

Berichten

Buitenland

Voor de Nederlandse agribusiness, jaargang 33, nummer 10, oktober 2007

In dit nummer:

- Duitsland: oude burens, nieuwe kansen
- China: de razendsnelle opmars van een natie
- Moutexport: schoolvoorbeeld voor ketenpartners

Colofon

Berichten Buitenland is een uitgave van de directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Deze publicatie is bestemd voor het Nederlandse agrarische bedrijfsleven, met als doel informatie te verstrekken over ontwikkelingen op agrarisch handelsgebied, buitenlandse markten, kwaliteiten etiketteringvoorschriften, wetgeving, landbouwprojecten, handelsbemiddeling, enz.

De berichtgeving van dit blad komt mede tot stand met medewerking van de landbouwraden die zijn verbonden aan de Nederlandse ambassades in het buitenland en de beleidsmedewerkers van de directie Industrie en Handel.

Uitgever:

Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit
Directie Industrie en Handel
Bezuidenhoutseweg 73
Postbus 20401
2500 EK Den Haag
www.minInv.nl/agribusiness

Informatie en abonnementen:

Voor informatie over artikelen of een (gratis) abonnement op Berichten Buitenland kunt u contact opnemen met de heer J.J.M. Verbeek,

Tel.: +31 (0)70 – 378 40 64

Fax: +31 (0)70 – 378 61 23

E-mail: j.j.m.verbeek@minInv.nl

Productie:

Exxion Communicatie

ISSN 0920 - 0975

Het overnemen of vermenigvuldigen van artikelen uit Berichten Buitenland is alleen toegestaan met bronvermelding.

N.B. Zoals gebruikelijk bij handelsbemiddeling, wordt alle informatie verstrekt buiten de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Inhoudsopgave

Wat hebben we op de Chinese markt te zoeken?	3
Statistiek	6
Column	7
Ketenpartners investeren in Holland Malt BV	8
Oude burens, nieuwe kansen	11
Kort graag...	15
Korte berichten uit het buitenland	17
Laatste nieuws	24
Link bekeken	26

Chinese consument maakt inhaalslag

Wat hebben we op de Chinese markt te zoeken?

Wie expansie zoekt, kan gaan exporteren. Mooi als je dan een immense exportmarkt voor handen hebt met vernieuwende mogelijkheden. Zo'n grote, zich snel ontwikkelende markt is China. Een land met 1,3 miljard bestaande en aankomende consumenten en een beperkte eigen productie. Kans of doolhof?

Export rijp

Nederlandse ondernemers zijn niet alleen op de Chinese markt. De economische ontwikkeling trekt de aandacht van ondernemers over de gehele wereld. China evolueert razendsnel naar een toonaangevende macht in de moderne wereld. Waar andere landen de tijd namen, doet China verwoede pogingen om de horde van de achterstand met een grote stap te nemen. Vanzelfsprekend komen daarbij grote onevenwichtigheden aan het licht. De grote steden met hun bouwprojecten en industrieën schreeuwen om arbeiders en betrekken het potentieel van het platteland. De rijkdom met alle tegendraadse eigenaardigheden van de Westerse welvaart neemt toe waar de enorme mensenconcentraties te vinden zijn, terwijl de armoede meer greep lijkt te krijgen op de plattelandsbevolking. Een ander gevolg: het land begint aan twee tegenstrijdige kwalen te lijden. Naast de obesitas in de grote steden, valt in het binnenland ondervoeding waar te nemen. Het land staat dan ook voor de uitdaging om zowel de kwantiteit als de kwaliteit van de voeding snel te verhogen en te verbeteren. De Chinese overheid herkent deze noodzaak en stelt alles in het werk om de nodige maatregelen in te voeren. Dergelijke aanpassingen vragen echter tijd en aandacht, terwijl de onstuimige ontwikkelingen in het land op tal van andere punten de overheid bezighouden. Snel inzetbare kennis en technologie kunnen wellicht helpen om de problemen het hoofd te bieden en omdat die verworvenheden binnen onze agribusiness goed ontwikkeld zijn, liggen daar de kansen om met export te scoren op de grootste groeiemarkt van de wereld. Neem de eerdergenoemde obesitas, die vooral in de grote Chinese steden rondwaart en te wijten is aan de overname van onze Westerse levensstijl. Parallel daaraan loopt echter onze eigen aanpak van dit herkenbare probleem, deels op basis van technische oplossingen. Die ontwikkelingen zijn onmiddellijk exportrijp te maken, vooral omdat daarbij van gelijkwaardige situaties kan worden uitgegaan. In nauwe samenwerking kunnen we een herkenbaar probleem in beide landen aanpakken, waarbij ontwikkelingen uit beide landen ons ten dienste kunnen staan. Gezien de gerespecteerde trots van de Chinezen is dit een prima uitgangspunt om tot gelijkwaardige samenwerking te komen.

Naoogst technologie

Voedselkwaliteit en -veiligheid is nog zo'n hot item. Vooral de omvangrijke groep kleine producenten wordt gehinderd door een grote vraag en te weinig kennis. Controle vanuit de overheid is nog niet dusdanig ontwikkeld dat er enige preventieve dwang vanuit kan gaan. Daarbij is van sancties nog weinig sprake. Het consumentenbewustzijn houdt echter wel gelijke tred met de moderne ontwikkelingen in de rest van de wereld. De eindgebruikers maken zich dus wel degelijk zorgen en beginnen eisen te stellen aan kwaliteit en veiligheid. In potentie is dus ook de wil aanwezig (of minimaal groeiende) bij de producenten om op dit punt een ontwikkeling in te zetten. Wellicht nog een kans voor de Nederlandse agribusiness om op in te spelen is het nagenoeg ontbreken van ketenmanagement en een geavanceerde naoogst technologie. Het verlies bij de versproductie loopt soms op tot 40%. Met oog op de internationale kwaliteitseisen stimuleert de overheid het biologisch telen om de Chinese export meer kansen te bieden. Tegelijkertijd beïnvloeden de toepassing van riskante bestrijdingsmiddelen en de vaak slechte kwaliteit van bevoeiingswater de voedselveiligheid van de reguliere productie. Ook op deze punten heeft onze agrotechnologie modern ontwikkelde oplossingen voor handen, die eenmaal aangepast naar de omstandigheden in de Chinese landbouw voor snelle oplossingen moeten kunnen zorgdragen.

Import van voedsel

De volgende schets moet geschikte bedrijven met exportambities aanspreken. China moet haar bevolking ter grootte van ruim 20% van de wereldbevolking voeden met slechts 7% van het mondiale landbouwareaal. Deze laatste basis voor de productie neemt zelfs nog af. De verstedelijking neemt toe en het plegen van een vorm van roofofbouw op de beschikbare grond maakt steeds meer landbouwgronden onwerkbaar. Uitputting, verzilting en vervuiling zijn voor ons bekende problemen waar wij reeds lang korte metten mee hebben gemaakt. Het moet voor de specialisten die ons agribusiness rijk is een uitdaging zijn deze kennis als exportartikel te benutten. Een voordeel is het feit dat de Chinese overheid op dit punt de noodzaak tot hervorming herkent en sinds enige tijd openstaat voor buitenlandse bijdragen, waarbij de Nederlandse reputatie op dit gebied wordt erkend en gewaardeerd. Een tweede factor is de erkenning dat de voortgaande toename van zowel de bevolking als de welvaart, import van voedsel voor mens en dier zal noodzaken. Voor Nederlandse voedingsproducenten met exportambities moet dit een aanleiding zijn om de Chinese markt in kaart te brengen. Een ander aspect verdient zowel aandacht als initiatief. De welvaart in het land brengt grote vraag naar dierlijke eiwitten met zich mee. China wil deze productie in eigen hand houden, maar er is grond nodig voor de teelt van voedergewassen. Die grond gaat verloren voor de productie van voedsel en dat zal resulteren in een toenemende import van gewassen.

Een apart aspect vormt de biobased economy. De ontwikkeling daarvan is voor Nederland net zo van belang als voor China. Om in de toekomst te kunnen profiteren van de verworvenheden op dit gebied is een samenwerking op dit gebied wenselijk, om te leren van de ontwikkelingen en te zien of er voor beide partijen synergetische voordelen te behalen zijn.

Voedselveiligheid

Tegenover deze schets van de Chinese situatie kan het herkenbare aanbod van Nederland worden afgetekend. Onze reputatie op het gebied van hoogwaardige agribusiness wordt algemeen en dus ook in China herkend als het gaat om veredeling van gewassen en zaden voor land- en tuinbouw. Zo'n 600 innovatieve voedingsbedrijven leveren een enorme productie en de research en development staan op een hoog peil. De kenniscentra kunnen de ontwikkeling waarvoor China zich gesteld ziet als een uitdaging en exportpotentie omarmen. Op welvaartsziektes als obesitas en diabetes wordt al jaren geanticipeerd en die kennis kan in China worden toegepast.

De vraag naar verantwoorde productie en gezonde voeding wordt daar gesteld en het antwoord hebben wij klaar of wordt in snel tempo geformuleerd. Voedselveiligheid is een aandachtspunt voor de Chinese overheid en men staat open voor initiatieven vanuit ons land. In ons hygiënesysteem zijn chemische en microbiële componenten geïntegreerd en dat is een voorwaarde waaraan China nu en zeker in de nabije toekomst wil gaan voldoen. Groene genetica is in Nederland vooruitstrevend ontwikkeld en wordt in China erkend als een dwingende doelstelling.

Overheidsinspanningen

Onze agribusiness staat beslist niet alleen bij het verkennen van de Chinese mogelijkheden en kansen. Er zijn bilaterale samenwerkingsmogelijkheden in de maak en om deze ontwikkeling kracht bij te zetten is in Peking een seminar Food & Nutrition georganiseerd. Zo'n 280 relevante Chinese en Nederlandse bedrijven, kennisinstellingen en overheidsorganisaties kwamen samen om een strategische samenwerkingsagenda voor te bereiden. Aan Nederlandse zijde leeft de gedachte dat een gebundelde aanpak voor een voorsprong kan zorgen. Sleutelgebieden die het Innovatie Platform heeft geïdentificeerd vormen een basis om gericht aan het werk te gaan. Staatssecretaris Van Gennip gaf met haar bezoek in oktober 2006 een belangrijke impuls voor de wederzijdse aanvaarding van het initiatief. Al met al is het aanbevelenswaardig om een aantal thema's onder de aandacht te brengen van de exporterende agribusiness en de bedrijven die zich daaronder willen scharen. Naast (dierlijke) voedselproductie zijn dat voedselveiligheid en -verwerking. Op het gebied van voeding en gezondheid kan Nederland een belangrijke inbreng gaan hebben in China. En tenslotte zijn supply chain management en ontwikkeling van nieuwe variëteiten

en biotechnologie belangrijke Chinese vragen waarop Nederlandse specialisten een antwoord kunnen geven.

Zoals altijd staan de ambassade met het LNV-bureau in Peking en de steunpunten in Hong Kong en Shanghai klaar om informatie te geven, kansen in kaart te brengen en de nodige contacten te leggen. China biedt met zijn economische groei en respect voor de Nederlandse reputatie op het gebied van agribusiness grote mogelijkheden voor nu en de toekomst. Wij hebben op die kansrijke markt veel te zoeken en de overheid helpt graag bij het vinden van Nederlandse export.

Frits H. Emmerik, freelance journalist

Voor algemene exportinformatie:

www.minlnv.nl

www.evd.nl

www.hollandinchina.org/nl/peking/intro.htm

Peking:

info@nlpekagr.nl

pek-lnv@minbuza.nl

Hong Kong:

nlhonagr@netherlands-cg.org.hk

hon-lnv@minbuza.nl

Shanghai:

nlshaagr@uninet.com.cn

sha-lnv@minbuza.nl

LNV-Attachée Mw. ir. G.J.G.M. Nuytens-Vaarkamp

LNV-Raad: Ir. H.J.W. van Duijn

Ambassade van het Koninkrijk der Nederlanden

4 Liangmahe Nanlu Rd.

Beijing 10060

Volksrepubliek China

Tel. +86 10 85320260

Fax. +86 10 85320303

E-mail: info@nlpekagr.com

Statistiek

Landbouw kent vele gezichten en is in vele economieën prominent aanwezig. Vaak zijn daarbij opmerkelijke verschillen en/of prestaties te zien, die soms overzichtelijk in een grafiek of tabel worden gepresenteerd. Verschillen tussen landen of prestaties van sectoren of industrieën in de verwerkende sector enzovoort.

Deze rubriek brengt door middel van een grafiek of tabel opvallende prestaties, verschillen en dergelijke voor het voetlicht.

De 20 belangrijkste exportlanden voor Nederlandse tuinbouwkassen.

	X € 1000,-	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	Mexico	6.340	91	158	230	5.513	14.372	17.071
2	Verenigde Staten van Amerika	2.925	4.468	4.409	3.491	5.944	6.803	13.187
3	Verenigd Koninkrijk	4.365	1.897	3.812	8.274	7.376	7.914	9.916
4	Wit-Rusland					2	2.433	6.496
5	Turkije	2	1.363	18	124	839	166	5.694
6	Australië	1.243	1.342	408	377	670	943	5.211
7	Duitsland	4.860	4.457	6.125	7.006	6.139	7.179	5.010
8	Rusland	59	86	1.148	609	3.785	1.850	4.579
9	Polen	246	739	301	566	2.337	3.029	4.117
10	Zwitserland & Liechtenstein	808	121	83	19	677	1.792	2.483
11	Nieuw Zeeland	286	594	381	33	35	165	2.364
12	Canada	1.291	377	769	2.249	9.820	5.849	2.143
13	Nederlandse Antillen	1				11	64	2.078
14	Oostenrijk	813	303	712	628	1.049	123	1.618
15	Oekraïne	2	3.023	574		1.339	1.824	1.519
16	Frankrijk	630	153	53	1.161	1.640	271	1.165
17	Spanje & Canarische Eilanden	118	800	724	405	937	415	1.067
18	Denemarken	145	203	500	380	405	336	979
19	Japan	191	973	3.223	3.589	936	53	935
20	Noorwegen	21	68	776	73	2.650	1.605	603

Bron: LEI

In bovenstaande tabel vindt u de Nederlandse exportcijfers van tuinbouwkassen. Het betreft alleen de exportwaarde van het materiaal van de kassen en niet de vaak bij deze export geleverde diensten. Deze diensten komen boven op de exportwaarde en vertegenwoordigen een waarde die nog groter kan zijn.

Column

Doeke Faber

De Nederlandse bloemenveiling: globalisering avant la lettre

De groeiende wereldbevolking, toenemende pro capita inkomens en het wegnemen van handelsbarrières heeft de wereldhandel navenant doen toenemen. Als gevolg van deze toenemende "globalisering" werd onlangs besloten om de twee grootste bloemenveilingen ter wereld - FloraHolland en Aalsmeer - te fuseren. Daarmee wordt een extra impuls gegeven aan de Nederlandse bloemisterij om haar leidende positie als internationale logistieke draaischijf verder te versterken. De internationale handel in bloemen en planten heeft de afgelopen 35 jaar zonder noemenswaardige onderbreking een groei doorgemaakt van gemiddeld 3 à 4% per jaar. Men zou kunnen zeggen dat globalisering binnen onze sector in die tijd al gaande was.

Of neem 1991/1992 als het begin van een sterk toenemende en zich steeds meer internationaal oriënterende handel. In die periode stonden de eerste grote Israëliëse bloemenkwekers letterlijk aan de deuren van de Nederlandse bloemenveilingen te rammelen. Zij wilden hun bloemen graag via het Nederlandse afzetsysteem laten verhandelen. Hun voorbeeld is later met succes gevolgd door telers uit Afrika, Zuid-Amerika en Zuidoost-Azië.

Blijkbaar werd de Nederlandse veiling toen al beschouwd als dé marktplaats, de plek waar handel in bloemisterijproducten werd bevorderd; globalisering in praktijk. Om die sterke internationale draaischijf te kunnen blijven vasthouden, moeten de veilingen de koopkrachtige vraag aan zich weten te binden. Tegelijkertijd is het noodzakelijk dat zij blijven voldoen aan de vraag naar een jaarrond aanbod van een breed én diep assortiment van duizenden producten van aantoonbare en gecertificeerde kwaliteit en duurzaamheid.

De nieuwe veiling moet deze voorwaarden realiseren om de toenemende stroom van internationaal verhandelbare producten, die nu rechtstreeks gaan, weer via de Nederlandse marktplaats te laten lopen. Nederland dient de "one-stop-shop" te blijven waar niemand om heen kan. Gegeven de marktprognose van Bloemenbureau Holland - met een groei van meer dan 40% voor de komende tien jaar voor bloemen en planten - lijkt aan die voorwaarden te worden voldaan; een krachtige vraag, en een breed en diep assortiment.

Net op tijd, die fusie.

Doeke Faber is voorzitter van de Vereniging van Bloemenveilingen in Nederland (VBN). Verder is hij lid van het Dagelijks Bestuur van VNO-NCW. Deze column schrijft hij op persoonlijke titel.

Wilt u reageren? Mail de redactie op s.h.hoff@minlnv.nl

Joint venture Bavaria en Agrifirm geeft impuls aan Nederlandse moutexport

Ketenpartners investeren in Holland Malt BV

De Nederlandse agrisector is sterk in het tot meerwaarde brengen van grondstoffen. Een vruchtbare samenwerking tussen ketenpartners kan er flink aan bijdragen om deze positie te consolideren en te versterken. Holland Malt BV – een joint venture tussen bierbrouwer Bavaria en de agrarische coöperatie Agrifirm – is hiervan een aansprekend voorbeeld.

Beschikbaarheid van goede grondstoffen van constante kwaliteit is voor Bavaria een voorwaarde. Mout is een van de belangrijkste grondstoffen voor de bierbrouwerij en om continuïteit en kwaliteit volledig onder controle te hebben beschikte Bavaria over twee mouterijen; één in het Brabantse Lieshout, waar zich ook de Bavaria brouwerij en het hoofdkantoor bevinden, en één in Wageningen. De beperkte uitbreidingsmogelijkheden van de verouderde mouterij in Wageningen brachten Bavaria ertoe om uit te kijken naar mogelijkheden voor een nieuwe mouterij. Voor Bavaria was dit bovendien het moment om de mogelijkheden van intensievere samenwerking met een ketenpartner te onderzoeken. Han van der Veen, directeur van Holland Malt BV, licht dit toe: "Een goede samenwerking in de keten heeft grote logistieke voordelen en versterkt de synergie. Maar ook op het gebied van voedselveiligheid zijn bij een goede ketensamenwerking betere garanties mogelijk. Het is bovendien voor de brouwerij van wezenlijk belang een heel goede controle te hebben over zijn grondstoffen. We willen daarnaast nog een stap verder gaan; we zien de mouterij ook als een belangrijke business binnen ons bedrijf. Met Agrifirm hebben we een aantrekkelijke partner gevonden. Agrifirm was voor ons van oudsher al leverancier van gerst. Daar komt bij dat het voor de boeren in de regio aantrekkelijk is om dichtbij een afzetkanaal te hebben. Mede omdat het gaat om een gewas dat deels een alternatief kan zijn voor de hier in het noordoosten traditionele gewassen suikerbieten en zetmeelaardappelen, waarvan de prijzen al jaren onder druk staan."

Eemshaven

Met de keuze voor Eemshaven als vestigingsplaats voor de nieuwe mouterij heeft Holland Malt een aantal voordelen kunnen combineren: dicht bij de productiegebieden en goed bereikbaar voor grotere schepen. Van der Veen: "De teelt van Nederlandse brouwgerst vindt plaats op de Groninger klei, in Drenthe, de Flevopolders en deels in het noordwesten van Duitsland. Maar we willen niet afhankelijk zijn van één productiegebied; ook de aanvoer van gerst per schip uit Engeland, Scandinavië en Frankrijk is hier goed mogelijk en ook daar komt gerst voor onze mouterij vandaan." De nieuwe vestiging in Eemshaven omvat niet alleen een mouterij, maar heeft ook een grote opslagcapaciteit voor granen. Dit om aan de groeiende opslagbehoefte van Agrifirm te voldoen.

De totale productiecapaciteit van de mouterij in Eemshaven is 120.000 ton mout per jaar. Deze productie is geheel bestemd voor de export, zowel nabij als wereldwijd. De mouterij in Lieshout produceert vooral voor de eigen Bavaria-brouwerij. "Het is voor Bavaria van essentieel belang om zeker te kunnen zijn van een gegarandeerde aanvoer van mout. Dit omdat de moutmarkt een fluctuerende markt is. Leek er een aantal jaren geleden nog sprake van een overschotmarkt, nu is er een tekort en bewijst de investering in deze nieuwe mouterij zijn waarde."

Bij bier hoort mout

Met de merken Heineken, Grolsch en Bavaria en een aantal kleinere spelers is Nederland 's werelds grootste exporteur van bier. En bij bier hoort mout, de belangrijkste grondstof van bier. Voor de productie van mout moet voldaan worden aan een aantal voorwaarden. Dit begint al met de klimatologische omstandigheden die voor West-Europa ideaal zijn om de teelt van hoogwaardige brouwgerst te waarborgen. De ligging aan zee waarborgt voor de mouterij daarnaast relatief gunstige luchttemperaturen het jaar rond. Ook dit is een

voordeel aangezien bij de productie van mout in de eerste fase van het productieproces, de kieming, warmte vrijkomt. Is de buitentemperatuur hoog, dan is luchtkoeling nodig om de juiste temperatuur te handhaven. Dit maakt moutproductie in warmere streken extra kostbaar en daarmee onaantrekkelijk. De moutproductie vindt daarom vooral plaats in een aantal Europese landen waaronder Nederland, België en Frankrijk. Een opkomende moutproducent is Argentinië, terwijl in een naastgelegen land als Brazilië gerstteelt en moutproductie klimatologisch niet aantrekkelijk zijn.

Investeringssteun afgewezen

Een van de redenen van Holland Malt voor vestiging in Eemshaven was de door de Nederlandse overheid toegezegde investeringssteun van 7,4 miljoen euro. De Europese Commissie heeft echter besloten dat er overcapaciteit in de Europese moutindustrie was. De subsidie is daarom uiteindelijk afgewezen. Han van der Veen: " Wij zijn bijzonder ongelukkig met deze beslissing. Maar de rechter zal het uiteindelijke oordeel vellen".

Jaap Holwerda, freelance journalist

Productieproces

Het productieproces van mout is erop gericht het in gerst aanwezige zetmeel te ontsluiten. Het zetmeel kan dan in de brouwerij omgezet worden in suikers, zodat vergisting mogelijk wordt. Alhoewel ook van andere granen mout gemaakt kan worden, is gerst het meest geschikt door de makkelijke ontsluiting van het zetmeel, de ideale enzymensamenstelling en vanwege de goede kiemkwaliteit. Na reiniging worden de gerstkorrels geweekt in water. Door het weken stijgt het vochtgehalte van de zaden tot circa 45%, ze worden zachter en het zetmeel wordt oplosbaar. De volgende stap is de kieming, welke plaats vindt onder invloed van de eigen enzymen. Het tussenproduct heet groenmout. Het kiemen wordt na circa zes dagen stopgezet door verwarming en droging van het groenmout. De gedroogde mout wordt vervolgens ontdaan van worteltjes en onregelmatigheden door deze eraf te poetsen. Het droogproces noemt men ook wel het eesten. De ontstane mout is dan geschikt voor opslag en transport en kan door de brouwerij gebruikt worden als grondstof. Naast bier is mout ook grondstof voor whisky en jenever. Speciaalmouten zijn te verkrijgen door te drogen bij een hogere temperatuur. Hierdoor ontstaan kleurmouten in allerlei gradaties voor allerlei soorten bieren. Kleurmouten geven behalve kleur ook een andere smaak aan het eindproduct. Daarnaast wordt mout, in veel kleinere volumes, als smaakversterker gebruikt in de bakkerij-industrie. Het gaat daarbij om moutmelen en moutextracten. Door de groeiende welvaart in de wereld stijgt de vraag in dit segment.

Nederland netto-importeur brouwergerst

Het areaal gerst dat jaarlijks in Nederland verbouwd wordt schommelt tussen 45.000 en 50.000 ha. Een klein deel hiervan, rond 3.000 ha, is bestemd voor veevoerders, het overgrote deel is brouwergerst. De opbrengst per hectare bedraagt 6 – 6.5 ton /ha. De jaarlijks geoogste hoeveelheid brouwergerst komt daarmee op circa 300.000 ton. De productiecapaciteit van Holland Malt BV in Eemshaven bedraagt 120.000 ton mout per jaar. Hiervoor is zo'n 180.000 ton gerst nodig.

Nederlandse mouterijen verwerken jaarlijks meer brouwergerst dan dat er geteeld wordt; dit maakt Nederland dan ook een netto-importeur van brouwergerst. De totale moutproductie in de wereld bedraagt grofweg 20 miljoen ton, waarvan ongeveer de helft in Europa wordt geproduceerd. Naast een aantal grote mouterijgroepen die individueel goed zijn voor meer dan 1 miljoen ton behoort Holland Malt BV in omvang tot de middelgrote mouterijen in de wereld.

Export en import cijfers van mout in € 1000.000,-

	2002	2003	2004	2005	2006
Export:	32,7	37,9	43,3	40,2	48,5
Import:	38,8	78,1	68,9	19,1	18,8

Marktkansen in Duitsland

Oude buren, nieuwe kansen

De Duitse markt is een vergaand verzadigde markt met de laagste consumentenprijzen van Europa en relatief hoge kwaliteitseisen. Producenten die op de Duitse markt succesvol zijn, kunnen zich met recht concurrerend noemen. Ondanks het feit dat Nederland het zeer goed doet in Duitsland – in 2006 exporteerde Nederland voor 13,6 miljard euro aan agrarische producten naar Duitsland - liggen hier nog volop kansen en mogelijkheden om het marktaandeel te vergroten.

Een goede partner

Duitsland behoort naast de VS en Japan tot de drie grootste economieën ter wereld. Een economie die sterk verweven is met de onze. Duitsland is onze belangrijkste handelspartner. Van de Nederlandse agrarische export gaat 25% naar Duitsland, terwijl van onze importen 22% uit Duitsland komt (respectievelijk 13,6 miljard euro en 7 miljard euro). Het totale Nederlandse handelsoverschot van 31 miljard euro komt voor tweederde voor rekening van het agrarisch handelsoverschot. De agrarische handel met Duitsland draagt hier met 6,8 miljard euro een behoorlijk steentje aan bij. Ter vergelijking: 1% van de export naar Duitsland vertegenwoordigt een waarde van maar liefst 130 miljoen euro. Dit is een derde van de totale export in 2006 naar China! De Nederlandse agrarische handel met Duitsland speelt dus een belangrijke rol. Niet alleen het onderhoud van deze goede concurrentiepositie is dan ook van groot belang, maar ook het uitbouwen hiervan. Want waarom ver weg als er dichtbij nog volop mogelijkheden liggen? En dat er nog marktkansen zijn, blijkt uit de verkenning die het LNV-bureau in Berlijn onlangs heeft uitgevoerd. Er is gekeken naar waar de kansen zich voor welke producten voordoen en tot slot hoe de Duitse retail tegen de Nederlandse agrofoodsector aankijkt.

Afzetmarkt naast de deur

Het grootste deel van de handel vindt plaats met de deelstaat Noordrijn-Westfalen: één op de drie ingevoerde agrarische producten is afkomstig uit Nederland. De export naar de welvarende, zuidelijke deelstaten van Duitsland blijft echter achter bij wat op grond van hun inwoneraantal mogelijk zou zijn. Hierbij speelt de geografische ligging een rol, maar ook verschillen in eetgewoonten en affiniteit met Nederlandse producten. De uitdaging blijft om met de goede Nederlandse positie in Noordrijn-Westfalen in het achterhoofd, de handel naar de zuidelijke deelstaten te doen toenemen. Maar waar precies liggen de mogelijkheden? "Vooral de positieve ontwikkelingen in Nederland op het gebied van duurzaamheid, transparantie en traceerbaarheid wekt de interesse bij de Duitse retail", aldus Tjeerd de Groot, LNV-Raad te Berlijn. "Er is bijvoorbeeld veel behoefte aan groente en fruit met aantoonbaar lage residuen en de Nederlandse agrarische sector heeft hier een groot concurrentievoordeel. Het publiceren van controleresultaten door de VWA wordt door de Duitse retail als zeer positief gezien en in het voordeel van Nederlandse producenten."

Marktkansen voor Nederland liggen daarnaast vooral bij producten die in de trends welzijn en convenience liggen, zoals biologisch, chilled en functioneel voedsel.

Wellness is de trend!

Onder invloed van diverse maatschappelijke ontwikkelingen zoals vergrijzing en groeiende diversiteit aan levensvormen dient zich één trend op de voorgrond aan: wellness. Deze trend vertaalt zich naar een vraag naar gezond, gemakkelijk en duurzaam geproduceerd voedsel dat praktisch en in caloriearme porties verpakt is. Onder de wellnessnoemer zijn het vooral de subgroepen biologisch, chilled en functional food die hoge groeicijfers tentoonspreiden en zo extra aandacht verdienen. Producten die deze trends combineren hebben het hoogste marktpotentieel. De trend opzoeken loont!

Biologisch

Het aandeel van biologische producten aan de totale Duitse levensmiddelenmarkt bedraagt weliswaar slechts 3%, maar de omzet groeit al sinds jaren (in 2006 circa 4,5 miljard; 16% t.o.v. 2005). De conventionele supermarkten nemen biologische producten steeds prominenter in het assortiment op. Inmiddels wordt daar twee miljard euro biologische omzet gemaakt, waarbij vooral de grote discounters – in gang gezet door het BioBio assortiment van Plus – de groei aanwakkeren. De sterk groeiende vraag naar biologische producten in Duitsland heeft tevens tot gevolg dat de nationale productie niet aan de vraag kan voldoen. De laatste jaren is de Duitse import al sterk gestegen, maar dit biedt nog goede mogelijkheden voor Nederlandse producenten en handelaren. De kansen worden al ingezien getuige de sterk gestegen Duitse import van bio-kaas en bio-aardappelen uit Nederland.

Chilled Food

Convenience producten worden in Duitsland steeds populairder. Het Duitse marktonderzoeksbureau ZMP heeft berekend dat inmiddels één op de vijf Duitse consumenten geregeld gemakproducten consumeert. Met name de subgroep "chilled food" laat een sterke groei zien en heeft tevens een groot marktpotentieel in Duitsland. Ten opzichte van Nederland staat de markt echter nog in de kinderschoenen. Het merendeel van de consumenten moet het voordeel van de verse convenience producten ten opzichte van diepvriesproducten en conserven nog onderkennen. Bovendien is het assortiment beperkt en staan de producten nog niet centraal op de winkelvloer. Cruciaal voor de verdere ontwikkeling van de markt is een betere communicatie van de voordelen naar de klant. Vernieuwende concepten die de kritische Duitse klant overtuigen zijn een vereiste naast een verandering van het denken van de inkopers.

Functional Foods

De verkoop van vitaminen- en dieetsupplementen stijgt al jaren. Bovendien stijgt de vraag naar allerlei "herbal products" om bijvoorbeeld slapeloosheid en stress te verminderen. Binnen het domein van de gezondheidsproducten zijn het vooral de zogenaamde 'functional foods' die een opvallende ontwikkeling doormaken. De verwachting is dat het vertrouwen in functionele voedselproducten de komende jaren toe zal nemen in Duitsland en met een gestegen vertrouwen zullen functionele voedingsproducten sneller een hoger marktaandeel behalen.

Lage prijzen

"De Duitse levensmiddelenhandel heeft behoefte aan vernieuwende, bijzondere producten op deze gebieden", aldus De Groot. "Uit de gesprekken met inkopers van onder meer Edeka en Metro blijkt dat men op zoek is naar deze producten om aan de gestegen vraag te kunnen voldoen. De Duitse inkopers gebruiken zelfs de ontwikkelingen in de Nederlandse retail als inspiratiebron. Hier liggen kansen voor Nederlandse ondernemers die innovatieve producten aan kunnen bieden."

"Nederlandse bedrijven moeten echter ook een keuze maken. De Duitse markt ontwikkelt zich enerzijds richting kwaliteitsproducten en anderzijds richting nog goedkoper, nog meer eigen merken en nog meer discount. De prijzen voor levensmiddelen in Duitsland behoren tot de laagste van Europa. Daarmee moet je rekening houden als je die markt op wil"

Niet alleen het lage prijsniveau, maar ook een hoog oppervlakte winkelvloer per inwoner is kenmerkend voor de Duitse levensmiddelenhandel. De retail wordt gedomineerd door enkele grote spelers, waaronder drie discounters. Als gevolg van diverse fusies is bijna 70% van de markt in handen van 5 bedrijven. De Edeka Gruppe is de grootste (omzet 37 mrd met een marktaandeel van 17,5%) en wordt gevolgd door de Metro Gruppe, Rewe Gruppe, Schwarz Gruppe en Aldi Gruppe.

Een recente en voor de toekomst belangrijke ontwikkeling is de toenemende Corporate Social Responsibility bij de Duitse retail. De retail wordt gevoeliger voor thema's als duurzaamheid en dierenwelzijn. De Nederlandse agrosector heeft qua duurzaamheid,

traceerbaarheid en transparantie een slag geslagen en hiermee een Nederlandse exportsterkte in wording gecreëerd.

Het afzetpotentieel in met name Zuid-Duitsland gecombineerd met de trends en de Nederlandse exportsterktes biedt volop mogelijkheden voor de Nederlandse agrarische sector. Bovendien staan de grote supermarktketens open voor verdergaande samenwerking. Zulke goede burens...droomt niet iedereen daarvan?

Sandra Scheffer
(LNV-bureau Berlijn)
Martijn Homan
(LNV, directie Industrie & Handel)

Aanbevelingen

In het rapport komen onder meer de volgende aanbevelingen naar voren.

1. Maak een keuze

De markt ontwikkelt zich in Duitsland richting kwaliteitsproducten enerzijds en anderzijds richting nog goedkoper, nog meer eigen merken en nog meer discount. Innovaties lijken slechts kansrijk, indien zij zich in één van beide richtingen bewegen: voor de gulden middenweg lijkt in Duitsland geen plek.

2. Zoek de ruimte

Duitsland kent een grote oppervlakte winkelvloer per inwoner. Uitbreidingen vinden vooral nog plaats op luchthavens, tankstations en non-food winkels. Door vergrijzing zou de buurtwinkel weer terug kunnen komen. Convenience speelt bij de genoemde uitbreidingen een sleutelrol.

3. Herken de trends

Wellness is de trend! Producten die de daarbinnen vallende trends combineren, hebben het hoogste marktpotentieel. Bijvoorbeeld: gezonde, biologische convenience producten of innovatieve gezondheidsproducten. Duurzaamheid, versheid en goede smaak zijn bij alle producten van belang.

4. Onderzoek de eetcultuur

Zuid-Duitsland en Zwitserland hebben een andere eetcultuur en gedeeltelijk ook andere smaak dan in Noordrijn Westfalen. De smaak richt zich eerder op Frankrijk en Italië. Dit is bij productontwikkeling of de vermarkting van bestaande producten van belang.

5. Accentueer sterktes

De Nederlandse agrosector heeft qua duurzaamheid, traceerbaarheid en transparantie een slag geslagen, of is bezig met een inhaalslag. Dit is in Duitsland en Zwitserland een absoluut concurrentievoordeel, temeer daar de retail steeds sterker 'Corporate Social Responsibility' toont.

6. Benadruk de kwaliteit van de controles

De Nederlandse voedselveiligheidscontroles staan in Duitsland en Zwitserland goed aangeschreven, zeker in het licht van enkele schandalen met gebrekkige levensmiddelencontroles in Duitsland. Het openbaar maken van controleresultaten in Nederland draagt aan dit vertrouwen bij.

7. Trek profijt uit de internationale oriëntatie van de Duitse retail

Een aantal Duitse retailconcerns (Rewe, Metro) is zeer actief op de Oost-Europese, Russische en Aziatische markt. Zij kunnen daarbij een deel van de logistiek verzorgen. In het licht van de omzetsuitbreiding in deze landen zijn deze retailers op zoek naar extra aanbod.

8. Werk aan imago

Nederlandse producten en productiewijzen zijn beter dan hun imago. Vooral in Zuid-Duitsland heersen veel misverstanden over Nederlandse producten en productiemethoden. Actieve communicatie is van belang, evenals het tonen van de 'Dutch Way' aan strategische inkopers en journalisten.

9. Benut beurzen

Duitsland is een beurzenland. De Duitse retail is hier zeer actief. Voor BIO geldt dit ook in Zwitserland. Beurzen kunnen ook worden ingezet ter verbetering van het imago van Nederland. Door 'side events' en 'matchmakings' kan het rendement van een beurspresentatie worden verhoogd.

10. Bied ruimte

Een aantal retailers uit Zwitserland en Duitsland heeft de afgelopen tien jaar de inkopers uit Nederland teruggetrokken. Hierdoor is een deel van de ontwikkeling aan hen voorbijgegaan. Door flexibele kantoorruimte ter beschikking te stellen, kan deze tendens worden tegengegaan.

12. Ga allianties aan

De Zwitserse retail heeft zijn aanbieders verdeeld en heerst oppermachtig. Enkele Zwitserse producenten toonden zich geïnteresseerd in allianties. Ook in (Zuid-)Duitsland, kan het lonen allianties aan te gaan, bijvoorbeeld op het gebied van logistiek.

13. Integreer informatie en diensten

Producten zijn potentiële informatiedragers. Door actieve communicatie op of via producten (b.v. internet) kan een bijdrage worden geleverd aan het imago en meerwaarde worden verkregen. Op deze manier kunnen via producten ook diensten worden aangeboden.

14. Wend meerdere kanalen aan

De Duitse en Zwitserse retailer is niet in de eerste plaats je beste vriend, al loont het zich een strategisch partnerschap op te bouwen waar het om meer gaat dan het product. De nieuwe afzetkanalen kunnen worden benut om de afhankelijkheid van de retail te verminderen.

Het rapport 'Marktkansen in Duitsland en Zwitserland voor de Nederlandse Agribusiness' is gratis en per e-mail opvraagbaar bij het ministerie van LNV, directie Industrie en Handel, mevrouw Lia Luijkx, e-mail a.p.luijkx-visser@minlnv.nl

Kort graag...

12 vragen aan Nico Visser, LNV-Raad Pretoria

Door middel van deze rubriek willen we de lezer laten kennismaken met de LNV-raden/ -attachés. Veel lezers hebben telefonisch contact en dan is het leuk de persoon die je aan de telefoon hebt, op een andere manier te leren kennen.

Wat staat er op uw visitekaartje?

Professor Nico Visser, Counsellor for Agriculture, Nature and Food Quality for South Africa & Zambia. De volle breedte van LNV!

Wat heeft u het meest verwonderd bij de kennismaking met uw werkterrein?

Ik had verwacht in Zuid Afrika in een zwart Afrikaans land terecht te komen, maar het is hier een regenboog van huidskleuren en talen. En veel ontwikkelder dan ik had verwacht: het is een Europees land met trekken van een ontwikkelingsland, met name in de bureaucratie.

Wat kan op uw werkterrein beslist beter?

Eigenlijk gaat het om allerlei verschillende werkterreinen; als we het over de landbouw hebben, moet er veel meer begeleiding komen voor beginnende zwarte boeren; op natuurgebied moeten in regionaal kader grensoverschrijdende natuurgebieden worden gerealiseerd.

Wat moet iedereen weten over het land waar u werkt?

Zuid Afrika is een ongelooflijk uitgestrekt land, 35 keer zo groot als Nederland, met weliswaar fantastische wegen maar zeer lange afstanden. Daar verkijk je je makkelijk op.

Wat moet je nooit doen in het land waar u werkt?

Sieraden dragen, mobiel bellen, of stoppen langs de grote weg in gebieden waar automobilisten regelmatig worden overvallen...

En wat juist wél?

Genieten van het prachtige land met vooral eindeloze vergezichten en landschappen! En er zijn - als het ijs met een grap gebroken is - verschrikkelijk aardige mensen.

Wat is het toppunt van plezier in uw werk?

Een moment van geluk beleefde ik onlangs in de Noord Kaap provincie. Daar reed ik met een biologische en fair trade wilde rooibosboer (dus wat wil je nog meer...), de 71 jarige Cape Coloured Oompie Hendrik Hesselmans. Achterin een 'bakkie' over zijn land, temidden van een zee van wilde bloemen en we spraken beiden zijn taal, Afrikaans.

Noem minstens één dagelijks terugkerende bezigheid?

Tijdens het ontbijt, een rondje door mijn biologische groenten- en kruidentuin om te kijken of alles er nog net zo mooi bijstaat als gisteren.

Wat is uw grootste ergernis?

Voortdurend op je eigen veiligheid te moeten letten.

Welke wet of regel zou volgens u onmiddellijk op de helling moeten?

Er zou hier een regel moeten worden ingesteld dat diefstal niet met geweld gepaard gaat.

Wat mist u het meeste van Nederland?

Praten over het weer; hier is dat - na drie maanden strakblauwe hemel en geen druppel regen eigenlijk geen onderwerp van gesprek. Dan is de vraag meer aan de orde: " wanneer gaat het eindelijk regenen en daaraan gekoppeld: laten we hopen dat er dit jaar genoeg regen valt...."

Uw sleutelwoord voor de toekomst?

"Duurzaam" is mijn sleutelwoord, een beweging die niet meer te stoppen is en waar ik graag aan meewerk.

Korte berichten uit het buitenland

AFRIKA

Kenia

LNV-bureau Kenia

> Snijbloemen | Handelsmissie

Samen sterk

De Kenya Flower Council (KFC) en de Fresh Produce and Export Association of Kenya (FPEAK) gaan samen verder als één organisatie: de Kenya Horticultural Council. De kersverse geconsolideerde brancheorganisatie zorgt ervoor dat de onderhandelingspositie richting Keniaanse overheid, de East African Community en de EU, met het oog op markttoegang, versterkt wordt. De Kenya Horticultural Council zal naast de belangen van de exporterende bedrijven in de tuinbouwsector ook de belangen van de kleine producenten gaan behartigen en ervoor zorgen dat deze kleine producenten kunnen profiteren van de reeds bestaande exportkanalen.

Ondernemen in Afrika

Met het oog op het succes van het onlangs gehouden seminar 'Ondernemen in Afrika', en de belangstelling vooral uit de zuivelverwerkende industrie, zal in februari 2008 een handelsmissie richting Kenia worden georganiseerd. Naast de zuivelverwerkende sector zal de missie zich ook richten op vleesverwerking. De belangstelling vanuit deze sectoren is niet verwonderlijk aangezien er voor hen belangrijke kansen en uitdagingen liggen in Oost Afrika.

Teampro (www.teampro.nl) organiseert de missie die gedeeltelijk gefinancierd wordt door het EVD programma Collectieve Promotie Activiteiten (CPA).

Meer informatie over de missie en CPA op www.evd.nl.

Korte berichten uit het buitenland

AMERIKA

Mexico

LNV-bureau Mexico

> Maïs | Biotechnologie

Maïsprijzen stijgen

In 2008 zal ruim 158 miljoen hectare land beplant zijn met maïs. Een nieuw record; maar wel een dat ten koste gaat van andere gewassen als droge bonen, sojabonen, gierst en katoen. Deze ontwikkeling zal naar verwachting van kwekers en marktspecialisten resulteren in prijsverhogingen. Slecht nieuws voor Mexico, gezien het land in grote mate afhankelijk is van de import van genoemde producten die weer verwerkt worden tot mens- en diervoeding. Experts zijn het eens dat de scheve verhouding ligt aan de hoge maïsprijzen, veroorzaakt door de ethanolindustrie.

Sterke landbouwpositie

'Ethanolproductie en biotechnologie en dan vooral het werken met transgene maïs, moet structureel deel gaan uitmaken van de landbouw in Mexico'. Dit zeggen Osiel Castro de la Rosa, van de Mexicaanse PAN partij, and Hector Padilla-Gutierrez, PRI congreslid en voorzitter van het comité voor Landbouw in het Lagerhuis. Het verhogen van de productiviteit in deze sector is nodig om productiekosten te verlagen, de productiviteit te verhogen en zo positief bij te dragen aan de gehele landbouwsector. 'Het is noodzakelijk dat we technologie omarmen om de positie van Mexico op het gebied van landbouw te versterken', aldus Padilla-Gutierrez. Hij voegt toe dat het belangrijk is dat Mexico zelf haar

eigen transgene technologie produceert om zo zelf de geïrrigeerde gebieden die besmet zijn geraakt door het gebruik van landbouwbestrijdingsmiddelen te herstellen.

Brazilië

LNV-bureau Brazilië

> Biologisch

Opmars export biologische producten

De waarde van de export van biologische producten uit Brazilië zal naar verwachting voor 2007 uitkomen op 25,3 miljoen euro. Dat is een stijging van 56% ten opzichte van 2006. De Europese Unie is met 60% tot 65% verreweg de grootste afnemer, op afstand gevolgd door de VS met 30%.

De exportgroei is te danken aan de toename van de vraag vanuit westerse markten. De groei is sterk in biologische suiker, en ook met de export van biologische koffie richting Duitsland wordt voorzichtig een stap gezet. Fazenda Agua Claras, gelegen nabij São Paulo, begint binnenkort met de export van dit product. Hoewel de waarde van de biologische export duidelijk in beeld kan worden gebracht, kent de sector nog problemen met de registratie van hoeveelheden die geproduceerd en verhandeld worden.

Chili

> Economie

Magische BNP-grens doorbroken

Volgens een recent rapport van de Economische Informatiedienst van Columbia University, zal Chili het eerste Latijns-Amerikaanse land zijn dat een bruto nationaal product van meer dan 7.000 euro per hoofd van de bevolking bereikt. Het inkomen stijgt van 6.600 euro in 2007 naar 7.400 euro in 2008. Hiermee is Chili het eerste land in Zuid-Amerika, dat boven de grens van 7.000 euro uitkomt. Geen bijzonder hoge stijging, maar dus wel uniek. Chili is met zijn stabiele economie een aantrekkelijk land voor investeerders en voor het aanknopen van handelsbetrekkingen. Feit blijft wel dat Chili, ondanks de economische groei, ver achterblijft in vergelijking met 'arme' landen in de Europese Unie als Tsjechië en Slowakije met een BNP van respectievelijk 12.355 euro en 10.200 euro.

Argentinië

LNV-bureau Buenos Aires

> Marktrapport

Biotechnologie rukt op

Het LNV-bureau Buenos Aires heeft een lokaal bureau opdracht gegeven de ontwikkelingen op het gebied van biotechnologie in Argentinië te analyseren. Argentinië is op het gebied van landbouw een wereldspeler en staat voor landbouwgewassen als soja, katoen, maïs en zonnebloem het gebruik van genetisch gemodificeerde organismen (GGO) toe. Voor de eerste drie hiervoor genoemde gewassen was het ingezaaide oppervlakte in 2005 17,1 miljoen hectare.

Vanaf 1991 tot en met 2004 zijn er 788 proeven met veldgewassen uitgevoerd, voornamelijk in opdracht van multinationals of onderzoeksinstituten. Vooral aardappelen en alfalfa mogen rekenen op veel Argentijnse betrokkenheid. De proeven met betrekking tot planten - een uitzondering daargelaten - richten zich niet op het gebruik van recombinant-DNA, maar op het gebruik van weefselkweek producten. De kosten voor recombinanttechniek vereisen ten aanzien van de bio-veiligheid te hoge investeringen. Het Conabia (Argentijnse nationale adviesraad voor agrarische biotechnologie) is verantwoordelijk voor het toestaan van de veldproeven. Mogelijke gebieden van samenwerking tussen Nederland en Argentinië liggen op het vlak van veldproeven, de uitwisseling van studenten en kapitaalverstrekking.

Het rapport kan worden aangevraagd bij Lia Luijkx-Visser via e-mail a.p.luijkx-visser@minlnv.nl of telefonisch via 070 - 378 41 19.

Korte berichten uit het buitenland

AZIË

Australië

> Water

Watermarkt groeit

Australië staat naast China, India, Mexico en Egypte in de top 5 van snelst groeiende watermarkten in de wereld. Dit meldt het Amerikaanse marktonderzoekbureau BCC Research in zijn rapport 'Growing markets for water and wastewater technologies' over de wereldwijde watermarkt. In het rapport staat de watervoorziening in bijna iedere markt bovenaan het lijstje. In Australië bestaan goede kansen voor infrastructurele werken, zoals verbetering en vernieuwing van rioleringen en distributie van water naar stedelijke gebieden en voor 'smart' meet- en regeltechnieken voor watergebruik en hergebruik van afvalwater in het huishouden. Australiërs zijn daarbij vooral geïnteresseerd in de Nederlandse kennis en expertise op dit gebied.

Japan

LNV-bureau Tokyo

> Levensmiddelen | Biologisch

Zelfvoorzieningsgraad laagst ooit

De zelfvoorzieningsgraad voor levensmiddelen in Japan is in 2006 gezakt tot 39%. Als belangrijkste oorzaak voor de daling wordt genoemd de slechte weersomstandigheden. Als deze trend doorzet wordt het steeds moeilijker om de officiële doelstelling van het Japanse Ministerie van Landbouw, Bosbouw en Visserij van een zelfvoorzieningsgraad van 45% in 2015 te realiseren. Japan heeft vergeleken met andere ontwikkelde landen de laagste zelfvoorzieningsgraad ter wereld en het is ondanks allerlei pogingen van overheidswege niet de verwachting dat dit percentage snel zal groeien. Daarvoor is het eetpatroon van de gemiddelde Japanner te divers geworden. Alleen een grondige hervorming van het Japanse landbouwbeleid, dat ruimte laat aan grootschalige ondernemingen en exportgericht is, zal het tij mogelijk kunnen keren.

Biologisch nog niet logisch

Volgens een recent rapport van de Soil Association groeit de vraag naar biologische producten in Japan sterk. Hoogwaardige, natuurlijke producten sluiten naadloos aan bij het traditionele gezonde dieet van Japanners. Dat de verkoop van biologische producten enigszins achterloopt in vergelijking met andere markten is te wijten aan het uitblijven van regelgeving voor biologische producten, aldus het rapport. Sinds de herziening van de Japanese Agricultural Standard Law in november 2005 is er echter sprake van een vlucht in de vraag naar en productie van biologische producten. Hoewel Japan op dit moment in Azië de grootste markt is voor biologische producten, schiet de eigen productie tekort om aan de groeiende vraag te kunnen voldoen. Volgens het rapport importeert Japan het grootste gedeelte van de biologische producten, vooral uit Australië.

India

LNV-bureau India

> Export

India zoekt GCC investeerders

De Indiaanse regering is op zoek naar investeerders uit landen als Bahrein, Koeweit, Oman, Qatar en Saoedi-Arabië (ook wel GCC nationals genoemd) om te investeren in de Indiase agribusiness en de voedselverwerkende industrie. Beide sectoren zijn inmiddels 100% opengesteld voor buitenlandse investeerders. "Er liggen hier enorme kansen voor investeerders", zegt de voorzitter van India's Agri- en Voedselindustrie (Apeda) K.S. Mony. De waarde van de handel tussen India en de Golfregio is gestegen van 4 miljard euro in 2001 tot 34 miljard euro in 2006. India heeft ook aan Oman haar R&D faciliteiten op het gebied van landbouw aangeboden.

Korte berichten uit het buitenland

EUROPESE UNIE

Nederland

> Conferentie | Biotechnologie

Uitreiking handelsprijs

Op 15 november aanstaande reikt de Staatssecretaris voor de Buitenlandse Handel, Frank Heemskerk, op het hoofdkantoor van ABN AMRO te Amsterdam de Latin America Trade Award 2007 uit.

Een kwart van de bedrijven die zich kandidaat hebben gesteld voor deze award, komt uit de tuinbouwsector. De snelle ontwikkeling van de tuinbouw in zowel Midden- als Zuid-Amerika biedt grote kansen aan Nederlandse bedrijven. De kandidaten zijn succesvol met weefselkweek op onder andere het gebied van vermeerdering en onderzoek, productie van groentezaden, productie en export van fruitsappen en kassenbouw. Eén van de gastsprekers is Ben van Schaik, oud-CEO van Daimler Benz te São Paulo. Hij vertelt over zijn ervaringen als zakenman in Brazilië en China en vergelijkt het investeringsklimaat van deze twee landen. De Latin America Trade Award wordt op initiatief van het NLABC, ABN AMRO en KPMG, met medewerking van de EVD, om de twee jaar uitgereikt aan een Nederlands bedrijf dat zich op bijzondere wijze heeft onderscheiden in het zakendoen met deze groeiemarkt.

Nadere informatie omtrent deze conferentie en uitreiking via www.handelsbevordering.nl.

Biofuels Forum Rotterdam

De zesde editie van het Motor BioFuels Forum vindt plaats op 9 en 10 januari 2008 in De Doelen te Rotterdam. Tijdens het Forum zullen internationale deelnemers uit diverse branches debatteren over de uitdagingen en ontwikkelingen op het gebied van de biobrandstofindustrie. Er wordt aandacht besteed aan vragen als: 'Wat zijn de drijfveren in de markt?', en 'Hoe staat het met de laatste ontwikkelingstechnologieën in de sector?'. Onder meer zal aandacht worden besteed aan beschikbaarheid van landbouwgrond voor energiegewassen, visies van nationale- Europese en wereldwijde zelfstandige ondernemers, overheidsbelasting, levensmiddelen versus biobrandstoffen, visies van oliemaatschappijen en internationale handel versus lokale productie.

Het evenement wordt georganiseerd door Europoint, Conferences and Exhibitions in samenwerking met het International Energy Agency Bio Energy (Task 39). De ministeries van LNV, VROM en V&W steunen dit project.

Zweden

> Bloemen en planten

Nieuw keurmerk

Half september is op diverse locaties in Zweden de verkoop van planten met het Fair Flowers Fair Plants (FFP) label gestart. FFP is bedoeld als internationaal consumentenlabel voor duurzaam geteelde bloemen en planten. Ruim 700 bedrijven hebben zich inmiddels aangemeld en de consument kan nu in vier landen (Zweden, Frankrijk, Engeland en Duitsland) bloemen en/of planten met het FFP-label kopen. Het initiatief om dit keurmerk in de markt te zetten, is afkomstig van plantenexporteur Noviflora uit Honselersdijk. Bloemisten die deelnemen aan dit initiatief kunnen beschikken over winkelmateriaal dat speciaal ontwikkeld is voor de promotie van FFP-producten.

Polen

LNV-bureau Warschau

> Pluimvee | Varkens

Aangescherpte mestvoorschriften

Er gelden strengere eisen omtrent het bewaren en toepassen van natuurlijke meststoffen in Polen. Al langer stond vast dat boerderijen met meer dan 40.000 stuks pluimvee, 2.000 varkens boven de 30 kilogram of 750 zeugen over dichte en bedekte silo's voor dunne mest moeten beschikken. Deze bedrijven zullen vanaf 2009 ook vaste mest op ondoorlaatbare platen moeten bewaren. Vanaf 2011 zullen alle bedrijven ondoorlaatbare en afgesloten silo's voor dunne mest moeten gebruiken. Bovendien moeten genoemde grote bedrijven een bemestingsplan uitwerken dat met de voedingsbehoeften van de planten en met de kwaliteit van de bodem rekening houdt. Dit plan moet door de provinciale landbouwdienst goedgekeurd zijn. Hierbij wordt door de landbouwdienst rekening gehouden met de eis dat 70% van de dunne mest op eigen in gebruik zijnde landbouwgrond verwerkt wordt. De gebruikte hoeveelheid natuurlijke meststof per jaar mag niet meer dan 170 kilogram stikstof per hectare landbouwgrond bedragen. Dit is vastgesteld volgens verordening EU/91.676.

Roemenië

LNV-bureau Boekarest

> Droogte | varkenspest | zuivelindustrie

Regering verstrekt subsidie

De Roemeense regering is akkoord gegaan met de regeling om door droogte getroffen boeren te voorzien van een subsidie. Dit bedrag ligt tussen de 125 en 150 euro en is bedoeld voor de aanschaf van basisbenodigdheden als (bio)diesel, pesticiden en kunstmest. Het totale subsidiebudget is vastgesteld op 4 miljoen euro. Het betreft een gebied van 2 miljoen hectare tarwe, 400.000 hectare koolzaad en 350.000 hectare met andere herfstgewassen. Voorwaarde om de subsidie te verkrijgen is dat boeren hun oogst verzekeren. Daarnaast moet vanuit Brussel nog een officieel akkoord komen. Volgens het Roemeense Ministerie van Landbouw is bijna 2,6 miljoen hectare aangetast door de droogte. De totale tarweoogst ligt dit jaar (op een oppervlakte van 1,9 miljoen hectare) op 2,98 miljoen ton, waarbij het gemiddelde slechts uitkomt op 1.552 kilogram per hectare.

Hoge omzet melkindustrie

Volgens vertegenwoordigers van de Romanian Dairy Association (APRIL) bereikt de omzet van melkproducten in dit land één miljard euro in 2008. Dat is een stijging van minstens 10% ten opzichte van 2007. Cijfers van de federatie tonen aan dat de huidige melkindustrie voor ruim 850 miljoen euro deel uitmaakt van de Roemeense industrie. Naar verwachting bedraagt de jaarlijkse groei de komende tien jaar 10%. Gekeken naar de markt van kleine boeren naar consumenten, denkt APRIL de 1,5 miljard euro te overschrijden. Roemenië beschikt over ongeveer tweehonderd zuivelfabrieken en die zijn goed voor een jaarlijkse productie van 1,1 miljard liter melk. Terwijl het gedeelte dat door kleine boeren

rechtstreeks aan consumenten wordt verkocht goed is voor zo'n 1,9 miljard liter. Op dit moment is de melk die door de kleine boeren verkocht wordt zo'n 30% goedkoper dan de geconserveerde melk die in de winkels wordt verkocht. APRIL schat dat de rechtstreekse verkopen van kleine boeren aan consumenten de staat jaarlijks voor 300 miljoen euro benadeelt.

Uitbraak klassieke varkenspest

In Roemenië is op een van de boerderijen van de Amerikaanse varkenshoudergigant Smithfield varkenspest uitgebroken. De pest is vastgesteld in Cenei in de provincie Timis in het westen van Roemenië. Kort daarop volgde nog een geval in de plaats Igris, in diezelfde provincie. Een derde boerderij in hetzelfde gebied is ook getroffen door de ziekte. In totaal zijn meer dan 50.000 varkens afgemaakt. Smithfield bezit 33 boerderijen in Roemenië waarvan er 25 in Timis zijn gevestigd. In Roemenië worden op dit moment 5 miljoen varkens gefokt. 1,4 miljoen op commerciële boerderijen en 3,6 miljoen bij kleine boerenbedrijven.

België

LNV-bureau Brussel

> Fruit | Druiventeelt

Nieuwe appelsoort

Tijdens een samenkomst in Zuid-Tirol van twaalf Europese toonaangevende fruitbedrijven heeft het Belgisch-Limburgse bedrijf Adora Fruit een overeenkomst ondertekend voor de verkoop in de Benelux van het nieuwe appelras 'Evelina'. Evelina is het eerste clubras dat door diverse Europese privé-bedrijven beheerd wordt. De benaming clubras wordt gegeven wanneer alles vooraf geregeld is; van teelt tot de verkoopstrategie, de opkweek van bomen tot aan de promotie. Alle andere bestaande clubrassen zijn in het bezit van coöperaties. Met de ondertekening van de overeenkomst haalt Adora Fruit een exclusief appelras binnen waarover zij de controle voert vanaf het planten van de bomen tot de verkoop van de appels. Op dit ogenblik heeft zich al een achttal telers in de Benelux aangesloten en toegezegd om ieder vijf hectare van het ras te planten.

Korte berichten uit het buitenland

MIDDEN-OOSTEN

Egypte

LNV-bureau Kairo

> Voedselprogramma

Gesubsidieerd brood

Egypte begint met het verwerken van speciale ingrediënten als ijzer en foliumzuur in gesubsidieerd brood. Volgens het World Food Programme zal dit initiatief het wijdverbreide ijzertekort doen dalen. Het 16 miljoen euro kostende project wordt gefaseerd uitgezet. Ruim 60% van de bevolking - vooral in de armste delen van Egypte - heeft een tekort aan ijzer. Door deze essentiële voedingsstoffen aan het brood toe te voegen zal dat hopelijk verminderen. Ook draagt het project door de toevoeging van foliumzuur bij aan de gezondheid van zwangere vrouwen en hun baby's. Gesubsidieerd brood vormt voor miljoenen Egyptenaren de belangrijkste dagelijkse voedingsbron. Dagelijks eet een Egyptenaar gemiddeld drie broden. Gesubsidieerd brood maakt een belangrijk deel uit van de Egyptische politiek. In 1977 braken rellen uit omdat de broodprijs te hoog was. Sindsdien houdt de regering prijsveranderingen nauwlettend in de gaten. Stijgt de prijs, dan worden de broden opeens groter. Het land is een van de grootste tarwe-importeurs ter wereld en heeft 14 miljoen euro opzij gezet voor dit vijf jaar durende project. Het World Food Programme draagt 2 miljoen euro bij voor de aanschaf van apparatuur en voedingsstoffen.

Korte berichten uit het buitenland OVERIG EUROPA

Turkije

LNV-bureau Ankara

> Importquota

Uitbreiding tariefvrije importquota

De Turkse overheid heeft per 29 augustus 2007 tariefvrije importquota ingesteld voor diverse voedingsproducten uit de EU. De quota gelden onder andere voor kauwgum, chocolade en cacao, babyvoeding, brooddeeg- en taartdeegpreparaten, pasta, diverse koekjes en andere graanproducten. Het betreft producten die belangrijk zijn voor de Nederlandse exporteurs. Voor meer details zie de website van het LNV-bureau Ankara: www.nlankagr.com/agronieuws.htm

Rusland

LNV-bureau Moskou

> WTO | BNP | Investeringsen

WTO-lidmaatschap in de wacht

Rusland wordt dit jaar definitief geen lid van de WTO, hoewel de toelatingsgesprekken naar verwachting wél voor het eind van het jaar worden afgerond. De Russische minister van Economische Ontwikkeling en Handel German Gref: "Het hangt op een aantal formaliteiten". Hoewel het beestje niet bij zijn naam wordt genoemd, lijkt Georgië het voornaamste struikelblok dat toetreding in de weg staat. Het land trok zijn goedkeuring in, juist op het moment dat beide landen op slechte voet met elkaar stonden. Rusland heeft nieuwe onderhandelingsdata voorgesteld maar hier is door Georgië nog geen gehoor aan gegeven. Volgens Maxim Medvedkov, de Georgische Minister van Economische Ontwikkeling en Handel moeten beide landen het samen eerst eens worden over onopgeloste vraagstukken rondom subsidies en exportverplichtingen voordat de toetreding een feit kan worden.

Groei BNP

Het bruto nationaal product van Rusland zal in 2007 met 7.5% gestegen zijn, zegt Minister van Financiën Alexei Kudrin. Deze voorspelling ligt in lijn met cijfers van de Centrale Bank die eerder dit jaar bekend zijn gemaakt. Rusland begon 2007 met een recordgroei van 7.9% in de eerste drie maanden. De groei werd voornamelijk bereikt in de sectoren bouw, de maakindustrie en handel. Traditionele groeiers als olie en gas bleven dit jaar achter. Officieel stelt de Russische regering de groei van het BNP op 6.5% maar Minister van Economie German Gref geeft aan dat het bijgesteld zal worden tot ca. 7.2%. Ook het IMF en de Wereldbank verwachten dat het BNP van Rusland met minstens 7% zal stijgen in 2007. Volgens de regering is het gevaar van een economische terugval zoals de crash in 1998 geweken. Slechte economische resultaten uit Amerika en de EU zullen weinig effect hebben op Rusland.

China investeert

China's Guansi Agricultural and Industrial Holding is van plan een pakhuis te bouwen in de Novgorodregio in Rusland. De opslagruimte zal het bedrijf ongeveer 22 miljoen euro kosten en rond 2011 gereed zijn. Daarnaast wil het Chinese bedrijf faciliteiten neerzetten voor het verpakken van thee, productie van chips én voor de verkoop en distributie van Chinese producten. Het gebouw wordt neergezet op een oppervlakte van 16 hectare door het bedrijf Great Mountain.

Laatste nieuws

Kansen en mogelijkheden in China

Bent u geïnteresseerd in de ontwikkelingen in China? Of oriënteert u zich op het zakendoen op de Chinese markt? Dan mag u de China Business Week niet missen!

Van 5 tot en met 8 november vinden er op verschillende plekken in Nederland diverse activiteiten plaats met ondernemen in China in de hoofdrol. De week is opgedeeld in thema's die u afzonderlijk van elkaar kunt bezoeken. De locaties liggen door heel Nederland dus er is altijd wel een seminar bij u in de buurt.

Thema's China Business Week

Maandag 5 november : Algemene gespreksdag, Den Haag
Dinsdag 6 november : Duurzaamheid en energie, Groningen
Woensdag 7 november : Food & Flowers, Apeldoorn
Donderdag 8 november : Creatieve Industrie, Rotterdam

U kunt tijdens de China Business Week ook een (of meer) individuele gesprek(ken) plannen, los van het dagthema, met vertegenwoordigers van het Nederlandse postennetwerk in China. Zij helpen u aan marktinformatie, assisteren u bij het leggen van nieuwe contacten of wijzen u de weg bij het oplossen van praktische problemen. Selectie van uw gesprekspartners gebeurt zo veel mogelijk naar expertise, aansluitend op uw vraag.

Voedings- en genotmiddelenindustrie Istanbul, Turkije maart 2008

Matchmakingreis naar Turkije

Kansen voor de Nederlandse industrie: Een sterke groei van de particuliere consumptie in Turkije en een toename van investeringen in machines en apparatuur zorgen ervoor dat de Turkse industrie voor productie van voedingsmiddelen redelijk ontwikkeld is. Toch ondervindt de Turkse sector structurele problemen op het gebied van vooral kwaliteit, duurzaamheid en efficiency waardoor de verwerkende industrie relatief kwetsbaar is. De problemen en tekortkomingen in de Turkse agrifoodsector bieden Nederlandse bedrijven in Turkije kansen:

- in de veehouderij, waar technologische verbetering en innovaties moeten leiden tot een verhoogde productie en verbeterde kwaliteit,
- in de vleesverwerkende industrie, die door upgrading van machines en installaties niet alleen de concurrentiepositie zal verbeteren, maar zich ook onderwerpt aan relevante EU wet- en regelgeving.
- in de zuivelindustrie, die nog erg traditioneel is en op grote schaal zal moeten moderniseren.
- in de productie en distributie van groente & fruit, waar door toenemende consumptie flink geïnvesteerd wordt in handling-, verpakking-, vries- en conserveringstechnieken.
- in de markt voor convenience foods, met de nadruk op processing en verpakkingstechniek, door veranderingen in het consumptiepatroon van de Turken.

De reis:

In Istanbul vindt jaarlijks de FOTEG plaats, één van de belangrijkste Turkse beurzen voor de voedingsmiddelenindustrie. Voor u zullen individuele afspraken en meetings (matchmaking) worden georganiseerd waarbij u - gebaseerd op uw eigen wensen en profielen - in contact wordt gebracht met Turkse opdrachtgevers, geïnteresseerde partners en potentiële agenten en/of distributeurs. Primaire doelstelling van deze reis naar Turkije is u een zo optimaal mogelijk beeld geven van de kansen en (on)mogelijkheden die de Turkse markt en industrie uw bedrijf biedt.

Programma & informatie:

Het programma voor deze reis is nog niet definitief vastgesteld maar zal binnenkort kenbaar worden gemaakt. Mocht u in de tussentijd uw interesse kenbaar willen maken door middel van voorinschrijving of meer informatie behoeven dan kunt u contact opnemen met Vereniging FME-CWM, Pepijn Bosman, Telefoon 079 – 353 12 81
e-mail: peb@fme.nl.

Link bekeken

Mout

Aan de Herengracht 282 in Amsterdam staat een mooi, statig pand. Hierin is gevestigd het CBK, Centraal Brouwerij Kantoor, www.cbk.nl, de overkoepelende organisatie voor de Nederlandse brouwerijen. Ook vindt u er de Vereniging Sociëteit der Nederlandse Mouters, de belangenbehartiger van de Nederlandse mouters. De zorg voor voedselveiligheid is één van de belangrijkste aandachtspunten voor de belangenvereniging van de Nederlandse mouters. Daarnaast worden de ontwikkelingen op het gebied van het gemeenschappelijk landbouwbeleid nauwlettend gevolgd en wordt in samenwerking met de Europese collega's veel technisch georiënteerd onderzoek geëntameerd.

Verder vindt u er de NIBEM, <http://www.nibem.nl>, de Stichting Nederlands Instituut voor Brouwgerst, Mout en Bier. In de NIBEM zijn eerdergenoemde organisaties verenigd maar ook het Productschap Granen, Zaden en Peulvruchten, GZP, <http://www.gzp.nl/> te Den Haag.

GZP is een publiekrechtelijke bedrijfsorganisatie voor het bedrijfsleven waarin werkgevers- en werknemersorganisaties samenwerken.

Kerntaak van GZP is het ondersteunen van de GZP-keten bij de zorg voor voldoende gezond en veilig voedsel. Met andere woorden, bij het ingrediënt mout, essentieel onderdeel van zo'n heerlijk biertje, zijn heel wat organisaties en bedrijven in Nederland direct of indirect betrokken.