

Nederlandse asperges internationaal zwaar onder druk

ir. R. Stokkers (PAV-Lelystad) en ir. M.D. Hack (LEI-Den Haag)

*Nederlandse asperges dreigen de concurrentie met de Duitse en Griekse asperges te verliezen. De schaarse arbeidsmarkt en dus hoge loonkosten drijven de kostprijs op. Bovendien neemt de voor-
sprong op kwaliteitsgebied snel af. Tenslotte zijn Duitse telers en Griekse telerscoöperaties door hun gro-
tere schaal beter in staat om op specifieke eisen van grote afnemers aan het product in te spelen. Kortom,
de hoogste tijd voor bezinning op de Nederlandse concurrentiepositie.*

INLEIDING

Nederland is voor de afzet van zijn asperges vrijwel uit-
sluitend aangewezen op Nederland zelf en op Duitsland.
Op deze afzetmarkten ondervindt Nederland steeds
meer concurrentie, vooral van Duitsland en Grieken-
land. De productie in Duitsland is de laatste jaren fors
uitgebreid; de zelfvoorzieningsgraad is daardoor gestegen
van 40% naar meer dan 50%. De productie in
Griekenland en de export van daaruit naar Duitsland en
Nederland is in het afgelopen decennium zelfs verdub-
beld. Tabel 1 geeft een indruk van de huidige marktposi-
ties van de drie genoemde landen.

De oogst en verwerking van asperges vragen veel sei-
zoensarbeid. Door regelgeving is de beschikbaarheid van
seizoenskrachten in Nederland een groot knelpunt. In
Duitsland en Griekenland is daar vooralsnog geen sprake
van en liggen de loonkosten ook op een beduidend
lager niveau.

Deze ontwikkelingen vormen een grote bedreiging voor
de internationale concurrentiepositie van de
Nederlandse asperges. Daarom heeft het ministerie van
LNV aan LEI en PAV de opdracht verstrekt om de con-
currentiekracht van de Nederlandse aspergeteelt nader te
onderzoeken.

STRATEGISCHE THEMA'S

In interviews met diverse ketenpartijen, uiteenlopend
van veredeling tot handel, zijn de sterke en zwakke pun-
ten van de aspergesector en de kansen en bedreigingen
voor deze sector in kaart gebracht. Deze kunnen worden
samengevat in drie strategische thema's, namelijk:
(1) arbeid, (2) kwaliteit en (3) marktpositionering.
Deze thema's zijn verder uitgediept in een enquête naar
de distributie van de Nederlandse asperges via de
Nederlandse groothandel naar Nederland en Duitsland
en in een werkbezoek aan de belangrijkste productiege-
bieden in Duitsland en Griekenland, waarbij de produc-



Afb. 1. Het inhuren van arbeidskrachten in Griekenland is goedkoop. Bij de oogst wordt veel gebruik gemaakt van etnische minderheden, Albanezen en Bulgaren.

Tabel 1. Karakteristieken van de aspergesector in Nederland, Duitsland en Griekenland in 1998.

	Nederland	Duitsland	Griekenland
areaal (ha)	2.304	14.060	7.400
productie (ton)	15.500	45.500	26.000
export (ton)	6.000	0	26.000
import (ton)	2.500	42.300	0
consumptie (ton)	12.000	87.800	0

Bronnen: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Productschap Tuinbouw (PT), Zentrale Markt- und Preisstelle (ZMP), National Statistical Service of Greece.

tie, verwerking en vermarkting van de asperges aldaar werd geanalyseerd.

De wijze waarop de Nederlandse aspergesector de drie strategische thema's oppakt, is in sterke mate bepalend voor de toekomst van de sector.

ARBEID

De beperkte beschikbaarheid van seizoensarbeid is het grootste knelpunt voor de verdere ontwikkeling van de aspergeteelt in Nederland. Het is een belangrijke oorzaak van de daling van het areaal, terwijl gezien de goede rendementen een uitbreiding verwacht zou worden. Er is een aantal ontwikkelingen dat de arbeidsproblematiek enigszins verlicht. Technologische ontwikkelingen als de gedeeltelijke mechanisatie van de oogst en verwerking verhogen de arbeidsprestatie en maken het



Afb. 2. In het Griekse productiegebied rond Chrisoupoli worden direct na het steken de asperges op het veld in koud water gewassen en bedekt tegen licht.

werk minder zwaar. De veredeling en de toepassing van diverse soorten plastic folie zorgen voor een vervroeging en spreiding van de oogst. Hierdoor treden minder extreme arbeidspieken op en kan seizoensarbeiders voor langere tijd een contract worden aangeboden.

In Duitsland worden voor de oogst en verwerking bijna alleen Poolse seizoensarbeiders ingezet. De zogenaamde Polen-regeling beperkt het aantal Poolse arbeidskrachten in principe tot 85%, maar bij een geringe beschikbaarheid van arbeidskrachten uit EU-landen vervalt deze beperking al snel. In Griekenland zijn ook voldoende seizoensarbeiders beschikbaar. Voor de oogst wordt voornamelijk gebruik gemaakt van etnische minderheden, Albanezen en Bulgaren en voor de verwerking veelal van gezinsleden van de telers.

De loonkosten in Nederland liggen met gemiddeld 9,40 euro per uur beduidend hoger dan in Duitsland met 6,80 euro per uur en Griekenland met 3,45 euro per uur. Daarentegen is de arbeidsproductiviteit in Nederland respectievelijk 30% en 50% hoger dan in Duitsland en Griekenland, hetgeen de hogere loonkosten ten dele compenseert.

KWALITEIT

De unieke positie van Nederland als leverancier van topkwaliteit asperges loopt gevaar. Op het gebied van kwalitatief hoogwaardige rassen en plantgoed, teeltkennis en kwaliteitszorg hebben Duitsland en de nieuwe productiegebieden in Griekenland grote vooruitgang geboekt. Deze ontwikkeling wordt gestimuleerd door de toenemende internationalisatie van de (overwegend Nederlandse) veredeling, plantgoedleveranciers, voorlichters en handelaren.

In Duitsland bestaat 75-80% van de nieuwe aanplant uit Nederlandse en 20-25% uit Duitse rassen. In Griekenland wordt naar schatting bij de nieuwe aanplant voor 40% Nederlandse en voor 60% Franse rassen gebruikt. Het aandeel van de Nederlandse rassen vertoont in beide landen een stijgende lijn en regiospecifieke veredeling zal daar verder aan bijdragen.

Het kennisnetwerk en de teeltkennis zijn in Duitsland even goed ontwikkeld als in Nederland, maar Griekenland loopt op dit gebied toch nog enkele jaren achter. De leergierigheid en innovatiedrang in de nieu-

Tabel 2. Distributieschema van de Nederlandse groothandel op de Nederlandse en Duitse markt.

	Nederland	Duitsland
supermarkt	37%	38%
groenteman	37%	23%
marktkoopman	16%	23%
horeca	10%	16%

Bron: enquête LEI.

were productiegebieden als Chrisoupoli is echter zeer groot, hetgeen direct zichtbaar is aan het hogere opbrengstniveau en de betere productkwaliteit in vergelijking met het oudste productiegebied Gianitsa. In het kader wordt de kwaliteitszorg in de drie landen met elkaar vergeleken.

MARKTPOSITIONERING

De Nederlandse asperges worden niet duidelijk gepositioneerd in de markt. Althans, de producenten en veiligen hebben onvoldoende zicht op de eindafnemers van hun asperges. Hierdoor is het onmogelijk om de productie, verwerking en afzet gericht aan te passen aan de eisen en wensen van de uiteindelijke klanten.

De enquête naar de distributie van de Nederlandse asperges via de Nederlandse groothandel naar de Nederlandse en Duitse afzetmarkt biedt hierin meer inzicht (zie tabel 2). Hieruit blijkt dat in beide landen de

supermarkt met circa 38% de belangrijkste koper is, op de voet gevolgd door de groenteman met gemiddeld 30%. De marktkoopman staat op de derde plaats met ongeveer 20% en de horeca sluit de rij met een aandeel van 10 tot 15%. De Nederlandse handel ziet de supermarkt en de Nederlandse horeca als duidelijke groei-segmenten. De vraag naar gebruiksklare producten en kleinverpakkingen zal daardoor verder toenemen. De Duitse groenteman, marktkoopman en horeca worden echter beleverd via de Duitse groothandel. De verwachting is dat de afzet van Nederlandse asperges via dit kanaal zal afnemen door een groter aanbod uit andere landen. Daarbij speelt een rol dat de Duitse consument bij een gelijke prijs en kwaliteit de voorkeur geeft aan het product uit eigen land.

Bij de afzet naar de supermarkt moeten de Nederlandse asperges concurreren met de Duitse en Griekse asperges op prijs en kwaliteit. Inspelen op specifieke wensen van de klant is daarbij van belang. De kostprijs van de Nederlandse en Duitse asperges is met 2,80 euro per kg gelijk, maar die van de Griekse asperges bedraagt slechts 2,05 euro per kg. Door hun grotere bedrijven of samenwerking in telerscoöperaties zijn de Duitse en Griekse telers beter in staat om in te spelen op de wensen van de groothandel en supermarkten ten aanzien van continuïteit, volume, uniformiteit en verpakking van het product. Ook wordt in Duitsland de laatste jaren veel aandacht geschonken aan de verdere verwerking van asperges tot een panklaar product.

CONCLUSIE

Het is de hoogste tijd dat de Nederlandse aspergesector zich bezint op haar concurrentiepositie op de internationale markt. Dit is des te meer noodzakelijk, aangezien Duitsland qua opbrengst, kwaliteit en kostprijs niet of nauwelijks onderdoet voor Nederland, terwijl Griekenland bij een lagere kostprijs de achterstand qua opbrengst en kwaliteit snel inloopt. Het is voor Nederland bij de huidige schaarste op de arbeidsmarkt en de hoge loonkosten vrijwel onmogelijk om een concurrentieslag alleen op basis van kostprijs in de toekomst vol te houden.

AANBEVELINGEN

- Opbrengstverhoging per eenheid grondoppervlak. Dit is mogelijk door betere rassen, hogere plantdichtheden en vervroeging door bijvoorbeeld plastic. Het resultaat is niet alleen een lagere kostprijs per eenheid product, maar tevens een verhoogde arbeidsprestatie bij het oogsten.
- Mechanisatie van de oogst en verwerking. De nieuwe ontwikkelingen op dit gebied zullen leiden tot een verbetering van de arbeidsomstandigheden en een verhoging van de arbeidsproductiviteit. Dit is gezien de schaarste op de arbeidsmarkt en de sterk stijgende loonkosten voor Nederland een absolute noodzaak.
- Invoering van kwaliteitszorgsystemen bij oogst en verwerking om de voorsprong op het gebied van pro-

KWALITEITSZORG

De aspergebedrijven in Noord-Duitsland en in de nieuwe productiegebieden in Griekenland hebben de kwaliteitszorg in de fase na de oogst zeer hoog in het vaandel staan. De asperges worden op ieder perceel twee keer per dag gestoken. In Duitsland worden ze vervolgens continu naar de verwerkingsruimte afgevoerd, waar ze direct in ijskoud water worden gewassen, op lengte gesneden en gesorteerd en weggezet in de koelruimte. De verdere verwerking en verpakking vindt de volgende dag plaats. In Griekenland worden de asperges nog op het veld in koud water gewassen en bedekt tegen licht. Pas daarna worden ze vervoerd naar het centrale pakhuis, waar ze direct in de koelruimte worden weggezet om de volgende dag op lengte te worden gesneden, gesorteerd en verpakt. De totale tijd tussen de oogst en de koeling blijft zo beperkt tot ongeveer drie uur, waardoor de kwaliteit maximaal wordt gewaarborgd. In Nederland worden de asperges meestal hooguit één keer per dag geoogst, hetgeen mede wordt veroorzaakt door het knelpunt in de arbeid. Ook zijn de koelfaciliteiten op de veelal kleinschalige bedrijven minder optimaal dan in Duitsland en Griekenland.

ductkwaliteit in de toekomst te behouden. Bovendien kunnen op deze wijze met name aan supermarkten kwaliteitsgaranties worden geboden.

- Schaalvergroting en/of samenwerking. Dit is niet alleen nodig om de voornoemde investeringen te kunnen realiseren en de kostprijs te verlagen, maar ook om beter te kunnen inspelen op de eisen en wensen van de supermarkten.
- Meer marktoriëntatie en productdifferentiatie. Voor individuele telers(groepen) zijn er kansen om zich in de markt te onderscheiden en zo gedeeltelijk aan de prijsconcurrentie te ontlopen. Te denken valt aan productinnovaties als vroege asperges en gebruiksklare producten.
- Ontwikkeling van de Nederlandse markt. Het verlies van afzet op de Duitse markt kan worden opvangen door de Nederlandse markt beter te ontwikkelen. Hiervoor is het nodig dat geschilde asperges ruim verkrijgbaar zijn en dat consumenten met promotie geïnformeerd worden over het gebruik van asperges. Bovendien kan huisverkoop in niet-traditionele teeltgebieden een impuls geven aan de bekendheid van de Nederlandse consumenten met asperges.

Internationale concurrentiepositie van de Nederlandse aspergeteelt

Hack, M.D., R. Stokkers en M.J.C. van Haastert
Den Haag, LEI, 2000
Rapport 2.00.10; ISBN 90-5242-605-8; Prijs f27,-
(inclusief 6% BTW)
58 p., fig., tab., bijl.

Onderzoek naar de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse aspergeteelt. De drie strategische thema's voor de toekomst van de Nederlandse aspergesector zijn: arbeid, kwaliteit en marktpositionering, zo luidt de belangrijkste conclusie uit de SWOT-analyse. Ter verdieping van de thema's kwaliteit en marktpositionering is vervolgens onderzoek gedaan naar de aspergeproductie in Nederland, Griekenland en Duitsland en naar distributie van asperges vanaf de veiling verder de kolom in. Het onderzoek sluit af met een analyse van aanknopingspunten en randvoorwaarden voor het verbeteren van de concurrentiekracht.

Bestellingen:
Telefoon: 070-3358330
Telefax: 070-3615624
E-mail: publicatie@lei.wag-ur.nl

