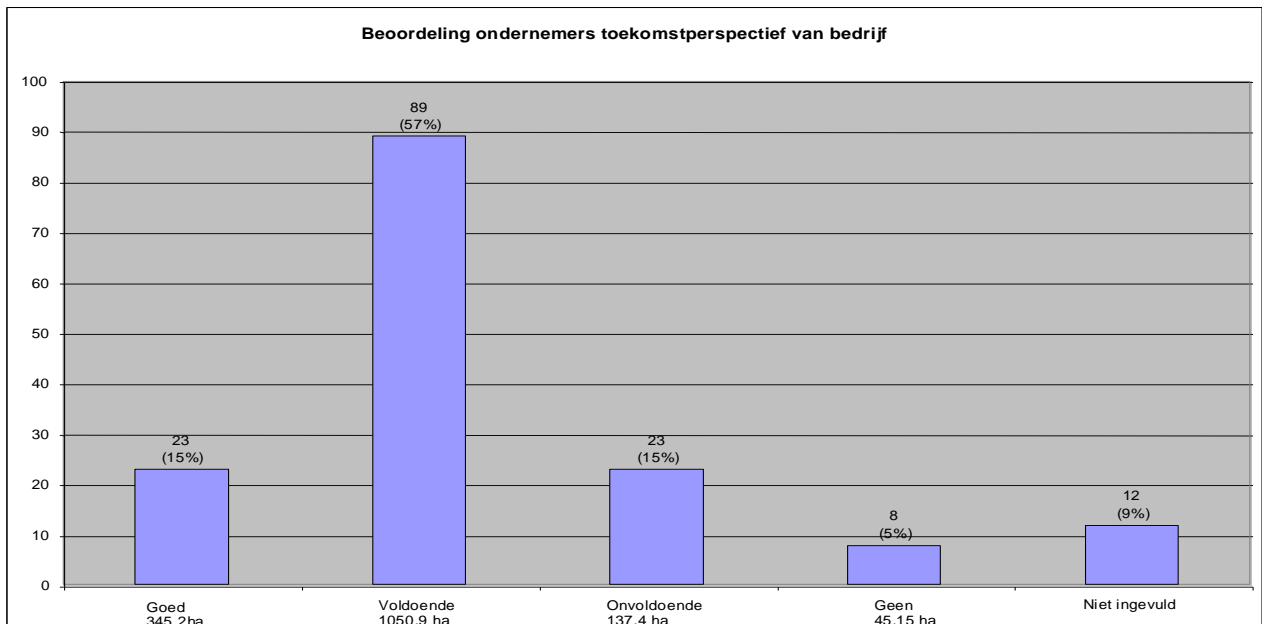
- Leeftijd en gebrek aan opvolging (4 keer)
- Te veel ammoniak in de omgeving (2 keer).
- Te laag rendement (de rest is altijd bijzaak)
- Smal plukvenster
- Productie/prijsniveau/alle kosten worden hoger, opbrengsten niet en Minas-perikelen.
- Arbeid te duur
- Als ik grond koop, moet het wel aansluiten.
- Op dit moment het bouwen van gebouw met volledig eigen koeling (900 ton) wat door de provincie wordt tegengehouden.
- Werk genoeg zo.
- Werkt er nog bij naast de fruitteelt
- Geen mogelijkheid
- Beschikbaarheid van water t.b.v. nachtvorst.

Opvallend is dat in veel gevallen het geringe aanbod van goede kavels, de hoge grondprijs en de beperkte financiële middelen een groot knelpunt vormen. Daarnaast scoort de beschikbaarheid van arbeid hoog al knelpunt.

4.1.4 Toekomstplannen

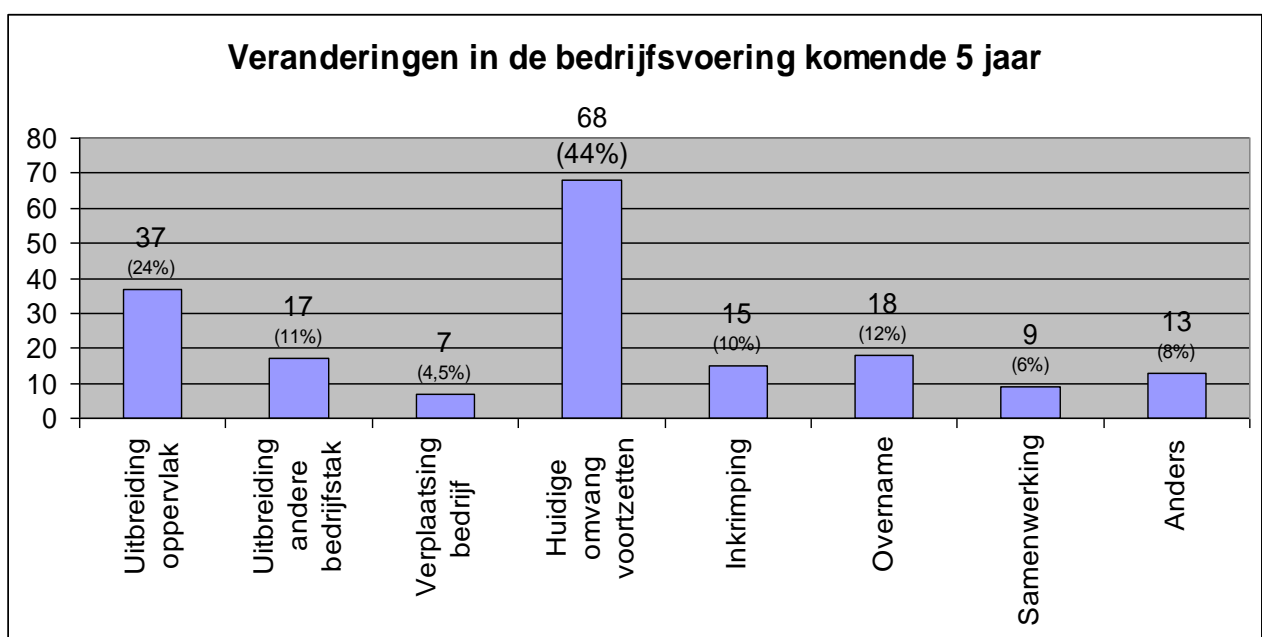
Om de toekomstplannen van de fruittelers in kaart te brengen is een aantal vragen gesteld over hun plannen. Eerst is gevraagd hoe fruittelers het toekomstperspectief van het bedrijf zien. De reacties staan in figuur 4.2. Een ruime meerderheid beoordeelt het toekomstperspectief met een voldoende of goed. Acht bedrijven gegeven aan geen toekomstperspectief te zien, de meeste van deze bedrijven hebben geen opvolger. Van de 23 bedrijven die het perspectief met onvoldoende beoordelen hebben 9 bedrijven geen opvolger en op 9 bedrijven is deze nog niet bekend.

Figuur 4.2 Beoordeling toekomstperspectief van het bedrijf door ondernemers



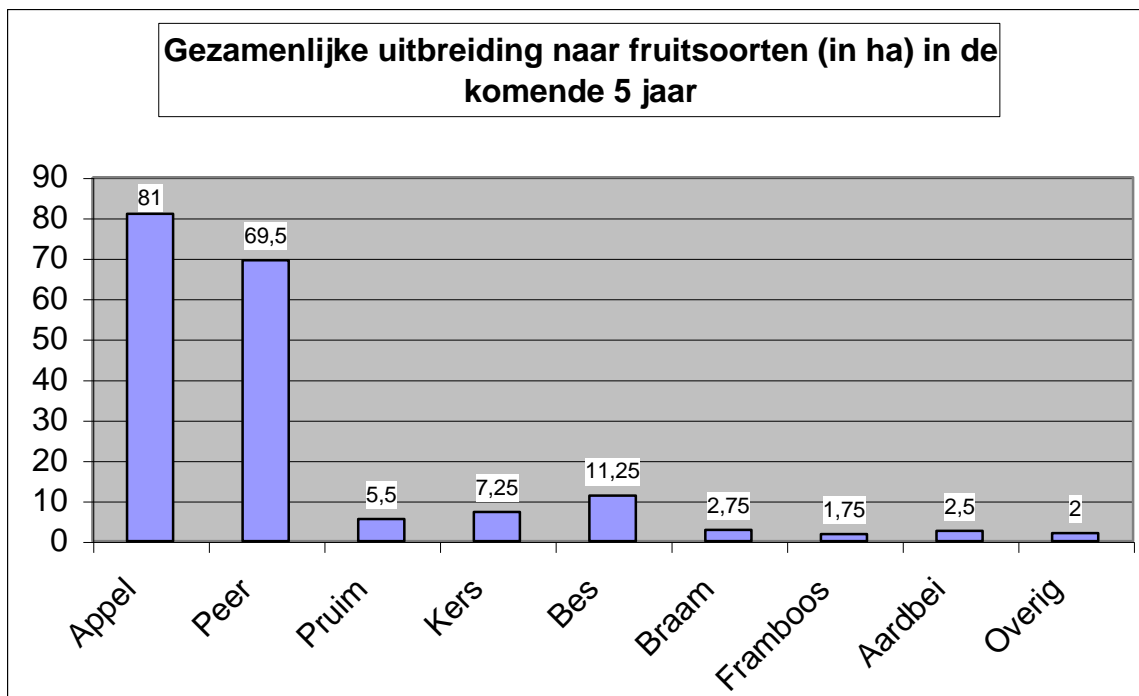
De ondernemers is verder gevraagd wat ze gaan veranderen aan de bedrijfsvoering in de komende vijf jaar. Deze veranderingen staan voor alle gebieden tezamen in Figuur 4.3.

Figuur 4.3 Veranderingen aan de bedrijfsvoering voor de komende 5 jaar



In totaal gaven 37 ondernemers aan te gaan uitbreiden. Gevraagd is of ze wilden aangeven met welke fruitsoort(en) ze willen gaan uitbreiden. In Figuur 4.4 staat het aantal hectare per fruitsoort dat er uitgebreid gaat worden voor het gehele enquêtegebied.

Figuur 4.4 Gezamenlijke uitbreiding in hectaren in de komende vijf jaar per fruitsoort



Naar schatting ligt de uitbreidingsbehoefte in totaal op ongeveer 184 ha. Dat komt overeen met een gemiddelde uitbreiding van bijna 5 hectare per bedrijf met uitbreidingsplannen. Onder het kopje "overig" staan: het minder telen van appels en uitbreiding voor het gebruik voor koeling en sortering. Ten slotte is gevraagd naar de redenen van het inkrimpen van het bedrijf. In tabel 4.16 staan de belangrijkste redenen waarom ondernemers besluiten het bedrijf in te krimpen.

Tabel 4.16 Redenen waarom fruittelers besluiten het bedrijf in te krimpen

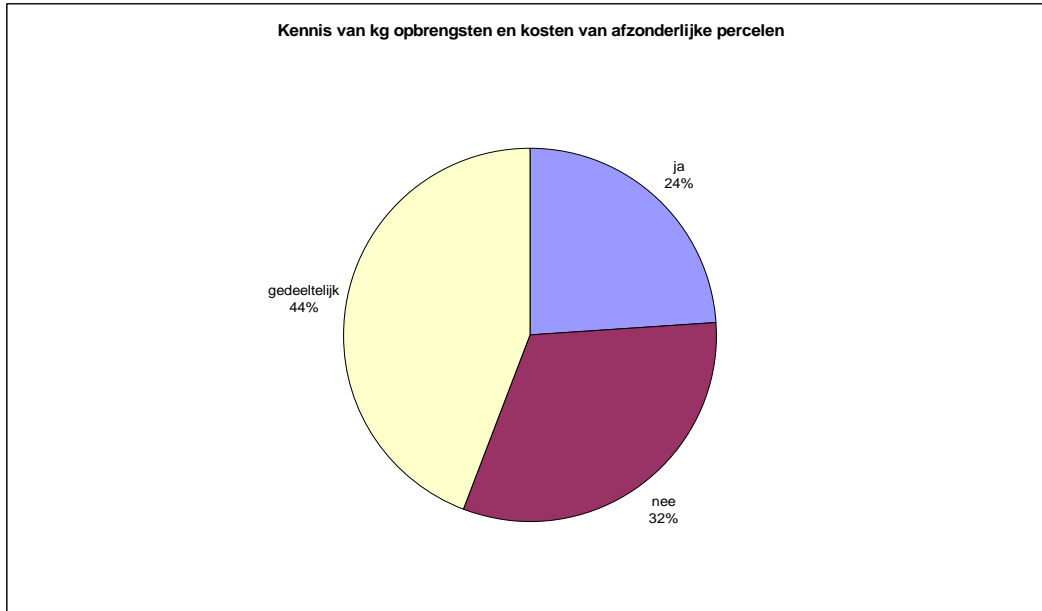
	Aantal bedrijven
Geen opvolger	12
Strengere milieueisen	12
Negatief toekomstperspectief	10
Verandering in afzet structuur	5
Onvoldoende arbeid beschikbaar	4
Gezondheid ondernemer	3
Andere redenen	8

"Andere" redenen dan de in de enquête aangegeven mogelijkheden waren:

- Ouderdom fruitbomen. Fruit is niet het hoofdpunt van het bedrijf
- Overname door zoon
- Van 2 naar 1 werkweek (te hoge werkdruk)
- Arbeid inhuren is te duur
- Weinig kg opbrengst
- Intensivering teelten
- Misschien economisch beter om te stoppen
- Kredietopzegging door bank.

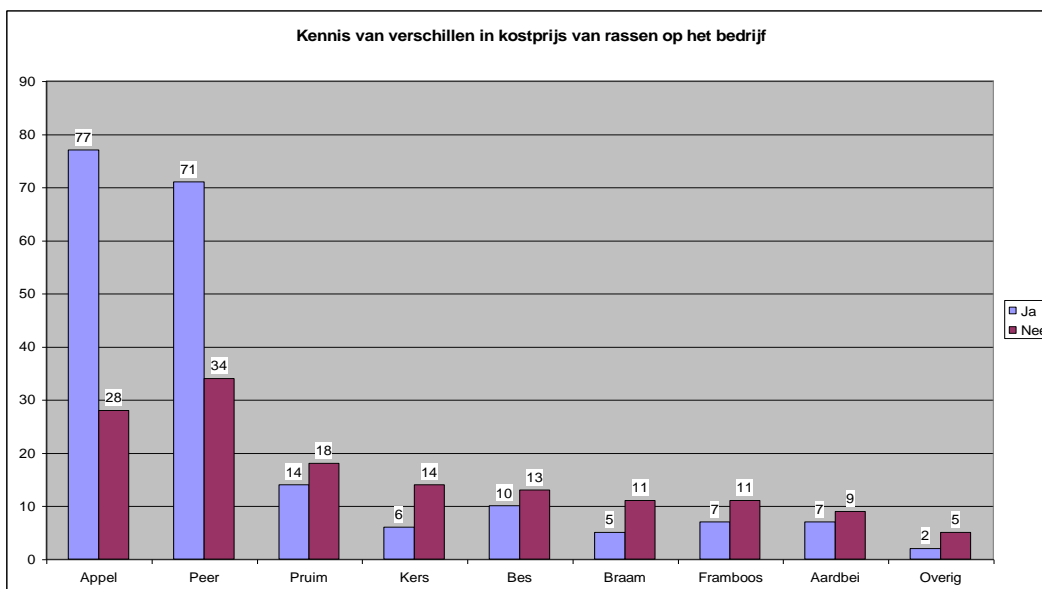
Het begrip 'kostprijs' speelt een belangrijke rol in alle takken van de landbouw. Zo ook in de fruitteelt. Daarom gaan een aantal vragen specifiek over aspecten die te maken hebben met de kostprijs. De eerste vraag die met betrekking tot de kostprijs is gesteld is of fruittelers op de hoogte zijn van de kg-opbrengsten en de kosten per afzonderlijk perceel (Figuur 4.5).

Figuur 4.5 Kennis van kg-opbrengsten en de kosten van afzonderlijke percelen.



Opvallend is dat 76% deze kennis niet of slechts gedeeltelijk heeft per perceel. Aan de geënquêteerden is gevraagd of zij op de hoogte zijn van de verschillen in kostprijs tussen de rassen die op het bedrijf aanwezig zijn. De antwoorden staan in Figuur 4.6.

Figuur 4.6 Kennis van verschillen in kostprijs van rassen op het bedrijf.



Bij peer en appel is men over het algemeen op de hoogte tussen verschillen in kostprijs per ras, terwijl dit voor de andere fruitrassen niet geldt. Onder overig is genoemd: akkerbouw en de blauwe bes. Ten slotte geven fruittelers aan met name de kosten van arbeid, bemesting, productie en afzet belangrijk te vinden. De kosten van de productie en mechanisatie worden het meest beïnvloedbaar geacht.

4.2 Resultaten discussie met fruittelers over bedrijfsstructuur en kostprijs

De discussie met de telers over de onderwerpen bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn is gevoerd aan de hand van een aantal stellingen. De stellingen zijn deels gebaseerd op de uitkomsten van de enquête. Hieronder volgen de belangrijkste opmerkingen per stelling.

Van de fruittelers beoordeelt 24% de verkaveling van matig tot slecht. Waarom wordt hieraan ogenschijnlijk weinig gedaan? Wat kunnen de fruittelers doen om deze situatie te verbeteren?

- In het land van Maas en Waal spelen 2 landinrichtingsprojecten. Hierin worden de verkavelingwensen van de fruittelers voldoende behartigd. Het is wel belangrijk om als fruitteler helder je wensen te bepalen en deze door te geven. In dit deelgebied worden geen additionele activiteiten om de verkaveling te verbeteren nodig geacht.
- De gebiedsstructuur is vaak beperkend om te komen tot een betere verkavelingstructuur. Volgens de mening van de fruitteler is zijn eigen grond altijd de beste. Bovendien is de grondprijs erg hoog en kunnen percelen niet gemakkelijk geruild worden omdat er door de fruitteler nogal wat investeringen in gedaan zijn. Doordat de bedrijven steeds met kleine stapjes groeien krijg je een versnipperde uitbreiding en dus een minder optimale bedrijfsstructuur.
- Er speelt in het gebied een ruilverkaveling, maar hiervoor is vanuit de fruitteeltsector weinig animo getoond. Toch biedt de ruilverkaveling kansen, al zal er ook naar bedrijfsverplaatsing gekeken moeten worden om ruimte te scheppen. Mogelijk biedt een ruilverkaveling speciaal gericht op de fruitteelt kansen. Dan moeten er ook financiële middelen zijn voor bedrijfsverplaatsing, al zijn fruittelers erg gehecht aan hun eigen plek.

Is uw bedrijfsstructuur afgestemd op het realiseren van een lage kostprijs? Worden er wel voldoende en bedrijfsgegevens verzameld om dit te kunnen bepalen. Hoe kan de fruitteler een beter beeld krijgen van de mogelijkheden om kosten te besparen? Wat moet hij hiervoor doen en wie heeft hij hierbij nodig?

- Het saldo is belangrijker dan de kostprijs. Er is enige discussie in de zaal over de begrippen kostprijs en opbrengstprijs. Op bedrijfsniveau is de kostprijs makkelijker te beïnvloeden, de afzetprijzen worden door de markt bepaald.
- De opbrengstprijzen komen o.a. via de veiling tot stand. Het is mogelijk om deze op te vragen bij de veiling en zo de resultaten van het eigen bedrijf te vergelijken met andere bedrijven.
- De kosten van sorteren bij de veiling zijn erg hoog. Ook de afzetkosten zijn hoog en hierop heeft de teler geen grip. Er wordt aangegeven dat het moeilijk te bepalen is of het sorteren in eigen beheer tot een hoger saldo leidt. Hiervoor zijn gegevens noodzakelijk.
- Er is een behoorlijk verschil tussen telers in het gebruik van gewasbeschermings- en bemestingsmiddelen. Dit is gebaseerd op de lokale situatie en het 'instinct' van de teler. Het is wel nuttig om de kosten van gewasbescherming, bemesting, sortering en opslag beter in beeld te brengen om zodoende te kijken of er kostprijsefficiënter gewerkt kan worden. Uit een onderzoek bij LEI-studiegroepen (ook bij AccoN) blijkt overigens dat de groep telers met de hoogste input (kostprijs) ook gemiddeld een hoger saldo realiseren, maar kostprijsbewustzijn blijft daarbij van belang. In veel gevallen zal de fruitteler kiezen voor schaalvergroting en intensivering om de kostprijs in de hand te houden. In studiegroepen kan aan dit onderwerp (kostprijs/saldo) gewerkt worden al vraagt het om openheid van de fruittelers en deze is vaak nogal individualistisch ingesteld.

Van de fruittelers wil 24% het areaal uitbreiden met gemiddeld meer dan 5 ha. Hoe kan ervoor worden gezorgd dat er voldoende kavels van een goede omvang, vorm en structuur beschikbaar zijn/blijven? Hoe kan het areaal van stoppende fruittelers voor de sector behouden blijven?

- De verkaveling wordt in de Bommelerwaard als slecht beoordeeld. Er zijn maar weinig goede percelen van meer dan 5 ha te vinden die aan de eisen van de fruitteelt kunnen voldoen. Daarnaast moet in het gebied met de glastuinbouwsector om ruimte geconcurrereerd worden. Ook de ontsluiting is in het gebied niet zo goed, waardoor de glastuinbouw met name gaat zitten op de gronden die voor fruitteelt ook geschikt zijn.
- De fruitteeltpercelen liggen redelijk verspreid in het gebied. Het ruilen van percelen wordt als bezwaarlijk ervaren. Pachten van percelen komt weinig voor.

Er zal dus gekeken moeten worden naar kleinere percelen en naar de spaarzame momenten dat de grond van de buurman beschikbaar komt. Een goede inventarisatie van geschikte percelen kan helpen in combinatie met het ruilen van deze gronden naar fruitteeltbedrijven toe.

4.3 Deskundigen en literatuuronderzoek over bedrijfsstructuur en kostprijs

Verschillende deskundigen hebben uitspraken gedaan met betrekking tot mogelijkheden om het kostprijsbewustzijn te vergroten en de bedrijfsstructuur te verbeteren. Hier worden de belangrijkste opmerkingen puntsgewijs behandeld.

- Om meer inzicht in de kostprijsopbouw te krijgen is het belangrijk om meer bedrijfsgegevens te registreren. Registreren kost tijd, dus er moet een makkelijk en efficiënt systeem van registratie ontwikkeld worden.
- In de KWIN zijn veel bedrijfseconomische gegevens te vinden. Dit zijn gemiddelden (normgetallen) en kunnen dienen als spiegeling voor het eigen bedrijf. De eigen specifieke bedrijfssituatie blijft echter van grote invloed op de cijfers.
- De meeste bedrijven hebben gegevens over de productieomvang, echter deze zijn niet specifiek uitgewerkt voor een ras of perceel. Het bijhouden van de kostprijs en opbrengst per perceel is bijvoorbeeld van belang om te bepalen wanneer een goed moment is om de opstanden te vervangen.
- Een lage kostprijs is geen doel op zich, het gaat om een goed bedrijfsresultaat te behalen. Daarbij moet gekeken worden welke extra inzet van bijvoorbeeld grond- en hulpstoffen tot meer resultaat leiden of bij welke aanplant, rassenkeuze en teelttechniek de grootste marge gerealiseerd kan worden. Ook investeren in afzetkosten kan rendement opleveren. Het gaat dus om bewust een keuze kunnen maken.
- Er is nog steeds een (latente) behoefte aan een goed computerprogramma waarin de belangrijkste bedrijfsgegevens bijgehouden kunnen worden. Met de modernste technieken, zoals een palmtop en barcode-scanner en het automatisch downloaden van gegevens kan dit snel en met minder moeite. Een dergelijk programma/systeem dient ontwikkeld te worden. Het dient ook aan te sluiten op het reeds bestaande programma RegPro.
- Schaalvergroting is noodzakelijk voor het verder beheersen van de kostprijs. Daarnaast kan de plantdichtheid worden vergroot, productie worden verhoogd en de kwaliteit verder worden verbeterd.
- Als bedrijven de slag naar schaalvergroting willen maken kan dat het beste in een gebied met veel ruimte (bijvoorbeeld de IJsselmeerpolders). Het vergroten van het bedrijf dient stapsgewijs te gebeuren in verband met het gevaar van te grote financieringslasten. In de Betuwe is maar zeer beperkt ruimte voor grootschalige bedrijfsontwikkeling.
- Fruittelers onderschatten het voordeel dat ze hebben van grote kavels (bij huis). Grote kavels zijn ook van belang om te komen tot een goede inrichting van de kavel in verband met de watergang en windsingels. Kavels dienen bij voorkeur binnen een straal van 3 km van het bedrijf te liggen.
- Er zijn in het verleden berekeningen gemaakt van de extra kosten die gemaakt moeten worden en/of ruimte die verloren gaat bij een slechte kavelvorm. De taaktijden lopen aardig op bij een slechte kavelvorm en er kan veel ruimte verloren gaan aan kopakkers, windsingels en stroken langs sloten. Bij de selectie van nieuwe percelen en/of de herinplant van bestaande percelen dient hiermee nadrukkelijker rekening gehouden te worden.
- Kostenbesparingen zijn vooral mogelijk in de gewasbescherming. Daarnaast kan meer gebruik worden gemaakt van gezamenlijke werktuigen en machines.
- Met betrekking tot arbeidsbesparing zijn er weinig ontwikkelingen, terwijl dit toch een belangrijke kostenpost is. Dit verdient meer aandacht.
- Het is belangrijk dat de fruitteeler goed doorrekent wat de kosten/opbrengsten zijn van sorteren/koelen/opslag als het in eigen beheer gebeurt en wat de deze zijn als het uitbesteed wordt. Er zou hiervoor een keuzemodel ontwikkeld moeten worden dat ondernemers helpt bij het bepalen wat de beste optie is. Nu gaat men er inde berekeningen nog te veel vanuit dat deze werkzaamheden in de 'lege uren' gebeuren en dus niet/minder betaald hoeven te worden.
- De techniek van koelen is zeer belangrijk voor het resultaat. Dit is een vak apart. Het is de vraag of telers hiervoor voldoende tijd hebben om zich hierin voldoende te verdiepen. Wellicht is het verstandiger om de investeringsruimte te benutten voor areaaluitbreiding.

- Via mechanisatie kan op arbeidskosten bespaard worden, echter er zijn niet veel mogelijkheden. Door het plantsysteem eenvoudig te houden kan veel werk verricht worden door laaggeschoold personeel (goedkoper).
- Investerings worden niet altijd goed van te voren gepland. Dit wordt vaak gedaan op basis van één goed jaar en er is onvoldoende nagedacht over de voor- en nadelen van verschillende investeringsmogelijkheden. Bovendien moeten sommige investeringen (nieuw plantmateriaal) ruim van te voren besteld worden. In veel gevallen hebben fruittelers geen uitgewerkte meerjarenvisie, echter bij investering waarvoor externe financiering noodzakelijk is zal dit wel door de bank gevraagd worden.
- Er is een grotere bedrijfsefficiëntie te bereiken met een goede verkaveling van het bedrijf. Er zouden meer mogelijkheden moeten zijn om fruitteeltbedrijven op te richten op locaties met een goede gebiedsstructuur.
- Vrijwillige kavelruil ligt vaak moeilijk bij fruittelers. Fruittelers die goed zoeken kunnen nog wel kavels vinden, echter dat leidt vaak tot een versnipperde bedrijfsuitbreiding.
- Voor grotere bedrijven wordt het registreren van bedrijfsgegevens steeds belangrijker. Er is behoefte aan een goed en eenvoudig te hanteren programma dat teelt-, oogst- en afzetkosten goed in beeld brengt.
- Fruittelers zijn nog erg terughoudend om met elkaar bedrijfsgegevens uit te wisselen, om zo van elkaar te kunnen leren.
- Ervaringen wijzen uit dat fruittelers in studiegroepen veel van elkaar kunnen leren. Onderling vertrouwen is hierbij van groot belang. Tussen telers worden grote verschillen waargenomen in opbrengsten per kwaliteitsklasse. Hierop kan beter gestuurd worden (teelttechniek) en de economische effecten ervan doorgerekend worden (bedrijfseconomie). Er is weinig interesse bij fruittelers voor bedrijfseconomische zaken, daarom moeten deze zaken bijvoorbeeld gekoppeld worden aan teelttechnische ontwikkelingen.
- Huisverkoop is een optie voor fruitteeltbedrijven die in hun omgeving veel consumenten hebben. Als het professioneel wordt opgepakt kan het aan het bedrijf een substantiële bijdrage leveren. Het kan wel de aandacht van de hoofdtak, het fruitteeltbedrijf, afleiden.
- Via een interactieve website zouden ondernemers informatie moeten kunnen ontvangen over mogelijkheden om de bedrijfsstructuur te verbeteren en tips om hun bewuster te maken van mogelijkheden om de kostprijs te beïnvloeden.

4.4 Aanbevelingen bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn

Op basis van alle informatie over het onderwerp bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn worden de volgende aanbevelingen gedaan:

- De **verkaveling, ligging en vorm van fruitteeltpercelen** zijn van grote invloed op de kostenstructuur van het bedrijf. Het is belangrijk dat op basis van rekenvoorbeelden duidelijk wordt gemaakt wat de voordelen van een goede verkaveling zijn. Bij eventuele verwerving van percelen of bij herinplant kan met deze informatie rekening worden gehouden. Mogelijk kan er een eenvoudig computemodel ontwikkeld worden dat bijvoorbeeld extra taaktijden en rijtijden en verlies aan ruimte berekent bij minder optimale kavelvormen. Met dit model kunnen fruittelers bij verwerving of kavelruil beoordelen welke opties het beste voor het bedrijf uitpakt.
- Uit reacties van fruittelers blijkt dat het steeds moeilijker wordt om goede fruitteeltpercelen te vinden. Voorgesteld wordt dat met ondersteuning van deskundigen een programma van eisen / randvoorwaarden (denk aan rechthoekige vorm, minimale oppervlakte, vlakteligging, aanwezigheid van oppervlaktewater en breedte van ontsluiting) wordt opgesteld waaraan fruitteeltpercelen bij voorkeur dienen te voldoen. Op basis van deze randvoorwaarden kan middels een **kadastraal onderzoek** bepaald worden welke kavels (of combinatie van kavels) in een bepaald gebied aan de vereisten voldoen. De huidige geo-informatiesystemen maken een dergelijk onderzoek eenvoudig mogelijk. Door eventueel ruil of aankoop kunnen deze kavels voor de fruitteelt veiliggesteld worden. Daarnaast moet ook gekeken worden of kavels van stoppende fruittelers ingezet kunnen worden voor het verbeteren van de structuur van de blijvende bedrijven.
- Zeker naarmate de fruitteeltbedrijven groter worden, wordt het belang van een goede **registratie van bedrijfsgegevens** (per perceel) steeds belangrijker. Met name wordt gedacht aan registratie van kentallen over teelt, oogst en afzet. Registratie is momenteel nog complex en tijdrovend.

Een nieuw en eenvoudig systeem van registratie, gebruikmakend van moderne technieken zoals palmtop en barcodescanner, kunnen het registratiewerk vereenvoudigen. Indien gewenst kan bijvoorbeeld met nieuw aangeplante fruitpercelen begonnen worden, zodat het tijdsbeslag beperkt blijft en er ervaring opgedaan kan worden met de waarde van registratie en analyse. Daarnaast is het belangrijk dat een nieuw te ontwikkelen systeem aansluit bij reeds bestaande systemen (bijvoorbeeld RegPro). Bedrijfsgegevens zijn van essentieel belang om te komen tot goede management- en investeringskeuzes.

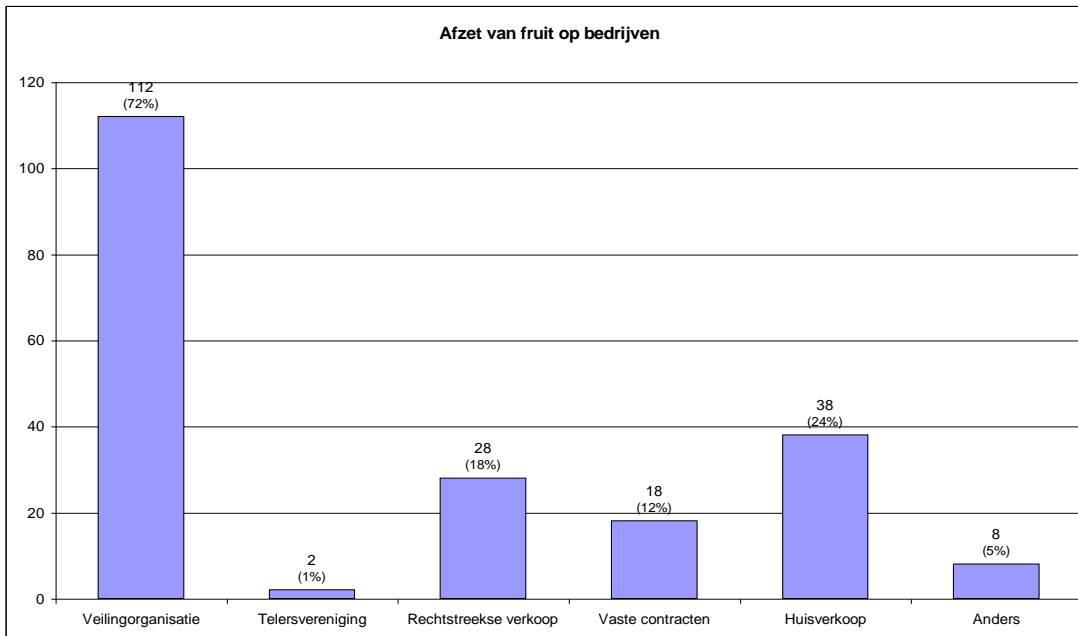
- Er bestaat een behoorlijk verschil tussen ondernemers onderling en zij kunnen veel van elkaar leren. Bovendien biedt de recente versie van KWIN-fruitteelt een schat aan informatie en aan normgetallen. Ondernemers kunnen **op basis van elkaars bedrijfsgegevens of de normgetallen in het KWIN hun eigen bedrijf spiegelen** aan dat van de groep. Gezien de geconstateerde kennishiaten op het bedrijfseconomische vlak bij sommige ondernemers is het van belang dat de sector zich blijft inzetten voor bijscholing. Daarbij dienen cursussen op maat aangeboden te worden en waar mogelijk een koppeling gemaakt te worden tussen teelttechniek en bedrijfseconomie.
- Veel (grotere) bedrijven staan voor de keuze om in eigen beheer te **sorteren/koelen/opslaan** of dit buiten het bedrijf plaats te laten vinden. De voor- en nadelen van eigen beheer versus uitbesteden dient duidelijk in beeld gebracht te worden. Waar mogelijk kan dit ondersteund worden door een computermodel dat de fruitteeler in staat stelt voor zijn eigen situatie een berekening uit te voeren. Ook is het mogelijk een aantal voorbeeldberekeningen op te stellen, die herkenbaar zijn voor de bedrijven waar dit vraagstuk speelt.
- Uit diverse reacties blijkt dat veel fruitteeltondernemers niet over een (uitgewerkte) **meerjaren bedrijfsvisie** beschikken. De basis voor deze visie moet inzicht zijn in de ontwikkelingen op de markt en in de keten. Fruitteelers moeten hierover meer informatie aangereikt krijgen. Met betrekking tot de eigen bedrijfsvisie geven telers aan dat zij wel een visie in hun hoofd hebben en voor een belangrijk deel de bedrijfsbeslissingen op 'gevoel' nemen. Het verdient aanbeveling dat fruitteelers hun visie meer uitwerken en laten toetsen door deskundigen. Een goede ondernemer heeft een groep deskundigen om hem heen verzameld die hem ondersteunt bij het uitwerken en toetsen van de visie. Mogelijk kunnen succesvolle voorbeelden van ondernemers die zich laten bijstaan door deskundigen meer naar voren gebracht worden. Ook dient onderzocht te worden of het mogelijk is een ondernemerscoach voor geïnteresseerde ondernemers beschikbaar te krijgen (in projectvorm).
- In een aantal gebieden spelen herinrichtingen en ruilverkaveling. Het animo van fruitteeltbedrijven om hieraan deel te nemen is beperkt. Toch is het belangrijk dat de ruimtelijke structuur van een gebied en de bedrijfsstructuur van fruitteelt bedrijven blijvend verbeterd worden. Met bijvoorbeeld LNV/DLG dient onderzocht te worden of het mogelijk is **speciale kavelruil/ruilverkavelingen op te zetten voor fruitteeltbedrijven**. Ook bedrijfsverplaatsing zou hier onderdeel van moeten uitmaken.
- Arbeid is een belangrijke kostenpost op veel bedrijven. De **mechanisering en robotisering van de arbeid** staan de laatste jaren nagenoeg stil. Gezien het grote belang van dit aspect is het belangrijk dat hier nadrukkelijk innovatief en praktijkgericht onderzoek plaatsvindt.
- Naast kosten die samenhangen met de bedrijfsstructuur hebben fruitteelers te maken met kosten die uit wettelijke voorschriften en procedures naar voren komen. Deze **hoge kostenomgeving** is een nationaal probleem en dient prominent op de agenda van de landelijke belangenbehartiging te staan.
- Ten slotte hebben reeds veel bedrijven **praktische ervaringen opgedaan met het verbeteren van de bedrijfsstructuur en met kostprijsbewustzijn**. Uitwisselen van tips en ervaringen kunnen andere ondernemers verder helpen. Dit zou kunnen gebeuren door bijvoorbeeld de kennisconsulent maar ook via kennismakelaars (voorbeeld van de melkvee-academie) en via een speciale fruitteeltkenniswebsite (eventueel gekoppeld aan het Fruitteeltpraktijkcentrum).

5 Markt en afzet

5.1 Enquêteresultaten markt en afzet

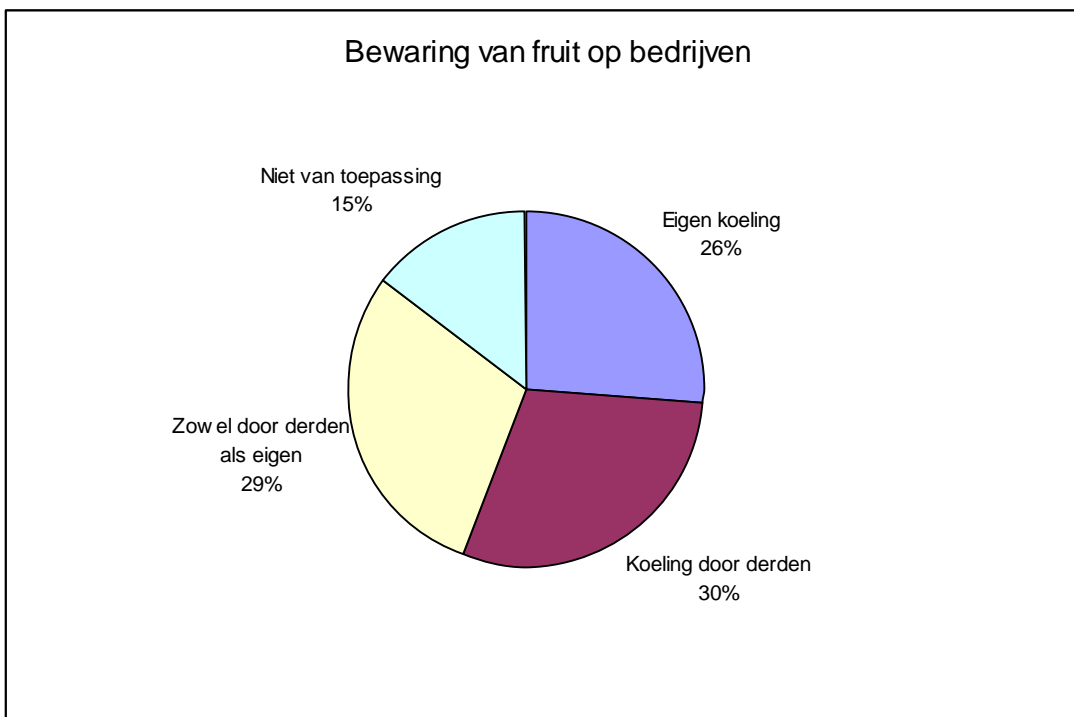
Een belangrijk aspect in de bedrijfsvoering is de afzet. In figuur 5.1 is te zien hoe fruittelers hun product afzetten. In totaal gaven 54 bedrijven aan dat ze twee of meer afzetkanalen gebruiken. Opvallend is nog het lage percentage dat via een telersvereniging afgezet wordt.

Figuur 5.1 Afzet van fruit op de bedrijven



De bewaring en koeling van fruit kan door de bedrijven zelf worden gedaan, door derden of een combinatie van beide (Figuur 5.2). Een aantal bedrijven geeft te kennen dat dit niet van toepassing is. Deze laatste groep verkoopt het fruit reeds op de stam (houtverkoop).

Figuur 5.2 De bewaring/koeling van het fruit op de bedrijven



Aan de bedrijven is de vraag gesteld: waar vindt de sortering van het product plaats? Er waren meerdere antwoorden mogelijk, veel bedrijven maken gebruik van meerdere opties voor het sorteren van fruit. In totaal hebben 140 bedrijven deze vraag ingevuld (zie tabel 5.1).

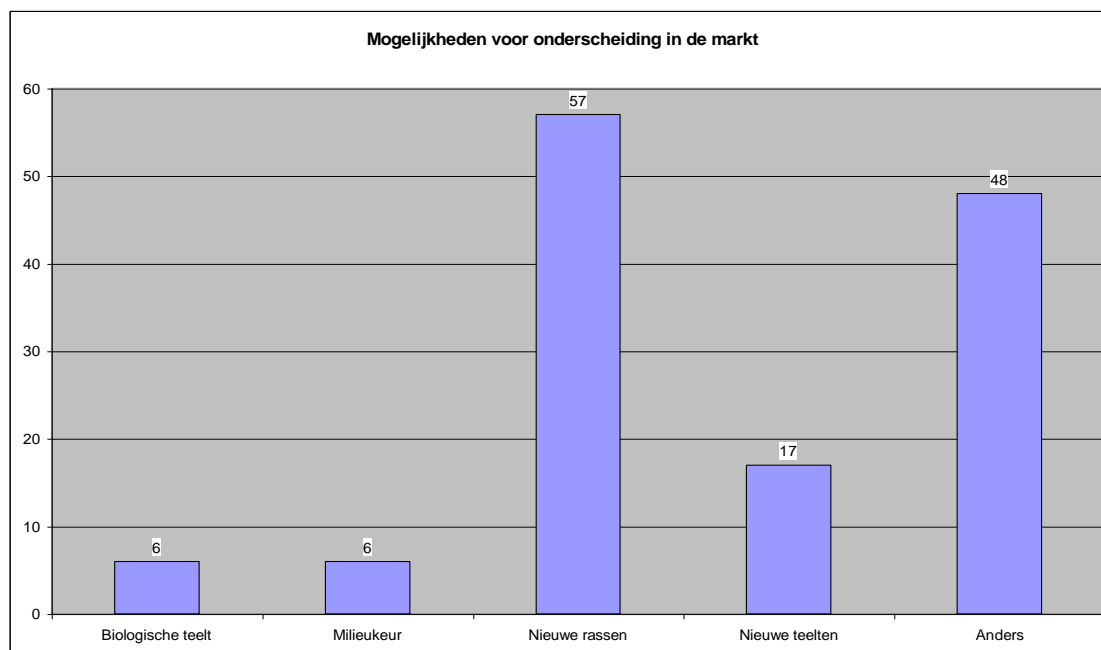
Tabel 5.1 Sortering van fruit op de bedrijven

Sortering van fruit op bedrijven			
	Bedrijven	Percentage	Totaal ha
Eigen bedrijf	61	44%	732
Eigen + sorteer	13	9%	167,7
Eigen + veiling	14	10%	200,2
Eigen + anders	1	1%	10
Eigen + sorteer + veiling	4	3%	67,6
Eigen + sorteer + anders	1	1%	12,5
Sorteer	16	11%	153,6
Sorteer + veiling	3	2%	27
Sorteer + anders	1	1%	7
Veiling	8	6%	65,04
Anders	18	13%	164,88

Een aantal bedrijven geeft aan op een andere manier het fruit te sorteren, namelijk door: bij de koper (5 keer), handel (4 keer), houtverkoop (3 keer), zelf op locatie Ochten van Fruitmasters, bij Fruitmasters, bij collega-fruittelers, verkoop ongesorteerd op nettobasis, celverkoop en door familie.

Voor de continuïteit van het bedrijf is het belangrijk om het eindproducten goed te kunnen afzetten. Dit is onder meer mogelijk door je te onderscheiden in de markt. De ondernemers is gevraagd hoe zij zich in de toekomst willen onderscheiden in de markt met betrekking tot hun product en/of teelt. In Figuur 5.3 is te zien welke mogelijkheden de ondernemers zien om zich te onderscheiden in de markt.

Figuur 5.3 Mogelijkheden die de ondernemers zien om zich te onderscheiden in de markt

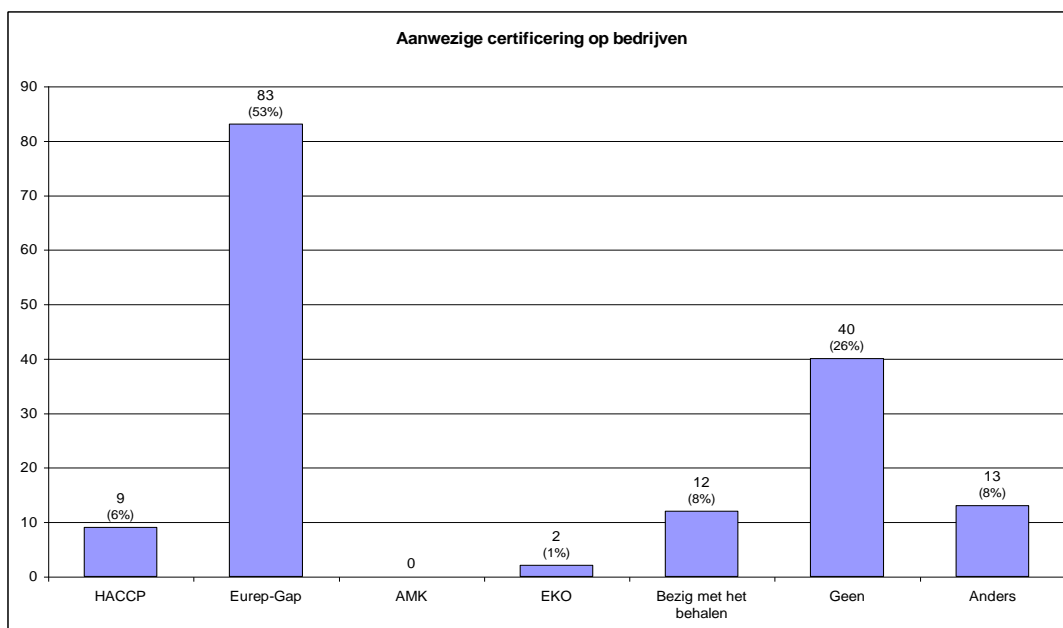


In totaal zien 48 ondernemers andere mogelijkheden. Onder het kopje 'anders' werden de volgende zaken genoemd:

- Een goed kwalitatief product neerzetten (door 20 bedrijven genoemd)
- Inkrimpen
- Binnen bestaande rassen
- Clubras
- Grotere afzet lagere kosten
- Onder eigen naam verkopen, eigen producten zelfstandig afzetten
- Product dicht bij de consument
- Juiste maat/kwaliteit->verhogen middenprijs
- Eurep Gap/Hygiene keur (door 2 bedrijven)
- Certificering in afzet (sortering)
- Producten een garantie meegeven
- Naast de oogst de afzet beter organiseren
- Telen naar vraag
- Koeltechniek.

Samenvattend kan gesteld worden dat nieuwe rassen en een kwalitatief hoogwaardig product de belangrijkste manieren zijn voor telers om zich te onderscheiden in de markt. Aan de telers is gevraagd welke certificeringen er op het bedrijf aanwezig zijn in verband met de afzet. In figuur 5.4 is te zien op hoeveel bedrijven een bepaald type certificering aanwezig is. Meerdere antwoorden waren mogelijk.

Figuur 5.4 Aanwezige certificering op de bedrijven



Wat opvalt is dat alle bedrijven die HACCP-certificering bezitten ook de Eurep-GAP bezitten. Het gaat hier om negen bedrijven. De bedrijven die het Eurep-GAP certificaat bezitten, iets meer dan de helft (53%), leveren bijna allemaal aan de veiling. Geen van de bedrijven bezit een certificering van het AMK-keurmerk. Het EKO keurmerk wordt door twee bedrijven gedragen. Zij leveren aan BPA en de Greenery.

Vervolgens is de ondernemers gevraagd voor welke nieuwe teelten zij belangstelling hebben om zich beter in de markt te positioneren. Daarbij waren meerdere antwoorden mogelijk. In tabel 5.2 staan de uitkomsten overzichtelijk gepresenteerd.

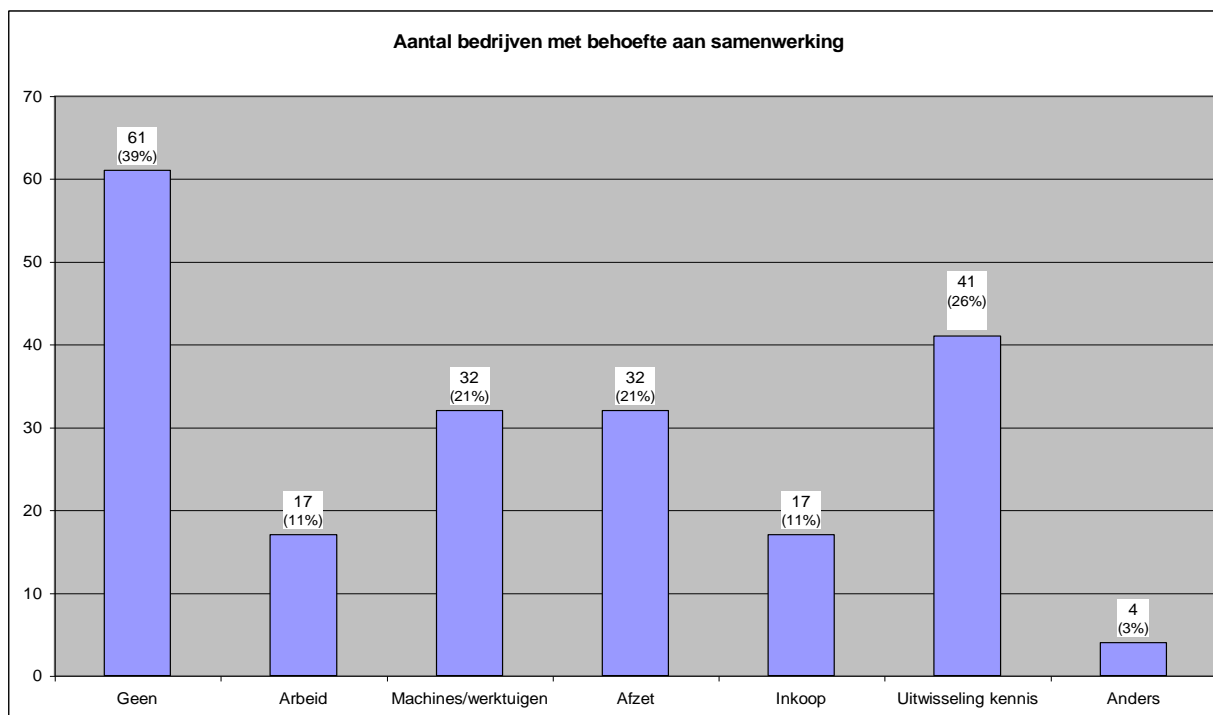
Tabel 5.2 Belangstelling voor nieuwe teelten in aantallen bedrijven

	Inova- rassen	Appel	Peer	Pruimen	Kersen	Bessen	Aardbei	Fram- boos	Bramen	Druiven
Totaal	41	39	35	19	17	11	7	5	4	4

Opvallend is dat er naast de appel- en peerrassen ook veel interesse is in andere fruitsoorten.

Samenwerking kan voor de fruittelers van belang zijn in het verdere voortbestaan. Aan de telers is gevraagd of zij behoefte hebben aan samenwerking en zo ja, op welke terreinen (zie figuur 5.5).

Figuur 5.5 Behoefte aan samenwerking? Zo ja, op welk terrein?



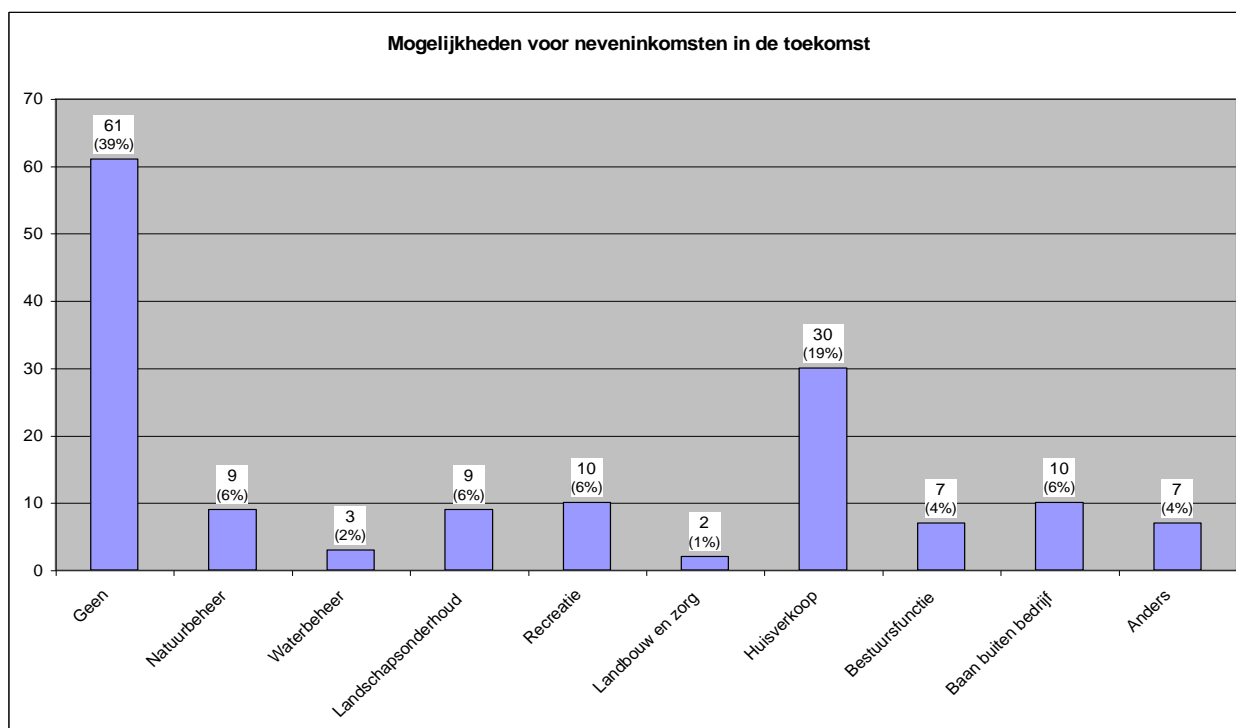
Uitwisseling van kennis wordt gezien als het belangrijkste terrein waar samenwerking wordt gezocht. Ook op het gebied van afzet en machines/werktuigen bestaat veel behoefte in samenwerking. Bijna 40% van de ondernemers heeft geen behoefte aan samenwerking.

Naast de opties die gegeven werden kon men ook "anders" kiezen. De 4 bedrijven die "anders" aangaven, kwamen met de volgende antwoorden:

- Gebeurt al met een andere teler en gebeurt al op afdelingsniveau.
- Er moet veel meer worden samengewerkt maar daar is buiten de glastuinbouw nog bijna niemand rijp voor.
- Nog niet, ligt aan wat de toekomst wordt hieromtrent.
- We werken al samen.

De ondernemers is ook gevraagd of zij plannen hebben voor neveninkomsten en welke mogelijkheden zij zien op dat vlak (zie figuur 5.6).

Figuur 5.6 Heeft u plannen en ziet u mogelijkheden voor neveninkomsten in de toekomst?



Uit de enquête blijkt veel interesse in het ontwikkelen van huisverkoop. Een groep ondernemers ziet kansen in natuurbeheer, landschapsonderhoud en recreatie. Een aantal ondernemers kijkt buiten de fruitsector voor neveninkomsten. Een aantal bedrijven geeft nog andere opties aan, te weten:

- Freelance-werk
- Sappmaken en dergelijke.
- Bedrijf in buitenland
- Niet agrarische activiteiten
- Loonwerk
- Door bedrijfsterreinen te stichten, caravanstalling, functieverandering grond en gebouwen.
- Koeling

5.2 Resultaten discussie met telers over markt en afzet

De discussie met de telers over de onderwerpen markt en afzet is ook gevolgd aan de hand van een aantal stellingen. Deze stellingen waren gebaseerd op de enquêteresultaten. Hieronder volgen de stellingen en de belangrijkste opmerkingen.

Bijna 70% van de bedrijven heeft interesse in nieuwe teelten en ongeveer 30% heeft interesse in nieuwe teelten anders dan appel en peer. Wat is nodig om dit succesvol te telen en in de markt te zetten? Wie of wat heeft u hierbij ter ondersteuning nodig? Hoe moet dit worden georganiseerd?

- Kennis van de teelten is van groot belang. De marktkennis moet van de afzetorganisaties komen. De afzetorganisaties (onder andere Fruitmasters en Greenery) ondersteunen de teler tegenwoordig meer met het geven van marktinformatie.
- Kennis van de teelt kan worden uitgewisseld in studieclubverband. Dit lukt niet altijd door het individualistische karakter van de teler en de neiging om kennis voor zichzelf te houden. De kennisconsulent speelt een rol bij de kennisuitwisseling met betrekking tot nieuwe teelten.
- De telers zijn van mening dat het product zichzelf moet verkopen. Als je maar een goed product hebt, lukt de afzet wel.

- De kleinfruitsector heeft het in 2003/2004 goed gedaan. Voordat men de overstap maakt naar het kleinfruit moet men zich eerst goed oriënteren, eventueel 'stagelopen' en laten bijscholen. Zachtfruit is een specialiteit en is iets geheel anders dan het telen van hardfruit. Bij dit soort 'nichemarkten' is de kans op marktverzadiging vrij groot. Voordat men begint is het van belang dat er al contracten voor de afzet aanwezig zijn. Het is belangrijk dat voor kleinfruit de markt verder ontwikkeld wordt.
- De afzetorganisaties moeten meer investeren in de afzet van het product. De vraag wordt gesteld of een product zichzelf nog kan verkopen, of dat dit door de supermarkten wordt bepaald. Handelshuizen dienen ook meer in het belang van de fruittelers op te treden. Zij moeten uitzoeken wat de markt wil (consumentenonderzoek naar smaakontwikkeling en trends, welke markt/doelgroep vraagt welke smaak) en dit doorgeven aan de telers.
- Momenteel blijft veel winst in de handel zitten. Ketenverkorting is daarop mogelijk een antwoord. Dit vraagt om initiatief van de fruittelers om de markt (retailbedrijven en consumenten) zelf te benaderen. Dat kan men niet alleen, het moet collectief gebeuren en vraagt samenwerking en vertrouwen tussen telers.
- Voordat aan een nieuwe teelt moet worden gedacht, moet eerst goed naar de afzetkant worden gekeken. Daarbij is het belangrijk dat de grote afzetorganisaties erachter staan, dit werkt wel kostprijsverhogend, kijk naar de conceptrassen.
- Voordat telers beginnen moeten ze de kosten en risico's van nieuwe teelten goed in beeld hebben. Dat kan door onderling overleg, kennisuitwisseling, pilots en nagaan hoe een goede kwaliteit geproduceerd moet worden.
- Deze uitwisseling/samenwerking kan plaatsvinden in telersverenigingen. Bovendien kunnen deze verenigingen bijdragen aan het organiseren van de afzet. Ook kan binnen een dergelijke vereniging aandacht worden besteed aan het verdiepen van kennis over specifieke rassen en fruitproducten (niches).
- Er moet meer onderzoek plaatsvinden naar de teelt en de afzet van nieuwe rassen/teelten. Het fruit moet via de veiling stevig in de markt worden gezet en niet versnipperd. Bovendien moet er goede informatie beschikbaar zijn over de teelt zelf. Inova-Fruit doet dit via pilot-bedrijven. Dit wordt als een goede opzet gezien.
- Ook is het mogelijk om te werken via een boomkweker met een goed ras. Dan moet er wel voldoende informatie over dit ras zijn. Er dienen zich momenteel een aantal nieuwe appelrassen aan. Voor telers is het lastig om uit deze rassen de juiste keuze voor de toekomst te maken. Beter is het om gezamenlijk op een klein aantal rassen in te zetten.

Ongeveer 55% ziet mogelijkheden voor neveninkomsten. Wordt dit in de toekomst een belangrijke bron van inkomsten? Moeten nevenactiviteiten worden ondersteund, hoe moet dit gebeuren en door wie?

- Het starten van een nevenactiviteit wordt gezien als iets voor een beperkte groep telers. Je moet van contact met mensen houden (en de tijd er voor nemen) en het plezierig vinden om bezoekers op je bedrijf te hebben. Het wordt ook wel gezien als een andere optie dan schaalvergroting. Als je een nevenactiviteit opzet moet je dit professioneel doen, dan kan het wat opleveren. Het vraagt wel een deel van de investeringsruimte die op het bedrijf aanwezig is. Een nadeel kan zijn dat een nevenactiviteit de aandacht kan afleiden van de hoofdtek: de teelt van fruit.
- Belangrijk probleem bij nevenactiviteiten is het bestemmingsplan. Voor de telers die een nevenactiviteit willen opstarten moet er meer ruimte komen in het bestemmingsplan. Er wordt een aantal ervaringen met (gezamenlijke) nevenactiviteiten uit de regio genoemd (Groene Hart, Ons Erf, Altena Fruit, etc.). Ook het gezamenlijk opzetten van iets met windenergie wordt nadrukkelijk genoemd.
- Huisverkoop wordt gezien als een goede en passende nevenactiviteit die het bedrijf kan versterken. Wel is een ligging in de buurt van een grote groep consumenten noodzakelijk.

5.3 Deskundigen en literatuuronderzoek over markt en afzet

Als onderdeel van het speerpunt 'markt en afzet' is specifiek gekeken naar de succes- en faalfactoren van nieuwe introducties (en innovaties) in de agrarische sector. Hieronder wordt eerst kort ingegaan op een aantal aspecten die met marktintroducties en innovaties te maken hebben en vervolgens wordt ingegaan op de resultaten van gesprekken met ervaringsdeskundigen die betrokken zijn geweest bij het opzetten van nieuwe afzetketens in de agrarische sector.

5.3.1 Achtergronden van innovaties en merkintroducties

Met betrekking tot merkintroducties en innovaties hebben diverse onderzoeken plaatsgevonden. Er worden in de regel zeven cruciale succesfactoren voor een merkintroductie onderscheiden. Hieronder staan deze succesfactoren op volgorde van belangrijkheid.

1. producteigenschappen (relevant, beter, anders)
2. positionering
3. eerste in de categorie
4. inspelen op een maatschappelijke trend
5. merknaam met een relevante, inherente betekenis
6. financiële ondersteuning
7. distributie

Het onderscheidend vermogen van een nieuw fruitproduct kan in één of meerdere van deze categorieën vallen. Het meest belangrijk is daarbij dat eigenschappen van het product anders of beter zijn dan de vergelijkbare producten die nu al op de markt te vinden zijn. Zo kan bijvoorbeeld een nieuw uitziend en/of anders smakend ras worden geïntroduceerd. Ook met de andere categorieën kan rekening worden gehouden, bijvoorbeeld een ras met een nieuwe naam of een ras dat op een extra verantwoorde manier is geteeld en zo inspeelt op de maatschappelijke trend van verantwoord produceren. Het kan zich ook richten op specifieke gezondheidsaspecten (bijvoorbeeld niet-allergeen of een hoog gehalte aan anti-oxydanten).

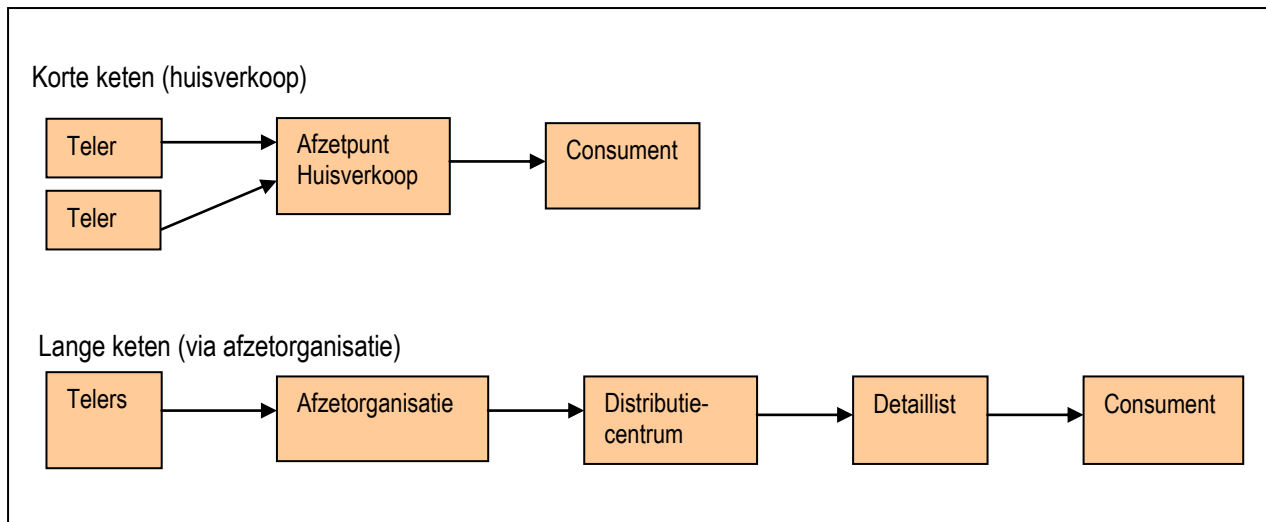
De consument stelt steeds meer en uiteenlopende wensen ten aanzien van zijn voedsel. De producenten moeten (via de detailhandel of in een direct contact) gaan inspelen op de ontwikkelingen van de wensen en de behoeftes van de huidige consument. De consument heeft viertal kernbehoeftes waaraan aandacht geschonken dient te worden.

1. pleasure (uiterlijk, pure kwaliteit, variatie, fun)
2. fitness & wellbeing (functional, natuurlijk/biologisch, vegetarisch)
3. health & sustainability (diet, vitaliteit, uiterlijk)
4. convenience (verpakkingsgemak, gemak in bereiding, ready to eat)

Het is tegenwoordig niet meer voldoende als een product maar aan een van deze kernbehoeftes voldoet. Een product moet minimaal aan twee of drie kernbehoeftes voldoen om bij de consument aan te slaan. Innovaties zijn van belang om met vernieuwingen in te kunnen spelen op deze behoeftes/trends. Innovaties in de agrarische sector worden omschreven als een belangrijke kwalitatieve vernieuwing van het bedrijf waarmee het relatief vooroploopt. Het kan hierbij gaan om nieuwe producten, werkwijzen, machines maar ook bijvoorbeeld het verkopen onder eigen merk of veranderingen in het afzetkanaal. Bedrijven in de melkveehouderij en de fruitteelt scoren op deze aspecten in onderzoek van het LEI in 2000 als het **minst** innovatief van alle soorten landbouwbedrijven. Daarbij is in de periode '95-97 aan bedrijven in verschillende sectoren gevraagd hoe vaak en welk type innovatie zij hebben uitgevoerd. Uit het onderzoek bleek dat het aandeel van koplopers (bedrijven met veel innovaties) in de fruitteelt laag scoorde. In het onderzoek bleek verder dat de agrarische sector in het algemeen niet minder is dan het Midden- en Klein Bedrijf. Sinds '97 is het belang van innovatie binnen de fruitteeltsector nadrukkelijker op de agenda komen te staan. De mate waarin dit zijn weerslag heeft gehad op de fruitteeltbedrijven is onduidelijk. Het blijft echter van groot belang dat bijvoorbeeld ook in de fruitteeltketen gericht wordt ingespeeld op de verandering in wensen van de consument en op de trends naar gezond, gevarieerd, lekker en makkelijk voedsel.

Door onder andere ontevredenheid over het huidige afzetsysteem beginnen nieuwe marktstructuren zich te ontwikkelen. Daarbij spelen telersverenigingen vaak een belangrijke rol. Een onderscheid is te maken tussen telersverenigingen die nog steeds hun afzet regelen via de veiling maar gezamenlijk de belangen van hun product naar voren brengen en telersverenigingen die zich richten op onder andere speciale producten en zelf de afzet regelen. Voordeel van het laatste type verenigingen is dat de keten wordt verkort. Minstens één schakel wordt overgeslagen waardoor meer van de toegevoegde waarde bij de telers kan terechtkomen. Daarnaast hebben deze telers over het algemeen een directer contact met hun klant en dus de consument, waardoor zij beter en sneller in staat zijn op de verandering in vraag van de consument in te spelen. Tenslotte is de afstand waarover het product in de 'korte keten' vervoerd dient te worden aanmerkelijk korter en dit kan de marge verbeteren.

Figuur 5.7 Verschil tussen korte en lange afzetketen



(Bron: PPO)

Een andere manier om de concurrentie aan te gaan is het bewerkstelligen van een gelimiteerde productie en gerichte afzet in een bepaald marktsegment. Een deel van de markt wordt als het ware afgeschermd. Dit kan bijvoorbeeld wanneer de telersvereniging exclusieve contracten weet te sluiten met de zaadfabrikant (bijvoorbeeld Tasty Tom), echter ook constructies in overleg met veilingen zoals reeds bij Inova-fruit zijn mogelijk.

5.3.2 Gesprekken met ervaringsdeskundigen

Om meer inzicht te krijgen in de aspecten die van belang zijn bij marktintroducties en het opzetten van nieuwe afzetketens is overleg gevoerd met een aantal initiatieven die de afgelopen jaren in de voedingstuinbouw in Nederland zijn uitgevoerd.

A) Milieukeuraardbei

Opzet: Als project, gefinancierd vanuit de provincie ontstaan als gevolg van dreigende acties van milieugroeperingen ten aanzien van de teelt van aardbeien. Na enkele jaren is een kleine telersvereniging opgezet welke de productie van de milieukeuraardbei heeft voortgezet (zonder overheidsfinanciering).

Succesfactoren: Eerste jaren gefinancierd en zo een goede mogelijkheid alles op te zetten. Daarna doorgegaan met een klein aantal gemotiveerde telers. Gewerkt wordt aan een nieuwe verpakking die wel onderscheidend is, en de aardbeien langer vers houdt.

Faalfactoren: Niet alleen de telers van de milieukeuraardbei hebben hun productiemethoden aangepast. Ook hun collega's zijn anders aardbeien gaan telen waardoor het onderscheid tussen de 'gewone' aardbei en de Milieukeuraardbei kleiner is geworden.

B) Huisverkoop Jan Robben

Opzet: Jan Robben kweekt in tegenstelling tot andere Nederlandse aardbeientelers diverse rassen aardbeien met een variërende smaak. De aardbeien zet hij af door huisverkoop.

Succesfactoren: De aardbeien hebben allemaal een andere smaak, een smaak die zich onderscheidt van de 'gewone' aardbei uit de supermarkt. Doordat de klanten eerst de verschillende aardbeien kunnen proeven worden teleurstellingsaankopen voorkomen. Daarnaast is er direct producent-klant contact waardoor de producent het verhaal achter de aardbei gemakkelijk op de consument kan overbrengen. Aan de promotie wordt veel aandacht besteed. Huis-aan-huis zijn in de omgeving kleurrijke folders bezorgd met daarin de verschillende aardbeienrassen en hun karakteristieken.

Faalfactoren: De aardbeien kunnen niet als een apart product bij de veiling worden afgezet, die heeft slechts één ras aardbei in de handel. De rassen aardbei die Jan Robben kweekt zijn niet exclusief voor hem. In principe kan elke kweker met deze aardbeien aan de slag en kan er dus regionale concurrentie gaan optreden.

C) Tasty Tom

Opzet: Als gevolg van de Wasserbombenaffaire zijn enkele vooruitstrevende telers, na een jaar van 'gewone' trostomaten telen in overleg gegaan met ENZA-Zaden. Met ENZA is een contract gesloten waarbij is afgesproken dat het ras Campari exclusief aan de genoemde telersvereniging wordt geleverd.

Succesfactoren: De Campari tomaat onderscheidt zich door zijn zeer goede smaak. Een grote en nog steeds doorlopende promotie-actie heeft deze tomaat blijvend onder de aandacht van het publiek gebracht. Door de Wasserbombenaffaire was er in het begin grote aandacht van de landelijke media en zodoende heeft de nieuwe tomaat veel aandacht gekregen. De concurrentie is beperkt, Campari wordt exclusief aan deze telers geleverd en weinig tomatenrassen kunnen met de unieke smaak concurreren. De afzet gaat volledig via de veiling en over het algemeen kan een meerprijs worden bereikt. De telersvereniging is klein en blijft dit ook, ieder heeft hierin zijn eigen specialiteit. Er wordt zeer veel tijd in de vereniging gestopt en ook in de promotie. Vele Tasty-Tom promotieartikelen zijn te vinden en elke zaterdag wordt er gepromoot. Daarnaast is op ieder bakje tomaten de merknaam te vinden. Handelstechnisch heeft de vereniging een redelijk soepele instelling, er wordt met verschillende grootwinkelbedrijven zaken gedaan.

Faalfactoren: Vertrouwen staat aan de basis van het succes van een telersvereniging. De vereniging wordt dan ook bewust klein gehouden en bij eventuele uitbreiding wordt zeer voorzichtig gehandeld. Look-a-like concurrenten (de tomaatjes lijken op de Tasty Toms maar smaken anders) kunnen het succes kopiëren en onder de prijs hun look-a-like's afzetten. Hierdoor ontstaat prijsdruk.

D) Betuwe-framboos

Opzet: Vanuit PPO is een onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van het opzetten van een keten (zowel regionaal als nationaal) voor de zogenoemde Betuwe-framboos.

Succesfactoren: Er is bereidheid tot deelname geconstateerd bij zowel telers als ondernemers voor de afzet. Nieuwe markten kunnen worden aangeboord en zo kan een nieuwe productketen worden opgezet. Door onderscheidend verpakkingsmateriaal kan de Betuwe-framboos herkenbaar in de markt worden gezet. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een korte afzetketen.

Faalfactoren: In algemene zin wordt er nog niet vraag-/consumentgericht geproduceerd in de fruitteeltketen. Het ondernemerschap van de kleine fruitteler is daar nog niet op gericht. De fruittelers produceren voor de afzetorganisatie of de coöperatie en produceren wat deze organisaties vragen. Door weinig tijd, initiatiefnemers en geldstromen is de Betuwe-framboos-keten tot nu toe niet tot stand gekomen. Er liggen wel mogelijkheden.

E) Mergellandfruit

Opzet: Begonnen vanuit een coöperatie in Zuid-Limburg. Vervolgens samengegaan met veiling ZON. Nu werkend vanuit Veiling Zuid-Limburg. Het idee was om een product te koppelen aan de streek van herkomst. Limburg staat bekend om zijn lössgronden. Een fruitproduct (hardfruit) geteeld op lössgrond is over het algemeen van zeer goede smaak en van goede houdbaarheid. Ideeën zijn er nog voor verdere ontwikkeling van de Milieukeur productie. Aardbeien, kersen en pruimen vallen voorsnog niet onder het concept Mergellandfruit.

Succesfactoren: Goede smaak, goede houdbaarheid. Het is een product uit een bepaalde streek (Zuid-Limburg) maar vindt ook een goede afzet in geheel Nederland en Duitsland. Het product heeft een aparte kistkaart met opvallende kleuren en is zo duidelijk herkenbaar. Binnen de handel en de telers heeft het product intussen een goede bekendheid.

Faalfactoren: Momenteel is de prijsconcurrentie in de grootwinkelbedrijven groot. Hierdoor is een meerprijs moeilijk te realiseren. Voordeel van het grootwinkelbedrijf is dat de vermarkting goed is (veel klanten) en het product snel wordt gekocht. Mergellandfruit mag blijven leveren waar anderen afvallen. De aparte tak van productie, milieukeur, binnen Mergellandfruit is tot nu toe geen groot succes, hoewel de productie van Milieukeurhardfruit beter gaat in Zuid-Limburg dan in de meeste andere delen van het land. Toch is een meerprijs, die nodig is in verband met de hogere kosten, voorsnog niet haalbaar.

5.3.3 Gesprekken met marktpartijen

Tijdens de uitvoering van het project is met een aantal partijen over de ontwikkeling van de markt en de afzet van Nederlands fruit gesproken. Daarbij kwamen de volgende punten naar voren:

- Kwaliteit, snelle en betrouwbare leverbaarheid van fruit zijn belangrijke aspecten voor de handel. Zorg dus vanuit Neerland dat er alleen maar goede producten op de markt komen. Bouw een goed imago van het product op en zorg door samenwerking voor voldoende volume.
- Fruittelers hebben vaak eigen opslag. Gebruik dit om het aanbod te reguleren, maar blijf wel verkopen (dus niet te veel opslaan over langere perioden). Er is een groot gevaar dat de eigen voorraden de handel en de nieuwe oogst in de weg gaan zitten.
- Binnen Europa is het van belang om eigen rassen te blijven ontwikkelen, eigen kwaliteitsstandaards te hebben en vooral de controle over de eigen thuismarkt te behouden.
- Polen was traditioneel meer op Rusland gericht. Er is daar een groot fruitproductiepotentieel en een groot areaal. Zodra daar het sortiment en kwaliteit verbeteren wordt dit een geduchte concurrent.
- Het sterke punt van Nederland is dat de handel zeer goed georganiseerd is. Het wordt ook wel 'draaischijf' van de (Europese) agrarische handel genoemd. Logistiek (op- en overslag) zijn goed georganiseerd en marktpartijen weten elkaar snel te vinden. Vanuit Nederland heeft men toegang tot vele markten. Dit voordeel moet benut blijven. De sector kan hier haar voordeel mee doen.
- De kracht van supermarkten is de kennis van het presenteren van het product en dit op een zeer kostenefficiënte manier. De fruitteeltsector vindt echter dat medewerkers van supermarkten meer moeten weten over de kwaliteit en het bewaren van fruit. Supermarkten worden voor het aanleveren van fruit en groente ondersteund door foodproviders die de handel en logistiek organiseren. Het komt voor dat supermarkten deze rol zelf willen vervullen, maar het is niet waarschijnlijk dat ze de functies blijvend zullen overnemen.
- Voor de toekomst van de fruitteelt in Nederland is het van belang dat er een denktank komt van alle belangrijke (fruitteelt)partijen die leiding geven aan het verdere ontwikkelingsproces van de Nederlandse fruitteeltbusiness. De NFO kan hierin een belangrijke trekkende rol spelen.
- Het is belangrijk dat de fruittelers een keuze maakt: of voor nieuwe apperassen in samenwerking met de veiling/afzetorganisatie of voor de vrije rassen (zonder licentie).
- De productiekosten van bijvoorbeeld Elstar liggen op 50 tot 55 eurocent per kg. Door een goede kostenbeheersing is daarop maximaal 5 cent te besparen. Momenteel liggen de afzetprijzen lager. In de toekomst zullen de afzetprijzen van dit soort rassen (zonder licentie zoals Elstar en Jonagold) door internationale concurrentie onder druk blijven.
- Kanzi en Greenstar zijn conceptrassen. Doordat dit 'clubrassen' zijn is het voor een deel een beschermde markt, hierdoor kan mogelijke overproductie en prijsdruk worden voorkomen.

- Het wordt steeds belangrijker om marktgericht te produceren. Fruitmasters is bijvoorbeeld categoriemanager bij een aantal Scandinavische retailbedrijven. Op die manier zitten afzetorganisaties dicht bij de markt (consument). Zij moeten er voor zorgen dat het fruit in deze winkelketens het benodigde rendement per m² oplevert.
- De algemene ontwikkeling is dat er minder via de klok gehandeld wordt en meer via de commerciële handel. Een andere tendens is dat een groter volume fruit fysiek via het veilingcomplex vervoerd wordt. Retailers vragen meer combinatievrachten (verschillende soorten fruit op één vrachtwagen). Er vindt minder transport plaats direct van de opslag van de teler naar de retail. De grote retailbedrijven hebben de voorkeur om de handel en logistiek uit te besteden, echter, zij willen tegelijkertijd niet afhankelijk worden van één afzetorganisatie. Er wordt op Europees niveau wel een opschaling van de afzetorganisaties verwacht (dus ook minder in aantal).
- Punt van aandacht is om te onderzoeken of fruit ook anders kan worden aangeboden. Bijvoorbeeld als een 'trendy snack'. De afzetorganisaties kijken nadrukkelijk naar mogelijkheden om op deze wijze meer toegevoegde waarde aan het product toe te voegen. Ook door bijvoorbeeld fruit te (her)verpakken kan extra toegevoegde waarde worden gegenereerd.
- Uitbreiding van fruitteeltgelieerde bedrijven en het ontwikkelen van locaties waar fruitteeltbusinessbedrijven (handels, toeleverende en verwerkingsbedrijven) zich gezamenlijk kunnen (her)vestigen is een belangrijk punt. Buiten het Rivierengebied zijn Barendrecht en Grubbenvorst hiervan succesvolle voorbeelden. Ook valt op dergelijke locaties te denken aan gezamenlijke koelcellen voor opslag van fruit van en door fruittelers. Door de samenwerking tussen deze bedrijven te stimuleren kan Midden Nederland een belangrijke draaischijf voor de fruithandel blijven. Verwerkers van fruit zijn belangrijk in de fruitteeltketen. Zij zijn in het gebied aanwezig, maar er is meer ruimte en mogelijkheden voor samenwerking. Schakels van de keten kunnen elkaar versterken.
- Het is belangrijk dat ook de kwekers van het uitgangsmateriaal voor de fruitteelt in het gebied aanwezig zijn en blijven. Daardoor kunnen rassen ontwikkeld worden die het goed in het gebied doen en kan de bijbehorende teeltinformatie snel worden overgedragen.
- De Wageningen Universiteit en Researchcentrum (WUR) en gelieerde instellingen worden als belangrijke kennis- en innovatiespelers genoemd. Hiervan moet blijvend gebruik worden gemaakt. De telers moeten duidelijk maken op welke gebieden onderzoeksresultaten en innovaties noodzakelijk zijn.
- Het is belangrijk dat er een goede ondersteuning is bij de introductie van de nieuwe rassen en bij innovaties. Dat zal soms individueel moeten en soms in groepsverband. Belangrijk is dat er een enthousiaste voortrekker per groep aanwezig is.

5.4 Aanbevelingen markt en afzet

Voor de fruittelers in Midden Nederland is een goede afzet en het ontwikkelen van nieuwe producten en afzetmarkten van groot belang. Het verdient dan ook aanbeveling om hieraan extra aandacht te blijven besteden. Dat leidt tot de volgende aanbevelingen:

- Gezien de te verwachten ontwikkeling in meer geïntegreerde ketens in de fruitteelt zal van ondernemers verwacht worden dat ze nadrukkelijker een keuze gaan maken voor welke keten zijn mogen/kunnen produceren. Naast deze geïntegreerde ketens zal er ook een BVO- en huisverkoopcircuit blijven bestaan. Het is van belang dat de fruittelers een **weloverwogen keuze kunnen maken voor welk afzetkanaal geproduceerd gaat worden**. Dat betekent dat vanuit belangenbehartiging informatie aangereikt dient te worden m.b.t. ontwikkeling van afzetketens en de overwegingen die daarbij door een fruitteler gemaakt dienen te worden. Dit kan door het organiseren van discussiebijeenkomsten maar ook in de vorm van artikelen en nieuwsbrieven.
- Een belangrijk deel van de afzet van fruit loopt via de veilingen en via het grootwinkelbedrijf. Voor de meeste telers zal ook in de toekomst deze afzet het meest bepalend blijven. Fruittelers zullen nadrukkelijker met hun afzetorganisaties afspraken moeten maken over voor welke afzetmarkt zijn willen produceren en aan welke voorwaarden het product voor deze afzetmarkt dient te voldoen. **Er dient intensiever tussen afzetorganisatie en teler gecommuniceerd te worden over ontwikkelingen en trends in de afzetmarkten en afspraken over de verschillende rollen en verantwoordelijkheden gemaakt worden**. De afzetorganisatie zal, als zij ook als 'foodprovider' gaat optreden, meer invloed krijgen op wat er uiteindelijk in de schappen van het grootwinkelbedrijf komt te liggen.

Hierdoor wordt het beter mogelijk om langdurige afspraken in de keten te maken en meer marktgericht te produceren. Vanuit de fruitteeltsector kunnen partijen die (nieuwe) geïntegreerde ketens willen ontwikkelen bij elkaar gebracht worden.

- In de toekomst zal een verdere opschaling van de afzetkanalen plaatsvinden. De individuele teler ziet zijn positie in de keten (en het deel van de toegevoegde waarde dat hem toekomt) onder druk staan. Het oprichten van **telersverenigingen** lijkt een goed instrument om aan de kant van de telers de krachten te bundelen, meer volume te creëren, en nadrukkelijker onderhandelingspartner voor marktpartijen te blijven/worden. Bij telersverenigingen is het belangrijk dat er veel onderling vertrouwen is, dat er helderheid over de gezamenlijke doelstelling is en dat kosten en opbrengsten op een transparante wijze verdeeld worden. Vanuit de sector dient ondersteuning geboden te worden aan telers die willen samenwerken in de afzet.
- De fruitteelt in Midden Nederland zal zich in belangrijke mate moeten richten op fruitrassen die aansluiten bij consumententrends en waarmee minder concurrentie uit andere (lage-lonen) landen is te verwachten. Dit betekent dat voortgegaan moet worden op de weg van het **ontwikkelen van nieuwe rassen**, die waar mogelijk door licenties beschermd worden. De nabije aanwezigheid van het Fruitteeltpraktijkcentrum en wetenschappelijke instituten die zicht op consumententrends hebben is een groot voordeel voor de fruitteelt in Midden Nederland. Deze mogelijkheid kan meer benut worden.
- Naast het ontwikkelen van reguliere nieuwe rassen dient er aandacht te zijn voor **rassen met specifieke inhoudsstoffen**. Verder onderzoek dient gedaan te worden naar bijvoorbeeld gezondheidsaspecten van de consumptie van fruit. Hierbij valt te denken aan het gezamenlijk ontwikkelen (in licentie) van nieuwe fruitsoorten en fruitproducten die specifieke gezondheidseigenschappen hebben. In overleg met de Universiteiten in Wageningen en Nijmegen en met de praktijkkennis van PPO Fruit/PRI is het mogelijk kansrijke toepassingen van 'fruitderivaten' te onderzoeken en hier in Midden Nederland ketenpartijen bij te zoeken.
- Bij de succesvolle introductie van nieuwe rassen is een goede productkwaliteit allang niet meer voldoende. De consument hecht naast een goede smaak en vorm ook waarde aan het gemak, de verpakking en beleving van het product. Een onderscheidende verpakking welke gemakkelijk hersluit en het product lang vers houdt is een voorbeeld van het inspelen op deze consumentenwens. Om de consument bekend te maken met het nieuwe product is een goed opgezette promotiecampagne nodig. Het nieuwe product, zijn naam en zijn kenmerken moeten op een herkenbare wijze onder de aandacht van de koper worden gebracht. De investeringen en de doorlooptijd die gemoeid gaan met de introductie van een dergelijk product gaat veelal de draagkracht van individuele bedrijven te boven. Het is belangrijk dat **de sector en/of ketenpartijen de ontwikkeling van nieuwe rassen/producten gezamenlijk dragen**. Hierin kan de Nederlandse fruitteelt zich onderscheiden van andere Europese landen.
- De fruitteeltsector wordt gezien als een van de minst innovatieve agrarische sectoren in Nederland. Op het gebied van **snacks en kant-en-klaarmaaltijden** wordt nog maar beperkt gebruik gemaakt van fruitproducten. Gezien de verdere ontwikkeling van de consumptie in deze beide voedseltypen, en de daarmee samenhangende marktkansen, is het van groot belang dat de fruitteelt zoekt naar mogelijkheden en innovaties om in deze segmenten nadrukkelijker aanwezig te zijn. In het midden van Nederland komen verschillende bedrijven voor die zich met de ontwikkeling van snacks en kant-en-klaarmaaltijden bezighouden. De sector dient samen met onderzoeksinstituten contact met deze agrofood-bedrijven te zoeken.
- Een behoorlijke groep telers geeft aan interesse te hebben in het opzetten of uitbreiden van **huisverkoop**. Bij huisverkoop is er sprake van direct producent-klant-contact en kan de keten aanzienlijk verkort worden. Bovendien is het via huisverkoop het veel eenvoudiger om het verhaal achter het product (of de verschillende rassen) te verkopen. Hierdoor herkent de consument het product beter en is hij eerder geneigd tot een herhalingsaankoop. Huisverkoop vraagt veel tijd en aandacht en er is slechts een beperkte afzet (klantenkring) mee te bereiken. Het opzetten van huisverkoop vraagt om een gedegen marktonderzoek en een professionele voorbereiding. Vanuit de sector dienen de ondernemers ondersteund te worden bij de afweging van het opstarten van huisverkoop en het eventueel opzetten van het verkooppunt.

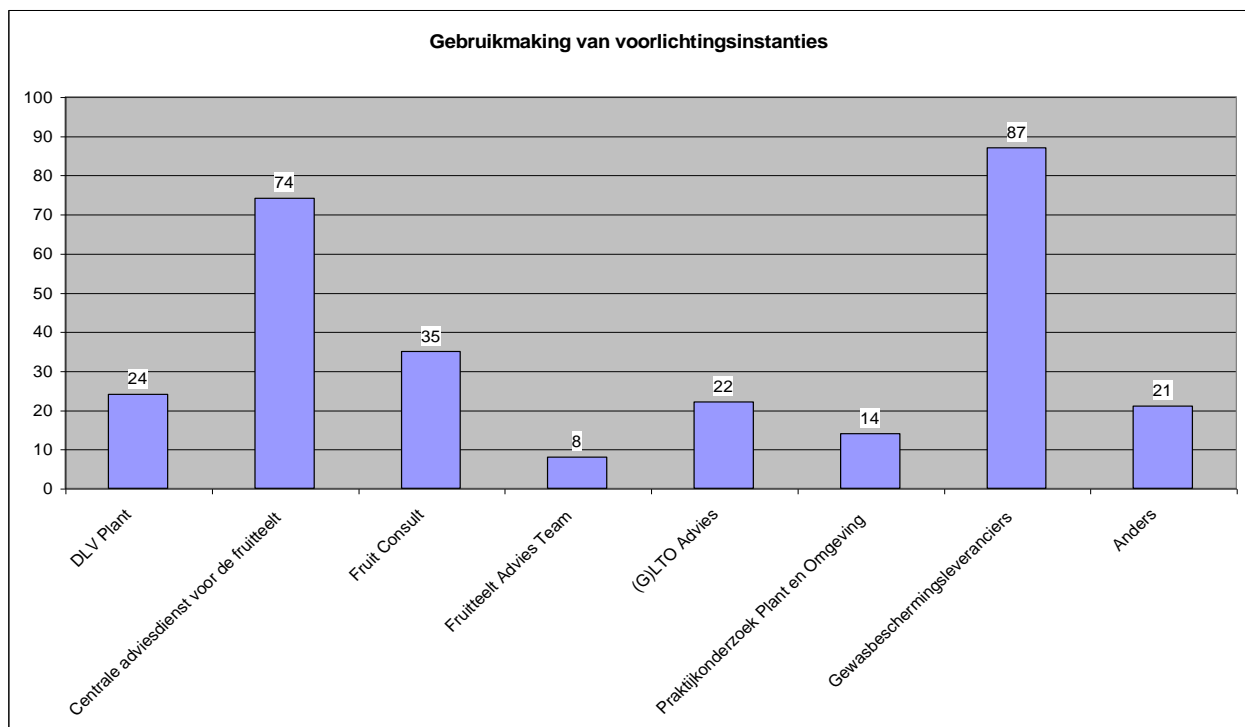
- Naast huisverkoop kan er door (groepen) telers ook gezocht worden naar **nieuwe afzetkanalen** of nieuwe product/markt combinaties. Te denken valt aan afzet bij evenementen, tankstations, pretparken of andere ondernemingen/activiteiten waar veel mensen zijn. Voor de 'Betuwe framboos' zijn reeds dergelijke innovatieve afzetkanalen onderzocht. De fruitteeltsector kan met marktpartijen en geïnteresseerde telers onderzoeken welke alternatieve afzetmogelijkheden kansen bieden.
- Uit de enquête blijkt dat er bij een groep fruittelers interesse leeft om **neveninkomsten** te ontwikkelen. De fruitteelt heeft met haar 'bloesemimago' mogelijkheden om ook uit recreatieve en landschappelijke activiteiten inkomsten te genereren. Daarnaast biedt natuurbeheer voor een aantal ondernemers perspectief. Het verdient aanbeveling om deskundigheid (mogelijk in projectverband) beschikbaar te stellen die fruittelers in staat stelt deze nevenactiviteiten op een profijtvolle wijze te ontwikkelen.
- De fruitsector in Midden Nederland kan haar voordeel doen met de nabije aanwezigheid van een 'logistieke draaischijf in de fruithandel' en de internationale fruitstromen die daarmee samenhangen. Gelieerd aan de fruitveilingen in Midden Nederland is het mogelijk om een '**fruitport**' te ontwikkelen waar handel, logistiek, verwerking en vermarkting van fruit zich concentreren. De eerste aanzetten zijn reeds gedaan voor het verder ontwikkelen van dit fruitport-concept. Het verdient aanbeveling om de waarde van deze Fruitport voor de fruitteeltsector in Midden-Nederland verder te onderzoeken.

6. Kennisdoorstroming en -toepassing

6.1 Enquêteresultaten kennisdoorstroming en -toepassing

Een van de factoren waarin de Nederlandse fruitteelt zich kan onderscheiden, ten opzichte van minder ontwikkelde landen, is de ontwikkeling van hoogwaardige fruitteeltkennis en een snelle doorstroming en toepassing van deze kennis. Hoogwaardige en praktisch toepasbare kennis over fruitteelt, rassen, kwaliteit, verwerking en handel/afzet is een cruciale succesfactor voor de Nederlandse fruitteeltsector. In de vragenlijst die onder de fruittelers in Midden Nederland verspreid zijn is dan ook specifiek naar zaken betreffende kennismanagement gevraagd. Onderdeel van dit kennisstructuur zijn advies- en voorlichtingsinstanties. In Figuur 6.1 staan de belangrijkste advies- en voorlichtingsinstanties waarvan fruittelers gebruik maken.

Figuur 6.1 Gebruikmaking van voorlichtingsinstanties

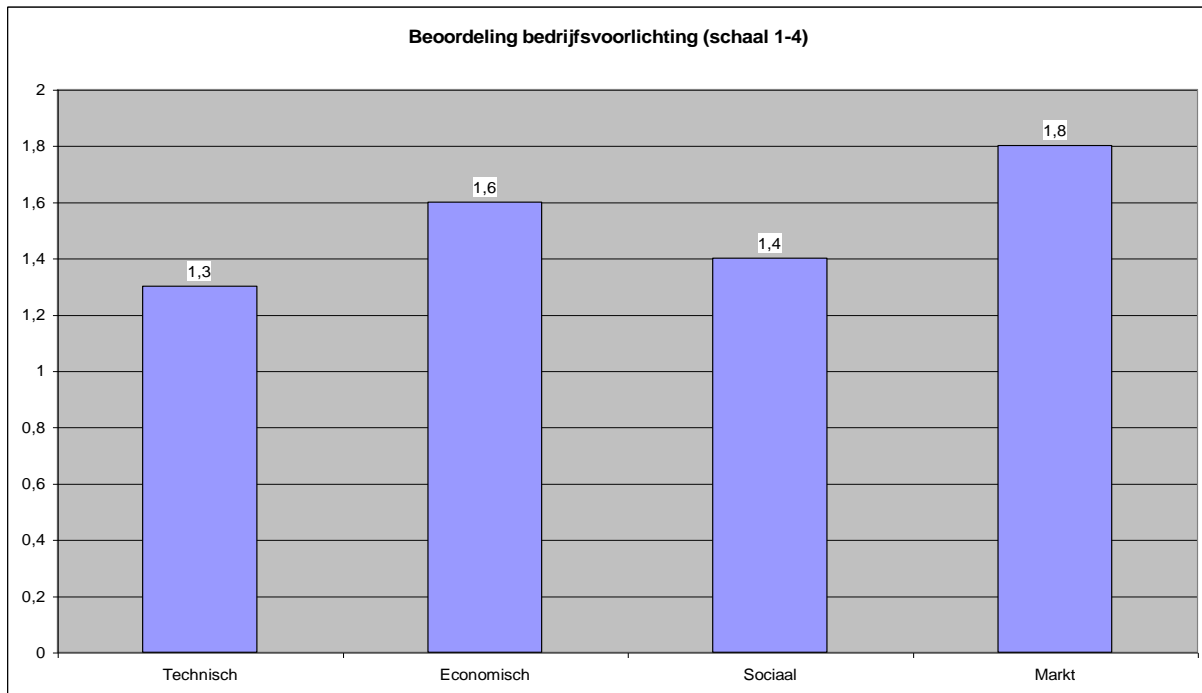


Daarnaast maken de telers gebruik van 'andere' voorlichtingsinstanties:

- Fruitmasters, veiling
- Door handelgedeelte een breed inzicht in handel, teelt en afzet in Europa.
- Proeftuin Meerle, België
- Diverse bijeenkomsten
- LUCEL
- AccoN
- Collega -fruittelers (meerdere malen genoemd)
- Studieclubs, vakliteratuur
- Perenwerkgroep en afdelingsbijeenkomsten
- Vakbladen o.a. Fruitteelt, Agrarisch Dagblad, etc.
- Vakliteratuur en internet
- Croppings
- LaMi (project provincie Utrecht)
- NTO
- Via familie

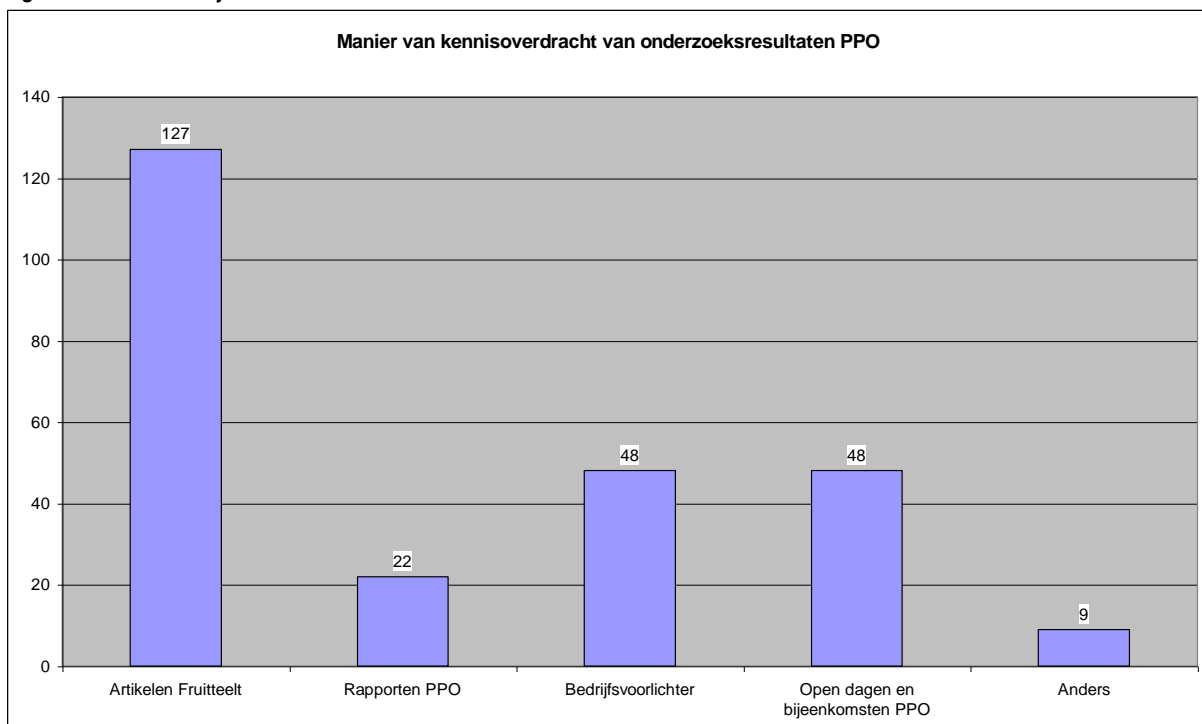
Gevraagd is om de kwaliteit van de bedrijfsadvisering en -voorlichting te beoordelen op 4 thema's: technisch, economisch, sociaal en de markt. De resultaten staan in figuur 6.2 en daarbij valt op dat de advisering over marktontwikkelingen als het minst goed beoordeeld wordt.

Figuur 6.2 Beoordeling bedrijfsvoorlichting (1 = goed en 4 = slecht)



In figuur 6.3 staan de belangrijkste manieren waarop de fruittelers kennis nemen van de onderzoeksresultaten van PPO-Fruit. Artikelen uit de Fruitteelt hebben een vooraanstaande rol bij informatie-overdracht. Daarnaast zijn de bedrijfsadviseur en de opendagen van belang.

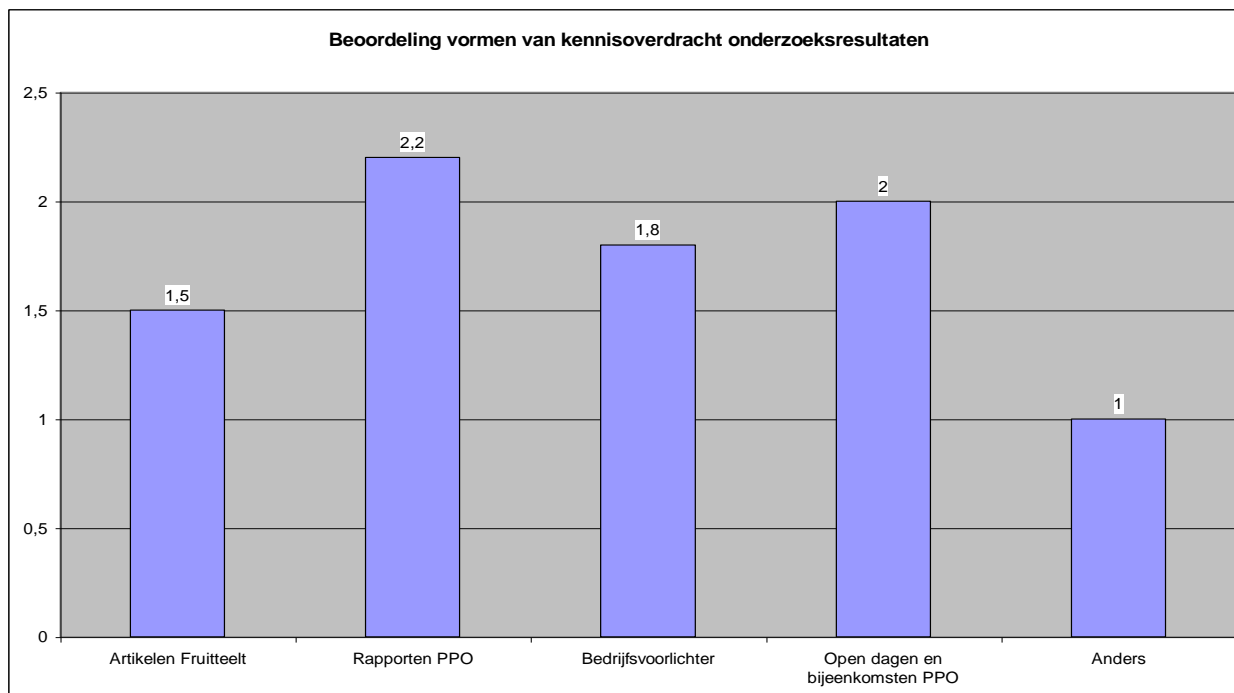
Figuur 6.3 Wijze van kennisoverdracht van onderzoeksresultaten PPO



Daarnaast is onder 'anders' een aantal andere manieren genoemd, te denken valt aan: telefonisch en zelf direct contact opnemen, van leveranciers, uit de perenwerkgroep, via projecten zoals LaMi, NFO kringen en Telen met toekomst. Een enkeling geeft aan dat uit PPO weinig nieuws naar buiten komt en dat er twijfel is over het nut van de resultaten.

In figuur 6.4 staat de beoordelingen van de fruittelers op wijze van kennisoverdracht. Deze komt overeen met de mate waarin men gebruik maakt van een bepaald type overdrachtsmedium. Eén bedrijf heeft anders ingevuld en beoordeelt de kennisoverdracht door collega-fruittelers als goed.

Figuur 6.4 Beoordeling van de vormen van kennisoverdracht van onderzoeksresultaten (1= goed, 4 = slecht)



Om een beeld te krijgen van de informatie die fruittelers van het onderzoek verwachten is hen daarnaar gevraagd. De resultaten staan in tabel 6.1. Ter informatie: gevraagd is om twee antwoorden te omcirkelen.

Tabel 6.1 Verwachtingen van fruittelers omtrent de resultaten van het fruitteeltonderzoek

Verwachting omtrent resultaten fruitteeltonderzoek	
Praktijkgericht advies	109
Duidelijke weergave resultaten	97
Gedetailleerde achtergrondinformatie	18
Beschrijving van opzet onderzoek	11
Anders	6

Onder "anders" werden genoemd: overzicht reële kosten, zelfstandig nieuwe soorten ontwikkelen, praktijkgericht onderzoek, kort en bondig, onafhankelijk onderzoek en economisch verantwoord. Tenslotte verwacht men graag ja dan nee antwoorden/aanbevelingen (heldere uitspraken).

Aan de fruittelers is gevraagd om de onderzoeksresultaten van PPO te beoordelen, zie tabel 6.2., waarbij toch nog en behoorlijk aantal ondernemers aangeeft dat de informatie niet toepasbaar in de praktijk is of in het specifieke geval van de respondent niet interessant is.

Tabel 6.2 Beoordeling onderzoeksresultaten PPO

Beoordeling onderzoeksresultaten PPO	
Nuttige achtergrondinformatie	50
Informatie toepasbaar in praktijk	44
Informatie niet toepasbaar in praktijk	28
Voor mij niet interessant	20

In tabel 6.3 staan gegevens omtrent hoe vaak men gebruik maakt van de onderzoeken. De fruittelers is gevraagd om 7 onderzoeksgebieden te beoordelen op een schaal van 1 = vaak tot 4 = nooit.

Tabel 6.3 Frequentie gebruikmaking van onderzoeksresultaten op verschillend gebied (schaal 1 = vaak, 4 = nooit)

Frequentie gebruikmaking van onderzoeksresultaten	
Gewasbescherming	1,6
Bodem en bemesting	1,9
Teeltsystemen	2,1
Rassen	2,1
Koeling en bewaring	2,3
Mechanisatie	2,3
Economie en arbeid	2,3

Met name de onderzoeksresultaten op het gebied van gewasbescherming en bodem en bemesting worden het meeste gebruikt. In tabel 6.4 staan de antwoorden die de telers hebben gegeven op de vraag welke suggesties zij hebben om de artikelen in de vakbladen over de onderzoeksresultaten te verbeteren.

Tabel 6.4 Het aantal bedrijven dat een suggestie ter verbetering genoemd is

Suggesties om bereikbaarheid/toegankelijkheid informatie te verbeteren	
Presentatie en discussies kringen NFO	52
Betere artikelen in vakbladen	39
Demonstraties en presentatie proeflocatie PPO	35
Internetsite	26
Elektronische nieuwsbrief	24
Elektronische vraagbaak	6

Tevens is aan de fruittelers gevraagd om aan te geven hoe de artikelen in de vakbladen te verbeteren zijn. Daarbij werden de volgende zaken genoemd:

- Door meer Europees te denken
- Samenvattingen opnemen
- Praktijkgericht
- Korter
- Nog uitgebreider
- Heldere taal, dichter bij de praktijk
- NFO moet mijns inziens zich meer profileren op het PPO
- Door praktische oplossingen aan te dragen

De fruittelers konden ook andere suggesties aandragen over de wijze waarop de bereikbaarheid en toegankelijkheid van fruitteeltinformatie verbeterd kan worden. De volgende suggesties werden gedaan:

- Onderwerpen niet iedere instantie hetzelfde toelichten
- Minder ingewikkelde tabellen/grafieken
- Betere artikelen in vakbladen, te verbeteren door telersresultaten
- Betere inhoud aan de Fruitteelt te geven
- Meer achtergrondinfo
- Via afdeling NFO
- Kortere lijnen richting afdeling NFO
- 25 EU-landen, denken vooral in afzet en consumptie
- Via de computer, moet ik eerst wel beter met de computer overweg kunnen
- Meer inzicht zonder betaling
- Demonstraties bij telers, presentaties in studieclubs

Regelmatig zijn er bijeenkomsten en activiteiten die de fruittelers kunnen bezoeken. Om de frequentie van het gebruik van deze bijeenkomsten/activiteiten in kaart te brengen is gevraagd of de telers op een schaal van 1 tot 3 (1 = regelmatig, 2 = soms tot 3 = nooit) kunnen aangeven of zij hier aan deelnemen.

Tabel 6.5 Deelname aan bijeenkomsten activiteiten

Deelname aan bijeenkomsten activiteiten	
Infoavonden NFO/GLTO	1,5
Infobijeenkomsten voorlichtingsinstanties	1,6
Studiegroepen	1,7
Cursussen	1,7
Infobijeenkomsten afzetorganisaties	1,7
Vakbeurzen	1,8
Andere open dagen	1,8
Demodagen dealers en mechanisatiebedrijven	1,9
Open dagen PPO	2

Opvallend is dat de infoavonden van NFO/GLTO het meest regelmatig bezocht worden terwijl het in toenemende mate moeite kost van de afdelingen om de leden bij elkaar te krijgen. Ook de infobijeenkomsten van voorlichtingsinstanties worden nog redelijk bezocht. Er werden nog een aantal bijeenkomsten genoemd die bezocht werden, namelijk gewasbeschermingavonden en snoeidemonstraties. In tabel 6.6 staat de frequentie van het gebruik van de verschillende vakbladen en de daarbijbehorende gemiddelde leestijd.

Tabel 6.6 Frequentie van het gebruik van vakbladen en de gemiddelde leestijd

Frequentie gebruik vakbladen en gemiddelde leestijd	Aantal keer genoemd	Gemiddelde leestijd (in uren)
Fruitteelt	125	1,5
Oogst (tuintbouw)	115	1
Groente en Fruit	30	1
Agrarisch Dagblad	30	1,5
Anders	4	0,9

De fruittelers gaven aan ook andere bladen te lezen maar hebben daarbij niet altijd het aantal uur genoemd. Onder andere is genoemd: Boerderij (7 keer), Vakblad AGF (3 keer), VNG Olgraaf, Elsevier, informatie van afzetorganisatie, Obstbau, Belgische Fruitrevu en Primeur. Daarnaast werken ook nog twee niet-fruiteeltbladen genoemd, namelijk Veeteelt en Pluimveehouderij. Uit de resultaten van tabel 6.6 kan geconcludeerd worden dat fruittelers behoorlijk wat tijd besteden aan het lezen en dus bijhouden van hun vakliteratuur.

Om inzicht te krijgen in de mogelijkheden van het internetgebruik is aan de fruittelers gevraagd voor welke doeleinden ze gebruik maken van het internet. In tabel 6.7 staan de resultaten.

Tabel 6.7 Voor welke informatiedoeleinden maakt de fruitteler gebruik van internet

Informatiedoeleinden gebruikmaking internet	
E-mail / info uitwisseling	50
Markt en veiling	49
Gewasbescherming/informatie	37
Teelttechniek	28
Producten/diensten bestellen	18
Wet- en regelgeving	17
Onderzoeksresultaten	11
GLTO/NFO	7
Anders	10
Geen gebruik internet	42

Door 10 bedrijven is "anders" ingevuld en zij gebruiken internet voor:

- Aanvoer fruit invoeren bij veiling
- Afzetorganisatie
- Veilingnieuws
- Telebankieren/registratie
- Regelingen subsidie
- Producten en diensten
- Mechanisatie
- Alles soms maar niet veel
- Van alle antwoorden maak ik gebruik
- Actuele gewasbescherminginfo via fax
- Algemeen info

Ongeveer 30% van de fruittelers maakt nog geen gebruik van internet om aan informatie te komen.

Ten slotte is met betrekking tot kennismanagement de volgende vraag aan de telers gesteld:

Wat vindt u van het vaktechnische winter- en zomerprogramma van de NFO en heeft u eventueel suggesties?

- Goed (22 keer)
- Matig (4 keer)
- Voldoende (3 keer)
- Voldoende en gevarieerd (2 keer)
- Geen interesse (2 keer)
- Geen oordeel (7 keer)
- Ik maak gebruik van wat nuttig voor mij lijkt.
- Nee, voor kleinfruitteler weinig nieuws te melden, is er ook misschien niet?
- Voor houtig kleinfruit is er weinig te doen.
- Ik vind het allemaal een beetje dubbel bijv. snoeidemonstratie
- Goede interessante onderwerpen zijn altijd nuttig
- Goed, wellicht meer demonstratiebijeenkomsten organiseren in onze regio
- Ik vind ze goed. Zou alleen vaker terug willen kijken hoe iets uitpakt.
- Meer bijeenkomsten in het groeiseizoen in de boomgaard
- Goed/voldoende. Er moet niet te veel bijeenkomst zijn anders neemt het animo af.
- Goed, maar misschien meer themagericht werken (geen overloop)
- Goed, alleen door studie e.a. kom ik tijd te kort om alles goed bij te houden
- Volg ik niet. Ik denk goed

- Te lage opkomst door telers
- Afdeling te groot. Vaak liggen voor- en nadelen dicht bij huis.
- Te weinig gericht op kleine groepen, afdelingen e.d.
- Te kort lid om dit goed te kunnen overzien. Tot nu toe goed
- Weinig zakelijk, iedere voorlichter moet ieder jaar iets nieuws hebben hij moet verkopen.
- De landelijke NFO-> themabijeenkomsten prima. De afdeling NFO-GLTO-> zou meer thema's uit moeten diepen op bedrijven in hun regio's
- Meestal te ver weg voor bezoek en te weinig tijd
- Goed maar er zijn teveel aanbieders
- Meerdere dagexcursie. Er is zoveel te zien van april tot september (niet in oogsttijd)
- Afzet en consumptie is veel belangrijker dan onderzoeken (komt vanzelf)
- Eenheid in afzet. Dwaasheid van 10 of meer nieuwe rassen. Supermarkten kiezen maar een paar rassen.
- NFO-programma maak ik zelf
- Avonden of middagen over teelt zijn goed, misschien iets vaker en eventueel PPO meer erbij betrekken.
- Voorlichting moet betaalbaar blijven
- Het winterprogramma beter invullen met informatie over teelt en actuele onderwerpen
"tijd" altijd te krap: altijd druk. Dus heel selectief inspelen op aanbod en alleen interessante onderwerpen krijgen mijn aandacht/tijd.
- Redelijk, al vind ik in veel gevallen dat onderwerpen te wetenschappelijk worden benaderd en ingevuld (weinig praktijkgericht, te zware kost)
- Redelijk. Meer voor bijhouden onderlinge contacten.
- Mag wat dynamischer/moderner/vernieuwend.
- Het programma dient zich toe te spitsen op teelt, gewasbescherming, bodem en bemesting.
- Zwak, teeltechniek per ras. Hoe kunnen we in de komende jaren staande blijven als fruitteeltbedrijf.
- Belangrijk en zinvol
- Doorgaan
- Nuttige programma's en geen suggesties
- Mager
- Goed, ben al bijna geen enkele avond thuis i.v.m. bijblijven als kleine ondernemer.
- Goed, meer afstemming met andere aanbieders.
- Proberen interessante (leerzame) (buitenlandse) excursies te blijven organiseren. Programma belangrijker dan kostprijs.
- Te weinig. Afdeling is bijna dood.

6.2 Meningen van fruittelers en deskundigen over kennismanagement

6.2.1 Mening van fruittelers

- Kennis van de teelt is van groot belang. De marktkennis moet van de afzetorganisaties komen. De afzetorganisaties (bijvoorbeeld Fruitmasters en Greenery) ondersteunen de teler tegenwoordig meer met het geven van marktinformatie.
- Kennis van de teelt kan worden uitgewisseld in studieclubverband. Dit lukt niet altijd door het individualistische karakter van de teler met de neiging om kennis voor zichzelf te houden. De kennisconsulent kan ook een rol spelen bij de kennisuitwisseling met betrekking tot nieuwe teelten.
- Kennisuitwisseling biedt meer mogelijkheden (het voorbeeld van Reine Victoria-groep wordt genoemd). Het is belangrijk dat kennis over succesvolle vormen van samenwerking beschikbaar komt en dat er goedwerkende voorbeelden van samenwerking te zien zijn.
- Er wordt aandacht gevraagd om meer kennis te verkrijgen over de afzet. Dit kan onder andere in studiegroepen plaatsvinden, al zijn fruittelers over deze zaken niet erg open. Belangrijk is dat er meer sturing komt op de afzet. Als een ras het goed doet gaat iedereen het aanplanten en wordt vervolgens de markt verpest.
- Voordat telers beginnen moeten ze de kosten en risico's van nieuwe teelten goed in beeld hebben. Dat kan door onderling overleg, kennisuitwisseling en nagaan hoe een goede kwaliteit geleverd kan worden. Deze uitwisseling/samenwerking kan plaatsvinden in telersverenigingen. Bovendien kunnen deze verenigingen bijdragen aan het organiseren van de afzet. Ook kan binnen een vereniging aandacht worden besteed aan het verdiepen van kennis over specifieke rassen, fruitproducten en afzetmarkten (niches).
- Men ziet mogelijkheden voor samenwerking bij mechanisatie en bij opslag/sortering. Ook kan samenwerking bij poten en snoeien lonend zijn (samen gaat het sneller). Bij grotere bedrijven is het de verwachting dat er minder behoefte is aan samenwerking. Daarnaast kan ook gedacht worden aan samenwerking door middel van uitwisseling van informatie. Dat zou mogelijk kunnen worden georganiseerd op de NFO-website.
- Kennis wordt te veel versnipperd aangeboden doordat er verschillende (concurrerende) partijen op de markt actief zijn. Beperk het aantal bijeenkomsten en laat de beste deskundigen gezamenlijk opendagen en/of bijeenkomsten organiseren. Onderzoek welke prioriteiten bij de fruittelers leven en organiseer hieromheen kennisbijeenkomsten.
- Betrek ook de voorlichters/adviseurs bij het formuleren van onderzoek. Zij weten goed met welke vraagstukken de fruittelers zitten.
- Er dient duidelijk gecommuniceerd te worden uit welke middelen het onderzoek betaald is. Kijk ook naar het eigendom van de onderzoeksresultaten en mogelijk is hier meer geld mee te verdienen, zodat vervolgonderzoek weer betaald kan worden.
- Er wordt door fruittelers verschillend gedacht over de rol van NFO in de kennisdoorstroming. Alleen zaken die niet door de markt opgepakt worden zouden door NFO opgepakt moeten worden. Wel ziet men de NFO graag actiever in de keten en daar meer kansen voor het vergroten van de afzet realiseren. Mogelijk kan NFO hier meer de (landelijke) publiciteit voor opzoeken.
- Fruittelers lezen veel artikelen in de fruitteelt. Sluit een artikel af met heldere conclusies en verwijs voor specifieke informatie naar achtergrondinformatie die te vinden is op bijvoorbeeld een website of bij een deskundige.

6.2.2 Meningen van deskundigen

Er zijn gedurende de uitvoering van het project verschillende discussies gevoerd en presentaties gegeven over het onderwerp kennismanagement. De belangrijkste opmerkingen uit deze bijeenkomsten worden hieronder puntsgewijs behandeld.

- De peilers van het oude landbouwsysteem zijn aan het afbrokkelen. Denk aan onderwijs, onderzoek en voorlichting. Dit is een zorgelijke situatie. Ook is er een gebrek aan leerlingen in het fruitteeltonderwijs. Dit heeft veel te maken met de lage rendementen op de bedrijven (dus door de lage veilingprijzen). Bovendien ziet de fruitteelt een uitstroom van medewerkers naar het 'openbaar groen'. Gevolg is dat er met schooljeugd zonder enige kwalificatie moet worden gewerkt en dat deskundige medewerkers bij elkaar weggekocht worden.

- Praktijkkennis van studenten van Helicon valt tegen. Zij kunnen bijvoorbeeld onvoldoende plagen en ziekten herkennen. Er moet meer aandacht komen voor goed praktijkgericht onderwijs. De kwaliteit moet beter geborgd worden.
- Door de toenemende complexiteit van (de regelgeving rond) de productie van fruit stijgt de behoefte aan kennis/informatie bij de fruitteiler. Na het geleidelijk afnemen van de door de overheid georganiseerde voorlichting vindt de overdracht van informatie nu meer plaats via de particuliere voorlichting, leveranciers en rond producten/rassen via de afzetorganisaties. Fruittelers bepalen zelf welke voorlichter zij kiezen. De voorlichter haalt zijn informatie uit onderzoeksresultaten, open dagen, gesprekken met toeleverende bedrijven en uit gesprekken met fruittelers. De voorlichter 'vertaalt' de kennis naar praktische adviezen voor de fruitteiler.
- In algemene zin heeft de Nederlandse fruitteelt het moeilijk. Het is belangrijk dat het areaal niet verder verkleint. Dat vraagt een inzet op de volgende thema's: onderzoek, onderwijs, organisatie van de afzet en het ontwikkelen van machines voor met name arbeidsbesparing. Het overheidsbeleid moet gericht zijn op het instandhouden/faciliteren van deze zaken.
- Het onderzoek in Randwijk kan verder verbeteren. De bomen staan er soms slecht bij (mogelijk noodzakelijk voor het onderzoek), dit geeft echter een slecht beeld/uitstraling. Randwijk moet een plek zijn waar de fruitteiler graag heen gaat!
- Het fruitteeltadvies is vooral gericht op advies in de boomgaard (teelt, gewasbescherming en bemesting). Ongeveer 90% van de klanten van adviesdiensten maken gebruik van de computer. Kennisdagen en groepsbijeenkomsten georganiseerd door de adviesdiensten worden over het algemeen goed bezocht. Dit komt mede door het persoonlijke contact/relatie.
- De laatste jaren is te zien dat de doorstroming van kennis uit het onderzoek te wensen overlaat. Daarom is de kennisconsulent in het leven geroepen. Deze vormt de brug tussen het vertalen van onderzoeksresultaten naar de praktijk. Dat kan zowel resultaten van Nederlands, maar ook resultaten van buitenlands fruitteeltonderzoek betreffen.
- De artikelen van de NFO/De Fruitteelt kunnen korter en met meer diepgang (moeilijk te combineren). Fruittelers hebben weinig tijd om te lezen (maar volgens de enquête lezen ze behoorlijk veel).
- Er is behoefte aan een internetsite op maat voor fruittelers, een database waar snel veel informatie te vinden is. NFO moet dit trekken en eventueel koppelen aan haar eigen site.
- Het zou goed zijn als in ieder (eind)rapport van PPO Randwijk een praktijkadvies wordt opgenomen. Nu is er nog veel onduidelijkheid en is er ruimte voor eigen interpretatie. Betrek fruittelers meer bij het uitvoeren van proeven. De NFO-kennisdag zou bij PPO in Randwijk georganiseerd kunnen worden.
- Voor grote bedrijven is advies eerder betaalbaar. Voor kleine bedrijven moet ook advies beschikbaar/betaalbaar zijn/blijven. Daarnaast blijft er behoefte aan collectieve voorlichting/informatievoorziening.

6.3 Aanbevelingen kennisdoorstroming en -toepassing

De kennisstructuren binnen het agrarische onderzoek, voorlichting en onderwijs zijn de laatste 10 jaar sterk aan verandering onderhevig. Ook de fruitteeltsector heeft met deze veranderingen te maken gekregen. De instroom van fruitteeltleerlingen in het vakonderwijs is sterk gedaald, het onderzoek vindt meer op basis van projectfinanciering plaats en de overheidsmiddelen voor collectieve voorlichting zijn sterk gereduceerd. Deze leemte in voorlichting (en overdracht van kennis) is deels opgevuld door commerciële adviesdiensten, leveranciers van bedrijfsmiddelen en hulpstoffen en door afzetorganisaties rondom specifieke teelten of rassen. Ook vanuit de belangenorganisaties is met zorg gekeken naar deze veranderingen, waarbij de kennisdoorstroming en -toepassing soms te wensen overlaat. Als reactie daarop zijn verschillende initiatieven ontplooid, zoals het instellen van een kennisconsulent en meer aandacht voor de overdracht van kennis in artikelen in de vakbladen. Toch worden vanuit de sector nog andere voorstellen voor verbetering gedaan. Deze zijn hieronder puntsgewijs als aanbevelingen geformuleerd.

- De fruitteiler maakt gebruik van breed scala aan adviesdiensten en informatiebronnen. Door de versnippering van deze bronnen is het aanbod ondoorzichtig geworden en soms fragmentarisch. Het is nuttig om de beschikbare informatie overzichtelijk te groeperen en het voor de fruitteiler helder te maken waar welk type informatie te halen valt. Het meest geschikte middel om dit te doen is het opstarten van een **fruitteeltkennis website (bv 'kennisooft.nl')**.

Onderzoeksinstituten, leveranciers, afzetorganisaties, adviesdiensten en belangenbehartigers dienen hun kennis toegankelijk te maken via deze website. In de akkerbouw is de website 'www.kennisakker.nl' hier een goed voorbeeld van.

- Door de versnippering van het kennisaanbod vinden er te veel bijeenkomsten plaats van een matige kwaliteit. Het verdient aanbeveling om, op basis van interesse en prioriteiten van de fruitteeler, **gebundelde kennisbijeenkomsten** te organiseren waar de beste een meest vooraanstaande deskundigen aanwezig zijn. Hierdoor zal het animo en aantal deelnemers voor dit soort bijeenkomsten toenemen. Ook zal de kennisoverdracht hierbij gebaat zijn.
- **Studiegroepen en telersverenigingen** blijken nog steeds een goed instrument om kennisuitwisseling plaats te laten vinden. De achterliggende reden hiervan is dat dit vaak groepen zijn met een gelijkgestemde interesse of een gezamenlijk doel. In kennisoverdrachtprojecten dient waar mogelijk van deze structuur gebruik te worden gemaakt. Ook om andere redenen (markt en afzet) zijn telerverenigingen zeer nuttig.
- Fruitteelers vinden het belangrijk dat **onderzoeksresultaten in de praktijk direct toepasbaar** zijn. Waar mogelijk moeten onderzoeksprojecten nog meer op de praktijk toegesneden zijn en onderzoeksrapporten dienen heldere praktijkgerichte aanbevelingen te bevatten. Mogelijk kunnen 'adviseurs' nadrukkelijker bij het formuleren van onderzoek en bij het vertalen van de resultaten naar praktijkadviezen betrokken worden. Daarnaast moet PPO-Fruit meer uitstraling krijgen naar de fruitteelers. Dat kan door jaarlijks een kwalitatief hoogstaande opendag te organiseren, maar ook door meer open te staan voor **directe contacten tussen fruitteelers en onderzoekers**. Een beperkte groep fruitteelers heeft reeds zijn weg naar onderzoekers op PPO Fruit gevonden. Ook dient het lange-termijnbelang van de ontwikkeling van kennis en innovaties duidelijker bij de fruitteelers op het netvlies komen. Hier ligt zowel een rol bij belangenbehartigers als bij sleutelpersonen in het Nederlandse fruitteeltkennisnetwerk.
- Fruitteelers zijn voor hun informatievoorziening nog erg op geschreven communicatie gericht. Zij lezen graag **bondige artikelen met eventueel verwijzingen**. Daarbij is het niet eenvoudig om complexe zaken in korte artikelen goed te beschrijven. Vandaar dat er meer gebruik gemaakt dient te worden van het verwijzen naar achtergrondinformatie of relevante deskundigen. De eerdergenoemde fruitteeltwebsite kan hierbij ondersteunend zijn.
- Van de lokale NFO-afdeling wordt verwacht dat zij ook nadrukkelijk inspeelt op de kennisbehoefte van haar leden. Het blijkt dat leden veel van elkaar kunnen leren, echter elkaar in de praktijk steeds minder zien. Activiteiten zoals presentaties en discussie tijdens het zomer- en winterprogramma worden nog redelijk bezocht, al mag het een wat modernere en dynamischere uitstraling krijgen. Informele informatie-uitwisseling wordt als belangrijk ervaren en de afdelingen hebben een belangrijke regionale netwerkfunctie (sociale contacten). Vanuit dit netwerk kunnen ook nieuwe samenwerkingsinitiatieven ontstaan. De **afdelingen moeten actiever ondersteund worden bij het organiseren van een beperkt aantal aansprekende activiteiten**.
- Er is een duidelijke behoefte bij fruitteelers naar meer **informatie met betrekking tot marktontwikkelingen en afzet**. Fruitteelers dienen informatie aangereikt te krijgen over welke keuzes en mogelijkheden er zijn om de afzet van het eigen product te verbeteren. Belangenbehartiging dient samen met afzetorganisaties en marktdeskundigen meer in te spelen op deze informatiebehoefte. Ook het (landbouweconomisch) onderzoek kan hier bij betrokken worden.
- Ten slotte zijn er zorgen over de kwaliteit en de instroom van leerlingen in het fruitteeltonderwijs. Vanuit de sector moet er meer aandacht besteed worden aan het verbeteren van het imago van de sector bij scholieren. De **fruitsector zal zich meer als een moderne en duurzame agro-foodsector moeten presenteren**, waarbij aandacht is voor de gehele fruitteeltketen en haar internationale rol en positie.

7. Samenvatting

Inleiding

De fruitteeltsector is nadrukkelijk aanwezig in de provincies Gelderland en Utrecht. Ongeveer 43% van de Nederlandse fruitteeltbedrijven bevinden zich in deze beide provincies. Bovendien komt er in beide provincies een behoorlijk aantal bedrijven voor die van belang zijn voor de toelevering, koeling, verwerking, handel, afzet en transport van fruit. Daarnaast bevindt zich een belangrijk deel van het fruitteeltonderzoek en de voorlichting/advisering in het gebied. Deze concentratie van de fruitteeltketen in Midden Nederland vraagt om een nadere analyse en om een toekomstvisie met bijbehorend plan van aanpak.

De Vakgroep Fruitteelt van NFO/LTO Noord voor Midden Nederland heeft in haar beleid voor een tweetal sporen gekozen ('dubbelslag'). Enerzijds wil het bijdragen aan een meer marktgerichte productie van fruit en een betere organisatie van de keten, anderzijds zet zij in op 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' waarbij de fruitteeltbedrijven ondersteund worden om op een duurzame wijze en in harmonie met hun omgeving op een economisch verantwoorde wijze te produceren. Op basis van deze beleidslijnen is in overleg met een groep fruittelers gekozen om in het midden van Nederland nadrukkelijk aan drie speerpunten te gaan werken. Het betreft de speerpunten:

- **Bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn**
- **Nieuwe rassen, markt en nieuwe afzetkanalen**
- **Kennisdoorstroming en kennistoepassing (waaronder innovatie)**

Om een verdere uitwerking aan deze drie speerpunten te geven is besloten om de fruittelers naar hun mening te vragen. Dat is gebeurd in de vorm van een enquête die binnen de acht in het gebied aanwezige NFO-afdelingen is verspreid. Tegelijkertijd is relevante informatie verzameld en hebben er diepte-interviews plaatsgevonden met deskundigen uit de fruitteeltsector. Om nog meer informatie uit de enquêteresultaten te halen zijn deze in discussiebijeenkomsten teruggekoppeld met de fruitteeltondernemers. Met ondersteuning van een begeleidingsgroep is uiteindelijk dit rapport opgesteld met daarin een visie op de drie speerpunten en een reeks van aanbevelingen.

Internationale markt en algemene ontwikkelingen

De fruitteelthandel wordt steeds internationaler. De Nederlandse productie van fruit is ongeveer 650.000 ton en bestaat voor een belangrijk deel uit appels en peren. De import van fruit is een factor 3,5 groter dan de lokale productie en bedraagt ongeveer 2,3 miljoen ton. Deze import bestaat met name uit sinaasappel, appel, banaan, druif, mandarijn, peer en overige (exotische) vruchtensoorten. Een groot deel van het geïmporteerde fruit wordt weer geëxporteerd, ongeveer 1,5 miljoen ton. Van de Nederlandse productie wordt ongeveer de helft geëxporteerd. Op basis van deze cijfers is duidelijk dat Nederland een vooraanstaande rol in de fruithandel speelt en dat daarbij de Nederlandse productie een belangrijke ondersteunende rol vervult.

In 2004 kende Nederland ruim 1.800 gespecialiseerde fruitteeltbedrijven met een gezamenlijk fruitoppervlak van bijna 18.000 ha. Het aantal fruitteeltbedrijven is de afgelopen jaren met ongeveer 36% afgenomen. Ook het totale fruitareaal is afgenomen. Door een bescheiden areaalvergroting op resterende bedrijven en een verhoging van de productie per hectare is de totale fruitteeltproductie slechts in lichte mate teruggelopen. Door de buitenlandse concurrentie staan de prijzen van met name appels onder druk. Bovendien hebben de fruittelers in Nederland te maken met een relatief hoge kostenstructuur. Door deze factoren zijn de bedrijfsrendementen aan de lage kant voor de noodzakelijke groei van de bedrijven.

Ook in de fruitteeltketen doen zich een aantal belangrijke veranderingen voor. Door een schaalvergroting en een verdere integratie van de keten zal het aantal afzetorganisaties afnemen. Tegelijkertijd wordt door de afbouw van de EU-marktordering, het noodzakelijker om meer marktgericht te gaan produceren. De wensen van de consument staan daarbij centraal en fruittelers zullen nadrukkelijker moeten beslissen voor welke keten en welke afzetmarkt zij willen gaan produceren. Dat kan samen met een afzetorganisatie, maar ook via bijvoorbeeld leveringscontracten met kleinere afnemers of huisverkoop en lokale afzet.

De fruitteeltketen zal zich de komende jaren moeten richten op de ontwikkeling van de smaakbeleving van (groepen) consumenten, op gemaksvodsel (evt. fruitsnacks) en op de gezondheidsaspecten van fruit. Daarbij rekent de consument op een veilig product dat versheid uitstraalt tot in het schap van de supermarkt. Om in te spelen op de wensen van de consument worden nieuwe rassen ontwikkeld en dient er op een steeds duurzamere wijze geproduceerd te worden. Om dit te kunnen doen dient er blijvend in kennisontwikkeling en innovatie geïnvesteerd te worden en dient kennis snel verspreid en toegepast te worden. Deze ontwikkelingen stellen grote uitdagingen aan de fruittelers en de Nederlandse fruitteeltketen, maar het biedt ook mogelijkheden om zich (internationaal) te blijven profileren.

Fruitteelt in Gelderland en Utrecht

In Gelderland en Utrecht waren er in 2004 respectievelijk 629 en 178 gespecialiseerde fruitbedrijven. In beide provincies is ongeveer 7.000 ha aan fruitareaal te vinden. Het fruitareaal is opgebouwd uit ongeveer 4.075 ha appels, 2.375 ha peren, 420 ha overige pit- en steenvruchten en 125 ha kleinfruit. Ook in deze beide provincies is het aantal bedrijven met ruim 1/3 in de afgelopen 10 jaar afgenomen. Vooral de bedrijven kleiner dan 5 hectare fruit zijn in aantal het sterkst afgenomen. Het aantal bedrijven groter dan 20 ha is zeer licht gegroeid.

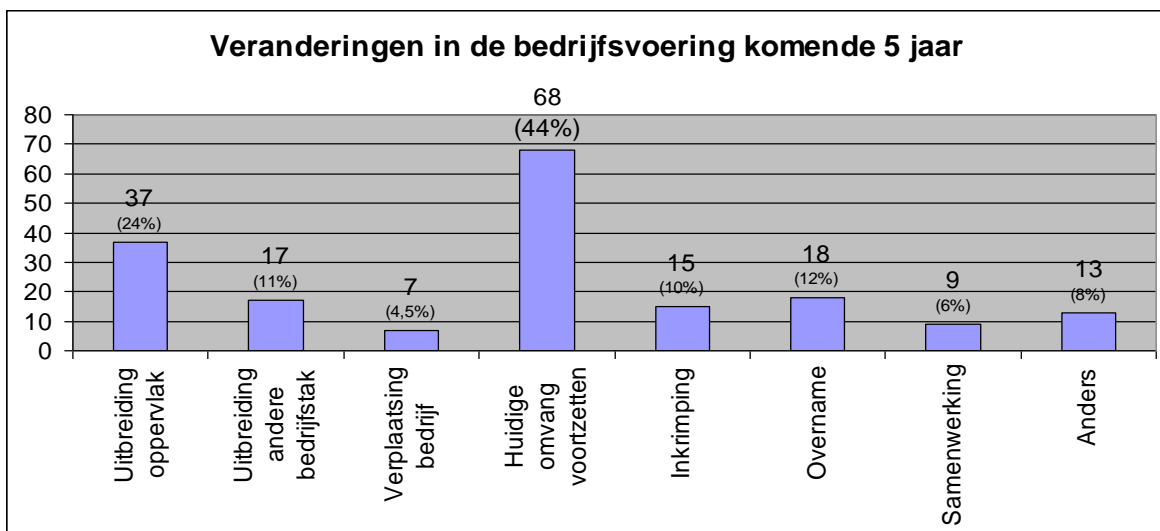
In de enquête, die door 20 % van de bedrijven is ingevuld, is gevraagd hoe ondernemers het toekomstperspectief beoordelen. In figuur 7.1 is te zien dat 72% het perspectief van voldoende tot goed beoordeelt. Er is echter een relatief grote groep van 20% die het toekomstperspectief als onvoldoende of slecht beoordeelt.

Figuur 7.1 Hoe zien fruittelers het toekomstperspectief van hun bedrijf?



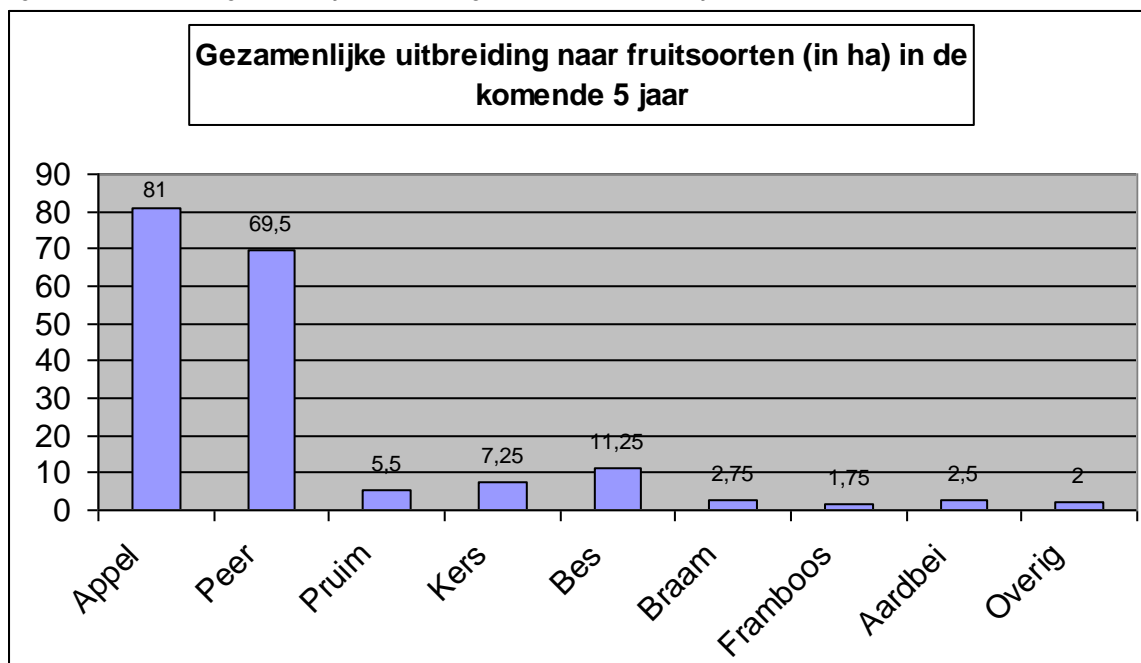
Met name ondernemers die perspectief zien in hun bedrijf hebben plannen om de bedrijfsstructuur de komende 5 jaar te veranderen. In onderstaande tabel zijn de belangrijkste voorgenomen veranderingen te vinden.

Figuur 7.2 Voorgenomen veranderingen op de fruitteeltbedrijven



Een grote groep ondernemers, 44%, wil de komende 5 jaar de bedrijfsoppervlakte niet veranderen. 10% van de ondernemers zal de komende jaren het fruitteeltbedrijf inkrimpen (en mogelijk in een andere bedrijfstak uitbreiden). Ongeveer ¼ van de fruittelers denk aan het uitbreiden van de oppervlakte. Aan deze ondernemers is gevraagd met welke fruitsoort zij willen uitbreiden en welke oppervlakte deze uitbreiding zal beslaan. In figuur 7.3 zijn de belangrijkste resultaten te vinden.

Figuur 7.3 De gezamenlijke uitbreiding voor de komende 5 jaar.



Opvallend is dat, ondanks de betere marktsituatie van peer, het grootse uitbreidingsareaal voor appel is voorzien. Mogelijk heeft dit te maken met de nieuwe appelrassen die als perspectiefrijk beoordeeld worden. Daarnaast is in verhouding veel belangstelling voor de uitbreiding van kersen, pruimen en ander kleinfruit.

Bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn

Met zowel telers als met partijen uit de fruitteeltketen is gesproken over de huidige bedrijfsstructuur en het belang van kostprijsbewustzijn. Op basis van de inzichten van fruittelers en deskundigen is gekomen tot de onderstaande tabel van aanbevelingen/vervolgactiviteiten.

Tabel 7.1 Vervolgactiviteiten bedrijfsstructuur en kostprijsbewustzijn

Activiteit	Partijen
Ontwikkel een eenvoudig registratiesysteem, met moderne technieken om bijvoorbeeld kosten van teelt, oogst en afzet per perceel of ras bij te houden.	PPO Fruit, adviesdiensten, softwarebedrijf
Laat een kadastraal onderzoek uitvoeren, op basis van een programma van eisen, om te bepalen welke kavels in een gebied geschikt zijn voor fruitteelt en onderzoek mogelijkheden om deze gronden voor de fruitteelt veilig te stellen.	Kadaster, Alterra, NFO-afdeling
Breng ondernemers bij elkaar om van elkaar te leren. Wissel tips en ervaringen uit en spiegel bedrijven aan elkaar of aan KWIN-fruitteelt. Zorg voor een beperkt maar goed cursus- en scholingspakket. Combineer teelt met bedrijfseconomie.	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, accountants/banken, PPO Fruit, adviesdiensten, opleidingscentra en kennisconsulent
Ontwikkel een model voor het berekenen van extra kosten en taaktijden die samenhangen met minder optimale kavelvorm, -inrichting en ligging t.o.v. bedrijfsgebouwen.	PPO Fruit, Adviesdiensten en WUR

Ondersteun fruittelers om zich te laten omringen/ondersteunen door een groep deskundigen. Geef handvaten voor het opstellen van een goede bedrijfsvisie. Stel eventueel en ondernemerscoach aan.	NFO, LTO Noord, accountants/banken, adviesdiensten en afzetorganisaties
Onderzoek of het mogelijk is om voor bepaalde gebieden een speciale kavelruil op te zetten voor fruitbedrijven. Zet erop in dat gronden van stoppende bedrijven bij de fruitteeltsector blijven. Eventueel ook naar hervestiging van bedrijven kijken.	NFO-afdelingen, DLG, Kadaster, Provincie en LNV.
Geef prioriteit aan onderzoek dat bijdraagt aan de mechanisering en robotisering van arbeid. Arbeid is schaars en duur.	PPO Fruit, WUR en werktuigfabrikanten
Blijf, mede vanuit belangenbehartiging, constant alert op de hoge Nederlandse kostenomgeving. Toets (overheids)beleid op kostenverhogende aspecten en zet verder in op deregulatie en vermindering van administratieve kosten en vereenvoudiging van regels. Denk na over mogelijkheden om de kostenomgeving voor fruittelers in Nederland te verlagen.	NFO, NFO-afdelingen en LTO Noord
Geef bedrijven aan de hand van modelberekeningen informatie over de voor en nadelen over het sorteren/koelen en opslaan van fruit in eigen beheer versus het uitbesteden of gezamenlijk organiseren van deze activiteiten.	NFO, Vakblad Fruitteelt, PPO Fruit en adviesdiensten

Nieuwe rassen, markt en afzetkanalen

Voor een sector die zich nadrukkelijk op de markt moet richten is het van belang om activiteiten te formuleren met betrekking tot nieuwe rassen, marktwerking en afzetkanalen. Hieronder is een tabel te vinden met de voorgestelde activiteiten.

Tabel 7.2 Vervolgactiviteiten nieuwe rassen, markt en afzetkanalen

Activiteit	Partijen
Informatievoorziening naar fruittelers met betrekking tot ontwikkeling van afzetketens. Daarnaast informatie op basis waarvan de fruitteler weloverwogen kan bepalen welke afzetketen het beste past.	NFO, LTO Noord afzetorganisaties, kennisconsulent en adviseurs.
Meer communicatie tussen afzetorganisaties en telers over trends in de markt en marktgericht produceren. Daarnaast komen tot afspraken over taken en verantwoordelijkheden in een geïntegreerde keten	Frugi Venta, PT, NFO, LTO Noord, afzetorganisaties
Ondersteunen van samenwerking tussen telers op het gebied van afzet, denk daarbij met name aan telersverenigingen. Hierdoor kan de onderhandelingspositie versterkt worden.	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, afzetorganisaties en adviseurs
Voortgaan met ontwikkelen van nieuwe rassen die inspelen op smaakontwikkeling van consumenten en beschermd zijn door licenties. Het gaat hierbij om grote investeringen die gezamenlijk gedragen dienen te worden.	PPO Fruit, Inova Fruit, PT, afzetorganisaties en NFO
Onderzoek naar toepassing van specifieke inhoudstoffen van fruitsoorten. Bijvoorbeeld met speciale gezondheidskenmerken of voor specifieke nichemarkten.	PPO Fruit, PRI, Food Valley en agrofood industrie, Universiteit Nijmegen
Fruitteeltproducten moeten meer aansluiten op de vraag van consumenten naar gemaksvodsel, Dat betekent het ontwikkelen van fruitsnacks en de toepassing van fruit in kant-en-klaarmaaltijden	PPO Fruit, PRI, Food Valley, agrofood industrie en afzetorganisaties
Ondersteunen van telers met een weloverwogen keuze om huisverkoop op te pakken en dit professioneel op te zetten. Dit geldt ook voor het opzetten van nevenactiviteiten zoals recreatie, landschapsonderhoud en natuurbeheer.	NFO, LTO Noord, accountants/banken, adviseurs en plattelandsontwikkelingsorganisaties
De Nederlandse fruitproductie is sterk gekoppeld aan de internationale handel. Onderzoek de mogelijkheid om een 'fruitport' op te richten waar handel, verwerking en logistiek geclusterd kan ontwikkelen.	NFO, LTO Noord, Provincie, LNV, A15-project en gemeenten

De afzet van fruit vindt hoofdzakelijk via traditionele kanalen plaats. Er liggen mogelijkheden om fruit ook op andere manieren af te zetten, bijvoorbeeld waar grote groepen consumenten samenkomen. Telers (verenigingen) dienen ondersteund te worden met het ontwikkelen van nieuwe afzetkanalen en marktconcepten	NFO, NFO afdelingen, LTO Noord, marktpartijen en adviseurs
--	--

Kennisdoorstroming en kennistoepassing

Als derde speerpunt is gekeken naar de rol van kennisontwikkeling, -doorstroming en -toepassing voor de Nederlandse fruitteeltsector. Ook voor dit speerpunt is een aantal aanbevelingen/ vervolgvollactiviteiten geformuleerd.

Tabel 7.3 Vervollgvollactiviteiten kennisdoorstroming en kennistoepassing

Activiteit	Partijen
Neem het initiatief tot het opzetten van een goed gestructureerde website met fruitteeltkennis en overzichtelijke informatiebronnen. Eventueel met links naar relevante andere sites.	PPO Fruit, toeleveranciers, NFO, afzetorganisaties, adviesdiensten en onderwijsinstellingen
Organiseer jaarlijks een beperkt aantal hoogwaardige bijeenkomsten met de beste deskundigen. Doe dit vraaggericht met betrekking tot informatiebehoefte van de fruittelers.	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, adviesdiensten, toeleveranciers, kennisconsulent en PPO Fruit
Blijf studiegroepen (en telersverenigingen) promoten als instrument voor kennisuitwisseling. Breng gelijkgestemde telers bij elkaar en ondersteun de opstart van (studie)groepen (eventueel in projectvorm)	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, en kennisconsulent
Voorzie ieder (wetenschappelijk) onderzoek met een helder praktijkadvies.	Onderzoeksinstellingen, adviseurs en kennisconsulent
Fruittelers geven aan graag bondige artikelen te willen lezen met eventueel verwijzingen naar achtergrondartikelen en/of deskundigen.	NFO, Vakblad Fruitteelt, LTO Noord, Adviesdiensten en kennisconsulent
Op afdelingsniveau een beperkt aantal aansprekende activiteiten organiseren. Regionaal contact tussen fruittelers is belangrijk en afdelingen dienen hierin verder ondersteund te worden.	NFO, NFO-afdelingen en LTO Noord
Gerichte informatievoorziening van kennis over ontwikkelingen in de fruitmarkt en met betrekking tot kansen en keuzes voor afzetkanalen.	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, afzetorganisaties en adviseurs.
Gerichte promotie van de fruitteeltsector als moderne en duurzame agro-foodsector. Daarbij dient de aandacht zich te concentreren op scholieren en potentiële werknemers, zodat voldoende kennis en arbeidspotentieel voor de sector beschikbaar blijven.	NFO, NFO-afdelingen, LTO Noord, PT, onderwijsinstellingen en arbeidsbureau's
Ontwikkel een chequelist om op het thema markt en keten bedrijfsplannen te kunnen toetsen	NFO, LEI, afzetorganisaties en Rabobank

Uitvoeringsstrategie

Met dit rapport heeft de fruitteeltsector een volle agenda met activiteiten gekregen betreffende de drie speerpunten. Immers, het formuleren van de activiteiten is een eerste stap, echter het gaat uiteindelijk om het realiseren van de aanbevelingen. Voorgesteld wordt dat de Vakgroep Fruitteelt van NFO/LTO Noord op basis van dit rapport bepaalt welke activiteiten met prioriteit opgepakt dienen te worden. Daarbij is het verstandig een werkgroep te benoemen die de uitvoering coördineert en waar mogelijk taken zoveel mogelijk delegeert naar de betrokken ketenpartijen. Door een aantal activiteiten projectmatig op te pakken kan doelgericht worden gewerkt en mogelijk externe financiering beschikbaar komen. Zoals ook voor de oogstwerkzaamheden geldt, geldt voor de realisatie van dit plan van aanpak: 'vele handen maken licht werk'. Door gezamenlijk de handen in een te slaan kunnen in de toekomst de kansen geplukt worden.

Bijlage 1 Begeleidingsgroep en initiatiefgroep

Namen van leden van de begeleidingsgroep

P. Vernooij, fruitteler uit Vleuten, provincie Utrecht

K. Diks. fruitteler uit Schalkwijk, provincie Utrecht

F. van Brandenbrug, Voorzitter NFO Midden Nederland en fruitteler in Heteren, Gelderland

S. Koning, Nederlandse Fruittelers Organisatie, Den Haag

K. van Rooijen, beleidsmedewerker LTO Noord/NFO, Deventer

P. van Erp en M. Ravesloot, PPO-Fruit, Randwijk

Namen van leden van de initiatiefgroep

W. de Heus, fruitteler uit Zoelen

J. van Mourik, Centrale Adviesdienst Fruitteelt, Waardenburg

F. Bolder, fruitteler uit Gendt

R. Janssen, fruitteler uit Deest

R. van de Maas, PPO Fruit, Randwijk

J. Vink, NFO/LTO (Nu PT)

K. van Rooijen

Bijlage 2

Gebruikte afkortingen

AGF	Aardappelen, Groente en Fruit
CARA	Verzamel naam voor chronische klachten
CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
EU	Europese Unie
EUREP-GAP	Euro-Retailer Produce Working Group Good Agricultural Practice
LEI	Landbouw Economisch Instituut
HACCP	Hazard Analysis on Critical Control Points
LTO Noord	Land- en Tuinbouw Organisatie Noord
NFO	Nederlandse Fruittelers Organisatie
LaMi Utrecht	Landbouw en Milieu
OVO	Onderzoek-Voorlichting-Onderwijs
PPO Fruit	Praktijkonderzoek Plant en Omgeving Fruit
PRI	Plant Research International
PT	Productschap Tuinbouw
VAK	Volwaardige ArbeidsKracht

Bijlage 3

Gebruikte rapporten en bronnen

Accon	Hogere kosten resulteren in hogere opbrengsten, 2005
FrugiVenta	Jaarverslag 2004, 2005
Frugiventa	Bijlage bij jaarverslag 2004, Cijfers over de bedrijfstak groothandel verse groente en fruit, 2005
FruitmastersGroep	Nieuwe appelrassen, 2005
GLTO/NCB/NFO	Sectornota fruitteelt, Gemeente Zevenbergen/Moerdijk, 1997
KLICT	Fresh Consolidation Centers, veiling ZON op weg naar een FCC, 2002
O. van Kooten	Tuinbouwketens balanceren tussen orde en chaos
LEI	Landbouw-economisch bericht 2004, 2005
LTO Noord	Resultaten van discussie op fruitteelt stellingen, 2005
LTO Noord	Enquêteresultaten, Fruitteelt in Gelderland en Utrecht, 2004
LTO Noord	Succesfactoren voor de marktintroductie van nieuwe rassen en teelten, 2005
NFO	Fruittelers met pit, een visie op de fruitteelt tot 2005, 1998
NFO	Plan van aanpak voor de fruitteeltsector, 2001
NFO kring N.H.	Perspectief Fruitteelt Noord Holland 2010, 2004
Poldervaart	Verslag klankbordgroep kennis 12 april 2005, 2005
Productschap Tuinbouw	Uitgerekend de tuinbouw 2003
WUR	Milieukeur-aardbeien, een marketingplan, 2002
WUR, PPO Fruit	Betuwe-framboos, voorstudie voor een ketenontwerp voor in de Betuwe geproduceerde frambozen, 2004
Rabobank	De smaak van samenwerking, 2001

Gebruikte websites:

www.agriholland.nl
www.cbs.nl
www.frugiventa.nl
www.fruit.pagina.nl
www.fruitmasters.nl
www.fruiteeltonline.nl
www.inovafruit.nl
www.ppo.dlo.nl
www.nfofruit.nl