

Straks houdt de boer het nog voor gezien

Boeren zijn geen partij meer voor supermarkten en verwerkers van hun producten. Straks stoppen ze en zijn we overgeleverd aan enkele grote investeerders, zegt **Dick Veerman**.

Zes inkooporganisaties van supermarkten bepalen voor 70 procent wat ons land thuis eet. 75 duizend boeren, ongeveer 6.000 verwerkers en 1.500 handelsorganisaties moeten door hun fuik om etenswaar te kunnen verkopen aan 16,5 miljoen mensen in Nederland. In andere ontwikkelde landen is het niet anders. Dat heeft consequenties.

Een handjevol inkopers kan kiezen uit duizenden boeren die allemaal dezelfde tomaten, varkens, aardbeien, aardappelen en komkommers verkopen. Onze open markten maken hun keuze nog ruimer. Dus als paprika's, komkommers en tomaten uit het Spaanse Almeria goedkoper zijn, dan laten ze die uit ons eigen Westland liggen. Van daarginds zijn ze vaak goedkoper, ondanks een reisje van 2.000 kilometer en vrachtwagens die 1 liter diesel op iedere 3 van die kilometers verstoken.

Dit voorjaar klaagden aardbeientelers over de waterige en zure Spaanse aardbeien die onze supers verkochten voordat hun Hollandse daar lagen. Hebben Spanjaarden dan alleen van die waterige zure? Welnee, maar die kwaliteit vonden de inkopers goed genoeg. De consument wil een aardbei, dus hij moet niet zeuren.

Verwerkers maken van boerenproducten als rogge, aardbeien, kippen, varkens, melk, groenten en fruit de kant-en-klare producten die we thuis eten. Uit hun fabrieken komen brood, boter, jam, gebraden kippen, kazen, vleeswaar, gesneden groenten, komkommersalade, chips, beschuiten, snelklaar aardappelpartjes, crackers, vruchtensappen, limonades en nog veel meer. Behalve het handjevol wereldwijd opererende eetfabrieken voor lang houdbare spullen als Unilever, Procter & Gamble, Nestlé, Sara Lee en Danone, zitten de verwerkers in hetzelfde schuitje als de boeren. Omdat ze altijd meer dan genoeg concurrenten hebben die hetzelfde kunnen maken als zij, spelen inkopers hen tegen elkaar uit.

Zelfs met de grootste A-merken lukt hun dat. Afgelopen jaar ruzieden de Belgische super Delhaize met Unilever en onze eigen Albert Heijn met Vrumona (Heineken) over hun inkooprijzen. Hoe dit soort gevechten is opgelost, wordt nooit bekendgemaakt, al weet iedere supermarktkenner dat ze in het nadeel van de merkfabrikant uitvallen. Over Vrumona wordt gefluisterd dat het 20 procent van zijn omzet zou verliezen als het niet bij AH op het schap was teruggekeerd. Daarom wint de super. Hij heeft de winkels en de klanten en weet dat consumenten trouwer zijn aan een winkel dan aan het merk van een leverancier. Als hij maar voldoende vertrouwde spullen op het schap houdt, kan hij om de beurt zelfs de allergrootste leve-

ranciers de duimschroeven aan-draaien.

Je zou denken dat eten er steeds goedkoper van wordt. Een hele ge-braden kip in de aanbieding kost minder dan een zak kattengrit. Gratis in de natuur getapt mine-raalwater kost meer dan een pak melk.

Maar kijk even verder, want je blijkt duur uit als je weet hoe de prijs is opgebouwd. Voor een kilo uien krijgt een boer nauwelijks 2 cent. Ook al is dat het gevolg van overaanbod, bij de super liggen ze nog steeds voor 89 cent. Met netje erom, dat wel. Een kilo varken levert de boer 1,45 euro op. Het tot worst gedraaide restvlees van zeg maar 70 cent kost bij de super zo-maar 14,50 euro per kilo. Die koopt het in voor minder dan 3 euro - in onsjes gesneden, verpakt en ge-stickerd. Daar doet de slager dus al het werk voor wat we 'waardetoe-voeging' noemen. Na de slager ge-beurt er niets meer met die pakjes worst. Niettemin betaal je er in de super fors meer voor. Aan een ki-lootje trostomaten hoeft alleen maar een bakje te worden toege-voegd. Die kilo verlaat de kas op dit moment voor 15 cent. Bij de super betaal je een euro of 3. Daar zit een

factor 20 tussen. Een koker Pring-les van 165 gram kost 1,99 euro. De aardappelpulp waarvan ze van ge-maakt zijn, kost een cent of 2. Zit daar een waardetoevoeging tus-sen van een factor 100?

Boeren verkopen onder hun kostprijs. Hun verwerkers worden kort gehouden. De supers bepalen het spel. Dat is het onbedoelde, maar logische effect van drie facto-ren:

- het voedselbeleid dat westerse overheden na de Tweede Wereld-oorlog hebben gevoerd.
- de manier waarop supermark-ten hun winkels runnen.
- het ontstaan van multinationa-le giganten als gevolg van de sinds decennia uiterst competitieve markt voor etenswaren.

Om de economie aan te jagen, moest eten goedkoop worden, zo-dat mensen geld overhielden om te besteden aan kleren, auto's en al dat andere waar we inmiddels aan gewend zijn. Met subsidies en be-schermingsmaatregelen kwam een beleid tot stand dat ervoor zorgde dat te veel boeren te veel van hetzelfde produceerden.

De subsidies worden inmiddels afgebouwd, maar de boeren en hun niet-multinationale verwer-

kers zitten met de gebakken pe-ren. Het probleem is dat hun eind-afnemers oneindig veel groter zijn geworden dan zichzelf en ze elkaar moeten beconcurreren. Om mee te kunnen, moeten ze van hun banken groter en dus goedkoper worden dan hun collega's. De su-pers zal het een zorg zijn, want ze weten dat er altijd duizenden boe-ren zullen blijven. In Europa zul-len de ruim tachtig inkooporgani-saties van supers fuseren of sa-menwerken om hun inkoop-macht verder te vergroten en hun leveranciers verder op achter-stand te zetten.

Supers denken niet in marge per product, maar in marge op je kas-sabon. Hun assortiment bestaat uit lokkers, basisspullen en marge-makers. Bier, koffie, wc-papier en waspoeder en ander houdbaar met een merk erop worden in de reclame vaak onder de kostprijs verkocht. Dat verlies wordt terug-gehaald op andere delen van het assortiment, met name op groen-ten en fruit, brood, kaas en vlees-waar. Precies de producten dus die het dichtst staan bij de boer en diens kleinere verwerkers. De winst die de boereneconomie toe-komt, bloedt weg naar andere ca-

tegorieën. Daar zit het drama.

Net als in elektronica en auto's zijn er in voeding een paar grote mondiale producenten komen bovendien. Ze maken hun etenswaren in één fabriek voor de hele wereld, waardoor de kosten zo laag zijn dat ze zelfs opwegen tegen de kostbare logistiek die dat met zich meebrengt. Maar ook zij hebben last van de lage en zelfs negatieve marge die de supers op hun producten maken. Daarom moeten ze kosten besparen of winstmakers

FOODLOG.NL

Komende week start de 7-delige debatserie 'De toekomst van de landbouw en ons voedsel', georganiseerd door Biologica en het Centrum voor Landbouw en Milieu. Het eerste debat vindt plaats op 22 september in de Rode Hoed in Amsterdam onder leiding van Felix Rottenberg. Volkskrant-lezers kunnen voor 40 euro een passe-partout aanvragen voor alle zeven debatten, inclusief hapjes. Foodlog.nl verslaat de discussie met de inleiders online.

ontwikkelen die niets kosten, zoals Pringles. Het is niet zo gek dat we steeds dikker worden, want reclamemakers moeten ervoor zorgen dat we van zulke producten flink dooreten. Desnoods voorzien ze die van de claim dat ze gezonder zijn dan hun ongezondere varianten, zoals Vrumona deed met z'n Vitaminwater, een gesuikerde variant van Sourcy mineraalwater. Wie nog niet begrepen had waarom producten tegenwoordig gezondheidsclaims hebben, begrijpt het nu.

Moeten we het nu gaan hebben over die zielige boer, de ons belazende voedingsindustrie en die kwaai super? Nee. Zo heeft het spel zich nou eenmaal ontwikkeld. We moeten nadenken over de gevolgen van het feit dat onze boeren geen partij meer zijn voor hun eindafnemers. Ook niet als ze consolideren en tien of zelfs vijftig maal zo groot worden als nu. De vraag moet gesteld worden hoe lang boeren nog doorgaan met boeren als ze doorkrijgen dat ze de gewenste goedkoopte niet meer kunnen bijbenen en er heel andere ontwikkelingen gaande zijn.

Toen afgelopen winter naar buiten kwam dat Daewoo Logistics

letterlijk de helft van Madagaskar wilde overnemen voor landbouwdoeleinden, werd tevens bekend dat in korte tijd 8 miljoen hectare landbouwgrond in Afrika, Zuid-Amerika, de Oekraïne, Rusland en Australië is opgekocht door enkele Arabische, Chinese en Zuid-Koreaanse investeerders. Dat is een gebied dat 2,3 maal zo groot is als Nederland en 4,2 keer zo groot als ons landbouwareaal. Het is waarschijnlijk dat het om nog aanmerkelijk meer gaat. Dat is nog eens consolideren! Dergelijke investeerders kunnen zorgen voor ongehoorde volumes in gewassen en dieren voor vleesproductie waar de boer zoals wij die kennen niet meer tegenop kan. Het kan ertoe leiden dat onze boeren ophouden met produceren, zoals ook de scheepsbouw en zware metaalindustrie uit ons land verdwenen.

Is dat erg? Ja, want als we zijn wat we eten en weten hoe dat rendabel wordt gemaakt, dan kunnen we maar beter niet alles in handen van een paar investeerders leggen. Daar moeten we het over hebben voor het per ongeluk al zover is.

Dick Veerman is oprichter van Foodlog.nl.