

Tuinders: machtsmisbruik supermarkten

Tuinders maken verlies en supermarkten winst. Machtsmisbruik, zeggen telers. Vraag en aanbod, zegt de grootgrutter. De partijen moeten alles eerlijk delen, zegt de minister.

**Door onze redacteur
HANS VAN DER LUGT**

ROTTERDAM, 13 JAN. Er is een excessieve machtsconcentratie bij de supermarkten en het is tijd dat de mededingingsautoriteit dit onder de loep neemt. Niet alleen om consumenten te beschermen, maar opdat tuinders in leven blijven. Dit stelt Albert Jan Maat, voorzitter van de Land- en Tuinbouw Organisatie (LTO).

Maat reageert op een vandaag verschenen rapport van het Landbouw Economisch Instituut (LEI) over de winstmarges die tuinders, handelaren en supermarkten halen op tomaten, komkommers en

ander groenten uit de kas. Van de eerste zeven jaren van deze eeuw maakten tuinders maar één jaar winst. Supermarkten en handelshuizen draaien daarentegen met een stabiele netto winstmarge van 2 à 3 procent per jaar.

Hoe kan een sector jarenlang verlies maken en toch bestaan? „Wij berekenen een norminkomen voor de ondernemer”, zegt Frank Bunte van het LEI, „maar als het slecht gaat zal de tuinder met minder genoegen nemen.”

De afgelopen jaren is deze markt fundamenteel veranderd, stelt het LEI: transparantie is afgenomen en de voorwaarden voor volkomen concurrentie bestaan niet langer. Cruciaal is de grotere rol die supermarkten opeisen. Drie inkoopcombinaties (Albert Heijn, Superunie en Schuitema) hebben driekwart van de markt voor verse groenten in handen.

Grote supermarkten willen een grote en stabiele aanvoer en willen niet op een veiling bieden, karretje na karretje. Het gebruik van de

veilingklok is dus vrijwel geheel verdwenen. Veilingen zijn handelshuizen geworden.

Supermarkten „spelen goede ondernemers in de tuinbouw tegen elkaar uit” in een wereld waar alleen „het recht van de sterkste geldt”. Dit zei minister Verburg (Landbouw, CDA) vorige week tijdens een nieuwjaarstoespraak

‘De winst wordt niet evenredig verdeeld.’

Landbouwminister Verburg.

voor het Productschap Tuinbouw. „Er is wel zeker een marge, maar die marge wordt niet evenredig verdeeld”, meende Verburg. De winst is „niet terechtgekomen bij de leveranciers, maar vooral bij de supermarkt en de handel.”

Volgens Maat van de LTO zou het goed zijn als de mededingingsautoriteiten eens gingen kijken

naar de rol van de supermarkten. Maat levert kritiek op eurocommissaris Kroes (Mededinging) want „haar houding is dat sterke supermarkten goed zijn voor de consument”, zegt Maat. Kroes moet niet alleen naar de consument kijken, maar ook naar de tuinders want „er is geen enkel evenwicht meer in de markt”.

De huidige situatie is ongezond, stelde Verburg vorige week, en moet veranderen. Ze riep alle spelers op om met elkaar in gesprek te gaan. Partijen moeten kijken „naar mogelijkheden om de marges in de keten zorgvuldig te verdelen”, aldus Verburg.

Als partijen onderling zulke afspraken gaan maken wordt het pas echt tijd om de mededingingsautoriteiten te waarschuwen, zegt Marc Jansen, directeur Consumentenzaken van het Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel (CBL), de koepel van supermarkten. Hij kan zich niet voorstellen dat bedrijven de winstmarges die ze op bepaalde producten verdie-

nen zomaar aan concurrenten prijs zullen geven. Uiteindelijk is de prijs een kwestie van vraag en aanbod, zegt Jansen. „Het is in niemands belang dat we elkaar de nek omdraaien, maar de economie is op individueel niveau keihard. Dat weten we allemaal, anders wordt je geen ondernemer.”

De LTO kijkt intussen naar de mogelijkheden van machtsconcentratie aan aanbodzijde. Telers zouden door samenwerking een speler moeten creëren die zeker de helft van het aanbod bundelt, zegt Maat. „Daarnaast moeten we meer infiltreren in de rest van de keten waar de winsten worden gemaakt”, aldus Maat.

Jansen van het CBL maakt zich niet direct zorgen. Het verleden toont dat dit niet heeft gewerkt, zegt hij. Ooit had handelshuis The Greenery namelijk zo'n driekwart van de aanvoer in handen, maar dit viel snel uiteen wegens onderling wantrouwen. „Telers kiezen ook voor een halve cent een ander afzetkanaal”, zegt Jansen.