

Mag het een onsje meer zijn?

Een studie naar de Duitse varkensvleeskolom



Rabobank



LEI

WAGENINGEN UR

Mag het een onsje meer zijn?

Een studie naar de Duitse varkensvleeskolom

M.A. de Winter

W.H.M. Baltussen

R. Hoste

A.G.J. Vernooij (Rabobank International)

P. Leenaers (Rabobank Nederland)







Maart 2009

Rapport 2009-028

Projectcode 30668

LEI Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de werkvelden:

-  Internationaal beleid
-  Ontwikkelingsvraagstukken
-  Consumenten en ketens
-  Sectoren en bedrijven
-  Milieu, natuur en landschap
-  Rurale economie en ruimtegebruik

Dit rapport maakt deel uit van het werkveld Sectoren en bedrijven.

Mag het een onsje meer zijn?; Een studie naar de Duitse varkensvleeskolom

M.A. de Winter, W.H.M. Baltussen, R. Hoste, A.G.J. Vernooij en P. Leenaers
Rapport 2009-028; ISBN 978-90-861-531-38

Prijs: € 19,25 (inclusief 6% BTW)

82 p., fig., tab.

Rabobank Nederland heeft aan LEI Wageningen UR de opdracht verstrekt de Duitse varkensvleeskolom te verkennen om zicht te krijgen op de (on)mogelijkheden voor de Nederlandse primaire varkenshouderij.

Op basis van de analyse van de kolom, de ontwikkelingen in het verleden, heden en de verwachtingen voor de komende jaren is een SWOT-analyse uitgevoerd. Deze concurrentieanalyse heeft geleid tot strategische opties voor Nederlandse zeugenhouders en vleesvarkenhouders.

Rabobank Nederland commissioned LEI Wageningen UR to explore the German pork supply chain in order to gain insight into the (lack of) potential for Dutch primary pig sector.

Based on the analysis of the supply chain, past and present developments and the expectations for the coming years, a SWOT-analysis is performed. This competition analysis resulted in strategic options for Dutch sow and fattening pig farmers.

Bestellingen

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, 2009

Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9000 gecertificeerd.

Inhoud

	Woord vooraf	6
	Samenvatting	7
	Summary	9
1	Inleiding	11
	1.1 Aanleiding en achtergrond	11
	1.2 Doelstelling	11
	1.3 Methode	11
	1.4 Afbakening	12
	1.5 Leeswijzer	12
2	Profielschets Duitsland	13
	2.1 Inleiding	13
	2.2 Land en bevolking	13
	2.3 Economie	16
	2.4 Politiek	19
	2.5 Conclusies	22
3	Consumptie en retail	24
	3.1 Vleesverbruik in Duitsland	24
	3.2 Retail in Duitsland	27
	3.3 Conclusies	30
4	Varkensvleesindustrie	31
	4.1 Productie en verbruik	31
	4.2 Invoer en uitvoer biggen en vleesvarkens	33
	4.3 Invoer en uitvoer van varkensvlees	33
	4.4 Varkensslachtsector	35
	4.5 Succesfactoren Duitse varkensvleesindustrie	38
	4.6 Het Nederlandse varken op de Duitse markt	40
	4.7 Conclusies	41

5	Primaire varkenshouderij en toeleverende industrie	42
5.1	Inleiding	42
5.2	Primaire varkenshouderij	42
5.3	Toeleverende industrie	55
6	De Nederlandse varkenshouderij in relatie tot de Duitse exportmarkt	62
6.1	Inleiding	62
6.2	Concurrentie op de Duitse markt	62
6.3	De biggenmarkt	64
6.4	De vleesvarkensmarkt	66
6.5	Concurrentieanalyse	69
7	Conclusies en aanbevelingen	76
7.1	Inleiding	76
7.2	Conclusies	76
7.3	Aanbevelingen	79
	Literatuur en websites	80

Woord vooraf

De Duitse varkensvleesindustrie is van groot en toenemend belang voor de Nederlandse varkenshouderijkolom. Om de primaire varkenshouders goed te kunnen adviseren heeft Rabobank opdracht gegeven om een analyse te laten uitvoeren van deze markt. Op basis van deze analyse zijn aanbevelingen opgesteld voor Nederlandse zeugenhouders en vleesvarkenhouders om de huidige goede positie te handhaven of te verbeteren.

De onderliggende studie is uitgevoerd door LEI Wageningen UR in opdracht van de Rabobank. De studie is uitgevoerd in samenwerking met de Rabobank. We willen via deze weg eenieder bedanken die een bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van het rapport.

We hopen dat dit onderzoek bijdraagt aan de versterking van de positie van Nederlandse varkenshouders op de Duitse markt.



Prof.dr. R.B.M. Huirne

Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

Duitsland is voor de Nederlandse varkenssector een belangrijke, zo niet de belangrijkste, handelspartner. Het doel van deze studie is inzicht te krijgen in de ontwikkelingen in de Duitse varkenskolom. Dit inzicht biedt Nederlandse varkens- en zeugenhouders handreikingen om op passende wijze te anticiperen op afzet naar de Duitse markt. Hiertoe zijn de varkensvleeskolom in Duitsland en de ontwikkelingen hierbinnen geanalyseerd door middel van een SWOT-analyse. Deze studie is uitgevoerd door het LEI in samenwerking met de Rabobank.

De varkensvleesconsumptie in Duitsland wordt gekenmerkt door een hoge consumptie, veel verwerkte vleesproducten 'Wurstwaren', een relatief laag maar stijgend aandeel voorverpakte vlees(producten) en een prijs- en kwaliteitsbewuste consument. Verwacht wordt dat de totale volumeconsumptie per persoon niet sterk zal veranderen, de afzet van voorverpakte varkensvlees(producten) via discounts zal toenemen en dat consumenten prijs stellen op gezonde en *convenience* producten.

De Duitse retail is net als in andere Europese landen sterk geconsolideerd. Kenmerkend voor de Duitse markt zijn de sterke positie van de discounters en het relatief grote marktaandeel van de slagers 'Metzgereien'. Naar verwachting neemt de afzet van voorverpakt vers vlees (via de discounters) de komende jaren toe ten koste van de afzet via slagers.

De Duitse varkensvleesindustrie is de afgelopen 11 jaren (1997-2008) sterk toegenomen: van bijna 40 miljoen slachtingen naar bijna 55 miljoen slachtingen per jaar. De slachterijen zijn voornamelijk actief in twee regio's binnen Duitsland waar de meeste varkens gehouden worden: het noordwesten (Nedersaksen en Noord-Rijnland-Westfalen) en het zuidoosten (Beieren) van Duitsland. Verwacht worden een verdere consolidatie en groei van de slachtcapaciteit in Duitsland. Duitsland als geheel is recentelijk voor het eerst meer dan zelfvoorzienend voor varkensvlees geworden.

De Duitse primaire sector kenmerkt zich door grote regionale verschillen. Zo bevindt ruim 50% van de varkens zich in het noordwesten, bijna 30% in het zuidoosten en 15% in het oosten van Duitsland. De structuur loopt uiteen van vergelijkbaar met Denemarken en Nederland (Oost-Duitsland) tot zeer kleine bedrijven (Zuid-Duitsland). Een versnelde afbouw van het aantal bedrijven in het zuiden van Duitsland wordt voorspeld, gebaseerd op de kleinschaligere bedrijfsopzet en bij-

behorend kostprijsnadeel. Ten opzichte van de aanvankelijke groeiverwachting valt de omvang van de varkenshouderij in Oost-Duitsland tegen.

Op de Duitse biggenmarkt zijn Nederland en Denemarken al jaren de hofleverancier. In 2007 zijn 4,3 miljoen biggen geïmporteerd in Duitsland. Naar verwachting zal de Duitse behoefte aan biggen blijven groeien, in het bijzonder in het noordwesten van Duitsland. Voor de Nederlandse varkenshouder zijn er volop kansen om de afzet te vergroten met name in Nedersaksen en Noord-Rijnland-Westfalen. Door het aangaan van en bouwen aan duurzame relaties met de Duitse vleesvarkenshouders kan de sterke positie verder uitgebouwd worden. Belangrijkste concurrent blijft Denemarken.

De Duitse varkensvleesmarkt is kostprijsgedreven met specifieke wensen ten aanzien van kwaliteit. Nederland heeft een zeer sterke positie op deze Duitse markt, maar de groeimogelijkheden zijn beperkt. De strategie van de Nederlandse vleesvarkenshouder dient gericht te zijn op behoud van zijn positie op de afzetmarkt. Hiervoor is het noodzakelijk om naast een *licence to produce* (voldoen aan de wet- en regelgeving) ook een *licence to operate* (voldoende maatschappelijk draagvlak) te waarborgen om zo vleesvarkens concurrerend aan te kunnen blijven bieden.

Summary

The German pig supply chain from a Dutch perspective

Germany is an important, if not the most important, trade partner for the Dutch pig sector. The aim of this study is to provide insight into developments in the German pig supply chain. This insight enables Dutch pig and sow farmers to correctly anticipate the German market. To this end, the pork supply chain in Germany and the developments within it, are analysed and a SWOT analysis is performed.

Pork consumption in Germany is characterised by high consumption levels, a wide range of processed meat products 'Wurstwaren', a low yet rising share of pre-packed meat (products) and a price/quality conscious consumer. The total consumption per person is not expected to change significantly, sales of pre-packed pork (products) are expected to increase and consumers are expected to want healthy and convenience products.

German retail is strongly consolidated, as in other European countries. Characteristics for the German market are the strong position of the discounters and the relatively large market share of the butchers 'Metzgereien'. Sales of pre-packed fresh meat (via the discounters) are expected to increase at the expense of sales through butchers.

Over the past 11 years (1997-2008), the German pork industry has experienced considerable growth: from nearly 40 million slaughters to nearly 55 million slaughters per year. In Germany, the slaughterhouses mainly operate in two regions where most pigs are farmed: the northwest (Lower Saxony and North Rhine-Westphalia) and the southeast (Bavaria). Further consolidation and growth of the slaughter capacity in Germany is expected. Germany as a whole recently became more than self-sufficient in pork for the first time.

The German primary sector is characterised by regional differences. Over 50% of the pigs are in the northwest, nearly 30% in the southeast and 15% in the east of Germany. The structure varies from similar to Denmark and Netherlands (East Germany) to very small farms (southern Germany). An accelerated reduction in the number of farms in the south of Germany is predicted, in view of the current structure and cost price differences. With respect to the initial

growth expectation, the volume of pig farming in East Germany is less than expected.

On the German piglet market, for many years the Netherlands and Denmark have been the main suppliers of over 4 million imported piglets. The German demand for piglets is expected to continue to grow, in particular in the north-west of Germany. For the Dutch pig farmer, there is great potential for increasing sales, particularly in Nedersaksen and Noord-Rijnland-Westfalen. By entering into and building sustainable relationships with German fattening pig farmers, they can further develop their strong position. The main competitor continues to be Denmark.

The German pork market is cost-price driven with specific wishes with respect to quality. The Netherlands has a strong position on the German market, but growth potential is limited. The strategy of the Dutch pig farmer should focus on maintaining his position on the sales market. For this, it is essential to secure a *licence to operate* (sufficient social support) besides a *licence to produce* (comply with legislation and regulations) in order to continue being able to competitively sell fattening pigs.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en achtergrond

Duitsland is een belangrijke afzetmarkt voor Nederlandse biggen, vleesvarkens en varkensvlees. De Duitse varkenskolom is de afgelopen jaren sterk in beweging geweest. Inzicht in de ontwikkelingen in de afgelopen jaren en verwachtingen voor de komende jaren kunnen zowel de Rabobank als varkenshouders ondersteunen bij hun visie en beleidsvorming.

1.2 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is het krijgen van inzicht in de ontwikkelingen in de Duitse varkenskolom in relatie tot de mogelijkheden voor de Nederlandse primaire varkenshouderij. Daartoe worden de perspectieven geconcretiseerd voor de Nederlandse varkenssector op de belangrijke Duitse afzetmarkt. In dit kader heeft Rabobank Nederland aan LEI Wageningen UR de opdracht verstrekt de Duitse varkensvleeskolom te verkennen. Met dit inzicht kunnen Rabobank en de Nederlandse primaire varkenshouderij ondersteund worden in hun visievorming.

1.3 Methode

Om meer inzicht te krijgen in de ontwikkelingen in de Duitse varkenskolom is desk-research uitgevoerd, in combinatie met brainstormsessies met sectorexperts. Voor het kwantificeren van relevante trends zijn statistische bronnen en websites benut. Op basis van de analyse van de kolom, historische ontwikkelingen, en verwachtingen voor de komende jaren is een sterkte-zwakte (SWOT)-analyse uitgevoerd. Op basis van deze concurrentieanalyse zijn strategische opties geformuleerd voor Nederlandse zeugenhouders en vleesvarkenhouders.

1.4 Afbakening

Dit onderzoek beperkt zich tot de Duitse markt als afzetbestemming van de Nederlandse varkenssector, en vooral de positie van de Nederlandse varkenshouder op deze Duitse afzetmarkt. De internationale aanvoer van grondstoffen en (de impact van) de economische crisis op de agrosector vallen buiten het bestek van dit onderzoek.

Dit onderzoek heeft gediend als input voor de visieontwikkeling door de Rabobank. In 2008 heeft de Rabobank haar visie gepresenteerd. Daarnaast is deze visie in brochurevorm verschenen, getiteld 'Duitsland: grensverleggend voor de varkenshouderij'.

1.5 Leeswijzer

Na de introductie volgt een beschrijving van de Duitse vleesvarkenskolom voorafgegaan door een profielschets van Duitsland in hoofdstuk 2. De ontwikkelingen met betrekking tot varkensvleesconsumptie en retail worden beschreven in hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 staat vervolgens stil bij de varkensvleesindustrie en de primaire sector en de toeleverende industrie worden in hoofdstuk 5 belicht. In hoofdstuk 6 wordt de internationale handel in varkens vanuit Duits-Nederlands perspectief weergegeven en is een concurrentieanalyse gemaakt. Het rapport sluit af met de belangrijkste conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk 7.

2 Profielschets Duitsland

2.1 Inleiding

Duitsland is een belangrijke afzetmarkt voor varkens en varkensvlees binnen Europa en voor Nederland in het bijzonder. In dit hoofdstuk wordt een profielschets van deze belangrijke speler voor de Nederlandse varkenssector gegeven. Achtereenvolgens wordt ingegaan op het land en de bevolking (paragraaf 2.2), de economie (paragraaf 2.3) en het politieke systeem (paragraaf 2.4).

2.2 Land en bevolking

Algemeen

Na de val van de muur werd de Bondsrepubliek Duitsland in 1990 herenigd met de Duitse Democratische Republiek. In het huidige Duitsland wonen ruim 82 miljoen mensen (zie tabel 2.1). Het inwoneraantal is de laatste jaren min of meer stabiel tot licht dalend en deze trend zet zich voort: voor 2050 schat de FAO het inwoneraantal in Duitsland op minder dan 80 miljoen (een afname met 3,9% ten opzichte van 2006¹). Duitsers wonen niet verspreid over het land. Er zijn enkele grote stedelijke gebieden waar miljoenen mensen wonen. In het voormalige Oost-Duitsland wonen 19 miljoen mensen.

In Duitsland is de bevolking aan het vergrijzen door de langere levensverwachting en de daling van het aantal geboortes. In 2005 leefden er in Duitsland meer mensen met een leeftijd hoger dan 65 jaar (15,9 miljoen) dan mensen met een leeftijd onder 15 jaar (11,6 miljoen).

¹ De FAO schat de bevolkingsontwikkeling in Nederland voor die periode positief in met +3,7%.

Tabel 2.1	Land en bevolking naar deelstaten (2006)		
	Oppervlakte (m²)	Inwoners (*1000)	Inwoners per m²
Baden-Württemberg	35.752	10.739	300
Beieren	70.552	12.493	177
Berlijn	892	3.404	3.816
Brandenburg	29.479	2.548	86
Bremen	404	664	1.644
Hamburg	755	1.754	2.323
Hessen	21.115	6.075	288
Mecklenburg-Voorpommeren	23.180	1.694	73
Nedersaksen	47.624	7.983	168
Noord-Rijnland-Westfalen	34.085	18.029	529
Rijnland-Palts	19.853	4.053	204
Saarland	2.569	1.043	406
Saksen	18.416	4.250	231
Saksen-Anhalt	20.446	2.442	119
Sleeswijk-Holstein	15.799	2.834	179
Thüringen	16.172	2.311	143
Totaal Duitsland	357.093	82.315	231

Landbouw

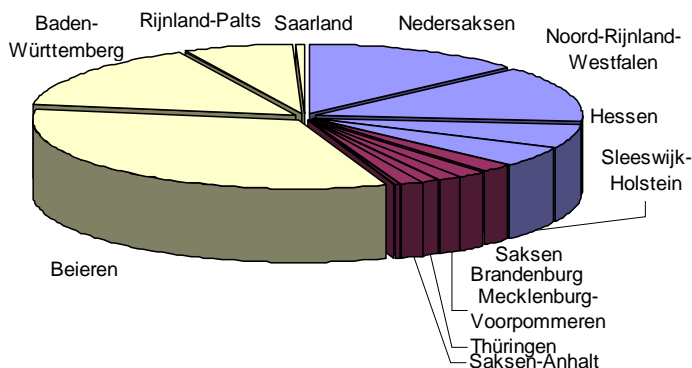
In 2005 telde Duitsland in totaal bijna 397.000 landbouwbedrijven¹ - bijna een derde minder dan in 1995. In de zuidelijke deelstaten (als Beieren en Baden-Württemberg) bevinden zich de meeste landbouwbedrijven. De meeste varkensbedrijven bevinden zich echter in de meer noordwestelijk gelegen deelstaten Nedersaksen en Noord-Rijnland-Westfalen (zie figuur 2.1.a en figuur 2.1.b).

Het landbouwareaal is in diezelfde periode van tien jaar min of meer stabiel gebleven met circa 17 miljoen hectare. Van het totale Duitse landbouwareaal wordt het overgrote deel als akkerland bebouwd (70%) en het overige vooral als permanent grasland. De resterende hectares (1%) zijn voor de blijvende teelten. Het grootste deel van het akkerland wordt benut door graan, hoofdzakelijk tarwe en gerst. De kracht van de Duitse landbouw zit met name in de akkerbouw, veeteelt is van oudsher een aanvullende activiteit (Braks, 2007). Hoewel de meeste landbouwbedrijven zich in het zuiden van Duitsland bevinden, zijn dit niet

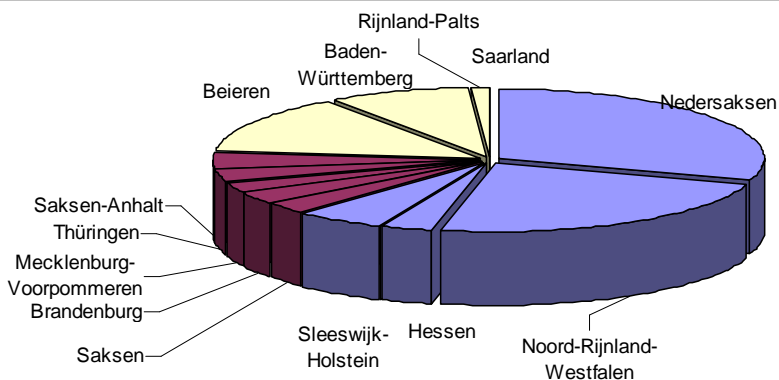
¹ Vanaf 2 ha landbouwooppervlakte.

de grotere bedrijven. In 2005 waren er ruim 30.000 landbouwbedrijven met meer dan 100 ha landbouwoppervlakte (6% meer dan in 2003). De meeste van deze bedrijven bevinden zich in de nieuwe (Oost-Duitse) deelstaten (tabel 2.2). Deze grote bedrijven maken slechts 8% uit van het totale aantal bedrijven. Het door hen verwerkte areaal ligt echter met 50% fors hoger. Van de bedrijven heeft 30% een landbouwoppervlakte van 2 tot 10 ha, maar hun aandeel in het totale Duitse landbouwareaal bedraagt nog geen 4%. In vergelijking met 1991 steeg het aantal landbouwbedrijven in de oostelijke deelstaten, de omgekeerde ontwikkeling deed zich voor in de westelijke deelstaten.

Figuur 2.1a Landbouw in Duitsland naar deelstaten (in bedrijven)



Figuur 2.1b Varkenshouderij in Duitsland naar deelstaten (in dieren)



Tabel 2.2 Bedrijven en landbouwareaal				
	Aantal bedrijven	Landbouw-areaal (*1.000 ha)	Aantal bedrijven >100 ha a)	Totaal areaal bij bedrijven >100 ha (in 1.000 ha) b)
Oost-Duitsland	25.888	4.807	7.912	4.457
Noordwest-Duitsland	122.551	5.154	11.999	1.965
Zuid-Duitsland	248.142	7.063	10.386	2.140
Totaal Duitsland	396.581	17.024	30.297	8.562
Oost-Duitsland	7%	28%	26%	52%
Noordwest-Duitsland	31%	30%	40%	23%
Zuid-Duitsland	63%	41%	34%	25%

a) 8% van totaal aantal bedrijven; b) 50% van totaal aantal hectare.

2.3 Economie

Algemeen

De Duitse economie is één van de grootste economieën ter wereld. Gerekend naar omvang van het Bruto Nationaal Product staat het land op de derde plaats in de wereldrangorde (2005) achter de Verenigde Staten en Japan. Duitsland ontwikkelt zich in de richting van een diensteneconomie. Hierdoor is de bijdrage van de industriële sector aan de totale Duitse economie de laatste jaren, met uitzondering van 2005, afgenomen. Het aantal personen werkzaam in de dienstensector ligt echter nog steeds lager dan in bijvoorbeeld Nederland, zie ook tabel 2.3.

Na enkele moeilijke jaren aan het begin van deze eeuw is er vanaf 2005 weer sprake van economische groei in Duitsland, vooral dankzij de groeiende export en het groeiende consumentenvertrouwen. Ook op de arbeidsmarkt lijkt de situatie langzaam te verbeteren. In 2007 daalde de werkloosheid naar 9%¹. Er is daarbij sprake van grote regionale verschillen tussen de regio's. De zuidelijke deelstaten hebben de laagste werkloosheid. Het werkloosheidspercentage

¹ Arbeitslosenquote.

in de noordwestelijke deelstaten is ongeveer gelijk aan het Duitse gemiddelde. In de oostelijk deelstaten is de werkloosheid het grootst.

Tabel 2.3	Percentage van de beroepsbevolking werkzaam in de landbouw, industrie en dienstensector in 2005 in diverse landen		
	Beroepsbevolking naar:		
	landbouw (incl. bosbouw en visserij)	industrie	diensten
Duitsland	2,2	29,8	68,0
Nederland	3,3	20,4	76,3
Frankrijk	3,9	24,3	71,8
Verenigd Koninkrijk	1,3	22,0	76,7
Verenigde Staten	1,6	20,6	77,8
Polen	15,8	30,0	54,1

Duitsland kampt met drie economische problemen:

- de structureel hoge brutoloonkosten;
- de achterblijvende binnenlandse vraag;
- de structureel hoge werkloosheid.

De vergrijzende bevolking gecombineerd met de hoge werkloosheid, bemoeilijkt het in stand houden van de sociale zekerheid: de lasten voor werkenden zijn onevenredig hoog geworden. Bovendien blijft de modernisering en integratie van de Oost-Duitse economie een kostbaar langetermijnprobleem: jaarlijks gaat er nog circa 70 miljard euro aan financiële steun van het westen naar het oosten.

Overige punten:

- Duitse inkomstenbelasting, Einkommenssteuer, is qua opzet vergelijkbaar met de inkomstenbelasting die in Nederland gold vóór de introductie van het boxenstelsel in 2001.
- belangrijkste organisatie die als opdracht heeft om buitenlandse directe investeringen in Duitsland te stimuleren is Invest in Germany. Deze organisatie is in mei 2007 ontstaan en is voortgekomen uit een fusie tussen het Büro des Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland (Office of the Federal Commissioner for Foreign Investment in Germany) en The New German

Länder Industrial Investment Council GmbH (ICC). De laatste organisatie hield zich in het bijzonder bezig met het aantrekken van investeringen in de voormalige DDR (EVD, 2007).

Landbouw

In 2006 werkten er 1,3 miljoen mensen in de agrarische sector. De totale agrarische sector (landbouw, bosbouw en visserij) lijkt in eerste aanleg van beperkt belang: de primaire sector draagt 1% aan de totale bruto toegevoegde waarde bij (2005). De economische betekenis ligt echter hoger. Immers, het totale agrocomplex bestaat uit meer dan alleen de primaire sector. Ook de verwerking en distributie van agrarische producten en de toelevering van producten en diensten (bijvoorbeeld kunstmest, veevoer en zakelijke dienstverlening) behoren hiertoe (Berkhout en Van Bruchem, 2007). In 2006 bedroeg de productiewaarde bijna 40 miljard euro, waarvan ruim 15% door de varkenshouderij. In Nederland kwam in 2005 bijna 23% van de toegevoegde waarde van het totale agrocomplex (binnenlandse agrarische grondstoffen) voor rekening van de intensieve veehouderij. In totaal had de toegevoegde waarde van het totale agrocomplex dat jaar een aandeel van ruim 5% in de nationale handel.

De sociale betekenis van de landbouw is voor bepaalde delen van Duitsland nog steeds aanzienlijk. Agrarische structuren verschillen echter sterk tussen de regio's in Duitsland. In het westen en zuiden vindt men vooral kleinere familiebedrijven. In de voormalige DDR zijn de grotere, agrarische bedrijven in de meerderheid. Deze zijn ontstaan uit de landbouwcoöperaties van de socialistische tijd.

Van de 88 miljard euro die de EU voor de periode 2007-2013 voorziet aan plattelandssteun gaat 8,1 miljard naar Duitsland (circa 12% minder dan in de periode 2000-2006) en bij dit bedrag komen nog eens ongeveer 5 miljard uit nationale middelen (totaal: circa 13,2 miljard). Tussen de deelstaten bestaan er grote verschillen in beschikbare middelen. De deelstaat Beieren heeft met 2,5 miljard euro (bijna 19%) de meeste plattelandssteun voorzien.

Landbouwgrond is het duurst in de noordelijke en zuidelijke deelstaten, en het goedkoopst in voormalig Oost-Duitsland. Volgens cijfers van het Statistisches Bundesamt bedroeg de prijs voor een perceel landbouwgrond in West-Duitsland in 2006 gemiddeld 15.941 euro/ha en in Oost-Duitsland 4.040 euro/ha (zie tabel 2.4).

Tabel 2.4 Prijzen landbouwgrond in 2006		
Plaats	Deelstaat	Euro/ha
1.	Noord-Rijnland-Westfalen	25.973
2.	Beieren	24.294
..		
16.	Brandenburg	2.729

2.4 Politiek

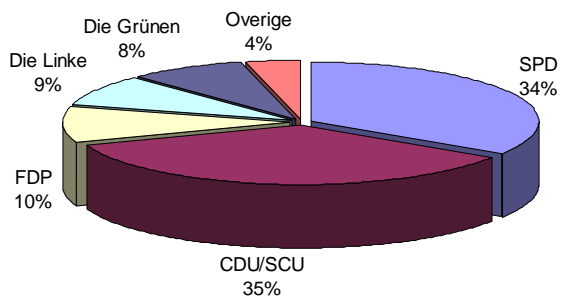
Algemeen

Duitsland is weliswaar één land, maar is tegelijkertijd administratief opgedeeld in 16 Bundesländer¹ en vervolgens in 313 Landkreise (een regionale bestuurslaag over meerdere gemeenten). De bondskanselier (nu: Angela Merkel) staat aan het hoofd van de Bondsregering, die de uitvoerende macht heeft. De bondspresident (nu: Horst Köhler) heeft voornamelijk een representatieve functie. De hoogste staatsmacht ligt bij de bondsstaat, maar door de federale structuur van het land hebben de regeringen van Bundesländern bevoegdheden op een aantal beleidsterreinen. Daarnaast zijn Europese wet- en regelgeving sturend. De wetgevende macht wordt op federaal niveau uitgeoefend door de Bundestag (kamer van volksvertegenwoordigers; vergelijkbaar met de Tweede Kamer in Nederland) en de Bundesrat (vertegenwoordiging van de deelstaatregeringen; vergelijkbaar met de Senaat in Nederland). Federale wetten die ingrijpen in thema's die tot de bevoegdheid van de deelstaten behoren, of waarvan de uitvoering aan de deelstaten opgedragen wordt, moeten door de Bundesrat goedgekeurd worden.

Eind 2005 vonden er in Duitsland parlementsverkiezingen plaats: een duidelijke winnaar ervan was er niet (zie figuur 2.2). Het gevolg was dat er een 'grote coalitie' tot stand kwam van CDU/CSU en SPD onder leiding van bondskanselier Angela Merkel (CDU). In de Bundestag heeft de coalitie een meerderheid. De volgende verkiezingen op nationaal niveau zullen in de herfst van 2009 plaatsvinden.

¹ Of: deelstaten, inclusief de staddeelstaten Hamburg, Bremen en Berlijn.

Figuur 2.2 **Verkiezingsuitslagen Duitsland 2005**



De huidige minister voor Voedselvoorziening, Landbouw en Consumentenbescherming wordt door de CSU geleverd in de persoon van Ilse Aigner. Zij volgde eind 2008 Horst Seehofer op, die naar de regering van Beieren vertrok. Daarvoor had Duitsland een 'groene' minister (Renate Künast).

Künast kreeg tijdens haar ambtsperiode veel kritiek van onder andere de Deutscher Bauernverband omdat ze strengere voorschriften oplegde betreffende milieu, natuur en dierenwelzijn en omdat ze de biologische landbouw een bijzonder warm hart toedroeg (haar *Agrarwende* mikte op 20% biologisch landbouw in 2010).

Hoofddoel van de minister Seehofer was naar eigen zeggen de concurrentiekracht van de Duitse landbouw te versterken en de bureaucratie te verminderen. Hij kondigde aan dat Europese richtlijnen voortaan letterlijk ('ein auf eins') omgezet worden en wilde pragmatisch en in overleg met de sector besturen in plaats van ideologisch en in confrontatie met de landbouworganisaties.

Tot slot, één van de kleinere politieke partijen in Duitsland is Die Tierschutzpartei. Sinds 1993 richt deze partij zich op de bescherming van dieren. Bij de verkiezingen in 2005 haalde Die Tierschutzpartei 0,23%. Ze heeft in een paar Duitse gemeenten afgevaardigden in de gemeenteraad, maar is te klein om in de landelijke politiek een stem te krijgen (onder andere door het niet halen van de kiesdrempel).

Landbouw

Het landbouwbeleid in Duitsland ligt vooral op federaal niveau en wordt vanuit de EU gestuurd. Alle deelstaten behalve de stadstaten Berlijn, Bremen en Hamburg

hebben daarnaast hun eigen landbouwminister, die vorm geeft aan het landbouwbeleid op regionaal niveau. De CDU/CSU heeft een duidelijk overwicht bij de landbouwministers. Negen landbouwministers hebben een christendemocratische stempel, drie ervan zijn sociaal-democraten en een is partijloos. De deelstaatregeringen beïnvloeden ook het nationale beleid via hun aanwezigheid in de Bundesrat en in de twee keer per jaar vergaderende 'Agrarministerkonferenz'. Dit neemt echter niet weg dat de deelstaten eigen accenten kunnen leggen, bijvoorbeeld door bijkomende eisen te stellen of door het uitwerken van eigen regionale plattelandsontwikkelingsprogramma's. Bovendien ligt de uitvoering van het beleid en de controle op de uitvoering hoofdzakelijk bij de deelstaten. Künast is in haar regeerperiode overigens in gebreke gebleven met de implementatie van de EU-varkenshouderijverordening en is hiervoor destijds door de Europese Commissie voor het Europese Gerechtshof gedaagd. Bij de implementatie werd ze door de Duitse deelstaten geblokkeerd, die op deze manier een ander belangrijk thema in de Duitse politiek van toen weer ter discussie konden stellen: het nieuwe pluimveehouderijsysteem. Seehofer heeft de goedkeuring voor een nieuw systeem rond gekregen en maakte zo de weg ook vrij voor een nationale verordening voor varkenshouderij - de Richtlijnen 2001/88/EG en 2001/93/EG zijn nu ook in Duitsland omgezet (in 2006). Deze verordening reikt minder ver dan Künast eerder voor ogen had.

Het Duitse landbouwbeleid wordt niet alleen door de politiek bepaald. Ook landbouworganisaties spelen een rol in de besluitvorming en zorgen mede voor discussie over het te voeren beleid. Dit geldt ook voor NGO's en consumentenorganisaties welke hierin steeds meer een stem laten horen. De directeur van de Naturschutzbund (NABU) Saksen-Anhalt geeft bijvoorbeeld bij een bezoek van een Noordbrabantse delegatie in 2007 in voormalig Oost-Duitsland aan dat de organisatie groeit en inmiddels erkend wordt als een serieuze en gedegen gesprekspartner (Braks, 2007). Het valt te verwachten dat de rol van dergelijke consumentenorganisaties sneller tot wijzigingen in de bedrijfs- en/of beleidsvoering kunnen leiden dan het immer trage EU wet- en regelgevingsproces.

Een studie naar duurzame veehouderij over de grens (Goddijn en Backus, 2004) biedt inzicht in het thema duurzaamheid en de invulling hiervan voor de Duitse veehouderij. Volgens verschillende stakeholders zijn de belangrijkste thema's die in dit kader spelen voedselveiligheid, dierenwelzijn en transparantie. Ook geven Goddijn en Backus (2004) in hun studie dat:

'Het recht van de consument op prijsbewust inkopen wordt in Duitsland echter belangrijker gevonden dan initiatieven gericht op het stimuleren van een duurzame productie en consumptie van voedsel.'

Het toekomstperspectief voor de (concurrentiepositie van de) Duitse varkenshouder is - net als zijn Europese collega's - mede afhankelijk van wet- en regelgeving, in het bijzonder die op het gebied van dierenwelzijn. In dit kader gaat het niet zozeer om individuele landen of Europa, maar eerder om het internationale speelveld. In vele niet-Europese landen liggen de voorgeschreven standaarden met betrekking tot dierenwelzijn (nog) onder het Europese niveau. Het is dan ook niet te verwachten dat op korte termijn de normen (substantieel) verscherpt worden.

2.5 Conclusies

Duitsland is binnen Europa het grootste land gemeten naar bevolkingsomvang. Deze bevolking kenmerkt zich door vergrijzing en een voorziene daling in de toekomst. De Duitse economie is één van de grootste economieën ter wereld. De primaire agrarische sector (landbouw, bosbouw en visserij) lijkt hierin in eerste aanleg van beperkt belang. De economische betekenis ligt evenwel hoger omdat het totale agro-complex uit meer dan alleen de primaire sector bestaat. In 2006 bedroeg de totale productiewaarde bijna 40 miljard euro, waarvan ruim 15% door de varkenshouderij.

De kracht van de Duitse landbouw zit niet zozeer in de veeteelt, maar in de akkerbouw. De meeste landbouwbedrijven bevinden zich in de zuidelijke deelstaten, terwijl de meeste varkensbedrijven in de meer noordwestelijk gelegen deelstaten liggen. De grootste landbouw- en/of varkensbedrijven zijn evenwel gelegen in het oosten van Duitsland. De sociale betekenis van de landbouw verschilt dan ook per regio: Duitsland laat geen eenduidig beeld zien - daar is het land te groot voor. Het zuiden verschilt van het noord(westen) en het oosten van Duitsland en vice versa. Deze indeling naar regio's zal daarom in dit rapport zoveel mogelijk gemaakt worden.

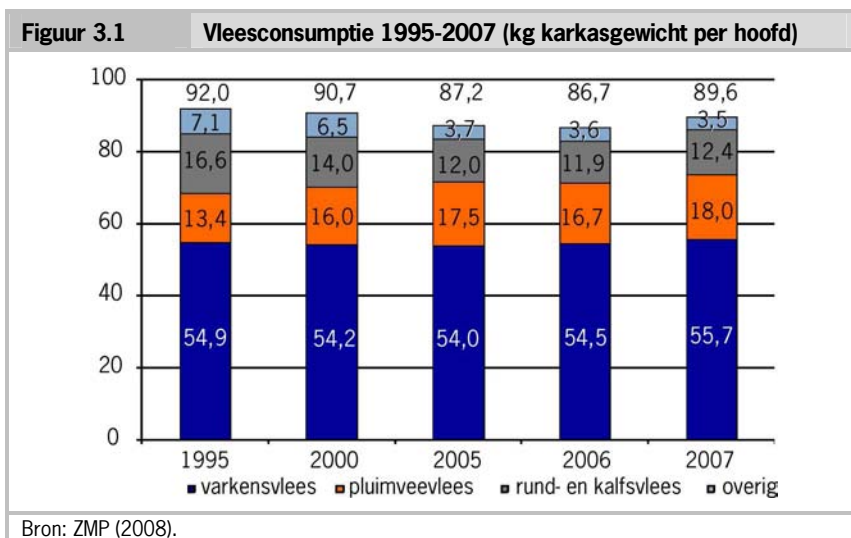
De belangrijkste thema's op het gebied van veehouderij in Duitsland zijn voedselveiligheid, dierenwelzijn en transparantie. Het beleid, onder andere op deze aspecten, ligt in Duitsland vooral op federaal niveau en wordt daarbij vanuit de EU gestuurd. De rol van deelstaten kan echter groot zijn. Het Duitse landbouwbeleid wordt daarnaast niet alleen door de politiek bepaald. Ook landbouw-

en consumentenorganisaties spelen een rol in de besluitvorming. In Duitsland heeft een beleidsmatige trendbreuk plaatsgevonden: van 'groen' naar pragmatisme.

3 Consumptie en retail

3.1 Vleesverbruik in Duitsland

In Duitsland is in 2007 voor circa 155 miljard euro aan voedsel en voedselproducten geconsumeerd. Vlees en vleesproducten hadden met een omzet van 15,8 miljard euro (-0,3%) een aandeel van 10,2% in Duitsland. Dit komt overeen met 89,6 kg vlees per hoofd van de bevolking en een afname met 1,2% sinds 2000.



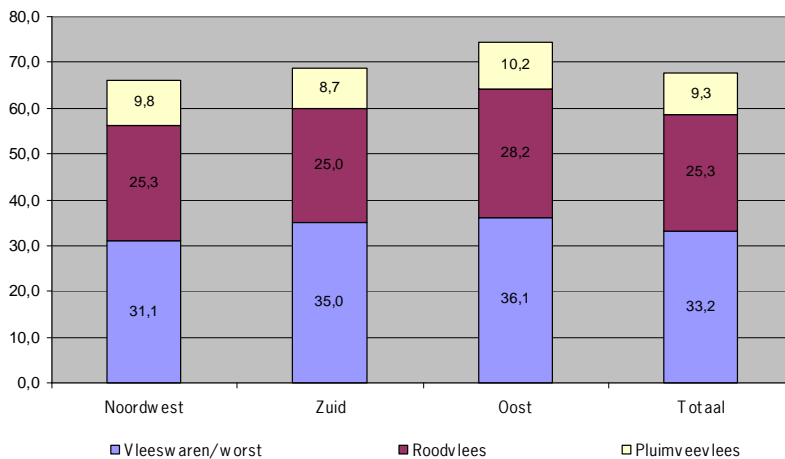
Het Duitse vleesverbruik wordt gekarakteriseerd door een hoge consumptie van varkensvlees (figuur 3.1). Van de totale vleesconsumptie van 89,6 kg (karkasgewicht) per hoofd in 2007 was 55,7 kg varkensvlees. Het overige deel bestaat uit pluimveevlees (18,0 kg), rund- en kalfsvlees (12,4 kg) en overig vlees (3,5 kg). Opvallend is dat ondanks de afname van het totale vleesverbruik, het aandeel van varkensvlees in de totale vleesconsumptie sinds 1995 met 2% is toegenomen tot 62% in 2006. Dierziekten bij runderen (BSE), pluimvee (vogelgriep) en de trend naar meer gemak zijn de belangrijkste redenen. De eerste en de laatste reden zijn ook verantwoordelijk voor de afname in het verbruik van

rund- en kalfvlees ten gunste van pluimveevlees. Op korte en middellange termijn zal deze lichte afname naar verwachting aanhouden. Het verbruik van pluimveevlees zal verder toenemen ten koste van het rundvleesverbruik. Op lange termijn zal het totale vleesverbruik verminderen door de verwachte afname van de bevolking.

De prominente positie van varkensvlees in het Duitse voedingspatroon wordt veroorzaakt door de populariteit van de zogenaamde 'Wurstwaren', of verwerkte vleesproducten zoals worst, ham, pâtés of aspik. Er zijn in Duitsland ongeveer 1.500 verschillende 'Wurstwaren' waaronder vele regionale specialiteiten. Deze producten staan tijdens vrijwel elke broodmaaltijd op het menu en worden aan tafel gesneden en koud geconsumeerd.

Opvallend is het verschil in consumptie tussen de regio's Noordwest, Zuid en Oost. In Zuid- en Oost-Duitsland wordt veel meer vlees gegeten dan in Noordwest-Duitsland (figuur 3.2). De traditionele levensstijl van meer mensen die op het platteland leven is hiervan de belangrijkste oorzaak. Verwacht mag worden dat het eetpatroon in Zuid- en Oost-Duitsland langzaam verschuift richting het patroon in Noordwest-Duitsland (*convenience* en makkelijk te bereiden). Dit zal echter een beperkt effect hebben op de totale vleesconsumptie.

Figuur 3.2 Vleesconsumptie per regio in kg productgewicht (is karkasgewicht minus botten en afsnijverliezen) per hoofd



Bron: ZMP (2007).

Ter vergelijking, in Nederland wordt in totaal 84,7 kg (karkasgewicht) vlees per hoofd van de bevolking gegeten. Hierin heeft varkensvlees met 41,0 kg een aandeel van 48,4%. Pluimveevlees (22,5 kg) en rund- en kalfsvlees (19,0 kg) hebben een aandeel van respectievelijk 26,6% en 22,4%. Verder bestaat het verbruik van varkensvlees in Nederland meer uit onverwerkt (naturel) varkensvlees (karbonades, hamlappen, enzovoort) tijdens de warme maaltijd. Verwerkte vleesproducten zoals vleeswaren, rookworst, enzovoort hebben een aandeel van circa 43% in het totale vleesverbruik. De rookworst vormt een vast onderdeel van veel Nederlandse stampotten en vleeswaren worden vooral tijdens het ontbijt en de lunch geconsumeerd. Opvallend is dat veel vleeswaren, in tegenstelling tot in Duitsland, voorgesneden worden aangekocht.

Verwerkte vleesproducten hebben een aandeel van 49% in het totale vleesverbruik in Duitsland. In roodvlees (varkens-, lams-, runder- en kalfsvlees) bedroeg dit aandeel 56%. Hiermee is het aandeel van verwerkte vleesproducten in roodvlees sinds 2000 met jaarlijks 2,6% toegenomen tot 1,3 miljoen ton product gewicht (figuur 3.3). Sociale trends als meer vrouwen die buitenshuis werken, minder tijd om te koken, meer een- en tweepersoonshuishoudens, en consumententrends zoals snacks, meerdere eetmomenten per dag, gezondheid (obesitas) hebben geleid tot een toenemende vraag naar gemakkelijk te bereiden, gezonde, *convenience* producten. Dit is inclusief nieuwe verwerkte vleesproducten met een laag vetgehalte.

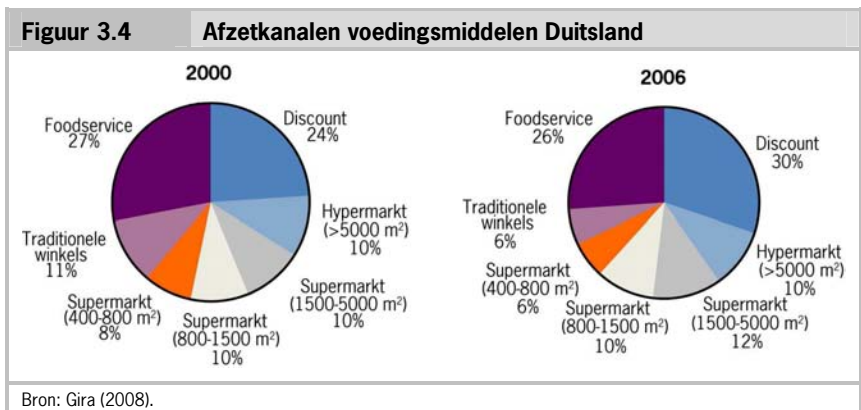
Opvallend is dat er ook een verschuiving in de verkoop van vers en bewerkt vlees heeft plaatsgevonden van onverpakt over de toonbank naar voorverpakt via zelfbediening. In 2000 werd in Duitsland nog 62% van alle vleesproducten over de toonbank verkocht en 38% voorverpakt. In 2007 was het aandeel onverpakt over de toonbank afgenomen tot 39% terwijl het aandeel voorverpakt is toegenomen tot 61%. Verwacht mag worden dat deze trend, ietwat afgezwakt, de komende jaren zal doorzetten. Naast genoemde sociale en consumententrends, heeft de groeiende populariteit van discounters een zeer belangrijke rol gespeeld in de groei van de afzet van voorverpakt vlees in Duitsland. De verkoop van voorverpakt vlees in Duitsland blijft echter beduidend lager dan in Nederland waar meer dan 87% van het verse vlees en meer dan 95% van de vleeswaren voorverpakt wordt verkocht.

Figuur 3.3 Aankoop vers (rood)vlees, vleeswaren en vleesproducten					
	2000	2005	2006	2007	CAGR07/00 a)
Total roodvlees	2.094	2.304	2.245	2.236	1,1%
Waarvan versvlees	1.005	1.001	971	982	-0,4%
- onverpakt (counter)	735	520	507	495	-6,4%
- verpakt	270	480	465	488	10,4%
Waarvan verwerkt vlees	1.089	1.303	1.274	1.254	2,4%
- onverpakt (counter)	562	406	388	374	-6,6%
- verpakt	470	826	817	812	9,5%
- conserven	57	71	69	68	3,0%

a) CAGR = Gemiddelde jaarlijkse groei.
Bron: ZMP (2008).

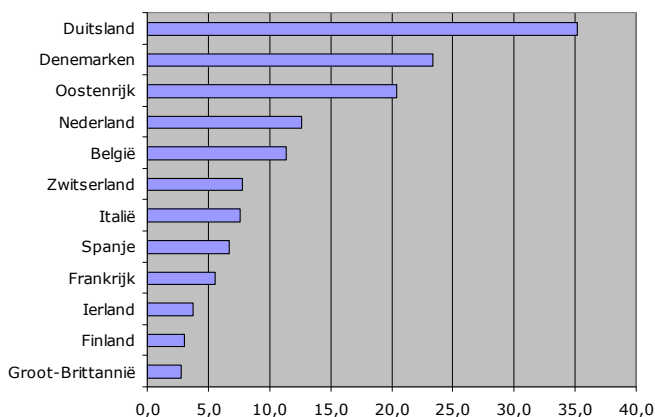
3.2 Retail in Duitsland

De Duitse retailsector consolideert snel. Het aandeel traditionele winkels en kleine supermarkten is sinds 2000 met respectievelijk 5% en 2% afgenomen tot een aandeel van elk 6% (figuur 3.4). Deze afname was ten gunste van discounters (+6%) en de grotere supermarkten met een oppervlakte van 1.500-5.000 m² (+2%).



Discount heeft een aandeel van 35% in de verkoop van voedingsmiddelen. Dit opvallend hoge aandeel komt door de Duitse consumenten die tot de meest prijsbewuste in Europa behoren. Hiermee is de Duitse discount leidend in de EU (figuur 3.5). De laatste jaren lijkt het aandeel van discount in Duitsland te stabiliseren. Dit wordt veroorzaakt doordat Duitsland een vrijwel volledige dekking van discount-winkels heeft, doordat de reguliere retail naast de A-merken steeds meer goedkope huismerken aanbiedt en, doordat als gevolg van de positieve economische ontwikkeling in de laatste jaren, de populariteit van discount bij consumenten wat afneemt.

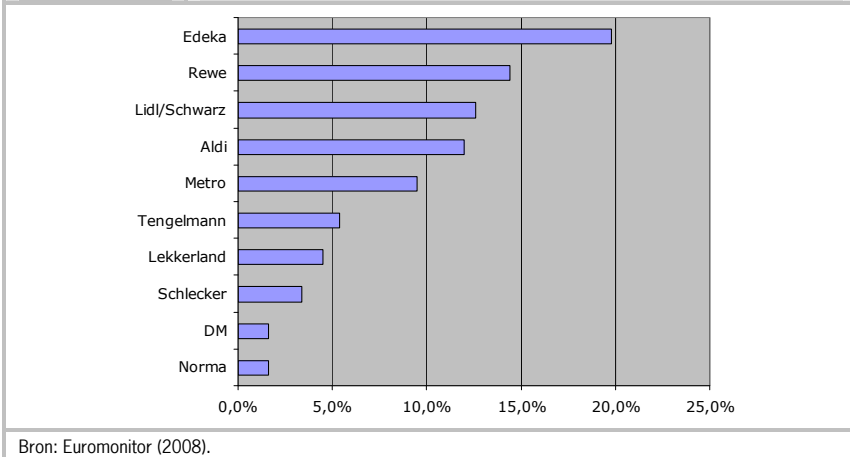
Figuur 3.5 Aandeel discount per land 2007 (% marktaandeel)



Bron: Lebensmittel Zeitung (2007).

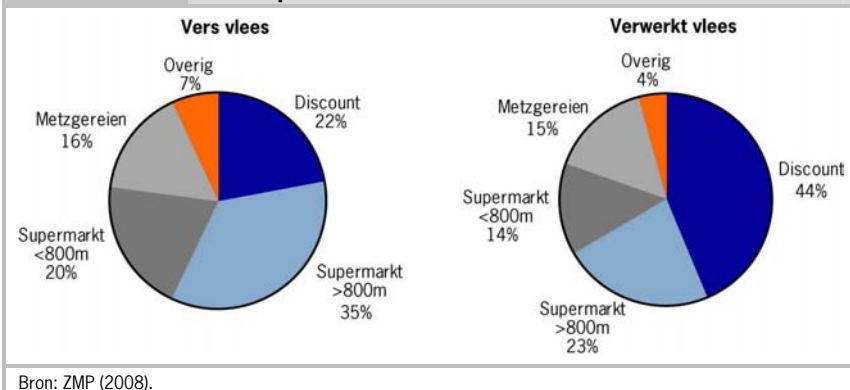
Door de consolidatie van de Duitse retail is het aandeel van de top 10 retailers (figuur 3.6) in de verkoop van *food* producten sinds 1990 met ruim 28% toegenomen tot 85%. De top 5 heeft een aandeel van ruim 73%. Door deze consolidatie is het aantal supermarktketens en dus het aantal mogelijke afzetkanalen in retail afgenomen. Daarnaast zijn er natuurlijk nog afzetmogelijkheden in de vleesverwerkende industrie en aan de (zelfstandige) 'Metzgereien'.

Figuur 3.6 Top 10 food retail Duitsland (marktaandeel)



In de verkoop van vlees hebben discounters een aandeel van 22% voor vers vlees en 44% voor vleesproducten (figuur 3.7). Het aandeel van discount in de verkoop van vers vlees is relatief laag doordat discounters pas enkele jaren geleden zijn begonnen met de verkoop van vers voorverpakt roodvlees en doordat de verkoop is beperkt tot een tiental producten met een hoge omzetsnelheid. Verwacht wordt dat het aandeel van discount in de verkoop van vers vlees de komende jaren verder zal toenemen mede doordat steeds meer producten aan het assortiment zullen worden toegevoegd. Bij vleesproducten zal het aandeel stabiliseren.

Figuur 3.7 Aankoop vers vlees en vleesproducten naar aankoopkanaal 2007



Opvallend bij de verkoop van vers vlees is het nog relatief grote aandeel van de zogenaamde 'Metzgereien'. Dit zijn de traditionele slagerijen die de laatste jaren hun activiteiten hebben uitgebreid tot traiteur, lunchroom of de verkoop van kant&klaarmaaltijden. Hiermee spelen deze winkels in op de trend naar meer gemak. Door de langere openingstijden, de voorkeur voor regionale 'Wurstwaren' en het vormen van ketens weten de 'Metzgereien' hun positie in Duitsland te behouden. De elf grootste ketens hebben gezamenlijk 1.343 'Metzgereien'. Opvallend is dat een aantal van deze keten in handen is van 'Wurstwaren' producerende bedrijven die dus voorwaarts geïntegreerd zijn om hun producten af te zetten.

Het belang van de 'Metzgereien' zal de komende jaren langzaam verder afnemen maar ze zullen een rol blijven spelen in de afzet van vlees en vleesproducten in Duitsland.

3.3 Conclusies

De Duitse vleesconsument heeft een paar specifieke karakteristieken. Enerzijds is de Duitse consument prijsbewust. Dit blijkt uit het grote aandeel en de snelle groei van discount in de verkoop van vlees en vleesproducten. Anderzijds is de Duitse consument kwaliteitsgedreven en gericht op service, wat blijkt uit de relatief late opkomst van voorverpakt vers vlees en het aandeel van de 'Metzgereien' in de afzet van vlees en vleesproducten.

Dit tweesporenbeleid, te weten kostprijsgedreven en kwaliteitsgedreven afzet, roept de vraag op of er in de productie, verwerking en afzet van (varkens)vlees in Duitsland ook sprake is van dit onderscheid. Richten Duitse slachterijen en varkenshouders zich, net als in Nederland, op specifieke afzetmarkten?

Als dit het geval is, moet de Nederlandse varkenshouder zich dan richten op de afzetmarkt waar de laagst mogelijke kostprijs de onderscheidende factor is? Of kan hij kiezen voor de kwaliteitsgedreven markt waar, normaliter, een hogere prijs wordt gerealiseerd doordat geproduceerd wordt voor een specifieke markt?

4. Varkensvleesindustrie

4.1 Productie en verbruik

Duitsland is de leidende producent van varkensvlees in de EU. Sinds 1997 is het aantal slachtingen met 15,8 miljoen (+39%) toegenomen tot 54,6 miljoen stuks in 2008 (tabel 4.1). Hiermee had Duitsland een aandeel van ruim 21% in de totale varkensvleesproductie in de EU27. Naast een toename van de eigen productie wordt de groei van het aantal slachtingen veroorzaakt door de toename van de import van zowel biggen als vleesvarkens. De import nam in de afgelopen drie jaar toe met respectievelijk 92.000 and 165.000 ton karkasgewicht. Als gevolg van de levende import ligt de bruto eigen productie met 4,6 miljoen ton varkensvlees 0,5 miljoen ton lager dan de werkelijke productie van 5,1 miljoen ton varkensvlees.

In 2009 zal het aantal slachtingen licht afnemen door het verwachte lagere aanbod als gevolg van de afname van de zeugenstapel in 2008. Afname zal echter minder groot zijn dan de daling van de zeugenstapel door een verdere toename van de import van vleesvarkens als gevolg van de bestaande overcapaciteit aan slachthaken. Vanaf medio 2010 zal het aantal slachtingen weer toenemen tot een verwachte 56,5 miljoen in 2011. De groei van de slachtcapaciteit en de centrale strategische positie van Duitsland zijn de belangrijkste redenen voor deze verwachting.

Doordat het verbruik van varkensvlees in de afgelopen jaren slechts licht is toegenomen en de import zich min of meer stabiel heeft ontwikkeld, heeft de toename van de nettoproductie geleid tot een toename van de export van varkensvlees. Sinds 2000 is deze bijna verdriedubbeld tot 1,6 miljoen ton in 2008. Door de forse toename van de export is Duitsland sinds 2005 een nettoexporteur van varkensvlees en is de zelfvoorzieningsgraad sinds 2000 met 13% toegenomen tot 100%. Dit betekent dat Duitsland zelfvoorzienend is voor varkensvlees. Dat is een opvallende prestatie door de korte tijdsspanne waarin dit is gerealiseerd.

Tabel 4.1 Varkensvleesbalans Duitsland

in 1.000 ton cwe	1995	2000	2005	2006	2007v	2008s	2011s	CAGR 07/05	CAGR 11/07
Slachtingen (mln. stuks)	39,4	43,2	48,3	50,1	53,3	54,6	56,5	3,3%	1,2%
Bruto eigen productie	3.530	3.881	4.212	4.301	4.540	4.550	4.735	2,4%	0,9%
Invoer levende varkens	200	166	372	424	510	632	600	11,7%	3,0%
Uitvoer levende varkens	28	65	86	63	65	60	60	-9,9%	-1,0%
Netto productie	3.602	3.982	4.499	4.662	4.985	5.100	5.275	3,4%	1,2%
Invoer varkensvlees	1.107	1.049	1.111	1.109	1.174	1.155	1.234	1,2%	1,4%
Uitvoer varkensvlees	227	584	1.152	1.288	1.568	1.580	1.846	9,9%	3,8%
Verbruik varkensvlees	4.482	4.457	4.459	4.483	4.579	4.575	4.577	0,9%	0,0%
Verbruik per hoofd (kg)	54,9	54,2	54,0	53,9	55,7	55,5	53,7	0,0%	-0,1%
Zelfvoorzieningsgraad	76,5%	87,1%	94,5%	95,9%	99,2%	100%	102%	1,4%	0,7%

V = voorloping, s = schatting.

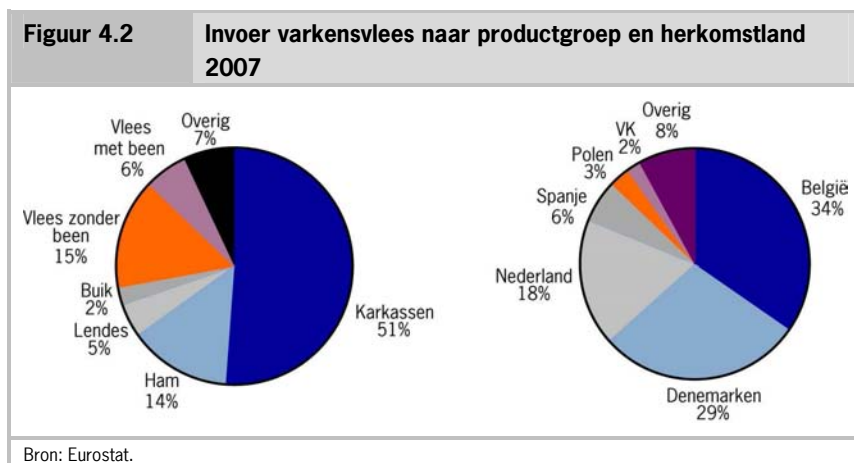
Bron: ZMP, Gira, bewerking Rabobank.

4.2 Invoer en uitvoer biggen en vleesvarkens

In 2007 importeerde Duitsland 4,3 miljoen biggen en 4,0 miljoen vleesvarkens. Dat is samen ruim 15% van de ruim 53 miljoen geslachte varkens in 2007. Van de biggen kwam 61% uit Denemarken en 39% uit Nederland. Bij de vleesvarkens was Nederland de belangrijkste leverancier met een aandeel van 76%. Denemarken volgt op afstand met een aandeel van respectievelijk 19%. Duitsland is daarom vooral afhankelijk van Nederland en Denemarken voor de invoer van biggen en vleesvarkens. In hoofdstuk 6 wordt verder ingegaan op de invoer en uitvoer van biggen en vleesvarkens in Duitsland.

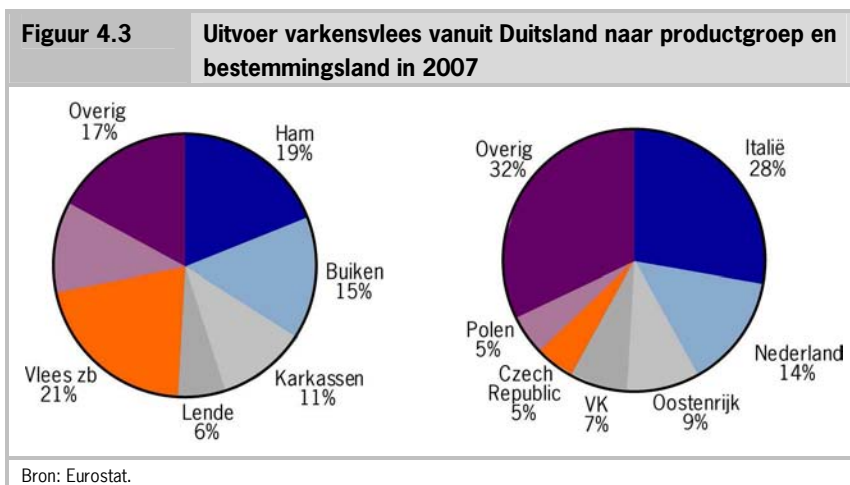
4.3 Invoer en uitvoer van varkensvlees

De import van vers varkensvlees in Duitsland betreft vooral karkassen (51%) gevolgd door vlees zonder been (15%) en hammen (14%) (figuur 4.2). Het grote aandeel van karkassen en hammen komt door de omvang van de verwerkende industrie in Duitsland en door de lage verwerkingskosten in Duitsland. Door het niet aanwezig zijn van een minimumloon voor buitenlandse arbeidskrachten lagen de lonen tot eind 2007 duidelijk lager dan in de omringende landen. Vanaf 1 januari 2008 is nieuwe wetgeving van kracht geworden waardoor dit concurrentievoordeel voor de Duitse verwerkende industrie is verkleind.



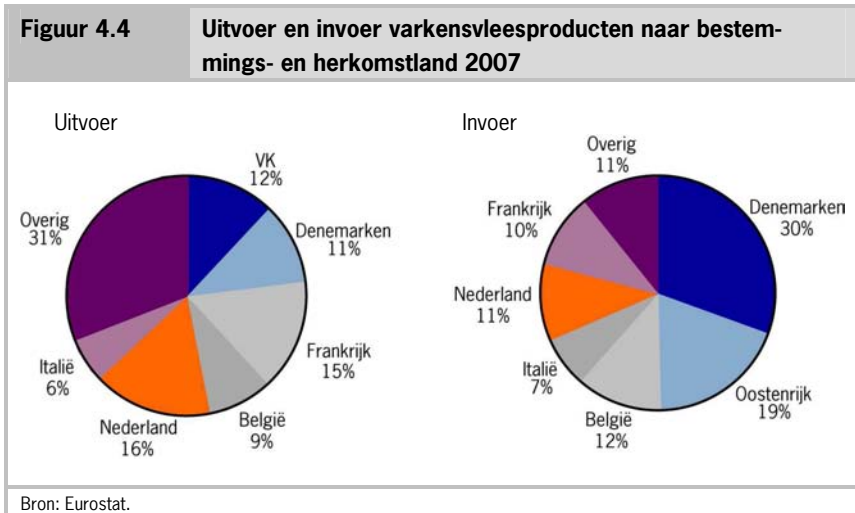
Worden de importen verder geanalyseerd, dan valt het hoge aandeel van België (34%) op dat een derde van de totale import van vers varkensvlees door Duitsland voor haar rekening neemt. De Belgische varkenssector is, in tegenstelling tot Nederland, in staat geweest om de varkens in eigen land te slachten. Dit komt door de marges op de binnenlandse markt; de Belgische markt is een specifieke markt die zwaardere varkens vraagt, waardoor ze een met Duitsland concurrerende prijs kunnen betalen. Echter, de verdere verwerking van het voor de export bestemde varkensvlees vindt in Duitsland plaats. Dit blijkt uit het feit dat de export vooral uit karkassen bestaat. Dit betekent dat de Belgische varkensvleessector niet in staat is om waarde toe te voegen.

Lagere verwerkingskosten zijn ook de belangrijkste reden waarom Denemarken de tweede importeur van varkensvlees in Duitsland is. Denemarken is namelijk een van de landen met de hoogste loonkosten in de EU. Dit is een van de belangrijkste redenen waarom Danish Crown locaties voor de verdere verwerking van varkensvlees in Duitsland heeft. Een andere reden is om op de Duitse afzetmarkt aanwezig te zijn.



Het belangrijkste exportland voor Duitsland is Italië. Dit komt door de export van ham, waar Italië een specifieke industrie voor heeft. Opvallend is de verscheidenheid aan producten die Duitsland exporteert. Naast buiken en karkassen voor de verwerkende industrie heeft vlees zonder been een aandeel van 21% (zie figuur 4.3). Dit wordt mede veroorzaakt door de omvang van de discounters Aldi en Lidl in de EU. Beide discounters worden grotendeels van vers

vlees voorzien vanuit Duitsland. Alleen Spanje en Portugal worden vanaf medio 2008 vanuit Spanje bevoorrad als gevolg van de transportafstand. Met een aandeel van 10% is de export naar niet-EU-landen (Rusland plus 'Overig niet EU') beperkt. Doordat de uitvoer naar het VK met 7% ook niet al te groot is heeft Duitsland, net als Nederland en in tegenstelling tot Denemarken, relatief weinig last van de huidige dure euro.



Duitsland exporteerde in 2007 116.000 ton varkensvleesproducten en importeerde 59.000 ton varkensvleesproducten. Het belangrijkste bestemmingsland is Nederland. Overige belangrijke exportlanden zijn andere buurlanden van Duitsland waar de eetcultuur dicht bij de Duitse ligt (zie figuur 4.4).

De belangrijkste herkomstlanden van varkensvleesproducten voor de Duitse markt zijn Denemarken (30%), Oostenrijk (19%), België (12%), Nederland (11%) en Frankrijk (10%).

4.4 Varkensslachtsector

In 2007 waren in Duitsland 207 roodvleesslachterijen (varkens, rundvee en schapen) met een gemiddelde omzet van 43,1 miljoen euro. Hiermee is het aantal slachterijen kleiner dan het aantal in 1995, in de tussenliggende periode waren er meer roodvleesslachterijen in Duitsland.

De tussentijdse toename was een opvallende ontwikkeling in de stabiele, consoliderende vleesmarkt in Noordwest-Europa. De reden is het groeiende belang van Duitsland als het centrum van de Europese vleesindustrie, zowel in termen van productie als consumptie. Duitsland is aantrekkelijk voor de varkensvleesindustrie door de omvang van de bevolking, de populariteit van de verwerkte vleesproducten, de locatie in het hart van Europa en de groeiende eigen productie. Hierdoor waren zowel de grote als kleine Duitse slachterijen in staat om door te produceren.

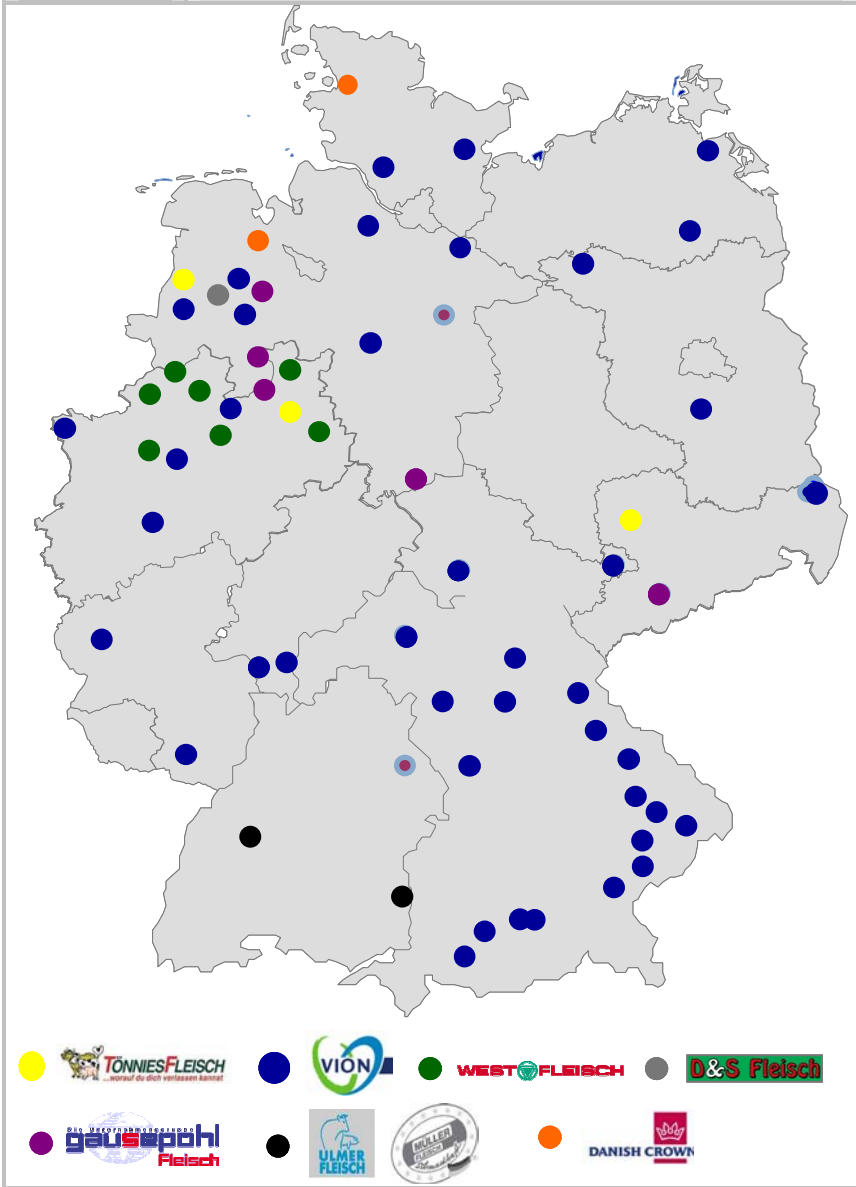
Andere belangrijke oorzaken van de groei van de Duitse varkensslachtsector in de laatste tien jaar zijn:

- overcapaciteit door investeringen in slachtcapaciteit in het voormalige Oost-Duitsland na val van de muur;
- lagere loonkosten door de afwezigheid van een minimumloon tot 1-1-2008;
- zelfvoorzieningsgraad die lager was dan 100%;
- voorkeur van Duitse consument voor Duits vlees.

De slachtcapaciteit in Duitsland is geconcentreerd in de gebieden met de meeste varkens, te weten Nedersaksen, Noord-Rijnland-Westfalen en Beieren. In Oost-Duitsland zijn relatief weinig slachterijen. In lijn met de omvang van de vleesvarkensbedrijven bevinden de slachterijen met de grootste capaciteit zich in Noordwest-Duitsland. In Zuid-Duitsland zijn zowel de varkensbedrijven als de slachterijen in het algemeen kleiner dan het landelijk gemiddelde, hoewel ook hier een opschaling plaatsvindt. De slachterijen in Oost-Duitsland zijn na de val van de muur gebouwd met subsidies en de verwachting dat de varkenssector zich in deze regio snel zou ontwikkelen. Dit is echter minder snel gegaan dan gehoopt, waardoor een aantal van deze projecten de deuren weer heeft gesloten.

Het verschil in aantal locaties van de verschillende slachterijen blijkt uit figuur 4.5. Tönnies heeft slechts drie locaties terwijl haar grootste concurrent Vion veel locaties in Duitsland heeft. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat (a) op een aantal van de locaties van Vion alleen vlees wordt verwerkt en geen varkens worden geslacht en (b) dat Vion een landelijke dekking heeft, in tegenstelling tot de meeste andere slachterijen. Dit impliceert een duidelijk verschil in kostenstructuur tussen de grootste slachterijen en ook de efficiencylagen die nog mogelijk zijn bij Vion.

Figuur 4.5 **Locaties belangrijkste roodvleesslachterijen in Duitsland**



De komende jaren zal het aantal slachterijen in Duitsland verder afnemen. Naast de invoering van een vast minimumloon voor alle medewerkers, dus ook de arbeidskrachten uit Midden- en Oost-Europa, houdt de toename van de zelfvoorzieningsgraad in dat de Duitse industrie in toenemende mate moet concurreren op de markten buiten Duitsland. Hier moet de concurrentie worden aangegaan met de efficiënte Deense en Nederlandse sector en dat zonder het voordeel van de eigen markt. Op dit moment exporteren vooral de grote efficiënte slachterijen. De komende jaren zullen ook de kleinere slachterijen zich meer en meer op de exportmarkten moeten richten. Omdat kostprijs daar de toon zet betekent dit dat de consolidatie van de Duitse varkensvleesindustrie de komende jaren verder zal gaan.

4.5 Succesfactoren Duitse varkensvleesindustrie

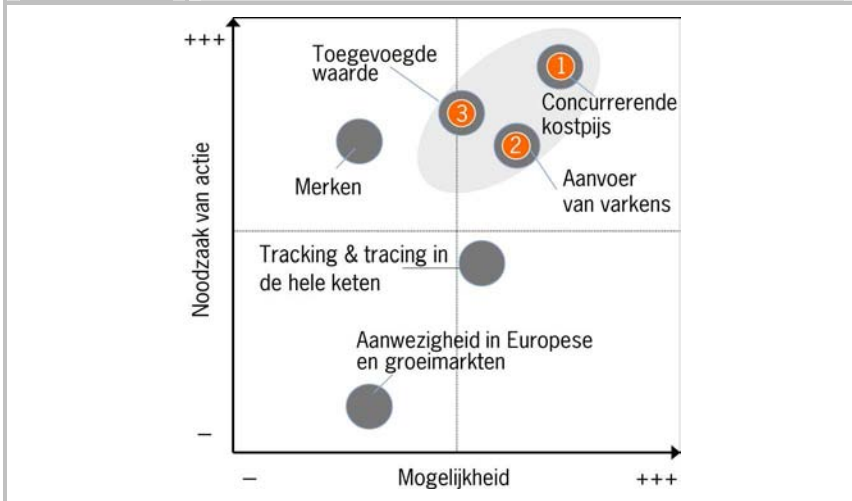
Tot op heden zijn de grootste voordelen van de Duitse varkensvleesindustrie de grote thuismarkt en de relatief lage loonkosten. Door de invoering van een vast minimumloon en de toename van de zelfvoorzieningsgraad zijn veronderstelde belangrijkste succesfactoren voor de Duitse varkenssector in de komende jaren (zie figuur 4.6):

- concurrerende kostprijs;
- aanvoer van varkens;
- creëren van toegevoegde waarde.

Van de andere drie belangrijkste succesfactoren is traceerbaarheid een voorwaarde om te kunnen produceren en exporteren. Dit is al relatief goed geregeld in Duitsland. Merken en de aanwezigheid in Europese en groeiemarkten zijn meer afgeleiden van de drie belangrijkste succesfactoren.

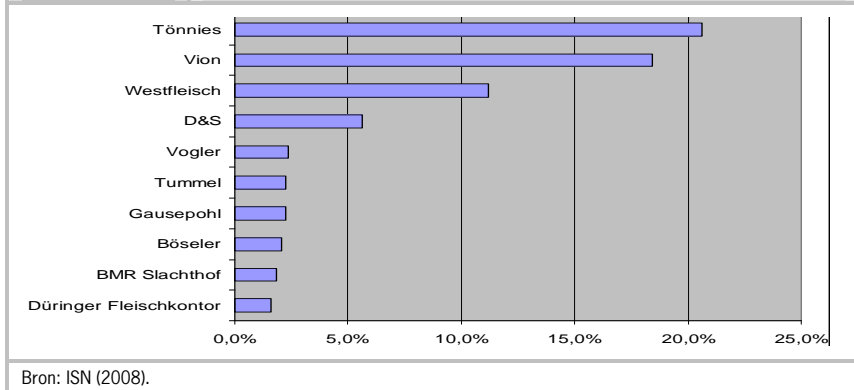
Aangenomen kan worden dat de kleinere en middelgrote slachterijen in toenemende mate niet in staat zullen zijn om aan deze voorwaarden te voldoen. Deze bedrijven zullen een keuze moeten maken. Of ze specialiseren zich in bepaalde (regionale) markten/afzetkanalen waar een hogere prijs behaald kan worden. Of ze gaan samenwerken waardoor efficiencyvoordelen behaald kunnen worden en de concurrentie met de grote slachterijen aangegaan kan worden.

Figuur 4.6 Succesfactoren Duitse varkensvleesindustrie



Dit proces heeft de afgelopen jaren al gedeeltelijk plaatsgevonden onder aanvoering van Vion en Tönnies. Vion heeft drie van de vijf grootste slachterijen (Moksel, NFZ en Südfleisch) overgenomen. Tönnies was de eerste slachterij die begon met het voorverpakken van vers vlees. Daarnaast is Tönnies hard gegroeid door de levering van vers vlees aan discount. De nummer drie en vier, Westfleisch en D&S Fleisch, vertonen de laatste jaren ook een bovengemiddelde groei (zie figuur 4.7).

Opvallend is dat vanaf nummer 5, Vogler, het aandeel is gestabiliseerd tussen de 2-3%. Het aantal slachtingen van deze bedrijven is toegenomen in lijn met de markt. Deze ontwikkeling zal de komende jaren doorzetten. In Duitsland zullen drie, mogelijk vier grote slachterijen ontstaan. Deze leveren de grote volumes vlees aan de landelijk opererende retailers. Daarnaast zullen een aantal kleinere slachterijen actief zijn die de regionale markt voor hun rekening nemen.

Figuur 4.7**Marktaandeel top 10 varkensslachterijen 2007**

4.6 Het Nederlandse varken op de Duitse markt

In tegenstelling tot Nederland heeft Duitsland geen uniform uitbetalingssysteem met correcties voor gewicht, vleespercentage en kwaliteit (SEUROP) voor de hele sector. In Duitsland heeft elke slachterij of zelfs elke locatie een ander uitbetalingssysteem of 'Maske' en zijn verschillende classificatiesystemen (AutoFOM, FOM en Vision) in gebruik. Met behulp hiervan sturen de inkopers van de slachterijen op de kwaliteit van het varken wat men aan de slachthaak wil hebben. Het 'Maske' verschilt niet veel tussen de slachterijen. Er zijn enkele varkensbedrijven en slachterijen die produceren en slachten voor een specifiek marktsegment. De varkenshouder krijgt dan een of twee cent extra boven op de normale varkensprijs.

Feit is dat in Duitsland het gemiddelde aflevergewicht hoger ligt dan in Nederland: in 2007 94 kg (+3 kg boven het Nederlandse gemiddelde aflevergewicht). De vraag is dan of het gemiddelde Nederlandse varken geschikt is voor afzet in Duitsland. Uit de praktijk blijkt dat het gangbare Nederlandse varken in het algemeen minder geschikt is voor leverantie aan Duitsland door de vraag naar zwaardere en vooral meer vleestypische varkens. Beter is om gebruik te maken van vleestypische eindberen, zoals Piétrain, Duroc of een kruising met Piétrain. In paragraaf 5.3.2 Fokkerij wordt de keuze van het varken en de eindbeer verder uitgewerkt.

4.7 Conclusies

De Duitse varkensvleesindustrie is kostprijsgedreven met specifieke wensen met betrekking tot de kwaliteit van de te verwerken karkassen. Dit betekent voor de Nederlandse vleesvarkenshouder, die zich richt op Duitsland, dat er geen keuze gemaakt hoeft te worden tussen een kostprijsgedreven of een kwaliteitsgedreven productie en afzet maar juist een combinatie daarvan. Echter, niet alle varkens zijn makkelijk in Duitsland te plaatsen door de vraag naar zwaardere, meer vleestypische varkens. Een vraag die ook nog eens per slachterij verschilt. Voor de Nederlandse varkenshouder betekent dit dat hij zijn opbrengsten kan optimaliseren door een slachterij met bijbehorende uitbetalingssysteem 'Maske' te kiezen die het best overeenkomt met het geproduceerde varken.

5. Primaire varkenshouderij en toeleverende industrie¹

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de primaire Duitse varkenssector beschreven aan de hand van de varkensstapel, bedrijfsstructuur, productiviteit en gezondheidstatus in paragraaf 5.2. In paragraaf 5.3 wordt kort ingegaan op twee belangrijke toeleverende industrieën: de mengvoerindustrie en de fokkerij.

5.2 Primaire varkenshouderij

Varkensstapel

Duitsland houdt het grootste aantal varkens binnen de EU, op de voet gevolgd door Spanje. In november 2008 bevonden zich bijna 27 miljoen varkens in Duitsland. Het lijkt erop dat de veestapel voorlopig blijft groeien. Het overgrote deel van de groei betreft vleesvarkens (tabel 5.1). Met name de vleesvarkenshouders hebben in 2005 en 2006 de productie uitgebreid, terwijl kleinere zeugenhouders in de laatste jaren de productie gestaakt hebben door de lage marges als gevolg van de toenemende concurrentie vanuit Nederland en Denemarken.

	Totaal	Vleesvarkens		Biggen	Zeugen
		>50 kg	<50 kg		
Nov. 2007	26.948	11.129	6.638	6.735	2.410
Nov. 2006	26.821	11.014	6.614	6.682	2.467
Nov. 2005	26.989	10.826	6.733	6.878	2.504
Nov. 2004	26.335	10.390	6.581	6.851	2.467
Nov. 2003	26.495	10.427	6.747	6.710	2.564
Nov. 2002	26.252	10.375	6.568	6.725	2.535
Nov. 2001	25.958	10.378	6.425	6.577	2.523
<i>2007/2002</i>	<i>2,7%</i>	<i>7,3%</i>	<i>1,1%</i>	<i>0,2%</i>	<i>-4,9%</i>

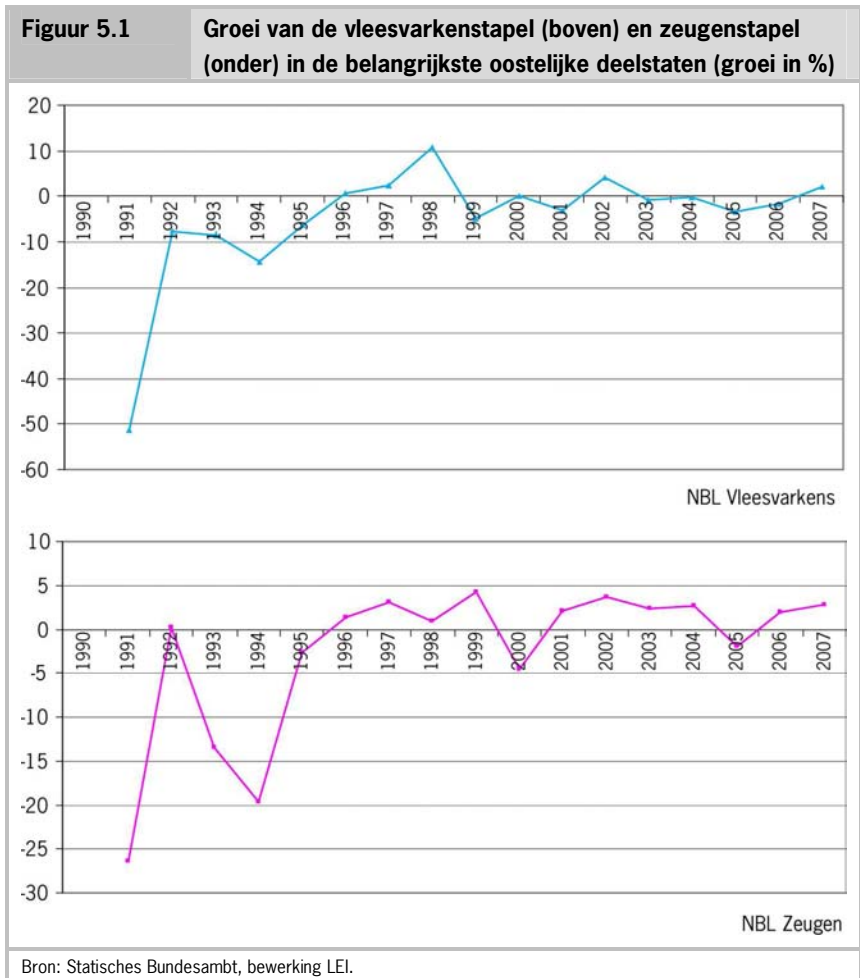
¹ Tenzij anders genoemd zijn gebruikte bronnen in dit hoofdstuk: *Statistisches Jahrbuch 2007 für die Bundesrepublik Deutschland* (Statistisches Bundesamt) en *Marktbilanz Vieh und Fleisch 2007* (ZMP).

In hoofdstuk 2 is aangegeven dat Duitsland eigenlijk te groot is om op een (lands)niveau te analyseren. Het gemiddelde beeld dat dan naar voren komt is niet alleszeggend en daarom wordt Duitsland waar mogelijk ingedeeld in drie regio's. Dit geldt zeker voor de primaire varkenshouderij in Duitsland, welke zich kenmerkt door grote regionale verschillen. De deelstaten waar veruit de meeste varkens gehouden worden, liggen in het noordwesten van Duitsland én grenzen aan Nederland: Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen (respectievelijk 6,3 miljoen varkens en 8,2 miljoen). Samen herbergen deze twee deelstaten meer dan de helft (54%) van de Duitse varkensstapel (tabel 5.2). De varkenssector in deze regio is ook min of meer vergelijkbaar met Nederland, hoewel de bedrijven gemiddeld fors kleiner zijn. Dat is niet het geval in de andere regio's in Duitsland. In het zuiden worden de varkens voornamelijk gehouden op kleinschalige en gemengde bedrijven in de deelstaten Beieren en Baden-Württemberg. In het oosten bevinden zich de meer grootschalige bedrijven. De meeste varkens worden hier gehouden in Saksen-Anhalt, op korte afstand gevolgd door Brandenburg, Mecklenburg-Voorpommeren en Thüringen.

Tabel 5.2		Regionale verdeling van varkens en varkensbedrijven (x 1.000) in Duitsland exclusief de stadsstaten	
		Totaal bedrijven	Totaal varkens
	Totaal Duitsland 2008	72,8	26.718
Noordwest	Nedersaksen	14	8.160
	Noord-Rijnland-Westfalen	13	6.323
	Sleeswijk-Holstein	2	1.458
Oost	Saksen-Anhalt	1	1.054
	Brandenbug	1	733
	Thüringen	1	736
	Mecklenburg-Voorpommeren	1	779
	Saksen	2	646
Zuid	Beieren	22	3.676
	Baden-Württemberg	13	2.146
	Hessen	8	721
	Rijnland-Palts	2	275
	Saarland	0	12

Bron: Statistisches Bundesamt 2008 (aantal bedrijven op basis van 2007 en aantal varkens op basis van landbouwtelling november 2008).

Het aantal dieren in Oost-Duitsland nam direct na de hereniging van Oost- en West-Duitsland sterk af. In de periode hierna hebben de deelstaten veerkracht getoond en er lijkt sprake van een positieve trend, zie figuur 5.1.



In een persbericht geeft 'Statistisches Bundesamt' aan dat de nieuwe deelstaten hun positie aan het uitbouwen zijn: in november 2007 werden er 3,7% meer dieren gehouden dan in mei van dat jaar. Wanneer evenwel een langere termijn in ogenschouw wordt genomen valt - gezien de aanvankelijke verwachtingen - de groei van de varkensstapel in Oost-Duitsland tegen. Hieruit blijkt dat het daar neerzetten van een professionele varkenssector lastig is geweest. Mogelijke redenen hiervoor kunnen de kwaliteit van het personeel (vakmanschap, verantwoordelijkheidsbesef) of de maatschappelijke weerstand tegen grote bedrijven zijn. Aan de andere kant, hoewel het om absoluut gezien kleinere aantallen gaat, laten de oostelijke deelstaten momenteel wel de grootste groei zien. Verwacht wordt dat deze groei nog wel even doorzet.

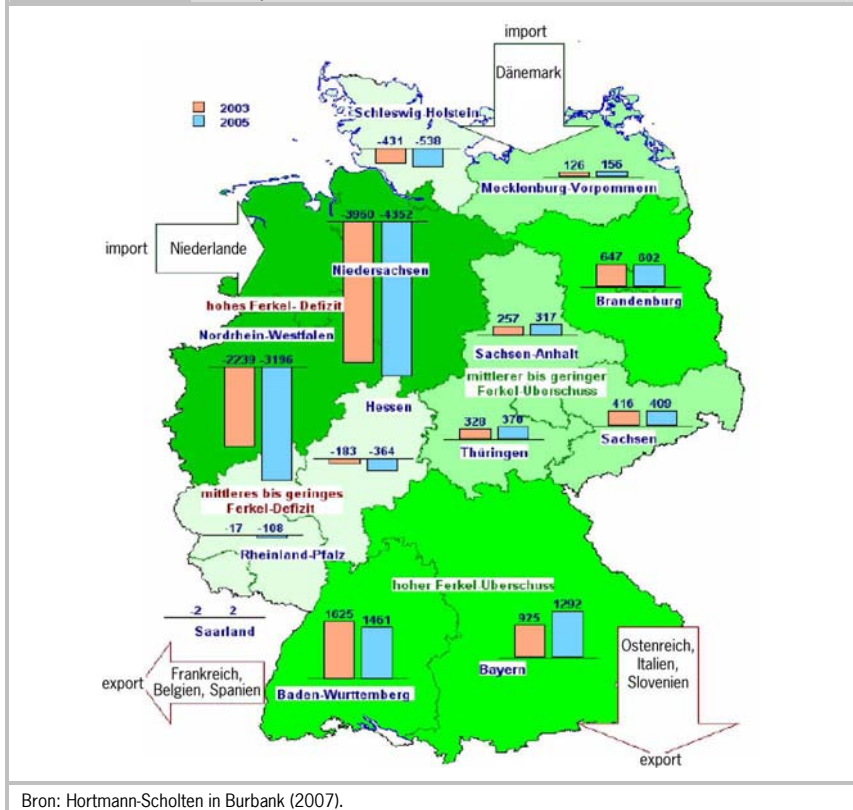
In tabel 5.3 is per regio de ontwikkeling ten opzichte van 2000 in kaart gebracht. Dan blijkt dat in de drie regio's andere ontwikkelingen hebben plaatsgevonden. Ten eerste, in de noordelijke deelstaten is het totale aantal varkens gegroeid. In deze regio is het aantal vleesvarkens toegenomen relatief ten opzichte van het aantal zeugen. De totale groei kan zijn afgevlakt door de uitbraak van varkenspest waarmee Noord-Rijnland-Westfalen zich in 2006 geconfronteerd zag. Ten tweede is in de zuidelijke deelstaten het aantal varkens min of meer stabiel gebleven. Ook hier is de vleesvarkenstapel gegroeid en het aantal zeugen gedaald. Ten slotte laten de nieuwe deelstaten ieder een groei van circa tien procent van de totale varkensstapel zien, oplopend tot 27%. Vooral het aantal zeugen in voormalig Oost-Duitsland is gegroeid.

		Tabel 5.3 Ontwikkelingen in de varkensstapel naar belangrijkste deelstaten per regio a)								
		2007			2000			2007 vs 2000		
	Totaal	Varkens	Zeugen	Totaal	Varkens	Zeugen	Totaal	Varkens	Zeugen	
Noord	14.491	10.217	1.114	13.703	9.455	1.172	106%	108%	95%	
Zuid	5.953	3.627	618	5.915	3.268	696	101%	111%	89%	
Oost	3.446	1.939	402	2.940	1.960	351	117%	99%	114%	
a) In 2006 was er varkenspest in Noord-Duitsland. Bron: Statistisches Bundesamt, bewerking LEI.										

Wat betekent bovenstaande voor het aantal biggen en/of de ex- of import hiervan? Uit figuur 5.3 is af te leiden dat het noorden en westen van Duitsland de grootste tekorten aan biggen hebben, en dat deze toenemen. In het zuiden en oosten van Duitsland is er een overschot aan biggen. Verwacht wordt dat de

overschotten in het zuiden zullen gaan afnemen, in tegenstelling tot de overschotten in de oostelijke deelstaten. Door de aanhoudende expansie van zeugen in Oost-Duitsland is een toenemende rol voor de vermeerderingsbedrijven in deze regio weggelegd om in de Noordduitse vraag naar biggen te voorzien. De overschotten in deze regio zijn echter onvoldoende om zowel nu als in de nabije toekomst in de Duitse vraag naar biggen te voorzien. Duitsland is daarom meer en meer aangewezen op de import van biggen (en haalt deze hoofdzakelijk uit Nederland en Denemarken, zie hoofdstuk 6).

Figuur 5.3 Regionale overschotten en tekorten van biggen (x 1.000 stuks) in 2003 en 2005



Bedrijfsstructuur

De gemiddelde zeugenstapel ligt voor de EU-15 op ruim 73 dieren. Het gemiddelde Duitse bedrijf ligt hierboven met circa 75 zeugen. In vergelijking met zijn burens is de Duitse varkenssector kleinschalig: het Nederlandse gemiddelde bedrijf telt circa 280 zeugen en het Deense circa 305 zeugen (Veauthier en Windhorst, 2007).¹ Hetzelfde beeld gaat voor de vleesvarkenssector op, Duitsland is kleinschaliger dan haar burens. Het gemiddelde van Duitsland wordt echter gekenmerkt door regionale verschillen (tabel 5.4). In Oost-Duitsland zijn de grotere, agrarische bedrijven in de meerderheid en redelijk vergelijkbaar met Nederland en Denemarken. In het oosten is de gemiddelde bedrijfsgrootte niet alleen fors hoger dan het Duitse gemiddelde, maar ook hoger dan de deelstaten met het grootste aantal dieren - Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen. Vooral in de vermeerderingstak is het verschil tussen het oosten en noordwesten enorm.

Tabel 5.4		Gemiddelde bedrijfsgrootte naar regio				
2005	Duitsland	Noord-Rijnland-Westfalen	Nedersaksen	Beieren	Baden-Württemberg	Nieuwe deelstaten
Zeugen/bedrijf	75	87	90	39	67	243
Vleesvarkens/bedrijf	213	336	378	90	101	404

Bron: LLM Schwäbisch Gmünd.

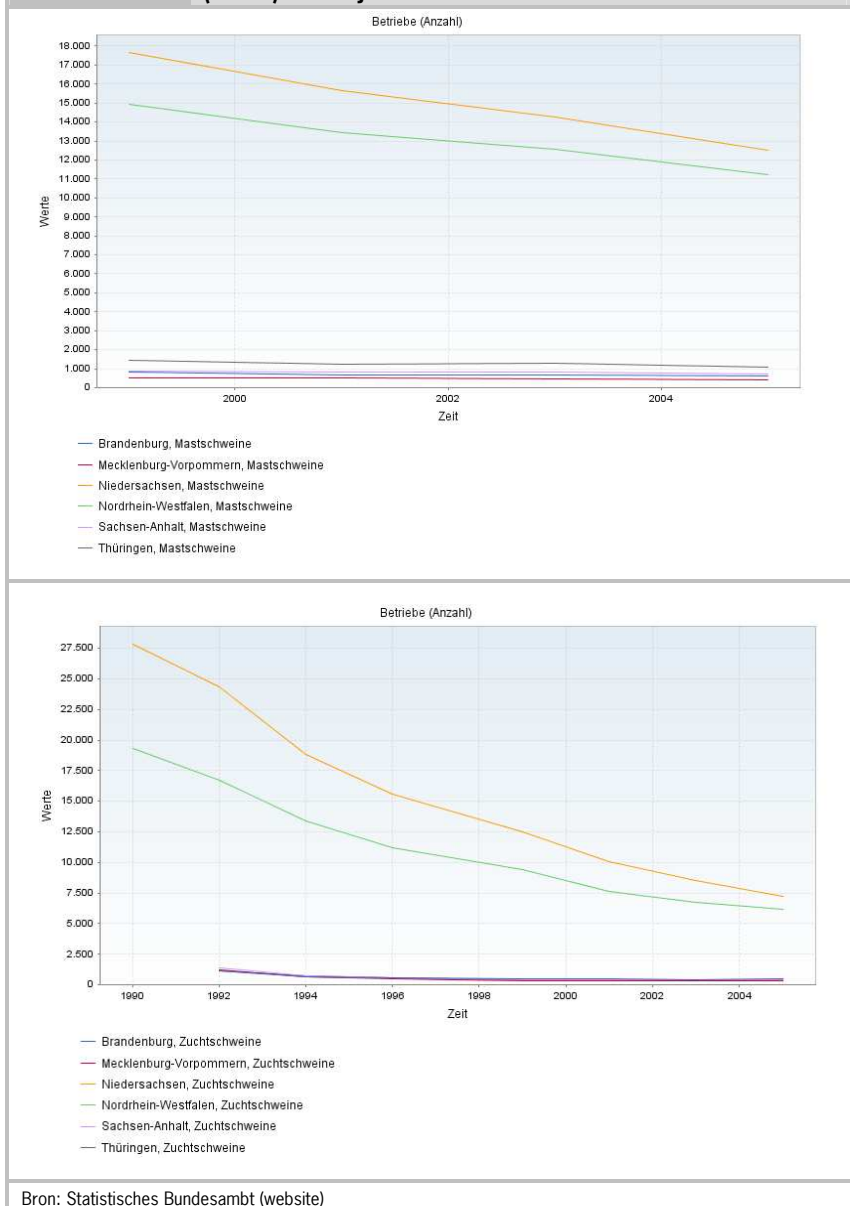
In Duitsland is ook sprake van de trend naar schaalvergroting en afname van het aantal bedrijven: er worden meer varkens op minder bedrijven gehouden. Het aantal varkensbedrijven lag in 2006 8% lager dan in 2005. De verandering is nog duidelijker te zien over een langere periode: afgezet tegen vijf jaar geleden, 2001, nam het aantal bedrijven met 29% af en steeg het aantal dieren met 4% (ZMP, 2007).² Vooral in het noorden en zuiden van Duitsland verloopt de afname van het aantal bedrijven relatief snel. Figuur 5.4 illustreert dit.

¹ Nederland telt in 2008 333 zeugen per bedrijf (Rabobank).

² Deze getallen geven mogelijk een niet volledig correct beeld omdat Duitsland in 2006 een uitbraak had van varkenspest.

Figuur 5.4

Aantal vleesvarkensbedrijven (boven) en zeugenbedrijven (onder) in de tijd



Bron: Statistisches Bundesamt (website)

Verwacht wordt dat vooral in Zuid-Duitsland, en dan vooral in Beieren, deze trend zal doorzetten. Weliswaar in combinatie met schaalvergroting zodat de totale varkensstapel minder sterk afneemt. In 2020 worden er in Beieren ten opzichte van 2003 68% minder zeugenbedrijven verwacht (3.700 stuks). Het merendeel hiervan zal dan 100 of meer zeugen houden. De afname van het aantal vleesvarkensbedrijven in Beieren wordt voor diezelfde periode geschat op 77%. Hierna zullen naar verwachting 5.900 bedrijven overblijven. Dit zullen overwegend bedrijven met 1.000 of meer varkensplaatsen zijn (LfL, 2007).

Bijna de helft van de varkens in 2005 wordt gehouden op bedrijven met duizend of meer dieren. Tabel 5.5 illustreert de schaalvergroting: er komen meer grotere bedrijven in Duitsland. De schaalvergroting is in Duitsland echter nog niet zover doorgevoerd als in Nederland en Denemarken. De structurele verschillen met deze landen liggen vooral in de vermeerderingsbedrijven: daar voelt Duitsland de grootste nadelen (Haxsen, 2006). Ter illustratie: in Nederland ligt bijna 80% van de zeugen op bedrijven met minstens 200 zeugen; in Duitsland is dit slechts 45,5%.

In de oostelijke deelstaten zijn bijna alleen maar grote(re) bedrijven te vinden; kleine(re) bedrijven zijn hier eigenlijk niet aanwezig. Dit is nog meer van toepassing op de zeugenhouderij dan op de bedrijven waar vleesvarkens gehouden worden, zie figuur 5.5.

Productiviteit

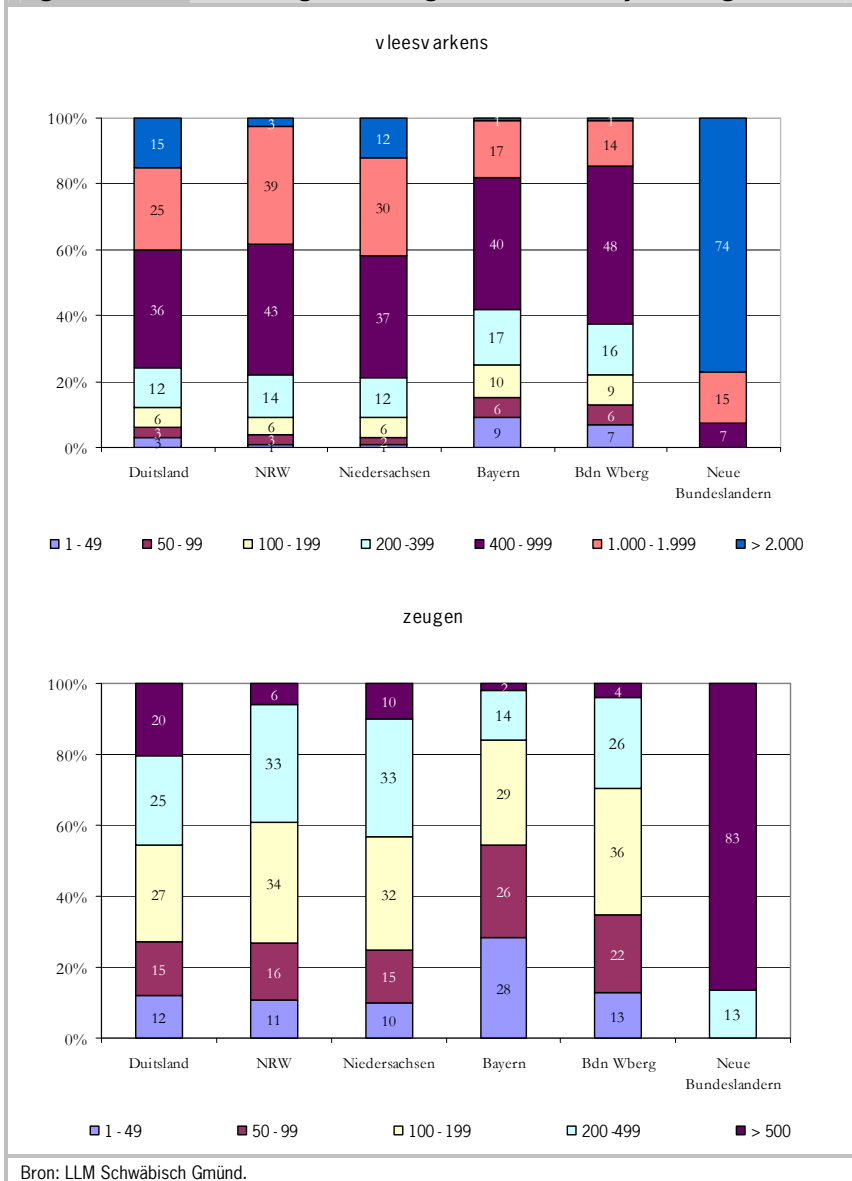
Duitse zeugenhouders behoren niet tot de top van Europa. Het aantal afgeleverde biggen per zeug per jaar ligt in Duitsland onder het Europese gemiddelde. Dit geldt vooral voor de zeugenhouders in Zuid-Duitsland (20,4) en nauwelijks voor de top van de Duitse bedrijven, de zogenaamde 'Spitzenbetriebe' (24,3), zie ook tabel 5.6. De technische resultaten op deze bedrijven blijven echter achter bij de resultaten in Nederland en Denemarken.

Ook de prestaties op de Duitse vleesvarkensbedrijven behoren niet tot de top van Europa, zie tabel 5.7. Het Duitse topbedrijf scoort echter beduidend beter dan het gemiddelde Duitse bedrijf.

		Percentage dieren naar grootte van het bedrijf in 2001 en 2005							
		1-9	10-49	50-199	200-399	400-999	1.000-1.999	>2.000	
Varkens totaal	2001	0,5	2,3	9,1	12,2	36,1	23,3	16,5	
Duitsland	2005	0,4	1,5	6,6	9,6	31,4	29,7	20,9	
		1-9	10-49	50-199	200-399	400-999	1.000-1.999	>2.000	
Vleesvarkens	2001	1,3	4,7	14,0	21,4	37,1	12,4	9,1	
Duitsland	2005	0,9	3,3	11,0	17,6	38,7	17,8	10,7	
		1-9	10-19	20-49	50-99	100-199	200-499	>500	
Zeugen	2001	2,0	3,3	11,3	19,8	27,8	19,4	16,3	
Duitsland	2005	1,4	2,3	8,4	15,4	27,0	25,0	20,5	

Bron: ZMP.

Figuur 5.5 Percentage dieren ingedeeld naar bedrijfsomvang in 2005



Tabel 5.6 Productiekentallen biggenproductie 2005/2006 (totaal) en 2006 (Spitzenbetriebe)

	Duitsland		Oost Saksen		Noordwest Nedersaksen		Zuid Beieren		Nederland		Denemarken	
	Totaal	Saksen	Nedersaksen	Beieren	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	
Aantal worpen per zeug per jaar (stuks)	2,27	2,22	2,25	2,14	2,34	2,23						
Aantal levend geboren biggen per worp (stuks)	11,2	11,2	11,2	10,5	12,3	13,5						
Sterftepercentage biggen	14,3	13,0	14,4	9,8	12,7	14,1						
Aantal biggen per zeug per jaar (gespeend, stuks)	21,8	21,6	21,6	20,3	25,1	25,9						
Aantal biggen per zeug per jaar (afgeleverd, stuks)	21,8	22,3	21,4	20,4	24,0	25,0						
	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe						
Aantal worpen per zeug per jaar (stuks)	2,38	.	.	.	2,41	2,31						
Aantal levend geboren biggen per worp (stuks)	11,9	.	.	.	13	14,0						
Sterftepercentage biggen	13	.	.	.	12	12						
Aantal biggen per zeug per jaar (gespeend, stuks)	25	.	.	.	28	28						
Aantal biggen per zeug per jaar (afgeleverd, stuks)	24,3	24,7	24,3	24,2	27,1	27,8						

Bron: LLM Schwäbisch Gmünd, Bedrijfsvergelijking Agrovision, InterPIG en Danish Pig Production.

Tabel 5.7 Productiekentgetallen vleesvarkenshouders 2005/2006 (totaal) en 2006 (Spitzenbetriebe)

	Duitsland		Oost Saksen		Noordwest Nedersaksen		Zuid Beieren		Nederland		Denemarken	
	Totaal	Saksen	Nedersaksen	Beieren	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	
Opleggewicht (kg)	29,8	31	30	30	25,4			30	25,4			33
Gem. groei per dag (gr)	720	744	717	705	772			705	772			873
Aflevergewicht, levend (kg)	119	117	119	117	114,2			117	114,2			107
Voederconversie	2,95	2,99	2,97	2,95	2,71			2,95	2,71			2,87
Uitvalpercentage	3,9	3,8	3,9	2,8	2,7			2,8	2,7			4
	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe			Spitzenbetriebe	Spitzenbetriebe			Beste 25%
Opleggewicht (kg)	29	.	.	.	26			.	26			32,3
Gem. groei per dag (gr)	759	798	743	762	836			762	836			909
Aflevergewicht, levend (kg)	118	.	.	.	116			.	116			107
Voederconversie	2,90	.	.	.	2,64			.	2,64			2,67
Uitvalpercentage	2,7	.	.	.	2,4			.	2,4			3,5
Vleespercentage	57,0	55,5	56,3	58,4	56,4			58,4	56,4			60,4

Bron: LLM Schwäbisch Gmünd, Bedrijfsvergeijking Agrovision, InterPIG en Danish Pig Production.

Uit onderzoek van Hoste en Bondt (2006) blijkt dat de productiekosten van varkensvlees in Duitsland relatief hoog zijn (samen met Polen en Spanje). Nederland realiseert echter de laagste kosten binnen de onderzochte West-Europese landen. Kostprijsstudies van InterPIG ondersteunen dit beeld: in 2007 1,60, 1,40 en 1,46 euro per kilogram geslacht gewicht voor respectievelijk Duitsland, Denemarken en Nederland.

Verder laten deze studies zien dat alle varkenshouders binnen dit onderzoek in 2007 met een stijgende kostprijs per kilogram gewicht geconfronteerd worden (figuur 5.6). Deze toename is niet aan één enkele kostenpost toe te wijzen, maar ontstaat door een combinatie van ontwikkelingen (met name ontwikkelingen bij arbeid en voer). De voerkosten zijn ten opzichte van 2005 het sterkst toegenomen in Nederland. In Duitsland namen de voerkosten minder sterk toe en in Denemarken minst. De reden is dat Duitse en Deense bedrijven veel van hun eigen voer verbouwen terwijl de Nederlandse sector alles moet aanvoeren in een markt met stijgende prijzen. Nieuwe berekeningen van de InterPIG-groep laten echter zien dat de toename van de voerprijs in Nederland in 2007/2008 achterblijft bij de andere onderzochte landen. Dit moet vooral verklaard worden door het beperkte aandeel granen in het Nederlandse varkensvoer, waardoor de algemene voerprijsstijgingen beperkt worden doorgegeven. Dit is gunstig voor de Nederlandse concurrentiepositie. Tevens dragen de *main-port*-functie van Rotterdam en het gebruik van bijproducten uit de voedingsmiddelenindustrie door Nederlandse varkenshouders hieraan bij.

Eerder onderzoek geeft overigens aan dat de spreiding in de gerealiseerde kostprijs tussen bedrijven *binnen* één land aanmerkelijk groter is dan kostprijsverschillen *tussen* landen (Bondt et al., 2001).

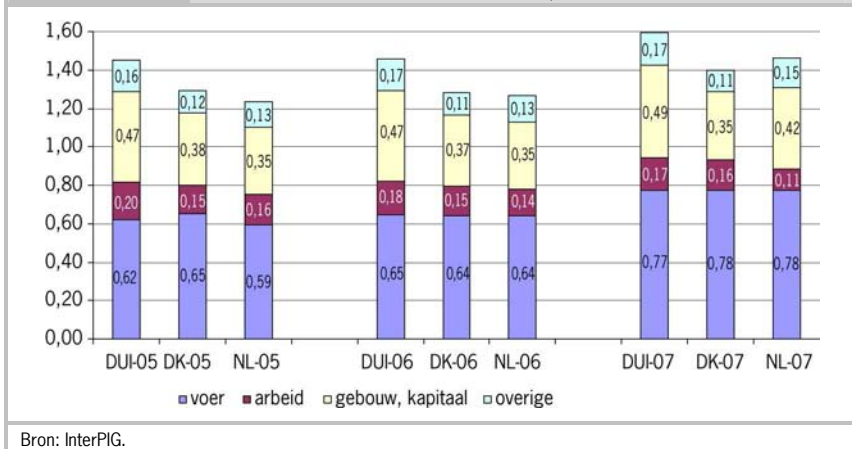
Gezondheidsstatus

Ziekten die de varkenshouderij in Duitsland aangaan en op de A-lijst van de World Organisation of Animal Health (OIE) staan zijn (website OIE):

- Klassieke varkenspest (KVP). KVP steekt in Duitsland regelmatig de kop op onder wilde zwijnen (mogelijk endemisch van aard). In 2006 kende Duitsland een uitbraak van KVP onder bedrijfsmatig gehouden varkens;
- Mond- en Klauwzeer (MKZ): de laatste uitbraak in Duitsland met MKZ was in 1988;

Figuur 5.6

Kostprijs per kilogram geslacht gewicht van Duitse, Deense en Nederlandse varkens in 2005, 2006 en 2007



Daarnaast speelt de Ziekte van Aujeszky in de varkenshouderij nog een rol, hoewel deze ziekte minder besmettelijk is dan bijvoorbeeld MKZ. Aujeszky speelt vooral een rol vanwege het effect op de handel (in levende dieren). Handel verloopt namelijk vlotter tussen landen met een gelijke Aujeszky-status, dan tussen landen met een ongelijke status. Duitsland kende in 2000 nog een uitbraak, maar is nu - net als Denemarken, het Verenigd Koninkrijk, Nederland (sinds 1 januari 2009) en bijna geheel Frankrijk - vrij van Aujeszky. Duitsland heeft aldus de hoogste status in dit kader: artikel 10.

Gezondheid, en daarmee in het verlengde het imago van een land, heeft een groot effect op de handelsactiviteiten van een land. Ziektes kunnen namelijk exportbelemmerend werken doordat landen de grenzen sluiten door de angst om de ziektes te importeren. Bovendien zullen varkenshouders minder snel biggen importeren van landen met een (imago van een) hogere ziektedruk.

5.3 Toeleverende industrie

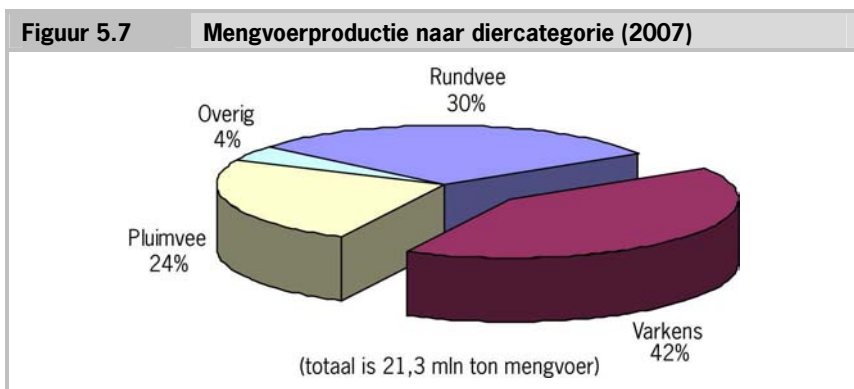
De toeleverende industrie bestaat voor deze studie uit de mengvoerindustrie (zie paragraaf 5.3.1) en de fokkerij (zie paragraaf 5.3.2).

5.3.1 Mengvoerindustrie¹

De prijzen voor varkensvoer en andere mengvoeren zijn in 2007/2008 fors gestegen. De reden hiervan lijkt in een samenspel van ontwikkelingen op de wereldmarkt te liggen:

- de groei van de vraag naar dierlijke eiwitten door de toenemende welvaart in vooral China en India;
- de tegenvallende graanoogsten de laatste twee jaar;
- de groei van de biofuelindustrie.

In de laatste maanden van 2008 zijn de prijzen voor varkensvoer en andere mengvoeren weer gedaald. Hoe de prijzen van veevoer zich de komende jaren gaan ontwikkelen is onder meer afhankelijk van de graanoogsten. Voor Europa zijn in dit kader, naast de eigen graanoogsten, de komende oogsten in Australië, Oekraïne en Rusland van belang. De hoogte van de voerprijs is onzeker omdat de vraag hoog blijft en de voorraden laag zijn. Het mengvoer bestaat in Duitsland in toenemende mate hoofdzakelijk uit graan (45% in 2005).



De mengvoerproductie van een land gaat veelal gelijk op met de veestapel van een land. Duitsland en Spanje produceren het meeste varkensvoer binnen de EU. Frankrijk voert de lijst aan wanneer het gaat om pluimveevoer.

¹ Tenzij anders genoemd zijn hier gebruikte bronnen: *Feed & Food, Statistical Yearbook 2006* (FEFAC), Mengvoerspecial februari 2008 (*Agrarisch Dagblad*) en *Entwicklungen in der Mischfutterbranche* (Deutscher Verband Tiernahrung e.V., 2006).

De Duitse mengvoerindustrie behoort qua omvang tot de top van Europa met een productie van ruim 21 miljoen ton mengvoer in 2007, waarvan 42% varkensvoer (zie ook figuur 5.7). De totale Duitse mengvoerproductie is het laatste jaar licht gegroeid met 1,2%. De productie van varkensvoer nam in dezelfde periode sneller toe (+4,9%). In tien jaar tijd is de vraag naar varkensvoer overigens sterk toegenomen (+29%) tot bijna 9 miljoen ton in 2007.

In de Duitse mengvoerindustrie is sprake van een schaalvergroting: van vele kleineren naar enkele grote bedrijven. Ten opzichte van tien jaar geleden is het aantal mengvoerbedrijven in 2006 met 36% afgenomen, een snellere daling dan het Europees gemiddelde (-18%). In 2000 waren er voor het eerst meer bedrijven met een jaarlijkse afzet van meer dan 100.000 ton per jaar dan bedrijven met een afzet tot 10.000 ton per jaar. Momenteel hebben de top-10 mengvoerbedrijven in Duitsland bijna de helft van de markt in handen, zie tabel 5.8.

Tabel 5.8 Top 10 mengvoerbedrijven in Duitsland			
	Totaal Mengvoer	Waarvan Varkens	Markt aandeel
	(in t)	(in t)	(in %)
1. Agravis Raiffeisen AG, Münster	2.100.000	840.000	10,3
2. Peter Cremer Holding, Hamburg	2.350.000	732.500	9,0
3. Bröring, Dinklage	1.000.000	520.000	6,4
4. HaGe Kiel, Kiel	948.000	430.000	5,3
5. For Farmers, NL-Lochem	900.000	346.000	4,2
6. ATR Landhandel, Ratzeburg	800.000	300.000	3,7
7. GS agri, Schneiderkrug	600.000	240.000	2,9
8. Flemming & Wendeln, Garrel	340.000	221.000	2,7
9. RKW Süd, Würzburg	600.000	200.000	2,5
10. Rothkötter, Meppen	415.000	186.750	2,3
Top 10	10.053.000	4.016.250	49,3
Totaal Duitsland	20.310.000	8.142.977	100
Bron: ISN.			

Daarnaast wordt de Duitse mengvoerindustrie gekenmerkt door een regionale verdeling. Het noorden van Duitsland speelt hierbij de grootste rol. Negen mengvoerbedrijven uit de top-10 bevinden zich in het noordwesten van Duitsland en het merendeel van het in totaal benodigde mengvoer wordt in het noordwesten van het land geproduceerd (69%). In het oosten van land wordt daarnaast

meer mengvoer geproduceerd dan in het zuiden (respectievelijk 16% en 15%) op basis van het boekjaar 2005/2006. De belangrijkste deelstaten per regio in dit verband zijn:

- Noord (13,8 miljoen ton): Nedersaksen;
- Oost (3,2 miljoen ton) : Saksen-Anhalt en Brandenburg;
- Zuid (3,0 miljoen ton) : Beieren.

Een belangrijk kenmerk van de Duitse veevoerindustrie is dat Duitse varkenshouders nog altijd sterk leunen op eigen geteelde grondstoffen, dat wordt aangevuld met aangekochte concentraten. Ook is van belang dat boeren vaak inkopen via gezamenlijke inkooporganisaties. Deze hebben vaak eigen eisen qua samenstelling en voederwaarde. In combinatie met de grote inzet van eigen grondstoffen door boeren, leidt dit tot weinig uniformiteit in de geproduceerde voeders, wat een nadeel is in de kosten van het voer.

Eén van de bedrijven uit de eerdergenoemde top-10 is een Nederlands bedrijf, te weten For Farmers uit Lochem op plaats vijf, zie voor meer informatie over de activiteiten van Nederlandse mengvoerb企业 in Duitsland onderstaand kader. Naast deze bedrijven is een vierde Nederlandse speler op de Duitse markt: Agri-firm, dat onder ander het Duitse *Strahmann* heeft overgenomen.

5.3.2 Fokkerij

Net als bij andere landbouwhuisdieren speelt de fokkerij van varkens zich niet meer af binnen de landsgrenzen, maar op mondiaal niveau. De veruit grootste speler in de wereld is het Engelse PIC gevolgd door het Deense Danbred en twee Nederlandse bedrijven: Hypor en TOPIGS. Andere spelers van kleiner formaat zijn bijvoorbeeld het Engelse JSR en het Amerikaanse Monsanto/Newsham.

Vanwege het internationale karakter van het speelveld zijn interne Duitse ontwikkelingen in Duitsland minder bepalend. Wel kent Duitsland zijn eigen, geografische, accenten in de vorm van 'Zuchtverbanden' (veelal per deelstaat georganiseerd). De Duitse markt wil een flinke lap goed varkensvlees op zijn bord, dat niet duur mag zijn. Duitsers eten niet alleen een stukje vlees, het zijn ook meesters in het maken van worsten en patés. Daarom vraagt de Duitse vleesmarkt zware maar magere varkens. Tegelijkertijd worden meer 'industrie-varkens' gevraagd, dit zijn minder magere varkens waarvan delen vooral geschikt zijn voor de exportmarkt in Oost-Europa, Rusland en het Verre Oosten.

Nederlandse mengvoerbedrijven zijn actief in Duitsland, de vier grootsten zijn:

- For Farmers: door de overname van *Bela-Mühle (Nedersaksen)* verkoopt dit bedrijf jaarlijks circa 300.000 ton varkensvoer in Duitsland. Daarbij komt nog de uitvoer van 60.000 ton, naar *Nedersaksen* en *Noord-Rijn-Westfalen*.
- Hendrix: dit bedrijf vermarkt in Duitsland naar verluidt 140.000 ton varkensvoeder, 250.000 ton nevenproducten evenals minerale diervoeders voor de fabricage van 150.000 ton mengvoeder.
- Cehave: in 2006 heeft het *Kofu-Werke (Rheinland)* gekocht en via deze organisatie vermarkt Cehave jaarlijks 85.000 ton varkensvoer in Duitsland. Daarbij komen de voederexporten waarmee Cehave bijna uitsluitend Nederlandse varkenshouders in Duitsland bevoorraadt.
- Agrifirm door de overname van Strahmann.

De bedrijven lijken (a) zich vooral te concentreren op de grotere bedrijven in Duitsland waarbij ook intensieve advisering in het pakket zit en (b) te kiezen voor een groeistrategie.

Naast deze genoemde vier bedrijven, komen nog de exporten van kleinere bedrijven die in het grensgebied opereren en de exporten van andere bedrijven als Provimi en Trouw nutrition (vooral minerale diervoeders).

Bron: TopAgrar (april 2007).

Voor de varkenshouder in Nederland die aan Duitsland wil leveren is een juiste keuze van het varken en met name de eindbeer van groot belang. Het uitbetalingssysteem in Duitsland is gericht op zwaardere varkens met een (relatief) zware en beveesde ham en heeft een beperkte bandbreedte. Dit betekent overwegend Piétrain genetica. Piétrain staat bekend om het hoge aandeel mager vlees waardoor minder snel gekort wordt op mager vleespercentage bij aflevering op hogere gewichten. Vanuit het verleden hebben de Deense varkenshouders in het algemeen voor Duroc genetica gekozen mede vanwege het lage geslacht gewicht (80 kg). De Duroc staat bekend om de vleeskwiteit, het vlees is gemarmerd, ook bij een lager eindgewicht.

Welke genetica de Nederlandse varkenshouder moet kiezen bij afzet op Duitsland is afhankelijk van het moment waarop hij zich wil vastleggen op de afzetmarkt. Bij gebruik van de Piétrain heeft hij de keuze om bij een tegenvallende Nederlandse (thuis)markt, de varkens langer aan te houden en zwaarder af te

leveren in Duitsland. Indien hij een andere beer kiest, is de uitbetalingssyste-
matiek in Duitsland zodanig dat daar leveren niet (of minder) interessant is.

De Deense varkenshouder die voor de Piétrain kiest, kan afleveren op circa
95 kg levend in Denemarken maar heeft dan een relatief lage opbrengstprijis en
hoge kostprijis. Dit omdat het Deense uitbetalingssysteem nauwelijks beloond
voor extra magere karkassen. Indien hij kiest voor de Deense Duroc kan hij pas-
send leveren in Denemarken, maar ook langer aanhouden en leveren in Duits-
land. In opbrengsten maakt de keuze vrijwel geen verschil. *TopAgrar* heeft in
2007 de resultaten op Duitse vleesvarkensbedrijven vergeleken naar land van
herkomst van de biggen (Duitsland, Nederland of Denemarken) en heeft de ge-
gevens, afkomstig van 450 vleesvarkensbedrijven in Westfalen en Weser-Ems,
naast elkaar gezet. De van origine Duitse biggen scoren het hoogst, mede van-
wege hun hoogste vleespercentage, goede groei en gunstige oplegprijis. De
Nederlandse en Deense biggen worden ongeveer gelijk gekwalificeerd. Hieron-
der volgen enkele resultaten waarbij de invloed van fokkerij bepalend was:

- de Duitse varkens komen uit verschillende fokprogramma's van Westhy-
brid, BHZP en PIC, waarbij de eindbeer altijd een Duitse Piétrain is. De
Deense varkens stammen vrijwel altijd af van Deense-Duroc beren, terwijl
de Nederlandse vleesvarkens meestal een Piétrain of Piétrain-kruising als
vader hebben;
- de Deense biggen groeiden relatief het snelst per dag. De hoge groeisnel-
heid van de Deense varkens schrijft *TopAgrar* toe aan het feit dat de Deense
biggen een Deense Duroc-vader hebben die bekend staat om zijn vitaliteit en
hoge ongestoorde groeisnelheid. Dat halen Piétrain-achtige varkens van
Duitse en Nederlandse herkomst niet;
- de Duitse biggen realiseren het hoogste vleespercentage. Als verklaring
wordt gegeven dat Duitsland de vleesrijkste beren inzet (zuivere Piétrain),
dat Nederland naast mogelijk andere geselecteerde (Duitse) Piétrains ook
Piétrain-kruisingen inzet en dus wat lager scoort, en dat de Denen met hun
Duroc-eindbeer hierin niet mee kunnen komen.

Voor de hoogst mogelijke opbrengsten bij afzet aan Duitsland kan de Neder-
landse varkenshouder, zowel de vermeerderaar als de vleesvarkenshouder die
zich op Duitsland richt, het beste gebruik maken van een Piétrain-eindbeer of
een kruising met een van deze rassen. Anders kunnen de biggen vrijwel niet op
de Duitse markt worden afgezet of de vleesvarkenshouders riskeren hoge kor-
tingen bij leverantie aan Duitsland. Bij het gebruik van een normale Nederlandse

eindbeer is het zeer moeilijk om de hoge opbrengsten per karkas volgens het 'Maske' van de Duitse slachterijen te realiseren.

6 De Nederlandse varkenshouderij in relatie tot de Duitse exportmarkt

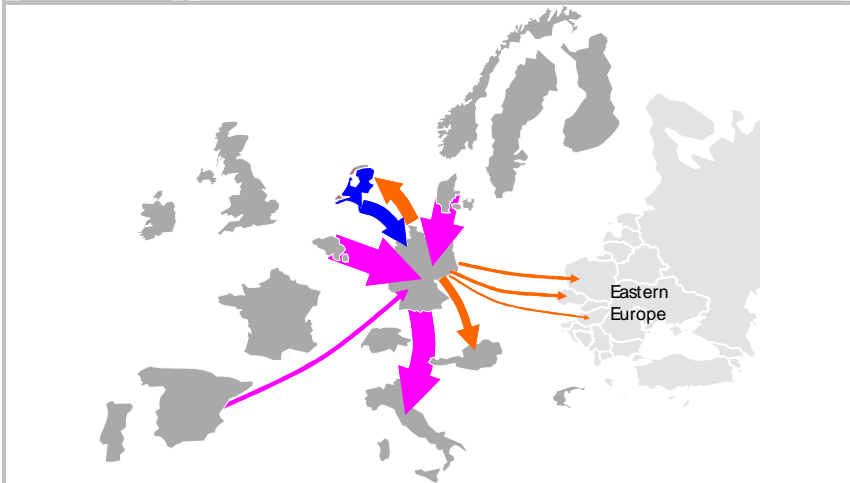
6.1 Inleiding

In deze paragraaf wordt nader ingegaan de Nederlandse varkenshouderij in relatie tot de Duitse exportmarkt. Dit wordt gedaan vanuit het perspectief van de Duitse afzetmarkt en de relevante spelers in die markt (paragraaf 6.2), de biggenmarkt (paragraaf 6.3) en de vleesvarkensmarkt (paragraaf 6.4). Het hoofdstuk sluit af met een concurrentieanalyse (6.5).

6.2 Concurrentie op de Duitse markt

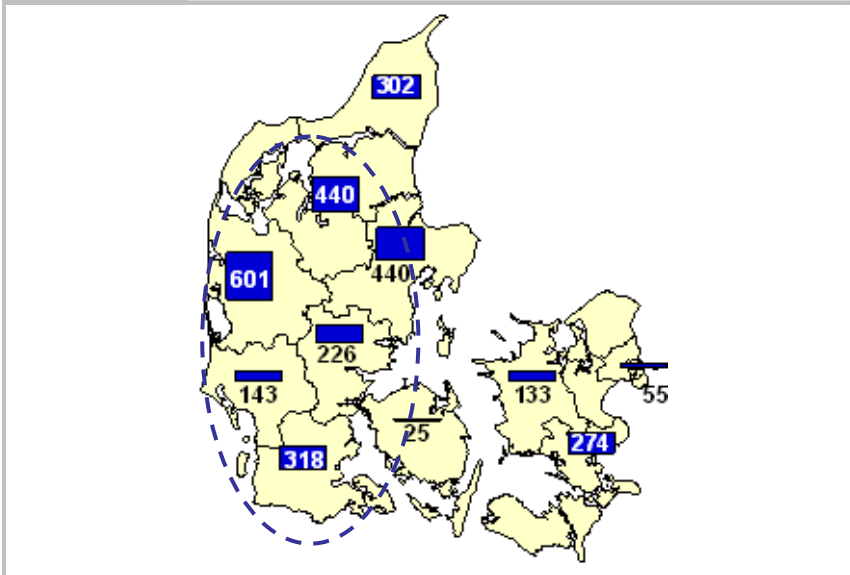
Duitsland is niet alleen voor de Nederlandse varkenssector een belangrijke handelspartner. Een belangrijke concurrent is Denemarken, dat eveneens gekenmerkt wordt door een omvangrijke biggenexport, zie figuur 6.1. Mede vanwege het goede gezondheidsimago en de beschikbare grote koppels biggen zijn Deense biggen interessant voor Duitse varkenshouders. De Denen exporteren ook steeds meer vleesvarkens. De Deense varkenssector is gestructureerd, efficiënt en goed georganiseerd. Het heeft echter de kleine thuismarkt als nadeel en hiermee is de focus op exportmarkten verklaard (PVE). Daarnaast zijn Deense varkenshouders van oudsher altijd loyaal geweest aan de coöperatieve slachterijen. Hierdoor werden in het verleden bijna alle varkens aan deze slachterijen geleverd en was er nauwelijks ruimte voor en behoefte aan de export van levende varkens. Dit is aan het veranderen.

Figuur 6.1a Positie van Duitsland in de Europese varkenssector



Bron: Eurostat, bewerking Rabobank

Figuur 6.1b Overschotten aan biggen in Denemarken in 2005 (x 1.000). Binnen de cirkel ligt Jutland.



Bron: Haxsen.

6.3 De biggenmarkt

Nederlandse vermeerderaars produceren meer biggen dan de binnenlandse markt vraagt. Circa een kwart van de Nederlandse biggenproductie wordt geëxporteerd om elders grootgebracht te worden. Nederland heeft een sterke productiviteitsstijging in de vermeerdering, sterker dan in de vleesvarkenshouderij, waardoor biggen 'overblijven'. Bovendien speelt milieuwetgeving hierin een rol. Deze wet- en regelgeving verbindt het aantal te houden dieren aan een maximum per bedrijf. Door de verschillende milieunormen voor zeugen en vleesvarkens is het voor ondernemers uit oogpunt van arbeidsopbrengst en financieringsbehoefte interessanter om zeugen te houden. Dit heeft mede geresulteerd in de relatief sterke toename van het aantal zeugen.

De snellere productiviteitsstijging op zeugenbedrijven in vergelijking met vleesvarkensbedrijven komt ook door de goede Nederlandse bedrijfstructuur met relatief veel, qua omvang, volwaardige zeugenbedrijven. Het houden van zeugen vormt vaak de hoofdtek van een bedrijf in tegenstelling tot het houden vleesvarkens. Dit maakt bedrijven niet alleen groter, maar vaak ook efficiënter met technisch betere prestaties en meer biggen. Veel van deze biggen worden geëxporteerd.

Exportlanden

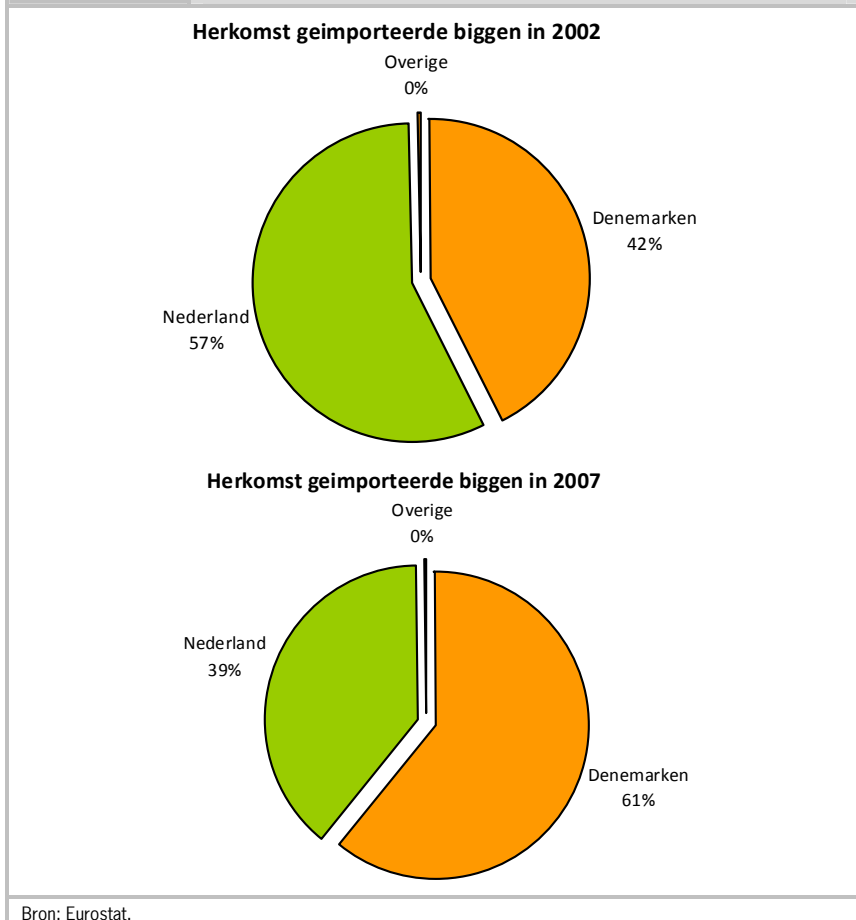
De Europese landen die de meeste levende biggen exporteren zijn Nederland en Denemarken. Nederland heeft een min of meer gespreid exportportfolio. Bijna 40% van de Nederlandse biggen gaat naar Duitsland. De overige biggen gaan merendeels naar Spanje (ruim 20%) alwaar Nederland hoofdleverancier is, maar ook naar Italië, België/Luxemburg, Polen en andere Oost-Europese landen.

Denemarken kent eigenlijk geen gespreid afzetportfolio: de Deense biggen gaan vrijwel allemaal naar Duitsland (90 tot 95%). De overige luttele procenten en aantallen gaan naar Italië en Polen.

Voor zowel Nederland als Denemarken is de Duitse markt belangrijk - de grootste vrager van biggen in Europa. Tien jaar geleden importeerde Duitsland nog ruim 700 duizend biggen, in 2007 waren dat er circa 4,2 miljoen stuks. Deze biggen komen vooral uit Nederland en Denemarken (figuur 6.2). Historisch gezien is Nederland koploper qua biggen met bestemming Duitsland, maar deze positie is onlangs overgenomen door Denemarken. Naast de binnenlandse Deense ontwikkelingen, het gebruik van vaste genetica door de hele Deense sector en hun bereidheid tot het aangaan van (vaste) relaties, lijken ontwikkelingen in Nederland in de vorm van de varkenspest in 1997 en de op-

koopregeling in 2001 hieraan bijgedragen te hebben. Aanvankelijk leek het erop dat Nederland, in de jaren na de varkenspest, de opleving van de Deense export in Duitsland wist terug te dringen. Echter, sinds 2000 neemt het Deense marktaandeel toe. En sinds 2003 exporteert Denemarken zelfs meer biggen naar Duitsland dan Nederland. Eveneens blijkt dat sinds 2000 Duitsland in haar importbehoefte enkel wordt voorzien door Nederland en Denemarken; andere landen spelen geen rol.

Figuur 6.2 Marktaandelen van de belangrijkste biggenexporteurs op de Duitse markt



Al met al heeft Nederland een stevige positie op de Duitse biggenmarkt. Denemarken is een concurrent-exporteur van formaat. De dreiging die hiervan uitgaat wordt het sterkst (en sterk) gevoeld op de Duitse markt.

6.4 De vleesvarkensmarkt

Nederland slacht niet al haar varkens binnen de landsgrenzen. Er is er een sterke buitenlandse vraag. Een vragende markt betekent doorgaans hogere prijzen, wat export winstgevend maakt. Bovendien is Nederland van oudsher een handelsland. Dit alles maakt dat veel Nederlandse varkens geëxporteerd worden. Deze varkens gaan voornamelijk naar buurland Duitsland (84% in 2007). In 2007 exporteerde Nederland 3,2 miljoen vleesvarkens. Binnen Europa is Nederland veruit de grootste exporteur, op afstand gevolgd door Spanje.

Opvallend is dat de export van vleesvarkens vanuit Nederland relatief sterk is toegenomen, terwijl de export vanuit andere landen als bijvoorbeeld België, Denemarken en Frankrijk tegelijkertijd beperkt is gebleven. Dit wordt veroorzaakt door onder andere de coöperatieve structuur van een groot gedeelte van de vleesindustrie in de genoemde landen, die zich kenmerkt door een leveringsplicht voor aangesloten varkenshouders.

Daarnaast zijn de uitbetalingsprijzen van varkens gekoppeld aan de afzetmarkt waar het vlees heen gaat. Deze afzetmarkten, bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, oefenen op verschillende en soms gelijktijdige momenten hun vraag naar varkensvlees uit waardoor de opbrengstprijzen door het jaar heen per afzetmarkt verschillen. Voor Nederland is het Verenigd Koninkrijk de belangrijkste afzetmarkt met Duitsland en Italië op de tweede plaats, terwijl Duitse slachterijen meer dan 90% op de eigen markt afzetten.

Blijkbaar was de uitbetalingscapaciteit van de Nederlandse slachtindustrie gedurende een aantal jaren te beperkt om - in vergelijking met Duitsland - een concurrerende prijs te betalen waardoor de Nederlandse varkenshouders hun varkens zijn gaan exporteren. Hierdoor, en door de afname van het varkensaanbod als gevolg van de opkoopregelingen van de Nederlandse overheid, heeft er concentratie in de Nederlandse varkensvleesindustrie plaatsgevonden, welke gepaard ging met een afname van het aantal slachthaken. Zo was (en is) er niet genoeg capaciteit meer beschikbaar om alle varkens in Nederland te slachten, in tegenstelling tot de varkenshouderij in andere landen.

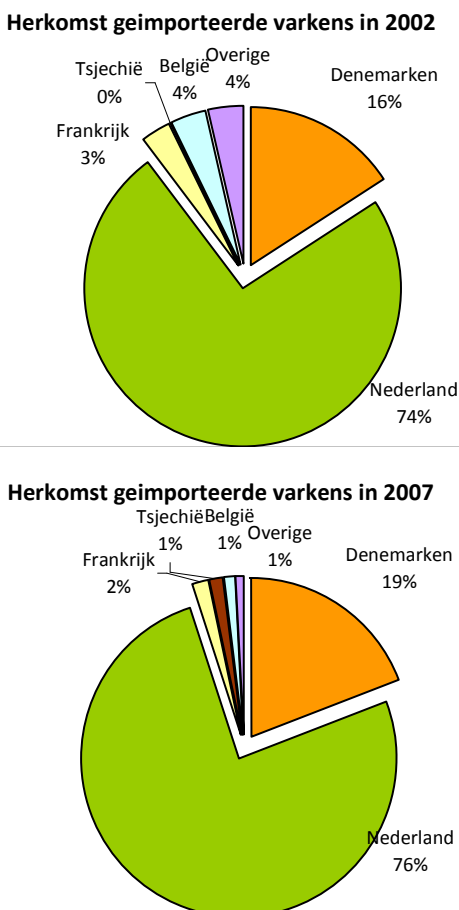
Exportlanden

De twee grootste exporteurs van levende varkens in Europa zijn Nederland en Spanje. Deze landen zitten niet direct in elkaars vaarwater. Steeds meer gaan de Nederlandse varkens naar Duitsland (3,0 miljoen stuks in 2007). De resterende varkens gingen daarnaast voornamelijk naar Italië, maar dit is sinds 2004 met bijna de helft afgenomen. Het overgrote deel van de Spaanse varkens gaat naar Portugal (1,1 miljoen stuks in 2007). Nederland en Spanje beleveren voor een klein deel dezelfde markt: Italië.

De grootste vrager van vleesvarkens Europa is Duitsland. Nederland is historisch gezien de grootste leverancier van levende varkens op de Duitse markt (zie figuur 6.3). De uitbraak van varkenspest in 1997 heeft echter een groot effect gehad op de export van levende varkens. Het marktaandeel van Nederland nam sterk af ten gunste van het Deense marktaandeel. In de jaren na de varkenspest heroverde Nederland haar verloren marktpositie grotendeels.

In 2007 importeerde Duitsland 4,0 miljoen levende vleesvarkens, waarvan 3,0 miljoen uit Nederland en 0,8 miljoen uit Denemarken. Op deze Duitse markt ziet Nederland dan wel geen Spaanse, maar wel meer Deense varkens komen, al lijkt dit aandeel nog minimaal. De varkens van de derde exporteur in Europa, Denemarken, gaan echter wel voornamelijk naar Duitsland (83% in 2007) en daarnaast nog naar Nederland.

Denemarken exporteert ten opzichte van Nederland aanzienlijk minder vleesvarkens, maar dit aantal zal wellicht gaan toenemen. De belangrijkste oorzaak hiervoor is de (geringe) uitbetalingscapaciteit van Deense slachterijen gedurende de laatste jaren. De druk op de Duitse markt neemt aldus toe en de afzet voor het Nederlandse vleesvarken lijkt op termijn geen vanzelfsprekendheid meer. Het effect op de Nederlandse export is mede afhankelijk van de ontwikkelingsrichting van Duitsland: is en wordt de Duitse vleesindustrie groot genoeg voor twee hofleveranciers?

Figuur 6.3**Marktaandeel van de belangrijkste vleesvarkensexporteurs op de Duitse markt**

Bron: Eurostat.

Nederland is altijd de belangrijkste exporteur van varkens geweest in de EU en is dat nog. Nederland heeft een sterke positie op de Duitse markt.

Tot slot: zowel bij de handel in levende varkens als levende biggen speelt het transport van de dieren een rol. Of beter gezegd, de toenemende belangstelling hiervoor vanuit het oogpunt van dierenwelzijn. Dit kan wellicht een grotere rol gaan spelen in de toekomst. Momenteel is het nog niet de realiteit, maar

er is politieke aandacht voor inperking van transporttijden van levende dieren tot mogelijk acht uren. Figuur 6.4 maakt de gevolgen van een dergelijke maatregel duidelijk: Spanje is niet meer bereikbaar, net als het oosten van Duitsland en Europa. Hetzelfde lijkt op te gaan voor afzet vanuit Denemarken.

Figuur 6.4 **Gebied dat vanuit Nederland binnen 8 uur per vrachtwagen bereikt kan worden**



6.5 Concurrentieanalyse

Uit het voorgaande is duidelijk geworden dat Nederland bij biggen en vooral bij vleesvarkens een sterke positie op de Duitse markt heeft. Vraag voor de Nederlandse varkenshouder is of hij zijn bedrijfsvoering moet richten op de Duitse markt of dat hij moet investeren en ondernemen *in* Duitsland zelf. Beide hebben voor- en nadelen. Wanneer de Nederlandse varkenshouder echter besluit niet *in* Duitsland zelf te gaan ondernemen, maar zich vanuit Nederland op de Duitse markt te gaan richten, ziet het speelveld voor de biggen- en vleesvarkensmarkt er als volgt uit.

6.5.1 Concurrentieanalyse biggenmarkt

Een analyse van de Duitse biggenmarkt zelf en in haar context voor de Nederlandse vermeerderaar leidt tot onderstaande aspecten (in willekeurige volgorde). Dit beeld kwam ook naar voren uit een sterkte zwakteanalyse opgesteld door een groep biggenexporteurs op initiatief van PVE en het Bureau Nederlandse Vee-export (PVE nieuwsbrief 2007).

Sterkten

- In staat een constante kwaliteit te leveren.
- In staat grote koppels te leveren.
- Qua productie goedkoper dan Duitse big.
- De Nederlandse big voldoet aan eisen Duitse houderij.
- De transportafstand tot Duitsland is relatief beperkt.
- Goede technische resultaten: weliswaar minder goed dan van de Deense big, maar de Nederlandse big compenseert dit aan de slachthaak weer min of meer.
- Goede bedrijfsstructuur: management en schaalgrootte.

Zwakten

- Kostprijsverhogende factoren zowel nu als in de toekomst, bijvoorbeeld mestafzetkosten, dierrechten en dierenwelzijn.
- Afhankelijk van export.
- De Nederlandse big heeft niet de koppositie in Duitsland qua imago.
- Uitbreidingstraject verloopt moeizaam en is kapitaalintensief.

Kansen

- Afname verhouding van het aantal zeugen ten opzichte van het aantal vleesvarkens in Duitsland en het groeiende tekort aan biggen in Duitsland.
- Afzet naar Midden- en Oost-Europa (vleesvarkens houden is qua kennisniveau sneller te leren dan de zeugenhouderij).
- Strategische samenwerking: het aangaan van duurzame relaties.
- Varkenslogboek.
- Zwakke concurrentiepositie van de Duitse zeugenhouders door slechtere bedrijfsstructuur en technische prestaties.
- Er is voornamelijk een tekort aan biggen in de deelstaten dicht bij Nederland.

Bedreigingen

- Politieke klimaat: toenemende aandacht voor dierenwelzijn (in het bijzonder lange-afstandstransport).
- Dierziekten (bijvoorbeeld kans op insleep).
- Opkomst Denemarken als exporteur.
- Opkomst biggenproductie in nieuwe deelstaten (voormalig Oost-Duitsland).

De meest relevante sterkten en zwakten van en kansen en bedreigingen op korte tot middellange termijn voor de Nederlandse *vermeerderaar* met betrekking tot de Duitse markt zijn vervolgens op basis van bovenstaande in figuur 6.5 weergegeven.

Figuur 6.5		Overzicht van meest relevante aspecten in de biggenexport naar Duitsland	
Sterkten	<ul style="list-style-type: none">- <i>Logistiek</i>: geringe transportafstand tot grootste vrager van biggen in Europa.- <i>Bedrijfsstructuur</i>: Nederlands management en schaalgrootte werken goede technische resultaten in de hand, alsook grote koppels.	Zwakten	<ul style="list-style-type: none">- <i>Imago</i>: de Nederlandse big heeft niet de koppositie qua imago.- <i>Kosten</i>: Nederlandse vermeerderaars hebben specifieke kostprijsverhogende elementen.
Kansen	<ul style="list-style-type: none">- <i>Strategische samenwerking</i>: Duitsers zijn in voor het aangaan van duurzame relaties.- <i>Verhouding zeugen en vleesvarkens</i>: tekort aan biggen groeit en is relatief dichtbij (Noordwest-Duitsland).	Bedreigingen	<ul style="list-style-type: none">- <i>Toenemende aandacht voor dierenwelzijn</i>: aandacht wordt daadkracht, in het bijzonder mogelijk in geval van beperking van de transportafstand.- <i>Groeilanden</i>: Denemarken is in opkomst.

Op basis van het voorgaande kan geconcludeerd worden dat de Duitse markt een sterke vraagmarkt is en mogelijkheden voor ontwikkeling biedt. Bovendien groeit de markt, en deze groei zal de komende jaren doorzetten. Dit is vooral het geval in het Noordwesten van Duitsland; in deze deelstaten wordt het tekort aan biggen het hevigst gevoeld, nu en in de nabije toekomst.

De deelstaten in Noordwest-Duitsland, en vooral Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen, zijn goed bereikbaar vanuit Nederland. En blijven dit, ook na eventuele wijziging van transportwet- en regelgeving (beperking tot 8 uur).

De Nederlandse varkenshouder doet er goed aan zich te richten op de markt in genoemde deelstaten en te investeren in het ontwikkelen van afzetmogelijkheden. Het lijkt goed daar nu al mee te beginnen in verband met de ontwikkelingen in Denemarken en op het gebied van transporttijden. Wanneer de transporttijd inderdaad beperkt wordt, neemt de druk op de Duitse markt toe omdat bijna de helft van de Nederlandse biggen nu een exportbestemming heeft waarvoor meer dan 8 uur gereden moet worden. Hoe eerder de markt dichtbij wordt vergroot, des te beter de concurrentie kan worden aangegaan bij een mogelijke beperking van de transportduur.

Nederlanders zijn goed in het produceren van biggen en Duitse vleesvarkenshouders zijn in voor het aangaan van duurzame relaties. Hier ligt een kans voor de Nederlandse varkenshouder: het verstevigen van de handelsrelatie tussen hem en zijn Duitse partner de vleesvarkenshouder. Daarmee kan eveneens de Duitse markt voor biggen verder worden ontwikkeld. Een dergelijke ontwikkeling zou kunnen worden vormgegeven door middel van jaarcontracten, maar andere vormen van samenwerking zijn ook mogelijk. In ieder geval vraagt het wederzijdse vertrouwen en de wil om kennis te delen en bestendig te handelen, ook in mindere tijden. De vastere relatie met de Duitse vleesvarkenshouder brengt voordelen met zich mee voor beide partijen, zowel voor zeugenhouders als vleesvarkenshouder (bijvoorbeeld: gezondheidstatus en meer zekerheid over de afzet). Bovendien biedt het mogelijkheden om sterker te staan in de concurrentie met de Deense zeugenhouders, en hun biggen. Tevens zal, als gewerkt wordt aan de verbetering van afzet, dit de positieve ervaringen van (Noordwest)-Duitse vleesvarkenshouders met de Nederlandse big ten goede komen.

Kortom, de Duitse biggenmarkt ontwikkelt volop en biedt mogelijkheden voor de Nederlandse zeugenhouders om hierop aan te haken.

6.5.2 Concurrentieanalyse vleesvarkensmarkt

Een analyse van de Duitse vleesvarkensmarkt zelf en in haar context voor de Nederlandse vleesvarkenshouder leidt tot onderstaande aspecten (in willekeurige volgorde).

Sterkten

- Varken geschikt of snel geschikt te maken voor Duitse markt.
- In staat grote koppels te leveren op een wekelijkse basis.
- Gunstige kostprijs (onder anderen door zeer goede voederconversie).
- Stevige positie op Duitse afzetmarkt.
- De transportafstand tot de slachterijen in Duitsland is relatief beperkt.
- Veerkracht sector/ondernemerschap.

Zwakten

- Geen 'Duitse' varkens, terwijl Duitse consumenten een voorkeur hebben voor producten van eigen bodem.
- Kostprijsverhogende elementen zowel nu als in de toekomst, bijvoorbeeld mestafzetkosten, dierrechten en dierenwelzijn (verdoven).
- Uitbreidingstraject verloopt moeizaam en is kapitaalintensief.

Kansen

- Uitbouw van de centrale functie op vleesvarkensgebied door Duitsland binnen de EU en daardoor groeiende vraag naar vleesvarkens door slachterijen.
- Groeiende vraag in 'andere' afzetlanden vooral in Midden- en Oost-Europa.
- Groeiende Europese discountmarkt: Aldi- en Lidl-filialen in Europa worden vanuit Duitsland beleverd.

Bedreigingen

- Het is lastig voor de Nederlandse vleesvarkenshouder om uit te breiden. Dit beperkt de mogelijkheden tot het verbeteren/verlagen van de kostprijs.
- Dierziekten (bijvoorbeeld kans op insleep).
- Opkomst Denemarken door afname Deense slachtcapaciteit.
- Variërende Duitse vraag door slachterijen: zij oefenen niet altijd een continue (wekelijkse) vraag uit qua volume.

De meest relevante sterkten en zwakten van en kansen en bedreigingen op korte tot middellange termijn voor de Nederlandse *vleesvarkenshouder* met betrekking tot de afzet op Duitse markt zijn vervolgens op basis van bovenstaande in figuur 6.6 weergegeven.

Figuur 6.6 Overzicht van relevante aspecten in de vleesvarkenexport naar Duitsland	
<p>Sterkten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Logistiek:</i> geringe transportafstand tot de meeste Duitse slachterijen - de grootste vragers van vleesvarkens in Europa. - <i>Kosten:</i> vleesvarkens kunnen concurrerend op de Duitse markt aangeboden worden door een relatief gunstige kostprijs. 	<p>Zwakten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Duitse consument:</i> de Duitse consument is sterk georiënteerd op producten van Duitse herkomst (en dus niet: een varken of vlees uit Nederland). - <i>Kosten:</i> de mogelijkheden voor Nederlandse vleesvarkenshouders om de kostprijs te verlagen zijn beperkt in vergelijking met hun Duitse collega's.
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Markt:</i> groeiende discountmarkt in Europa, waarbij: de Aldi- en Lidl-filialen vanuit Duitsland beleverd worden. - <i>Uitbouw centrale functie van Duitsland:</i> op varkensvleesgebied groeit Duitsland met groeiende vraag naar vleesvarkens door slachterijen tot gevolg. 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Niet continue vraag:</i> slachterijen oefenen hun vraag naar te importeren varkens door de weken heen niet continue uit - <i>Groeilanden:</i> Denemarken groeit als vleesvarkensexporteur.

Op basis van voorgaande kan geconcludeerd worden dat de Duitse vleesvarkensmarkt een volwassen markt is waarin Nederland een relevante marktpartij is. Ontwikkelingen als productverbreding lijken niet van toepassing op deze markt. Groei daarentegen wel, in het bijzonder van de (Europese) discountmarkt die grotendeels vanuit Duitsland wordt beleverd. Tevens bouwt de Duitse markt de centrale functie op varkensvleesgebied uit.

Nederland bekleedt in deze markt al een sterke positie. De gevoerde (kostprijsgedreven) strategie van de Nederlandse vleesvarkenshouder blijkt te werken in een markt die eigenlijk niet voorziet in kansen voor differentiatie. Het is dan ook niet echt mogelijk voor de Nederlandse vleesvarkenshouder om deze markt te ontwikkelen, laat staan met grote stappen.

Het vizier van de Nederlandse vleesvarkenshouder dient gericht te zijn op het continueren en behouden van de goede positie die ze nu heeft. Hoewel de mogelijkheden voor de Nederlandse vleesvarkenshouder om de kostprijs te verlagen beperkt zijn, uitbreiding is vaak moeilijk, kunnen Nederlandse vleesvarkenshouders wel profiteren van een relatief gunstige kostprijs.

Dit maakt het mogelijk om vleesvarkens concurrerend aan te bieden. Om dit te kunnen voortzetten, is het nodig om de *licence to produce*, maar vooral de *licence to operate* (maatschappelijk draagvlak) te waarborgen. De eerste *licence* verkrijgt een vleesvarkenshouder van de overheid middels wet- en regelgeving. De kans bestaat wel dat het maatschappelijke draagvlak onder toenemende druk komt te staan. Het is aan de Nederlandse vleesvarkenshouder om met de binnenlandse maatschappelijke ontwikkelingen om te gaan en hier de door haar gewenste richting aan te geven zodat aan Duitsland geleverd kan blijven worden. De locaties van de Duitse slachterijen dragen hieraan bij; deze liggen op beperkte afstand van Nederland. Veel slachterijlocaties bevinden zich in die deelstaten die voor Nederlandse vleesvarkenshouders bereikbaar zijn én blijven onder wijzigende wet- en regelgeving met betrekking tot transport.

Kortom, er lijken voldoende aangrijpingspunten voor de Nederlandse vleesvarkenshouder te zijn om de goede positie in Duitse markt te continueren.

7. Conclusies en aanbevelingen

7.1 Inleiding

Het doel van dit onderzoek was het krijgen van inzicht in de ontwikkelingen in de Duitse varkenskolom in relatie tot de mogelijkheden voor de Nederlandse primaire varkenshouderij. In deze context worden in paragraaf 7.2 conclusies weergegeven en in paragraaf 7.3 aanbevelingen gedaan richting varkenshouders die zich willen richten op de Duitse markt.

7.2 Conclusies

Duitsland is een land van formaat, qua oppervlakte, bevolking en economie. Het telt ruim 82 miljoen inwoners, die relatief veel varkensvlees eten in vergelijking met andere Europeanen. Het Duitse vleesverbruik wordt naast deze hoge consumptie gekarakteriseerd door een toenemende vraag naar gemakkelijk te bereiden en gezonde vlees(producten), bij voorkeur voorverpakt. De Duitse consument wordt gekenmerkt door een focus op prijs en/of kwaliteit en service, en koopt zijn varkensvlees nog relatief vaak bij slagers 'Metzgereien'. Vlees wordt echter meestal gekocht in de supermarkt. Deze sector consolideert snel, waarbij discounters een relatief sterke en grote marktpositie in Duitsland hebben.

De sociale betekenis van de landbouw verschilt per regio: Duitsland laat geen eenduidig beeld zien - daar is het land simpelweg te groot voor. Het zuiden verschilt van het noord(westen) en het oosten van Duitsland en vice versa. Deze indeling naar regio's is daarom gehanteerd. De meeste landbouwbedrijven bevinden zich in de zuidelijke deelstaten¹, terwijl de meeste varkensbedrijven in de meer noordwestelijk gelegen deelstaten liggen². In Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen wordt meer dan de helft van de Duitse varkensstapel gehouden. De grootste landbouw- en/of varkensbedrijven zijn evenwel gelegen in het oosten van Duitsland.² Gezien de aanvankelijke verwachtingen valt de groei van de varkensstapel in Oost-Duitsland tegen. De Duitse varkensvleessector is de laats-

¹ Doorgaans kleinschaligere bedrijven.

² Hoewel wat kleiner, zijn deze bedrijven doorgaans te vergelijken met Nederlandse bedrijven.

te jaren wel zelfvoorzienend geworden ondanks een slechte structuur van de primaire bedrijven en de matige technische resultaten.

De slachtcapaciteit in Duitsland is geconcentreerd in de productiegebieden verdeeld over een beperkt aantal slachterijen. De komende jaren zal dit aantal verder afnemen, mede door de toenemende zelfvoorzieningsgraad en (daardoor ontstane) focus op de export. Overigens heeft Duitsland, in tegenstelling tot Nederland, geen uniform uitbetalingssysteem met correcties voor gewicht, vleespercentage en kwaliteit (SEUROP) voor de hele sector. In Duitsland heeft elke slachterij of zelfs elke locatie een ander uitbetalingssysteem ('Maske') en zijn verschillende classificatiesystemen in gebruik. De Duitse varkensvleesindustrie is kostprijsgedreven met specifieke kwaliteitswensen voor het te verwerken karkas. Dit betekent voor de Nederlandse vleesvarkenshouder die zich richt op Duitsland dat hij geen keuze hoeft te maken tussen een kostprijs- of een kwaliteitsgedreven productie en afzet, maar juist op de combinatie daarvan. Wel kan hij zijn opbrengsten vergroten door de varkens te laten slachten bij een slachterij die zijn kwaliteit het beste uitbetaalt.

Duitsland is een belangrijke afzetmarkt voor levende varkens en biggen voor Nederland en Denemarken. Beide landen hebben een sterke positie op de biggen- en vleesvarkensmarkt. De Duitse markt is een sterke vragende en groeiende markt. Deze groei zal de komende jaren doorzetten. Dit is met name het geval in het Noordwesten van Duitsland; in deze deelstaten wordt het tekort aan biggen het hevigst gevoeld, nu en in de nabije toekomst. De Duitse vleesvarkensmarkt is een volwassen markt waarin Nederland een relevante marktpartij is. Ontwikkelingen als productverbreding lijken niet van toepassing op deze markt. Groei daarentegen wel, in het bijzonder van de (Europese) discountmarkt die grotendeels vanuit Duitsland wordt beleverd.

Voor de Nederlandse *vermeerderaar* zijn met betrekking tot de Duitse markt de meest relevante sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen op middellange termijn in figuur 7.1. Figuur 7.2 vermeldt hetzelfde voor de Nederlandse *vleesvarkenshouder*.

Figuur 7.1 Overzicht van meest relevante aspecten in de biggenexport naar Duitsland	
<p>Sterkten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Logistiek</i>: geringe transportafstand tot grootste vrager van biggen in Europa. - <i>Bedrijfsstructuur</i>: Nederlands management en schaalgrootte werken goede technische resultaten in de hand, evenals grote koppels. 	<p>Zwakten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Imago</i>: de Nederlandse big heeft niet de koppositie qua imago. - <i>Kosten</i>: Nederlandse vermeerderers hebben specifieke kostprijsverhogende elementen.
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Strategische samenwerking</i>: Duitsers zijn in voor het aangaan van duurzame relaties. - <i>Verhouding zeugen en vleesvarkens</i>: tekort aan biggen groeit en is relatief dichtbij (Noordwest-Duitsland). 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Toenemende aandacht voor dierenwelzijn</i>: aandacht wordt daadkracht, in het bijzonder mogelijk in geval van beperking van de transportafstand. - <i>Groeilanden</i>: Denemarken is in opkomst.

Figuur 7.2 Overzicht van relevante aspecten in de vleesvarkenexport naar Duitsland	
<p>Sterkten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Logistiek</i>: geringe transportafstand tot de meeste Duitse slachterijen - de grootste vragers van vleesvarkens in Europa. - <i>Kosten</i>: vleesvarkens kunnen concurrerend op de Duitse markt aangeboden worden door een relatief gunstige kostprijs. 	<p>Zwakten</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Duitse consument</i>: de Duitse consument is sterk georiënteerd op producten van Duitse herkomst (en dus niet: een varken of vlees uit Nederland). - <i>Kosten</i>: de mogelijkheden voor Nederlandse vleesvarkenshouders om de kostprijs te verlagen zijn beperkt in vergelijking met hun Duitse collega's.
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Markt</i>: groeiende discountmarkt in Europa, waarbij: de Aldi- en Lidl-filialen vanuit Duitsland beleverd worden. - <i>Uitbouw centrale functie van Duitsland</i>: op varkensvleesgebied groeit Duitsland met als gevolg een toenemende vraag naar vleesvarkens. 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Niet continue vraag</i>: slachterijen oefenen hun vraag naar te importeren varkens door de weken heen niet continue uit. - <i>Groeilanden</i>: Denemarken groeit als vleesvarkensexporteur.

7.3 Aanbevelingen

Duitsland is de spil waarop de export van de Nederlandse primaire varkenshouderij draait, en dat kan zo blijven voor de Nederland varkenshouder. Zeker wanneer hij aandacht voor onderstaande aspecten heeft.

- De Nederlandse varkenshouder doet er goed aan zich te richten op de markt in Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen en te investeren in het ontwikkelen van afzetmogelijkheden. Het lijkt goed daar nu al mee te beginnen in verband met de ontwikkelingen in Denemarken en op het gebied van transporttijden. De deelstaten in Noordwest-Duitsland zijn goed bereikbaar vanuit Nederland en Denemarken. Dit blijft zo na eventuele wijziging van transportwet- en regelgeving (beperking tot 8 uur).
- Nederlanders zijn goed in het produceren van biggen en Duitse vleesvarkenshouders zijn in voor het aangaan van duurzame relaties. Hier ligt een kans voor de Nederlandse varkenshouder: het verstevigen van de handelsrelatie tussen hem en zijn Duitse partner de vleesvarkenshouder. Daarmee kan eveneens de Duitse markt naar biggen verder worden ontwikkeld, en biedt het mogelijkheden om sterker te staan in de concurrentie met de Deense zeugenhouders, en hun biggen. Een dergelijke ontwikkeling zou kunnen worden vormgegeven door middel van jaarcontracten, maar andere vormen van samenwerking zijn ook mogelijk.
- De gevoerde (kostprijsgedreven) strategie van de Nederland vleesvarkenshouder blijkt te werken in een markt die eigenlijk niet voorziet in kansen voor differentiatie. Het is dan ook niet echt mogelijk voor de Nederlandse vleesvarkenshouder om deze markt te ontwikkelen, laat staan met grote stappen. Het vizier van de Nederlandse vleesvarkenshouder dient gericht te zijn op het continueren en behouden van de goede positie die ze nu heeft. Hiervoor is het noodzakelijk om naast een *licence to produce* (voldoen aan de wet- en regelgeving) ook een *licence to operate* (voldoende maatschappelijk draagvlak) te waarborgen om zo vleesvarkens concurrerend aan te kunnen blijven bieden.

Literatuur en websites

Agrarisch Dagblad, 2008. *Mengvoerspecial* (februari 2008).

Agrovision, *Kengetallenspiegel*. Bedrijfsvergelijking Agrovision, 2006.

Berkhout, P. en C. van Bruchem, *Landbouw-Economisch Bericht 2007*. LEI, Den Haag, Rapport PR.07.01, 2007.

Bondt, N., R. Hoste, J.A. Boone, J.H. Wisman en G.B.C. Backus, *Kostprijzontwikkeling varkensvlees; Productiekosten in 1999 en verwachting voor 2004*, LEI, Den Haag. Rapport 2.01.07, 2001.

Braks, *Verslag Werkbezoek Varkenshouderij in Duitsland*. Provincie Noord-Brabant, 2007.

Burbank, K., *Analyse der Preisbildungsprozesse auf dem Ferkelmarkt*. Diplomarbeit Fachhochschule Osnabruck, Fakultät Agrarwissenschaften und Landschaftsarchitektur; 2007.

Danish Pig Production: danishpigproduction.dk.

DVT: www.dvtiernahrung.de.

Euromonitor: www.euromonitor.com.

Eurostat: epp.eurostat.ec.europa.eu

EVD: Landeninformatie Duitsland op www.evd.nl. 2007.

FAO: faostat.fao.org.

FEFAC, *Feed & Food*, Statistical Yearbook 2006. Brussel, 2006.

GIRA, *GIRA Meat in retail*. 2005.

GIRA, European Meat Company Panorama 2006/07-2011, 2008.

Goddijn, S.T.G.B.C. & Backus, *Duurzame veehouderij over de grens; Thema's en initiatieven in de veehouderij in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk*. LEI, Den Haag, Rapport 6.04.19, 2004.

Gura, S., *Livestock Genetics Companies. Concentration and proprietary strategies of an emerging power in the global food economy*. Germany, Ober-Ramstadt: The League for Pastoral Peoples and Endogenous Livestock Development (LPP), 2007.

Gura, S., *Livestock breeding in the hands of corporations*. Seedling, 2008 (January).

Haxsen, G., *Betriebswirtschaft, Wirtschaftlichkeit, Vermarktung*. Landbauforschung Völkrode Sonderheft (Band 296), pp. 213-237, 2006.

Hortmann-Scholten, in: *Burbank, K.* (2007). 'Analyse der Preisbildungsprozesse auf dem Ferkelmarkt. Diplomarbeit Fachhochschule Osnabrück', Fakultät Agrarwissenschaften und Landschaftsarchitektur, 2007.

Hoste, R. en N. Bondt, *Productiekosten varkensvlees*. LEI, Den Haag, Rapport 2.06.01., 2006.

InterPIG, Kostprijsstudie. InterPIG: an international group of pig production economists.

ISN, *Top Ten der deutschen Schweinefutterhersteller 2006*. ISN-Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands nach Unternehmensangaben oder geschätzt, 2007.

LebensmittelZeitung: www.lz-net.de/rankings/industriewelt.

LfL, *Strategien zur Stärkung einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Landwirtschaft in Bayern - Landwirtschaft 2020*- Teil 3: Rind- und Schweinefleischerzeugung, 2007.

LLMSchwäbischGmünd, *Schweineproduktion - Quo vadis?* Landinfo 2/2007, Markt/ Marketing. 2007.

OIE: www.oie.int.

PVE, Analyse slachtsector Denemarken via www.pve.nl.

PVE, 2007. PVE Nieuwsbrief, 14 juni 2007.

Rabobank: www.rabobank.nl.

Statistisches Bundesamt, *Statistisches Jahrbuch 2007 für die Bundesrepublik Deutschland*. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, 2007.

Statistisches Bundesamt, *Statistisches Jahrbuch 2008 für die Bundesrepublik Deutschland*. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, 2008.

Statistisches Bundesamt: www.destatis.de.

TopAgrar. Editie: 2007 april.

Uffermann, W., *Consolidation dynamics of German red meat processors* (Wageningen UR Roundtable Competitive Position Pig 2008). RölfsPartner Competence Center Food, 2008.

Veauthier, A. en H. Windhorst, *Betriebsgrößenstrukturen in der Erzeugung tierischer Nahrungsmittel*. ISPA: Weisse Reihe, Band 30, 2007.

ZMP, ZMP *Vieh und fleisch*. Marktbilanz. Bonn: Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle, 2007.

ZMP, ZMP *Vieh und fleisch*. Marktbilanz. Bonn: Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle, 2008.

