



Biologisch boeren bloeit

Auteur(s):

Oosterom, W.A., van

*De auteur is medewerker bij de Stafgroep Economisch Onderzoek van Rabobank Nederland.***Verschenen in:**

ESB, 85e jaargang, nr. 4260, pagina 508, 16 juni 2000

Rubriek:

Monitor

Trefwoord(en):

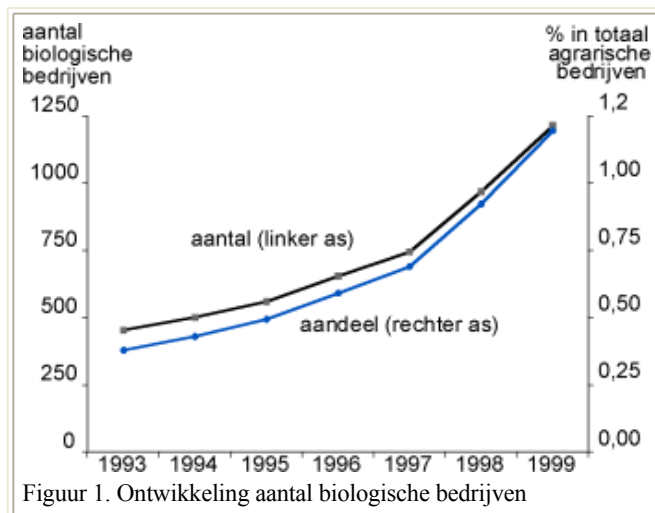
landbouw

Door toenemende belangstelling van zowel producenten, consumenten als supermarkten, groeit de biologische landbouw sterk. Ketenconvenanten en verdere professionalisering kunnen die groei bestendigen.

De laatste jaren vertonen de markten voor biologische producten een gezonde groei. Enerzijds komt dat omdat boeren en tuinders toekomst zien in die markten. Anderzijds zijn diverse supermarkten begonnen biologische producten op grote schaal te verkopen als reactie op een toenemende belangstelling van consumenten voor deze producten. De biologische sector begint de kinderschoenen te ontgroeien en vertoont thans groeistuipe. In dit artikel wordt deze groei verklaard vanuit de producenten, de consumenten, de groot- en detailhandel en de overheid. Ook komen enkele verwachtingen en knelpunten aan de orde.

Ontwikkelingen in de productie

De biologische sector groeit de laatste jaren sterk. In vijf jaar is het aantal biologische bedrijven verdubbeld tot 1.216 bedrijven in 1999. Het aandeel van biologische bedrijven in het totaal aantal Nederlandse agrarische bedrijven is daarmee gestegen tot 1,2 procent ([figuur 1](#)). Ook het 'biologisch' areaal groeit snel en is in diezelfde periode verdubbeld tot 23 duizend hectare. Dat is iets meer dan één procent van het Nederlandse cultuurareaal. De groei heeft met name plaatsgevonden in de melkveehouderij, die ongeveer veertig procent uitmaakt van het aantal biologische bedrijven. De rest bestaat grotendeels uit tuinbouw en akkerbouwbedrijven met elk ongeveer een kwart aandeel.



Redenen voor omschakeling

De groei van de biologische sector kan ten eerste verklaard worden door de enkele honderden agrariërs die toekomst zien in de biologische landbouw en hun bedrijf daaraan hebben aangepast. Dit zijn meestal tamelijk jonge ondernemers die hun bedrijf en financiën aardig op orde hebben en wier bedrijfsvoering vrij gemakkelijk aan de biologische wijze van produceren is aan te passen. Ze maken de overstap niet als een noodsprong. Eén van de belangrijkste factoren voor de groeiende belangstelling bij agrariërs is de gang van zaken in de land- en tuinbouw. De biologische landbouw is een van de weinige agrarische 'sectoren' die groeit.

Uit onderzoek blijkt, dat agrariërs meerdere redenen hebben om om te schakelen naar biologisch ¹. Zo zien ze dat als een oplossing voor de strenge mest- en milieuwetgeving en zijn ze ervan overtuigd, dat de reguliere land- en tuinbouw niet op juiste weg is. Men doelt dan op het hoge gebruik van chemische middelen (bestrijdingsmiddelen, kunstmest en medicijnen) en de problemen rond dierenwelzijn. In de biologische landbouw is het gebruik van kunstmest en chemisch-synthetische gewasbeschermingsmiddelen namelijk niet toegestaan, worden medicijnen slechts curatief toegepast en krijgt het welzijn van dieren veel aandacht.

Een hoger inkomen is een andere reden om biologisch te gaan werken. Biologische bedrijven behaalden in de afgelopen jaren namelijk vaker betere financiële resultaten dan 'gewone' bedrijven. De hogere prijzen voor de producten en de lagere kosten vanwege het niet gebruiken van kunstmest en dergelijke, compenseren de lagere fysieke opbrengst en de hogere arbeidskosten ruimschoots.

Onzekerheid nog drempel

Daartegenover staan agrariërs die bewust nog *niet* willen omschakelen naar biologische landbouw. Eén van de, voor hen, belangrijkste is de onbekendheid met de biologische landbouwmethode en de risico's die dat met zich meebrengt. Immers, doordat diverse (chemische) middelen niet meer mogen worden gebruikt, neemt - als men niet anders gaat werken - het risico van ziekten en plagen toe. De fysieke opbrengsten zijn lager en wisselvulliger. Bovendien is biologische landbouw arbeidsintensiever; arbeid die niet altijd beschikbaar is. Een andere reden om niet om te schakelen is, dat biologische bedrijven vaak meerdere producten voortbrengen dan de vaak gespecialiseerde gangbare bedrijven. Tenslotte vinden, ondanks de marktgroei, velen de afzet van diverse agrarische producten nog te onzeker.

Belangstelling consumenten

De groei van de biologische landbouw is alleen mogelijk door de toenemende belangstelling van consumenten voor biologische producten. Zo kocht in 1999 ruim twintig procent van de klanten van supermarkten wel eens biologische producten². Met name de verkopen van biologische zuivelproducten zijn gestegen en verdubbelden tussen 1998 en 1999.

Wat bij de groei van de vraag naar biologische producten meespeelt, zijn de negatieve gebeurtenissen in de land- en tuinbouw, zoals BSE en varkenspest. Voor sommige consumenten is dat een reden om biologische producten te gaan kopen. Dit is evenwel niet de enige verklaring. Belangrijker is wellicht, dat biologische producten aansluiten bij behoeften van consumenten. Diverse onderzoeken geven hiervoor verklaringen³. Die onderzoeken vinden geen onderscheid naar geslacht en leeftijd van kopers van biologische producten. Wel bevinden zich onder de kopers relatief veel personen die (regelmatig) vegetarisch eten, die meer letten op diervriendelijkheid en die betrokken zijn bij voedsel en voedselproductie.

Voor de kopers die (van oudsher) een sterke voorkeur hebben voor biologische producten kan globaal gesteld worden, dat ze dit mede doen uit 'algemeen maatschappelijke belangen' zoals milieu en dierenwelzijn. Deze groep van kopers kenmerkt zich door milieubewustzijn, is kritisch en politiek betrokken, heeft veelal een hoge opleiding en vaak ook een iets hoger dan gemiddeld inkomen.

Groei door andere kopersgroep

De *groei* van de afzet van biologische producten is met name gekomen doordat met de verkoop via supermarkten ook *andere* kopers werden bereikt. Zij kopen biologische producten omdat zij deze producten lekker, natuurlijk, veilig en gezond vinden. Deze kopers hebben in het algemeen geen boodschap aan maatschappelijke motieven en voelen zich in het algemeen niet aangetrokken door de 'alternatieve' sfeer die nog wel eens rond biologische producten hangt.

Prijverschil geen grote barrière

De mensen die geen biologische producten kopen, doen dat uit gewoonte of omdat de producten niet in 'hun' winkel worden verkocht. Ook de hoge prijs weerhoudt menig een ervan biologische producten te kopen. Toch blijkt een zeker prijsverschil voor de kopers geen probleem te zijn, omdat ze biologische producten beschouwen als 'premium-producten'. Het lijkt erop, dat de prijs van een premiumproduct binnen grenzen kan fluctueren zonder dat de verkoop ervan veel verandert.

Rol groot- en detailhandel

Een derde factor die de groei van de biologische sector bevordert, is de opstelling van de groot- en detailhandel. Supermarkten zijn biologische producten gaan verkopen, waarmee een groter publiek werd bereikt. Meer dan een kwart van de verkopen van ruim een half miljard gulden verloopt al via dat kanaal, de rest verloopt via natuurvoedingswinkels, groentewinkels, markten en groente- en fruitabonnementen.

Supermarkten konden ook op grotere schaal biologische producten verkopen omdat de aanbieders van die producten aan hun eisen gingen voldoen. Een lage omzet, onregelmatige aanvoer en wisselende kwaliteit weerhielden supermarkten er tot voor kort van om biologische producten te verkopen. De groot- en detailhandel eist echter dat de biologische sector voldoet aan de gewone maatstaven voor economische, logistieke en markttechnische zaken. Leveranciers van biologische producten hebben hun aanbod kwantitatief en kwalitatief aan deze maatstaven weten aan te passen.

Toch is er voor sommige biologische producten nog steeds een groot verschil tussen binnenlands aanbod en vraag. Nederland is voor onder andere biologische champignons en appels meer dan zelfvoorzienend, terwijl onder meer varkensvlees en paprika moeten worden ingevoerd. Het verschil wordt verklaard doordat de productievolumes relatief klein zijn zodat omschakeling van een gering aantal producenten al tot een omslag van tekort naar zelfvoorzienend kan leiden. In de champignon- en appelteelt heeft deze omslag plaatsgevonden.

Daarnaast fungeert ons land voor biologische producten als fruit, groenten, granen en kruiden als doorvoerland.

Stimuleringsbeleid overheid

Een laatste factor achter de groei van de biologische landbouw is de grote aandacht van de overheid voor deze sector. Die uit zich onder andere in EU-verordeningen en in Nederland het Eko-keurmerk, die de consument garanderen wat biologisch mag worden genoemd en wat niet. Ook is er een subsidieregeling voor boeren en tuinders om de inkomingsderving gedurende de voorgeschreven

omschakelingsperiode te overbruggen. In deze periode van vaak twee jaar produceert men al wel biologisch maar mag men nog niet de hogere prijs ontvangen, omdat het Eko-keurmerk pas na die overgangperiode wordt toegekend. Daarnaast heeft het fiscaal voordeel voor het financieren van 'groene' projecten een enorme stimulans aan de groei van biologische sector gegeven. Tenslotte komt de overheid binnenkort met een nieuw plan van aanpak om met name de afzet van biologische producten te bevorderen. De overheid streeft ernaar dat tien procent van de agrarische productie in 2010 biologisch is.

Perspectief: blijvende groei

Uit een studie naar de marktontwikkelingen van diverse biologische producten in de komende jaren blijkt, dat zowel vraag als aanbod van biologische producten fors zullen groeien ⁴. [tabel 1](#) geeft schattingen van de groei van de biologische productie in Nederland.

Tabel 1. Schattingen van de jaarlijkse productie van enkele biologische producten in Nederland

	1999	2000	2001
	<i>x 1000 kilo_a</i>		
aardappelen	20.000	23.000	-
champignons	35 per week	140 per week	300 per week
zuivel	70 mln. Liter	87 mln. Liter	110 mln.liter
appelen	2.200	4.500	6.400
paprika	400	1.000	1.800
varkensvlees	1.500	3.000	-
a. Tenzij anders vermeld.			

Bron: Biologische groeistruipen, Rabobank, 2000.

De verschillen tussen verwachte vraag en aanbod per product zijn groot. Voor biologische champignons en consumptiemelk lijkt een aandeel van tien procent in de productie in 2010, zoals de overheid wil, haalbaar. Bij aardappelen en varkensvlees is dat daarentegen beslist niet het geval en ook voor appels en paprika is de huidige groei van het aanbod te gering om dat doel te bereiken.

Aandachtspunten

Ondanks het gunstige perspectief van de markt voor biologische producten behoeft een aantal zaken aandacht. Zo is het van eminent belang, dat het aanbod zowel kwantitatief als kwalitatief in de pas blijft bij de vraagontwikkeling. Het ziet er naar uit dat de vraag voorlopig blijft groeien. Biologische producten zijn geen modegril, maar behouden een blijvend, zij het vooralsnog bescheiden aandeel in voedingsmiddelenmarkt. Wel moet er rekening mee worden gehouden, dat ook reguliere agrarische producten in de toekomst schoner en diervriendelijker (moeten) worden geproduceerd. Biologische producten kunnen daardoor minder onderscheidend worden, waardoor de meerprijs ervan onder druk kan komen te staan. Mede hierdoor zullen aanbieders van biologische producten hun kostprijs moeten verlagen om te kunnen concurreren met onder andere buitenlandse aanbieders.

Noodzaak ketenconvenanten

Een nauwe samenwerking in de afzetketen kan bijdragen aan het verlagen van de kosten en tevens de kwaliteit van de producten garanderen en de levering veiligstellen. Voor de groei van de biologische sector zullen een ketengewijze aanpak en ketenconvenanten nodig zijn. Een ketenconvenant, zoals dat voor varkenshouderij reeds is gesloten en voor fruitteelt in de maak is, geeft vertrouwen aan toetreders in de afzetketen, met name voor boeren en tuinders.

Ook helpt het, als zoveel mogelijk delen van een product als biologisch kunnen worden verkocht. Tot nu toe worden, bijvoorbeeld bij varkens, veel delen in het reguliere afzetkanaal afgezet. Hierdoor moet de meerprijs worden opgebracht door alleen die delen die wel als biologisch kunnen worden verkocht.

Subsidies en onderzoek

De biologische sector zal op eigen benen moeten staan en niet afhankelijk zijn van overheidssubsidies. Toch blijft voortzetting van de subsidieregeling tijdens de omschakelingsperiode belangrijk om agrariërs de overstap te kunnen laten maken. Ook het fiscaal voordeel voor groenfinanciering helpt bij het overheidsstreven om in 2010 tien procent van de agrarische productie te halen.

Tenslotte is er nog veel onderzoek, kennis en voorlichting nodig over de biologische productie. In vergelijking met de reguliere landbouw is er nog betrekkelijk weinig onderzoek gedaan naar deze vorm van produceren.

Natuurlijk imago bewaken

Biologische producten onderscheiden zich bij consumenten vrij goed. Zij kenmerken deze producten als 'geen bestrijdingsmiddelen, natuurlijke productiewijze en milieuvriendelijk'. Deze positie wordt zelfs versterkt doordat de regels om biologisch te produceren worden aangescherpt. Zo wordt het percentage biologische grondstoffen opgeschroefd, soms tot honderd procent van het totaal. Dit kan voor sommige ondernemers leiden tot een tekort aan biologische grondstoffen.

De scherpe regels samen met een blijvend goede controle daarop zijn nodig om de identiteit en het imago van de biologische producten te beschermen. Bij toetreden van veel nieuwe partijen in de afzetketen met vooral bedrijfseconomische motieven zijn namelijk overtredingen van de biologische richtlijnen niet denkbeeldig.

Vanwege het natuurlijk imago staat de sector afwijzend tegen het gebruik van genetisch gemodificeerde producten in de biologische landbouw. De overheid wil de consumenten de keuzemogelijkheid geven te kunnen kiezen tussen genetische modificeerde en gentechnisch-vrije producten. Dit betekent dat biologische producten aansluiting vinden bij die laatste groep. Dit versterkt de marktpositie van biologische producten.

Tot slot

De biologische sector transformeert van een 'aanbodgedreven' sector die vindt dat ze vanzelfsprekend goede producten maakt, waardoor 'automatisch' een hogere prijs is gerechtvaardigd, naar een sector die professionaliseert en aansluiting zoekt bij eisen en behoeften van consumenten, groot- en detailhandel. Ondanks de hiermee gepaard gaande groeistuipe, kan worden gesteld dat de biologische landbouw zich een blijvende plaats in de Nederlandse agrarische sector heeft verworven

1 Landbouw-Economisch Instituut, *Biologische landbouw in de Wieringermeer*, Den Haag, 1998.

2 Centraal Bureau Levensmiddelenhandel, 2000.

3 Van onder andere Swoka, Gfk, Motivaction en FFH/BBDO, alle gepresenteerd op het

4 *Biologische groeistuipe*, studie van de Rabobank uitgevoerd door adviesbureau Aurelia!, 2000.