

# Varkensmarkt in moeilijkheden

## *Analyse van problemen en aanbeveling voor nieuwe koers naar een beter rendement*



Naam student: Stef Wissink

Studentnummer: s0138584

Begeleider Universiteit Twente: Ir. J.W.L. van Benthem

Meelezer Universiteit Twente: MSc. E. Donkers

Begeleider Arkervaat: Ing. J.P.J. Hendriks

September 2011

## Managementsamenvatting

De Nederlandse varkenssector verkeert in een crisis. Sinds 2007 teren bedrijven met vleesvarkens bijna continue in op het eigen vermogen. Door de werking van de varkenscyclus werden in het verleden goede en slechte jaren afgewisseld. De huidige periode met lage opbrengstprijzen duurt nu echter al vijf jaar en ondernemers maken zich zorgen over hoe het verder moet. De varkenssector heeft altijd geconcentreerd op prijs en het doel was altijd om de productie efficiënter te maken en de output te verhogen, tegen lagere kosten. De kostprijs in Nederland is echter flink hoger dan in landen overzee als de Verenigde Staten en Brazilië. Bovendien zal de kostprijs hier in Nederland verder stijgen door nieuwe wetgeving op het gebied van milieu en dierenwelzijn. Concurrenieren op prijs wordt in de toekomst dan ook moeilijk.

Een tweede probleem is de sterke concentratie van bepaalde partijen in de productiekolom. Enkele schakels binnen deze kolom zijn door fusies en overnames zo sterk geconcentreerd dat er in de sector terecht argwaan is ontstaan over de macht van deze schakels. Zij zouden de macht die zij bezitten misbruiken door lage inkooprijzen te hanteren en daardoor mede verantwoordelijk zijn voor de malaise in de varkenshouderij. Dit rapport laat zien dat de marktomstandigheden machtsmisbruik uit zouden kunnen lokken.

De sector zoekt nieuwe mogelijkheden om het rendement te verbeteren. De onderzoeksvraag van dit rapport luidt als volgt: *wat zijn de oorzaken van de lage marges in de varkenshouderij en welke mogelijkheden hebben ondernemers in de primaire varkensproductie om de marges te verbeteren?*

Dit rapport schetst met hulp van theorie van Porter en Nederlof een beter beeld van de bovengenoemde problemen. Het laat zien dat de nog altijd stijgende kostprijs de concurrentiepositie van de Nederlandse sector bedreigt. Ook de indeling van de productiekolom is de varkenshouder niet gunstig gezind. Aan de hand van de theorie van Bowman die in zijn werk mogelijke strategische richtingen voor bedrijven beschrijft zal ik laten zien dat de huidige koers die de varkenssector volgt in de toekomst waarschijnlijk niet meer voldoet.

De conclusie is dan ook dat ondernemers andere wegen moeten zoeken om zich te onderscheiden van concurrenten elders. Dit betekent dat de strategie van de sector zich er meer op zal moeten gaan richten om een product te leveren met toegevoegde waarde voor de eindgebruiker, de consument. Ondernemers waren in het verleden zelden bezig met het regelen van de afzet. In de toekomst zal de ondernemer meer moeten kijken naar de vraag vanuit de markt. Wanneer men de vleesproductie zo aanpast en waarde toevoegt aan het product wat de consument hier in west Europa vraagt is het product te onderscheiden van vlees dat elders geproduceerd is. Deze manier van denken is compleet anders dan men gewend was en dit verslag zal proberen ondernemers in de sector te laten begrijpen waarom er marktgericht moet worden en hoe dit inhoud kan worden gegeven. Op deze manier kunnen varkenshouders de afzet optimaliseren (naar vraag vanuit de markt) en in de toekomst hopelijk betere marges halen.

# **Inhoudsopgave**

## **1. Inleiding**

|       |                                    |   |
|-------|------------------------------------|---|
| 1.1   | Introductie                        | 3 |
| 1.2   | Probleemstelling                   | 4 |
| 1.3   | Deelvragen                         | 4 |
| 1.4   | Onderzoeksopzet                    | 5 |
| 1.5   | Theoretisch kader                  | 5 |
| 1.5.1 | <i>Porter: concurrentiepositie</i> | 6 |
| 1.5.2 | <i>Nederlof: marktmacht</i>        | 6 |
| 1.5.3 | <i>Bowman: strategische keuze</i>  | 7 |

## **2. Markt en productiekolom in beeld**

|       |                                                  |    |
|-------|--------------------------------------------------|----|
| 2.1   | De markt                                         | 8  |
| 2.1.1 | <i>Internationale Sector</i>                     | 9  |
| 2.1.2 | <i>Kostprijzen en de invloed van regelgeving</i> | 10 |
| 2.2   | De Nederlandse productiekolom                    | 11 |
| 2.2.1 | <i>Producent</i>                                 | 11 |
| 2.2.2 | <i>Handelaar</i>                                 | 12 |
| 2.2.3 | <i>Slachterij</i>                                | 12 |
| 2.2.4 | <i>Inkoopcombinatie</i>                          | 13 |

## **3. Analyse**

|       |                                                                                                                                                 |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1   | Analyse productiekolom, Nederlof                                                                                                                | 14 |
| 3.2   | Analyse concurrentiepositie, Porter                                                                                                             | 15 |
| 3.3   | Analyse strategische richting, Bowman                                                                                                           | 15 |
| 3.3.1 | <i>Onderscheidende werking regelgeving</i>                                                                                                      | 16 |
| 3.3.2 | <i>Wat betekent strategieverandering concreet voor sector</i>                                                                                   | 16 |
| 3.4   | Beantwoording deelvragen: <i>hoe concurrerend is de Nederlandse varkenssector en hoe liggen de machtsverhoudingen binnen de productiekolom?</i> | 17 |

## **4. Afzet**

|       |                                   |    |
|-------|-----------------------------------|----|
| 4.1   | Vraag binnen Europa               | 18 |
| 4.2   | Mogelijkheden varkenshouder       | 19 |
| 4.3   | Totstandkoming prijs              | 19 |
| 4.3.1 | <i>Totstandkoming basisprijs</i>  | 19 |
| 4.3.2 | <i>Type varken</i>                | 20 |
| 4.3.3 | <i>Classificatie in Nederland</i> | 20 |
| 4.3.4 | <i>Duitsland als markt</i>        | 22 |
| 4.4   | Netto uitbetaling                 | 23 |
| 4.4.1 | <i>Uitbetaling per slachterij</i> | 23 |
| 4.5   | Andere afzetkanalen               | 24 |
| 4.6   | Conclusie                         | 25 |

## **5. Beantwoording hoofdvraag**

## **6. Aanbeveling opdrachtgever**

## **7. Reflectie en mogelijkheden vervolgonderzoek**

## **8. Bronvermelding**

## **Bijlagen**

## Hoofdstuk 1 Inleiding

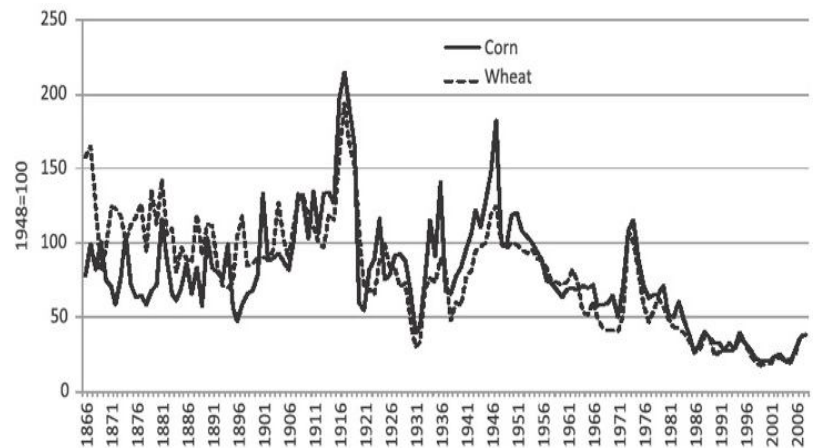
Eerst wordt er kort een beeld geschetst van de Nederlandse varkenssector: over de snelle ontwikkeling en uiteindelijk de stagnerende groei en krimp van de varkensstapel door opkomende problemen.

### 1.1 Introductie

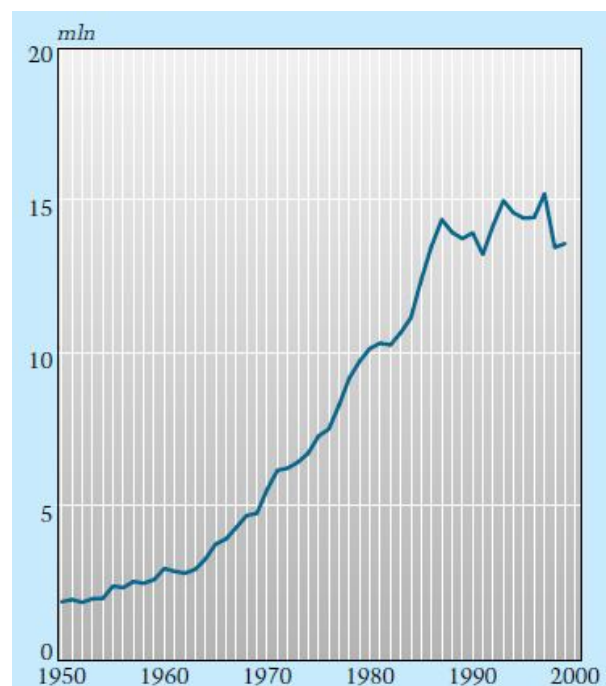
De geïndustrialiseerde Nederlandse varkenssector waarbij veel dieren op een enkele locatie worden gehouden vindt zijn oorsprong in de jaren zestig van de vorige eeuw. Na de tweede wereldoorlog was het voor overheden noodzaak om de voedselproductie zo snel mogelijk te verhogen. Veel tijd en geld werden geïnvesteerd in het opzetten van een efficiënte landbouw. Dit gebeurde niet alleen in Nederland maar ook in andere Europese landen en de Verenigde Staten. Overheden wilden geen risico lopen op het ontstaan van voedseltekorten. Het gevolg van deze ontwikkeling was dat er een overschot ontstond aan granen waardoor graan goedkoper werd (figuur 1).

In de decennia voor dit alles gebeurde was de productie van vlees grotendeels gebonden aan grond. Een boer verbouwde zijn eigen voer voor de dieren en wanneer er geen grond was kon men dus nauwelijks dieren houden. Dat veranderde met de komst van goedkoop graan. Het was nu ook mogelijk voor boeren zonder grond om veel dieren te houden. Deze werden gevoerd met het goedkope graan dat in grote getale beschikbaar was. Ook de overheid stimuleerde in deze jaren de ontwikkeling van de intensieve veehouderij om zo elke burger te voorzien van een goedkoop stukje vlees. Dit was de start van de intensieve veehouderij. (zie ook figuur 2). In de jaren 60,70 en 80 van de vorige eeuw maakte de sector goede tijden door. Groeiende productie werd eenvoudig opgenomen door de groeiende vraag. (Houkema, R., 2003)

Er ontstaan echter zorgen over de sector op het gebied van bijvoorbeeld de milieubelasting en het antibioticagebruik. Onder invloed van milieu- en welzijns groeperingen is de druk op de overheid steeds groter geworden om eisen te stellen t.a.v. de intensieve veehouderij. Dit om te komen tot een maatschappelijk verantwoorde productie van vlees, melk, eieren etc.. Inmiddels zijn er mede



Figuur 1. Ontwikkeling graanprijzen (Bron: Sumner, D.A., 2009)



Figuur 2. Ontwikkeling aantal varkens in Nederland (Bron: CBS)

hierdoor een scala aan maatregelen en verplichtingen opgelegd aan de veehouderijen welke het milieu en de diervriendelijkheid ten goede moeten komen. Ondernemers zien zich genoodzaakt hiervoor grote investeringen te doen waar niet direct betere inkomsten tegenover staan. Andere landen stellen minder eisen aan de veehouderij waardoor mogelijk concurrentievervalsing optreedt.

Onder andere door kostprijsverhogende regelgeving en de toenemende internationale concurrentie staan de marges onder druk. (Abn Amro, 2010)

Verder maken varkenshouders zich zorgen over de toenemende concentratie van bepaalde partijen in de productieketen. De sterk geconcentreerde slachtsector kan volgens varkenshouders de macht die zij hebben misbruiken om de concurrentie te beperken. Deze partijen zouden 'spelletjes spelen' om inkooprijzen laag te houden. Dit ten koste van de varkenshouders. (Agd, 2011)

Hoe zwak/sterk is de concurrentiepositie en wat is de invloed van nieuwe regelgeving? En hoe zit het met de machtsposities die bepaalde partijen binnen de productieketen innemen? Dit zijn vragen waarop in dit rapport een antwoord wordt gezocht. Hier opvolgend wordt gekeken hoe de sector met deze problemen om zou kunnen gaan.

## **1.2 Probleemstelling**

Deze opdracht is gemaakt met medewerking van Arkervaat Diervoeding, een middelgrote producent van diervoeders. De klantenkring bevindt zich voornamelijk in midden en oost Nederland en het voer wordt vooral geproduceerd voor de pluimveehouderij, de varkenshouderij en de rundveehouderij. De verkoop van voeders in de varkenshouderij beslaat ongeveer een derde van de totale voerafzet van Arkervaat.

De veevoederleverancier van tegenwoordig betekent meer voor de agrarisch ondernemer dan alleen het leveren van voer. Samen met de vertegenwoordiger van de voerleverancier probeert een ondernemer de resultaten in kaart te brengen, te analyseren en daar waar mogelijk de productie en het rendement van zijn bedrijf te verbeteren. Een vertegenwoordiger komt op veel bedrijven en kan daarom een beter en breder beeld krijgen van allerlei zaken waardoor het risico op bedrijfsblindheid sterk verminderd wordt. De informatie uit dit rapport kan bij Arkervaat worden gebruikt om de service/informatievoorziening richting de varkenshouders te verbeteren.

Met de focus op de smalle marge die er voor vleesvarkenshouders op hun geproduceerde dieren (vlees) zit is deze opdracht tot stand gekomen. De opdracht beoogt voor de ondernemer een mogelijkheid te schetsen om tot verdere optimalisatie van het rendement te komen. Om dit te bereiken zal echter eerst worden gekeken naar twee van de mogelijke oorzaken van de moeilijke situatie in de varkenshouderij. De geschetste problemen leiden tot de volgende onderzoeksvraag:

**Wat zijn de oorzaken van de lage marges in de varkenshouderij en welke mogelijkheden hebben ondernemers in de primaire varkensproductie om de marges te verbeteren?**

## **1.3 Deelvragen**

Om een antwoord te krijgen op de probleemstelling zijn deelvragen opgesteld die bepaalde zaken moeten verduidelijken. Met de antwoorden op de eerste deelvragen moet er meer duidelijkheid komen over de oorzaken van de lage marges in de sector.

## *De vleesvarkensmarkt*

*Hoe concurrerend is de Nederlandse varkenssector ten opzichte van andere landen, en wat is het effect van nieuwe regelgeving?*

*Hoe liggen de machtsverhoudingen in de productiekolom en bevorderen deze kartelvorming?*

De antwoorden op de laatste twee deelvragen moeten antwoord brengen op het tweede deel van de probleemstelling: welke mogelijkheden hebben ondernemers om de afzet te optimaliseren?

## *Afzet*

*Welke soorten vraag bestaan er op de Europese markt?*

*Wat zijn de verschillen tussen de (uitbetalings schema's van) slachterijen?*

### **1.4      Onderzoeksopzet**

In het kader van deze bachelor opdracht voert een analyse van de gehele varkensmarkt te ver, daarom wordt ingezoomd op twee problemen. Het eerste deel van het rapport is een literatuurstudie en probeert om duidelijkheid te krijgen over de volgende twee problemen in de varkensmarkt: de ontwikkeling van de concurrentiepositie en de verdeling van macht in de productiekolom. Dit zal voornamelijk bestaan uit het verzamelen van gegevens over de positie van de Nederlandse en Europese sector en de manier waarop de productiekolom in elkaar steekt. Met name de Wageningen Universiteit heeft al onderzoek gedaan op dit vlak en deze publicaties kunnen veel informatie bevatten over de problemen die in dit rapport geanalyseerd zullen worden. Wanneer er een goed beeld is gevormd van de bovengenoemde zaken zullen aan de hand van de theorie van Porter en Nederlof de markt en de concurrentiepositie geanalyseerd worden. Wanneer er conclusies zijn geformuleerd over deze problemen wordt er aan de hand van de verschillende strategierichtingen die Cliff Bowman beschrijft een aanbeveling gedaan voor de koers die de sector in de toekomst dient te volgen.

In het tweede deel wordt meer concreet gekeken naar de mogelijkheden die varkenshouders in de praktijk hebben. Het is een praktische uitwerking van de aanbeveling om marktgericht te opereren. In deze fase wordt contact gezocht met slachterijen om informatie te verzamelen over de manier van uitbetaling. Ook zal een lezing worden bezocht van een inkoopmedewerker van de Nederlandse slachterij Compaxo. Deze zal tijdens de lezing inzicht geven in het inkoopproces van een slachterij.

### **1.5      Theoretisch kader**

Binnen de sector bestaan er zorgen over de **concurrentiepositie** door toenemende kosten en de **macht positie van bepaalde partijen binnen de productiekolom**, dit zijn de twee factoren waar in het eerste deel van het verslag naar gekeken wordt. Hebben deze inderdaad een negatieve invloed op de marges van vleesvarkenshouders? Met behulp van de volgende theorieën over competitief voordeel van Porter en markttheorie van Nederlof zal de situatie worden geanalyseerd. Met de strategieklok van Cliff Bowman wordt vervolgens gekeken of de huidige strategie nog voldoet.

### 1.5.1 *Porter: concurrentiepositie*

Porter (1990) spreekt als hij het over de concurrentiepositie heeft over competitief voordeel op nationaal niveau. Volgens Porter kunnen vier factoren invloed hebben op de competitiviteit van een land. Ten eerste zijn er de specifieke factor condities die direct het voordeel van een land kunnen verklaren t.o.v. het andere. Daarnaast kan de structuur van het bedrijf en de concurrentie, de vraagmarkt in het thuisland en de structuur van de gehele sector van invloed zijn op het competitief voordeel dat een land kan creëren. Omdat er in de varkenssector geconcentreerd wordt op kostprijs is dat de factor die tegen het licht wordt gehouden. Gekeken wordt of er in de factor condities verschillen zijn die de kostprijs kunnen beïnvloeden.

### 1.5.2 *Nederlof: marktmacht*

Een analyse van de productiekolom houdt in dat men kijkt naar welke partijen waarde toevoegen aan het product wanneer het door de productiekolom gaat (Blythe, J., 2006). Wanneer de verschillende stappen binnen de kolom in beeld zijn gebracht worden deze geanalyseerd met de markttheorie van H.P. Nederlof. Het doel is om te kijken of er partijen zijn, die dermate sterk geconcentreerd zijn waardoor concurrentie wordt verminderd. Dit kan tot gevolg hebben dat men invloed kan uitoefenen op de inkooprijzen die worden betaald aan varkenshouders. Concentratie houdt volgens Nederlof in: *'het vormen van economische machtsposities, eventueel uitmondend in het summum van marktconcentratie: het monopolie'*. Eventuele samenwerking kan dit onderzoek niet bewijzen, er wordt daarom gekeken naar bepaalde kenmerken binnen een markt die de kans op samenwerking tussen partijen vergroot. De markttheorie van H.P. Nederlof gaat over allerlei marktstructuren die zich voor doen van monopolies tot volledige concurrentie en de invloed die de verschillende omstandigheden hebben op de hoeveelheid macht die partijen bezitten.

Kort worden de factoren (marktkenmerken) doorgenomen die volgens Nederlof de kans op samenwerking en machtsconcentratie vergroten.

#### *Een gering aantal aanbieders (afnemers) en een asymmetrische verdeling van de marktaandelen*

Een bedrijfstak met vier aanbieders zal eenvoudiger tot overeenstemming komen dan een bedrijfstak met veertig aanbieders. Wanneer in zo'n bedrijfstak zich bovendien ondernemingen bevinden die door hun omvangrijk marktaandeel macht kunnen uitoefenen over de rest, dan bevordert dit de samenwerkingsdiscipline.

#### *Gelijke producten en productieprocessen*

Homogene producten en vergelijkbare kostprijsstructuren zorgen voor een doorzichtige markt. Bovendien is het bij gelijke kostprijsstructuren technisch gezien eenvoudiger een prijspeil en de daarbij behorende productiequota af te spreken omdat het duidelijker is welke winsten behaald zullen worden dan wanneer de markt ondoorzichtig was.

#### *Hoge entree barrières en afzetstagnatie*

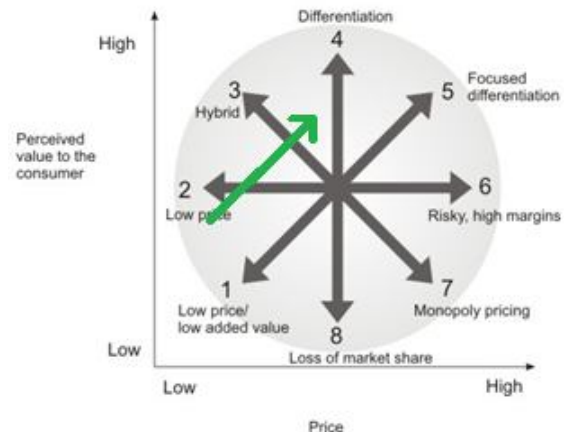
Hoge entree barrières en een stagnerende markt zorgen ervoor dat het aantal marktdeelnemers in de loop van de tijd relatief stabiel zal blijven.

### *Geringe prijselasticiteit van de vraag en geringe kopers concentratie*

Bij een geringe prijselasticiteit zal het verhogen van prijzen binnen de samenwerking weinig effect hebben op de consumptie. Een sterk geconcentreerde vraag of aanbod zijde kan macht uitoefenen om hoofd te bieden aan het kartel (Nederlof, 1997)

### *Kapitaalintensieve productie en hoge exit barrières*

In dit soort bedrijfstakken neigt men meer tot prijsconcurrentie vooral als de vraag vanwege problemen terugloopt. In deze takken zou moordende concurrentie plaats vinden ter wille van het bezet houden van de kapitaalintensieve bedrijven (onderbezetting kost veel geld). Toch ligt hierin juist een reden voor bedrijven in dit soort takken om een samenwerking aan te gaan en in stand te houden omdat de vrees voor de gevolgen van een ware prijsoorlog zo groot is dat men alles zal doen om een dergelijke strijd te vermijden (De Jong, 1985)



#### **1.5.3 Bowman: strategische keuze**

De theorie van Bowman onderscheidt acht verschillende strategische mogelijkheden die bedrijven hebben om zichzelf te onderscheiden van concurrenten (zie figuur 3). Volgens Johnson et al, (2005), draait alles om het creëren van competitief voordeel: je op een positieve wijze onderscheiden van concurrenten. Dit kan bijvoorbeeld op prijs waarbij de consument wordt verleid met een lage aankoopprijs, of op differentiatie waarbij de kwaliteiten en eigenschappen van het product meer waarde bieden voor de koper ten opzichte van andere producten. Op de verticale as in de klok staat de waarde die het product heeft voor de consument. Op de horizontale as staat de prijs die voor het product betaald moet worden.

**Figuur 3. Strategie Klok Cliff Bowman.**

Strategie één en twee houden in dat er weinig tot geen toegevoegde waarde wordt geleverd aan een klant tegen een lage prijs: een lage prijs strategie. Deze strategie werkt onder andere wanneer: klanten geen verschillen zien bij verschillende leveranciers (homogeen product), er prijsbewuste klanten zijn die het zich niet kunnen veroorloven of er voor kiezen geen kwalitatief betere producten te kopen en wanneer klant loyaliteit moeilijk op te bouwen is.

Richting 4, de differentiatie strategie is erop gericht om klanten toegevoegde waarde te leveren die verschilt van concurrenten. Het doel is om competitief voordeel te creëren door betere producten of services te leveren voor een kleine meerprijs. Succesvol kan deze richting zijn wanneer goed duidelijk is op wie het product is gericht en wie de concurrenten zijn.

Route 3, de hybride route zoekt een combinatie van bovengenoemde richtingen. Wanneer grotere volumes dan de concurrentie gerealiseerd kunnen worden kunnen de marges ondanks extra toegevoegde waarde toch beter zijn. Verder is van belang dat goed duidelijk is op welke punten gedifferentieerd kan worden. Bovendien kan deze strategie succesvol zijn als entree in een



bestaande markt. Wanneer een superieur product kan worden geleverd tegen een zelfde of lagere prijs ben je zeer concurrerend. Lage kosten blijven belangrijk.

Richting 5: differentiatie op een bepaalde groep gericht. Dit betekent een hoge toegevoegde waarde voor de klant tegen een hoge prijs. Vaak wordt er sterk gefocust op een kleine groep consumenten om zo goed te kunnen voldoen aan de specifieke wensen.

Strategieën één t/m vijf zijn doorgaans de richtingen die een bedrijf bestaansrecht op kunnen leveren doordat ze zich op positieve wijze onderscheiden van concurrenten op gebied van prijs of toegevoegde waarde.

De overige strategieën zes t/m acht zijn volgens Johnson, Scholes en Whittington richtingen die in de toekomst weinig bestaansrecht zullen geven omdat ze te weinig toegevoegde waarde geven voor de hoge prijs die gehanteerd wordt.

Belangrijk in de lage kosten strategie is kostprijsleiderschap. Dit houdt in dat je ten alle tijden de kosten probeert te verlagen om zo te proberen de laagste kostprijs van de sector te krijgen. Bij een differentiatie strategie zijn uiteraard andere zaken belangrijk. Om blijvend competitief voordeel te creëren is het belangrijk dat concurrenten het idee niet makkelijk kunnen overnemen. Verder staat het idee sterker wanneer de input die nodig is niet makkelijk te kopen of te verhandelen is. Denk bijvoorbeeld aan een sterke merknaam, imago en reputatie. Wanneer de verschillende schakels binnen de productiekolom de productie beter op elkaar afstemmen kan beter een blijvend competitief voordeel gecreëerd worden. Een goed samenwerkende kolom is moeilijker te imiteren: bijvoorbeeld wanneer bepaalde kwaliteiten/kennis binnen een bedrijf sterk gelinkt is met de input van een samenwerkende partner (Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., 2005).

## 2 Markt en productiekolom in beeld

Het is van belang om te weten waar de varkens geproduceerd en geconsumeerd worden en waar de handel in varkensvlees zich precies afspeelt. Hierdoor wordt een goed beeld gevormd van de wereldwijde productie en handel in varkensvlees en wordt duidelijk met welke landen er geconcentreerd moet worden.

Wat in dit hoofdstuk dus helder moet worden is hoe de internationale en nationale varkensmarkt (concurrentie) in elkaar steekt en welke invloed deze marktsituatie heeft op het beleid dat de varkenshouder in Nederland moet voeren en de prijsniveaus waarvoor hij dit moet doen.

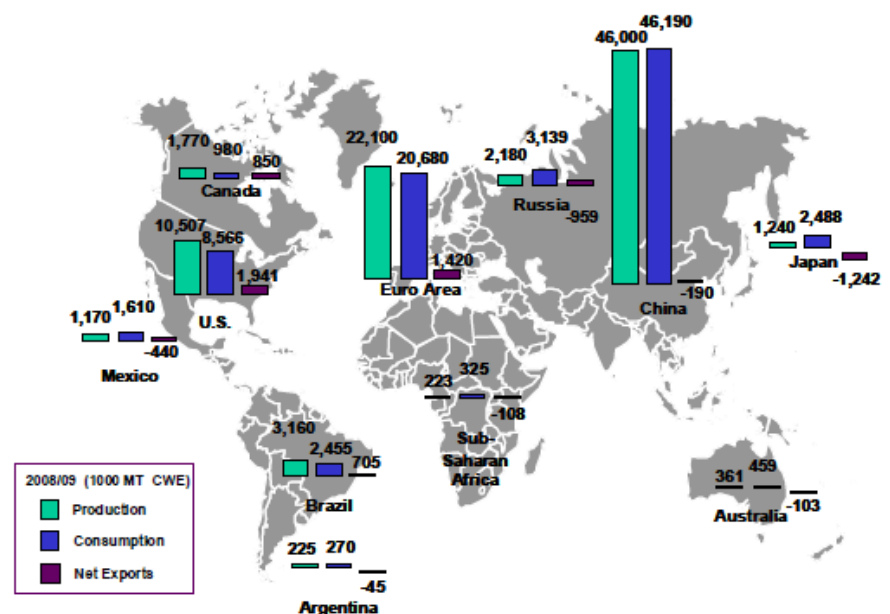
### 2.1.1 De markt

Sinds de industrialisering van de varkenssector is de structuur van de markt compleet veranderd en is de productie wereldwijd steeds verder geconcentreerd. Voor de industrialisering werden varkens op kleine schaal 'in de achtertuin' op het platteland gehouden. Er waren veel kleine gemengde bedrijven met een paar koeien, kippen en varkens. Door de beschikbaarheid van goedkope voer en stimulatieprogramma's van de overheid om de voedselproductie te verhogen ontstonden de gespecialiseerde bedrijven met grote aantallen dieren (Houkema, R., 2003).

In armere landen worden nog altijd veel varkens gehouden op kleine schaal en daardoor is er eigenlijk niemand die exact weet hoeveel varkens er worden gehouden voor de productie van vlees. China is de grootste producent. Door de enorme van circa 1 miljard mensen is hier een grote markt voor varkensvlees. Het lukt China niet om 100% zelfvoorzienend te zijn. Hiervoor is het land deels afhankelijk van import uit Brazilië, de Verenigde Staten en de Europese Unie. Ook Rusland is een grote importeur. Dit land wil in toenemende mate in de eigen behoefte voorzien en heeft zijn productie de laatste jaren flink opgeschroefd. Ook Japan voert jaarlijks veel varkensvlees in. Het een en ander is weergegeven in figuur 4. Niet weergegeven op deze kaart maar wel een belangrijke importeur is Zuid-Korea. Dit land voert jaarlijks ongeveer 350 duizend ton varkensvlees in. (Productschap vlees en eieren, 2011)

Verder zijn de Europese Unie, de Verenigde Staten en Brazilië netto exporteurs: in deze gebieden ligt de zelfvoorzieningsgraad boven de 100%. Globaal kan worden geconcludeerd dat de handel met name plaatsvindt van west naar oost. Veel Westerse landen exporteren het deel van de productie boven de zelfvoorzieningsgraad naar landen in Azië waar men nog varkensvlees moet importeren om in de binnenlandse vraag te voorzien. Op de wereldmarkt zullen de producenten uit de Europese Unie, de

#### PORK PRODUCTION, CONSUMPTION & EXPORTS



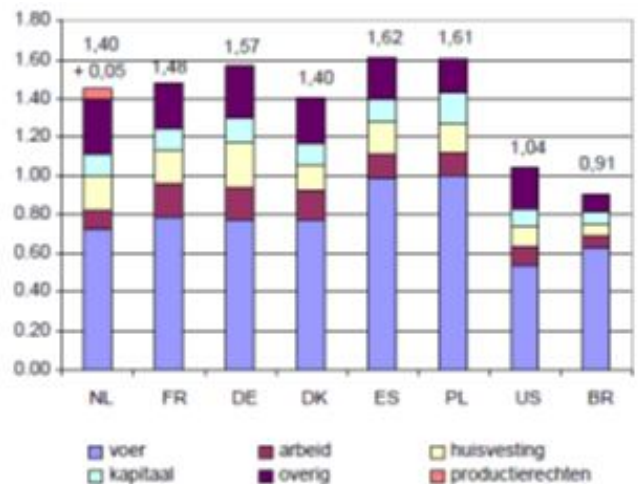
**Figuur 4.** Varkensvleesproductie, Consumptie, Export en Import. Bron: (thebeefsite.com, 8-3-2011)

Verenigde Staten en Brazilië moeten uitvechten wie de importeurs mag bedienen.

Het aantal dieren is de laatste decennia gestaag gegroeid. Door de toenemende welvaart op veel plekken in de wereld kunnen veel mensen zich tegenwoordig een stukje vlees veroorloven. Vroeger was vlees veel meer een luxe consumptie goed. Algemeen wordt verwacht dat door de verdere toename van de welvaart in veel ontwikkelingslanden de consumptie van varkensvlees de komende decennia verder stijgt (Wageningen Universiteit, 2010).

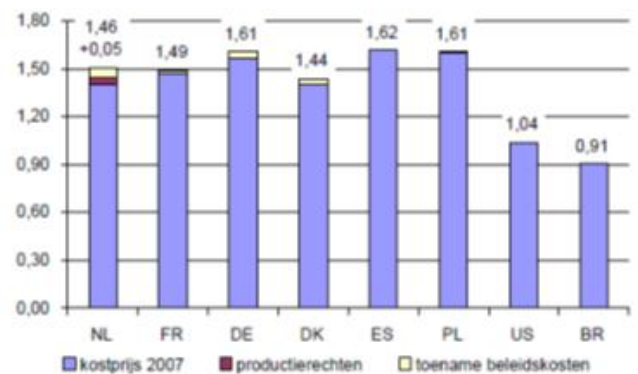
### 2.1.2 Kostprijzen en de invloed van regelgeving

Varkensvlees is veelal een homogeen product en dus maakt het voor consumenten weinig uit waar het vlees geproduceerd is, vlees van verschillende afkomst is weinig onderscheidend van elkaar. De kostprijs is hierdoor van groot belang. Een markt waarin de producten weinig onderscheidend van elkaar zijn en de productie in massa gebeurt, is een lage kostprijs een doel op zich en van invloed op het succes van een onderneming. De varkenssector is zich goed bewust van het belang van een lage kostprijs en al decennia lang wordt getracht de kostprijs te verlagen door steeds efficiënter te produceren. Binnen Europa heeft dat voor Nederland geresulteerd in een gunstige concurrentiepositie t.o.v. van andere EU landen. Ook de gunstige ligging aan grote doorvoerhavens voor de import van graan en andere grondstoffen komt de Nederlandse concurrentiepositie ten goede ten opzichte van andere Europese landen. Internationaal gezien doet de gehele Europese Unie het echter matig. De kostprijs is gemiddeld tientallen procenten hoger in de Europese Unie dan in de Verenigde Staten en Brazilië. De verschillen worden voornamelijk veroorzaakt door de beschikbaarheid van goedkoper veevoer in die landen (veel ruimte voor grootschalige akkerbouw) en lagere bouwkosten (huisvesting). Bovendien gaan de productiekosten de komende jaren in de Europese Unie flink omhoog door de eerder vermelde strengere eisen op het gebied van milieu en dierenwelzijn. Verder is Nederland het enige land in de wereld dat productierechten voor varkens kent. Dit zorgt voor een kostprijsstijging van 5 eurocent per kilo. Zie figuur 5 (Wageningen Universiteit, 2010).



**Figuur 5. Internationale kostprijzen varkensvlees (Bron: Lei Wageningen UR)**

Onderzoekers van de Wageningen Universiteit gaan er van uit de beleidsmaatregelen tot 2013 in Nederland zullen zorgen voor een extra stijging van de kostprijs met 6 cent per kilogram. Hierbij valt te denken aan extra eisen op gebied van dierenwelzijn en ammoniakreductie. Ook andere Europese landen hebben hier mee te maken, al is het effect in Nederland het grootst. In figuur 6 is dit grafisch weergegeven. In de Verenigde Staten en Brazilië is de overheid veel minder actief met het opleggen van regels aan ondernemers in de varkenssector. Het gevolg is dat regelgeving daar niet zal gaan zorgen voor een stijging van de kostprijs.



**Figuur 6. Verwachte kostprijzen in 2013, inclusief de toename als gevolg beleidskosten (kostprijs 2007 als basis). (Bron: Lei Wageningen UR)**

Doordat de EU invoerheffingen eist op de invoer van varkensvlees wordt de nadelige kostenpositie ten opzichte van Brazilië en de Verenigde Staten gemaskeerd. Echter, in het kader van meer vrije wereldhandel is het maar zeer de vraag of deze invoertarieven in de toekomst blijven bestaan (agd.nl, 2010).

Als de blik wordt gericht op de toekomst moet vastgesteld worden dat de Nederlandse (en Europese) sector alle zeilen bij moet zetten om een deel van de mondiaal consumptieve groei van varkensvlees opgevuld te krijgen met varkensvlees uit Europa. De hoge, en de nog altijd stijgende kostprijs zal de concurrentiepositie van de Nederlandse en Europese varkenssector waarschijnlijk (verder) verzwakken.

## 2.2 De Nederlandse productiekolom

Er is een beeld geschetst van de internationale markt voor varkensvlees. De Nederlandse agrariër zet zijn product echter vooral af binnen Nederland of Europa. Voordat het vlees in de schappen van de supermarkt ligt heeft het meerdere stations in de kolom gepasseerd. Om een goed beeld te krijgen van de schakels (en de daar bijbehorende machten) in de Nederlandse varkensvleeskolom wordt de kolom stap voor stap in beeld gebracht (schematisch weergegeven in figuur 7). De start is bij de daadwerkelijke vleesproducent, de varkenshouder zelf. Uiteraard bestaan er nog schakels vóór de varkenshouder in de kolom, bijvoorbeeld de leveranciers van veevoeders. Omdat dit verslag zich echter richt op de afzet (posities verderop in de kolom) zullen de posities voor in de kolom niet behandeld worden.



Figuur 7. Schematische weergave productiekolom. Bron: (Lei, Wageningen UR)

### 2.2.1 De producenten

De structuur van de varkenssector in Nederland is nog behoorlijk versnipperd. In Nederland werden in 2009 ongeveer 5,9 miljoen vleesvarkens gehouden op zo'n 8500 bedrijven. Het aantal bedrijven is in de loop van de tijd afgenomen en het aantal dieren per bedrijf juist sterk toegenomen. (cbs, 26-7-2011)

Omdat de varkenshouders individueel weinig invloed kunnen uitoefenen op bijvoorbeeld nieuwe regelgeving hebben een aantal van hen zich verenigd in een vakbond: de Nederlandse vakbond voor varkenshouders (NVV). Deze vakbond houdt de ontwikkelingen in de sector in de gaten en komt op voor de belangen van de varkensproducenten.

Als een ondernemer de varkens slachtrijp heeft verkoopt hij zijn dieren meestal via een tussenhandelaar aan een slachterij.

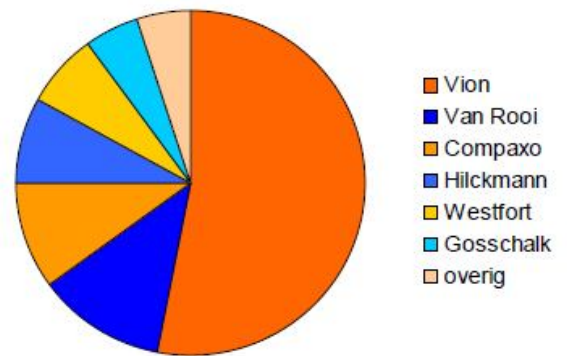
### 2.2.2 De varkenshandelaar

De varkenshandelaar onderhoudt contacten met varkenshouders en slachterijen. Hij probeert varkens op te kopen en deze dan te plaatsen bij slachterijen. In Nederland zijn op dit ogenblik enkele honderden handelaren actief. De handelaar heeft een eigen belang maar regelt wel de afzet voor de varkenshouder. Het is dus goed om kritisch te kijken naar de handelaar. De afspraken tussen handelaar en slachterij blijven vaak onduidelijk voor varkenshouders. Handelaren kunnen onder druk van afspraken met slachterijen of andere belangen varkens verkopen aan bepaalde slachterijen terwijl dit misschien voor de varkenshouder niet de beste optie is. (Varkensbedrijf, Mei 2011)

### 2.2.3 Slachterijen

Een handelaar koopt, verzamelt en verkoopt vleesvarkens aan een slachterij. Het aantal Nederlandse slachterijen is de laatste decennia drastisch gedaald. Hiervoor zijn twee oorzaken te noemen. Ten eerste is het aantal varkens dat aan Nederlandse slachterijen wordt aangeboden sinds 1995 flink gedaald, dit betekent dat er ook minder slachtplekken nodig zijn.

Slachterijen zijn kapitaalintensief waardoor hoge volumes en een goede bezettingsgraad van groot belang zijn. Door het afnemende aanbod werden veel slachterijen opgedoekt. De tweede oorzaak van de concentratie is de noodzaak voor slachterijen om de kostprijzen verder te verlagen. Door grotere aantallen te verwerken kan de kostprijs verlaagd worden (Wageningen Universiteit, 2004).



**Figuur 8. Marktaandeel Nederlandse varkensslachterijen. (Bron: ING)**

In Nederland zijn op dit moment enkele grote varkensslachterijen actief. VION is Nederlands grootste slachterij en is tevens actief op de Duitse en Engelse markt. Het is een goed voorbeeld van een bedrijf dat uit vele andere slachterijen is ontstaan. Andere slachterijen die actief zijn binnen Nederland: Compaxo, van Rooij, Gosschalk, Westfort en Hilckmann. Verder zijn er ook nog enkele kleinere slachterijen in bedrijf, zie ook figuur 8 (ING, 2011).

In de Nederlandse varkenssector bestaat nogal wat argwaan over het opereren van de slachterijen. Ze zouden de macht die is ontstaan door de concentratie binnen de kolom gebruiken om de prijzen kunstmatig laag te houden. Slachterijen zelf zeggen dat ook zij kleine marges maken en dat juist de inkopers van vlees (inkooporganisaties supermarkten en vleesverwerkende industrie) veel macht hebben en hier misbruik van maken.

#### 2.2.4 Inkoopcombinaties

Slachterijen moeten het vlees vervolgens verder verkopen. Vlees wordt voornamelijk gekocht door de inkooporganisatie van supermarkten en de vleesverwerkende industrie. Het aantal inkoopcombinaties voor supermarkten is steeds kleiner geworden. Enkele grote partijen kopen massaal producten in voor verschillende supermarktformules (700 stuks). Wat dit voor gevolgen heeft spreekt natuurlijk voor zich: omdat slachterijen deze grote klanten willen behouden moeten de producten, waaronder varkensvlees, voor een scherpe prijs verkocht worden.

De Wageningen Universiteit (WUR) deed in 2004 al eens onderzoek naar de structuur van de varkensvleeskolom waaruit figuur 6 is gehaald. Hieruit is af te leiden dat er destijds 110 zogenoemde 'buying desks' (inkooporganisaties) zijn. Dit aantal lijkt nog behoorlijk groot maar het is belangrijk te vermelden dat zeven van deze organisaties voor ongeveer 96% van het totaal inkopen doen, zie het overzicht in figuur 9.

| Organisatie     | Marktaandeel | Aantal winkels |
|-----------------|--------------|----------------|
| Superunie       | 27,1%        | 1633           |
| Albert Heijn    | 26,7%        | 734            |
| Laurus          | 18,3%        | 728            |
| (Super de Boer) | (8,7%)       | (369)          |
| (Edah)          | (5,5%)       | (269)          |
| (Konmar)        | (4,1%)       | (90)           |
| TSN             | 15,8%        | 478            |
| Aldi            | 7,1%         | 389            |
| Koopconsult     | 3,1%         | 87             |
| Lidl            | 1,9%         | 188            |

**Figuur 9.** Marktaandeel van zeven grootste inkooporganisaties. (Bron: Wageningen Universiteit)

### 3 Analyse

Er is nu een beeld geschetst van de internationale varkenssector, en de productiekolom binnen Nederland. In het eerste deel was het doel te kijken of de angst die er in de sector bestaat over de stijgende kostprijs en toenemende concentratie van bepaalde partijen gegrond is en inderdaad druk uitoefent op de markt. Eerst wordt de productiekolom geanalyseerd, vervolgens wordt gekeken of geconcludeerd kan worden dat er partijen zijn met veel macht. Duidelijk werd dat de Nederlandse kostprijs steeds verder uit de pas begint te lopen met landen als Brazilië en de Verenigde Staten. Welke condities zijn hiervoor verantwoordelijk en voldoet de huidige lage kosten strategie nog wel?

#### 3.1 Analyse productiekolom

Duidelijk zichtbaar is dat bepaalde schakels in de productiekolom in de loop van de jaren sterk geconcentreerd zijn. Vooral de slachterijen en inkoopcombinaties hebben zich sterk geconcentreerd. Deze concentratie roept vragen op: hebben inkooporganisaties/slachterijen dermate veel macht dat zij invloed op prijzen kunnen uitoefenen? En heeft dit een negatief effect op de opbrengsten van primaire producenten, in dit geval het geproduceerde vlees?

Gekeken wordt of de factoren die de kans op samenwerking volgens Nederlof vergroten in de varkensmarkt terug te vinden zijn. Omdat er in de sector nogal wat argwaan bestaat over de handelwijze van slachterijen zal deze relatie onder de loep worden gehouden. Welke macht hebben slachterijen?

*Een gering aantal aanbieders (afnemers) en een asymmetrische verdeling van de marktaandelen*

Zoals gezegd heeft een gering aantal afnemers een groot deel van de markt in handen: er zijn in de loop van de tijd slechts zes Nederlandse slachterijen overgebleven. Bovendien is het ook zo dat er enkele zeer grote partijen zijn die de wil op kunnen leggen aan de partijen met een kleiner marktaandeel: asymmetrische verdeling van de marktaandelen. Vion heeft namelijk een marktaandeel van ruim 50% (ING, 2011).

*Gelijke producten en productieprocessen*

In de vleesvarkensmarkten zijn de producten grotendeels homogeen: weinig onderscheid tussen de productie van verschillende aanbieders. De productieprocessen zijn binnen slachterijen grotendeels geautomatiseerd en gericht op een hoge productie tegen een lage kostprijs.

*Hoge entree barrières en afzetstagnatie*

De slachtprocessen zijn veelal geautomatiseerd en het opzetten van een slachterij betekent daardoor een flinke investering in machines/kapitaal. Dure arbeid is minder nodig en de machines zijn er op gericht om zoveel mogelijk varkens in zo kort mogelijke tijd te bewerken. Verder is de Nederlandse varkensmarkt verzadigd, de consumptie neemt zelfs licht af en ligt tussen de 40-45 kilogram per persoon per jaar. (CBS, 22-3-2011) De entree barrières zijn dus hoog en de afzet stagneert.

*Geringe prijselasticiteit en geringe kopers concentratie*

Het RIVM (Rijksinstituut voor volksgezondheid en milieu) heeft ooit onderzoek gedaan naar prijselasticiteiten van voedsel, waaronder varkensvlees. Hieruit bleek dat de vraag naar varkensvlees (licht) prijselastisch is. Sommige soorten varkensvlees zijn iets meer prijselastisch dan de andere (RIVM, 2006).

Verder moet in dit geval niet gesproken worden over kopers concentratie (slachterijen zijn de kopers) maar over verkopersconcentratie (de varkenshouders), in hoeverre is het aanbod voor de slachterijen geconcentreerd? De varkensproducenten zijn nog sterk versnipperd (in Nederland 8600 producenten) waardoor zij niet sterk staan tegenover de slachterijen. Dit maakt de positie van slachterijen t.o.v. de leveranciers sterker.

#### *Kapitaalintensieve productie en hoge exit barrières*

De slachtindustrie is kapitaalintensief. Een prijzenoorlog kan zorgen voor een ongekennde concurrentie, iets wat de partijen willen en kunnen voorkomen door samen te werken of afspraken te maken. Door de hoge investeringen is het stopzetten van de productie vaak niet interessant: er is sprake van een hoge exit barrière.

#### *Conclusie relatie Varkenshouder-Slachterijen*

Alle vier factoren worden herkend in de vleesvarkensmarkt. De producten zijn grotendeels gelijk waardoor er geconcentreerd wordt op prijs en er zijn nog maar enkele slachterijen overgebleven die de markt in handen hebben. Bovendien is de kans op nieuwe toetreders klein door een stagnerende afzet en hoge investeringskosten. Ook is de aanbod kant voor de slachterijen sterk versnipperd waardoor de varkensproducenten geen blok kunnen maken tegenover de grote slachterijen.

### **3.2 Porter en concurrentiepositie**

De varkensvleesmarkt is aan het veranderen. De Europese varkenssector zal op korte en middellange termijn rekening moeten houden met een hogere kostprijs ten opzichte van andere landen en bovendien een verdere stijging van de kostprijs: hoge voer- en bouwkosten en steeds strengere regelgeving. Deze verslechtering is te verklaren met behulp van Porter. Er zijn namelijk een aantal factor condities die er logischerwijs voor zorgen dat de Europese concurrentiepositie onder druk staat zolang er op kosten wordt geconcentreerd. In de Verenigde Staten en Brazilië zijn namelijk meerdere factor condities aanwezig die er voor zorgen dat de kostprijs daar lager is dan in Europa.

De belangrijkste factoren die een rol spelen zijn de hoeveelheid ruimte die beschikbaar is voor de akkerbouw, aanwezigheid van goedkope arbeid en de lage regeldruk opgelegd door overheden. Deze factor condities zorgen ervoor dat het competitief voordeel wordt verklaard op nationaal niveau. De conclusie is dan ook dat de Europese en Nederlandse concurrentiepositie matig is en verder zal verslechteren.

### **3.3 Bowman en strategie**

Biedt de huidige koers waarin de lage kosten strategie centraal staat wel voldoende perspectief? Om de Nederlandse varkenssector vitaal te houden zal er op veranderingen moeten worden ingespeeld. Aangezien concurreren op kostprijs steeds moeilijker wordt probeert de sector voorzichtig te kijken naar nieuwe mogelijkheden. Het lijkt er op dat de sector haar strategie moet



veranderen. Hoe dat kan en wat deze verandering concreet in moet houden wordt duidelijk gemaakt aan de hand van de strategieklok van Cliff Bowman.

De Nederlandse en Europese sector concurreerden tot nog toe altijd op prijs. In de strategieklok van Bowman is dit richting 1 en 2. Het betekent dat de productie erop gericht is een zo goedkoop mogelijk product voort te brengen zonder veel toegevoegde waarde: productie in massa. Bowman geeft aan dat in deze lage kosten strategie kostprijsleiderschap belangrijk was. De kostprijs in Nederland en de Europese Unie ligt echter flink hoger dan in de Verenigde Staten en Brazilië. Op dit moment beschermt Europa haar markt nog voor varkensvlees uit Brazilië en de Verenigde Staten en is de Europese sector op prijs nog enigszins concurrerend met deze landen. Mocht deze bescherming ooit wegvallen dan zal het voor de varkenssector niet makkelijker worden. De varkenssector moet dus goed nadenken over de kansen die de huidige lage kosten strategie in de toekomst nog zal bieden. Waarschijnlijk krijgt de sector het op deze manier moeilijk en dus zal men in de toekomst moeten proberen zich op een andere manier te onderscheiden van concurrenten elders. Hiervoor zal de focus meer gericht moeten zijn op extra toegevoegde waarde aan het product.

Van groot belang in deze strategie is om te weten wat de consument wil. De aandacht zal dan meer komen te liggen op de vraag uit de markt: focus op afzet. Op deze manier kan men een product tot stand brengen met meer toegevoegde waarde waar de consument extra voor wil betalen. Dit betekent op de klok van Bowman een verschuiving van strategie één en twee naar voornamelijk strategie drie en in mindere mate strategie vier, aangegeven met de groene pijl in figuur 3 op pagina zeven. Deze richtingen houden in dat er meer waarde aan het product wordt toegevoegd in ruil voor een (kleine) meerprijs.

### **3.3.1 Regelgeving kan onderscheidend werken**

In de sector wordt veel nieuwe wetgeving ervaren als een bedreiging voor de markt. In eerste instantie is dat ook zo: het verhoogt de kostprijs en zet nog meer druk op de marges. Op de middellange en lange termijn kan het echter ook positief uitpakken doordat het vlees zich op positieve wijze onderscheidt van het vlees uit andere landen. Dit biedt mogelijkheden. De gemiddelde consument vindt de methode waarop zijn of haar vlees wordt geproduceerd steeds belangrijker worden. In het verleden ervoeren veel consumenten weinig verschil in varkensvlees, en was er ook weinig tot geen aanbod in onderscheidend vlees. Deze situatie verandert. Een steeds groter deel van de consumenten vindt milieu en aandacht voor het dier steeds belangrijker worden. Uit een enquête uit 2009 onder 24000 personen bleek dat meer dan 50% van de ondervraagden graag vlees wil kopen van dieren die meer ruimte en buitenlucht hebben gehad dan in de gangbare veehouderij. Daar wil men tot maximaal 25% extra voor betalen (Een vandaag Opiniepanel, 2009).

Door aangescherpte regels wordt de productie van vlees binnen de EU steeds duurzamer: het gaat zich daadwerkelijk onderscheiden van varkensvlees dat buiten de EU geproduceerd is. Hierdoor kan varkensvlees dat hier geproduceerd is voor consumenten interessanter zijn dan vlees uit andere landen. Regelgeving dwingt tot productdifferentiatie en de sector zou dit kunnen gebruiken om zich te onderscheiden.

Ondernemers kunnen zelf ook actief zijn in het veranderen van de strategie door meer in te spelen op wensen uit de markt. Dit idee vergt natuurlijk een hele andere mentaliteit van de ondernemers in de sector. Kostprijs wordt minder van belang en de blik moet worden gericht op vraag uit de markt.

### 3.3.2 Wat betekent dit concreet voor de sector?

Sinds het ontstaan van de sector lag de focus altijd op het verbeteren van efficiëntie en het verlagen van de kostprijs. Deze strategie heeft lange tijd zijn vruchten afgeworpen. Binnen Europa heeft Nederland lang de laagste kostprijs gehad. Nu de handel in varkensvlees steeds internationaler wordt en de varkensprijs steeds meer op de wereldmarkt gevormd wordt moeten we concluderen dat de sector in dit speelveld niet meer kan concurreren op prijs. Het verder verlagen van de kostprijs en een nog hogere/efficiënte productie zal niet voldoende zijn om de concurrentie op wereldniveau aan te gaan. De koers van de sector zal moeten veranderen naar een meer marktgerichte productie waarbij toegevoegde waarde geproduceerd wordt die de consument wenst.

Voor de sector betekent dit dat men zich een goed beeld moet gaan vormen van de wensen van consumenten. Wanneer de sector een goed beeld heeft van specifieke wensen binnen de markt kan hier meer op ingespeeld worden. Hierbij kunnen we denken aan een productie waarbij er bijvoorbeeld meer aandacht is voor het dierenwelzijn, minder belasting van het milieu en er getracht wordt het antibiotica gebruik zoveel mogelijk te beperken.

Sommige slachterijen en varkenshouders zijn al bezig met projecten om het door hen geproduceerde vlees meer te onderscheiden van gangbaar. Zo brengt Nederlands grootste varkensslachterij sinds vorig jaar vlees op de markt dat zich meer onderscheidt van de grote massa door tijdens de productie nog meer aandacht te leggen op dierenwelzijn (zie ook deel 2). Een gerenommeerde Nederlandse bank zegt het volgende over de sector: *“ de concurrentie op de internationale varkensvleesmarkt zal de komende jaren toenemen. Vooral Brazilië en Noord-Amerika spelen hierbij een rol van betekenis. Daardoor wordt het voor de Nederlandse varkenshouderij steeds belangrijker om onderscheidend te zijn met een herkenbaar product. Het nastreven van een lage kostprijs blijft belangrijk, maar het creëren van toegevoegde waarde zal voor het behoud van de positie van Nederlands varkensvlees cruciaal blijken.”*, (ABN AMRO, 2010).

### 3.4 Beantwoording deelvraag

We kunnen na dit eerste deel concluderen dat de varkenssector zich in een lastige situatie bevindt. Internationaal gezien is de concurrentiepositie aan het verzwakken. De lage kosten strategie biedt in de toekomst waarschijnlijk te weinig soelaas om de concurrentie aan te gaan met Brazilië en de Verenigde staten. Bovendien loopt de kostprijs in Europa nog altijd verder op door nieuwe regelgeving. Ook nationaal gezien is de situatie lastig. Het lijkt er sterk op dat de posities die de slachterijen innemen een zekere macht aan de slachterijen geven. Dit onderzoek kan niet concluderen of deze macht gebruikt wordt door slachterijen om een lage inkoopprijs te forceren. Wel kunnen we zeggen dat de marktomstandigheden de kans vergroten op samenwerking tussen de partijen in de slachtwereld wat op zijn beurt een negatief effect op de opbrengsten van de varkenshouder kan hebben.

Het gevolg is dat de sector nieuwe strategieën moet bedenken. Dit vergt echter een compleet nieuwe manier van denken. De aandacht moet gericht worden op de markt en de wensen van de consument, en minder op de kostprijs. Produceren wat de markt vraagt. Dit proberen we in het tweede deel van het rapport meer inhoud te geven.

## 4 Afzet

In het eerste deel hebben we gezien dat varkenshouders, maar ook andere partijen in de sector, haar pijlen in de toekomst meer moet gaan richten op de markt: wat vraagt de markt/consument? Deze benadering vergt een andere mentaliteit van de sector die altijd gedreven was om de kostprijs te verlagen. In dit tweede deel zullen we de vraagkant van de markt beter gaan bekijken. Wat vragen de consumenten binnen Europa en welke mogelijkheden heeft de sector om de productie hier op aan te passen. Een varkenshouder levert zijn product echter niet direct aan de consument maar aan een slachterij. Wanneer varkenshouders marktgericht willen gaan werken moet dus ook bekeken worden wat een slachterij exact vraagt.

Slachterijen proberen afnemers zo goed mogelijk te bedienen. Zij passen daarom hun uitbetalingsschema's zo aan dat varkenshouders beloond worden wanneer zij een varken leveren waar een slachterij goed mee op de wensen van de markt kan inspelen (Vionfood.nl, 2011). Voor varkenshouders zijn de wensen van de markt dus in feite vertaald in de verschillende uitbetalingsconcepten die de slachterijen hanteren. We proberen een kort overzicht te krijgen van de mogelijkheden die varkenshouders op dit moment hebben om de afzet, en daarmee de opbrengsten te optimaliseren.

Eerst bekijken we de voor Nederlandse slachterijen belangrijkste Europese afzetmarkten voor varkensvlees, en de voorkeuren van consumenten die we daar kunnen herkennen. Het is belangrijk bij een marktgerichte productie te weten wat de consument vraagt en hoe de vraag van een slachterij daar weer op is afgestemd.

### 4.1 Vraag binnen Europa

#### *Verenigd Koninkrijk*

Varkensvlees maakt bijna 30% uit van de totale Britse vlees consumptie. De Britse markt wordt vooral gekenmerkt door de afzet van een specifiek Brits product: bacon. Het ontbijt is de belangrijkste maaltijd waarbij bacon wordt gegeten. Wat belangrijk is om te vermelden is dat er in het Verenigd Koninkrijk meer waardering komt voor producten uit eigen land. De Britse varkenshouderij wordt gemiddeld genomen gekenmerkt door een hoog niveau van dieren welzijn. Een supermarktketen heeft al aangekondigd alleen nog varkensvlees te gaan verkopen wat geproduceerd is in eigen land. (Concurrentiemonitor varkensvlees, 2010 WUR). Ondanks laatstgenoemde ontwikkeling blijft de Britse bacon markt belangrijk voor de grote slachtconcerns in Nederland en Duitsland. Hier worden uitbetalingsschema's dan ook op aangepast, zie onder andere het schema van Vion Welfare dat gericht is op de Engelse bacon markt.

#### *Italië*

Italianen eten veel vlees en ruim 40% van de totale vleesconsumptie wordt ingevuld door varkensvlees. In Italië wordt vooral veel ham gegeten. De Italiaanse keuken kent een lange traditie en de consument hecht veel waarde aan de herkomst van het product. Hierdoor ligt er relatief weinig buitenlands varkensvlees in de schappen. Toch is er ook voor andere Europese slachterijen ruimte om een deel van deze vraag in te vullen. Wil een product de naam van de streek dragen dan moet het ook in die regio geproduceerd zijn (Concurrentiemonitor varkensvlees, 2010). In Nederland hebben slachterijen veel afnemers uit Italië, waaronder slachterij Compaxo. Hier wordt later meer aandacht aan besteed (boerentaal.nl, verkregen op 12-08-2011).

## Duitsland

De Duitse consument eet veel varkensvlees. Deze beslaat namelijk 60% van de totale vleesconsumptie. De meest gewilde producten in Duitsland zijn de zogenaamde 'Wurstwaren'. Dit zijn producten met verwerkt varkensvlees. Denk aan worsten, hammen en patés. De Duitse consument is gevoelig voor prijs en de meeste supermarktketens spelen hier op in. Dit betekent dat het aanbod vooral op het lagere segment van de markt is gericht: goedkoop en zonder veel toegevoegde waarde. Er is echter ook een duidelijke andere stroming zichtbaar. De vraag naar kwaliteitsproducten neemt namelijk toe. (Concurrentiemonitor varkensvlees, 2010) Veel varkens gaan levend Nederland uit om in Duitsland geslacht te worden. (De Groene Belangenbehartiger, 2011)

### 4.2 Mogelijkheden voor varkenshouders

De prijs die een varkenshouder voor zijn varkens ontvangt hangt van veel factoren af: de vastgestelde varkensprijs in de week van levering, afspraken met de handelaar en kwaliteit van het varken zijn bijvoorbeeld enkele factoren die deze prijs beïnvloeden.

Het grootste gedeelte van de opbrengstprijis wordt bepaald door de varkensprijs die slachterijen voor de desbetreffende week hebben vastgesteld. Elke week wordt er een nieuwe basisprijs bekend gemaakt die bij de betaling als uitgangspunt dient. De exacte uiteindelijke opbrengstprijis is zoals gezegd afhankelijk van meerdere factoren. Bijvoorbeeld hoe het varken 'scoort' aan de slachtlijn. Slachterijen beoordelen het varken op een aantal punten en aan de hand van deze beoordeling wordt bepaald wat de precieze opbrengstprijis wordt. Een varken dat voldoet aan de wensen van de slachterij zal enkele centen per kilo meer opbrengen en een varken dat niet voldoet brengt enkele centen minder op. Juist deze laatste paar centen verschil zijn in deze sector met lage marges erg belangrijk. Het is dus van belang om een goed overzicht te hebben van de factoren die invloed hebben op de uiteindelijk uitbetaalde prijs en hoe deze door de varkenshouder zijn te beïnvloeden. Allereerst zal worden gekeken naar de wijze waarop deze basisprijs nu tot stand komt. Dit is een factor waar de varkenshouder geen invloed op heeft maar die wel voor het grootste gedeelte de opbrengst bepaalt.

### 4.3 Totstandkoming prijs

#### 4.3.1 Basisprijs

In het eerste deel van het verslag hebben we gezien dat de marktpositie die slachterijen hebben beïnvloeding van de inkooprijzen zou kunnen uitlokken. Op deze manier zou het mogelijk zijn om structureel goedkoop in te kopen ten koste van de ondernemers in de primaire sector. Elke week bepalen slachterijen weer een nieuwe varkensprijs, maar hoe komt deze prijs precies tot stand?

Op 19 april 2011 gaf een medewerker inkoop van slachterij Compaxo de mogelijkheid aan varkenshouders om enig inzicht in het inkoopproces van een slachterij te krijgen. Hij verzorgde geen vooraf opgezette presentatie maar beantwoordde tal van vragen die waren opgesteld door leden van de Nederlandse Vakbond voor Varkenshouders. De inkoper werd gevraagd naar de totstandkoming van de wekelijkse varkensprijs. Slachterijen volgen elkaar bijna altijd op met de mutaties van de varkensprijs, maar hoe komen deze mutaties dan tot stand? Leidend is de balans tussen vraag en aanbod maar wie bepaalt of er balans is? Een verhelderend antwoord kon hij hier niet op geven. Het volgende wilde hij er over kwijt: *“er wordt door iets of iemand een prijs in de markt gezet, een soort*

*gerucht, en deze wordt dan grotendeels gevolgd.*” Wie of wat deze prijs ‘in de markt zet’ kon ook hij niet aangeven. Hij zei dat dat misschien gebeurde door Duitslands grootste slachterij Tonnie’s.

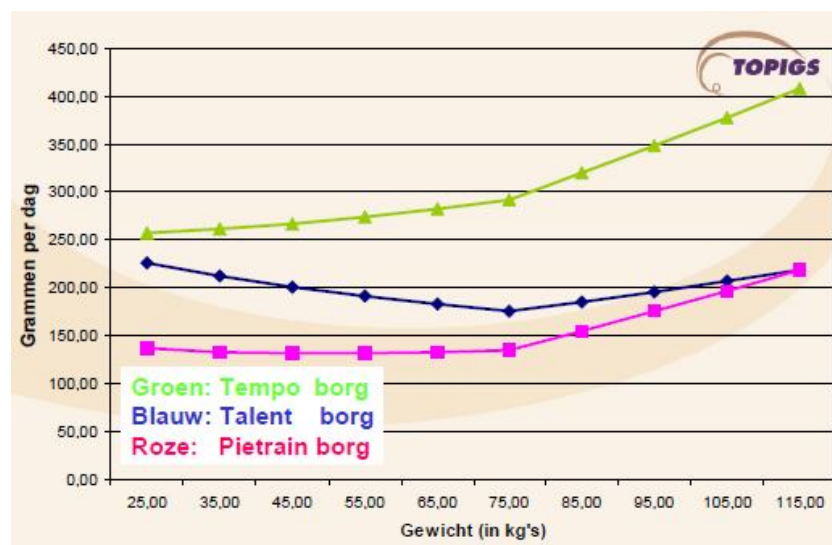
Hoe de basisprijs dus tot stand komt blijft vaag. Het heeft er schijn van dat de slachtwereld de totstandkoming van deze prijs liever niet te transparant wil maken. Voor varkenshouders een kwalijke zaak omdat zij dus geen invloed kunnen uitoefenen op de basisprijs en door de ondoorzichtigheid ook niet de redenen voor prijsveranderingen kunnen begrijpen.

Met de basisprijs als uitgangspunt wordt er verdere nuance aangebracht door elk varken te beoordelen. Verder spelen ook andere zaken een rol, bijvoorbeeld: koppelgroottes, afspraken met handelaar/slachterij en overige kosten.

#### 4.3.2 Type varken

Hoe een varken scoort aan de slachtlijn is afhankelijk van veel factoren tijdens het productieproces. Eén factor is sterk te beïnvloeden en zullen we kort bespreken: het soort varken. Er zijn veel verschillende soorten varkens met allemaal verschillende eigenschappen op gebied van bijvoorbeeld vleeskwiteit, groei en gezondheid. Een groot deel van de Nederlandse varkenshouders gebruikt een van de drie volgende type varkens: Pietrain, Tempo of Talent.

Het Pietrain varken staat bekend om zijn hoge vleespercentage en goede bespiering. Dit kan een positieve invloed hebben bij de uiteindelijke uitbetaling. Het Tempo varken staat bekend om het feit dat dit varken in de regel iets minder aandacht vergt dan andere soorten. Dat wil zeggen dat dit varken tijdens het productieproces bijvoorbeeld gemakkelijker voer opneemt dan de Pietrain: een Tempo is een sterk varken met hoge groeipotentie. Dit type zet echter minder spier aan dan een Pietrain en in de regel meer vet, zie ook figuur 10. Deze eigenschappen kunnen ervoor zorgen dat een varken minder goed scoort bij de slachterij. De Talent zit qua eigenschappen tussen de Pietrain en Tempo in. Verder zijn er uiteraard nog meer typen varkens waar mee gewerkt wordt maar deze zijn in de minderheid (Topigs, 2010).



Figuur 10. Maximale vetaanzet naar soort varken. (Bron: Topigs)

#### 4.3.3 Classificatie Nederland

Zoals gezegd dient de basisprijs als uitgangspunt voor de uitbetaling. Nuance in de uitbetaling wordt aangebracht door het varken te beoordelen op een aantal eigenschappen. Slachterijen proberen uiteraard afnemers goed te bedienen. Verschillende afnemers hebben verschillende wensen. Om aan deze wensen te voldoen stellen slachterijen uitbetalingsschema's op waarbij varkens die de slachterij goed kan verkopen extra worden beloond. Hierdoor worden varkenshouders gestimuleerd om het varken zo te produceren dat het aan bepaalde eigenschappen voldoet. De slachterij krijgt een varken dat zij goed kan verwaarden en de varkenshouder krijgt een meerprijs. Andersom geldt dat varkens die minder voldoen aan de eisen van afnemers gekort worden op de basisprijs. Sommige slachterijen kennen meerdere concepten. Voor varkenshouders is het van belang te weten wat een slachterij

exact vraagt.

Verschillende slachterijen hanteren verschillende uitbetalingsschema's. Nederlandse slachterijen verschillen daarbij sterk van Duitse slachterijen en ook de Nederlandse slachterijen onderling hanteren verschillende systemen. Dit wordt dus onder andere veroorzaakt door de verschillende afnemers die de slachterijen hebben. Zoals we in het begin van dit hoofdstuk zagen zijn er op de verschillende markten binnen Europa verschillende soorten vraag. Een slachterij die veel klanten heeft in Italië vraagt een ander soort varken/vlees dan een slachterij met veel klanten in het Verenigd Koninkrijk.

In Nederland zijn de verschillende uitbetalings schema's globaal op te delen in 2 groepen. Ten eerste zijn er de schema's die beoordelen op basis van gewicht, vleespercentage en typebeoordeling van een keurmeester. Ten tweede de schema's die korten op basis van gewicht, vleespercentage en de spek/spier verhouding van het vlees. Hieronder zet ik de belangrijkste punten van twee slachterijen (Vion en Compaxo) en in totaal drie concepten (binnen Nederland) op een rij. De complete uitbetalings schema's zijn te vinden in de bijlagen.

*Vion Welfare concept:*

- +3,00 euro voor **gelten en borgen** die voldoen aan de volgende specificaties
  - o *geslacht gewicht vanaf 82kg tot en met 103kg*
  - o *minder dan 17mm spek*
  - o *vanaf 54mm spier*
- Gekort bij
  - o *geslacht gewicht minder dan 82kg en hoger dan 103kg*
  - o *vanaf 17mm spek*
  - o *minder dan 54mm spier*
  - o *55% vlees of minder*
- Geen extra handelingskosten beren
- Varken wordt dus beoordeeld en uitbetaald op gewicht, spek/spier dikte + vleespercentage
- Voor **beren** gelden afwijkende gewichts eisen, bovendien is er geen bonus voor dieren binnen het concept. Kortingsvrije gewichtstraject:
  - o *geslacht gewicht vanaf 80kg tot en met 100kg*
  - o *zwerfberen -0,25 cent per kg (Uitbetalingsschema Vion, 2010)*

Aan te raden voor varkens van goede kwaliteit, een hoog vleespercentage en in verhouding veel spier en weinig spek. Binnen dit concept ontvangt men een hogere prijs dan bij Compaxo of het andere Vion Concept. Dit is te verklaren door de bonus van 3,00 euro per stuk die zij ontvangen voor gelten en borgen binnen het concept. Beren krijgen deze bonus niet. Hier moet de winst gehaald worden uit de efficiëntere voerbenutting waarover beren beschikken in vergelijking met borgen. Binnen het Welfare Concept zijn er echter geen extra kosten voor beren, dit in tegenstelling tot Compaxo waar elke beer 2,50 extra kosten met zich meebrengt.

#### *Vion Global Concept:*

- Geen extra uitbetaling voor varkens binnen concept
- Kortingsvrij bij geslacht vanaf 83kg tot en met 107kg
- Gekort bij
  - o *geslacht gewicht lager dan 83kg en hoger dan 107kg*
  - o *vanaf 19 mm spek*
  - o *bij minder dan 57 mm spier*
  - o *zwerfberen -0,25 cent per kg*
- Geen extra handelingskosten beren
- Varken wordt beoordeeld en uitbetaald op spek/spier dikte + vleespercentage (Uitbetalingsschema Vion, 2010)

Vettere varkens worden binnen dit concept minder gekort dan binnen het Welfare concept omdat hier meer spek is toegestaan. Er zit echter geen bonus op voor de varkens die binnen het concept vallen. Een concept dat het best past bij zwaardere varkens die minder gekort zullen worden op een hoog vet percentage.

#### *Compaxo*

- Varkens worden individueel en op het oog ingedeeld in een klasse AA, A, B of C
  - o *+ 2 cent per kilogram voor type AA*
  - o *+ 0 cent per kilogram voor type A*
  - o *- 5 cent per kilogram voor type B/C*
  - o *gelten/borgen gekort bij lichter dan 80kg en zwaarder dan 103kg*
  - o *beren gekort bij lichter dan 80kg en zwaarder dan 95kg*
- 2,50 euro extra handelingskosten voor elke beer
- Gekort bij vleespercentage lager dan 56% en hoger dan 60% (Uitbetalingsschema Compaxo, 2011)

Varkens met een relatief laag vlees- en een hoog spek/laag spier percentage worden bij deze slachterij het minst gekort omdat er geen afrekening plaatsvindt op de spek/spier verhouding. Minder interessant voor varkenshouders die beren leveren aangezien elke beer 2,50 extra kosten oplevert. Bovendien kunnen beren tot slechts 95 kilogram kortingsvrij geleverd worden en is het dus moeilijker om de dieren binnen de juiste gewichtsgrenzen te leveren.

#### **4.3.4 Duitsland als markt**

Duitse slachterijen hanteren een andere manier van classificatie. De verschillende waardevolle onderdelen van het varken worden hierbij apart beoordeeld. Er wordt gekeken naar:

- het gewicht van de ham
- het gewicht van de karbonade
- het vleespercentage en gewicht van de buik
- het gewicht van de schouder en
- het gewicht van het karkas.

Deze manier van beoordeling wordt Autofom genoemd. Het doel van dit systeem is om de meest waardevolle onderdelen van het varken op juiste waarde in te schatten. Omdat deze manier van beoordeling sterk verschilt met de Nederlandse is een vergelijking moeilijk. Uit vergelijking van bedrijfsgegevens van varkenshouders in Nederland blijkt echter dat Nederlandse varkenshouders die Pietrain varkens aan Duitsland leveren gemiddeld 3 a 4 cent per kilo meer ontvangen dan varkenshouders die deze varkens in Nederland afzetten: Pietrain varkens passen goed in het Autofom systeem van Duitsland en zorgen voor een hogere opbrengstprijz. Varkens van andere types (Tempo en Talent) scoren over het algemeen veel minder bij dit classificatie systeem waardoor het in die gevallen niet interessant is om aan Duitse slachterijen te leveren. Dat goed be vleesde Pietrains in Duitsland meer opbrengen wil niet direct zeggen dat deze varkenshouders een beter saldo maken. De (aankoop)kosten van biggen en het voer zijn namelijk ook hoger. (www.boerderij.nl, geraadpleegd op 08-06-2011).

#### **4.4 Netto uitbetaling**

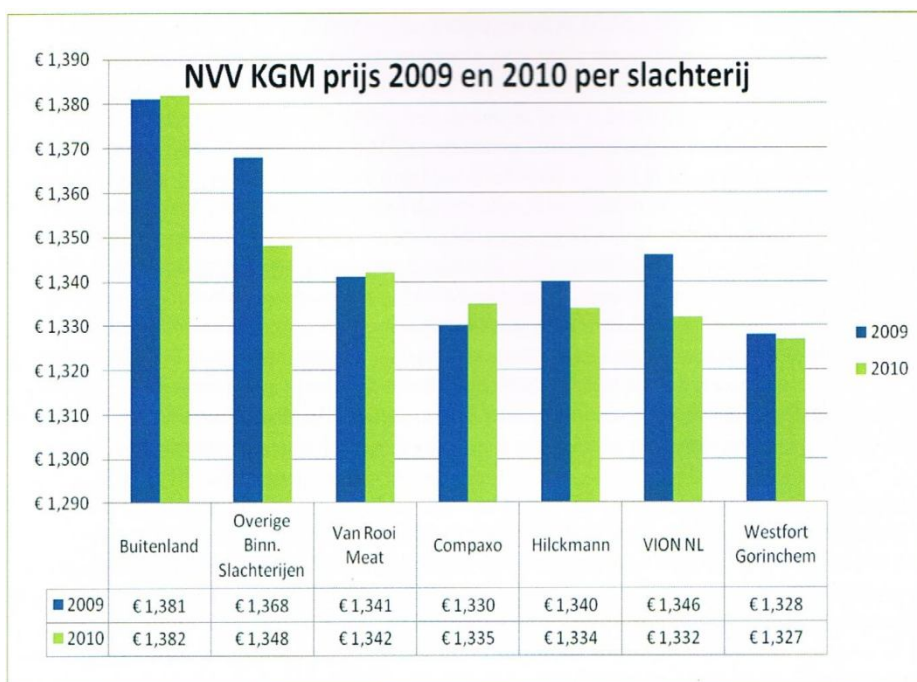
Er is nu een beeld geschetst van wat de verschillen tussen de slachterijen betekenen voor de uiteindelijke opbrengstprijz. Door het vergelijken op deze wijze kan wel een bepaalde inschatting worden gemaakt over varkens die goed bij een concept passen en welke niet maar de wat de exacte uiteindelijke opbrengstprijz wordt blijft enigszins vaag.

Om meer te weten te komen over de verschillen in opbrengstprijzen is er contact gezocht met de De Groene Belangenbehartiger (DGB) te Hardenberg. Deze organisatie doet in opdracht van de NVV al enkele jaren onderzoek naar de uitbetalingsprijzen aan varkenshouders. Informatie voor dit onderzoek wordt aangeleverd door varkenshouders zelf die zich voor het project aanmelden. Varkenshouders die meedoen geven en krijgen elke week informatie. Zij stellen de eigen nota's van de afgeleverde varkens beschikbaar en zij ontvangen een overzicht met de gegevens van alle andere deelnemers. Doordat er gewerkt wordt met netto opbrengstprijzen is de informatie zeer transparant. Er hoeft verder geen rekening te worden gehouden met invloeden van kortingssystemen, afspraken etcetera. Het is aan de hand van de netto opbrengstprijzen eenvoudig om te vergelijken met anderen en de conclusie te trekken of je als ondernemer een eerlijke prijs hebt ontvangen voor de geleverde varkens.



#### 4.4.1 Uitbetaling per slachterij

In het jaarverslag van de DGB wordt dus gekeken naar het verschil in netto uitbetalingsprijs tussen de slachterijen. Dit is voor varkenshouders zeer interessant omdat de netto opbrengstprijs uiteindelijk echt van belang is. Een hoge basis notering van een slachterij lijkt aantrekkelijk maar kan door zaken als uitbetalingsschema's en extra kosten een verkeerd beeld geven van de uiteindelijke opbrengst. De DGB werkt met de kilogram management prijs. De kilogram management prijs (KGM) is het bedrag wat de varkenshouder werkelijk op de bank krijgt bijgeschreven na aftrek van kortingen, kosten etc. Het resultaat is te zien in figuur 7.



**Figuur 11. Netto uitbetalingsprijzen bij de verschillende slachterijen. (Bron: De Groene Belangenbehartiger)**

Tussen de Nederlandse slachterijen zijn er verschillen, al lijken deze niet extreem groot. Toch betekent een verschil in opbrengst van 2 cent per kilogram (tussen leveranciers van Westfort en de leveranciers van overige binnenlandse slachterijen) op jaarbasis toch al een verschil van enkele duizenden euro's. Tussen de groep die levert aan Westfort en de groep die levert aan buitenlandse slachterijen bestaat een verschil van maar liefst 5,5 cent per kilogram. Op basis van een varken van 90 kilogram geslacht gewicht betekent dit een verschil per varken van bijna 5 euro. Voor een gemiddeld bedrijf dat jaarlijks 5000 vleesvarkens aflevert betekent dat een verschil in opbrengst van ongeveer 25.000 euro. De netto uitbetalingsprijs aan een varkenshouder is natuurlijk sterk afhankelijk van wat deze ondernemer heeft aangeleverd bij de slachterij. Het is dus niet zo dat iedereen de varkens het beste aan Duitse slachterijen kan leveren. Wanneer men overweegt naar het buitenland (met name Duitsland) te exporteren zijn volgens de DGB o.a. de volgende punten belangrijk om op te letten:

- De koppelgrootte moet voldoende zijn om exportkosten niet te hoog te maken
- Algemeen brengen alleen varkens die voldoende beveleed zijn met een gewicht van minimaal 95 kg geslacht gewicht een goede prijs op
- Varkens die slecht classificeren bij een Nederlandse slachterij doen dit in Duitsland vaak nog slechter. (De Groene Belangenbehartiger, 2010)

#### 4.5 Andere afzetkanalen

Nederlands grootste slachterij heeft in 2010 een nieuw concept op de markt gezet: het zogenoemde *Good Farming Star* concept. Varkenshouders die varkens voor dit concept produceren moeten

voldoen aan extra eisen op gebied van dierenwelzijn. De dierenbescherming waardeert dit vlees met 1 ster: het is diervriendelijker dan varkens geproduceerd in de gangbare varkenshouderij. Het vlees wordt exclusief geleverd aan Albert Heijn supermarkten in heel Nederland. De varkenshouders krijgen de extra kosten die zij maken vergoed. Verder worden varkenshouders gewoon uitbetaald op basis van de roepprijs die de slachterijen elke week bekend maken. (Vionfood.nl, 07-06-2011)

Op de informatieavond van de NVV was niet iedereen even enthousiast over dit concept. Het is positief dat er wordt gezocht naar niches in de markt maar de regie blijft in handen van andere partijen: varkenshouders kunnen zelf geen invloed uitoefenen op de prijs die zij voor de dieren ontvangen. Bovendien worden alleen de extra kosten vergoed en is er geen extra marge voor de varkenshouders in dit concept. Ondernemers zouden wanneer zij bepaalde niches bedienen in staat moeten zijn om zelf een redelijke prijs voor de producten te kunnen vragen, waarbij er dan ook extra marge gemaakt kan worden voor de extra toegevoegde waarde die het product heeft. (Discussie op informatieavond met inkoper van Compaxo op 19-4-2011)

Toch heeft het concept ook voor varkenshouders zijn waarde laten zien en wel tijdens de dioxine crisis in januari 2011. Tijdens deze crisis liep de export van Europees en ook Nederlands varkensvlees, door importverboden van bijvoorbeeld Rusland, sterk terug. Dit had een extreem negatief effect op de varkensprijzen. Varkens geproduceerd binnen het Star concept worden exclusief afgezet bij Albert Heijn en zijn dus niet bestemd voor de export markt. Omdat er geproduceerd wordt wat de markt vraagt en er geen 'overtollig' vlees wordt geproduceerd voor de export was het negatieve effect op de varkensprijs van varkens uit het Star concept minder groot. Tijdens deze crisis wist het product uit het Star concept zich dus te onttrekken van de bulk markt.

De CEO van VION, Uwe Tillmann, heeft in een interview de verwachting uitgesproken dat het aantal concepten dat zich duidelijk distantieert van de bulk markt zal toenemen en dat de omvang van het bestaande Good Farming Star concept zal groeien: *“Een programma als Good Farming Star kunnen we misschien wel uitbreiden naar 70% van de supermarkten. Dat is een kans voor de boer, dat supermarkten alleen nog maar dit vlees verkopen”* (Boerderij, 28-06-2011) Dit komt overeen met de verwachting van de ABN Amro die in haar toekomstvisie aangaf dat extra toegevoegde waarde van cruciaal belang zal zijn voor het voortbestaan van de sector.

#### **4.6 Conclusie**

In het tweede deel hebben we gekeken welke mogelijkheden varkenshouders op dit moment hebben bij de keuze voor een bepaalde afzetting, alles in het kader van de marktgerichte productie waar de meeste kansen voor de sector liggen.

We kunnen op basis van de gegevens uit het varkensprijzenonderzoek van de DGB concluderen dat de Nederlandse slachterijen in 2010 niet in staat zijn geweest om de prijzen uit te betalen die collega's in met name Duitsland kunnen betalen. Hier moet wel aan toegevoegd worden dat dit geld voor de varkens van betere kwaliteit. De DGB concludeert dat varkens van mindere kwaliteit in Duitsland waarschijnlijk niet beter worden betaald.

De verschillen in netto uitbetalingsprijzen tussen de Nederlandse slachterijen zijn niet erg groot. We kunnen niet zeggen dat leveranciers van een bepaalde slachterij een slechte prijs krijgen uitbetaald. Krijgt een ondernemer wel een slechte prijs dan heeft dit waarschijnlijk andere oorzaken: een verkeerde keuze voor een bepaald concept, een varken dat niet voldoet aan de wensen van de slachterijen of geen goede afspraken met de handelaar.

De verschillende concepten vragen om verschillende soorten varkens. We hebben de eisen op een rijtje gezet en gezien welke verschillende varkens binnen de drie verschillende concepten passen. Het VION Welfare Concept biedt ondernemers de mogelijkheid om meer opbrengst uit de afzet te halen. Het is echter wel een concept waar de productie goed op het concept aangepast moet worden. Het concept is aantrekkelijk wanneer het juiste varken wordt geleverd maar kan uitdraaien op fikse kortingen wanneer varkens geleverd worden die niet voldoen. Voor varkens van mindere kwaliteit (relatief veel spek, weinig spier, laag vleespercentage) is het concept van Compaxo het meest interessant waarbij slechts gekort wordt op basis van het vastgestelde vleespercentage en de typeboordeling. Andere Nederlandse slachterijen als Hilckmann hanteren een vergelijkbaar uitbetalingsschema als Compaxo.

Er zijn voor varkenshouders dus verschillende opties wanneer het om de afzet gaat. Wanneer bewust wordt gekozen voor een concept en de productie wordt hier goed op ingericht is het mogelijk een meeropbrengst te behalen. In de toekomst zullen de mogelijkheden tot productdifferentiatie verder toenemen, en daarmee de kans om een eigen markt te bedienen.

## 5. Beantwoording hoofdvraag

Nu de deelvragen beantwoord zijn wordt er gekeken naar de hoofdvraag:

**Wat zijn de oorzaken van de lage marges in de varkenshouderij en welke mogelijkheden hebben ondernemers in de primaire varkensproductie om de marges te verbeteren?**

De concurrentiepositie en de verdeling van macht binnen de productieketen zijn de punten die zijn onderzocht. De conclusie is dat de verslechterende concurrentiepositie en de opzet van de productiekolom zeker oorzaken kunnen zijn van de slechte marges in de varkenssector. De immer stijgende kostprijs en de sterke concentratie van slachtbedrijven zijn hiervan de oorzaak.

Het belangrijkste is natuurlijk om te weten wat de sector hier mee kan. Aan de hand van de theorie van Cliff Bowman is gekeken of de huidige koers nog voldoet. Wanneer we zijn werk toepassen op de praktijk van de varkensmarkt lijkt het er sterk op dat de koers gewijzigd moet worden. Varkenshouders moeten naar een meer marktgerichte productie om dié waarde toe te voegen aan het product die door de consument gewenst wordt. Op deze manier kan het vlees zich op een goede wijze onderscheiden van vlees dat elders geproduceerd is.

In het tweede deel van dit verslag is deze aanbeveling praktischer uitgewerkt. bedienen. Er is kort gekeken naar de verschillende consumenten voorkeuren binnen Europa. Slachterijen vragen verschillende soorten varkens met verschillende eigenschappen om de voor hen belangrijkste markten in Europa goed te kunnen bedienen. Vervolgens zijn drie uitbetalingsschema's vergeleken en is getracht te bepalen welke varkens het beste bij de verschillende concepten passen. Er zijn mogelijkheden om te kiezen voor concepten die een hogere waarde toevoegen aan het product maar het is dan wel van belang de productie hier goed op aan te passen. Verder blijkt uit onderzoek van De Groene Belangenbehartiger dat de netto uitbetalingsprijzen binnen Nederland niet extreem veel verschillen. Wel overduidelijk is de beduidend hogere uitbetalingsprijzen in Duitsland. Hier wordt ongeveer 4 eurocent per kilogram meer betaald. Op jaarbasis zijn dat behoorlijke verschillen in de totale inkomsten. Ook hier is het echter weer van belang de productie goed op de eisen van Duitse slachterijen aan te passen omdat het anders niet mogelijk is een meerprijs te behalen. Bovendien brengt het aanpassen van de productie op de Duitse markt extra kosten met zich mee zodat een beter saldo niet gegarandeerd is.

### Toekomst

Ook nieuwe concepten als het Good Farming Star concept van Vion biedt een ondernemer de mogelijkheid zijn product te onderscheiden van derden. In de toekomst komen er waarschijnlijk meer van dergelijke concepten en dus mogelijkheden voor productdifferentiatie. Om meer te weten te komen over de wensen van consumenten zou verder onderzoek zich kunnen richten op het in beeld brengen van wensen van de consument in West Europa. Wat exact vragen deze mensen en hoeveel willen zij daarvoor betalen? Wanneer dat duidelijk is kan de sector proberen niches te creëren en de productie hier op aanpassen.

## **6. Aanbeveling opdrachtgever**

Dit rapport is geschreven om de buitendienst van Arkervaart inzichten te verschaffen over de problemen en de mogelijkheden van de sector, welke gebruikt kunnen worden bij de advisering van klanten. Als slot is er dan ook een aanbeveling voor wat betreft advisering voor de langere termijn (toekomst) en de kortere termijn (het huidige afleverbeleid).

### **De toekomst**

Gebleken is dat de koers van de sector waarschijnlijk om moet. Deze moet minder kostprijs gedreven worden en meer marktgericht. Dit om de eenvoudige reden dat de Nederlandse sector op termijn niet meer op prijs kan concurreren. Het is van belang een product te creëren dat meer toegevoegde waarde oplevert voor de consument. Voor ondernemers betekent dit dat er markten gecreëerd moeten worden waar er voor deze producten ook een meerprijs wordt betaald. Het VION Star concept is een goed voorbeeld waarbij er een eigen markt is gecreëerd waarin de producten wezenlijk verschillen van de bulk markt en waarbij de extra kosten uiteindelijk betaald worden door de consument. De buitendienst van Arkervaart zou klanten dan ook aan kunnen raden afzetmarkten te zoeken waarbij zij producten met meer toegevoegde waarde tegen een meerprijs kunnen afzetten. Misschien dat medewerkers van Arkervaart die contacten hebben met slachterijen, klanten kunnen helpen bij het vinden van een dergelijke markt. Deze wijze van produceren biedt de beste bescherming tegen concurrentie uit andere landen.

### **Huidige afleverbeleid**

Gebleken is dat er tussen de huidige slachterijen slechts geringe verschillen bestaan wat betreft de uitbetalingsprijzen. Wanneer een ondernemer te weinig voor zijn/haar varkens ontvangt, ligt dit waarschijnlijk niet aan de slachterij maar aan andere zaken die de prijs kunnen beïnvloeden. Denk bijvoorbeeld aan de afspraken die zijn gemaakt met de handelaar, het afleverbeleid aan de slachterij etc. Deze punten kunnen worden beïnvloed door de ondernemer en vragen dus om aandacht. Binnen bepaalde concepten is het mogelijk een meerprijs voor de varkens te halen maar daarbij moet de ondernemer de varkens wel zo goed mogelijk binnen de eisen van bepaalde concepten aanleveren. Alleen wanneer dit zorgvuldig gebeurt kan er een plus in de opbrengstprijs gehaald worden.

## **7. Reflectie en vervolgonderzoek**

Tijdens de uitwerking van het rapport gingen bepaalde zaken wel goed maar andere zaken minder goed. Kort zal worden gereflecteerd op wat minder goed ging en wat ik daarvan geleerd heb. Door privé omstandigheden zat er een tijdlang weinig vooruitgang in het verslag omdat er onvoldoende tijd beschikbaar was. Deze onvoorziene omstandigheden hebben achteraf gezien misschien wel een negatieve invloed gehad op het uiteindelijke resultaat doordat niet snel genoeg op problemen werd ingespeeld.

### **Opdracht formuleren en reageren op moeilijkheden**

Voor mij was vooraf duidelijk dat ik zelf een externe opdracht wilde zoeken die betrekking zou hebben op de agrarische sector, dit omdat deze sector mij sterk trekt. Het zoeken van een bedrijf dat mee wilde werken verliep aardig vlot en samen met Arkervaat werd een opdracht geformuleerd. Zelf vond ik de opdracht interessant maar de opdrachtkeuze gaf al wel snel problemen. Het was de bedoeling om de mogelijkheden bij verschillende slachterijen in kaart te gaan brengen om een goed beeld te krijgen van de verschillende opties en uitbetalingsprijzen van slachterijen. Deze formulatie geeft echter weinig mogelijkheid tot een onderzoek waarin je literatuur vanuit de studie kunt gebruiken: het is vooral het verzamelen van gegevens en het ordenen daarvan. Daarom werd de opdracht aangepast om naast het vergelijken van slachterijen meer tot een marktonderzoek te komen van de varkenssector en de problemen die zich voordoen te analyseren. Om deze analyse te doen werd een theoretisch kader opgezet met theorie van Nederlof, Porter en Bowman. Na de aanpassing van de opdracht en het opstellen van het theoretisch kader was het mogelijk een wat meer diepgaande analyse van de varkensmarkt uit te voeren. Het probleem was nu echter, dat het verslag uit twee delen bestaat die niet geheel soepel in elkaar overlopen. Het eerste deel richt zich op de problemen en toekomst van de sector terwijl het tweede deel ingaat op de huidige mogelijkheden. Het tweede deel van het rapport is meer een antwoord op de oorspronkelijke onderzoeksopzet om de verschillen tussen slachterijen in beeld te brengen. Het eerste deel is ontstaan nadat de opdracht werd veranderd en er meer een marktonderzoek van werd gemaakt. Achteraf bekeken was het denk ik beter geweest om één deel te laten varen en dieper in te gaan op het andere deel, waarbij het eerste deel de voorkeur had. Dit had halverwege het onderzoek nog gekund. Wat ik duidelijk geleerd heb in deze periode is dat wanneer de structuur je niet helemaal lekker zit je beter meteen aan de bel kunt trekken om met de opdrachtgever te overleggen over aanpassing van het onderzoeksdoel. Nog beter is natuurlijk om vooraf beter over geheel na te denken. Wanneer je voor jezelf goed op orde hebt wat je wilt onderzoeken en hoe je dat precies wilt doen geeft dat veel duidelijkheid en minder verwarring en obstakels tijdens de uitwerking.

### **Accuraat werken**

Voor mijzelf werd weer duidelijk dat accuraat werken belangrijk is. Het meteen correct noteren van bronnen et cetera scheelt veel arbeid achteraf. Tijdens het schrijven van het rapport is dit er wel eens bij in geschoten waardoor ik achteraf veel tijd heb moeten steken in het verbeteren van kleine dingen waaronder de bronvermelding.

## Type onderzoek

Voor het afsluiten van de bachelorfase van mijn studie heb ik dus gekozen voor een marktonderzoek. Het nadeel van dit onderzoek vond ik dat je weinig betrokken was bij de organisatie. Je bent veelal voor jezelf bezig. In de toekomst zou ik daarom ook een keer een onderzoek willen doen waarbij je korter bij de mensen binnen het bedrijf staat. Ik denk dat je daar veel van kunt leren op het gebied van bijvoorbeeld samenwerken en het opdoen van ervaring.

## Resultaat

Uiteindelijk ben ik gematigd tevreden over het resultaat. Ook al hoor en zie ik veel over de varkenssector, mijns inziens bevat het uiteindelijke resultaat wel een aantal interessante punten: door de praktijk te linken aan de theorie ontstonden voor mij nieuwe inzichten. Uiteraard hoop ik dat er ook voor de opdrachtgever interessante zaken instaan die zij mee kunnen nemen in de advisering van klanten.

### 7.1 Mogelijkheden voor vervolgonderzoek

Het onderzoek roept nieuwe vragen op en dus ook mogelijkheden voor verder onderzoek.

#### Totstandkoming varkensprijs

Hoe de slachterijen precies komen tot de vastgestelde varkensprijs blijft enigszins vaag. Vraag en aanbod spelen een rol maar alle slachterijen in Nederland en Duitsland laten bijna continue dezelfde prijsmutaties zien. Het lijkt er dus op dat slachterijen niet alleen aan de hand van de eigen vraag en aanbod situatie de prijs bepalen maar dat zij naar anderen kijken/luisteren. Nieuw onderzoek kan mogelijk in beeld brengen wie de mutaties bepalen en waarom elke slachterij in Nederland en Duitsland deze volgt.

#### Marktonderzoek

Duidelijk werd dat er een goed beeld moet worden gevormd van de markt. Verder onderzoek kan zich er op richten om duidelijk te maken wat de consumenten graag in de schappen zouden zien en hoeveel zij daarvoor willen betalen. Pas wanneer blijkt dat er ergens een goede markt voor is er een goede basis om de productie aan te passen.

#### Beschikbaarheid informatie

Over het onderwerp van dit rapport is het laatste half jaar veel geschreven. Door mijn afkomst van een varkenshouderij lees ik veel informatie in vakbladen. Hier neem ik waar dat er steeds meer aandacht komt voor het differentiëren van de productie. Er komen veel geluiden naar buiten van mensen die menen dat de sector het meeste toekomstperspectief heeft wanneer men op een andere wijze gaat concurreren. Er zijn inmiddels meerdere niches gecreëerd maar vooral op kleine schaal. Het Vion Star concept is het enige concept waarbij op een grootschalige wijze varkens worden geproduceerd en het productiesysteem is aangepast op wensen vanuit de markt. De vraag is waarom het zo lang duurt voordat varkenshouders daadwerkelijk aan de slag gaan met alle beschikbare informatie. Ondernemers zijn afwachtend en schakelen niet massaal over op andere manieren van produceren. Het grote knelpunt hierbij is in mijn optiek de link die gelegd moet worden met de markt. Ondernemers in de sector hebben geen ervaring met het zelf op de markt brengen van producten. Ook het Vion Star concept is uiteindelijk op de markt gebracht door Vion zelf. Verder

onderzoek zou zich kunnen richtten op varkenshouders die zelf de markt willen bedienen maar daarbij door gebrek aan ervaring veel problemen tegenkomen. Welke problemen komen zij tegen? Wie zou een helpende hand kunnen bieden? En op welke manier? Een dergelijk onderzoek zou in beeld kunnen brengen wat er moet gebeuren om ondernemers zelf meer actie te laten ondernemen.



## 8. Bronvermelding

- Beekman, J. (2009). Afzet berenvlees. (Elektronische versie). *Boerentaal*, 9, 18-21.  
<http://www.boerentaal.nl/referenties/2009/pdf/artikel%2014%20VB%20Slachten%20van%20Oberen%20okt%2009.pdf>
- Beef Site, The. *Global Consumption, Production and Trade Patterns*. Verkregen op 12 maart, 2011, via <http://www.thebeefsite.com/news/25863/cme-global-consumption-production-and-trade-patterns>
- Bodde, R., & Hooven ten, M. (2011). In 2020 zit 70 procent van de retailers op Good Farming Star. *Boerderij, Jaargang 96 nummer 39, blz. 18-20*.
- Centraal bureau voor de statistiek (1999). *Snel herstel varkensstapel*. Alphen aan den Rijn. Werf F. Koeman R.
- De Groene Belangenbehartiger. (2011). *NVV varkens- en biggenprijzen onderzoek: Jaarverslag 2010*. Hardenberg: de Groene Belangenbehartiger.
- Eenvandaag Opiniepanel (2009). Consument wil meer betalen voor diervriendelijk vlees. Hilversum
- Hoste, R., & Puister, L. (2009). *Productiekosten varkensvlees, een internationale vergelijking*. Verkregen op 12 maart, 2011, via Wageningen Universiteit website: <http://edepot.wur.nl/1782>
- Hoste, R., Bondt, N., & Ingenbeek, P. (2004). *Visie op de varkenskolom*. Verkregen op 19 maart, 2011, via Wageningen universiteit website: [http://www2.lei.wur.nl/publicaties/PDF/2004/PR\\_xxx/PR\\_04\\_05.pdf](http://www2.lei.wur.nl/publicaties/PDF/2004/PR_xxx/PR_04_05.pdf)
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2005). *Exploring Corporate Strategy*. Edinburgh. Prentice Halls.
- Houkema, R. (2003). *De status van het dier in de Nederlandse intensieve veehouderij*. Verkregen op 18 juli, 2011, Animal Freedom website via [http://www.animalfreedom.org/downloads/De status van het dier in de Nederlandse in tensieve veehoude.pdf](http://www.animalfreedom.org/downloads/De_status_van_het_dier_in_de_Nederlandse_intensieve_veehoude.pdf)
- ING economisch bureau, (2011). *Consument bepaalt succes ketenconcepten varkensvlees*. Amsterdam.  
[http://www.ing.nl/Images/Consument\\_bepaalt\\_succes\\_ketenconcepten\\_varkensvlees\\_juni\\_2011\\_tcm7-89848.pdf](http://www.ing.nl/Images/Consument_bepaalt_succes_ketenconcepten_varkensvlees_juni_2011_tcm7-89848.pdf)
- Moesker, S. (2011, Juli 25). Vleeshandel vrijwel stilgevalen. Verkregen op 28 juli, 2011, via [http://www.agd.nl/Artikel/570248/Vleeshandel-vrijwel-stilgevalen.htm?t\\_anon=none](http://www.agd.nl/Artikel/570248/Vleeshandel-vrijwel-stilgevalen.htm?t_anon=none)
- Nederlof, H.P. (1997). *Markteconomie: economische organisatievormen*. Utrecht. Lemma
- Swormink, B.K., & Hilkens, W. (2010). *Varkenshouderij, streven naar een gezonde balans*.

Sectorvisie ABN Amro. Rotterdam

Sumner, DA. (2009). *Recent commodity price movements in historical perspective*. California. Agricultural and Applied Economics Association

*VionFood marktconcepten*. (z.d.). Verkregen op 12 juli, 2011, van <http://www.vionfood.nl/nl/activiteiten/livestock-varkens/marktconcepten>

Wageningen Universiteit. (2010). *Vleesconsumptie Nederland en Wereld*. Wageningen. Verkregen op 18 juli, 2011 via [http://www.lei.wur.nl/NR/rdonlyres/76982FE1-281B-4D94-AE70-8D8FF25C6506/143030/VleesconsumptieNLenwereld\\_themaeiwittransitie1.pdf](http://www.lei.wur.nl/NR/rdonlyres/76982FE1-281B-4D94-AE70-8D8FF25C6506/143030/VleesconsumptieNLenwereld_themaeiwittransitie1.pdf)

## Bijlagen

### Uitbetalingsschema Compaxo

| Gewichtskortingtabel |       |
|----------------------|-------|
| Gewicht              |       |
| tm 50                | -0,64 |
| 51                   | -0,62 |
| 52                   | -0,60 |
| 53                   | -0,58 |
| 54                   | -0,56 |
| 55                   | -0,54 |
| 56                   | -0,52 |
| 57                   | -0,50 |
| 58                   | -0,48 |
| 59                   | -0,46 |
| 60                   | -0,44 |
| 61                   | -0,42 |
| 62                   | -0,40 |
| 63                   | -0,38 |
| 64                   | -0,36 |
| 65                   | -0,34 |
| 66                   | -0,32 |
| 67                   | -0,30 |
| 68                   | -0,28 |
| 69                   | -0,26 |
| 70                   | -0,24 |
| 71                   | -0,22 |
| 72                   | -0,20 |
| 73                   | -0,18 |
| 74                   | -0,16 |
| 75                   | -0,14 |
| 76                   | -0,12 |
| 77                   | -0,09 |
| 78                   | -0,06 |
| 79                   | -0,03 |
| 80 tm 103            | 0,00  |
| 104                  | -0,02 |
| 105                  | -0,04 |
| 106                  | -0,06 |
| 107                  | -0,08 |
| 108                  | -0,10 |
| 109                  | -0,12 |
| 110 tm 120           | -0,15 |
| 121 tm 130           | -0,20 |
| 131 tm 140           | -0,25 |
| 141 tm 150           | -0,30 |
| 151 tm 999           | -0,50 |

| Vleespercentage tabel |       |
|-----------------------|-------|
| Vlees %               |       |
| tm 45 %               | -0,41 |
| 46%                   | -0,35 |
| 47%                   | -0,29 |
| 48%                   | -0,25 |
| 49%                   | -0,21 |
| 50%                   | -0,17 |
| 51%                   | -0,13 |
| 52%                   | -0,09 |
| 53%                   | -0,07 |
| 54%                   | -0,04 |
| 55%                   | -0,01 |
| 56%                   | 0,00  |
| 57%                   | 0,01  |
| 58%                   | 0,00  |
| 59%                   | 0,00  |
| 60%                   | 0,00  |
| 61%                   | -0,03 |
| 62%                   | -0,03 |
| 63%                   | -0,03 |
| 64%                   | -0,05 |
| 65%                   | -0,05 |

| Type tabel |       |
|------------|-------|
| Type       |       |
| AA         | 0,02  |
| A          | 0,00  |
| B / C      | -0,05 |

## Uitbetalingsschema Vion: Good Farming Welfare Concept voor gelten en borgen

### Good Farming Welfare

Good Farming Welfare is het marktconcept van VION voor de afzet van bacon en vlees naar de retailmarkt in het Verenigd Koninkrijk.

### **Specificatie Good Farming Welfare Gelten en Borgen**

|                                            |                 |
|--------------------------------------------|-----------------|
| 82-103 kg<br>< 17 mm spek<br>≥ 54 mm spier | + 3,00 per stuk |
|--------------------------------------------|-----------------|

#### **Gewichtstabel**

| kg      | Korting per kg |
|---------|----------------|
| ≤ 61    | -0,60          |
| 62      | -0,55          |
| 63      | -0,50          |
| 64      | -0,45          |
| 65      | -0,41          |
| 66      | -0,37          |
| 67      | -0,33          |
| 68      | -0,29          |
| 69      | -0,25          |
| 70      | -0,21          |
| 71      | -0,18          |
| 72      | -0,15          |
| 73      | -0,12          |
| 74      | -0,10          |
| 75      | -0,08          |
| 76      | -0,06          |
| 77      | -0,05          |
| 78      | -0,04          |
| 79      | -0,03          |
| 80      | -0,02          |
| 81      | -0,01          |
| 82-103  | Basis          |
| 104     | -0,03          |
| 105     | -0,05          |
| 106     | -0,07          |
| 107     | -0,09          |
| 108     | -0,11          |
| 109     | -0,13          |
| 110     | -0,16          |
| 111     | -0,18          |
| 112     | -0,20          |
| 113-117 | -0,25          |
| 118-120 | -0,30          |
| 121-130 | -0,35          |
| ≥ 131   | -0,40          |

#### **Spek-tabel**

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| < 17        | 0,00             |
| 17,0 - 17,9 | -0,02            |
| 18,0 - 18,9 | -0,05            |
| 19,0 - 19,9 | -0,08            |
| 20,0 - 20,9 | -0,11            |
| 21,0 - 21,9 | -0,14            |
| 22,0 - 22,9 | -0,17            |
| ≥ 23        | -0,20            |

#### **Spier-tabel**

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| ≥ 54        | 0,00             |
| 53,9 - 52,0 | -0,02            |
| 51,9 - 50,0 | -0,03            |
| 49,9 - 48,0 | -0,06            |
| 47,9 - 46,0 | -0,09            |
| < 46        | -0,12            |

#### **Vleespercentage-tabel**

| %    | Correctie per kg |
|------|------------------|
| ≥ 56 | 0,00             |
| 55   | -0,01            |
| 54   | -0,02            |
| 53   | -0,03            |
| 52   | -0,04            |
| 51   | -0,05            |
| 50   | -0,06            |
| 49   | -0,08            |
| ≤ 48 | -0,10            |

|            |              |
|------------|--------------|
| Zwerfberen | -0,25 per kg |
|------------|--------------|



## Uitbetalingsschema Vion: Good Farming Welfare voor beren

### Good Farming Welfare Beren

Good Farming Welfare is het marktconcept van VION voor de afzet van bacon en vlees naar de retailmarkt in het Verenigd Koninkrijk.

#### Specificatie Good Farming Welfare Beren

|                                            |
|--------------------------------------------|
| 80-100 kg<br>< 17 mm spek<br>≥ 54 mm spier |
|--------------------------------------------|

#### Specificatie Good Farming Welfare Geiten

|                                            |                 |
|--------------------------------------------|-----------------|
| 82-103 kg<br>< 17 mm spek<br>≥ 54 mm spier | + 3,00 per stuk |
|--------------------------------------------|-----------------|

#### Gewichtstabel

|         | Beren            | Geiten           |
|---------|------------------|------------------|
| kg      | Correctie per kg | Correctie per kg |
| ≤ 61    | -0,60            | -0,60            |
| 62      | -0,60            | -0,55            |
| 63      | -0,60            | -0,50            |
| 64      | -0,55            | -0,45            |
| 65      | -0,50            | -0,41            |
| 66      | -0,45            | -0,37            |
| 67      | -0,41            | -0,33            |
| 68      | -0,37            | -0,29            |
| 69      | -0,33            | -0,25            |
| 70      | -0,29            | -0,21            |
| 71      | -0,25            | -0,18            |
| 72      | -0,21            | -0,15            |
| 73      | -0,18            | -0,12            |
| 74      | -0,15            | -0,10            |
| 75      | -0,12            | -0,08            |
| 76      | -0,10            | -0,06            |
| 77      | -0,08            | -0,05            |
| 78      | -0,06            | -0,04            |
| 79      | -0,05            | -0,03            |
| 80      | Basis            | -0,02            |
| 81      | Basis            | -0,01            |
| 82-100  | Basis            | Basis            |
| 101     | -0,06            | Basis            |
| 102     | -0,08            | Basis            |
| 103     | -0,12            | Basis            |
| 104     | -0,16            | -0,03            |
| 105     | -0,20            | -0,05            |
| 106     | -0,22            | -0,07            |
| 107     | -0,24            | -0,09            |
| 108     | -0,28            | -0,11            |
| 109     | -0,30            | -0,13            |
| 110     | -0,32            | -0,16            |
| 111     | -0,34            | -0,18            |
| 112     | -0,36            | -0,20            |
| 113-117 | -0,40            | -0,25            |
| 118-120 | -0,40            | -0,30            |
| 121-130 | -0,50            | -0,35            |
| ≥ 131   | -0,50            | -0,40            |

#### Spek-tabel

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| < 17        | 0,00             |
| 17,0 - 17,9 | -0,02            |
| 18,0 - 18,9 | -0,05            |
| 19,0 - 19,9 | -0,08            |
| 20,0 - 20,9 | -0,11            |
| 21,0 - 21,9 | -0,14            |
| 22,0 - 22,9 | -0,17            |
| ≥ 23        | -0,20            |

#### Spier-tabel

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| ≥ 54        | 0,00             |
| 53,9 - 52,0 | -0,02            |
| 51,9 - 50,0 | -0,03            |
| 49,9 - 48,0 | -0,06            |
| 47,9 - 46,0 | -0,09            |
| < 46        | -0,12            |

#### Vleespercentage-tabel

| %    | Correctie per kg |
|------|------------------|
| ≥ 56 | 0,00             |
| 55   | -0,01            |
| 54   | -0,02            |
| 53   | -0,03            |
| 52   | -0,04            |
| 51   | -0,05            |
| 50   | -0,06            |
| 49   | -0,08            |
| ≤ 48 | -0,10            |

## Uitbetalingsschema Vion: Good Farming Global Concept

### Good Farming Global

Good Farming Global is het marktconcept van VION waarin varkens en vlees voldoen aan specificaties van wereldwijde afnemers.

### Specificatie Good Farming Global

|               |
|---------------|
| 83-107 kg     |
| < 19 mm spek  |
| ≥ 57 mm spier |

### Gewichtstabel

| kg      | Correctie per kg |
|---------|------------------|
| ≤ 65    | -0,60            |
| 66      | -0,58            |
| 67      | -0,56            |
| 68      | -0,54            |
| 69      | -0,52            |
| 70      | -0,50            |
| 71      | -0,48            |
| 72      | -0,44            |
| 73      | -0,40            |
| 74      | -0,36            |
| 75      | -0,32            |
| 76      | -0,28            |
| 77      | -0,24            |
| 78      | -0,20            |
| 79      | -0,16            |
| 80      | -0,12            |
| 81      | -0,08            |
| 82      | -0,04            |
| 83-107  | Basis            |
| 108     | -0,02            |
| 109     | -0,04            |
| 110     | -0,06            |
| 111     | -0,09            |
| 112     | -0,12            |
| 113     | -0,15            |
| 114     | -0,18            |
| 115     | -0,21            |
| 116     | -0,24            |
| 117     | -0,25            |
| 118-120 | -0,30            |
| 121-130 | -0,35            |
| ≥ 131   | -0,40            |

|            |              |
|------------|--------------|
| Zwerfberen | -0,25 per kg |
|------------|--------------|

### Spek-tabel

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| < 19        | 0,00             |
| 19,0 - 19,9 | -0,03            |
| 20,0 - 20,9 | -0,06            |
| 21,0 - 21,9 | -0,09            |
| 22,0 - 22,9 | -0,12            |
| 23,0 - 23,9 | -0,15            |
| 24,0 - 24,9 | -0,18            |
| ≥ 25        | -0,20            |

### Spier-tabel

| mm          | Correctie per kg |
|-------------|------------------|
| ≥ 57        | 0,00             |
| 56,9 - 56,0 | -0,01            |
| 55,9 - 55,0 | -0,02            |
| 54,9 - 54,0 | -0,03            |
| 53,9 - 53,0 | -0,04            |
| 52,9 - 52,0 | -0,05            |
| 51,9 - 51,0 | -0,06            |
| 50,9 - 50,0 | -0,07            |
| 49,9 - 49,0 | -0,08            |
| 48,9 - 48,0 | -0,09            |
| 47,9 - 47,0 | -0,10            |
| 46,9 - 46,0 | -0,11            |
| 45,9 - 45,0 | -0,12            |
| 44,9 - 44,0 | -0,13            |
| 43,9 - 43,0 | -0,14            |
| 42,9 - 42,0 | -0,15            |
| < 42        | -0,16            |

### Vleespercentage-tabel

| %    | Correctie per kg |
|------|------------------|
| ≥ 56 | 0,00             |
| 55   | -0,01            |
| 54   | -0,02            |
| 53   | -0,03            |
| 52   | -0,04            |
| 51   | -0,05            |
| 50   | -0,06            |
| 49   | -0,08            |
| ≤ 48 | -0,10            |



# Uitbetalingsschema Hilckmann

## Gewichtskortingtabel Hilckmann

### Typetabel

### Kwaliteitstabel

| tabel M           |         |
|-------------------|---------|
| kortingen gewicht |         |
| gewicht           | korting |
| <=49              | -0,51   |
| 50                | -0,51   |
| 51                | -0,50   |
| 52                | -0,48   |
| 53                | -0,46   |
| 54                | -0,44   |
| 55                | -0,42   |
| 56                | -0,40   |
| 57                | -0,38   |
| 58                | -0,36   |
| 59                | -0,34   |
| 60                | -0,32   |
| 61                | -0,30   |
| 62                | -0,28   |
| 63                | -0,26   |
| 64                | -0,25   |
| 65                | -0,24   |
| 66                | -0,23   |
| 67                | -0,22   |
| 68                | -0,21   |
| 69                | -0,20   |
| 70                | -0,19   |
| 71                | -0,18   |
| 72                | -0,16   |
| 73                | -0,14   |
| 74                | -0,12   |
| 75                | -0,10   |
| 76                | -0,08   |
| 77                | -0,06   |
| 78                | -0,04   |
| 79                | -0,02   |
| 80-105            | 0,00    |
| 106               | -0,02   |
| 107               | -0,04   |
| 108               | -0,07   |
| 109               | -0,10   |
| 110               | -0,13   |
| 111-120           | -0,16   |
| 121-125           | -0,20   |
| 126-130           | -0,24   |
| 131-140           | -0,28   |
| >140              | -0,32   |

| Inhoudingen excl. transportverzekering |        |
|----------------------------------------|--------|
| Heffing PVE                            | € 0,22 |
| Premie CBS                             | € 0,44 |
| Classificatie CBS                      | € 0,33 |
| Overige inhoudingen                    | € 1,25 |

| Destructiekosten               |         |
|--------------------------------|---------|
| dood aangevoerd                | € 7,95  |
| Afgekeurd rekening leverancier | € 29,04 |

| Zwerfberen      |         |
|-----------------|---------|
| korting per kg. | € -0,18 |

| Typetabel |         |
|-----------|---------|
| type      | toeslag |
| A         | 0,00    |
| AA        | 0,02    |
| B/C       | -0,05   |

| Kwaliteitstabel |         |
|-----------------|---------|
| vls%            | toeslag |
| <= 45           | -0,41   |
| 46              | -0,35   |
| 47              | -0,29   |
| 48              | -0,25   |
| 49              | -0,21   |
| 50              | -0,17   |
| 51              | -0,13   |
| 52              | -0,09   |
| 53              | -0,07   |
| 54              | -0,04   |
| 55              | -0,01   |
| 56              | 0,00    |
| 57              | 0,01    |
| 58              | 0,00    |
| 59              | 0,00    |
| 60              | 0,00    |
| 61              | 0,00    |
| 62              | 0,00    |
| 63              | 0,00    |
| >=64            | 0,00    |

