

Haalbaarheidsstudie van een aardbeienbedrijf

Ine BRANDS

promotor :
Prof. dr. Ghislain HOUBEN

*El éxito se determina no por lo que consigues
al alcanzar tus metas, sino por aquello en lo
que te conviertes al alcanzarlo ...*

Voorwoord

Ik wens langs deze weg mijn oprechte dank te betuigen aan al degenen die deze thesis mogelijk hebben gemaakt door een stimulerende invloed en/of een actieve bijdrage.

In de eerste plaats gaat mijn dank uit naar mijn promotor, Prof.dr.G.Houben voor zijn begeleiding, tijd en oriëntatie bij dit leerrijk onderzoek.

De sympathieke en openlijke medewerking van de geïnterviewden leverde een onmisbare bijdrage aan deze eindverhandeling.

Tenslotte wens ik een speciaal woord van dank te richten tot mijn naasten. Altijd werd ik door mijn lieve ouders gesteund en aangemoedigd. Ik genoot een goede opvoeding waarvan ik naast mijn diploma de vruchten zal plukken. In het bijzonder wil ik Lieve en Yves bedanken om mij steeds bij te staan en in mij te blijven geloven, ook in de periodes waarin alles minder vanzelfsprekend was.

Samenvatting

In deze eindverhandeling wordt getracht een ondernemingsplan uit te werken voor een bedrijf gespecialiseerd in het telen van aardbeien.

Het **eerste hoofdstuk** bevat een uitdieping van de probleemstelling met bijhorende onderzoeksvragen die in deze eindverhandeling behandeld worden. Verder worden de gebruikte onderzoeksmethoden doorgenomen.

Hoofdstuk twee haalt de theorie aan met betrekking tot het ondernemingsplan. De indeling van het ondernemingsplan uitgewerkt in deze eindverhandeling is gebaseerd op de rangschikking van Houben en Van Looy (1995). Achtereenvolgens worden het marketingplan, het productieplan, het personeelsplan en het financieel plan besproken.

De theoretische richtlijnen worden toegepast in de praktijk door middel van het opstellen van een ondernemingsplan voor een aardbeienbedrijf. Als vertrekbasis wordt in **hoofdstuk drie** een algemeen beeld geschetst middels situering van de sector in de Belgische en Europese context. Hierin wordt eerst cijfermateriaal gegeven omtrent de Belgische arealen aardbeien, de productie en aanvoer bij de veilingen en enkele bedrijfskarakteristieken. Verder wordt de buitenlandse handel in aardbeien beschreven met behulp van in- en uitvoergegevens en de aardbeiproducerende landen van Europa.

Ook in de land- en tuinbouw is de keuze van de ondernemingsvorm bepalend voor verschillende bedrijfseconomische aspecten. **Hoofdstuk vier** bespreekt de verschillen tussen het ondernemen als natuurlijke persoon en het ondernemen als rechtspersoon in de land- en tuinbouw. Onder meer de eenmanszaak, de samenuitbating of burgerlijk maatschap en de verschillende

vennootschappen komen aan bod met hun voor- en nadelen.

Het eerste plan, het marketingplan, wordt behandeld in **hoofdstuk vijf**. Vooreerst wordt een beschrijving gegeven van het productengamma, meer bepaald de verschillende variëteiten op de Belgische markt. Vervolgens wordt de markt geanalyseerd met een beschrijving van de consument, de trends waarop kan worden ingespeeld door middel van marktsegmentatie en productdifferentiatie en de verwerkingsindustrie als zijnde eindafnemer van verse aardbeien. Daarna wordt de concurrentie besproken die wordt opgesplitst in vijf soorten, namelijk directe concurrentie, leveranciers, afnemers, substituten en potentiële toetreders. Uiteindelijk wordt een verkoopplan opgemaakt. Hierin wordt het productbeleid, het distributiebeleid, het prijsbeleid en het publiciteitsbeleid bepaald. Om af te sluiten worden de sterktes, de zwaktes, de kansen en bedreigingen, afgeleid uit het voorgaande, gebundeld.

Het productieplan, uitgediept in **hoofdstuk zes**, bevat een beschrijving van de uit te voeren taken tijdens het productieproces en bij de verschillende teeltsystemen. Voorts worden de voorraadpolitiek, de kwaliteitscontrole, de vestigingsplaats, de vergunningen en de uitbestedingen kort aangehaald.

Hoofdstuk zeven licht het personeelsplan toe. Dit vierdelig plan omvat het organogram, de personeelsplanning, de sociale administratie en de beloning. Hierbij wordt nog een fragment toegevoegd dat een inzicht geeft in de inkomens in de land- en tuinbouw, meerbepaald in de aardbeiensector.

Als sluitstuk van elk ondernemingsplan, wordt in **hoofdstuk acht** het financieel plan uitgewerkt. Omdat dit onderzoek handelt over een sector kan de normale indeling, zoals beschreven in hoofdstuk twee, niet gevolgd worden. Eerst wordt er dieper ingegaan op de fiscaliteit. Specifiek voor de land- en tuinbouw, is een speciale regeling uitgewerkt die hier wordt besproken met voor- en nadelen. Tot slot wordt voor vier teelten (openluchtteelt, verlate teelt, teelt onder tunnels en teelt in serres) een kostenraming gemaakt. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een investeringsplan en een exploitatiebegroting.

In het **negende hoofdstuk** wordt een algemeen besluit voorgesteld, waarin de voornaamste conclusies worden getrokken.

Inhoudsopgave

Lijst van figuren	x
Lijst van tabellen	xi
I Literatuurstudie	1
1 Inleiding	2
1.1 Situering	2
1.2 Centrale onderzoeksvraag	2
1.3 Onderzoekmethodologie	3
2 Het ondernemingsplan	4
2.1 Definitie	4
2.2 Inhoud ondernemingsplan	5
2.2.1 Het marketingplan	5
2.2.2 Het productieplan	9
2.2.3 Het personeelsplan	11
2.2.4 Het financieel plan	14
II Praktijkstudie	17
3 Situering van de sector	18
3.1 De aardbeiensector in België	18
3.1.1 Arealen	19

3.1.2	Productieomvang en aanvoer	20
3.1.3	Bedrijfskarakteristieken	24
3.2	De buitenlandse handel in aardbeien	24
3.2.1	Export, import en handelsbalans van de Belgische aardbeienteelt . . .	24
3.2.2	Aardbeienteelt in Europa	26
4	Het juridische kader	28
4.1	Ondernemingsvormen	28
4.1.1	Ondernemen als een natuurlijke persoon	28
4.1.2	Ondernemen als rechtspersoon	30
4.1.3	Toegepast op de fruitsector	33
5	Het marketingplan	36
5.1	Het productengamma	36
5.2	De markt	38
5.2.1	De consument	38
5.2.2	Trends in de markt	41
5.2.3	Productdifferentiatie	43
5.2.4	De verwerkende industrie	46
5.3	De concurrentie	46
5.3.1	Directe concurrentie	47
5.3.2	Macht van de leveranciers	54
5.3.3	Macht van de afnemers	54
5.3.4	Substituten	55
5.3.5	Potentiële toetreders	56
5.4	Het verkoopplan	57
5.4.1	Product	57
5.4.2	Plaats - Distributiekkanalen	59
5.4.3	Prijsbeleid	68
5.4.4	Promotie	70
5.5	De SWOT-analyse	74

6	Het productieplan	77
6.1	Het productieproces	77
6.1.1	De teeltsystemen	79
6.1.2	Planttypes	84
6.2	Voorraadpolitiek	85
6.3	Kwaliteitscontrole	85
6.4	Vestigingsplaats	87
6.5	Diverse Reglementeringen	88
6.6	Uitbestedingen	89
7	Het personeelsplan	90
7.1	Het organogram - samenstelling van het managementteam	90
7.2	Personeelsplanning	92
7.2.1	Teelt in volle grond	92
7.2.2	Substraat	94
7.3	Seizoenarbeid	95
7.3.1	De beloning	96
7.3.2	Sociale Administratie	96
7.4	Inkomens	97
7.4.1	Instabiele inkomens	97
7.4.2	Lage inkomens	99
8	Het financieel plan	101
8.1	Fiscaliteit in de fruitsector	101
8.1.1	De werkelijke aangifte	102
8.1.2	De forfaitaire aangifte	103
8.1.3	De vennootschapsbelasting	107
8.1.4	De Belasting op de Toegevoegde Waarde (BTW)	108
8.2	Het investeringsplan	109
8.2.1	Investeringen voor de substraatteelt onder glas	110
8.2.2	Investeringen voor teelt in volle grond	119
8.2.3	Investeringen voor teelt onder tunnels	120

8.3 De exploitatiebegroting	121
8.4 Samenvattende tabel	137
9 Conclusies en aanbevelingen	139
Bronvermelding	143
Bijlagen	151

Lijst van figuren

3.1	Jaarlijkse aanvoer in kg en de gemiddelde prijs van aardbeien	22
3.2	Evolutie van de productiespreiding van aardbeien	22
3.3	Evolutie in de productie (ton) in de beschermde teelt en de openluchtteelt . .	23
3.4	Evolutie in het areaal (hectare) van beschermde teelt en openluchtteelt	23
5.1	Aanvoer van de verschillende variëteiten in het jaar 2005	37
5.2	De besteding en volume per capita en de gemiddelde prijs per kg van de aardbei	39
5.3	De frequentie van het verbruik van aardbeien tijdens het hoogseizoen	40
5.4	De frequentie van het verbruik van aardbeien op jaarbasis	40
5.5	De doorslaggevende factoren bij aankoop van aardbeien	44
5.6	De evolutie in de consumptie van fruitsoorten	55
5.7	De afzetstructuur van verse groenten en fruit	60
5.8	De aanvoer van aardbeien per veiling (voor het jaar 2003)	63
5.9	Het verschil in prijs aan de klok en de rechtstreekse verkoop aan consument .	67
6.1	De aanvoerspreiding van de verschillende variëteiten in kg	78

Lijst van tabellen

3.1	De arealen aardbeienteelt in België (uitgedrukt in ha)	19
3.2	De arealen aardbeienteelt in het Vlaams gewest voor 2004 (uitgedrukt in ha)	20
3.3	De arealen aardbeienteelt in het Waals gewest voor 2004 (uitgedrukt in ha) .	20
3.4	De productie in ton en het areaal in hectare	21
3.5	Het aantal bedrijven per bedrijfsomvang	24
3.6	De Belgische export, import en handelsbalans van aardbeien	25
3.7	De productie, export en import van enkele Europese landen (2004)	26
3.8	De evolutie in de afzetgebieden van Belgische aardbeien	27
4.1	Overzichtstabel van de verschillende ondernemingsvormen en hun kenmerken	35
5.1	Het aandeel van fruitsoorten in het thuisverbruik in België voor 2004	38
5.2	De consumptie van fruit per leeftijdscategorie (2002)	41
5.3	Het areaal en de productie van Spanje, Frankrijk, Italië en Polen	50
5.4	Het areaal en de productie van Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Zweden en Noorwegen	51
5.5	Evolutie in de import van de belangrijkste afzetgebieden	52
5.6	Het areaal en de productie van Marokko, Egypte, Turkije en Rusland	53
5.7	De verschillende veilingen	62
5.8	De distributiekkanalen van vers fruit (in% op basis van het volume)	65
5.9	De distributiekkanalen van de verse aardbei (in% op basis van het volume) . .	66
6.1	Plant- en oogsttijden voor een serreteelt op substraat	81
6.2	Een jaar rond aardbeien telen	82

7.1	Arbeidsinzet voor een teelt in volle grond	93
7.2	Arbeidsinzet voor een verlate teelt	93
7.3	Arbeidsinzet voor een tunnelteelt nieuwe planting	94
7.4	Arbeidsinzet voor een serreteelt met 3 oogsten - 2 plantingen	94
7.5	Het gemiddeld ondernemersinkomen van een aardbeienbedrijf voor de jaren 1999-2003	99
8.1	Een overzicht van de keuzemogelijkheden inkomstenbelastingen	101
8.2	De semi-brutowinsten, gemiddelde productie en aftrekbare loonkost per are in het barema	104
8.3	Voor- en nadelen van het barema	107
8.4	Investeringen voor de constructie	112
8.5	Investeringen voor de verwarming	114
8.6	Investeringen voor automatisatie	117
8.7	Andere investeringen	118
8.8	Investeringen voor teelt in volle grond	120
8.9	Investeringen voor teelt onder tunnels	121
8.10	Scenario-analyse voor de vier teelten	123
8.11	Prijzen van de aardbeienplanten per variëteit	125
8.12	Kostprijs van verpakkingsmateriaal	127
8.13	Samenvattende tabel kostenstructuur - absolute gegevens	138
8.14	Samenvattende tabel kostenstructuur - relatieve gegevens	138

Tabel met afkortingen

ADSL Asymmetric Digital Subscriber Line

APAQW Agence Wallonne pour la Promotion de l'Agriculture de Qualité

B2B Business to Business

B2C Business to Consumer

BFO Belgische Fruittelers Organisatie

BVBA Besloten Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid

DIMONA Déclaration IMmédiate - ONmiddellijke Aangifte

EBVBA Eenpersoonsvennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid

ECGF Europees Centrum voor Groenten en Fruit

Eurostat Statistical Office of the European Communities

Faostat Food and Agricultural Organization of the United Nations, statistical databases

GAP Good Agricultural Practice

GMO Gemeenschappelijke Marktordening

GOM Gemeenschappelijke Marktordening

ISDN Integrated Services Digital Network

JIT Just-in-Time

LAVA Logistieke en Administratieve Veilingassociatie

LEI Landbouweconomisch Instituut

LV Landbouwvennootschap

MRP Materials requirements planning

NIS Nationaal Instituut voor de Statistiek

NV Naamloze Vennootschap

NVGP Nationaal Voedings- en Gezondheidsplan

OVAM Openbare Vlaamse Afvalstoffen Maatschappij

PMA Produce Marketing Association

ST Serreteelt

SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

TT Tunnelteelt

Unizo Unie van Zelfstandige Ondernemers

USP Unique Selling Position

VAC Vlaams Agrarisch Centrum

VAK Volwaardige arbeidskracht

VBT Verbond van Belgische Tuinbouwveilingen

VG Teelt in volle grond

VILT Vlaams Informatiecentrum over Land- en Tuinbouw

VLAM Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing

VLIF Vlaams Landbouwinvesteringsfonds

VT Verlate teelt

Deel I

Literatuurstudie

Hoofdstuk 1

Inleiding

1.1 Situering

De aardbeienteelt in België is slechts een klein aandeel van de totale Europese productie. Naast landen zoals Spanje met een jaarlijkse productie die veel groter is dan deze van België, blijft ons land een belangrijke speler op de markt van de aardbeien. Het areaal in binnen- en buitenland blijft jaarlijks stijgen. Prijsdalingen zijn er als gevolg van een stijgende concurrentie in een markt, die uitsluitend gebaseerd is op het principe van vraag en aanbod. Samen met enkele andere knelpunten is het voor de teler alsmaar moeilijker om het hoofd boven water te houden en stijgt het belang om producten af te leveren aan perfecte kwaliteit. Uit statistieken kan worden afgeleid dat het aantal aardbeienbedrijven daalt en tegelijkertijd is een stijging van het aantal hectare per bedrijf te noteren. Enkele knelpunten in deze sector zijn het tekort aan seizoenarbeiders tijdens piekmomenten, hoge loonkosten, nood aan diversificatie in de teelt, stijgende productiekosten per jaar door onder meer technologische veranderingen, buitenlandse concurrentie, ruimtelijke ordening van landbouwbedrijven en de gecompliceerde milieuwetgeving.

1.2 Centrale onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag, die centraal staat in dit onderzoek, luidt als volgt:

“Wat is de haalbaarheid van een startend aardbeienbedrijf?”

Om deze onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, wordt het onderzoek in de vorm van een ondernemingsplan gegoten bestaande uit 5 onderdelen.

1. het juridisch kader;
2. het marketingplan;
3. het productieplan;
4. het personeelsplan;
5. het financieel plan.

1.3 Onderzoekmethodologie

Het eerste deel van deze eindverhandeling is gebaseerd op een literatuuronderzoek. Hierin zal kort het theoretische concept van een ondernemingsplan besproken worden. De vier grote pijlers hierin zijn het financieel plan, het marketingplan, het personeelsplan en het productieplan. Hiervoor wordt beroep gedaan op secundaire bronnen, zoals literatuur, juridische bronnen en brochures van de nodige instanties. Ook het internet vormt een belangrijke bron van informatie.

Het tweede deel bestaat uit een praktisch onderzoek waarna het ondernemingsplan wordt uitgewerkt als zijnde richtlijn voor een aardbeienbedrijf. Hier wordt geen gebruik gemaakt van een gevalstudie maar getracht zich te richten op de volledige sector. Na een verdieping in de sector door middel van een bedrijfsbezoek, wordt het onderzoek gebaseerd op gespecialiseerde vakliteratuur, jaarverslagen en interne informatie van verschillende betrokken instanties en boekhoudkundige informatie. Ter aanvulling van de literatuurstudie worden enkele bevoorrechte getuigen geïnterviewd. Op basis van gesprekken met deze betrokken mensen, zoals onder meer personen uit veilingen, aardbeientelers en verschillende instanties, wordt bijkomende informatie bekomen.

Hoofdstuk 2

Het ondernemingsplan

2.1 Definitie

“Het ondernemingsplan is het instrument bij uitstek om op een kwalitatieve en kwantitatieve manier de eigen onderneming voor te stellen, hierbij rekening houdend met wat de onderneming in de toekomst wil bereiken en hoe ze dat wil bereiken” (Tijdnet, 2005).

Zowel startende ondernemers als bedrijven in volle groei hebben nood aan een ondernemingsplan. Volgens Houben en Van Looy (1995) wordt best een plan opgesteld wanneer een bedrijf wordt opgestart, bij een marktverruiming, als onderbouw bij een belangrijke investering, bij nood aan nieuw kapitaal of bij een fusie of een overname. Bovendien is het opstellen van een financieel plan (dit is een onderdeel van het ondernemingsplan) door de wet verplicht indien een Naamloze Vennootschap (NV, Art. 440 W. Venn.), een Besloten Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid (BVBA, Art. 215 W. Venn.) of een Coöperatieve Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (CVBA, Art. 391 W. Venn.) wordt opgericht. Het belang van een goed uitgewerkt ondernemingsplan mag niet onderschat worden. Volgens Sleuwaegen (1997) en Unizo (Unizo, 2005) brengt het opstellen van een ondernemingsplan drie grote voordelen met zich mee:

Ten eerste stelt de ondernemer best een plan op als leidraad **voor zichzelf**. Door het neerschrijven van de marketing-, financiële en organisatorische aspecten krijgt hij meer inzicht in de haalbaarheid van zijn idee. Het dwingt hem op een gestructureerde manier na te denken

over al de facetten van de onderneming. “Van idee naar concept” stelt Unizo (Unizo, 2005). Door na te gaan wat de sterke en zwakke punten zijn, kan de richting voor de toekomst aangegeven worden. Op die manier kan het risico van een opstart beter ingeschat worden. Wanneer van het juiste pad wordt afgeweken, kan het ondernemingsplan dienst doen als managementinstrument. Door een systematische evaluatie kan met behulp van het plan de oorzaak van deze afwijking worden achterhaald. Een ondernemingsplan is geen momentopname. Een voortdurende aanpassing van het plan aan de veranderende marktomstandigheden is noodzakelijk.

Een ondernemingsplan doet ook dienst als **overtuigingsmiddel** voor potentiële financiers. De ondernemer moet banken, de overheid en andere mogelijke investeerders van de levensvatbaarheid van het idee overtuigen. Potentiële investeerders moeten aan de hand van de gegevens inzicht krijgen in de rentabiliteit van de onderneming en het investeringsrisico.

Tenslotte is het ondernemingsplan de **informatie** bij uitstek voor andere belanghebbenden. Op basis van een goed plan zullen leveranciers meer geneigd zijn een leverancierskrediet toe te staan en worden afnemers sneller overtuigd van het product. Een ingeschakelde adviseur kan de plannen bijsturen waar nodig. Voor familie en vrienden heeft een plan een informatieve functie (Sleuwaegen, 1997).

2.2 Inhoud ondernemingsplan

2.2.1 Het marketingplan

De markt

Houben en Van Looy (1995) definiëren een markt als *“de potentiële consumenten die in de mogelijkheid zijn en tevens bereid zijn een product te kopen.”* Klanten zijn de bestaansreden van een bedrijf en hiernaar moet dus verder onderzoek worden verricht. Het proces bestaat uit vijf stappen: de vraag schatten, de markt segmenteren, de doelgroep bepalen, zich positioneren in de markt en zich positioneren ten opzichte van de concurrentie.

Om te beginnen wordt een raming gemaakt van de marktgrootte. Op basis van een geo-

grafische afbakening kan een schatting worden gemaakt. Sleuwaegen (1997) gebruikt hiervoor volgende formule:

“De marktomvang is het aantal mogelijk afnemers in het geografisch gebied vermenigvuldigd met de gemiddelde besteding van het product in een bepaalde periode.”

Een markt bestaat uit verschillende soorten klanten met individuele behoeften en wensen. Omdat het onhaalbaar is een product af te stemmen op alle klanten, worden best diegenen met gelijksoortige behoeften, kenmerken of gedrag gegroepeerd. Een klantsegment bestaat uit klanten die op dezelfde manier reageren op de elementen van de marketingmix. Kotler (2000) somt als belangrijkste variabelen om consumentenmarkten te segmenteren de volgende criteria op:

- *Geografisch*: streek, regio, grootte stad, klimaat en stad versus platteland;
- *Demografisch*: leeftijd, geslacht, gezinsgrootte, gezinslevenscyclus, inkomen, beroep, opleiding, geloof, ras en nationaliteit;
- *Psychografisch*: sociale klasse, levensstijl en persoonlijkheid;
- *Gedragmatig*: koopgedrag, koopeisen, gebruikersstatus, mate van gebruik, loyaliteit, graad van interesse en mening over product.

De volgende stap is de keuze van de doelgroep. Elk bedrijf kijkt welke van de segmenten het meest aantrekkelijk is om zich tot te richten. Er worden strategieën ontworpen om het gekozen segment op een betere en meer winstgevende manier te kunnen bedienen. McKinsey en Co. (2005) vermelden de volgende criteria om een beslissing te nemen: de grootte van het segment, de groei van het segment, de ‘match’ tussen product en klantenbehoefte in het segment en het potentieel om het eigen product te differentiëren ten opzichte van de concurrenten.

Wanneer de doelgroep gekozen is, moet het bedrijf zijn plaats bepalen in dat segment. *“De productpositionering is de plaats die het in de ogen van de consument inneemt in vergelijking met het product van de concurrent”*(Kotler, 2000). Om het product te kunnen positioneren moet gezocht worden naar de ‘Unique Selling Position’. Dit zijn factoren die een mogelijke concurrentievoorsprong opleveren. Door het marktaanbod zodanig te differentiëren, kan in

de ogen van de consument een meerwaarde gecreëerd worden ten opzichte van de concurrent. Een grondige analyse van de markt met zijn evoluties en trends is nodig om veranderende omstandigheden op te sporen. Dit kan leiden tot nieuwe kansen en bedreigingen die kunnen worden benut om in te spelen op de doelmarkt en de marketingmix (Unizo, 2005).

Het productassortiment

Hierin wordt een omschrijving gegeven van de aangeboden producten met bijhorende kenmerken. Dit kan zowel gedaan worden voor de producten die de onderneming reeds aanbiedt, als voor toekomstige producten. Andere onderwerpen die hier vermeld kunnen worden, zijn de levenscyclus van het product en eventuele toekomstige innovaties (Houben en Van Looy, 1997).

De Concurrentie

Volgens De Pelsmacker en Van Kenhove (1996) heeft een concurrentieanalyse drie doelstellingen. Ten eerste om de toekomstige strategieën en beslissingen van de concurrent te achterhalen. Vervolgens om te bepalen hoe het gedrag van de concurrent kan worden beïnvloed. En als laatste om de reacties van de concurrent te voorspellen op de strategie en de acties van de eigen onderneming.

Een goed beeld hebben van de omgeving, is een goed vertrekpunt voor dergelijke concurrentieanalyse. Een omgevingsanalyse is een onderzoek naar ontwikkelingen (demografische, economische, politieke, maatschappelijke, technologische, toenemend milieubewustzijn) en de invloed van deze ontwikkelingen op de omzet van de onderneming. Hierna volgt een bedrijfstakanalyse met een plaatsing van de eigen onderneming in de sector (De Pelsmacker en Van Kenhove, 1996).

Om een bedrijfstak te analyseren wordt frequent gebruik gemaakt van het model van Porter. De structuur van een bedrijfstak wordt bepaald door vijf gelijke concurrentiekrachten:

- de mate van rivaliteit tussen concurrenten in de bedrijfstak;
- de machtspositie van afnemers bij onderhandelingen;

- de machtspositie van toeleveranciers bij onderhandelingen;
- het gevaar van substituten;
- de dreiging van nieuwe toetreders tot de markt.

(Sleuwaegen, 1997)

Een verdere toespitsing op de directe concurrenten kan met behulp van een concurrentiematrix. Het doel van een concurrentiematrix is de onderneming en haar succesfactoren te vergelijken met die van de concurrenten. Zoals reeds vermeld, is een analyse van de reacties van de concurrenten steeds nuttig. Houben en Van Looy (1997) benadrukken het aanhalen van de belangrijkste competitieve factoren tijdens deze concurrentieanalyse zoals productkwaliteit, betrouwbaarheid, duurzaamheid, vlotte leverbaarheid, goede serviceverlening, een goede verkooppolitiek en concurrentiële prijzen.

Als de omgevingsanalyse gecombineerd wordt met de concurrentieanalyse wordt een veelgebruikte analysemethode bekomen namelijk de SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats). De sterke en zwakke punten ten opzichte van de concurrentie komen voort uit de concurrentieanalyse. De trends en marktontwikkelingen van de omgevingsanalyse tonen de kansen en de bedreigingen (Sleuwaegen, 1995). Aan de hand van de aandachtspunten die daaruit voortkomen wordt de strategie voor de onderneming bepaald.

Marketing

De gekozen strategische uitgangspunten moeten nu vertaald worden in de juiste productomschrijving, de prijszetting, de promotie van het product en de keuze van de distributiekkanalen. Kotler (2000) vat dit samen als de marketing-mix of de vier p's namelijk product, prijs, promotie en plaats. Het komt erop neer de 4 p's zo nauw mogelijk te laten aansluiten bij de karakteristieken van de doelgroep.

2.2.2 Het productieplan

Productiebeheer

Vooreerst dient aandacht besteed te worden aan de beschrijving van het productieproces. De volgende punten moeten volgens Sleuwaegen (1997) op een gestructureerde manier aangegeven worden in het plan:

- de productiestructuur met timing van de activiteiten;
- de beschrijving van de bewerkingsfasen;
- de beschrijving van de nodige machines en gereedschappen;
- de coördinatie van het productieproces (opstelling machines, loopafstanden van de productiemedewerkers, opstelling van de voorraadposten, loopruimten en ruimte voor intern transport).

Logistiek

“Logistiek omvat de planning, implementatie en controle van de activiteiten rond de opslag en het transport van materialen en eindproducten op hun weg van producent naar klant.”
(Sleuwaegen, 1997)

Het doel van logistiek is zo optimaal mogelijk de juiste goederen op het juiste moment en plaats krijgen. De twee grote aandachtspunten van logistiek volgens Houben en Van Looy (1995) zijn de goederenstroom en de voorraden. Om de goederenstroom vlot te laten verlopen dienen de sleutelposities te worden bepaald van materialen en onderdelen. Alleen wanneer deze knelpunten zijn gedefinieerd kan de onderneming controleposten bepalen, buffervoorraden plaatsen voor de doorstroming en feedbackpunten voor terugkoppeling van informatie. De voorraden kunnen worden opgesplitst in twee grote groepen. De ontkoppelingsvoorraden (zoals veiligheidsvoorraden, pijplijnvoorraden en anticipatievoorraden) fungeren als oplossing bij eventuele knelpunten zodat twee opeenvolgende processen niet van elkaar afhankelijk zijn. Op de strategische voorraden kan beroep worden gedaan bij plotse stijging van de afzet of om productiestilstand te vermijden.

Volgens Horngren (2000) ligt de basis van het voorraadmanagement bij de ‘supply chain’. Een waardeketenanalyse beschrijft de goederen- en informatiestroom van grondstof tot klant. Omdat voorraden de kosten doen stijgen wordt frequenter gebruik gemaakt van lage voorraadniveaus met vlotte doorstroming van materialen en producten. Voorbeelden van zulke systemen zijn MRP en JIT. MRP (Materials requirements planning) is gebaseerd op de voorspelde vraag en wordt ook wel eens ‘push-systeem’ genoemd. Bij een JIT toepassing (Just-in-Time) worden de goederen alleen geproduceerd wanneer effectief een order geplaatst is (pull-systeem). De optimale voorraadbepaling is een ‘trade-off’ tussen de ‘holding costs, de setup costs, de ordering costs en de shortage cost’ rekening houdend met de laagste totale kost (Chase, Jacobs en Aquiliano, 2004).

Kwaliteit

Een belangrijk aandachtspunt bij de implementatie en controle van het productiebeheer, is het kwaliteitsbeheer. Sleuwaegen (1997) vermeldt een verschuiving van kwaliteitscontrole naar kwaliteitsbeheersing en integrale kwaliteitszorg. Voor elke onderneming kan kwaliteit een belangrijk concurrentieel voordeel betekenen. Daarom is het belangrijk dit onderwerp de nodige aandacht te geven in het ondernemingsplan.

Locatie

Het spreekt voor zich dat de bepaling van de juiste locatie voor bepaalde bedrijven een noodzaak is. Dit is voor elke onderneming verschillend afhankelijk van de activiteiten. Volgende aspecten kunnen van belang zijn bij de keuze van de vestigingsplaats:

- het pand zelf;
- de ligging en de bereikbaarheid van het pand;
- de aard van de omliggende bedrijven;
- de markt namelijk het bevolkingspotentieel en de omzetpotentieel;
- een analyse van de concurrentie in de buurt;
- wettelijke bepalingen.

(Sleuwaegen, 1997)

Vergunningen

Voor vele activiteiten is een vergunning vereist bij het opstarten van een onderneming. Mogelijke vergunningen zijn:

- de vestigingswet;
- bouwvergunning;
- milieuvergunning;
- distributieattest;

(Sleuwaegen, 1997)

Make or Buy

Om verschillende redenen kan het nuttig zijn werk uit te besteden. Enkele motieven die bepalend kunnen zijn om een specifieke taak uit te besteden:

- de ondernemer beschikt over te weinig kennis en ervaring betreffende de uit te voeren taak;
- grote fluctuaties in het volume;
- bij hoge investeringen uit financiële overwegingen;
- bij een hoge specialisatie (bijvoorbeeld gespecialiseerde machines).

(Sleuwaegen, 1997)

2.2.3 Het personeelsplan

De organisatorische aspecten van de onderneming worden ingevuld in het personeelsplan. Het is van belang de vereiste vaardigheden van de kaderleden te bepalen en verantwoordelijkheden toe te wijzen. Vervolgens worden de organisatiestructuur, de personeelsplanning en verloning besproken. Als laatste komt ook de ondernemingsvorm en eventuele verzekeringen aan bod.

Samenstelling managementteam

Een goed managementteam is een cruciale factor voor een startende onderneming. Een goed ondernemingsplan betekent niet noodzakelijk dat eender wie dit met succes weet om te zetten in de praktijk. Eén enkele persoon bezit zelden al de nodige talenten voor het opzetten van een onderneming. De complementaire vaardigheden die nodig zijn om de vereiste taken in te vullen, zijn belangrijk. Andere voordelen van teamwork zijn onder meer interactie en een betere probleemoplossing (McKinsey & Co., 2005).

De mensen achter het ondernemingsplan zijn minstens even belangrijk als het idee dat aan de basis ligt van het ondernemingsplan. Geldschietters investeren soms eerder in een team dan in een idee. Het personeelsplan moet de investeerders ervan overtuigen dat de ondernemer bekwaam is het idee te commercialiseren. Daarom is het belangrijk de opleiding, ervaring en motivatie van de kaderleden te vermelden. Omschrijf niet alleen de eigenschappen en vaardigheden van elk individu maar ook van het team als geheel. Aangezien niet iedereen ervaring heeft met het bedrijfsleven, kan aanvankelijk beroep worden gedaan op een externe adviseur of een boekhouder (McKinsey & Co., 2005).

Businessmodel - organisatiestructuur

Het businessmodel beschrijft de taken die moeten worden uitgevoerd om een product te maken en te leveren aan de klant. Met behulp van dit businessmodel kunnen nu de vaardigheden gegroepeerd worden in functiegebieden. Zo ontstaat het organogram dat weergeeft wie verantwoordelijk is voor welk functiegebied. Voor een beginnende onderneming is een vlakke structuur met slechts een paar niveaus aanbevolen. In de loop van de tijd zal uit ervaring blijken waar eventuele aanpassingen nodig zijn (McKinsey & Co., 2005).

Personeelsplanning

Het is belangrijk voor starters om in te schatten hoeveel mensen er nodig zijn en over welke capaciteiten deze mensen moeten beschikken. Om een inzicht te krijgen in de personeelskosten wordt best een planning gemaakt voor de toekomst (GOM West-Vlaanderen, 2005). Hoe deze mensen aantrekken bijvoorbeeld is een belangrijke kwestie.

Beloning van medewerkers

De loonkost vormt in België voor vele ondernemingen één van de grootste kostenposten. Hier spelen verschillende factoren een rol zoals onder meer de opgelegde barema's in een bepaalde sector (Sleuwaegen, 1997). Andere gewichtige factoren zijn de aard van de functie, de ervaring en de opleiding van de betrokkenen, de wijze van functievervulling en de vergelijking met de markt.

Ondernemingsvorm

De rechtsvorm is bepalend voor de aansprakelijkheid en de belastingsverplichtingen van de onderneming. Er is de keuze tussen het ondernemen als natuurlijke persoon of het ondernemen als rechtspersoon.

- natuurlijke persoon: er is geen scheiding tussen privé-vermogen van de ondernemer en het vermogen van de onderneming. Een voorbeeld hiervan is de eenmanszaak;
- rechtspersoon: de ondernemer geniet van beperkte aansprakelijkheid. De bekendste voorbeelden zijn:
 - BVBA: Besloten Vennootschap met Beperkte Aansprakelijkheid;
 - NV: Naamloze Vennootschap;
 - CV: Coöperatieve Vennootschap.

Verzekeringen

Elke startende onderneming kan of is soms verplicht een aantal verzekeringen afsluiten alvorens van start te gaan. Ter informatie enkele belangrijke verzekeringen:

- sociale verzekeringen zoals onder meer de aansluiting bij het sociaal verzekeringsfonds en het ziekenfonds;
- schadeverzekeringen zoals voor de zaak, de aansprakelijkheid, de rechtbijstand;
- persoonsverzekeringen voor arbeidsongevallen, ziekenhuiskosten en arbeidsongeschiktheid.

(Sleuwaegen, 1997)

2.2.4 Het financieel plan

Het financieel plan is de cijfermatige uitwerking van de voorgaande marketing-, productie- en managementplannen. Hieruit moet blijken of het ondernemingsplan haalbaar is en voldoende resultaat kan behaald worden. Indien dat niet het geval is, zullen bepaalde beslissingen in voorgaande plannen moeten worden herzien (Sleuwaegen, 1997).

De investeringen die nodig zijn, worden vermeld in de investeringsbegroting. De financieringsbegroting geeft aan hoe deze investeringen best worden gefinancierd. Omdat winst geen garantie is voor succes wordt vervolgens de behoefte aan liquide middelen berekend in de liquiditeitsbegroting. In de exploitatiebegroting worden de inkomsten en kosten van de komende jaren geschat.

Investeringsbegroting

Op basis van het productieplan kan hier een overzicht worden gegeven van de investeringen die nodig zijn voor de start van de onderneming. Er wordt geïnvesteerd in vaste en vlottende activa. De investeringsbegroting omvat de activa-kant van de balans (Sleuwaegen, 1997). Vaste activa zijn vastliggende middelen die gedurende een langere periode diensten leveren en niet te gelde worden gemaakt. Vlottende activa ontstaan en worden verbruikt in de exploitatiecyclus en worden te gelde gemaakt op korte termijn (Jorissen et al., 2001).

Financieringsbegroting

Het financieringsplan is de keerzijde van de investeringsbegroting. Het is de credit- oftewel passivazijde van de balans. De passivakant bestaat uit vermogensbronnen die aangeven hoe de activa worden gefinancierd (Sleuwaegen, 1997). De passivaposten worden ingedeeld in twee categorieën. Het eigen vermogen is continu als vermogensbron aanwezig in de onderneming. Het vreemd vermogen is slechts gedurende een bepaalde periode ter beschikking van het bedrijf en dient te worden terugbetaald op lange of korte termijn (Jorissen et al., 2001).

Omdat de balans moet kloppen en alle investeringen moeten gefinancierd worden, dient het totale bedrag van de investeringsbegroting gelijk te zijn aan dat van de financieringsbegroting (Sleuwaegen, 1997). De balans is de financiële staat van een onderneming op een bepaald

moment, die een overzicht geeft van wat de onderneming bezit en hoe dat wordt gefinancierd (Jorissen et al., 2001).

Exploitatiebegroting

De exploitatiebegroting, ook wel de resultatenrekening, geeft de opbrengsten en kosten weer voor de komende jaren. Op basis hiervan wordt een schatting gemaakt van de omzet. Door van deze geschatte omzet de inkopen en andere kosten af te trekken, wordt een beeld geschetst van de verwachte nettowinst. De geschatte omzet kan worden vergeleken met de effectieve omzet om eventuele verschillen aan te duiden. Financiers zullen nog een stapje verder gaan en de rentabiliteit en solvabiliteit onderzoeken (Bizztools, 2005).

Liquiditeitsbegroting

Liquiditeitsprognoses dienen om mogelijke kastekorten of liquiditeitsoverschotten te voorspellen om zo betalingsproblemen of renteverlies te vermijden. Het is een overzicht van de toekomstige uitgaven en ontvangsten in een bepaalde periode (Sleuwaegen, 1997). Het doel is de geïnventariseerde kosten en opbrengsten op elkaar af te stemmen.

Financiële ratio

Op basis van de balans kunnen enkele financiële ratio berekend worden. Om de evolutie van de onderneming te volgen en de gezondheid weer te geven, worden deze dan vergeleken met voorgaande jaren. Een vergelijking met de gemiddelden van de sector geeft inzicht in de positie binnen die sector.

De belangrijkste ratio zijn de liquiditeit in ruime en enge zin, het aantal dagen klanten- en leverancierskrediet, de rotatie van de voorraden, de solvabiliteit, de netto rentabiliteit van het eigen vermogen na belasting, de netto rentabiliteit van het totaal der activa en de netto verkoopsmarge (Limère, 2000).

Breakeven analyse

Houben en Van Looy (1995) definiëren kritische analyse als *“de omzet waarbij de kosten gelijk zijn aan de opbrengsten, en waarbij de winst gelijk is aan nul”*. Een ‘breakeven analyse’ is belangrijk om drie redenen. Vooreerst kan op die manier de nodige omzet om rendabel te zijn

bepaald worden. Ten tweede toont deze analyse vier manieren aan waarop de winst van de onderneming kan verbeterd worden. Dit zijn de verkoopprijs per eenheid verhogen, de variabele kosten per eenheid verlagen, de vaste kosten verlagen en de omzet verhogen. Tenslotte bepaalt de analyse ook een veiligheidsmarge, namelijk het verschil tussen de verwachte omzet en de kritische omzet.

Deel II

Praktijkstudie

Hoofdstuk 3

Situering van de sector

In dit inleidende hoofdstuk wordt een bondige situatieschets gegeven om een algemeen beeld van de aardbeiensector te verkrijgen. Hiervoor wordt de aardbeiensector eerst geplaatst in het Belgisch kader met onder meer een bespreking van de arealen, de productieomvang en de bedrijfskarakteristieken. Vervolgens wordt een kort overzicht gegeven van de buitenlandse handel in aardbeien.

3.1 De aardbeiensector in België

In de Belgische fruitsector moet de aardbeiensector zeker niet onderdoen voor de hardfruitsector. Dit kan worden afgeleid uit de omzetcijfers van aardbeien die via de veilingen werden verhandeld. In 2004 bedroeg deze omzet € 96.609.620, wat 15,3% is van de totale omzet van groenten en fruit verhandeld via het Verbond van Belgische Tuinbouwveilingen, afgekort VBT (€ 629.987.564). Het aandeel van peren en appels was respectievelijk 13,7% en 12%. De aardbei stond in 2004 met deze omzetwaarde op de tweede plaats van belangrijkste tuinbouwproducten. Enkel de tomaten deden het beter met 20,6%. Van de totale fruitomzet omvatte de aardbeienteelt in 2004 circa 35,9%. In 2005 bedroeg de totale omzet van het VBT-veilingen € 713.499.488 waarvan € 94.459.798 (13,2 %) aardbeien, € 66.507.728 (9,3%) appels en € 98.735.353 (13,8%) peren. Uit deze summiere cijferanalyse kan geconcludeerd worden dat de aardbeiensector zeker een bepalende plaats inneemt in de Belgische fruitsector.

3.1.1 Arealen

De arealen die in deze sectie in kaart worden gebracht, zijn gebaseerd op de 15 mei-telling van het Nationaal Instituut voor Statistiek (NIS). Zoals tabel 3.1 aantoont, zijn er in België bij de 15 mei-telling van 2005 in totaal 1.256 ha aardbeien aangegeven waarvan 1.011 ha in openlucht werd geteeld en 245 ha in serres. De teelt in openlucht bestond uit 636 ha gewone teelt en 375 ha verlate teelt. Opmerkelijk is dat er geen grote fluctuaties te onderscheiden zijn over de jaren heen. De teelt van aardbeien stabiliseert rond de 1.200 ha. Wel is een lichte daling in het aantal hectares gewone openluchtteelt op te merken in het voordeel van de verlate teelt en de serreteelt.¹ Dit is een direct gevolg van de trend naar teeltspreiding waarmee de teler de aanvoerspieken tracht af te vlakken. Op die manier kan de teler het risico spreiden.

Tabel 3.1: De arealen aardbeienteelt in België (uitgedrukt in ha)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Openluchtteelt	1.069	1.036	1.021	996	957	994	1.011
<i>Gewone teelt</i>			692	664	559	620	636
<i>Verlate teelt</i>			329	333	398	374	375
Serreteelt	191	184	209	215	213	227	245
Totaal	1.260	1.220	1.231	1.211	1.171	1.222	1.256

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op de 15 mei-telling (Nationaal Instituut voor de Statistiek)

Regionale spreiding

De aardbeienteelt beantwoordt aan een eigen ruimtelijk patroon. Tabel 3.2 illustreert deze regionale spreiding. De twee hoofdstreken zijn gespecialiseerd in een welbepaald teeltsysteem. Zo is de teelt in openlucht voor 67% een Limburgse aangelegenheid en voor 92% een Vlaamse aangelegenheid. De serreteelt bevindt zich voornamelijk in Antwerpen, meerbepaald in de Noorderkempen, met 40 % van het totale areaal en in mindere mate in Limburg met 26%. Vervolgens zijn er nog beperkte aardbeienarealen in West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant.

¹Vóór 2001 is er van de 15 mei-telling geen cijfermateriaal beschikbaar omtrent een opsplitsing tussen gewone en verlate teelt.

Tabel 3.2: De arealen aardbeienteelt in het Vlaams gewest voor 2004 (uitgedrukt in ha)

Tabel 3.2: De dreiden aardserenteelt in het Vlaams gewest voor 2004 (aangedrukt in ha)							
		Totaal	Antwerpen	Limburg	Oost- Vlaanderen	Vlaams- Brabant	West- Vlaanderen
Teelt in	917	131	614	44	67	60	
openlucht							
Serreteelt	214	85	56	29	18	27	
Totaal	1.131	216	670	73	85	87	

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op de 15 mei-telling (Nationaal Instituut voor de Statistiek)

Ook Wallonië beschikt over een aardbeienareaal, zij het redelijk bescheiden (zie tabel 3.3). Slechts 7,4% van het Belgische areaal ligt op Waals grondgebied waarvan het merendeel in Namen meerbepaald in de streek van Wépion, en in Luik, de belangrijkste producent van fruit in Wallonië (Agence Wallonne pour la Promotion de l'Agriculture de Qualité (APAQW)). Omwille van het lage areaal voor Wallonië wordt dit onderzoek verdergezet voor de Vlaamse aardbeiensector.

Tabel 3.3: De arealen aardbeienteelt in het Waals gewest voor 2004 (uitgedrukt in ha)

		Totaal	Waals- Brabant	Henegouwen	Luik	Luxemburg	Namen
Teelt in	78	7	11	32	0	28	
openlucht							
Serreteelt	13	2	5	7	1	6	
Totaal	91	9	16	39	1	34	

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op de 15 mei-telling (Nationaal Instituut voor de Statistiek)

3.1.2 Productieomvang en aanvoer

Er moet opgemerkt worden dat de 15 mei-telling enkel een momentopname is van de teelten die op 15 mei op de percelen staan. Na die datum worden er nog hectares van plantgoed voorzien. Vandaar dat het VBT via de omzet van de veilingen en aanvullende gegevens, ramingen maakt van het werkelijke areaal (Vlaams Informatiecentrum over Land- en Tuinbouw(VILT)). Zo worden de teeltoppervlakten onder glas, die tijdens een teeltjaar meerdere oogsten opleveren, in deze arealen ook meerdere keren geteld.

Deze zijn gegeven in tabel 3.4, waaruit kan geconcludeerd worden dat ondanks een daling van het aardbeienareaal, de productie van aardbeien blijft schommelen rond 40.000 ton.

Tabel 3.4: De productie in ton en het areaal in hectare

	Productie (in ton)	Areaal (in hectare)
1995	46.500	2.390
1996	43.800	2.400
1997	35.750	2.552
1998	48.000	2.733
1999	39.500	2.750
2000	42.900	2.471
2001	41.300	2.043
2002	40.000	2.030
2003	41.000	1.950
2004	44.000	1.900

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van het VBT

Bijgevolg is de aanvoer² van aardbeien bij de veilingen gedurende de afgelopen 10 jaar ook vrij constant gebleven. Uit figuur 3.1 kan afgeleid worden dat de omzet daarentegen een stijging ondergaat. Deze stijging moet kritisch worden bekeken. De trend van teeltspreiding met een verlenging van het seizoen tot gevolg, gaat namelijk gepaard met een hogere gemiddelde prijs.³

Deze trend van teeltspreiding wordt ook duidelijk geïllustreerd in figuur 3.2. De productie van juni 2005 ligt opmerkelijk lager dan die van juni 1995. In de andere maanden ligt de productie dan weer hoger dan tien jaar geleden. Het hogere aanbod in deze maanden kan hierdoor de algemene stijging van de gemiddelde prijs verklaren.

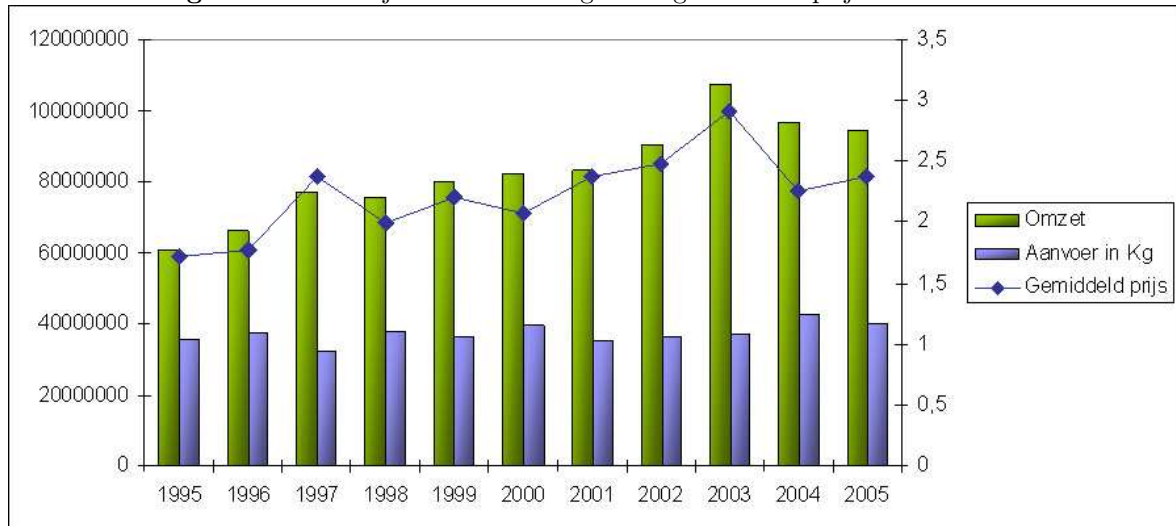
De figuren 3.3 en 3.4 verduidelijken de opsplitsing openluchtteelt en beschermde teelt in respectievelijk de arealen en de productie. Hier is enkel cijfermateriaal bekomen tot en met het jaar 2002. Toch kan uit dit cijfermateriaal reeds duidelijk een evolutie worden opgemerkt

²De aanvoer is het geheel van fruit of groenten dat bij de veiling wordt afgezet door de telers. De totale aanvoer van het VBT is dus de som van de aanvoer aan de verschillende VBT-veilingen.

³Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

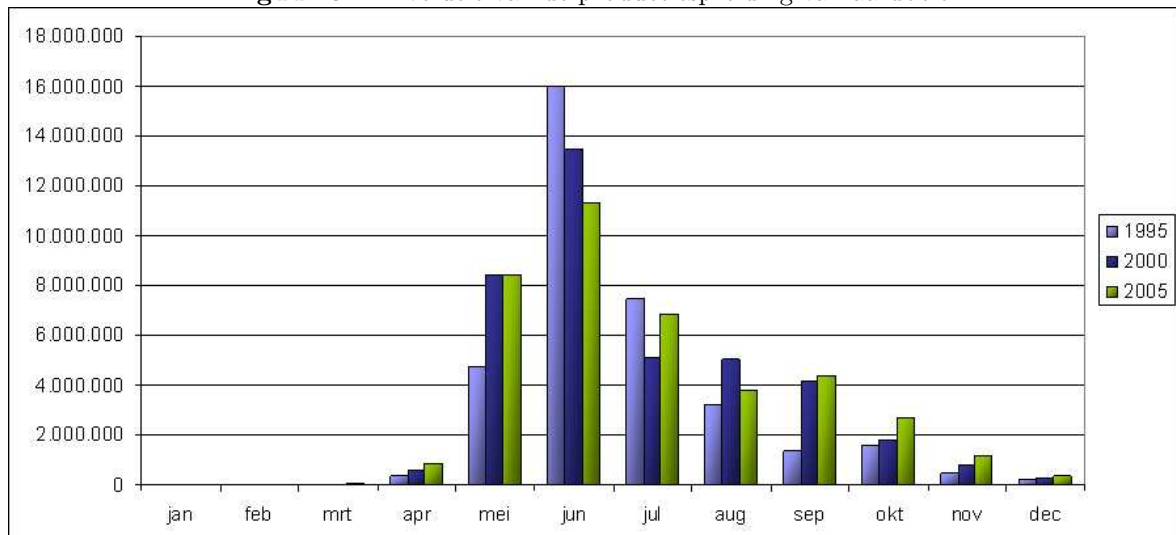
naar meer beschermde teelt. Na vergelijking tussen beide figuren blijkt dat bijvoorbeeld voor het jaar 2002 een kleiner aandeel beschermde teelt in verhouding een groter aandeel productie heeft. Dit kan verklaard worden door de grotere plantdichtheid per m² en de meerdere teelten per jaar in de serreteelt.

Figuur 3.1: Jaarlijkse aanvoer in kg en de gemiddelde prijs van aardbeien



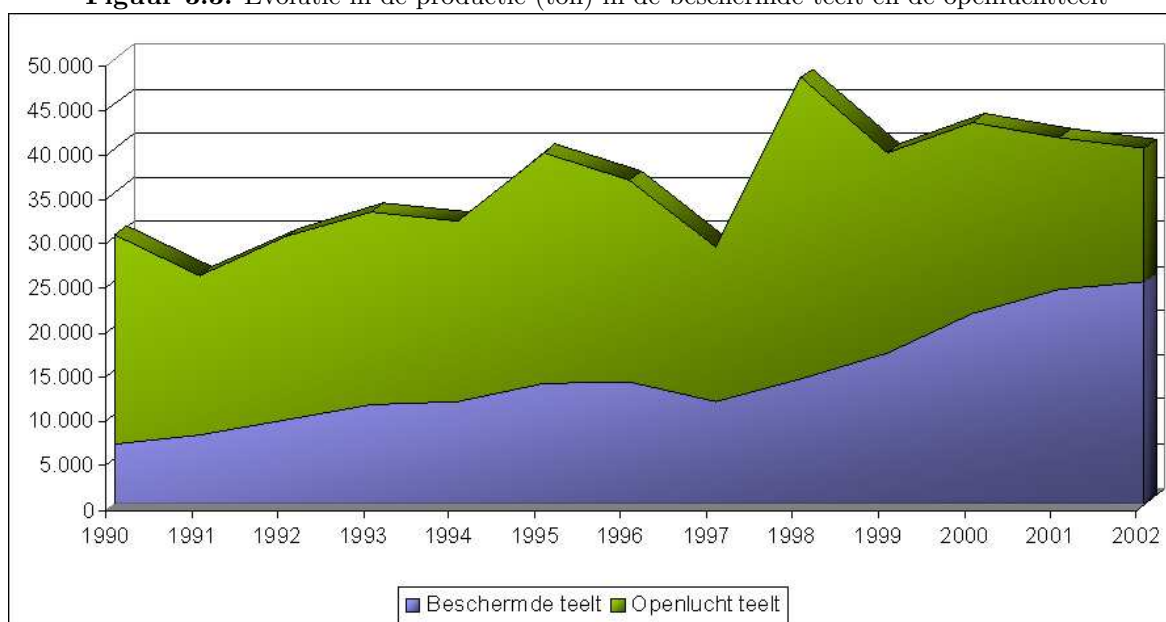
Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van het VBT

Figuur 3.2: Evolutie van de productiespreiding van aardbeien



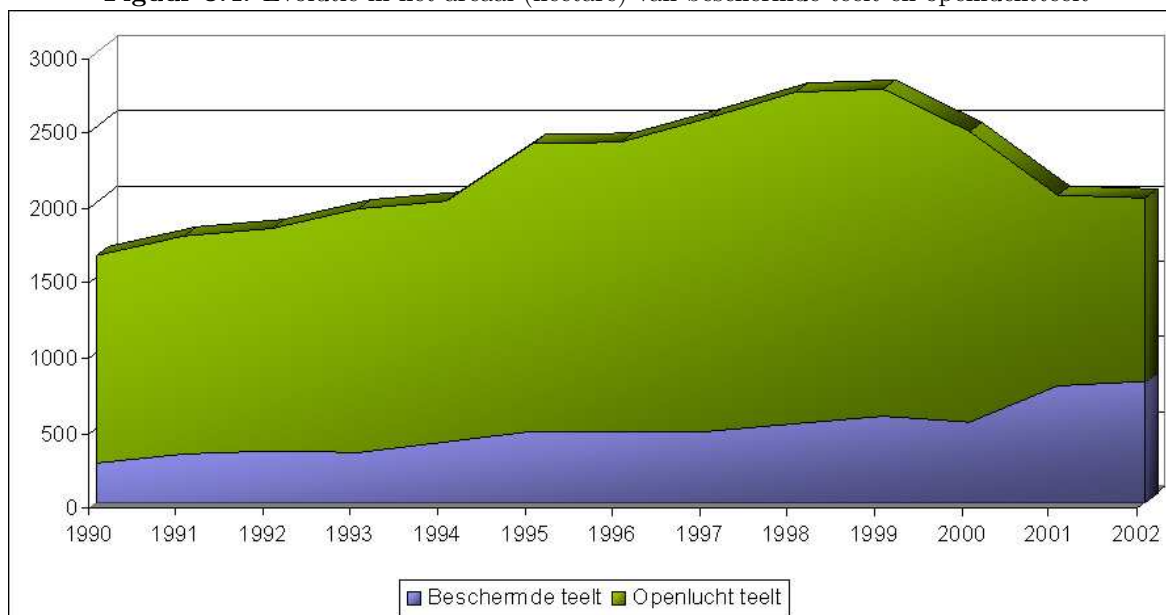
Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van het VBT

Figuur 3.3: Evolutie in de productie (ton) in de beschermde teelt en de openluchtteelt



Bron: nationale studiedag aardbeien Alden Biesen, 2004

Figuur 3.4: Evolutie in het areaal (hectare) van beschermde teelt en openluchtteelt



Bron: nationale studiedag aardbeien Alden Biesen, 2004

3.1.3 Bedrijfskarakteristieken

Uit tabel 3.5 kan een schommeling worden geconstateerd in de omvang van de bedrijven. Doch er kan algemeen gesteld worden dat het aantal kleine bedrijven ietswat afneemt en het aantal grotere bedrijven toeneemt.

Tabel 3.5: Het aantal bedrijven per bedrijfsomvang

	2001	2002	2003	2004
Geheel van bedrijven	1.147	1.114	1.076	1.148
0,01 tot minder dan 2 ha	71	65	62	58
2 tot minder dan 5 ha	190	172	155	174
5 tot minder dan 10 ha	238	219	238	209
10 tot minder dan 20 ha	249	261	219	256
20 tot minder dan 30 ha	156	139	134	102
30 tot minder dan 50 ha	142	196	183	225
50 tot minder dan 80 ha	88	48	44	88
80 ha en meer	14	14	41	37

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op de 15 mei-telling (Nationaal Instituut voor de Statistiek)

3.2 De buitenlandse handel in aardbeien

3.2.1 Export, import en handelsbalans van de Belgische aardbeienteelt

Vlaanderen is in de sector groenten en fruit uitgegroeid tot één van de belangrijkste Europese tuinbouwgebieden. Dit is te danken aan het gunstige klimaat in combinatie met een vruchtbare bodem die bewerkt wordt met vakmanschap en ultramoderne systemen (VLAM). De exportactiviteiten zijn van kapitaal belang voor de Belgische aardbeiensector. Meer dan 2/3 van de aangevoerde aardbeien moeten de grens over.⁴ De centrale ligging van België in Europa is hiervoor een belangrijke troef (Fruitteeltnieuws, 3 december 2004).

De Belgische aardbeien nemen een sterke positie in op exportgebied. Tabel 3.7 toont aan dat België, na Spanje, het grootste exportland van aardbeien is in Europa. Enkel de Verenigde Staten gaan België voor op wereldvlak (Faostat). De uitvoercijfers ondergaan een stijgende

⁴Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon, op 20 december 2005

trend, zowel in ton als in waarde (zie tabel 3.6). De totale uitvoer van aardbeien is gestegen van € 53,8 miljoen in 1995 tot € 106,5 miljoen in 2004 (index = 198%). Aan de invoerzijde is de totale waarde gestegen van € 14,1 miljoen tot € 52,3 miljoen (index = 372%). In de handelsbalans is een sterke variabiliteit te noteren, doch steeds een handelsoverschot.

Tabel 3.6: De Belgische export, import en handelsbalans van aardbeien

	Export		Import		Handelsbalans	
	In ton	In 1.000	In ton	In 1.000	In ton	In 1.000
1995	28.787	53.848	11.345	14.052	17.442	39.796
1996	28.961	59.024	10.878	15.606	18.083	43.418
1997	24.303	64.347	14.431	23.883	9.872	40.464
1998	32.335	74.655	21.274	33.184	11.061	41.471
1999	37.040	82.545	24.300	33.050	12.740	49.495
2000	39.581	90.993	24.305	32.978	15.276	58.015
2001	33.655	83.020	26.275	34.131	7.380	48.889
2002	34.053	93.567	23.148	38.869	10.905	54.698
2003	40.188	104.871	27.831	46.389	12.357	58.482
2004	45.622	106.503	37.202	52.275	8.420	54.228

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van de Nationale Bank België en bewerkingen VLAM

Bij vergelijking van tabel 3.4 met tabel 3.6 kan afgeleid worden dat de export in het jaar 2004 zelfs groter was dan de productie. Dit is een gevolg van de internationale inkooppolitiek en de grensoverschrijdende distributie die leiden tot doorvoerhandel en reëxport (Fruittenteelnieuws, 3 december 2004). Een deel van de in de Noorderkempen geïmporteerde aardbeien uit Nederland vinden uiteindelijk een eindafzet buiten België.⁵ En omgekeerd worden vele Belgische aardbeien naar Nederland geëxporteerd om later terug geïmporteed te worden.⁶ Deze reëxport is ook in het totale exportcijfer opgenomen.

Na een zekere terugval van de import in 2002 is een stijging te noteren van de invoer van

⁵Uit een interview met dhr. P. Meesters, directeur Proeftuin Aardbeien en Houtig kleinfruit, op 19 december 2005

⁶Uit een interview met mevr. P. Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari 2006

aardbeien (zie tabel 3.6). Landen die België aanleveren zijn hoofdzakelijk Spanje, Nederland, Polen en Frankrijk. De prijzen van de Belgische aardbeien vallen in het voorjaar door de voorjaarsinvoer wat lager uit. Toch komt de voorjaarsteelt niet onder druk te staan. België scoort namelijk nog steeds beter op kwaliteit en smaak (Fruittelteeltnieuws, 28 januari 2005).

3.2.2 Aardbeienteelt in Europa

In deze sectie worden de belangrijkste aardbeiproducerende landen zijn in Europa toegelicht. Voor dit onderzoek wordt enkel belang gehecht aan het continent Europa omdat een fragiel product als de aardbei zelden of kleinschalig over zulke verre afstanden wordt geëxporteerd of geïmporteerd naar België. Hierna wordt de export en import van de belangrijkste producenten weergegeven met diens Belgisch aandeel.

Tabel 3.7: De productie, export en import van enkele Europese landen (2004)

Land	Productie in ton	Export in ton	Aandeel België	Import in ton	Aandeel België
Spanje	288.100	226.819	40,5%	7.817	1,2%
Italië	167.718	19.393	0,2%	30.597	0,6%
Polen	185.583	20.361	5,8%	1.322	0,1%
Duitsland	119.384	7.359	0,3%	108.922	18,8%
Frankrijk	51.793	32.437	2,7%	114.925	14,9%
Verenigd Koninkrijk	50.200	178	0,5%	39.945	16,4%
België	44.000	45.623	-	37.203	-
Nederland	36.500	28.919	41,5%	16.810	24,1%
Zweden	11.500	519	0%	5.771	5,5%
Noorwegen	8.119	6	0%	3.498	4,7%
Oostenrijk	17.602	1.690	0%	23.608	3,1%
Rusland	217.000	/	/	7.393	4,4%

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Faostat

Spanje exporteerde 226.821 ton aardbeien in het jaar 2004. Van de totale Belgische import, is 40,5% ingevoerd uit Spanje. Een andere grote leverancier voor België is Nederland met 41,5%. Duitsland importeerde 108.922 ton aardbeien waarvan 18,8% uit België. Andere grote

afzetmarkten van Belgische aardbeien zijn Frankrijk met 14,9%, het Verenigd Koninkrijk met 16,4% en Nederland met 24,1%.

In de uitvoer naar bepaalde bestemmingen is jaarlijks een grote variabiliteit op te merken, afhankelijk van prijs en aanbod van concurrerende landen. De exportbestemmingen zijn doorheen de jaren evenwel niet opvallend gewijzigd. Zoals blijkt uit tabel 3.8 blijven de belangrijke afzetmarkten onze buurlanden, namelijk Duitsland, Frankrijk en Nederland (samen goed voor 57,8% in 2004). Ook het Verenigd Koninkrijk (16,4%) blijft een belangrijke afnemer van Belgische aardbeien. Andere landen die in opmars zijn, zijn Zweden (5,5%), Noorwegen (4,7%), Rusland (4,4%) en Oostenrijk (3%). De invoer van aardbeien komt voor 82% uit Spanje en Nederland. Voor een overzicht van de evolutie in de arealen en productie van deze landen wordt verwezen naar het marketingplan.

Tabel 3.8: De evolutie in de afzetgebieden van Belgische aardbeien

	2000	2001	2002	2003	2004
Frankrijk	7.846	5.665	6.935	6.530	6.775
Nederland	7.730	5.942	5.078	5.613	10.998
Verenigd Koninkrijk	7.912	6.311	6.982	5.101	7.467
Duitsland	8.137	5.962	5.312	8.123	8.584
Oostenrijk	2.145	2.577	2.358	2.097	1.396
Zweden	1.502	2.147	1.868	5.870	2.531
Noorwegen	830	869	1.322	1.604	2.158
Rusland	536	538	1.161	885	1.991

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op exportgegevens vanuit België van Faostat

Hoofdstuk 4

Het juridische kader

4.1 Ondernemingsvormen

In 2004 werden in België bij de 15-mei telling 53.221 landbouwbedrijven geteld, waarvan 46.832 eenmanszaken, 2.916 groeperingen en 3.287 vennootschappen. In tegenstelling tot een algemeen dalende evolutie van de landbouwbedrijven is er een stijging in het aantal vennootschappen. Ten opzicht van 2000 steeg het aantal vennootschappen met 32,5%. Dit wil zeggen dat in 2004, 6 % van de land- en tuinbouwbedrijven, vennootschappen zijn (NIS, 15-mei telling).

Het is voor elke onderneming belangrijk te bepalen in welk juridisch kader de bedrijfsactiviteit wordt uitgeoefend. De keuze tussen het ondernemen als natuurlijke persoon of als rechtspersoon heeft een invloed op verschillende bedrijfseconomische aspecten. In dit onderdeel worden een aantal invalshoeken toegelicht die bij deze keuze een rol spelen.

4.1.1 Ondernemen als een natuurlijke persoon

De twee belangrijkste voorbeelden van het ondernemen als natuurlijke persoon zijn een eenmanszaak en een samenuitbating of een burgerlijk maatschap. Voordelen zijn de eenvoudige administratie en lagere jaarlijkse kosten. Nadelen zijn het fiscaal onvriendelijk karakter bij hoge winsten en de persoonlijke aansprakelijkheid.

De eenmanszaak

De eenmanszaak is de meest eenvoudige ondernemingsvorm. De betrokken persoon dient zelf de benodigde kapitalen in te brengen, de kredieten aan te gaan, de zaak te leiden en de werkzaamheden uit te voeren. De meeste land- en tuinbouwbedrijven kiezen voor deze ondernemingsvorm omwille van de vereenvoudigde administratie. Bij grote ondernemingen wordt de bedrijfsleider dan als zelfstandige beschouwd, bijgestaan door loontrekkers. Een nadeel van de eenmanszaak is het hogere belastingtarief bij hogere winsten. De teler wordt namelijk belast via de personenbelasting, die beduidend hoger is dan de vennootschapsbelasting. De bedrijfsleider draagt bovendien onbeperkt alle verantwoordelijkheid en staat met zijn gehele vermogen in voor het ondernemingsrisico. Het gehele vermogen houdt in:

- het privévermogen en geïnvesteerde bedrijfsvermogen;
- het actuele en het toekomstige vermogen;
- het vermogen uit arbeid en het vermogen uit schenking, testament of erfenis.

(KBC, 2004)

Samenuitbating of burgerlijk maatschap

Bij een maatschap of een samenuitbating exploiteren meerdere personen gezamenlijk het bedrijf om sociale, arbeidstechnische, financiële of bedrijfseconomische redenen. De verantwoordelijkheid ligt ook hier weer bij de bedrijfsleiders. In de land- en tuinbouw komen samenwerkingen tussen familieleden geregeld voor.

In zo een vennootschap, die geen rechtspersoonlijkheid bezit, hebben alle vennoten een inbreng in kapitaal en/of arbeid en wordt het inkomen of de winst gedeeld. De vennoten zijn hoofdelijk en onbeperkt aansprakelijk. Het is aan te raden een samenuitbatingscontract op te stellen die de bevoegdheidsregeling, de aansprakelijkheid en de winstverdeling vastlegt (KBC, 2004). Hierin kunnen onder meer volgende afspraken worden vastgelegd:

- de inbreng van productiemiddelen zoals gronden, gebouwen, machines, vee, gereedschap en andere productiemiddelen;
- bedrijfsinvesteringen en kredieten;

- de wederzijdse aansprakelijkheid voor de goederen van de gemeenschap;
- het beheer en de vertegenwoordiging van de gemeenschappelijke uitbating;
- de inbreng van arbeid en de vergoeding hiervoor;
- de bedrijfsboekhouding;
- het te leveren bedrijfskapitaal;
- eventuele ontbinding en hiermee gepaarde verdeling van de goederen of schulden.

(landbouwkrediet, 2005)

Volgens het sectordossier van de KBC Bank & Verzekering ‘Vennootschappen in land- en tuinbouw’ (2006), zijn de voordelen van de maatschap talrijk. Zo worden onder meer de lage kostenstructuur, de fiscale transparantie, de organisatievrijheid, de vrije winstverdeling, het lage aantal administratieve verplichtingen en het niet publieke karakter vermeld. Het grote nadeel is dat, naast de onbeperkte aansprakelijkheid, de bedrijfsmiddelen onverdeeld eigendom zijn van de vennoten of van één van hen. Hierdoor raakt het bedrijf geïmmobiliseerd bij overlijden van één van de vennoten wat leidt tot een onzekere situatie.

4.1.2 Ondernemen als rechtspersoon

“Een vennootschap wordt opgericht door een contract op grond waarvan twee of meerdere personen overeenkomen iets in gemeenschap te brengen met als doel één of meer nauwkeurig omschreven activiteiten uit te oefenen en met het oogmerk aan de vennoten een rechtstreeks of onrechtstreeks vermogensvoordeel te bezorgen.” (Art. 1 W. Venn.)

De keuze voor een vennootschap heeft zowel voor- als tegenargumenten. Elke teler moet afwegen wat voor zijn onderneming het beste is. Zowel de KBC (2006), Hens & Monstrey, (2005) en het Landbouwkrediet (2005) noemen volgende voor- en nadelen.

Voordelen

- **fiscaliteit:** een vennootschap wordt belast in de vennootschapsbelasting (uitgezonderd de landbouwvennootschap). Dit kan gunstig zijn aangezien het belastingtarief lager en uniform is, namelijk een percentage van 33,99% met daarnaast verlaagde tarieven (zie

8.1.3). Bovendien is het overdragen van winst en verlies naar de volgende boekjaren mogelijk waardoor de, typisch voor de land- en tuinbouw, sterk schommelende inkomsten kunnen worden gestabiliseerd. Het belastingvoordeel moet echter groot genoeg zijn om enkel uit fiscale overwegingen een vennootschap op te richten;

- **vlottere overdraagbaarheid van het bedrijf of continuïteit:** de overdracht van een vennootschap is een stuk eenvoudiger omdat dit gebeurt via de overdracht van aandelen in plaats van roerende en onroerende goederen. Bovendien blijft de eenheid van het bedrijf bewaard en is de continuïteit van het bedrijf bijgevolg verzekerd;
- **beperkte aansprakelijkheid:** het vermogen kan opgesplitst worden in het vermogen ingebracht in de vennootschap, onderhevig aan het vennootschapsrisico, en het privé-vermogen. Dit geldt niet voor vennoten in maatschap of voor een landbouwvennootschap. Deze beperkte aansprakelijkheid wordt (gedeeltelijk) teniet gedaan in geval van externe financiering, zoals bij het aangaan van een lening, een kaskrediet of een tussenkomst van het Vlaams Landbouwinvesteringsfonds (VLIF), waar vaak persoonlijke waarborgen geëist worden;
- **investeringen** kunnen beter worden ingebracht wanneer het systeem van volledige boekhouding wordt toegepast. Op deze manier wordt ook het financieel overzicht bewaard.¹

Nadelen

- **hogere kosten:** onder meer bij oprichting voor de publicatie van de oprichtingsakte en een jaarlijkse kost voor de neerlegging van de balans;
- **gereguleerde boekhouding:** een vennootschap moet voldoen aan een aantal specifieke wetgevingen waardoor de administratieve last groter wordt (boekhouding, BTW-aangifte,...);
- **specifieke agrarische wetgeving:** in de vennootschapsbelasting kan geen aangifte gedaan worden op grond van de land- en tuinbouwbarema's (uitgezonderd de land-

¹Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

bouwvennootschap en het burgerlijke maatschap). Hierop wordt verder ingegaan in het financieel plan;

- een vennootschap kan (onder strikte voorwaarden) ook **VLIF-steun** genieten bij investeringen, maar kan geen steun krijgen in het kader van de eerste installatie.

Vennootschapsvormen

In het kort worden de belangrijkste aandachtspunten van de verschillende vennootschapsvormen in de land- en tuinbouw besproken met hun voor- en nadelen.

- **De landbouwvennootschap (LV):** *"De landbouwvennootschap is een vennootschap die de exploitatie van een land- of tuinbouwbedrijf tot doel heeft."* (Art. 789 W. Venn.)
 - zij wordt aangegaan hetzij uitsluitend tussen beherende vennoten, hetzij tussen één of meer beherende vennoten en één of meer stille vennoten. De beherende vennoten verrichten lichamelijke arbeid en de stille vennoten brengen kapitaal in;
 - de landbouwvennootschap wordt belast in de personenbelasting maar kan eveneens kiezen voor de vennootschapsbelasting mits voldaan is aan een aantal voorwaarden;
 - beherende vennoten zijn onbeperkt aansprakelijk voor de verbintenissen van de vennootschap;
 - de landbouwvennootschap kan genieten van VLIF-steun inzake investeringen op land- en tuinbouwbedrijven, zonder dat er aan andere vennootschapstechnische voorwaarden dient te worden voldaan;
 - een boekhouding is niet verplicht daar de landbouwvennootschap niet onderworpen is aan de wet op de boekhouding en de jaarrekening;
 - de landbouwvennootschap geniet een 'voorkeursbehandeling' in de pachtwetgeving. Deze pachtwetgeving is zo uitgebreid dat hier niet verder wordt op ingegaan in dit onderzoek.
- **De besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (BVBA):**
 - de BVBA kan opgericht worden door één natuurlijke persoon (de EBVBA);
 - de vennoten hebben slechts een beperkte aansprakelijkheid;

- het familiale, besloten karakter van de vennootschap waarborgt door de beperkte mogelijkheden de overdracht van de aandelen;
 - de BVBA is onderworpen aan de vennootschapsbelasting en is bijgevolg verplicht een volledige boekhouding te voeren. Bovendien kan niet genoten worden van de forfaitaire landbouwregeling;
 - de kosten voor oprichting zijn hoger dan die van de LV of het maatschap (financieel plan, bedrijfsrevisor bij inbreng in natura, dubbele boekhouding, publicatie jaarrekening, oprichting met notariële akte).
- **De naamloze vennootschap (NV):** heeft een anoniem karakter en is veelal aangewezen bij grotere bedrijven.
 - aandelen aan toonder met makkelijke overdracht aandelen;
 - beperkte oprichtersaansprakelijkheid;
 - de NV is onderworpen aan de vennootschapsbelasting en is dus verplicht een volledige boekhouding te voeren. Bovendien kan niet genoten worden van de forfaitaire landbouwregeling;
 - de kosten van oprichting liggen hoog, zoals bij de BVBA. Bovendien is hier een hoog startkapitaal vereist (minimum € 61.500) zoals vermeld in tabel 4.1.

(KBC, 2006)

4.1.3 Toegepast op de fruitsector

In de fruitsector worden om fiscale redenen meer en meer vennootschappen opgericht. Dit omwille van verschillende redenen. Ten eerste is de fruitsector erg onderhevig is aan fluctuerende inkomsten door prijsschommelingen. Een vennootschapstructuur biedt hier het voordeel van het stabiliserend effect. Minister-President Yves Leterme meldde tijdens een bezoek aan veiling Haspengouw dat een fiscaal systeem moet worden uitgedacht die de teler de mogelijkheid geeft de winst van de goede jaren op te sparen voor de minder goede jaren (Fruittelteitnieuws, 17 december 2004). Ten tweede kan een vennootschap investeringen beter inbrengen. Dit is vooral voor glastelers een enorm voordeel. Bovendien zal door de algemene

groei van de bedrijven, in de toekomst de kapitaalbehoefte te groot zijn om hoofdelijk te kunnen worden gedragen. Vandaar dat bij de oprichting van een bedrijf de voorkeur uitgaat naar de vennootschapsvorm. Een ander voornaam punt is dat de overname, dewelke regelmatig voorvallen in de land- en tuinbouw, vlotter verloopt in een vennootschap. Als laatste dient nog vermeld te worden dat de keuze van de ondernemingsvorm hoofdzakelijk beïnvloed wordt door de loonproblematiek.² In een vennootschap kunnen bewezen lonen worden afgetrokken van de belastingen. Dit is voor de teler persoonlijk meer doeltreffend. Het nadeel is echter dat heel wat arbeidskrachten niet meer gemotiveerd zouden zijn om in de fruitsector te werken omwille van de fiscale fiches. Dit is de reden waarom telers niet overschakelen van het forfait naar een vennootschap.³ Dit probleem wordt verder besproken in hoofdstuk 7.3.

²Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van VBT en veiling Borgloon, 20 december 2005

³Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

Tabel 4.1: Overzichtstabel van de verschillende ondernemingsvormen en hun kenmerken

	Eenmanszaak	Maatschap	LV	BVBA	NV
Minimum aantal vennoten		2	2	2	2
Beperkte aansprakelijkheid	neen	neen	neen (beherende vennoten) ja (stille vennoten)	ja	ja
Kapitaal	vrij	vrij	min.€ 6.150	min.€ 18.550	min.€ 61.500
Inbreng arbeid		ja	neen	neen	neen
Aandelen			op naam	op naam	aan toonder of op naam
Overdracht aandelen			strikt beperkt	beperkt	bijna vrij
Bestuur			beherende vennoten	zaakvoerder	min. 3 Bestuurders
Oprichtingsakte		schriftelijk om bewijsproblemen te vermijden	onderhands (bij inbreng van onroerende goederen verplicht notarieel)	notarieel	notarieel
Financieel plan	neen	neen	neen	ja	ja
Bedrijfsrevisor	neen	neen	neen	ja	ja
Boekhouding volgens de Wet op de jaarrekening	neen	neen	neen maar wel bij optie voor vennootschapsbelasting	ja	ja
BTW landbouwregeling mogelijk	ja	ja	ja maar niet bij optie voor vennootschapsbelasting	neen	neen
Landbouwbarema mogelijk	ja	ja	ja maar niet bij optie voor vennootschapsbelasting	neen	neen
Personenbelasting	ja	ja	ja	neen	neen
Venn. belasting	neen	neen	ja, na optie	ja	ja
Toestemming verpachter vereist bij exploitatie door vennootschap		neen	neen	ja	ja
VLIF	gewone voorwaarden	gewone voorwaarden	bijkomende voorwaarden	bijkomende voorwaarden	bijkomende voorwaarden

Bron: KBC Bank & Verzekering, 2006

Hoofdstuk 5

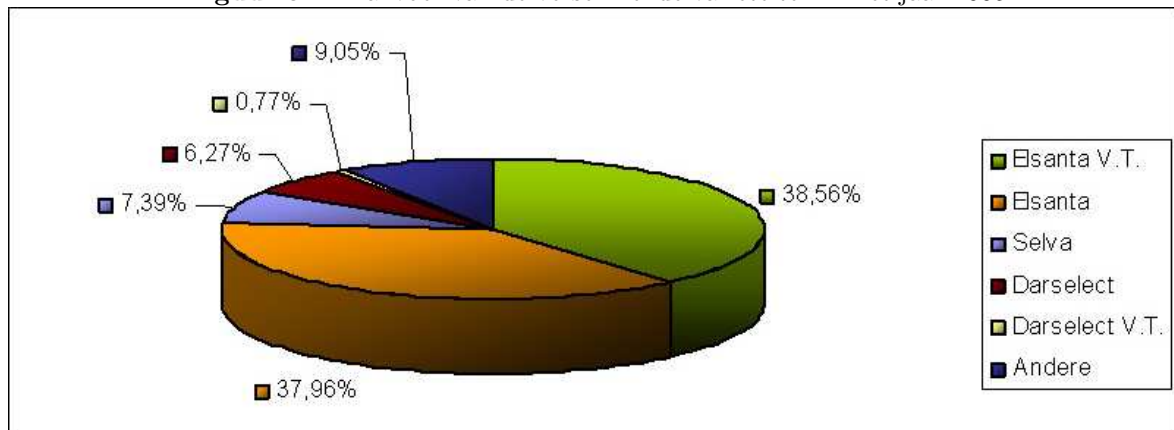
Het marketingplan

5.1 Het productengamma

Inzake aardbeienvariëteiten is er een enorm aanbod van verschillende soorten en kwaliteiten. Bij de aanvang van de teelt heeft de teler de keuze uit verschillende variëteiten en planttypes. Uit de aanvoergegevens van de VBT-veilingen blijkt echter dat 91% van de Belgische markt wordt ingenomen door drie rassen: Elsanta, Darselect en Selva. Zoals wordt geïllustreerd in figuur 5.1 is Elsanta op dit moment de meest gekweekte variëteit in België met 77%, gevolgd door Darselect (7%) en Selva (7 %).¹

Bij de planttypes kan een eerste onderscheid gemaakt worden tussen junidragers en door-dragers. Dit verschil is gebaseerd op het tijdstip waarop de planten bloemen aanleggen. Bij junidragers, ook wel ‘korte-dag-planten’ genoemd, gebeurt deze bloemvorming op het moment dat de dagen beginnen te korten. De bloemaanleg zal zo ongeveer rond september starten en oogst hebben rond de maand juni. De doordrager daarentegen, of de dagneutrale plant, legt bloemen aan onafhankelijk van de daglengte. Met als voordeel dat ze geoogst kunnen worden gedurende 4 tot 5 maanden, afhankelijk van de plantdatum. Junidragers daarentegen hebben een oogstperiode van een viertal weken rond de maand juni (VILT).

¹De afkorting VT staat voor verlate teelt. Dit technisch aspect wordt verder in de tekst behandeld.

Figuur 5.1: Aanvoer van de verschillende variëteiten in het jaar 2005

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van het VBT

Volledigheidshalve worden hierna de meest voorkomende rassen Elsanta, Darselect en Selva kort besproken (veiling Borgloon).

Elsanta: Binnen Europa is er een grote verscheidenheid in aardbeienvariëteiten, waarvan de Elsanta-aardbei nog altijd het meest geteelde ras is. Dit is te danken aan zijn uitstekende vruchteigenschappen. Een aardbei van deze soort heeft een grote, mooie kegelvorm en een rode, glanzende huid. Verder beschikt hij over een zoete smaak en een fijn aroma. Zijn stevige structuur en langere houdbaarheid zorgt voor goede transportmogelijkheden. De plant is fors groeiend, tamelijk breed en voldoende open met een zeer hoge productiviteit. Het ras is een junidrager en is geschikt voor vroege, normale en verlate teelt. Hij is bijgevolg beschikbaar van april tot december met pieken in mei, juni en juli.

Selva: Deze doordrager of dagneutrale plant geeft stevige, glanzend rode en kegelvormige vruchten. Hij heeft zeer sappig vruchtvlees maar moet qua smaak soms onderdoen voor andere variëteiten. De vruchten zijn zeer stevig, vast en beschikken over een zeer goed uitstalleven. Hierdoor is deze soort ideaal voor export. Deze soort is beschikbaar van juli tot oktober met pieken in juli en augustus.

Darselect: Deze vroegrijpende junidrager heeft een grote, sterke, donkerrode vrucht met een zeer goede, zoete smaak. Hij is vooral beschikbaar van april tot december met pieken in april en mei. Deze soort verdraagt transport goed en beschikt over een lang uitstalleven.

5.2 De markt

5.2.1 De consument

Cijfergegevens

Jaarlijks registreert GfK PanelServices Benelux voor VLAM de besteding van de Belgische gezinnen voor wat betreft verse groenten en fruit. De gemiddelde besteding aan fruit groeide bij de Belgische gezinnen sinds 2000 met 19%. Deze groei is toe te schrijven aan een hogere gemiddelde fruitprijs. De gemiddelde Belg besteedde € 151 aan vers fruit in 2004. Met 84 kg fruit op een jaar stijgt het aantal kg dat de gemiddelde Belg jaarlijks eet met 2 % ten opzichte van 2003.

Tabel 5.1: Het aandeel van fruitsoorten in het thuisverbruik in België voor 2004

	In% van het volume	In% van de bestedingen
Appels	22,5%	17%
Peren	6,5%	5,2%
Steenvruchten	6,6%	9,6%
Citrusvruchten	33%	26,5%
Aardbeien	2,8%	6,4%
Bananen	12,7%	10,6%
Druiven	3,8%	6%
Overige	12,2%	18,7%

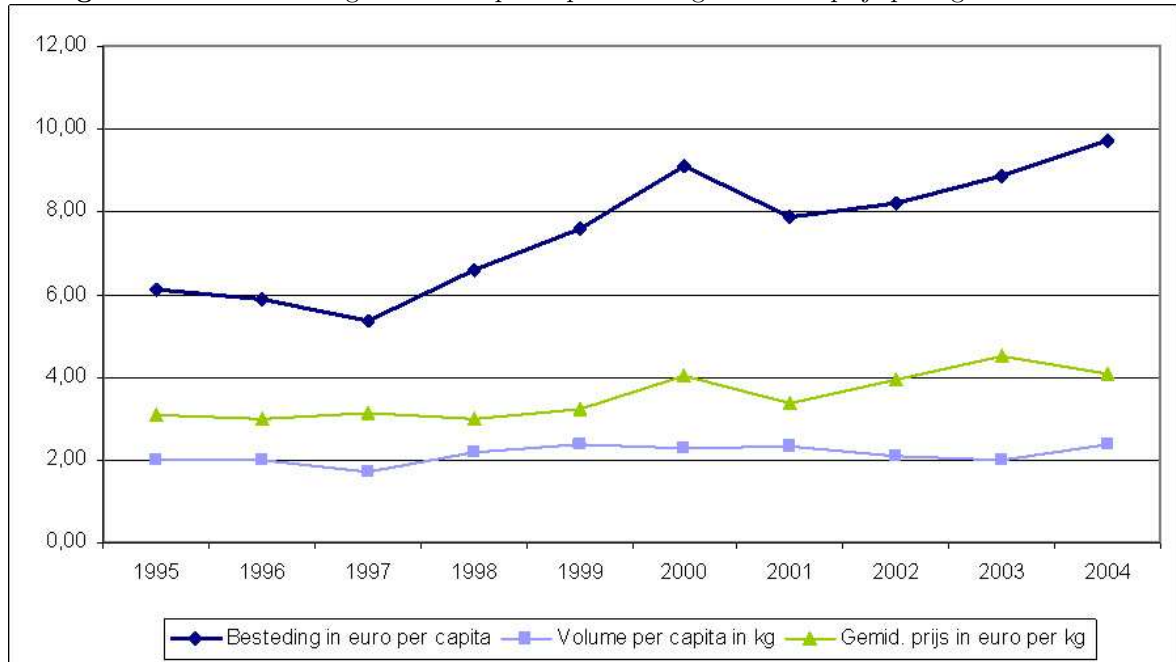
Bron: GfK PanelServices Benelux voor VLAM

Uit tabel 5.1 kan worden afgeleid dat van de totale Belgische consumptie, de aardbei 2,8% inneemt van het totale volume en 6,4% van de totale bestedingen. Van de totale 84 kg fruit verorberde de Belg dus 2,37 kg aardbeien. Hiervoor betaalde hij gemiddeld € 4,10 per kg wat leidt tot een jaarlijkse besteding in euro per capita van € 9,71. Na een vergelijking tussen de jaren 1995 tot 2004 in figuur 5.2 kan geconcludeerd worden dat het volume per capita in omgekeerde relatie staat met de prijs per kg. Wanneer de gemiddelde prijs per kg groter is, daalt het volume per capita en omgekeerd.

Het lage aandeel van de aardbei in de totale consumptie van fruit is onder meer de oorzaak van zijn seizoengehalte. Van oktober tot januari is de consumptie minimaal. Het consumptie-

patroon volgt volledig het seizoenaanbod met pieken in mei en juni. Omdat steeds meer aan seizoenverlenging wordt gedaan, kan verwacht worden dat het aandeel in consumptie van de aardbei zal stijgen (Fruittelteeltnieuws, 7 mei 2004).

Figuur 5.2: De besteding en volume per capita en de gemiddelde prijs per kg van de aardbei



Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van GfK PanelServices Benelux voor VLAM

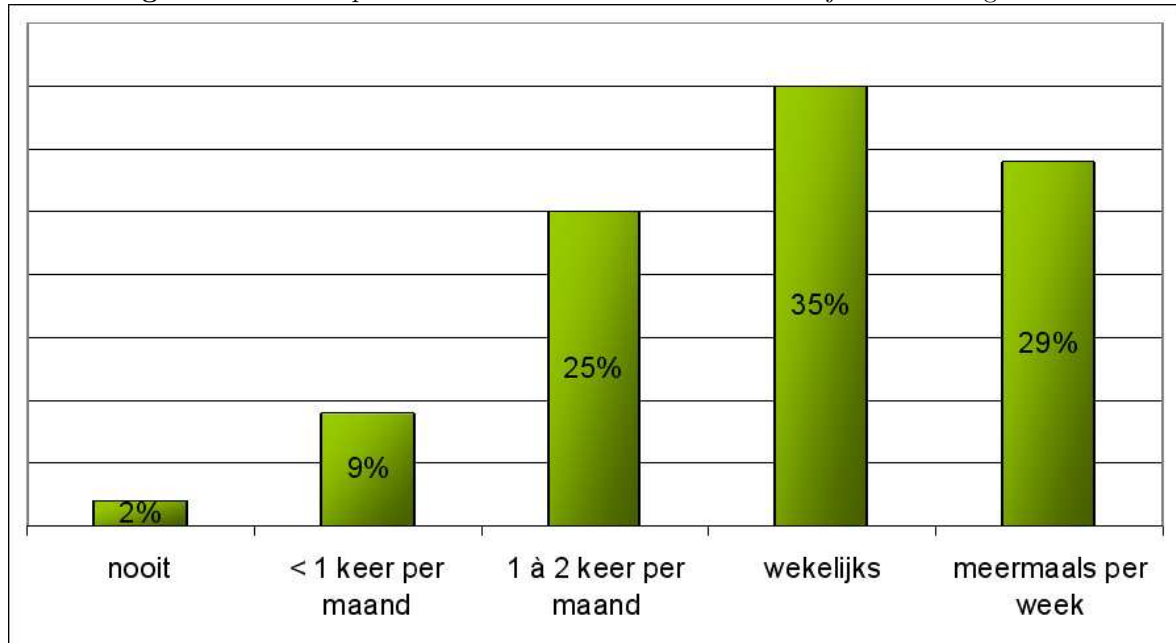
Volgens de Hoge Gezondheidsraad ligt het verbruik van groenten en fruit in België te laag. Het Vlaams Instituut voor Gezondheid beveelt via de actieve voedingsdriehoek dagelijks 300 gram groenten en 2 à 3 stuks fruit aan. Het werkelijke verbruik (wat betreft binnenhuisverbruik) ligt echter maar op de helft (Fruittelteeltnieuws, 4 november 2005).

Wie is de verbruiker?

Uit de profielen, opgesteld door GfK PanelServices Benelux voor VLAM, zijn er weinig of geen opmerkelijke verschillen te noteren voor de aardbei. Bij jonge gezinnen (zonder kinderen) en bij lagere sociale klassen wordt een lichte onderconsumptie vastgesteld (Fruittelteeltnieuws, 7 mei 2004). Aardbeien hebben meer aantrek bij gepensioneerden en gezinnen met kinderen. Bovendien ligt de frequentie bij +34 jarigen (zie tabel 5.2) en bij vrouwen iets hoger. Wel werd vastgesteld dat slechts twee op drie gezinnen aardbeien kopen en dit vooral in het tweede kwartaal (3/4 van het volume). Figuren 5.3 en 5.4 tonen aan dat de meerderheid van

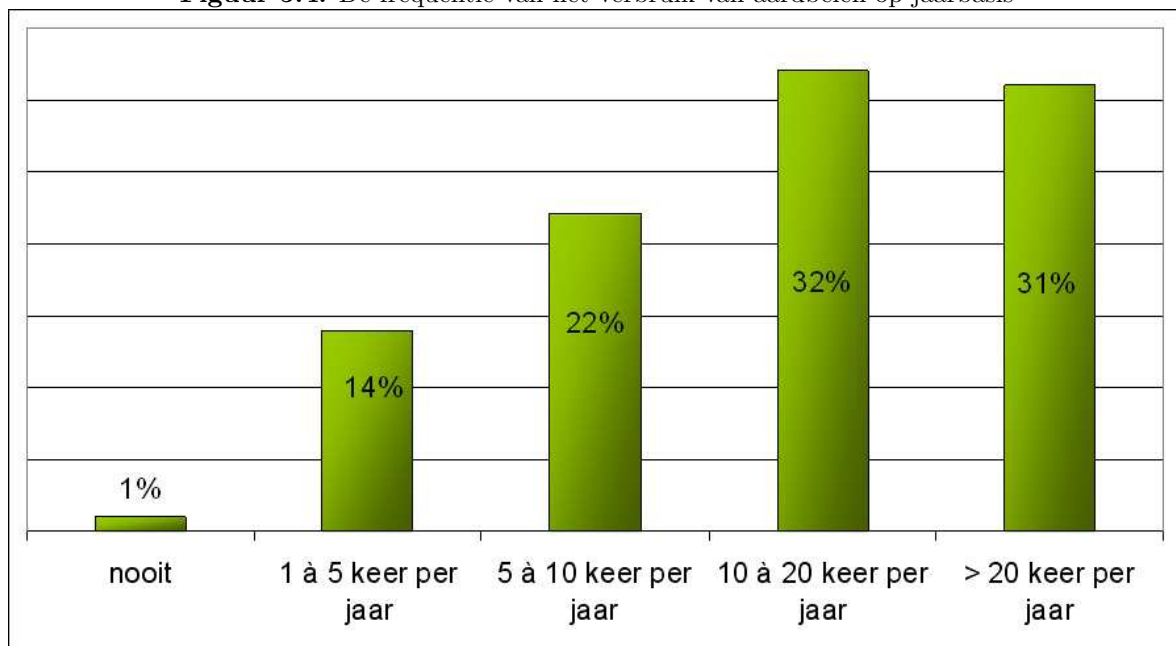
de bevolking frequent aardbeien consumeert, zowel in het hoogseizoen als in totaliteit per jaar.

Figuur 5.3: De frequentie van het verbruik van aardbeien tijdens het hoogseizoen



Bron: interne gegevens VLAM, 2006

Figuur 5.4: De frequentie van het verbruik van aardbeien op jaarbasis



Bron: interne gegevens VLAM, 2006

De laatste jaren is het consumptiepatroon grondig gewijzigd. De consument krijgt steeds meer aandacht voor smaak, kwaliteit, variëteit, gezondheid en vooral gemak in voeding. Op deze trends wordt verder ingegaan in het volgende onderdeel.

Tabel 5.2: De consumptie van fruit per leeftijdscategorie (2002)

	Heel België	<30 jaar	30 - 39 jaar	40 - 49 jaar	50 - 64 jaar	>65 jaar
Appels	22,7%	20,4%	23,1%	23,6%	21,9%	23,1%
Peren	5,5%	5,1%	5,5%	5,7%	5,9%	5,1%
Steenvruchten	7,5%	6,4%	6,8%	7,1%	7,5%	8,4%
Citrusvruchten	34,9%	33,4%	31,2%	32,2%	36,7%	37,3%
Aardbeien	2,5%	2,1%	2,1%	2,6%	2,6%	2,7%
Bananen	13%	16,4%	17%	14,9%	12%	10%
Druiven	3,7%	3,7%	3,5%	3,7%	3,8%	3,8%
Overige	10,2%	12,5%	10,8%	10,2%	9,6%	9,6%

Bron: GfK PanelServices Benelux voor VLAM

5.2.2 Trends in de markt

Omdat de markt steeds verder evolueert van aanbodgestuurde naar vraaggestuurde, moet de teler produceren wat de consument vraagt. Een goede vertrekbasis hiervoor is een goede kennis van de consument. Zowel Mathijs (2004) als dhr. L. Van Bellegem (VILT) vermelden dat de consument steeds moeilijker te analyseren is. De multidimensionaliteit zorgt voor een steeds complexer wordend koopgedrag. Het toepassen van de in hoofdstuk 2.2.1 reeds aangehaalde segmentatiecriteria op de land- en tuinbouwproducten vertaald zich in volgende trends:

- de consument waardeert steeds meer **gevarieerde en gesofisticeerde producten** waardoor de vraag naar diversiteit en nieuwe producten stijgt. Voorbeelden hiervan zijn de mini-groenten en nieuwe exotische vruchten;
- een toename in de **vergrijzing** van de bevolking kan leiden tot verschuivingen in de vraag en het aankoopgedrag;
- de **verandering van de gezinssamenstelling**, namelijk de stijging van gezinnen met

twee-verdieners en één-oudergezinnen, gaat gepaard met tijdgebrek.² Er wordt meer belang gehecht aan convenience, vrije tijd, concentratie van het aanbod en service. Dit leidt tot meer buitenhuis eten, kant-en-klare maaltijden, catering, kleinere porties en ‘one-stop-shopping’ (Bijvoet & Nijboer, 2005)³;

- het consumentenpatroon evolueert meer en meer in de richting van het **kwaliteitsbewuste** als gevolg van onder meer voedselcrisissen en een grotere aandacht voor milieu. De consument hecht meer belang aan voedselveiligheid. Hierdoor is er nood aan meer informatie over de oorsprong en het productieproces van de producten. Een ander gevolg hiervan is de trend van het rechtstreeks aankopen bij de teler;
- door een toenemende vraag naar **milieuvriendelijk geteelde producten** is er een maatschappelijke druk om minder milieubelastend te werken door gebruik van minder gewasbeschermingsmiddelen (Marc Vandeput - beleidsverklaring 2002);
- zelfs de **ethiek en duurzaamheid** spelen meer en meer een rol bij de aankoop van producten (dhr. L. Van Bellegem, VILT);
- de consument apprecieert producten met een **regionale** uitstraling (VILT);
- de consument vertoont steeds meer gedragingen in functie van het moment of zijn gemoed. De **variatie** is de trend. In de marketing wordt dit ook wel het ‘grazing syndrom’⁴ genoemd. Omwille van het impuls karakter van de aardbei als product kan op deze trend wel worden ingespeeld (VILT);
- als laatste vermeldt Mathijs (2004) nog dat de **consumptiepatronen** steeds meer uiteenlopen. Het rijke segment koopt met meerwaarde en het armere segment koopt prijsbewust. De retailsector speelt op deze trend in door zich te positioneren naar een bepaalde klantengroep.

²Uit een interview met dhr. K. Torfs, algemeen secretaris van het VBT, op 12 december 2005

³Bij het fenomeen ‘one-stop-shopping’ wenden mensen zich eenmaal per week tot een grote supermarkt en doen hier de inkopen voor de gehele volgende week.

⁴Bij het ‘grazing syndrom’ eten consumenten op steeds meer uiteenlopende locaties en momenten.

5.2.3 Productdifferentiatie

Omwille van het homogene karakter van fruit dient de producent die een meerwaarde wil realiseren, zich te diversifiëren. Door de grote concurrentiedruk is het belangrijk, zowel voor de teler als voor de retailsector, in te spelen op bovenstaande trends door een gedifferentieerd productengamma te creëren met als doel hogere waarde te bekomen. Om tijdig op deze maatschappelijke trends te kunnen inspelen, is extra investering in marktonderzoek noodzakelijk (Mechelse veilingen info). Mathijs (2004) haalt volgende indeling aan waarop een differentiatie kan worden gebaseerd:

- tastbare criteria:
 - het product: smaak, vorm, kleur, kwaliteit (sappigheid, malsheid, samenstelling, versheid, enz.);
 - het productieproces: bijvoorbeeld geïntegreerde of biologische bestrijding;
 - de dienst: verpakkingen, leveringsvoorwaarden.
- niet-tastbare gebruikscriteria: het product is niet significant anders met betrekking tot tastbare criteria. Hieronder vallen onder meer het imago (merk, labels), de streek en het productieproces.

De productdifferentiatie kan verschillend zijn voor de binnenlandse en de buitenlandse afzetmarkt. Het doel van productdifferentiatie is namelijk een voorsprong behalen op de concurrent door een meerwaarde te creëren. In het binnenland zijn de andere labels en merken de concurrenten van elkaar en in mindere mate de ingevoerde aardbeien. Op de buitenlandse afzetmarkt zijn de concurrenten van onze Belgische aardbeien, andere aardbeiproducerende landen. Achtereenvolgens worden deze in de volgende twee onderdelen behandeld.

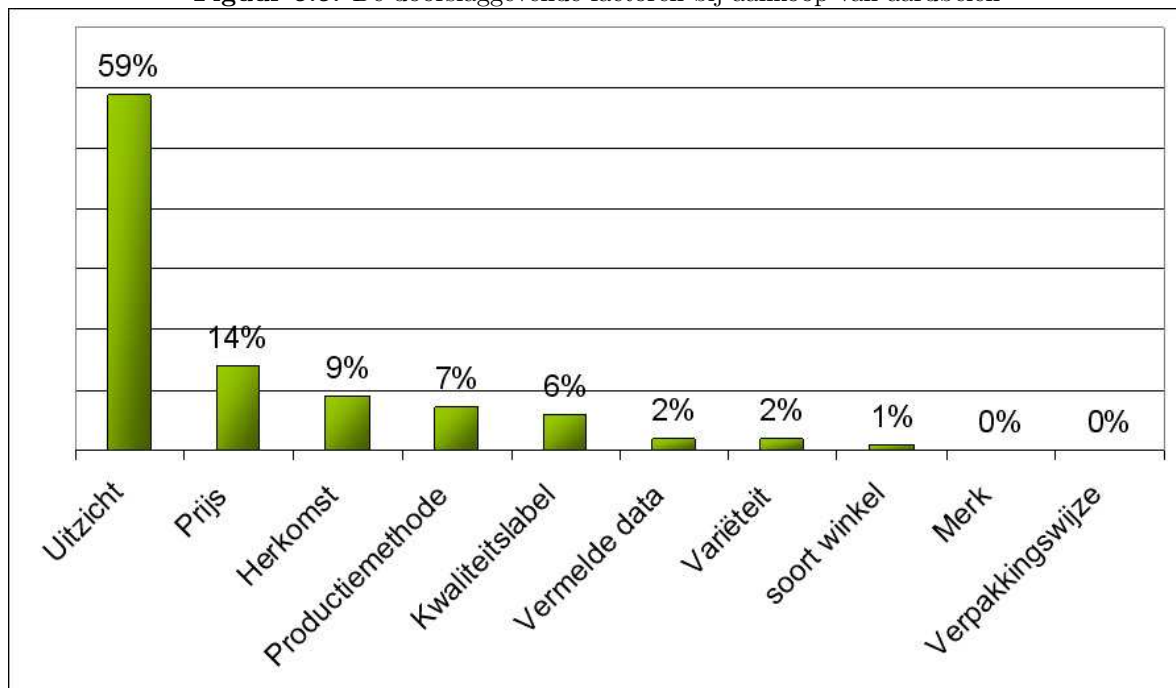
De Belgische afzetmarkt

Naast differentiatie van de veiling via de eigen merken, kan er vooral gedifferentieerd worden via de verpakking.⁵ Voor een product zoals de aardbei is het namelijk zeer moeilijk zich te onderscheiden. Reden hiervoor is de homogeniteit en het impulskarakter waardoor de aardbei geen gewoon productverloop kent. Zoals ook kan worden opgemerkt uit figuur 5.5 is, typisch

⁵Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

voor impulsproducten, enkel het uitzicht doorslaggevend als aankoopcriterium. Een mooie, goed ruikende, kwalitatief ogende aardbei geeft de consument een impuls tot aankoop. De prijs is nog voor 14% doorslaggevend. Consumenten denken dat ze prijsbewust kopen maar uit onderzoek blijkt dat de betaalde prijs niet geweten is.⁶ Het belang van de prijs moet bijgevolg sterk gerelativeerd worden. Andere factoren zoals verpakking, herkomst, merk en kwaliteitslabel blijken voor de consument minder belangrijk.

Figuur 5.5: De doorslaggevende factoren bij aankoop van aardbeien



Bron: interne gegevens VLAM , 2006

Een voorwaarde voor differentiatie is een duidelijke communicatie en garantie van de productverschillen naar de consument. De land- en tuinbouwsector maakt hiervoor gebruik van lastenboeken waarin voorwaarden voor de productie worden vastgelegd. Aan de hand van labels wordt dit gecommuniceerd naar de klant toe. Er gaan echter stemmen op dat dit web van labels bij de consument enkel tot verwarring leidt. Volgens dhr. L. Vanoirbeek, missen de labels aan verhaal (VILT). Ook dhr. L. Van Bellegem bevestigt dat er nood is aan het overbrengen van een duidelijke boodschap aan de consument. Labels zijn geen tovermiddelen op korte termijn. Hun beste tijd moet nog komen. Het positioneren van een eenduidig imago

⁶Uit een interview met dhr. K. Torfs, algemeen secretaris van het VBT, op 12 december 2005

naar de buitenwereld toe, onder de noemer van één keurmerk, zou de consument een gegarandeerde standaardkwaliteit moeten kunnen bieden (Fruitteeltnieuws, 16 mei 2003), met een betere garantie voor efficiëntie, flexibiliteit, transparantie en consumentenvertrouwen (VILT).

Op de binnenlandse markt probeert VLAM de aardbei te positioneren ten opzichte van de buitenlandse aardbeien via het seizoenmoment. Dit hebben ze trachten te bereiken door de promotiecampagne van de laatste jaren. Omdat de aardbei, onder meer door invoer, bijna heel het jaar door in de winkels te krijgen is, proberen zij bij de consument het seizoenmoment aan te wakkeren. Hiermee wijzen ze op het begin van het seizoen en de aanwezigheid van Belgische aardbeien in de winkels.⁷

Op het niveau van de veiling wordt er ook steeds meer getracht in te spelen op de trend van kwaliteit. Zo proberen de veilingen steeds meer hun eigen merk uit te spelen op kwalitatief vlak ten opzichte van de concurrenten. veiling Hoogstraten heeft om die reden een nieuw aardbeiensegment 'Hoogstraten Top' gecreëerd. Zij stelden namelijk vast dat er een markt is voor een topsegment aardbeien waarvoor de consument bereid is meer te betalen (Proeftuinnieuws, 27 mei 2005). Hierover verder in de tekst meer. Ook andere veilingen doen extra moeite op gebied van presentatie en uitsortering op maat.

De buitenlandse afzetmarkt

Hetgeen waar België het meest mee naar buiten kan treden in het buitenland is de aardbei als kwalitatief hoogstaand product dat bovendien volledig verzekerd is van voedselveiligheid. Aan de communicatie hiervan is weinig werk. De aankopers van groenten en fruit in de rest van Europa weten dat België beschikt over een goede, kwaliteitsvolle aardbei.⁸

Ook veiling Hoogstraten beschouwt kwaliteit als belangrijkste punt om zich op te profileren. De uitspeling van hun merk gebeurt daarom ook vooral naar de buitenlandse afzetmarkt toe.⁹

⁷Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

⁸Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

⁹Uit een interview met dhr. F. Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

5.2.4 De verwerkende industrie

De in België geteelde aardbeien zijn hoofdzakelijk bestemd voor de versmarkt. In België zijn er praktisch geen telers die produceren voor de verwerkingsindustrie. Aardbeien uit de laagste kwaliteitsklasse die toch van het veld moeten, zijn bestemd voor verwerkende industrie.¹⁰ Ook aardbeien die onder een bepaalde ‘stopprijs’ gaan (€ 0,25 per bakje), worden uit de markt genomen en gaan naar de verwerkingsindustrie.¹¹ De teler zelf haalt hier praktisch geen opbrengsten uit. Dira frost wist te vertellen dat specifiek voor hun bedrijf slechts 0,5% van de verwerkte aardbeien uit België afkomstig zijn. Andere landen die hun aanleveren zijn onder meer China, Polen, Marokko, Turkije, Argentinië en Chili. Deze aankopen worden meestal op voorhand op contractbasis geregeld.

In de sector van de fruitverwerking en conservering wordt volgens de NACE-Bel activiteiten-nomenclatuur een onderscheid gemaakt tussen bedrijven die zich specialiseren in het vervaardigen van groente- en fruitsappen (15.32) en in de verwerking en de conservering van fruit (15.33)(Federale Overheidsdienst Economie , KMO, Middenstand en Energie).

Afzetkanalen van Dira frost zijn onder meer Danone met hun yoghurts, Kellogs met hun ontbijtgranen, McDonalds voor het fruit- en yoghurtsegment, retail zoals onder meer O’Cool en bakkerijen. De finale afnemers van verwerkte groenten en fruit kunnen worden gesplitst in twee belangrijke groepen. Een eerste groep is de groothandel die verder distribueert aan onder meer warenhuizen, superettes en kruideniers. De catering, de tweede grote groep, bestaat uit voedingsmiddelenconcerns met als klantsegmenten huishoudverbruik en grootverbruik zoals scholen, ziekenhuizen en dergelijke. Uit cijfers van de federatie (VEGEBE) blijkt dat circa 30 % door de retailers wordt afgenomen en circa 55% door het catering-segment (Derden et al, 1999).

5.3 De concurrentie

Er kunnen vijf bronnen van concurrentie worden onderscheiden, namelijk de interne concurrentie tussen de marktspelers, de macht van de leveranciers en van de afnemers en tenslotte

¹⁰Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon, op 20 december 2005

¹¹Uit een interview met dhr. F. Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

de dreiging van substituu-producten en van nieuwe toetreders.

5.3.1 Directe concurrentie

De directe concurrentie kan opgesplitst worden in twee soorten. Enerzijds zijn er landen die vooral produceren voor de export en grote aandelen aardbeien uitvoeren met Spanje als grootste voorbeeld. Anderzijds zijn er onze afnemers die steeds meer produceren voor de lokale markt om in hun eigen consumptie te voorzien en op die manier ook een onrechtstreekse concurrentie betekenen.

Exporterende landen

De top zes grote Europese exporteurs in 2004 waren:¹²

1. Spanje: met een uitvoer van 226.819 ton;
2. België: met een uitvoer van 45.623 ton;
3. Frankrijk: met een uitvoer van 32.437 ton;
4. Nederland: met een uitvoer van 28.919 ton;
5. Polen: met een uitvoer van 20.361 ton;
6. Italië: met een uitvoer van 19.393 ton.

(Faostat)

Afhankelijk van de periode in het jaar verschillen de concurrenten voor de Belgische aardbeienproductie. Hieronder worden enkele landen kort besproken.

Spanje is het grootste aardbeienland van Europa met een opbrengst die hoofdzakelijk gericht is op de versmarkt. Na de Verenigde Staten is Spanje de grootste aardbeienproducent in de wereld. Qua export staat Spanje op de eerste plaats in de wereld. In 2004 produceerde Spanje 285.600 ton aardbeien waarvan maar liefst bijna 80% werd geëxporteerd. Hoofdbestemmingen zijn Frankrijk (79.028 ton), Duitsland (62.336 ton),

¹²De cijfers in tabel 5.3 voor Nederland zijn gebaseerd op de statistieken van Eurostat. Dit omdat Faostat over meerduidelijk cijfermateriaal voor Nederland beschikt.

Italië (17.364 ton), Verenigd Koninkrijk (21.555 ton), België (12.425 ton), Portugal (8.224 ton) en ten slotte Nederland (7.311 ton). De invoer van aardbeien ligt door de hoge zelfvoorzieningsgraad zeer laag, nauwelijks 7.817 ton. Spanje is vooral een concurrent in het voorjaar. Op het moment dat de Belgische productie zijn topmoment beleeft is het in Spanje meestal te warm om een teer product als aardbeien te kweken. De concurrentie van Spanje is te relativiseren omdat hun productiepiek net voor de piek van België valt. Enkel telers die hun aardbeien zeer vroeg op de markt brengen, kunnen hinder ervaren uit de grote import van Spanje.¹³ Maar dit wordt maar als lage hinder ervaren.¹⁴ Bovendien hebben de Spaanse variëteiten doorgaans een zwakker smaakprofiel om de houdbaarheid over lage transportafstand te kunnen garanderen (VILT, maart 2005). Uit tabel 5.3 kan worden afgeleid dat Spanje de laatste jaren een areaalverkleining ondergaat. Dit is onder meer te wijten aan slechtere seizoenen met ongunstige weersomstandigheden en overproductie met als gevolg lagere prijzen en een tekort aan arbeidskrachten (Proeftuinnieuws, 25 juni 2004). Niettegenstaande bleef de productie op pijl. Dit heeft te maken met het grotere productie per hectare.

Frankrijk bevoorraadt vooral de Duitse markt met 34,9% van de totale uitvoer in 2004. Daarna volgen Italië (22,1%), Zwitserland (12,9%) en Spanje (12,6%). Het aantal ton jaarlijkse uitvoer blijft voor Frankrijk toenemen. Het totale areaal daarentegen vertoont een dalende trend. Dit heeft echter geen effect op de productie, die blijft schommelen rond de 50.000 ton.

Italië is de tweede grootste aardbeienproducent in Europa met 150.000 ton aardbeien in 2004. De productie neemt de laatste jaren echter geleidelijk af door hoge kosten omtrent arbeid en concurrentie. Er wordt verwacht dat hierdoor de import in de komende jaren zal toenemen (Fruittelteeltnieuws, 3 juni 2005). Ook het areaal is ten opzicht van 2000 afgenomen.

Polen is sinds de toetreding tot de EU op 1 mei 2004 een belangrijke concurrent geworden. Zij verkregen de laatste jaren door EU-toetredingssteun (SAPARD) tot 50% subsidieering voor investeringen. Hierdoor is het glasareaal (algemeen groenten en fruit)

¹³Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

¹⁴Uit een interview met dhr. F. Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

meer dan verdubbeld op drie jaar tijd. Toch telen 97% van de Poolse bedrijven in open lucht. Hiermee hangt de productie ook sterk af van de weersomstandigheden. Vanaf 2004 kreeg Polen ook ondersteuning van het landbouwinvesteringsfonds onder de vorm van rentesubsidie tot 15% (Derden et al, 2005). Gezien de mindere kwaliteit, richt de Poolse aardbeienproductie zich voor meer dan de helft op de verwerkende industrie. Het is de tweede grootste producent met aardbeien bestemd voor de industrie na China. Door deze concurrentie van China is Polen aan een inhaalmanoeuvre bezig wat betreft de verse markt.¹⁵ Hun voordeel is de gigantische arealen waarover ze beschikken en de goedkope arbeidskrachten. Er is echter een gebrek aan kapitaal, infrastructuur, techniek en kennis. Polen zou zijn productietechnische achterstand wel eens snel kunnen inhalen en druk uitoefenen op de markt (Taragola & Van Lierde, 2002). Net zoals wanneer Spanje toetrad tot de Europese Unie. Op dit moment is er nog altijd een achterstand op gebied van teelttechnische kennis en kapitaal. Maar het productiepotentieel om uit te groeien is wel aanwezig (Leclere E., 16 mei 2003). Op middellange termijn valt dus te verwachten dat ze hun productiefactoren (grond, arbeid en kapitaal) even efficiënt zullen trachten te benutten als hun andere Europese collega's.¹⁶ Volgens de cijfers van Faostat exporteerde Polen 20.361 ton aardbeien in 2004. Naar schatting zal de export de volgende vijf jaar stijgen naarmate er meer variëteiten worden geproduceerd (Fruiteeltnieuws, 11 maart 2005). De concurrentie zal zich de komende jaren dus zeker laten voelen. Of zij dan echt op de Belgische thuismarkt gaan komen, betwijfelt dhr. K. Torfs. Wel kunnen zij door hun uitstekende ligging een enorme concurrentie betekenen voor dichterbijgelegen markten zoals Rusland, Scandinavië en Duitsland.¹⁷ Anderzijds biedt dit ook afzetperspectieven, daar de levensstandaard hier eveneens aan het stijgen is (Derden et al, 2005). Door die verhoging van de levensstandaard zijn producten zoals aardbeien plots geen onbetaalbare luxegoederen meer. Ook hier worden de consumenten steeds meer kwaliteitsbewust. Net daar liggen volgens dhr. D. Keersebilck kansen voor onze producten van topkwaliteit (Fruiteeltnieuws, 10 maart 2006). Het belangrijkste afzetland voor Polen is Duitsland, gevolgd door Nederland, België en Oostenrijk (Fruit-

¹⁵Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon op 20 december 2005

¹⁶Uit een interview met dhr. K. Torfs, algemeen secretaris van het VBT, op 12 december 2005

¹⁷Uit een interview met mevr. P. Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari

teeltnieuws, 11 maart 2005).

Tabel 5.3: Het areaal en de productie van Spanje, Frankrijk, Italië en Polen

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Spanje	Areaal	11.055	9.775	8.904	9.145	7.600	7.600
	Productie	344.865	314.079	279.441	264.237	288.100	308.000
Frankrijk	Areaal	3.971	3.856	3.779	3.692	3.677	3.600
	Productie	57.819	52.737	49.693	45.483	51.793	51.900
Nederland	Areaal	1.384	1.368	1.389	1.450	1.560	1.600
	Productie	34.300	34.000	35.200	35.900	36.500	39.000
Polen	Areaal	61.967	65.754	37.962	43.931	52.388	53.700
	Productie	171.314	242.118	153.083	131.332	185.583	180.000
Italië	Areaal	6.934	6.769	6.358	6.243	6.194	6.274
	Productie	195.661	184.314	150.901	154.861	167.718	154.495

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Faostat en Eurostat

Afzetmarkten

Het betreft hier landen die grote hoeveelheden aardbeien afnemen van België. België is afhankelijk van de mate van zelfvoorziening in die landen. Gebeurtenissen zoals areaalvergrotingen en goede weersomstandigheden betekenen een concurrentie voor de export van België. De prijsvorming en exportmogelijkheden van onze Belgische aardbeien is namelijk voor een groot stuk afhankelijk van de productie van onze afzetmarkten. Zo leidde mislukkingen van de oogst in onder meer Duitsland in 2003 tot een extreem goed jaar voor de Belgische telers. Door het niet kunnen voorzien in hun eigen consumptie, zijn deze landen wel verplicht tot import.

Een goed voorbeeld hiervan is Duitsland, wat vroeger de belangrijkste afzetmarkt was voor Belgische aardbeien. Door diverse landbouwcrisissen schakelden de Duitsers over naar meer rendabele teelten zoals onder meer de aardbeienteelt. Door een spectaculaire stijging van de productie in Duitsland, verloor België een groot aandeel van de export naar Duitsland. Indien deze landen op termijn zelf een overproductie hebben, worden ze directe concurrenten op andere afzetmarkten die voor hen dichterbij liggen. Ook Groot-Brittannië neemt de

‘knowhow’ van de teelttechnieken over waardoor deze markt ook dreigt verloren te gaan.¹⁸

Tabel 5.4: Het areaal en de productie van Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Zweden en Noorwegen

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Duitsland	Areaal	9.619	9.795	9.900	10.400	11.844	12.254
	Productie	104.276	110.130	105.297	95.278	119.384	131.915
VK	Areaal	3.300	3.420	3.050	3.320	3.450	3.299
	Productie	37.300	36.600	38.500	44.800	50.200	48.000
Zweden	Areaal	3.000	1.907	2.209	2.209	2.001	2.139
	Productie	11.100	9.300	9.845	9.845	11.500	10.168
Noorwegen	Areaal	1.690	1.720	1.693	1.728	1.650	1.650
	Productie	8.996	9.316	7.228	7.411	8.119	7.669

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Faostat

De belangrijkste afzetmarkten voor België in 2004 waren:

1. Nederland: met een invoer uit België in 2004 van 10.998 ton;
2. Duitsland: met een invoer uit België in 2004 van 8.584 ton;
3. Verenigd Koninkrijk: met een invoer uit België in 2004 van 7.467 ton;
4. Frankrijk: met een invoer uit België in 2004 van 6.775 ton;
5. Zweden: met een invoer uit België in 2004 van 2.531 ton;
6. Noorwegen: met een invoer uit België in 2004 van 2.158 ton.

(Faostat)

¹⁸Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon op 20 december 2005

Tabel 5.5: Evolutie in de import van de belangrijkste afzetgebieden

NAAR	Duitsland		Frankrijk		Nederland		Ver. Koninkrijk	
Totale import (ton)	125.259	108.922	88.506	114.925	14.058	16.810	29.047	39.945
VAN	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004
België	4,9%	5%	7,2%	5,4%	33,8%	22,2%	12,8%	12,2%
Spanje	61,3%	69%	67,8%	71,9%	40,4%	46%	55,5%	48,2%
Duitsland	-	-	1,9%	4,3%	4,7%	5,1%	1,4%	0,7%
Italië	18,9%	7,3%	0,2%	0,3%	5,9%	0,4%	/	/
Polen	5,4%	4,8%	/	/	2,2%	12,6%	/	/
Frankrijk	4,0%	7,4%	-	-	7,2%	1,4%	1,8%	3,9%
Nederland	3,6%	3,1%	1,1%	1,1%	-	-	19,2%	19,1%
Verenigd Koninkrijk	1,2%	0,2%	/	/	/	0,8%	-	-
USA	/	/	0,6%	0,5%	/	/	3,4%	2,9%
Portugal	/	/	/	/	/	/	0,6%	5%
Marokko	/	/	/	/	/	/	1,2%	3,3%

NAAR	Noorwegen		Oostenrijk		Zweden		Rusland	
Totale import (ton)	1.644	3.498	18.870	23.608	4.487	5.774	720	7.393
VAN	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004
België	51,8%	70,2%	10,8%	4,2%	29,5%	42,3%	1,9%	5,6%
Spanje	10,8%	12,4%	29,9%	43%	9,8%	12,8%	37,6%	33,3%
Duitsland	3,3%	0,2%	10,9%	10,9%	2,8%	14,9%	/	/
Italië	30,2%	3,1%	25,7%	18,8%	22,2%	9%	/	0,1%
Polen	/	0,6%	16,6%	13,6%	5%	5,6%	5,8%	43,7%
Frankrijk	/	/	4,7%	7,7%	/	/	0,7%	0,4%
Nederland	1,6%	7,2%	1,3%	1,2%	18,4%	12,9%	37,6%	10%
Egypte	/	/	/	/	/	/	2,2%	1,4%
Denemarken	/	/	/	/	1,6%	1,8%	/	/
Noorwegen	-	-	/	/	10%	0,1%	/	/

/ = niet significant

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Faostat

In vorige tabel wordt de evolutie besproken over 5 jaar van de import van de belangrijkste afzetgebieden van België. Volgende conclusies kunnen worden getrokken:

- België behoudt zijn positie in het importcijfer van Duitsland, het Verenigd Koninkrijk

en Frankrijk. Er is een opmerkelijk stijging in het aandeel van Noorwegen, Zweden en Rusland. De opkomst van deze landen wordt hierdoor wederom bevestigd. Als laatste is er nog Oostenrijk dat, ondanks een grotere invoer, minder aardbeien van België afneemt;

- het aandeel van Italië neemt af over de hele lijn. De dreiging van Italië op exportgebied neemt af;
- het aandeel van Spanje in de importcijfers ondergaat over het algemeen een stijging, uitgezonderd voor het Verenigd Koninkrijk en Rusland;
- het fenomeen dat voorspelt dat landen zoals Polen en Duitsland hun nabije afzetgebieden meer zullen bevoorraden, wordt hier reeds bevestigd. Zo is er een stijging van 10,4% van Poolse aardbeien voor Nederland, 37,9% van Poolse aardbeien voor Rusland en 12,1% van Duitse aardbeien voor Zweden op vier jaar tijd;
- uitgezonderd Duitsland, die bijna 20.000 ton minder importeert sinds het jaar 2000, ondergaan al de landen een toename van de import.

Andere mogelijke concurrenten

Buiten de EU zijn er nog landen die in de toekomst voor de Belgische export een concurrentie kunnen betekenen. Zo hebben zowel Marokko, Egypte, Turkije als Rusland een uitbreidend areaal met een stijgende productie tot gevolg (zie figuur 5.6).

Tabel 5.6: Het areaal en de productie van Marokko, Egypte, Turkije en Rusland

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Marokko	Areaal	2.415	2.560	1.890	2.370	2.780	2.780
	Productie	105.000	90.000	70.000	90.500	106.100	106.100
Egypte	Areaal	2.689	2.700	2.419	3.072	3.838	3.800
	Productie	70.612	68.137	60.017	79.771	104.971	100.000
Turkije	Areaal	9.465	9.700	10.000	10.400	10.400	10.500
	Productie	130.000	117.000	145.000	150.000	155.000	160.000
Russische Federatie	Areaal	22.000	27.000	34.600	35.000	35.000	36.000
	Productie	160.000	175.000	200.000	205.000	215.000	217.000

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Faostat

5.3.2 Macht van de leveranciers

In de sector zijn er verschillende leveranciers zoals onder andere leveranciers van machines, energieleveranciers, zaai- en plantgoed, meststoffen, fytosanitaire producten en loonwerkers. Deze zijn meestal meer geconcentreerd dan de tuinbouw zelf, wat hun onderhandelingsmacht groter maakt (Derden et al, 2005).

5.3.3 Macht van de afnemers

Een groot deel van de productie van aardbeien is bestemd voor export. In deze exportsector zijn maar enkele bedrijven actief, waardoor hun macht ten opzichte van de producenten redelijk groot is (Derden et al, 2005).

Omwille van het grote aandeel van de supermarkten in de afzet van fruit, beschikken ook zij over een goede onderhandelingspositie. Ze kunnen druk uitoefenen op de distributeurs en producenten. Bovendien verkiezen grote supermarktketens leveranciers die een voldoende ruim aanbod kunnen bieden waardoor kleine spelers onder druk komen te staan (Derden et al, 2005). Deze grotere vraag brengt uniforme partijen en vastgelegde kwaliteitscriteria met zich mee waaraan de productie moet voldoen. Als tegengewicht is er nood aan centralisatie van het aanbod die reeds aanwezig is op coöperatieve basis. Dhr. L. Van Bellegem stelt dat de telers zich zelfs op internationaal niveau moeten leren organiseren (VILT).

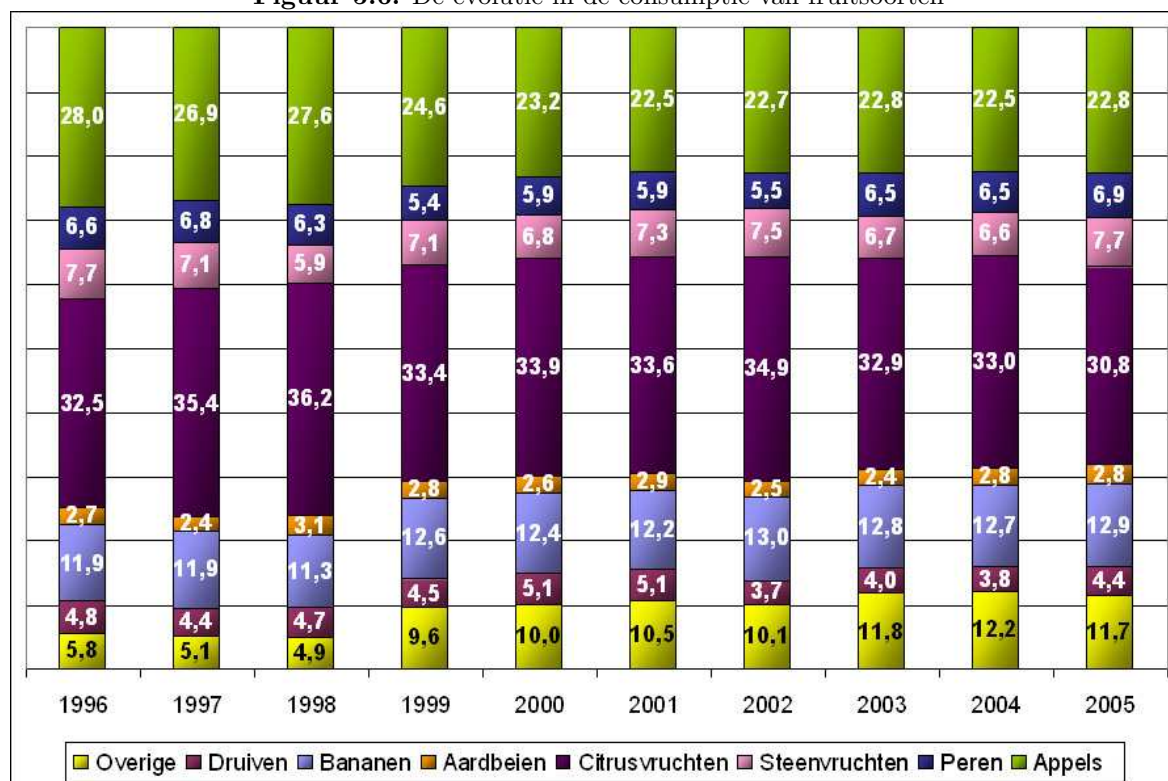
De tuinbouw zal verder ook geconfronteerd worden met de wensen van de grootwinkelbedrijven als gevolg van de sterke Europese integratie. Indien slechts een klein aantal grootwinkelbedrijven overblijven in Europa, kunnen zij hun eisen steeds meer opleggen aan de sector (Fruittelteeltnieuws, 16 mei 2003). Het internationaal karakter zorgt ervoor dat supermarktketens meer en meer werken vanuit centraal in Europa gelegen aankoopcentrales (VILT). Op dit moment heeft de afnemer niet echt een invloed op de prijs van de aardbeien daar het over het algemeen over dagprijzen van de klok gaat.¹⁹ De groeiende macht moet echter op de voet worden gevolgd. Het feit dat grootwarenhuizen steeds meer een prijzenslag doen om elkaar

¹⁹Uit een interview met dhr. F. Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

te beconcurreren, kan wel eens in het nadeel gaan spelen van de teler.²⁰

5.3.4 Substituten

Figuur 5.6: De evolutie in de consumptie van fruitsoorten



Bron: GfK PanelServices Benelux voor VLAM, 2006

Door de verbeterde transport- en distributiesector krijgen de traditionele Belgische fruitsoorten steeds meer concurrenten van de exoten.²¹ In een willekeurige fruitkraam liggen producten van over gans de wereld. Met ‘Overige’ in figuur 5.6 wordt de handel bedoeld in onder meer perziken, meloenen, nectarines en ander zachtfruit (Fruittelteeltnieuws, 19 augustus 2005). Dit toenemend aanbod van alternatieve fruitsoorten zorgt voor een verminderde interesse van de consument voor aardbeien (Fruittelteeltnieuws, 19 augustus 2005). Ook de banaan is een belangrijke concurrent van de aardbei (Fruittelteeltnieuws, 7 mei 2004). Deze onderging in tien jaar een stijging van 6 naar 10 kg per kop. Hierdoor steeg zijn percentage in de totale

²⁰Uit een interview met mevr. P. Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari 2006

²¹Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

consumptie van fruit met 1 punt ten opzichte van 1995 (zie figuur 5.6. Er moet wel vermeld worden dat hierachter ook grote marketingbudgetten schuilen (denk hierbij aan Chiquita).

Anderzijds is er de opkomst van substituten in het snacksegment. Zo zijn er verschillende spelers die producten zoals yoghurt drinks, graanbars en fruitdranken op de markt brengen. Op de gemaks- en gezondheidstrend van de laatste jaren wordt door verschillende bedrijven slim ingespeeld. Een voorbeeld is Unilever met zijn nieuwe product 'Knorr Vie', een geconcentreerde fruit- en groentesap. Ze trachten de consument te overtuigen met slogans zoals *"een klein flesje met 50% van je dagelijkse behoefte aan groenten en fruit"*. Hier is meer van te vrezen door hun doorgedreven campagnes.²² Ook dhr. K. Torfs (Mechelse Veilingen Info, januari 2006), haalt aan dat deze bedrijven doorgaans over veel meer marktkennis en promotiebudgetten beschikken wat zeker een bedreiging kan zijn voor de verse groenten en fruit.

Dhr. D. Keersebilck voegt hier aan toe dat deze concurrentie op dit moment nog niet echt merkbaar is. Als gekeken wordt naar de consumptiecijfers van aardbeien (zie figuur 5.2), blijven deze redelijk stabiel. Toch moet deze trend goed in de gaten worden gehouden. Al zal de aardbei, juist omwille van haar impuls karakter en haar 'stopping power', minder te vrezen hebben dan andere traditionele producten zoals de appel.²³

5.3.5 Potentiële toetreders

Volgens Derden et al.(2005) wordt in de glastuinbouw relatief meer gestart met een nieuw bedrijf in vergelijking met andere landbouw- en tuinbouwsectoren. De opstart van bedrijven in de glastuinbouw wordt de laatste jaren echter sterk afgeremd door problemen inzake ruimtelijke ordening. Volgens een studie van Verspecht et al.(2003) worden dergelijk aanvragen dikwijls geweigerd en vaak om vrij dubieuze redenen. Binnen verstedelijkte gebieden zijn de grondprijzen zeer hoog en zijn uitbreidingsmogelijkheden beperkt. Buiten die zone staat de overheid huiverig tegenover het afleveren van vergunningen omwille van esthetiek en schending van het landschap. Een mogelijk oplossing is het ontwikkelen van bedrijvenzones,

²²Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

²³Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

afgebakend in overleg met alle betrokken instanties en voorzien van de nodige infrastructuur (Buitenkansen, maart 2004).

Zoals reeds vermeld kan de recente uitbreiding van de Europese Unie tot bijkomende dreiging voor de lokale producenten leiden. Voordelen zijn de relatief goedkope arbeidskrachten en grote arealen grond. Nadelen zijn het kwaliteitsniveau en gebrek aan goed uitgebouwde distributiekkanalen met koelcircuits. Op termijn wordt verwacht dat ook daar de arbeidskosten zullen stijgen en het nadeel van koudere winters merkbaar zal zijn (Derden et al, 2005).

5.4 Het verkoopplan

5.4.1 Product

Het product bestaat niet alleen uit het kernproduct reeds besproken in hoofdstuk 5.1. Het omvat eveneens andere kenmerken zoals het kwaliteitsniveau, de merknaam, de verpakking en de bijhorende extra dienstverlening en benefits (Kotler, 2000). Hierbij dient opgemerkt te worden dat er voor een product zoals fruit bijkomende eigenschappen zijn waarmee rekening moet worden gehouden:

- vooreerst zijn aardbeien **dagverse** producten waardoor ze maar over een korte ‘shelf life’ beschikken²⁴;
- omdat de aardbei een **fragiel** product is, moet er aandacht besteed worden aan de kwetsbaarheid van het product en dit op elk niveau in de keten;
- afnemers vereisen een **homogene kwaliteit**. Een reeds gevonden oplossing hiervoor is de blokverkoop met indeling in kwaliteitsklassen;
- het homogene aspect maakt het **moeilijk** het product te **differentiëren**. Labels zijn hier de manier om te trachten kwaliteit en oorsprong van een product naar voren te brengen (VILT). Dit mag echter niet verwarrend overkomen;
- een **time lag** zorgt voor een vertraging tussen de productiebeslissing en de oogst. Bovendien kan je als teler niet inspelen op de actualiteit. De aardbei moet van het veld wanneer

²⁴‘Shelf life’ is een term om de houdbaarheid van waren aan te duiden.

hij rijp is.²⁵

Achtereenvolgens worden nu de kwaliteit en de verpakking besproken.

Kwaliteit

Ten gevolge van onder meer de hoge productiekost in België, moeten andere troeven zoals kwaliteit worden uitgespeeld. Volgens Kotler (2000) is kwaliteit één van de sterkste manieren om een product te positioneren. Een belangrijk wapen dus om zich te onderscheiden van de concurrentie. Kwaliteit bestaat uit twee dimensies namelijk het kwaliteitsniveau en de consistentie van de kwaliteit. Kwaliteit slaat hierbij zowel op het product zelf als op de verpakking, de presentatie en de dienstverlening (Pinxten, juli 1998).

Op alle niveaus van de keten moet kwaliteit hoog in het vaandel worden gedragen. De teler heeft de kwaliteit niet altijd 100% in handen. Maar hoe groter het aantal schakels hoe groter de kans op fouten (VILT). Volgens vele telers ligt de ‘bottleneck’ van de kwaliteit in de grootwarenhuizen zelf (Proeftuinnieuws, 18 maart 2005). Soms blijven aardbeien te lang in het rayon, op verkeerde temperatuur of te lang in het magazijn.²⁶ Bovendien dient de consument in de grootwarenhuizen zich zelf te bedienen van groenten en fruit. Slechte kwaliteit in de rekken geeft de klanten alsnog een verkeerd beeld van het imago van de sector, ondanks al de inspanningen. Zowel handel als retail moeten er voor zorgen dat aardbeien nog uitsluitend gekoeld vervoerd worden en gekoeld in het schap liggen (Groenten en Fruit, 6 februari 2006). En losse verkoop zou alleen mogen worden toegestaan mits bediening door winkelpersoneel of voorverpakking van alle groenten en fruit (Fruiteelnieuws, 24 februari 2006).

Verpakking

De verpakking speelt een essentiële rol bij de aardbei. Het zorgt ervoor dat de aardbeien niet beschadigd kunnen worden, hygiënisch en vers bewaard worden en zorgt voor communicatie via etikettering (Kotler, 2000).

²⁵Uit interview met dhr. P. Meesters, directeur Proeftuin Aardbeien en Houtig kleinfruit, op 19 december 2005

²⁶Uit een interview met dhr. K. Torfs, algemeen secretaris van het VBT, op 12 december 2005

Etiketten hebben verschillende functies. Zo moet het etiket de identiteit vermelden van de verpakker en/of verzender, de aard van het product en/of de variëteit (facultatief), het land of gebied van oorsprong en de kwaliteitsklasse. In veel gevallen heeft het etiket ook een promotiefunctie door het gebruik van de labels.

De teler kan voor de verpakkingen terecht op de veiling. Aardbeien worden direct in de plastic verpakkingen geoogst. Deze worden in een omverpakking geplaatst, voorzien van een kistenkaart. De veiling koopt ze in grote aantallen aan waardoor de teler kan genieten van een lagere prijs. In sommige veilingen zijn al de verpakkingen voorzien van een barcode en een code per teler. Op die manier kunnen enkel de verpakkingen aangekocht op de veiling, langs de veiling worden afgezet. Afhankelijk van de wensen van de afnemer, kan de veiling de teler meedelen welke verpakking moet worden aangevoerd.²⁷

Telers kunnen op die manier een meerprijs behalen. Op voorhand worden contracten afgesloten met een bepaalde afnemer betreffende verpakking, presentatie, hoeveelheid per plastic bakje.²⁸ Bovenop de klokprijs van de dag waarop de aardbeien worden verhandeld, ontvangt de teler ook nog een vooraf afgesproken meerprijs.²⁹

5.4.2 Plaats - Distributiekanaalen

Alvorens de aardbeien hun eindbestemming bereiken, hebben ze al een hele weg afgelegd doorheen het distributiekanaal. Kotler (2000) omschrijft het distributiekanaal als een groep onderling afhankelijke organisaties die er toe bijdragen het product dicht bij de eindafnemer te brengen. De lengte van het kanaal wordt vastgesteld op basis van alle organisaties die de aardbei passeert tussen de productie en de consumptie, namelijk de producent, de consument en de tussenliggende schakels.

Figuur 5.7 geeft een overzicht van de keten voor verse groenten en fruit in België. Dit schema is gebaseerd op een onderzoek van het Landbouweconomisch Instituut (LEI) uitgevoerd in

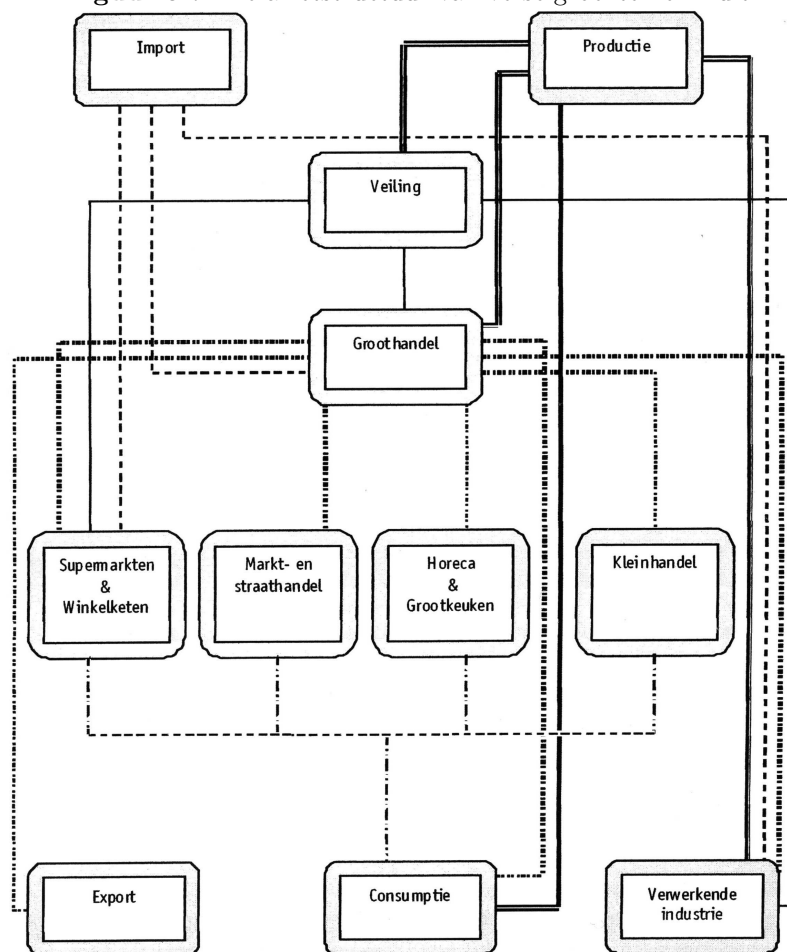
²⁷Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon, op 20 december 2005

²⁸Uit een interview met mevr. P. Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari 2006

²⁹Uit een interview met dhr. L. Meyers, aardbeienteler glas, op 7 april 2006

1985. De cijfergegevens, vermeldt in deze studie, zijn ongetwijfeld verouderd. Maar omwille van de complexiteit hiervan en op basis van de mening van enkele geïnterviewde getuigen, wordt deze structuur toch gebruikt voor dit onderzoek. De structuur is voldoende accuraat om een globaal inzicht te krijgen in de afzetstructuur van verse groenten en fruit. Het is echter te wijten aan internationalisering van de grootwarenhuizen en de verregaande doorvoerhandel en reëxport van de distributiebedrijven, dat het zeer moeilijk is cijfermatig de distributiestromen te volgen.

Figuur 5.7: De afzetstructuur van verse groenten en fruit



Bron: Muermans & Meus, 1986

Er kunnen vier verschillende actoren in de productiekolom worden onderscheiden. De producent kan als belangrijkste schakel in het distributiekanaal kiezen op welke manier hij zijn producten afzet. De vier mogelijke afnemers van de producent zijn de veiling, de groothandel,

de verwerkende industrie of rechtstreeks de consument. Op enkelen na is het merendeel van de aardbeientelers aangesloten bij een veiling.³⁰ De veiling vervult dus een dominante plaats in de distributieketen. Zij verhandelen de aardbeien verder aan groothandelaars, supermarkten en winkelketens of aan de verwerkende industrie. De groothandel distribueert het product verder via export of via de supermarkten en winkelketens, de markt- en straathandel, de horeca en grootkeuken of de kleinhandel tot bij de eindafnemer.

In volgende onderdelen worden verschillende spelers kort beschreven:

De veiling

Tot aan de tweede wereldoorlog was de teler aangewezen op vroegmarkten voor de verkoop van zijn producten. Hier heerste een ongestructureerde verkoop zonder een uniforme werking wat betreft prijsvorming, verpakking, kwaliteitscontrole en betalingsvoorwaarden (Mechelse Veilingen). De Belgische telers verenigden zich om het aanbod te concentreren en op die manier de concentratie van de vraag bij de groeiende grootdistributie aan te kunnen. Ons land telt op dit moment tien groente- en fruitveilingen, waarvan er negen in Vlaanderen gelegen. Ze worden overkoepeld door het Verbond van Belgische Tuinbouwveilingen (VBT), een vzw die hun belangen behartigt.

Deze tien veilingen verzorgen de commercialisatie van het grootste deel van de Belgische groenten en fruit. Zoals eerder vermeld, zet het gros van de aardbeientelers hun producten af op de veiling. Van de totale productie van aardbeien in België blijft ongeveer een 20% in ons land. De overige 80% wordt geëxporteerd naar het buitenland (LAVA).

Zoals in tabel 5.7 te zien is, worden 6 van de 10 Belgische veilingen overkoepeld door LAVA, de Logistieke en Administratieve Veilingassociatie. Deze coöperatie, opgericht in 1998, heeft tot doel de samenwerking tussen deze 6 veilingen te bevorderen en verder uit te werken. LAVA houdt zich bezig met de verkoop, overkoepelende kwaliteitscontrole, coördinatie van wetenschappelijk onderzoek en marketing van het keurmerk 'Flandria' (LAVA).

³⁰Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon op 20 december 2005

Tabel 5.7: De verschillende veilingen

Naam	Plaats	Groenten Fruit		LAVA
CV Mechelse Veilingen (MV)	Sint-Katelijne-Waver	X	X	X
CV REO Veiling	Roeselare	X	X	X
CV Veiling Hoogstraten	Hoogstraten	X	X	X
CV Brava	Zellik Kampenhout	X	X	X
CV Limburgse Tuinbouwveiling (LTV)	Herk-de-Stad	X	X	X
CV Profruco	Sint-Niklaas		X	X
CV Belgische Fruitveiling (BFV)	Sint-Truiden & Glabbeek		X	
CV Veiling Haspengouw	Sint-Truiden		X	
CV Veiling Borgloon	Borgloon & Vise		X	
SC Group. Producteurs Hort. Namurois	Wepion		X	

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van het VBT en LAVA

Alle veilingorganisaties zijn coöperatieve vennootschappen. Dit wil zeggen dat ze opgericht en beheerd worden voor en door producenten. Een teler die zijn producten via de veiling wil commercialiseren, dient aandeelhouder te zijn van die veiling. Het grootste deel van de coöperanten-aandeelhouders zijn de producenten zelf. Lid zijn betekent dat men gebonden is aan leveringsplicht. De teler moet al zijn producten aanvoeren bij de veiling waarbij hij is aangesloten. En dit volgens de lastenboeken die de veiling hen oplegt.

De veilingen leggen zich onder meer toe op volgende doelstellingen: de aanvoer, verkoop en bewaring van fruit, de levering van leeggoed, de begeleiding en bescherming van de producent.

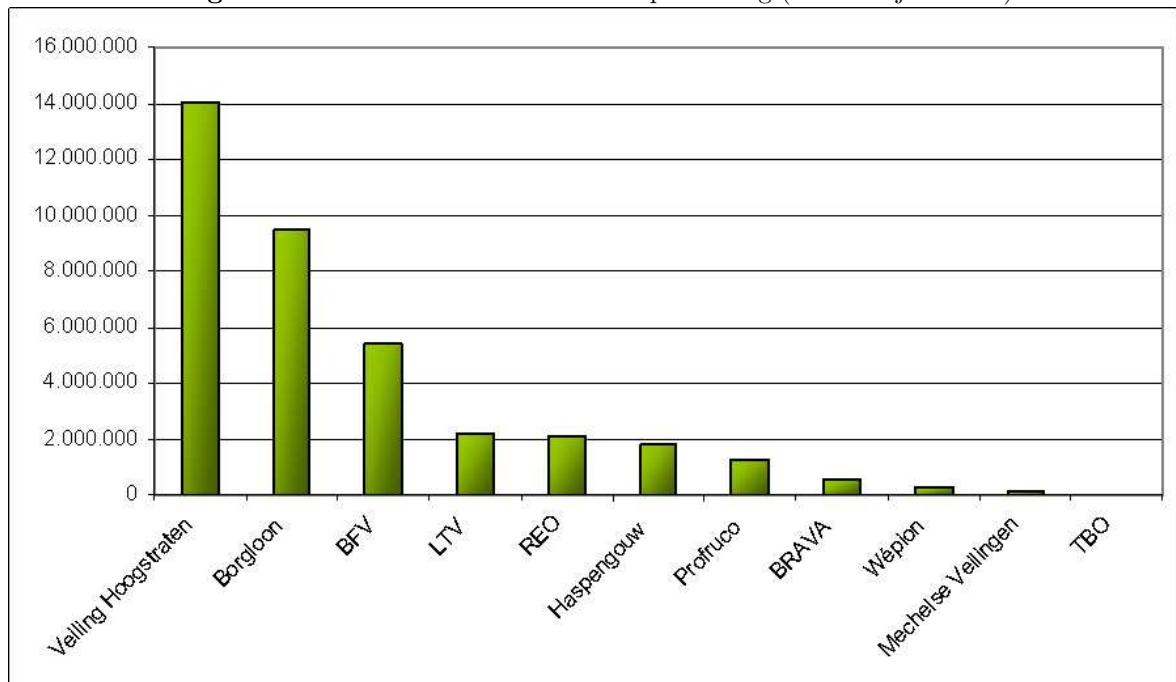
Om deze doelstelling te bereiken, beschikken de veilingen over de nodige infrastructuur zoals sorteerruimten, verpakkingsdiensten, bewaarplaatsen en koelcellen. De veiling doet ook dienst als sociale ontmoetingsplaats voor de telers.³¹

In vergelijking met onze buurlanden heeft het veilingwezen in België wel succes. Om die reden promoot de Europese Commissie het Belgisch veilingmodel om een gemeenschappelijke marktordening te realiseren. Alle erkende Europese telersverenigingen krijgen maximaal

³¹Uit een interview met dhr. E. Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon, op 20 december 2005

4,5% van hun omzet gesubsidieerd. Zij moeten via hun leden een marktgerichte productie tot stand brengen waar kwaliteit primeert boven kwantiteit. Op die manier kunnen de Vlaamse kwaliteitsproducten zich onderscheiden van de massaproductie en de import (VILT).

Figuur 5.8: De aanvoer van aardbeien per veiling (voor het jaar 2003)



Bron: Verbond van Belgische Tuinbouwveilingen

De groothandel

Groothandelaars zijn volgens Kotler (2000) bedrijven die als primaire activiteit producten en diensten verkopen aan derden om op hun beurt door te verkopen of voor zakelijk gebruik. De taak van de groothandelaars is een assortiment groenten en fruit samen te stellen dat voldoet aan de wensen van de klant. Ze kunnen de klant veel werk en geld besparen door in grote hoeveelheden in te kopen en op te delen in gewenste partijen. Zo kunnen ze inspelen op de vraag naar een jaar rond en gevarieerd productengamma. De opdeling van de groothandel in binnenlandse groothandel, import- en exporthandel komt hierdoor onder druk te staan. Om aan de eisen van de klant te kunnen voldoen, moet de binnenlandse productie aangevuld worden met import. En producten die niet worden opgenomen door de lokale markt moeten worden ge(re)exporteerd. Een combinatie van de verschillende functies komt hierdoor steeds meer voor (Bijvoet & Nijboer, 2005).

Naast de groothandelaars zijn er ook nog de groothandelsmarkten, gelokaliseerd in de grootsteden. De belangrijkste groothandelsmarkt in België is het ‘Europees Centrum voor Groenten en Fruit’. Het aanbod bestaat niet uit Belgische producten want die worden via de veiling verhandeld. 75% van het aanbod groenten en fruit is afkomstig uit Europese landen zoals Frankrijk, Spanje en Italië. De overige 25% is afkomstig uit landen van de andere vijf werelddelen (ECGF, 21 december 2000). Op zo een groothandelsmarkt komt een zeer groot aantal in- en uitvoerders samen met een behoorlijke diversiteit in het gamma tot gevolg. Daarom kan de groothandelsmarkt gezien worden als een draaischijf voor de verdeling van import en organisatie van export van groenten en fruit (Hauben, 2004). De vaste afnemers zijn onder meer de Belgische supermarktorganisaties, zoals Carrefour en Delhaize, en diverse AGF-grossiers. Ruim duizend klanten uit heel België, en zelfs uit de buurlanden Nederland, Luxemburg, Noord-Frankrijk en Duitsland bevoorraden zich al in het Centrum. Ook het klandizie uit Oost-Europa neemt toe. Het Europees Centrum fungeert hierbij als sleutelfiguur tussen producenten in Zuid-Europa en op het zuidelijk halfrond en klanten in de voormalige Oostbloklanden. Het ECGF onderneemt nu ook acties om groothandelaren uit de Scandinavische landen, zoals Denemarken, Noorwegen en Zweden te interesseren voor hun handelscentrum (ECGF, 21 december 2000).

De detailhandel

De detailhandel is per definitie de handel die direct aan de consumenten levert. Dit kan, zoals ook te zien is in figuur 5.7, opgedeeld worden in een drietal verkoopvormen:

1. het grootwinkelbedrijf: de supermarkten, de hypermarkten en de buurtwinkel of superette;
2. de speciaalzaak;
3. de ambulante handel zoals markt- en straathandel.

(Bijvoet & Nijboer, 2005)

Uit studies van GfK PanelServices Benelux voor VLAM blijkt dat de supermarkten (DIS 1 tot en met 3) voor de aankoop van fruit het belangrijkste aankoopkanaal vormen met 78%. Dit is een direct gevolg van de concentratie die zich de afgelopen jaren heeft voorgedaan. DIS

staat voor ‘distributie’ en wordt opgedeeld in volgende categorieën op basis van de oppervlakte en het aandeel producten:

DIS 1: de grote supermarkt zoals onder meer Carrefour, Delhaize De Leeuw, Colruyt, Makro;

DIS 2: de middelgrote supermarkt met onder andere Aldi, Lidl, AD Delhaize;

DIS 3: de kleinere buurtwinkel, de superette.

Tabel 5.8 toont dat ten opzichte van het jaar 2000 het totale aandeel van de supermarkten (DIS 1 tot en met 3) gestegen is met 8%. Eén verklaring is dat de consument steeds meer aandacht besteedt aan gemak, concentratie van het aanbod en vrije tijd met het zogenaamde ‘one-stop-shopping’ tot gevolg. Een tweede verklaring kan gezocht worden in de enorme groei van DIS 2 van 21% naar 27%. Volgens dhr. D. Keersebilck zal dit marktaandeel van DIS 2 blijven stijgen door onder meer verbeteringen in het productgamma. De groei van het supermarktaandeel gaat ten koste van de openbare markten en de gespecialiseerde detailhandel. Deze daalden respectievelijk van 15 tot 12% en van 11 tot 7%. Het aandeel van de rechtstreeks verkoop door de producent van fruit bleef de afgelopen jaren stabiel met 2 %.

Tabel 5.8: De distributiekkanalen van vers fruit (in% op basis van het volume)

	2000	2001	2002	2003	2004
DIS 1	47%	49%	50%	49%	49%
DIS 2	21%	21%	22%	26%	27%
DIS 3	2%	2%	2%	1%	2%
Openbare markt	15%	14%	13%	13%	12%
Thuislevering	1%	1%	1%	1%	1%
Speciaalzaak	11%	10%	9%	8%	7%
Hoeve, producent	2%	2%	2%	3%	2%
Overige	0%	1%	1%	1%	1%

Bron: GfK Panelservices Benelux voor VLAM

Voor de afzetkanalen van de verse aardbei kunnen enkele opmerkelijke verschillen worden aangetoond. Deze studie toont aan dat er een verschil is in het aandeel per afzetkanaal totaal vers fruit en het aandeel per afzetkanaal voor de verse aardbei. Uit tabel 5.9 kan geconcludeerd

worden dat voor de aardbei de openbare markt het tweede belangrijkste aankoopkanaal is. En dit voor 2004 met 19% ten opzichte van 12% voor vers fruit. Toch is er een daling te noteren in het aandeel van de openbare markt. Dit ten voordele van de supermarkten, die samen 63,4 % innemen. Ook hier stijgt het aandeel van DIS2 spectaculair. Een laatste opvallend gegeven is het hoge en stijgende aandeel van de thuisverkoop.

Tabel 5.9: De distributiekkanalen van de verse aardbei (in% op basis van het volume)

	2003	2004	2005
DIS 1	43,4%	40,9%	38,4%
DIS 2	17,7%	21,9%	25,0%
Openbare markt	20,7%	19,0%	18,1%
Thuislevering	1,0%	1,3%	1,3%
Speciaalzaak	9,6%	8,4%	7,3%
Hoeve, producent	5,1%	5,9%	7,3%
Overige	2,0%	2,5%	3,0%

Bron: GfK Panelservices Benelux voor VLAM

Grootverbruik

Met grootverbruik wordt de ‘out-of-home market’ of de ‘foodservicemarket’ bedoeld. Dit zijn alle organisaties die de consument voorzien van direct consumeerbare voeding en dranken, met een consumptie buitenhuis. Hieronder valt de horeca, de catering, zorginstellingen en de facilitaire horeca zoals onder meer pompstations (Bijvoet & Nijboer, 2005).

Onderzoek wijst uit dat de aardbei op nummer 1 staat bij de meest verbruikte fruitsoorten in dit segment van grootverbruik. En dit met 28% van het totale aangekochte fruitvolume en 53,3% van de totale waarde (Fruitteltnieuws, 4 november 2005).

Thuisverkoop

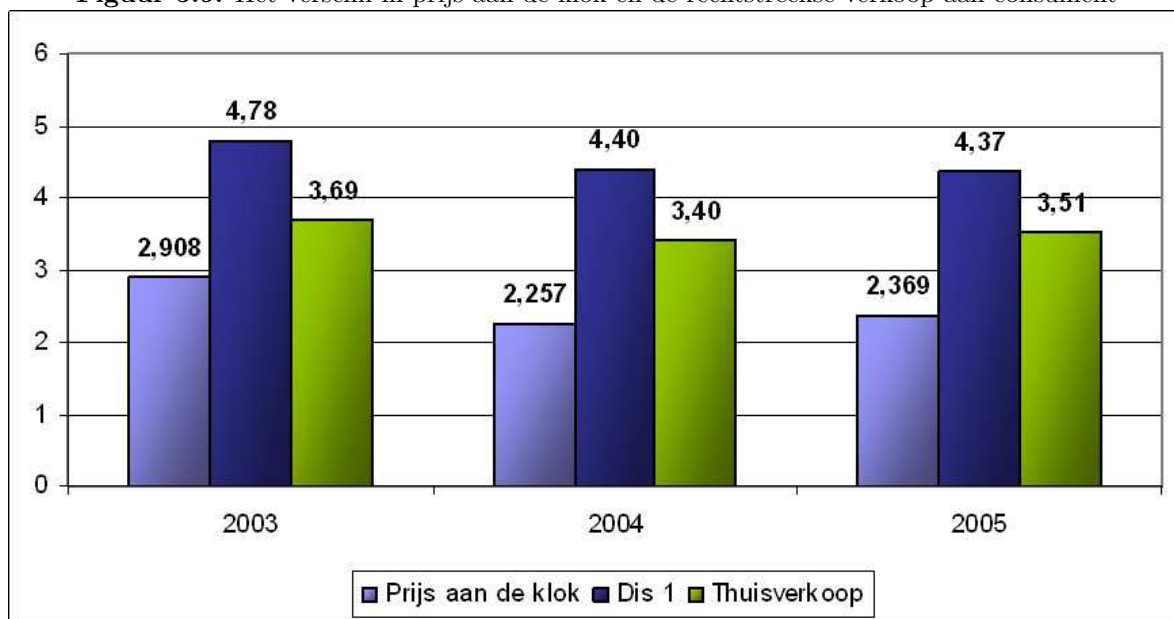
Zoals kan opgemerkt worden uit figuur 5.9, bestaat er een trend naar korte ketens zoals onder meer hoeveverkoop, boerenmarkten of groenteabonnementen. Thuisverkoop is een belangrijk kanaal voor aardbeien.³² Hierachter liggen verschillende drijfveren volgens Mathijs (2004):

³²Uit een interview met dhr. K. Torfs, algemeen secretaris van het VBT, op 12 december 2005

- de voorkeur van de producent voor lokaal geproduceerd en verhandeld voedsel. Dit uit bezorgdheid voor de voedselveiligheid en uit overtuiging van de superieure kwaliteit van lokale producten;
- de zoektocht van de teler naar alternatieve verkoopkanalen. Hierdoor ontvangt de teler ook een grotere contributiemarge;
- de stimulatie van de overheid in het kader van plattelandsbeleid.

Wanneer de teler ook de ‘retailer’ wordt, heeft hij de mogelijkheid om zijn producten te verkopen tegen de supermarktprijzen. Op die manier vermijdt hij de kost voor de diensten van de groothandel en de detailhandel. Deze tussenpersonen overslaan laat de teler toe te genieten van een hogere opbrengst per kg. Over het algemeen liggen de prijzen van thuisverkoop iets lager dan de prijzen van de supermarkt. Desondanks betekent dit voor de teler een groter rendement per kg (zie figuur 5.9).

Figuur 5.9: Het verschil in prijs aan de klok en de rechtstreekse verkoop aan consument



Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van GfK panelservices Benelux voor VLAM

Het is wel niet altijd evident om aan hoeveerverkoop te doen. Zeker niet als de teler met gehuurde percelen zit, wat soms niet al te beste locaties zijn, die soms nog op verschillende

plaatsen gelegen zijn.³³ Bovendien moet er ook tijd worden uitgetrokken voor de hoeveerverkoop of moeten hier mensen voor worden aangenomen.

5.4.3 Prijsbeleid

Omdat het gros van de aardbeien worden verhandeld via de veiling, worden hier de prijsmogelijkheden op de veiling besproken. Naast de veiling kan natuurlijk ook rechtstreeks aan de distributeur worden verkocht of via thuisverkoop. Dit komt echter in mindere mate voor.

De traditionele manier van prijsvorming op de veiling is de klokverkoop. De klok toont onder meer de productnaam, de kwaliteitsaanduiding, het aanbod, de minimum en maximum aan te kopen hoeveelheid, het aantal eenheden per verpakking en de betrokken veiling van het te verkopen product. Bij wijze van afslag kan de prijs worden gevolgd op de klok, te beginnen bij een inzetprijs. De koper die een transactie wil afsluiten, dient op de knop te drukken voor bevestiging en het stilleggen van de klok. Automatisch verschijnen de eenheidsprijs en het kopersnummer waarna de koper de gewenste hoeveelheid moet doorgeven aan de veilingmeester (Mechelse veilingen).

Het kloksysteem werkt volgens de wet van vraag en aanbod. Hoe sneller de koper drukt, hoe hoger de prijs. Dit moet afgewogen worden tegen de risico van het aanbod. Hoe langer de koper wacht, hoe groter de kans dat iemand anders het product koopt. Indien de vraag groter is dan het aanbod, garandeert dit kloksysteem gunstige producentenprijzen. Bij een overaanbod zal de gemiddelde koper langer wachten en zal de prijs dalen (Brava).

Van deze klokverkoop worden verschillende vormen toegepast. Bij de **lokale verkoop** is de klok enkel zichtbaar in de verkoopzaal zelf. De teler stelt zijn aanbod voor door een staal voor te rijden van de afzonderlijke loten. Op die manier krijgt elke producent zijn eigen prijs. Dit is bij de meeste veilingen echter niet meer actueel en wordt grotendeels vervangen door **blokverkoop**. Hiervoor ondergaan de aangevoerde waren een kwaliteitscontrole uitgevoerd door de keurmeesters van de veiling. Door middel van deze keuring worden de producten

³³Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van VBT en veiling Borgloon, op 20 december 2005

ingedeeld in een blok volgens kwaliteitsklassen ongeacht van welke producent ze afkomstig zijn. Op die manier zijn er grotere uniforme loten beschikbaar voor de kopers. De waren worden niet meer voorgereden maar kunnen bezichtigd worden voor de verkoop indien gewenst. De producent ontvangt de middenprijs van het blok waarin zijn product zich bevindt.

Onder blokverkoop vallen ook **simultaanverkoop** en **thuisverkoop**. Simultaanverkoop is de overkoepelende verkoop in onderling verbonden veilingen. Via onderling verbonden netwerken worden de klokken van de verschillende veilingen aan elkaar gekoppeld. Kopers kunnen op die manier vanuit eender welke veiling verspreid over België producten aankopen vanuit elke andere veiling. Hiervoor moeten de veilingen afgestemd zijn op elkaar op vlak van onder meer kwaliteit en presentatie. Bij het thuisverkoopsysteem kunnen de klokken op de computer worden gevolgd in binnen- en buitenland. Via een ISDN, kabel of ADSL-lijn zijn de kopers verbonden met de centrale apparatuur van de veiling. Meer informatie kan gevonden worden op www.thuiskoop.be (Brava).

In sommige veilingen wordt er voor aardbeien ook aan **voorverkoop** gedaan, een variatie op het kloksysteem. De teler geeft de te oogsten hoeveelheid en kwaliteitsklasse door aan de veiling. De koper koopt het product dat nog niet geoogst is, in de verpakking die de koper wenst tegen de gemiddelde veilprijs van die dag (Brava).

Als aanvulling op de dagelijkse klokverkoop worden groenten en fruit ook verhandeld door bemiddeling, de zogenaamde **termijnverkoop**. Hierbij worden bepaalde hoeveelheden producten verkocht, langere tijd op voorhand, aan een vooraf vastgelegde prijs en leveringstermijn. Dit wordt vooral toegepast als er een specifieke vraag naar verpakking is of bij winkelacties die op voorhand worden bepaald (Brava). Uit verschillende bronnen is vernomen dat deze prijsafspraken voor aardbeien praktisch niet voorkomen. Dit is te wijten aan de grote weersafhankelijkheid wat een voorspelling van de oogst moeilijk maakt.³⁴ Termijnafspraken rond verpakking en dergelijk komen wel voor. Zoals reeds vermeld in hoofdstuk 5.4.1 kunnen telers hierdoor een meerprijs krijgen bovenop de klokprijs van de dag.

³⁴Uit een interview met dhr. F. Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

De teler heeft op de prijs geen invloed omwille van de markt van vraag en aanbod. Van daar dat het marketinginstrument prijs geen actieve rol kan spelen. Een bijkomende factor die een invloed heeft op de prijs is het weer. Ten eerste gaat de consument meer aardbeien consumeren bij mooier weer. Ten tweede heeft het weer een invloed op de kwaliteit en productie.³⁵

5.4.4 Promotie

Diversificatie dient gepaard te gaan met een goede marketing- en communicatiestrategie. Maar op niveau van de telers zelf wordt bijna geen reclame gevoerd.³⁶ Hiervoor geven de telers een bijdrage aan het overkoepelende organisaties, het VLAM of genieten ze van de promoties gevoerd door de veiling. Er wordt op drie niveaus campagne gevoerd voor aardbeien.

Het VLAM

Het VLAM of het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing, voert promotie in het binnen- en het buitenland voor Vlaamse producten. Dit gebeurt in opdracht van het bedrijfsleven en de Vlaamse Overheid en in samenwerking met zoveel mogelijk schakels in de keten (VLAM, 2006) Als marketingdoelstelling voor de groente- en fruitsector stellen zij een verbetering van de concurrentie- en de marktpositie voorop. De kwaliteitswerking staat hierin centraal, zowel op de thuismarkt als in het buitenland (jaarverslag VLAM 2005). De basis voor elke campagne is marktonderzoek uitgevoerd onder andere door GfK PanelServices Benelux, die de aankopen voor thuisverbruik bij 3.000 gezinnen registreert op permanente basis. Verder doen ze ook nog specifiek marktonderzoek vanuit de verschillende sectoren, om meer inzicht te verwerven in afzetmogelijkheden (VILT). Voor groenten en fruit neemt het keurmerk in de promotieactiviteiten een centrale plaats in.

In het **binnenland** richt VLAM zich vooral op de consument. Hiervoor wordt gewerkt aan het kwaliteitsimago voor Vlaams fruit. Dit doen ze door de *“producten van bij ons”* in de

³⁵Uit een interview met mevr. P. Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari 2006

³⁶Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van VBT en veiling Borgloon, op 20 december 2005 en met dhr. L. Meyers, aardbeienteler glas, op 7 april 2006

schijnwerpers te zetten via binnenlandse promotiecampagnes. Specifiek voor aardbeien liep er in 2005 van midden mei tot begin juni een aardbeienspot op de openbare omroep onder de slogan *“fruit van bij ons, verleidelijk van nature”*. Zoals reeds vermeld, wordt hiermee getracht een seizoenmoment te creëren bij de consument. Deze campagne geeft telkens op een verleidelijke manier de nieuwe oogst aan, wat de consument ertoe moet aanzetten binnenlandse aardbeien te kiezen. In Vlaanderen zond men de spot 36 keer uit op Eén en op Ketnet/Canvas. In Wallonië was de spot 55 maal te zien op La Une, RTL Tvi, AB3 en Club RTL. Verder werd deze campagne in 2005 ondersteund door een foldercampagne (Interne gegevens VLAM).

Deze promotiespot werd voor het eerst uitgezonden in 2003 en herhaald in 2004 en 2005. Volgens een marktonderzoek, uitgevoerd voor VLAM, heeft deze campagne een impact gehad op de houding van de consument. Hieruit bleek echter ook een dalende appreciatiescore wat op ‘wear-out’ verschijnselen wijst. De appreciatie daalde naargelang de consument meer en meer in contact kwam met de spot. Daarom drong een verandering in de campagne zich op, waaraan in 2006 zal voldaan worden volgens VLAM. Ook de foldercampagne wordt in 2006 verdergezet. De vraag is of de gestegen appreciatie ook effectief merkbaar is in het aankoopgedrag. Dit valt volgens dhr. D. Keersebilck moeilijk te meten.

Om het kwaliteitsaspect extra in de verf te zetten, voerde de VLAM ‘de groene boog’ in. Onder dit overkoepelende keurmerk vallen de merken Eburon, Flandria, Truval, Sira, Haspengoud, Tomabel en Hoogstraten. Het wordt toegekend aan groenten en fruit die beantwoorden aan de eisen opgelegd door specifieke lastenboeken. Het symbool van de groene boog staat voor een milieubewuste teelt, een kwaliteitsvol product en een stevig onderbouwde traceerbaarheid (LAVA).

Dhr. D. Keersebilck geeft als knelpunt de onderbemanning aan voor de distributie van het promotiemateriaal. Bovendien is het moeilijk promotiecampagnes door te trekken naar de winkel zelf. De zaakvoerders zijn niet happig op promotiemateriaal op de winkelvloer. Dit is volgens hem te wijten aan het feit dat de retail niet afhankelijk wil zijn van één label. Veiling Hoogstraten probeert hier op te reageren door met de ketens te onderhandelen voor extra schapruimte in de winkel, bijvoorbeeld in de vorm van een eigen meubel. Dit is echter nog in

onderhandeling.³⁷

In het **buitenland** is de promotie vooral business-to-business gericht met de nadruk op milieubewuste teelt en de superieure kwaliteit van merkproducten. Dit probeert VLAM te realiseren door contacten te onderhouden met distributie, deel te nemen aan voedings- en vakbeurzen, publicaties te plaatsen en promotiecampagnes te voeren in de vakpers en het houden van contactdagen. Op deze manier proberen ze een spontane associatie teweeg te brengen van de Belgische producten met kwaliteit en service.

Deze promotie is vooral gericht op de kernmarkten Duitsland en Frankrijk. Hier zijn twee VLAM-kantoren gevestigd, in Keulen en in Parijs. Van hieruit wordt handelsgericht gewerkt waarbij contacten met handel, grootdistributie en vakpers nauw worden onderhouden. Italië, Rusland, de Scandinavische landen, Spanje, het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland, de zogenaamde aandachtsmarkten, worden vooral benaderd via de vakpers en via gerichte samenwerking met de exporteurs (jaarverslag VLAM 2005).

De aanwezigheid op internationale vakbeurzen blijft belangrijk voor de sector. Zo is er in februari jaarlijks 'Fruit Logistica' te Berlijn, die uitgegroeid is tot dé ontmoetingsplaats voor de Europese Handel en zelfs de wereldhandel. In november is er de PMA (Produce Marketing Association) in Amerika en in september de World Food Moskou. Het VLAM werkt ook aan nieuwe initiatieven voor het ontwikkelen van nieuwe markten, in het bijzonder voor de nieuwe Europese lidstaten (jaarverslag VLAM 2005).

Het VLAM heeft vier bronnen van financiering:

- elke sector financiert zijn eigen campagne. Producenten en bedrijven die de producten verwerken, dragen bij tot het promotiefonds. In de aardbeiensector gebeurt dit door een bijdrage van € 0,01 per verpakking die verhandeld wordt.³⁸;
- de algemene werking van VLAM wordt gefinancierd door de overheid;
- Europese middelen ondersteunen bepaalde projecten bij de VLAM, waaronder de aard-

³⁷Uit een interview met mevr. N. Snijers, commercieel medewerkster veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

³⁸Uit een interview met dhr. D. Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006

beiencampagne. Een mediacampagne lijkt enkel mogelijk mits financiering van de EU;

- andere inkomsten zijn bijdragen van bedrijven voor deelname aan beurzen of contactdagen en de verkoop van promotiemateriaal.

De veiling

Naast de overkoepelende acties van VLAM voeren vele veilingen individueel nog promoties voor hun eigen veilingmerken. Aan de kwaliteitslabels wordt namelijk een commercieel aspect geplakt. Zo maken bijvoorbeeld veiling Borgloon reclame onder de naam 'Eburon', de Belgische FruitVeiling met 'Truval', veiling Haspengouw onder de naam 'Haspengoud' en veiling Hoogstraten met het keurmerk 'Hoogstraten'. De zes overkoepelde veiling van LAVA werken met het keurmerk 'Flandria'.

Zoals reeds werd aangehaald, probeert veiling Hoogstraten zich te onderscheiden door een nieuw aardbeiensegment 'Hoogstraten Top' in te voeren. Op die manier streven ze ernaar een imago neer te zetten waarbij superieure kwaliteit als USP (unique selling position) naar voren komt. Ze proberen een unieke positie in de markt te creëren waar de klant bereid is voor superkwaliteit een hogere prijs te betalen. Ze communiceren dit hoofdzakelijk door zich te richten op B2B via reclame en verpakkingen. Dit segment is vooral bedoeld voor export, slechts een klein percentage is bestemd voor België (Proeftuinnieuws, 27 mei 2005). Vergelijkbare klassen bij andere veilingen zijn onder andere 'Top Selection Fruit' van Eburon.

Andere promotionele acties kunnen inhouden: participatie aan beurzen, adverteren (B2B en B2C), degustaties op het winkelpunt, sponsoring, opening van toeristisch seizoen, gadgets, associaties met meerdere merken, enzoverder.³⁹ Er is zeker nog ruimte bij de veilingen voor commerciële afdelingen.

Andere onrechtstreeks promotiecampagnes

Onafhankelijke organisaties maken soms ook onrechtstreeks reclame voor vers fruit, waaronder dus ook aardbeien. Zo promoot Delhaize vers fruit via de slogan "*Zet 5 maal per dag u tanden in groenten en fruit*". Ook de overheid probeert via het Nationaal Voedings- en

³⁹Uit een interview met mevr. N. Snijers, commercieel medewerkster veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

Gezondheidsplan mensen aan te zetten tot het eten van minimum 400 gram fruit en groenten per dag. Bovendien mikken zij hierbij vooral op de personen die weinig groenten en fruit consumeren zoals jongeren. Volgens NVGP consumeren slechts 1 op 3 jongeren dagelijks een stuk fruit. Hiervoor onderneemt de overheid gerichte acties naar de verschillende doelgroepen (jonge kinderen, ouderen, zwangere vrouwen, adolescenten). Dit wordt aangepakt met onder andere televisiespots, foldermateriaal en een online spel.

5.5 De SWOT-analyse

De SWOT-analyse is de basis voor een strategische doorlichting. SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats, ofwel Sterktes, Zwaktes, Kansen en Bedreigingen. Uit de analyse van deze vier punten moet kunnen blijken op wat een bedrijf zijn aandacht moet richten (Kotler, 2000).

In dit onderzoek wordt getracht een beknopte SWOT-analyse uit te voeren voor de Belgische aardbeiensector door middel van een bundeling van de artikels in vakliteratuur en interviews met bevoorrechte getuigen. Een gebrek aan allesomvattende informatie en de kwaliteit van die informatie werd als beperking ervaren in het onderzoek. Ondanks deze beperkingen geeft deze SWOT-analyse een algemeen beeld van de aardbeiensector.

Sterke en zwakke punten zijn relatief en op feiten berustend. Zij worden gemeten in verhouding tot de concurrent. In deze SWOT-analyse worden dus alleen die sterke punten aangehaald waarin de Belgische aardbeiensector het beter doet ten opzichte van zijn concurrenten (Kotler, 2000).

Sterkten van de Belgische aardbeiensector

- de Belgische aanvoer is sterk geconcentreerd. De veilingen vormen belangrijke commercialisatiekanalen en hebben mee bijgedragen aan de groei van de fruitsector. Een centralisatie van het aanbod zorgt voor eerlijke onderhandeling met de centralisatie van de vraag (Nationale aardbeiendag 2004 - Alden Biesen);
- het hoogkwaliteitsimago van Belgische aardbeien in het buitenland voldaan aan voed-

selveiligheid en perfect traceerbaar;

- de grote expertise in de proefcentra en toepassing van verschillende teelttechnieken leiden tot verlenging van het seizoen en afvlakken van de aanvoerspieken;
- het Belgisch klimaat: milde winter en milde zomer. Zuiderse landen hebben te warme zomermaanden voor een teer product zoals de aardbei;
- de centrale ligging van België in een dichtbevolkt gebied en welvarende regio. Dit is voor een dagvers product zeer belangrijk.

Zwakten van de Belgische aardbeiensector

- het relatief laag budget voor reclame en promotie in vergelijking met andere merken zoals Chiquita;
- hogere productiekosten zoals arbeidskosten en energie. Ongeacht de investeringen in machines en een goede arbeidsorganisatie zal de tuinder steeds nood hebben aan arbeiders. Voorts leidt een niet geharmoniseerde sociale politiek in Europa tot een concurrentieel nadeel. En door de recente prijsstijgingen wordt energie een steeds groter probleem voor de glastuinbouw. Daarom is vernieuwing van de glasopstand en innovatie op technologisch gebied noodzakelijk om de concurrentiepositie te behouden;
- onze kleinschaligheid dwingt tot samenwerking, en dit op alle niveaus van de bedrijfskolom.

Het doel van de kansen en bedreigingen in kaart te brengen, is de mogelijkheid tot anticipatie op belangrijke ontwikkelingen die gevolgen kunnen hebben voor het bedrijf of de sector. Dit onderdeel is gebaseerd op trends in de omgeving.

Kansen voor de Belgische aardbeiensector

- leven, genieten en gezonde voeding zijn 'in'. Het kan voor een impuls- en luxeproduct als de aardbei nuttig zijn hierop in te spelen;
- de aandacht van overheid voor gezondheid (verbruik verse groenten en fruit) zorgt voor gratis reclame;

- korte keten bij de grote supermarkt ketens moeten de kwaliteit ten goede komen;
- de zoektocht naar en de beleving van meer markten door steeds betere producten te maken en langer op de markt te blijven;
- een groeiende vraag naar luxegoederen in Oost-Europa door de stijgende welvaart, kan een uitbreiding betekenen voor de markt;
- de consument die kritischer wordt, is eerder een opportuniteit dan een bedreiging;
- de trend van seizoenverlenging kan verwacht het aandeel in de consumptie van de aardbei doen stijgen;
- Creatief inspelen op de trend van diversificatie in de winkelrekken door middel van de snellere lancering van nieuwigheden.

Bedreigingen voor de Belgische aardbeiensector

- concurrentie van andere exoten die tegen het marktaandeel van aardbeien kunnen duwen;
- concurrentie van grote multinationals die inspelen op het gezondheidsaspect door middel van verschillende snacks;
- de sterke concentratie van de distributie;
- de andere aardbeiproducerende landen halen onze USP in met een stijgende zelfvoorzieningsgraad;
- de lagere loonkost van Polen. bovendien is er een latente dreiging van Polen die aan een inhaalmanoeuvre bezig is op gebied van teeltkennis;
- er zal moeten worden rekening gehouden met de groeiende machtspositie van de grootwarenhuizen. Zij winnen aan belang en bovendien is er een trend naar een steeds grotere concentratie van de vraag. Dit kan wel eens gevaren inhouden voor het kloksysteem. De veiling heeft hier al goed op gereageerd met het simultaan veilen.

Hoofdstuk 6

Het productieplan

In dit hoofdstuk wordt het productieplan verder uitgediept. Eerst wordt een beschrijving gegeven van de taken tijdens het productieproces en de verschillende teeltsystemen. Voorts worden de voorraadpolitiek, de kwaliteitscontrole, de vestigingsplaats, de vergunningen en de uitbestedingen kort aangehaald.

6.1 Het productieproces

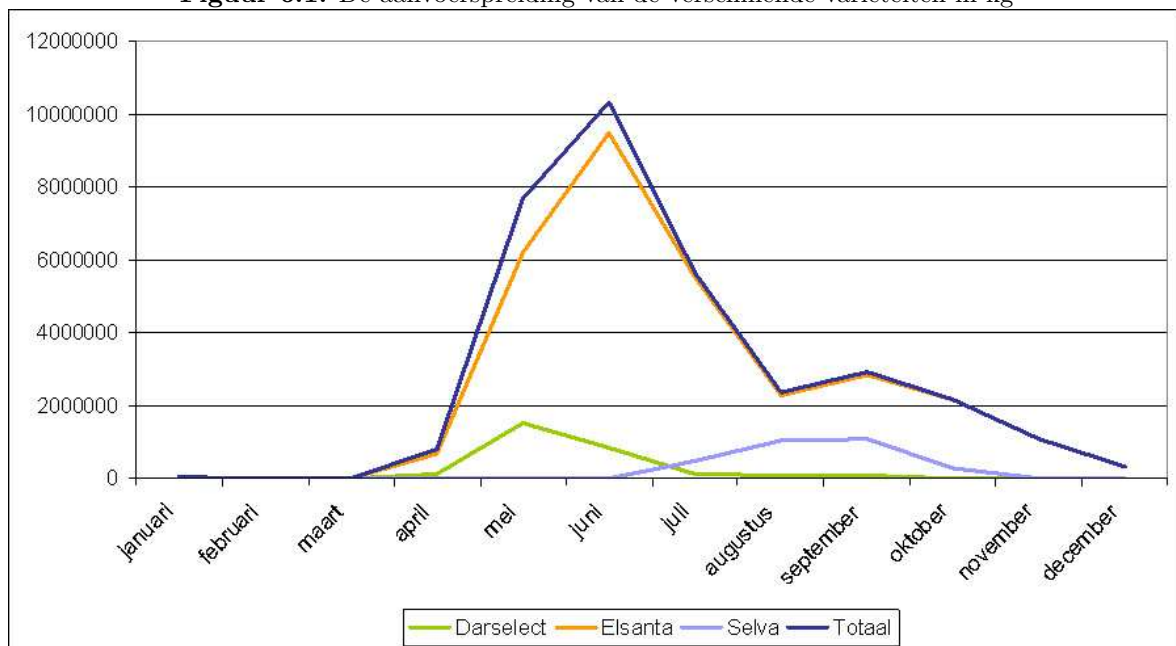
Voor de volledigheid wordt eerst een overzicht gegeven van de verschillende mogelijke bedrijfswerkzaamheden in een aardbeienbedrijf. Deze werkzaamheden zullen niet gedetailleerd worden beschreven aangezien ze voor dit onderzoek van minder belang zijn. Deze gegevens zijn gebaseerd op een studie uitgevoerd door het Centrum van Landbouweconomie (Taragola, 2003). Om deze lijst verder aan te vullen deed ik beroep op de kennis van onder meer dhr. P en L. Vrancken, dhr. L en W. Meyers en dhr. K. Aerts.

1. Productieactiviteiten:

- grondbewerking;
- planten;
- plastic leggen;
- stro leggen;
- bloemen uithalen (dit is enkel voor substraatteelt);
- uitlopers verwijderen;

- bemesting - fertigatie;
 - gewasbescherming;
 - klimaatregeling (bij glasteelt);
 - inpakken: aardbeien worden rechtstreeks in de plasticen bakjes geplukt. Verdere verpakking kan ofwel op het bedrijf zelf gebeuren maar meestal wordt deze taak overgenomen door pakstations van de veiling.
2. Commerciële activiteiten waaronder afzet van de geoogste producten bij de veiling of rechtstreekse verkoop aan grootdistributie of aan huis;
 3. Personeelsbeheer;
 4. Financieel-administratieve activiteiten:
 - bedrijfseconomische en fiscale boekhouding;
 - facturatie;
 - personeelsadministratie;
 - bankverrichtingen.

Figuur 6.1: De aanvoerspreiding van de verschillende variëteiten in kg



Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegeven van het VBT

Zoals reeds vermeld in hoofdstuk 5 is het oogstmoment afhankelijk van de variëteit. Met behulp van verschillende teelttechnieken kunnen de oogstperiodes worden vervroegd of verlaat. Er wordt getracht de plant te forceren waardoor hij vroeger of later zal bloeien. Dit heeft tot gevolg dat in België een productie van aardbeien vanaf half maart tot de jaarovergang beschikbaar is. Het doel van deze vervroeging en verlating is trachten de oogst te laten vallen op een moment dat het aanbod lager is om alzo een betere prijs te krijgen. De oogstspreading is dus afhankelijk van de soort variëteit en de soort teelttechniek die hierop wordt toegepast. In figuur 6.1 is de aanvoer per ras uitgezet om een beter beeld te krijgen over deze teeltspreiding.

6.1.1 De teeltsystemen

Niettegenstaande het teelttechnisch aspect minder belangrijk is voor deze studie, worden hierna vier verschillende teeltmethodes kort aangehaald met bijhorende oogstspreading. De teelt in aardbeien is redelijk divers. Daarom beperkt deze eindverhandeling zich tot de bespreking van de grondteelt met name de openluchtteelt, de verlate teelt en de teelt onder tunnels en de substraatteelt in serres. Voor de substraatteelt baseert dit onderzoek zich op het ophangstelsel.¹ Er zijn nog andere methodes maar hierop wordt in dit onderzoek niet verder ingegaan.

De vollegrondsteelt

De vollegrondsteelt is het meest gebruikte teeltsysteem en is vooral in Limburg veelvoorkomend. Uit tabel 3.2 op pagina 20 kan afgeleid worden dat 67% van de openluchtteelt in Limburg gelegen is. Bij deze teelt wordt geplant in augustus waarna in het najaar de bloemaanleg plaatsvindt. Na de winter, wanneer de planten in rusttoestand zijn, begint de hergroei in maart waarna de plant begint te bloeien en uiteindelijk geoogst kan worden vanaf eind mei, begin juni. Hier wordt hoofdzakelijk gebruik gemaakt van verse planten. Zoals eerder vermeld, kan er, afhankelijk van de variëteit, een verandering zijn van enkele dagen in de oogsttijd.²

Bij de junidragers in volle grond kan een grote teeltspreiding worden gerealiseerd. Hiervoor zijn verschillende teelttechnieken beschikbaar van vervroegen en verlaten.

¹Bij een ophangstelsel worden de bakken opgehangen aan de metalen constructie van de serre.

²Uit interview met dhr. P. Meesters, directeur Proeftuin Aardbeien en Houtig kleinfruit, op 19 december 2005

Een eerste mogelijkheid is de teelt **overkappen met tunnels** vanaf januari of februari. Hier is er de keuze tussen tunnels met een nokhoogte van 2,5 à 3 meter waardoor de oogst 2 tot 3 weken kan vervroegd worden of kleine kapjes van ongeveer één meter met een vervroeging van een week. Wanneer daarbij de planten ook nog verwarmd worden, kan de oogst nog eens een week naar voren worden geschoven. Over het algemeen ligt de productie dan iets lager en is de vruchtkwaliteit iets slechter dan gewone vollegrondsteelt. Meestal compenseert een betere prijsvorming deze extra kosten (Fruitteeltnieuws, 22 april 2005). Hiernaast kan de plant ook worden afgedekt met flodderplastic. Deze geperforeerde folie kan een vervroeging van 3 à 4 dagen tot stand brengen. Patrick Meesters bevestigt dat bij oogstvervroeging de plant als het ware geforceerd wordt met een minder goede productie en/of minder goede kwaliteit tot gevolg. Om de juiste combinatie te vinden tussen al deze mogelijkheden is een goede teelt-technische kennis nodig.

De teler kan de oogst ook proberen uit te stellen bijvoorbeeld door **het leggen van stro** op de verse planten. Een tweede mogelijkheid met meer verlaatsmogelijkheden is het werken met gekoelde planten, de **verlate teelt** genoemd. De oogst kan nu zelf bepaald worden, namelijk ongeveer 2 maanden na het uitplanten van de gekoelde planten. Door het bepalen van de oogstperiodes kan ingespeeld worden op vraag en aanbod.

Een aparte onderverdeling zijn de **doordragers** zoals onder andere Selva (zie figuur 5.1). Er kan geplant worden in de tweede helft van september, wanneer het om verse planten gaat, oftewel zo vroeg mogelijk in het voorjaar, in het geval van frigoplanten. Deze planten bloeien gedurende 3 à 5 maanden en zodoende kan een langere periode geoogst worden, meestal vanaf juli tot de eerste vorst van het najaar. Planten in het najaar van doordragers wordt volgens Patrick Meesters niet veel toegepast door de telers. Redenen hiervoor zijn bezetting van de percelen in het najaar en een gewoontevorming bij de telers van het planten in het voorjaar. Ondanks dat de prijsvorming van de doordragers de laatste jaren niet zo gunstig was, is de toekomst volgens dhr. P. Meesters misschien wel bij de doordragers te zoeken is.

Deze teelt van doordragers biedt namelijk meer mogelijkheden door het gelijkmatiger verloop van de productie. Dit vergemakkelijkt de organisatie op het bedrijf en heeft tot gevolg dat

afzet beter te organiseren en te pronostikeren valt. Een jaar rond productie zal de afzet doen groeien. In zwakke of dure periodes kan de import van een goed product prijsbevorderend werken. Want een jaar rond aardbeien in de winkelrekken zou ervoor kunnen zorgen dat de vraag en de prijs overeind blijft tijdens de aanvoerpieken van de eigen aardbeien. De klant moet ervaren dat de aardbei een standaard beschikbaar product is (Groenten en fruit, 6 februari 2006).

De substraatteelt

De substraatteelt is een teeltsysteem waarbij de planten uit de grond gaan. De voornaamste reden hiervoor is de afhankelijkheid van de grond met de gepaarde ziektes. Daarom wordt geplant in bakken of in potten. Er zijn diverse systemen beschikbaar zoals onder meer een ophangstelsysteem of een stellingsysteem te plaatsen in tunnels of in serres. In dit onderzoek wordt verdergegaan op de glasteelt met een ophangstelsysteem. Uit tabel 3.2 op pagina 20 blijkt dat 40% van de serreteelt geconcentreerd is in Antwerpen, meerbepaald in de Noorderkempen. Het is een teelt met veel hogere productie- en investeringskosten waardoor de productie vooral rendabel is in de periodes wanneer de markt hoge prijzen biedt. Aan de andere kant is de oogstzekerheid veel groter. Er wordt hiervoor hoofdzakelijk gebruik van trayplanten Elsanta (zie infra).³ Bij serreteelt kan een veel hoger aantal planten worden uitgezet per hectare. Door de grotere plantdichtheid is de opbrengst per plant over het algemeen wel iets lager. Maar hier kan wel twee keer tot zelfs drie keer geoogst worden. Dit is mogelijk door een combinatie te maken van een voorjaarsteelt, een zomerteelt en een herfstteelt of eventueel een doorteelt (zie infra). Een voorbeeld van de bijhorende plant- en pluktijdstippen kan teruggevonden worden in tabel 6.1.

Tabel 6.1: Plant- en oogsttijden voor een serreteelt op substraat

	Planten	Oogst
Voorjaarsteelt	eind november - december	15/4 - 15/6
Zomerteelt	tweede helft van april	1/7 - 1/8
Najaarsteelt	half juli	1/9 - 1/12

Bron: interne gegevens PCF-Proeftuin Aardbeien en Houtig Kleinfruit

³Uit een interview met dhr. K. Aerts, teeltbegeleider proefcentrum Hoogstraten, op 17 februari 2006

Tabel 6.2: Een jaar rond aardbeien telen

	Maa	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec
Glas darsselect	10/3	25/4								
Glas Elsanta	20/3		20/5							
Plastiek tunnel		10/4		10/6						
Directe afdekking			25/5	25/6						
Openlucht				10/6	15/7					
Openlucht + Stro				15/6	20/7					
Doordragers OL					15/7			10/10		
Doordragers OL+PL					15/7				1/11	
Verlate teelt 1					1-31/7					
Verlate teelt 2					15/7	15/8				
Verlate teelt 3						15/8	20/9			
Plastiek 1							20/9	1/10		
Plastiek 2								20/10		1/12
Glas									10/11	31/12

Bron: interne gegevens PCF-Proeftuin Aardbeien en Houtig Kleinfruit

Voor- en nadelen

Steeds meer wordt aan teeltspreiding gedaan door de telers. Dit kan duidelijk afgeleid worden uit figuur 3.2 op pagina 22. De telers trachten door een optimale combinatie van verschillende teeltsystemen te mikken op een betere prijs door die periodes op te zoeken waar het aanbod lager ligt. Een tweede reden is de vermindering van het teeltrisico. Op die manier bekommt de teler een gemiddelde prijs voor zijn aardbeien.⁴ Namelijk een gemiddelde van de periodes waarin de aardbeien veel geld waard zijn en de periodes waarin er minder per kg wordt betaald. Indien een teler enkel met één teeltsysteem werkt, is hij sterker afhankelijk van wat de markt doet. Ook omwille van de arbeidsorganisatie is teeltspreiding een groot voordeel.⁵

Een teeltspreiding kan gerealiseerd worden door bijvoorbeeld te telen onder glas of onder gestookte tunnels in het voorjaar, in open lucht of onder niet gestookte tunnels in de zomer

⁴Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van het VBT en veiling Borgloon

⁵Uit interview met dhr. P. Meesters, directeur Proeftuin Aardbeien en Houtig kleinfruit, op 19 december 2005

en opnieuw onder glas of gestookte tunnels in het najaar. Zie tabel 6.2 voor een voorbeeld van een jaarrondteelt aardbeien.

Het is evident dat de teler bij de keuze voor een glasopstand de voordelen zoals onder meer de oogstzekerheid en de nadelen zoals de investeringskost moet afwegen. Andere voor- en nadelen zijn:

- voordelen:
 - grotere appreciatie en vraag vanuit de handel naar beschermde teelt: dit kan leiden tot een prijsverschil;
 - weinig invloed door weersomstandigheden: minder schade aan vruchten en constante kwaliteit;
 - externe factoren zijn beter controleerbaar zoals watertoevoer, bemesting wat het volgen van lastenboeken gemakkelijker maakt;
 - meer afzetmogelijkheden door eenvoudigere teeltspreiding;
 - betere werkomstandigheden: gemakkelijker om werkvolk te vinden;
 - hogere productie per hectare;
 - betere vruchtkwaliteit aangaande schade en bemesting;
 - milieuvriendelijker: het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen vermindert;
 - teelt is onafhankelijk van de grond: meer bescherming tegen grondziekten;
 - steun van de fruitveilingen.
- nadelen:
 - zware investering: de teler moet rekenen op ongeveer 1 miljoen euro per hectare glasopstand;
 - nood aan meerprijs om investeringskost te rechtvaardigen;
 - arbeidsintensiever: opzetten en vullen van bakken of veenbalen;
 - extra teeltkennis vereist: beter opvolgen van bestuiving, verluchting en klimaatschommelingen.

(Fruittelteeltnieuws, 19 augustus 2005 & Phillippens, 2004)

6.1.2 Planttypes

Moederplant: deze wordt geplant van maart tot mei;

Verse plant: in augustus worden de uitlopers die zich aan de moederplant hebben ontwikkeld, opgerooid. Dit zijn de verse planten die na de planting op het productieveld blijven staan tot ze kunnen worden geoogst het jaar nadien;

Wachtbedplant: een verse plant kan ook worden herplant op een wachtbed. Deze worden in november-december opgerooid en bewaard in koelcellen. Dit kan gedurende een korte (3 tot 6 weken), middellange (4-5 maanden), lange (6-7 maanden) of extralange (8 maanden) tijd. Dit wordt ook wel eens een ‘frigo-wachtbedplant’ genoemd;

Vermeerderingsplant: de uitlopers die niet worden gerooid, worden van de moederplant afgesneden in augustus. Zo zullen ze hergroeien zonder dat ze herplant moeten worden;

A+ plant: dit is een vermeerderingsplant met een diameter groter dan 16 mm. Ze worden in de frigo bewaard voor korte, middellange en extra lange termijn. Deze plant wordt meestal gebruikt in vroege forcerieteelt (sterk verwarmde teelt) en een late teelt onder glas of plastic. Voor de verlate teelt kunnen de planten die in augustus worden geplant na de oogst nog blijven staan voor een tweede oogst in het voorjaar. Dit wordt doorteelt genoemd;

Trayplant: de uitloperplant wordt verwijderd vooraleer de wortels zich ontwikkelen om in substraat gestekt te worden. De plant zal dus in de tray tot een volwassen plant uitgroeien. De trayplant kan eveneens in koelcellen bewaard worden om voor verschillende teeltvormen te worden gebruikt;

Stek dit zijn jonge uitloperplantjes met enkele kleine wortelt die eind juni van de moederplant worden gesneden om ze vervolgens in substraat te stekken en te laten uitgroeien tot een volwaardige aardbeiplant.

(Proefcentrum Hoogstraten)

6.2 Voorraadpolitiek

Voor de opslag van het product zelf neemt de veiling vaak de rol van opslagplaats over. Omdat de aardbei een dagvers en fragiel product is, is lange bewaring uitgesloten. Maar voor tussentijdse opslag beschikt de veiling over diverse koelaccomodaties. Voorts biedt de veiling een service aan van aardbeiplantbewaring. Zoals reeds vermeld, worden voor bepaalde teeltsystemen de planten gekoeld om een geforceerde rustperiode in te lassen. Grotere bedrijven en in het bijzonder serretelers beschikken soms zelf over deze infrastructuur.

Er kunnen nog andere voorraden optreden zoals onder meer:

- voorraden van verpakkingsmateriaal;
- voorraden van brandstoffen;
- voorraden van gewasbeschermingsmiddelen.

6.3 Kwaliteitscontrole

De kwaliteit die de handel en de consumenten eisen, dient strikt te worden gerespecteerd. Een strenge en objectieve kwaliteitscontrole is dus onmisbaar. Op de veilingen wordt veel aandacht geschonken aan de kwaliteit van de aangeboden producten. Elke schakel in de keten van de voedselproductie moet immers voldoen aan eisen op het vlak van kwaliteit en voedselveiligheid. Om de veiligheid en de kwaliteit voor de consument te garanderen, zijn verschillende systemen opgezet (meestal door middel van een lastenboek). Deze worden op regelmatige wijze gecontroleerd en gecertificeerd en naar de consument gecommuniceerd door middel van labels of merken. Mathijs (2004) onderscheidt drie soorten systemen:

- **de overheid:** overheden hebben op verschillende niveaus regels en structuren in het leven geroepen. Zo is er op Europees niveau de Europese verordening EC 178/2002 en in de Belgische Wetgeving het Koninklijk Besluit betreffende Autocontrole, Meldingsplicht en Traceerbaarheid. Om de bedrijven te helpen bij het volgen van deze wetten, zijn deze eisen gebundeld in een sectorgids (Fruittelteeltnieuws, 15 juli 2005). Bovendien kent de EU wetgeving ook labels toe aan biologische teelt en streekgebonden producten (Mathijs, 2004);

- **sectorlabels:** Dit zijn private labels zoals onder meer de groene boog ‘Milieubewuste Teelt’, die een initiatief zijn van de landbouwsector zelf;
- **distributiemerken en -labels:** ook de afnemers zelf leggen hun eigen normen en lastenboeken op. De eisen die hierin opgenomen zijn, gaan dikwijls verder dan wat wettelijk vereist is (Fruittelteennieuws, 15 juli 2005). En dit op elk niveau van de bedrijfskolom:
 - op niveau van de veiling: zoals reeds aangehaald, beschikt elke veiling over eigen labels;
 - op niveau van de Europese grootdistributie: het bekendste voorbeeld is hier wellicht EurepGap, gebaseerd op de goede landbouwpraktijk (GAP - ‘Good Agricultural Practice’) en op richtlijnen vanuit de Europese grootdistributie (EUREP). De normen zijn onder te verdelen in drie groepen namelijk het teelttechnische aspect, hygiëne en arbeidsomstandigheden. Ze bevatten onder meer voorschriften met betrekking tot de teelttechniek, gewasbescherming, bemesting, werknemers en milieu, traceerbaarheid, sorterings- en kwaliteitseisen, hygiëne, registratie en controles (Mathijs, 2004). Dikwijls zijn deze lastenboeken opgenomen in de labels van de veiling zelf;
 - op niveau van de supermarktketens: zo commercialiseert Delhaize heel wat producten onder het eigen label ‘Controle & Origine’.

Via de lastenboeken worden de telers dus onderworpen aan enkele criteria omtrent kwaliteit. Waar voldoen aan de Eurep-Gap normen vroeger een meerwaarde was, zal dit voortaan een verplichting zijn voor elke teler die aan de veiling levert. Onafhankelijke controleorganen voeren kwaliteitscontroles uit op de bedrijven zelf, in de veilingen en in toeleveringsbedrijven aangaande normeringen, toegelaten residuwaarden, kwaliteits- en veiligheidsstandaarden. Wanneer aan de wettelijke en privénormen voldaan is, reiken zij een certificaat uit.

Om partijen aardbeien gelijk voor de klok te kunnen brengen, worden deze door de keurmeesters onderverdeeld in kwaliteitsklassen. De indeling is afhankelijk van onder meer de vorm, de sortering, de rijpheid, de kleur en de presentatiewijze van de aardbei. Door het simultaan veilen is deze klassering voor alle veilingen ongeveer gelijk. Zo zijn er de klassen Extra+, Top, Extra, klasse I, klasse II en Klasse III, ook wel industrieaardbeien genoemd. Ook wordt op het

zicht een sortering gemaakt naar grootte. De sortering wordt beoordeeld volgens de maximale middellijn van de grootste dwarsdoorsnede.

Telers kunnen dus trachten op kwaliteit in te spelen door bijvoorbeeld beter plantmateriaal aan te kopen of een extra inspanning te doen qua presentatie. Zo kunnen ze mikken op een hogere klasse om aldus een hogere prijs te behalen.

6.4 Vestigingsplaats

Voor de aardbeien in volle grond wordt meestal het systeem van seizoenpacht toegepast. Om ziektes te vermijden wordt best aan vruchtwisseling gedaan op de percelen. Er kan ook gekozen worden voor ontsmetting van de grond maar dit wordt steeds duurder. Daarom wisselt een aardbeienteler dus best jaarlijks of hooguit om de twee jaar van perceel. Zulke pacht is redelijk duur, vooral voor percelen waar een put aanwezig is als watervoorziening.⁶ In het financieel plan wordt deze kost verder besproken.

Een teler die wil starten met een glasbedrijf zal geconfronteerd worden met problemen omtrent ruimtelijke ordening. Een geschikte plaats vinden waar het bouwen van een serre met uitbreidingsmogelijkheden is toegelaten, is niet altijd evident. Bovendien is een goede ligging belangrijk voor een goede bereikbaarheid en een gunstig micro-klimaat.

Om de schaarse ruimte efficiënter te benutten, schuift het actieplan ‘Naar een duurzamer glastuinbouw in Vlaanderen’ van de overheid de mogelijkheid van bedrijvenzones naar voren (Buitenkanen, maart 2004). Op zulke bedrijvenzones kunnen verschillende tuinders dan gebruik maken van de nodige gemeenschappelijke voorzieningen zoals een aardgasaansluiting, beschikbaarheid van water, aanwezigheid van afvalwarmte of een gemeenschappelijk warmtekrachtkoppelinginstallatie. Deze bedrijven kunnen zo genieten van de schaalvoordelen en toch als afzonderlijk bedrijf functioneren (Taragola & Van Lierde, 2002).

⁶Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van het VBT en veiling Borgloon

6.5 Diverse Reglementeringen

De overheid in België legt de telers alsmaar meer exploitatievergunningen op. Voor de haalbaarheid van een investering moet ook het aspect van de vergunningen worden onderzocht. In de land- en tuinbouw zijn volgende vergunningen van toepassing:

Een stedenbouwkundige vergunning: is onder meer nodig voor de oprichting van vaste inrichtingen zoals een glasopstand;

Een milieuvergunning: is noodzakelijk voor wie ‘hinderlijke’ activiteiten ontplooit. Naargelang bijvoorbeeld het vermogen van de installaties, de vestigingsplaats en het aantal liter geloosd afvalwater worden de milieuvergunningen ingedeeld in klasse een, twee of drie (Hens & Monstrey, 2005);

Een vergunning voor grondwaterwinning: is afhankelijk van de winningscapaciteit opgedeeld in drie groepen:

- minder dan 500 m³ per jaar = milieuvergunning klasse 3;
- 500 - 30000 m³ per jaar = milieuvergunning klasse 2;
- meer dan 30000 m³ per jaar = milieuvergunning klasse 1;

Ook het oppompen van grondwater is onderworpen aan de betaling van een heffing (SBB);

Een vergunning tot het fabriceren of in de handel brengen van voedingswaren: de bedrijven die voedingswaren fabriceren, invoeren of in de handel brengen, zijn verplicht een vergunning te hebben inzake hygiëne. Dit geldt niet voor bedrijven die uitsluitend op hun bedrijf rechtstreeks aan de eindgebruiker hun waren verkopen. Als de teler de producten verkoopt op markten of op de openbare weg is een leurkaart nodig (Hens & Monstrey, 2005);

Een aangifte voor de mestheffing: tuinbouwbedrijven met een mestproductie groter dan 300 kg fosfor en een cultuuroppervlakte groter dan 2 ha, zijn verplicht jaarlijks aangifte te doen bij de mestbank. Deze opgave omvat onder meer de opslag van dierlijke en

andere meststoffen en het gebruik van chemische en andere meststoffen. Kleinere tuinbouwbedrijven dienen enkel een eenmalige ‘verklaring omtrent de bedrijfsgrootte’ te ondertekenen waarna ze worden vrijgesteld (SBB);

Afvalstoffen: zijn *“elke stof of elk voorwerp waarvan de houder zich ontdoet, voornemens is zich te ontdoen of moet ontdoen”* (SBB). Elke producent is verplicht de bedrijfsafvalstoffen bij te houden in een afvalstoffenregister. Deze moeten jaarlijks gemeld worden aan OVAM (Openbare Vlaamse Afvalstoffen Maatschappij).

6.6 Uitbestedingen

De teler doet al naargelang zijn infrastructuur beroep op verschillende loonwerkers. Uit verschillende interviews tijdens het onderzoek werd vernomen dat volgende activiteiten frequent door loonwerkers worden uitgevoerd:

- Voor teelten in volle grond:
 - plastic leggen;
 - stro leggen;
 - ploegen;
 - fijn leggen.
- Voor serreteelten:
 - nivellering van het terrein;
 - glazen wassen.

Hoofdstuk 7

Het personeelsplan

In het personeelsplan komen de organisatorische aspecten aan bod van de onderneming. Eerst en vooral is het noodzakelijk een samenstelling te maken van het managementteam met bijhorende eigenschappen. Vervolgens dient er aandacht te worden besteed aan de personeelsplanning zoals de taakverdeling en tijdsbesteding per taak.

7.1 Het organogram - samenstelling van het managementteam

Op een gemiddeld glasgroentenbedrijf vervullen de bedrijfsleider en echtgeno(o)t(e) of partner de belangrijkste rol bij alle bedrijfsactiviteiten. Zowel de commerciële activiteiten als het personeelsbeheer en de financieel-administratieve activiteiten worden door de bedrijfsleider zelf uitgevoerd, eventueel bijgestaan door de echtgeno(o)t(e) of meewerkende familieleden. Er wordt bijna uitsluitend personeel ingezet voor de productiewerkzaamheden. Uit de gesprekken met dhr. P. Vrancken en dhr. L. Meyers blijkt dat dit kan worden doorgetrokken voor de aardbeienteelt in het algemeen.

De bedrijfsgrootte heeft een invloed op de taakverdeling, in het bijzonder op de productieactiviteiten, die dan meer door personeel moeten worden opgevangen (Taragola, 2003). Het is evident dat hoe groter het bedrijf, hoe minder de bedrijfsleider meehelpt tijdens pluk- en plantactiviteiten en hoe belangrijker de managementcapaciteiten in het bijzonder het per-

soneelsbeleid.¹ Ook het delegeren van taken met de bijhorende verantwoordelijkheden zal dan ook steeds belangrijker worden (Taragola, 2003).

Als tuinder volstaat het niet meer een goed vakman te zijn. Door de steeds wijzigende externe omstandigheden zoals overheidsreglementeringen, technologische ontwikkelingen, prijschommelingen gaan de ondernemers- en managementkwaliteiten van de bedrijfsleider steeds een belangrijkere rol spelen. Volgens Van Lierde & Taragola (2002) komen goede ondernemers- en managementcapaciteiten als volgt naar voren:

- zin voor creativiteit en innovatie;
- planning op langere termijn met een vast omliggende toekomstvisie. Dit kan gerealiseerd worden met behulp van een ondernemingsplan waarin het bedrijf wordt georganiseerd en investerings- en financieringssysteem worden gevolgd (streekplatform haspengouw);
- verzamelen van informatie alvorens beslissingen te nemen. Hieronder wordt onder meer verstaan: het bijwonen van studiedagen, het opvolgen van onderzoek, het opvolgen van marktsituaties en modetendensen;
- het volgen van de nodige vervolmakingscursussen. Volgens Erika Thijs (Fruittenteelnieuws, 16 Mei 2003) is een permanente vorming waardoor de ondernemerskwaliteit wordt bijgeschaafd zeer belangrijk;
- het denken aan marktgerichte in plaats van productiegerichte productie. Kwaliteit is belangrijker dan kwantiteit;
- aandacht voor milieuvriendelijke kwaliteitsproductie. Voldoende milieubewust denken om zich te laten accepteren door zijn omgeving;
- meer en meer aandacht besteden aan commercieel, personeels- en financieel management.

(Centrum voor Landbouweconomie, 2002)

¹Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

Landbouwactiviteiten zijn dagelijkse en intensieve bezigheden. Uit een studie van Bouckaert en Sels (2001) blijkt dat slechts 10,4% van de land- en tuinbouwers maximaal 5 dagen per week werken. Respectievelijk 47,1% en 41,5% werken 6 of 7 dagen per week. De overgrote meerderheid (82,1%) werkt meer dan 51 uur per week waarvan 42,5% zelfs meer dan 70 uur per week. De tijdsindeling ziet er dan ook als volgt uit voor de gemiddelde land- en tuinbouwer: 73,1% gaat naar het bedrijf, een kleine 18,3% wordt uitgetrokken voor het gezin en 8,7% van de tijd gaat naar sociale activiteiten en hobby's.

7.2 Personeelsplanning

7.2.1 Teelt in volle grond

Een studie naar de knelpunten en oplossingsrichtingen voor piekarbeid in de vollegrondsgroenteteelt, uitgevoerd door het LEI in Den Haag, wees uit dat de arbeidsomstandigheden voor aardbeien in volle grond niet aantrekkelijk zijn. Vooral tijdens het planten en oogsten is het vaak fysiek zwaar en belastend werk. Oorzaak hiervan is onder meer de langdurig gebukte of kruipende werkhouding, vaak in slechte weersomstandigheden bij gebrek aan technische hulpmiddelen en onder grote tijdsdruk. Het vinden van voldoende arbeidskrachten in piekperiodes is hierdoor een groot knelpunt voor de telers.

De oogst in de aardbeienteelt is nog steeds overwegend handwerk. Dit is te wijten aan de teerheid van het product. De arbeidsinzet is sterk afhankelijk van de oogstmethodes. Uit eigen onderzoek wordt de uurverdeling bekomen zoals beschreven in tabel 7.1 en volgende. De plant- en plukfrequentie liggen zowel volgens Proefcentrum Hoogstraten als volgens de Proeftuin Aardbeien en Houtig kleinfruit respectievelijk rond de 250 planten per uur en 12 tot 16 kg per uur. Dit is natuurlijk sterk afhankelijk van de werknemer, het moment in de pluk, de opbrengst per plant en de bodemgesteldheid. In de praktijk wordt namelijk sneller geplant en geplukt in de volle grond omwille van de tijdsdruk.²

Uit interviews met verschillende bevoorrechte getuigen blijkt namelijk dat in de vollegrond vooral per kg word betaald om het nodige plukrendement te behalen. Op die manier zijn de

²Uit een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 27 mei 2006

plukkers meer gemotiveerd en gaat het werk sneller. Telers die zich vooral richten op kwaliteit, zoals vooral in de substraatteelt voorkomt, betalen soms nog wel per uur. Dit komt vooral voor wanneer er specifieke eisen gesteld worden aan de pluk zoals verschillende verpakkingen, bepaalde plukwijzen en legwijzen.

Tabel 7.1: Arbeidsinzet voor een teelt in volle grond

Vollegrond teelt		
Planten	400 pl/u	105 uur
Onkruid		42 uur
Planten schoonmaken		50 uur
Plukken (2,1kg/m)	16 kg/u	1.312,5 uur
Controle + Wegen&Uitrijden		275 uur
Opruimen plastic		60 uur

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 27 mei 2006

Tabel 7.2: Arbeidsinzet voor een verlate teelt

EVT grondteelt		
Planten	400 pl/u	105 uur
Plukken (1,65kg/m)	16 kg/u	1.031,25 uur
Controle + Wegen&Uitrijden		223 uur
Opruimen plastic		60 uur

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 27 mei 2006

Tabel 7.3: Arbeidsinzet voor een tunnelteelt nieuwe planting

Wandelkappen nieuwe planting		
Plaatsen kappen		125-150 uur
Plastiek leggen		60 uur
Planten	400 pl/u	102 uur
Onkruid		50 uur
Planten schoonmaken		50 uur
Controle + Wegen&Uitrijden		275 uur
Plukken (2,6kg/m)	16 kg/u	1.625 uur
Opruimen plastic		60 uur
Opruimen Tunnels		75-100 uur

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 27 mei 2006

7.2.2 Substraat

Tabel 7.4: Arbeidsinzet voor een serreteelt met 3 oogsten - 2 plantingen

Stellingteelt 2 teelten			
Najaar	Planten	250 pl/u	419 uur
	Bloemtakken	300 pl/u	349 uur
	Plukken (2,5kg/m)	16 kg/u	1.562,5 uur
	Opkuisen	500 pl/u	210 uur
Voorjaar	Bloemtakken	250 pl/u	419 uur
	Plukken (5kg/m)	16 kg/u	3.125 uur
	Uitruimen	250 pl/u	419 uur
Zomer	Planten	250 pl/u	419 uur
	Bloemtakken	300 pl/u	349 uur
	Plukken (2,5kg/m)	16 kg/u	1.562,5 uur
	Uitruimen	250 pl/u	419 uur

Bron: proefcentrum Hoogstraten & dhr. L. Meyers

Gespecialiseerde aardbeienbedrijven gaan zich meer en meer toeleggen op teelt op stellingen. Hierdoor kan ook in het voor- en het najaar worden geoogst wat leidt tot een betere oogst- en arbeidsspreiding. Bovendien worden hier de bloemen en bladeren gescheiden en kan er

rechtopstaand geoogst worden. Dit alles leidt tot een verhoging van de arbeidsefficiency en een verlaging van de arbeidsbelasting.

7.3 Seizoenarbeid

In de aardbeienteelt wordt bijna uitsluitend gewerkt met seizoenarbeiders. Het is voor veel telers niet mogelijk vaste arbeidskrachten in dienst te nemen omdat in bepaalde periodes onvoldoende werk voorhanden is op het bedrijf waardoor de kosten dan te hoog oplopen.³

Sinds 2004 mag de werkgever in de land- en tuinbouw een onbeperkt aantal dagen gebruik maken van de regeling omtrent seizoen- en gelegenheidsarbeid gedurende een kalenderjaar. De seizoenarbeider mag de grens van 65 plukdagen in de tuinbouw gedurende een kalenderjaar niet overschrijden. Bovendien mag hij maximaal 11 uren per dag en 50 uren per week werken zonder overurentoeslag. De minimale arbeidsduur per dag bedraagt 3 uren. Indien omwille van slechte weersomstandigheden de arbeidsdag vroeger wordt beëindigd, dient de werkgever alsnog 3 uren uit te keren (Fruittelteeltnieuws, 28 januari 2005).

Omwille van het slechte imago van arbeid in volle grond, worden veel vreemde arbeiders ingezet in de piekperiodes.⁴ Volgens de Belgische Fruittelers Organisatie (BFO) zijn naar schatting 90% van de plukkers van allochtone afkomst (Buitenkanen, oktober 2004). Vlaamse werkzoekenden zouden het werk financieel niet interessant genoeg vinden. Ander arbeidspotentieel worden niet genoeg gestimuleerd door belastingen op extra verdiende inkomens of het verliezen van bepaalde sociale statuten zoals gezinshoofd en OCMW-steun. Werklozen verliezen bijvoorbeeld hun werkloosheidsvergoeding bij elke tewerkgestelde dag zonder garantie van een volledig dagloon te hebben. Op het niveau van het OCMW stelt zich dan weer het probleem dat elke gemeente met verschillende maximum bedragen werkt.

Het systeem van de 65-dagen regeling is er gekomen voor de telers om een seizoenpiek op

³Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

⁴Uit een interview met dhr. J. Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006

te vangen zonder vaste krachten te moeten aannemen. Door de trend van schaalvergroting en oogstspreading is er steeds meer arbeid nodig. Dit kan door meer mensen te zoeken of dezelfde mensen over langere termijn tewerkstellen. Hierdoor is er dus een beduidend tekort aan aardbeienplukkers. Er zijn wel mensen die bereid zijn te werken in de fruitsector, maar deze worden dan beperkt tot maximum 65 dagen. Voor vele bedrijven zou het een oplossing betekenen als de 65-dagen regeling kan worden opgetrokken. Hier komt volgens dhr. J. Rottiers een knelpunt aan bod. Er zijn verschillende betrokken instanties die deze onderhandelingen tegenwerken. Zo pleiten de vakbonden voor de vaste indienstneming. Zij zullen nooit tolereren dat de grens te hoog wordt, waardoor geen mensen meer vast worden aangenomen. Ook de overheid houdt het been stijf. Indien de grens dient te worden opgetrokken, kan eveneens halftijds in dienst worden genomen.

7.3.1 De beloning

De werkgever moet de seizoenarbeider uitbetalen aan een minimum uurloon van € 7,10 per uur vanaf 1/1/2006 (Boer en tuinder, 2006). Hier bovenop is de werkgever verplicht een dagelijkse RSZ-bijdrage te betalen voor elke werknemer die in het kader van de 65-dagenregeling prestaties levert. Deze forfaitaire RSZ-bijdrage wordt berekend op een forfaitair dagloon van € 11,58 en bedraagt ongeveer € 4,37 per dag per seizoenarbeider. Deze bedragen staan los van het aantal uren prestatie per dag en van dagelijkse verdienste van de werknemer.

7.3.2 Sociale Administratie

Een werkgever moet, als hij personeel tewerkstelt, de volgende sociale administratie in orde maken. Dit omvat:

- een RSZ-Nummer aanvragen bij de Rijksdienst Sociale Zekerheid via het formulier AD II / IM / 122;
- zich inschrijven bij het Kinderbijslagfonds (gratis);
- een arbeidsongevallenverzekering afsluiten;
- een arbeidsreglement opmaken;
- maandelijks loonbonnen opstellen voor het personeel;

- individuele rekening bijhouden per kwartaal;
- een RSZ-aangifte doen per kwartaal.

Indien de tuinder ook nog seizoenarbeiders tewerkstelt omvat dit eveneens:

- een aanwezigheidsregister aanvragen en bijhouden;
- voor de aanvang van de werkdag de individuele plukkaart invullen;
- een individueel aanwezigheidsboekje bijhouden.

(Fruittelteeltnieuws, 16 juli 2004)

Vanaf 1 juli 2006 zijn ook de tuinbouwbedrijven verplicht van hun gelegenheidsarbeiders dagelijks aan te geven via DIMONA. Het aanwezigheidsregister, de plukkaart en het individueel aanwezigheidsboekje worden vervangen door een elektronische aangifte via computer of gsm en een gelegenheidsformulier per arbeider. Dit alles is in kader van administratieve vereenvoudiging en als middel tegen zwartwerk. De werkgever dient elke tewerkstelling in de seizoenarbeid te melden aan de diensten van de RSZ vóór de aanvang van de dagtaak. Nu hebben de plukkers schrik dat, door de automatische registratie bij de overheid, de controles zullen verstrengen.⁵

7.4 Inkomens

Volgens Mathijs (2004) zijn er twee factoren die een invloed hebben op de inkomens in de landbouw- en tuinbouwsector. Ten eerste de extreme gevoeligheid aan de grillen van de natuur. Ten tweede is het veelal een markt van volledige mededinging waar vele aanbieders een homogeen product aanbieden op anonieme markten. Dit leidt tot twee fundamentele knelpunten in deze sector namelijk de instabiliteit van prijzen, opbrengsten en inkomens en de inkomensdispariteit in vergelijking met andere sectoren.

7.4.1 Instabiele inkomens

De onzekerheid en instabiliteit van inkomens, als gevolg van de schommelingen in prijzen en opbrengsten, is een groot knelpunt in de land- en tuinbouwsector. De oorzaak van deze

⁵Uit een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 16 februari 2006

onzekerheid is volgens Mathijs (2004) een combinatie van drie factoren:

De onzekerheid van de geproduceerde hoeveelheid is afhankelijk van de gevoeligheid van de productie aan natuurlijke omstandigheden zoals bijvoorbeeld het weer en de manier waarop deze kunnen worden aangepakt. Zo zal de glastuinbouw, omwille van een betere controle van het productieproces, kleinere productieschommelingen ondervinden;

De prijsinelasticiteit van de vraag De vraag naar voedsel als basisbehoefte is over het algemeen star waardoor voor vele voedselitems de vraag prijsinelastisch is. Voor de aardbei gaat dit niet helemaal op. Er zijn enkele externe factoren die een invloed hebben op deze inelasticiteit. Zo is de vraag minder inelastisch als er meer substitutiemogelijkheden zijn. Ook de verhouding tussen de prijs en het inkomen van de mogelijke gebruiker heeft een invloed. Als iedereen op elk moment in staat is zoveel van het product te kopen als gewenst, is de vraag naar dit product weinig elastisch. Omwille van het seizoeneffect van de aardbei is de vraag naar aardbeien is dus minder inelastisch als andere homogenere landbouwproducten. Toch is het niet zo dat als de aardbei voldoende voorhanden is met een lage prijs, de verkoop spectaculair zou stijgen. In de consumptie is er namelijk altijd sprake van fysische limitering (Fruitteltnieuws, 11 februari 2005);

De prijsinelasticiteit van het aanbod Ten eerste neemt de inelasticiteit van het aanbod toe met de lengte van de productiecycclus. Ten tweede vindt deze zijn oorsprong in het moeilijk of niet kunnen aanpassen van de productiecapaciteit waardoor niet kan worden ingespeeld op de vraag (Mathijs, 2004). Aardbeientelers kunnen onmogelijk een periode met hoge prijzen afwachten door de beperkte houdbaarheid van het product (Brochure, VAC).

Als oplossing reikt Mathijs het volgende aan:

- het verzekeren van het inkomen door middel van het verkopen via contract;
- door diversificatie of despecialisatie het productrisico en/of prijsrisico verminderen;
- zich indekken tegen prijsschommelingen door het aanbod zoveel mogelijk in de tijd te spreiden. Omdat de aardbei een dagvers product is, en niet gestockeerd kan worden, kan dit gerealiseerd worden door de productie te spreiden;

- technologische vooruitgang opdrijven door onderzoek en ontwikkeling.

7.4.2 Lage inkomens

Wanneer eerst wordt gekeken naar de tuinbouwsector in het algemeen kan worden vastgesteld dat in 2003 het arbeidsinkomen per volwaardige arbeidskracht (V.A.K) € 29.570 bedroeg voor een gemiddeld tuinbouwbedrijf. In vergelijking met andere sectoren is het gemiddelde inkomen van een voltijdse arbeidskracht op een agrarisch bedrijf 22% minder dan dat van een arbeidskracht elders (CLE). Het gemiddeld inkomen per voltijdse arbeidskracht in andere sectoren wordt voor 2003 geschat op € 37.900. Recentere calculaties stellen een verschil vast tussen het inkomen in de land- en tuinbouw en het gemiddelde inkomen in andere sectoren van 44% voor 2004 en 33% voor 2005 (Fruittelteeltnieuws, 11 februari 2005 & Boerenbond).

In de studie naar de rendabiliteit van een land- en tuinbouwbedrijf (CLE, 2005) wordt vastgesteld dat de situatie voor de aardbeienbedrijven nog slechter is (zie tabel 7.5). Slechts 19% van de aardbeienbedrijven behalen in 2003 een inkomen dat groter is dan, of gelijk is aan het vergelijkbaar inkomen. Dit kan sterk variëren van bedrijf tot bedrijf. Er zijn bedrijven die altijd een beter resultaat behalen dan het gemiddelde en er zijn bedrijven die regelmatig slechter presteren. De beoordeling van bedrijven op basis van de gemiddelde rendabiliteit moet dan ook met de nodige omzichtigheid gedaan worden. Een pessimistisch gemiddelde mag niet geprojecteerd worden op de hele sector (Taragola & Van Lierde, 2002). Bovendien kan uit deze tabel duidelijk de fluctuerende inkomens afgeleid worden.

Tabel 7.5: Het gemiddeld ondernemersinkomen van een aardbeienbedrijf voor de jaren 1999-2003

1999	2000	2001	2002	2003
24.867	16.190	16.216	27.287	41.025

Bron: Centrum voor Landbouweconomie

Als oplossingen wordt het volgende aangereikt:

- Mathijs (2004) stelt dat technologische verbeteringen kostenverlagend zullen werken. Hiermee gaat een schaalvergroting gepaard die nodig is, om ondanks de stijgende kosten, het inkomen op peil te kunnen houden. Deze schaalvergroting heeft ook nadelen zoals de toenemende stress, enorme sociale impact op arbeiders en effecten op het milieu;

- Differentiatie van het aanbod kan een meerwaarde creëren. De mogelijkheid tot een productie van een toegevoegde waarde moet worden aangereikt via coöperatieve initiatieven. Op die manier kan de teler meer toegang krijgen tot die meerwaarde op hun producten. Momenteel is deze toegevoegde waarde quasi gemonopoliseerd door de tussenschakels van de bedrijfskolom;
- Een versterking van de coöperatieve aanpak ten opzichte van steeds verder concentrerende grootdistributiebedrijven door middel van samenwerking en intercoöperatieve initiatieven over de grenzen heen (Fruittelteelnieuws, 11 februari 2005).

Hoofdstuk 8

Het financieel plan

8.1 Fiscaliteit in de fruitsector

Land- en tuinbouwers dienen inkomstenbelastingen te betalen op hun netto beroepsinkomen. Dit netto beroepsinkomen wordt bepaald door van de bruto beroepsinkomsten de beroeps-kosten af te trekken. In de land- en tuinbouw kunnen op basis van drie verschillende sys-temen de belastingen worden berekend, afhankelijk van het juridisch statuut van de onder-neming. De eenmanszaak en de burgerlijke maatschap zijn onderworpen aan de personenbe-lasting en hebben de keuze tussen een forfaitaire aangifte of de algemene regeling op basis van de boekhouding. Dat geldt zowel voor de inkomstenbelasting als voor de BTW. De vennootschapsbelasting wordt toegepast op de vennootschappen zoals BVBA en NV. Een landbouwvennootschap heeft de keuze tussen deze drie mogelijkheden. Het loon dat een vennootschap uitkeert, is echter onderworpen aan de personenbelasting (KBC, 2006).

Tabel 8.1: Een overzicht van de keuzemogelijkheden inkomstenbelastingen

	Forfaitaire aangifte	Algemene regeling	Vennootschapsbelasting
Natuurlijke personen	X	X	
Landbouwvennootschappen	X	X	X
Vennootschappen (excl.LV)			X

Bron: KBC, 2004

In bovenstaande tabel worden de keuzemogelijkheden voor de verschillende juridische statuten weergegeven.

8.1.1 De werkelijke aangifte

Wettelijk gezien mag een land- of tuinbouwbedrijf een vereenvoudigde boekhouding voeren. De belastingplichtige dient zijn winst vast te stellen op basis een bewijskrachtige boekhouding. Hiervoor dient enkel een inventarisboek, een inkoop- en verkoopboek, eventueel een dagboek van ontvangsten en een investeringstabel te worden bijgehouden (KBC, 2004). De winst is de opbrengsten min de kosten. Hens & Monstrey (2005) vermelden drie basisvoorwaarden die vervuld moeten zijn voor het aftrekken van deze kosten:

- de uitgaven moeten verband houden met het beroep. Privé-uitgaven zijn dus uitgesloten. Gemengde uitgaven komen enkel in aanmerking voor het beroepsgedeelte;
- het moet vaststaan dat de uitgaven gedaan zijn;
- de uitgaven moeten ofwel effectief gedaan zijn in het jaar waarin men zijn inkomsten behaald heeft ofwel op het einde van het jaar geboekt zijn. Dit laatste is alleen mogelijk in geval van een volledige boekhouding.

Deze beroepskosten, waaronder de loonkosten, moeten dus bewijsbaar zijn. Betaalde lonen kunnen enkel ingebracht worden als kost indien die lonen en de genietter ervan bekend gemaakt worden bij de fiscus. De werknemer krijgt een kopie van de loonfiche 281.10 thuisgestuurd om de persoonlijke belastingaangifte te kunnen invullen.

Zoals vermeld in hoofdstuk 7.3, wordt veel vreemde arbeid ingezet in de piekperiodes. Veel van deze mensen zijn niet gesteld op het werken met loonfiches. Wel om die reden dat de anonimiteit waarover ze beschikken, hun de stap doet zetten tot de seizoenarbeid. Veel van deze arbeiders zitten met een opgelegde grens van aantal werkuren of loon. Bovendien willen zij liever onbelast werken.¹ Dit punt wordt verder onderzocht in het volgende onderdeel.

De werkgever dient bedrijfsvoorheffing te betalen aan de ontvanger der belastingen op de verschuldigde lonen. Per kwartaal dient de werkgever een aangifte in via het formulier 274.AUT. De verschuldigde bedrijfsvoorheffing kan als volgt berekend worden:

$$(\text{Brutoloon} - \text{sociale bijdrage van de werknemer}) \times 11.11\% = \text{Bedrijfsvoorheffing}$$

¹Uit interviews met diverse bevoorrechte getuigen (dhr. P. Vrancken op 20 december 2005, dhr. D. Vandebeeck op 16 februari 2006 en dhr. J. Rottiers op 23 maart 2006)

De werkgever dient voor 1 maart van het volgend jaar een opgave 325, samen met de bijhorende loonfiches 281.10, in te dienen bij het documentatiecentrum der Belastingen (Brochure VAC).

8.1.2 De forfaitaire aangifte

Het barema

Bij gebrek aan bewijskrachtige gegevens kan de bedrijfswinst bepaald worden op basis van forfaitaire grondslagen. Hierbij wordt de fruitteiler belast op basis van een landbouwbarema. Dit is een gemiddelde winst (gemiddelde opbrengst - gemiddelde kost) die in overleg met de administratie der belastingen en de betrokken beroepsorganisatie wordt vastgesteld per are voor een welbepaalde teelt. Op basis van de door de teler bewerkte oppervlakte wordt forfaitair een semi-brutowinst berekend. Deze semi-brutowinst is de gemiddelde opbrengst per are die afgesproken wordt in het kader van het barema, die vermenigvuldigd moet worden met de oppervlakte van het bedrijf. De naam 'semi-brutowinst' verklaart dat enkel de uitgaven worden opgenomen die grotendeels hetzelfde zijn. Andere kosten, die gemakkelijker te bewijzen zijn, kunnen nog apart worden afgetrokken zoals vermeld in het barema, om tot de nettowinst te komen (SBB). Hieronder vallen onder meer:

- de betaalde pacht;
- de aftrekbare belastingen;
- de betaalde RSZ bijdragen;
- de te betalen intresten;
- de te betalen bijdragen in het kader van het sociale statuut der zelfstandigen, mutualiteitsbijdragen;
- de lonen (volgens het barema);
- de uitbesteedde loonwerken;
- de bijdragen aan beroepsverenigingen;
- de betaalde verzekeringskosten;

- de betaalde kosten voor grondontsmetting;
- de betaalde honoraria aan belastingconsulenten;
- de betaalde kosten voor bodemoriënterend onderzoek;
- de betaalde kosten voor verplichte tankcontrole en emissiemeting;
- de afschrijvingen en/of betaalde huur;
- de betaalde kosten voor teeltvoorlichting;
- de betaalde kosten voor terugnameplicht van gewasbeschermingsmiddelen;
- de betaalde containerkosten voor bedrijfsafval;
- de betaalde kosten voor water;
- de betaalde kosten voor afbraak van verouderde serres.

(Fisconet, 2006)

Het barema wordt afzonderlijk vastgesteld voor aardbeientelers van Limburg, de Noorderkempen en het Pajottenland, Leuven en het Hageland en West- en Oost-Vlaanderen. In tabel 8.2 worden de overeengekomen semi-brutowinsten en de gemiddelde opbrengst per are voor de vier teeltschema's vermeld voor aanslagjaar 2005.

Tabel 8.2: De semi-brutowinsten, gemiddelde productie en aftrekbare loonkost per are in het barema

	Semi-brutowinsten per are	Gemiddelde produc- tie per are	Aftrekbare loonkost per are
Vollegrondsteelt	€ 207	210 kg	€ 121
Tunnelteelt	€ 397	260 kg	€ 186
Verlate teelt	€ 154	165 kg	€ 99
Onder glas (substraat 3 oogsten)	€ 1.563	1.000 kg	€ 658

Bron: eigen onderzoek, gebaseerd op gegevens van Fisconet

De fictieve oppervlakte

Voor in het geval van behaalde meerwinsten is door de fiscus de ‘fictieve oppervlakte’ ingevoerd. De teler zal de fictieve oppervlakte moeten aangeven die bestaat uit de werkelijke hoeveelheid aardbeien gedeeld door de forfaitaire productie per are en dit vermenigvuldigd met de coëfficiënt 1,20. Uit de tabel 8.2 kan de gemiddelde productie per are worden afgeleid.

Stel: een bedrijf met 1 ha aardbeien in volle grond, waarvan de werkelijke productie 30.000 kg bedraagt. En aardbeien verlate teelt 0,5 ha waarvan de werkelijke productie 11.900 kg bedraagt. Berekening:

$$\left(\frac{30000 \text{ kg}}{210 \text{ kg} \times 1.2}\right) - 100 \text{ are} = 19,05 \text{ are}$$
$$\left(\frac{11900 \text{ kg}}{165 \text{ kg} \times 1.2}\right) - 50 \text{ are} = 10,10 \text{ are}$$

(Fisconet, 2006)

De teler zal dus 119,05 are aardbeien in volle grond moeten aangeven en 60,10 are verlate teelt.

Hier treedt een knelpunt op wat betreft de forfaitaire aanslag. Wanneer een teler een minder jaar heeft gehad met lagere opbrengsten per are dan in het barema is overeengekomen, zal hij in verhouding meer belastingen betalen. Indien de teler het forfait niet wil aanvaarden omwille van een mislukking van de oogst, dan moet hij dat kunnen bewijzen (zie infra).²

Seizoenlonen

Eén van de grootste individueel aftrekbare beroepskosten zijn de lonen. De aftrekbare lonen zijn enerzijds de gewone forfaitaire lonen met betrekking tot de gewone landbouwoppervlakte berekend volgens de modaliteiten van het landbouwforfait. Anderzijds zijn het de lonen met betrekking tot de werkelijke oppervlakte speciale teelten, namelijk de seizoenlonen. Deze seizoenlonen zijn aftrekbaar volgens barema mits verantwoording door ofwel gerechtvaardigde lonen (fiche 281.10) ofwel globaal te verantwoorde lonen, mits betaling van een bedrijfsvoorheffing van 20,20% (Art. 58 W.I.B.). Voor de aardbeienteelt worden deze seizoenlonen niet toegepast voor een oppervlakte van 0 tot 15 are (Fisconet, 2006). De

²Uit een interview met dhr. P. Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van het VBT en veiling Borgloon, op 20 december 2006

bedrijfsvoorheffing dient betaald te worden voor 15 januari volgend op het fiscaal jaar.

Voorbeeld: stel een bedrijf met 1 ha aardbeien in volle grond en 0,5 ha verlate teelt in volle grond. Er wordt uitsluitend met seizoenarbeiders gewerkt, met globaal te verantwoorde lonen.

$$100 \text{ are} \times 121 \text{ euro/are} = 12.100 \text{ euro}$$

$$50 \text{ are} \times 99 \text{ euro/are} = 4.950 \text{ euro}$$

Dit geeft een totaal van € 17.050. Wanneer hier 20,20% (wat overeenkomt met € 3.444,1) op wordt betaald, kan het worden ingebracht als loonkost (Fisconet, 2006). Het nadeel bij deze vorm van loonaftrek, is dat een meerkost niet kan worden afgetrokken. Indien de teler meer loonkosten heeft door onder meer een hoger uurloon, of meer arbeid omwille van hogere opbrengsten per plant, kan hij dat niet in rekening brengen. Voor deze kost draait de teler zelf op.

Voor de verschillende teelten in de verschillende streken zijn andere bedragen overeengekomen in het barema (zie tabel 8.2).

Exceptionele verliezen

Verliezen die veroorzaakt worden door feiten die slecht in sommige gemeenten of in sommige bedrijven verwoestingen hebben aangericht, worden beschouwd als exceptionele verliezen. Hiervoor dient een proces-verbaal te worden opgemaakt door de bevoegde commissie voor vaststelling van schade aan de teelten. Dit is enkel geldig voor verliezen die niet door andere tegemoetkomingen van de Staat of op andere wijze, zoals bijvoorbeeld de verzekeringen, worden vergoed (Fisconet, 2006).

“Het verliespercentage is gelijk aan het percent van het verschil tussen de forfaitaire gemiddelde opbrengst en de opbrengst verkregen na de schade, ten opzicht van de forfaitaire gemiddelde opbrengst, percent dat dan met 20 punten moet worden verminderd.”(Fisconet)

Voor- en nadelen

In tabel 8.3 worden de voor- en nadelen van het forfaitair systeem samengebundeld.

Tabel 8.3: Voor- en nadelen van het barema

Voordelen van het barema	Nadelen van het barema
De landbouwer dient geen fiscale boekhouding bij te houden. Dit betekent besparing van tijd en geld (kosten boekhouder).	De minder goede landbouwer of de landbouwer die zich in ongunstige omstandigheden bevindt, wordt bestraft.
De aangifte en de controle verloopt relatief eenvoudig.	Bedrijven die met externe arbeidskrachten werken zijn beperkt in de aftrek van loon en RSZ.
Een aantal uitgaven zijn forfaitair verrekend en moeten niet bewezen worden.	Bedrijven met zware investeringen zullen minder afschrijvingen in rekening kunnen brengen.
Er wordt steeds een forfaitair loon afgetrokken ook al zijn er mogelijk geen bewezen lonen.	Verliezen kunnen niet overgedragen worden naar een volgend jaar.
Het barema steunt op een gemiddeld inkomen. Hierdoor wordt de betere boer of tuinder beloond.	Geen investeringsaftrek mogelijk, tenzij wanneer individuele afschrijvingen van toepassing zijn.

Bron: SBB, begrippen uit de agrarische fiscaliteit

Hier moet nog aan toegevoegd worden dat een volledige boekhouding ook in het voordeel kan spelen. Op die manier wordt een goed financieel overzicht verkregen (Landbouwkrediet, 2004).

8.1.3 De vennootschapsbelasting

Wanneer een bedrijf wordt uitgebaat in de vorm van een vennootschap, dienen er twee aangiften gedaan worden. Zoals reeds ter sprake gebracht, moet naast een aangifte in de vennootschapsbelasting ook een aangifte worden gedaan in de personenbelasting voor de persoonlijke inkomsten (KBC, 2004).

Vennootschappen zijn belastbaar op het totale bedrag van de winst, uitgekeerde dividenden inbegrepen (Art. 185 WIB 92). De vennootschapsbelasting heeft een uniform tarief van 33,99% met daarnaast verlaagde tarieven indien voldaan aan bepaald voorwaarden (zie Art. 215 WIB 92).

- op de schijf van € 0 tot € 25.000: 24,97%;
- op de schijf van € 25.000 tot € 90.000: 31,93%;
- op de schijf van € 90.000 tot € 322.500: 35,53%.

Zoals reeds is aangehaald is bij een vennootschap het overdragen van winst en verlies mogelijk. Op die manier kunnen de typisch sterk schommelende inkomsten worden afgevlakt.

8.1.4 De Belasting op de Toegevoegde Waarde (BTW)

Inzake BTW is in de land- en tuinbouwsector ook een keuzemogelijkheid tussen het normale BTW-stelsel en de forfaitaire regeling. De keuze van systeem in de inkomstenbelasting heeft geen gevolgen voor de keuze van het BTW-stelsel. Een starter moet alvorens de economische activiteit te starten een btw-nummer aanvragen in het BTW-controlekantoor en preciseren voor welk stelsel hij kiest (Hens & Monstrey, 2005). Dit nummer is gratis te verkrijgen en moet vermeld worden op al de (handels)documenten. De BTW administratie zal ook zorgen voor de inschrijving in de kruispuntbank van Ondernemingen (KBC, 2004).

Volgens KBC stappen veel jonge bedrijven over op de algemene BTW-regeling omdat zij met steeds grotere investeringen worden geconfronteerd waarop BTW moet worden betaald. Op die manier kunnen zij de uitgegeven BTW recupereren. Een teler die in het forfaitair BTW-systeem zit, kan elk jaar overschakelen op de algemene regeling, door een BTW-inventaris van overgang op te maken (KBC, 2004).

Verplichtingen in de BTW-regeling

- verplichtingen in het gewone BTW-stelsel (de betaalde BTW is terug te trekken en ontvangen BTW is af te dragen)
 - het opmaken en ontvangen van facturen;
 - het bijhouden van een BTW-boekhouding. Dit bevat doorgaans een inkomend en uitgaand factuurboek, een dagontvangstenboek en een tabel van bedrijfsmiddelen (Hens & Monstrey, 2005);
 - het periodiek indienen van BTW-aangiften;
 - het indienen van een jaarlijkse BTW-listing.
- verplichtingen in het forfaitaire BTW-stelsel: is enkel mogelijk indien de activiteiten betrekking hebben op de productie en verkoop van plantaardige en dierlijke productie. Voorgaande verplichtingen zijn hier overbodig. Enkel het indienen van een jaarlijkse

BTW-listing is vereist. Ondanks de landbouwer de betaalde BTW niet kan recupereren wanneer hij kiest voor het forfaitaire stelsel, kan hij van de afnemers 6% forfaitaire BTW ontvangen. Ontvangen BTW is niet af te dragen.

(KBC, 2004 + Hens & Monstrey, 2005)

Het BTW-tarief

De BTW tarieven kunnen in de land- en tuinbouwsector het volgende bedragen:

- 6%: bijna alle land- en tuinbouwproducten, bij het verbouwen van bestaande woningen;
- 12%: producten van de fythofarmacie (o.a. pesticiden, biociden, onkruidverdelgers) en banden voor akkerbouwtractoren;
- 21%: van toepassing voor alle andere producten, onder meer bij het bouwen van een nieuwe woning of nieuwe bedrijfsgebouwen, aankoop van een tractor.

Andere specifieke BTW-regelingen voor de land- en tuinbouw zijn de overname van bedrijfsgoederen en de oprichting van bedrijfsgebouwen. Als de overnemer en de overlater beiden opgenomen zijn in de bijzondere BTW-regeling voor landbouwers, is er geen BTW verschuldigd bij de overname van bedrijfsgoederen. Wanneer beiden genieten van de algemene BTW-regeling kan de overdracht gebeuren met vrijstelling van BTW, voorzover het gaat om een gehele of gedeeltelijke overname. Voor het oprichten van bedrijfsgebouwen is er geen BTW verschuldigd aan de aannemer als de landbouwer of tuinder heeft gekozen voor het algemene BTW-stelsel.

8.2 Het investeringsplan

In het investeringsplan worden de nodige investeringen voor de opstart van een aardbeienbedrijf in kaart gebracht. Het betreft dan eenmalige uitgaven bij de opstart of de overname van een bedrijf.

Zoals reeds vermeld, wordt deze eindverhandeling uitgewerkt voor 4 teeltsystemen: de normale teelt in volle grond, de verlate teelt, de teelt onder plastic tunnels en de teelt op

substraat onder glas. De aardbeienteelt is een zeer gecompliceerde teelt met veel varianten in teeltwijzen. Door dit onderzoek te baseren op 4 basis teelten, kan een beeld geschetst worden van hoe het er in de praktijk aan toe zou kunnen gaan. Er dient hier vermeld te worden dat ongetwijfeld een variatie kan zijn in de kosten afhankelijk van de onder meer de grondstofprijzen, de leveranciers en de plaatsingskosten. Het doel is enkel indruk te geven van de kostprijs voor een startende aardbeienteler. De talloze keuzemogelijkheden laten niet toe hier gedetailleerder op in te gaan.

8.2.1 Investerings voor de substraatteelt onder glas

De investeringen die nodig zijn voor de substraatteelt onder glas worden opgedeeld in drie groepen, namelijk investeringen nodig voor opzet van de constructie, investeringen die te maken hebben met de verwarming en de investeringen nodig voor de automatisatie. Automatisatie slaat op alles wat te maken heeft met berekening, bevoeiing, bemesting en de automatisering hiervan. Dit cijfermateriaal is gebaseerd op gegevens van het Proefcentrum Hoogstraten en is getoetst door dhr. W. Meyers, aardbeienteler onder glas.

Investerings voor constructie

Omwille van bepaalde afmetingen, kan voor een streefoppervlakte van 1 hectare, niet exact voor 100 meter op 100 meter gerekend worden. Aan de hand van volgende berekening wordt de werkelijke oppervlakte voor een serre bekomen van 10.296 m²:

Over de lengte zijn 13 kappen nodig waarvan onder elke kap 7 rijen staan. Elke kap heeft een breedte van 8 meter.

$$13 \text{ kappen} \times 7 \text{ rijen} = 91 \text{ rijen}$$

$$13 \text{ kappen} \times 8 \text{ m} = 104 \text{ m lengte}$$

In de breedte zijn er 22 vakken van elk 4,5 meter breed.

$$22 \text{ vakken} \times 4,5 \text{ m} = 99 \text{ m breedte}$$

De beste benadering voor een hectare is dus:

$$99 \text{ m breedte} \times 104 \text{ m lengte} = 10.296 \text{ m}^2$$

Het aantal lopende meter stelling wordt in verschillende berekeningen gebruikt en wordt verkregen door het aantal rijen te vermenigvuldigen met de lengte van elke rij. De stellingen lopen over de gehele breedte van de serre uitgezonderd de 3 meter verharde pad aan het begin van de serre.

$$(7 \text{ rijen per kap} \times 13 \text{ kappen}) \times (96 \text{ m breedte}) = 8.736 \text{ m lopende meter stelling}$$

Volgende investeringen zijn nodig alvorens de teelt kan beginnen:

- serre: de naakte serre heeft een gemiddelde kostprijs van € 35 - € 40 per m² voor een witgelakte serre van 5 meter hoog. Voor dit onderzoek wordt het gemiddelde hiervan genomen, namelijk € 37,50 per m². Dit geeft een totale kostprijs voor een hectare van:

$$37,50 \text{ euro/m}^2 \times 10.296 \text{ m}^2 = 386.100 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 25.740

- schermdoek: het schermdoek doet dienst als energiebesparing. In de winter wordt het 's nachts dichtgetrokken om warmteverlies via de serre te reduceren. Tijdens de zomer dient het als bescherming om hevige zoninstraling te beperken. De kostprijs wordt gerekend aan € 5,50 per m². Hieruit volgt volgende berekening:

$$5,50 \text{ euro/m}^2 \times 10.296 \text{ m}^2 = 56.628 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 5 jaar: € 11.326

- goten en ophanging: zijn de teeltgoten waar de bakken of potten opstaan. Deze zijn opgehangen aan een ijzeren constructie van de serre. De kostprijs wordt berekend door de prijs per meter te vermenigvuldigen met het aantal meter lopende stelling.

$$6,50 \text{ euro/m} \times 8.736 \text{ m lopende stelling} = 56.784 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 3.786

- de corridor is een ruimte waar de teler de nodige machines kan plaatsen. De kostprijs is per m² hetzelfde als de kostprijs van de serre en wordt evenzeer afgeschreven op 15 jaar. De corridor is in dit voorbeeld één kap breed en de helft van de breedte van de serre. Dit komt neer op een oppervlakte van 396 m²

$$37,50 \text{ euro/m}^2 \times 396 \text{ m}^2 = 14.850 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 5 jaar: € 990

- betonpaden (1.208 m²): er wordt beton gegoten op de middenpaden, de corridor en de eventuele loods. Deze hebben respectievelijk een oppervlakte van 312 m², 396 m² en 500 m².

$$17,50 \text{ euro/m}^2 \times 1.208 \text{ m}^2 = 21.140 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.409

- frigo: voor de tussentijdse bewaring van de aardbeien. Soms worden aardbeien geplukt wanneer er geen levermogelijkheid is aan de veiling. Bovendien komt een directe koeling van de aardbei de kwaliteit alleen maar ten goede. De kostprijs van € 12.500 wordt afgeschreven over 10 jaar.

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 1.250

- potten proefcentrum Hoogstraten rekent € 0,34 per m². Dit komt op een totaal bedrag van:

$$0,34 \text{ euro/m}^2 \times 10.296 \text{ m}^2 = 3.501 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 6 jaar: € 583

In onderstaande tabel wordt een samenvatting gegeven van de investeringen die nodig zijn voor de opzet van de constructie. Voor de gehele constructie is een basisbedrag nodig van ongeveer € 551.503. Dit bedrag kan uiteraard variëren naargelang verschillende factoren. Dit investeringsbedrag heeft een jaarlijkse afschrijving van € 45.084.

Tabel 8.4: Investeringskosten voor de constructie

	Investeringskost	Afschrijving
Serre	€ 386.100	€ 25.740
Schermdoek	€ 56.628	€ 11.326
Goten en Ophanging	€ 56.784	€ 3.786
Betonpaden	€ 21.140	€ 1.409
Frigo	€ 12.500	€ 1.250
Corridor	€ 14.850	€ 990
Potten	€ 3.501	€ 583
Totaal	€ 551.503	€ 45.084

Bron: eigen onderzoek

Investerings voor verwarming

Door het toepassen van verschillende verwarmingstechnieken, kan een teelt vervroegd worden.

Hiervoor zijn volgende investeringen nodig:

- ketel: hiervoor wordt een gemiddelde van € 40.000 gerekend. Indien met gas wordt verwarmd, zal deze kostprijs stijgen tot ongeveer € 45.000.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 2.667

- ondernet: in de serres wordt gebruik gemaakt van verwarmingsbuizen onder de goten. De prijzen van de buizen zijn afhankelijk van onder meer de staalprijzen en de grootte van het bedrijf. De teler kan kiezen zelf de buizen te schilderen wat komt op een kostprijs van ongeveer 4 €/m. Reeds gedekte buizen hebben een kostprijs van 4,50 €/m. Voor één hectare is de kostprijs:

$$4,50 \text{ euro/m} \times 8.736 \text{ m lopende stelling} = 39.312 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 2.621

- bovennet: Verwarmingsbuizen boven de goten over de gehele breedte van de serre. Per kap (per 8 meter) worden 4 buizen geplaatst. Hieruit volgt volgende berekening:

$$4 \text{ buizen} \times 13 \text{ kappen} \times 99 \text{ m breedte} = 5.148 \text{ m}$$

$$4,50 \text{ euro/m} \times 5.148 \text{ m} = 23.166 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.544

- brandstoftank (20.000 l): in het geval dat de teler met stookolie verwarmd, is een brandstoftank nodig met een gemiddelde prijs van € 5.000.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 333

- aansluiting gas: Indien geopteerd wordt voor gas, is er geen tank nodig maar moet wel de kost voor de aansluiting van het gas worden meegerekend. Deze prijzen kunnen enorm verschillen. Indien de prijs echter te hoog is, wordt geopteerd voor brandstof. In dit onderzoek wordt hiervoor een budget uitgetrokken van € 10.000.

- schoorsteen: De ontstane verbrandingsgassen moeten via de schoorsteen ontsnappen. Deze prijs kan variëren van € 1.500 tot € 2.000. Hier wordt gekozen voor een gemiddelde van € 1.750.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 117

In tabel 8.5 wordt een overzicht gegeven van de investeringskost voor de verwarming. Voor de investering voor verwarming is een basisbedrag nodig van ongeveer € 109.228. Dit investeringsbedrag kan jaarlijks afgeschreven worden tegen € 7.282.

Tabel 8.5: Investeringskosten voor de verwarming

	Investeringskost	Afschrijving
Ketel	€ 40.000	€ 2.666,7
Ondernet	€ 39.312	€ 2.621
Bovennet	€ 23.166	€ 1.544
Brandstoftank	€ 5.000	€ 333
Schoorsteen	€ 1.750	€ 117
Totaal	€ 109.228	€ 7.282

Bron: eigen onderzoek

Investeringskosten voor automatisatie

Omdat de teelt onder glas staat, is het nodig zelf de klimaatomstandigheden te regelen. Onder automatisatie vallen alle investeringen met betrekking tot berekening, klimaatregeling, bemesting en de automatisatie hiervan. Volgende investeringen zijn nodig:

- Automatisatie irrigatie - fertigatie
 - waterbassin (5.000 m³) + betonnen putten: om regenwater, wat kwalitatief het beste water is, op te vangen. Van hieruit kan het worden aangezogen om de plant te bevoorraden. De betonnen putten dienen om water te reinigen. Dit geheel heeft een kostprijs van € 22.000.
Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.467
 - geboorde put (76 m diep): naast regenwater is een reserve aanleggen geen overbodige luxe. De kostprijs hiervoor wordt geraamd op € 3.344.
Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 223

- ontijzering: is enkel van toepassing als met putwater wordt gewerkt. Indien op basis van een analyse wordt geconstateerd dat het putwater een teveel aan ijzer bevat, kan dit via ontijzering worden gezuiverd. Hiervoor wordt gemiddeld een kostprijs geteld van € 6.704.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 447

- injectie-unit + medicijnpomp + EC voorregeling + recyclean pomp: dit is de unit die er voor zorgt dat het water wordt vermengd met de bemesting en eventuele medicijnen alvorens het door het netwerk voor bevoeiing wordt gestuurd. Kostprijs: € 17.553.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.170

- druppelbevloeiing + gietkranen + zuiverwaterpomp + cobra druppelaars: dit is het netwerk van leidingen dat het water met meststof door druppelbevloeiing verdeelt tot bij de planten. Kostprijs: € 13.148.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 877

- broesberegening: zijn sproeiers die water vernevelen in de serre om het vochtgehalte op peil te houden. Er wordt een kostprijs geraamd op € 6.016.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 401

- dan foggers: zijn fijnere sproeiers die in de serre hangen om het vochtgehalte via een lage druk verneveling in de serre op pijl te houden. Kostprijs: € 8.904.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 594

- dakberegening: heeft dezelfde functie als broesberegening en dan foggers maar worden op het dak geplaatst. Twee van deze drie worden altijd geplaatst. De kostprijs komt ongeveer overeen. In dit onderzoek wordt gekozen voor dakberegening aangevuld met ‘dan foggers’.

- drainopvang: het water dat teveel aan de plant wordt gegeven wordt opgevangen in een netwerk van buizen om te kunnen worden weggevoerd. De kostprijs hiervoor bedraagt € 5.012.

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 334

- ontsmetting: het water van de drainopvang kan terug in het circuit worden gestuurd. Hiervoor moet wel een ontsmetting van het water gebeuren. Kostprijs van

de infrastructuur voor ontsmetting: € 15.777

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.052

- Automatisatie voor het elektrogedeelte
 - computer PRIVA type INTEGRO: dit is de procescomputer die instaat voor de automatisering. Kostprijs: € 19.086.
Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 1.272
 - octalarm: verwittigd de teler indien bepaalde waarden worden overschreden. Kostprijs: € 1.264.
Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 84
 - zekeringskast + kabelbaan: ter ondersteuning van het elektriciteitsnetwerk. Kostprijs: € 3.957.
Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 264
 - belichting: met gloeilampen wordt kunstmatig de dag verlengd, om een goede plantstrekking te krijgen.

$$0,91 \text{ euro}/m^2 \times 10296 \text{ m}^2 = 9.369 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 15 jaar: € 625

Zoals kan afgelezen worden uit tabel 8.6 komt de totale kostprijs automatisatie neer op € 133.061. Hiertussen kan een variatie optreden van € 110.000 tot € 160.000 afhankelijk van de keuzes die gemaakt worden.

Tabel 8.6: Investeringskosten voor automatisatie

	Investeringskosten	Afschrijving
Investeringen voor automatisatie van het watergedeelte		
Waterbassin + betonnen putten	€ 22.000	€ 1.467
Geboorde put	€ 3.344	€ 223
Ontijzing	€ 6.704	€ 447
Fertigatie benodigdheden	€ 17.553	€ 1.170
Irrigatie benodigdheden	€ 13.148	€ 877
Beregening	€ 14.920	€ 995
Drainopvang	€ 5.012	€ 334
Ontsmetting	€ 15.777	€ 1.052
Subtotaal	€ 98.458	€ 6.565
Investeringen voor automatisatie van het elektrogedeelte		
Computer (PRIVA type INTEGRO)	€ 19.086	€ 1.272
Octalarm	€ 1.264	€ 84
Zekeringskast en kabelbaan	€ 3.957	€ 264
Belichting	€ 9.369	€ 625
Subtotaal	€ 34.603	€ 2.306
Totaal	€ 133.061	€ 8.871

Bron: eigen onderzoek

Andere investeringen

- Grond: voor serreteelt wordt de grond aangekocht in plaats van gepacht. De gemiddelde prijs voor een hectare grond komt op neer € 40.000.
- zwavelverdamper: tegen witziekte wordt als natuurlijk bestrijdingsmiddel zwavel gebruikt. Kostprijs van de verdamper:

$$0,5 \text{ euro/m}^2 \times 10.296 \text{ m}^2 = 5.148 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 515

- CO₂-leidingen: als bemesting wordt CO₂ in gasvorm aan de plant gegeven. Kostprijs

van de leidingen:

$$0,25 \text{ euro}/m^2 \times 10.296 \text{ m}^2 = 2.574 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 257

- CO₂-meter: kostprijs van de meter komt op € 1.964.

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 196

- elektriciteit + aansluiting nutsvoorzieningen: water, elektriciteitsaansluitingen. Hiervoor wordt een budget uitgetrokken van € 10.000.

- architect: € 7.500

- milieuvergunning + plan: kan variëren tussen de € 400 en € 1.000.

- rollend materieel: de inventarisatie rollend materieel is van bedrijf tot bedrijf verschillend. Voor een mogelijke inventarisatie voor de serreteelt kan een budget worden uitgetrokken van bijvoorbeeld € 80.000. Hierin kan onder meer worden opgenomen een spuitboom voor serre, een kleine tractor, een heftruck, een lichte vrachtwagen en 20 tot 25 plukwagentjes met weegschaal. Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 8.000

(Proefcentrum Hoogstraten)

Tabel 8.7: Andere investeringen

	Investeringskost	Afschrijving
Zwavelverdamper	€ 5.148	€ 515
CO ₂ -leidingen	€ 2.574	€ 257
CO ₂ -meter	€ 1.964	€ 196
Architect	€ 7.500	geen
Grond	€ 40.000	geen
Milieuvergunning + Plan	€ 700	geen
Aansluiting nutsvoorzieningen	€ 10.000	geen
Rollend materieel	€ 80.000	€ 8.000
Subtotaal	€ 147.886	€ 8.968

Bron: eigen onderzoek

De totale investeringskost voor de substraatteelt onder glas komt ongeveer op een totaalbedrag van € 941.678.

8.2.2 Investerings voor teelt in volle grond

Een bedrijf dat in volle grond aardbeien teelt kan gestart worden met weinig of geen eigen grond en zonder al te grote aanvangsinvesteringen. Hieronder wordt zowel de gewone openluchtteelt als de verlate teelt verstaan. Deze kostprijzen werden bekomen uit de interviews van dit onderzoek.

- irrigatie:

- buizen: elke buis van 6 meter lang wordt op een afstand van 12 meter van elkaar geplaatst. Op een veld van 100 meter breedte zijn er bijgevolg 8 rijen buizen nodig met een lengte van 100 meter. Dit komt neer op 133 buizen van 6 meter. Er wordt gekozen voor buizen met een stukprijs van € 15,75. Voor grotere oppervlakten zijn ook andere buizen verkrijgbaar met groter debiet.

$$(8 \text{ rijen buizen} \times 100 \text{ m}) \div 6 \text{ m per buis} = 133 \text{ buizen}$$

$$15,75 \text{ euro per buis} \times 133 \text{ buizen} = 2.095 \text{ euro}$$

- sproeiers: er wordt één sproeier geplaatst om de 2 buizen. Bijgevolg geven 67 sproeiers een kostprijs van:

$$9,50 \text{ euro per sproeier} \times 67 \text{ sproeiers} = 637 \text{ euro}$$

- aansluiting T-tape: de T-tape van elke rij moet verbonden worden aan een gemeenschappelijke buis die reikt tot aan de pomp. Kostprijs: € 375.

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 311

- put: in dit onderzoek wordt verondersteld dat deze put reeds aanwezig is op het stuk grond en dus in de prijs van de pacht is inbegrepen.
- pomp: zowel voor het oppompen van het putwater als het voorzien van de T-tape met water is een pomp nodig. Dit kan gaan over een tractorpomp (prijs: € 2.000) of een dieselpomp (prijs: € 8.000).
- waterbassin: er wordt verondersteld dat deze waterbassin al op het stuk aanwezig is en dus in de prijs van de pacht is inbegrepen.

- rollend materieel: In de volle grond dient het rollend materieel zwaarder te zijn dan in de substraatteelt. Het uitgetrokken budget ligt hier daarom op € 120.000. Onder dit budget vallen onder meer een spuittoestel, een tractor, een lichte vrachtwagen, een hefmast, een weegschaal en 10 plukkarren.

In tabel 8.8 wordt een overzicht gegeven van de kosten voor een vollegrondsteelt.

Tabel 8.8: Investeringskosten voor teelt in volle grond

	Investeringskost	Afschrijving
Irrigatie	€ 3.107	€ 311
Pomp	€ 2.000	€ 400
Rollend materieel	€ 120.000	€ 24.000
Totaal	€ 125.107	€ 26.511

Bron: eigen onderzoek

8.2.3 Investeringskosten voor teelt onder tunnels

Buiten de investeringen die nodig zijn in de volle grond wordt ook nog geïnvesteerd in de tunnels zelf. De overige investeringen voor een teelt onder tunnels komen overeen met de vollegrondsteelt. Hier komt alleen nog de kost van de tunnels bij.

- tunnels:
 - raamwerk: dit zijn de bogen, ankers, de nodige steunen, steunstukken, schroeven, koorden en deuren. De totale kostprijs voor buizen met een doormeter van 32 mm en een dikte van 2 mm is € 22 waarvan er 51 staan op 100 meter. Er kunnen op een hectare ongeveer 17 tunnels staan met elk een breedte van ongeveer 5 meter. Onder elke kap kunnen 4 rijen aardbeien geplant worden. Eén tunnel omvat ongeveer 520 m² grond. Tussen twee tunnels wordt best een kleine doorgang voorzien. We verkrijgen volgende berekening voor één hectare:

$$(22 \text{ euro} \times 51) \times 17 \text{ tunnels} = 19.074 \text{ euro}$$

Hier moeten nog twee deuren worden bijgeteld met een stukprijs van € 125.

$$(125 \text{ euro} \times 2) \times 17 \text{ tunnels} = 4.250 \text{ euro}$$

Er zijn nog meerdere mogelijkheden bijvoorbeeld de diktes van de buizen, het aantal rijen per tunnel en dergelijke. We baseren ons echter op een welbepaalde toestand.

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 2.332

- plastiek: de prijs van de plastic die over de bogen wordt getrokken is afhankelijk van de dikte. Voor een tunnel van 520 m² is een plastic nodig van 8,5 meter breed of 850 m². Enkele voorbeelden:

- * 100 micron dikte: € 0,21 per m² (af te schrijven op 2 jaar);
- * 150 micron dikte: € 0,27 per m² (af te schrijven op 3 à 4 jaar);
- * 180 micron dikte: € 0,36 per m² (af te schrijven op 4 à 5 jaar).

In dit onderzoek wordt gekozen voor plastic met een dikte van 100 micron met volgende kostprijs:

$$(0,21 \text{ euro/m}^2 \times 850 \text{ m}^2) \times 17 \text{ tunnels} = 3.034 \text{ euro}$$

Afschrijvingstermijn van 10 jaar: € 1.517

Tabel 8.9: Investeringskosten voor teelt onder tunnels

	Investeringskosten	Afschrijving
Raamwerk	€ 23.324	€ 2.332
Tunnelplastic	€ 3.034	€ 1.517
Totaal	€ 26.358	€ 3.849

Bron: eigen onderzoek

8.3 De exploitatiebegroting

Een exploitatiebegroting maakt een prognose van het resultaat, opgesplitst in de kosten en de opbrengsten van een bedrijf. Een begroting opstellen voor een aardbeienbedrijf is niet evident omdat er veel variabele posten zijn. Deze zijn moeilijk te schatten daar ze verschillend zijn voor elk bedrijf afhankelijk van onder meer de toegepaste teeltwijzen, het aantal geoogste kilo's, de kwaliteit van het product, de vraag en het aanbod op het moment van afzet.

Het aantal kilo dat geoogst wordt per plant is afhankelijk van verschillende factoren. Een grote parameter is het weer wat bepalend is voor het vochtgehalte, het aantal uren zon en de vorst. Verder is de opbrengst per plant ook nog afhankelijk van de gekozen variëteit, het planttype, de toegepaste teelttechniek, de vestigingsplaats (bodemgeschiktheid) alsook de bekwaamheid van de teler.

In deze exploitatiebegroting wordt getracht een benadering uit te werken wat betreft de kosten en opbrengsten voor de vier reeds besproken teeltsystemen. Omwille van de grote variabiliteit in de verschillende kostenposten spreken we slechts van een benadering.

700000 Omzet

Om het bedrag van de omzet te schatten, wordt een beroep gedaan op de bruto-ontvangsten volgens het forfait. Een vermenigvuldiging van de opbrengst in kg per hectare met de prijs per kg is verschillend voor elke teler. Bovendien is het forfait reeds gebaseerd op gemiddelden.

Voor het aanslagjaar 2005 bedragen deze bruto-ontvangsten per are:

- normale vollegrondsteelt: € 367,50;
- verlate teelt: € 372,74;
- teelt onder tunnels: € 632,58;
- teelt onder glas op substraat (3 oogsten - 2 plantingen): € 3.540.

(Fisconet, 2006)

Volgende scenario-analyse illustreert de variabiliteit in de omzet voor de aardbeienteelt. De opbrengst is van te veel factoren afhankelijk om slechts één bedrag te gebruiken. Deze scenario-analyse is gebaseerd op informatie van het proefcentrum Hoogstraten. Dit cijfermateriaal is enkel ter illustratie. Het is dus nog mogelijk dat hier variatie opzit.

Tabel 8.10: Scenario-analyse voor de vier teelten

Teelt	kg/m ²	€ /kg	Omzet/m ² in €
Vollegrondsteelt			
Goed jaar	3,52	3,12	10,98
Slecht jaar	1,98	1,75	3,47
Verlate teelt			
Goed jaar	3,2	3,12	9,98
Slecht jaar	1,8	1,75	3,15
Tunnelteelt			
Goed jaar	3,2	3,50	11,20
Slecht jaar	1,8	1,75	3,15
Substraatteelt in serres			
<u>Goed jaar</u>			
Voorjaar	8	3,50	28,00
Zomer	4	3,00	12,00
Najaar	4,5	5,00	22,50
<u>Slecht jaar</u>			
Voorjaar	5	3,00	15,00
Zomer	2,5	2,25	5,63
Najaar	2,5	3,50	8,75

Bron: eigen onderzoek

740000 Subsidies

Het Vlaams Landbouwinvesteringsfonds (VLIF) verleent steun aan startende landbouwers en tuinders, zowel bij overname als bij opstart van een nieuw bedrijf.

Vestigingsteun: via deze steun worden jonge telers aangemoedigd zich als zelfstandige landbouwer te vestigen.

- de eerste vestigingspremie van 50% op de eerste € 50.000 euro;
- de tweede schijf van max. € 200.000, een rentesubsidie van 4% gedurende 10 jaar.

Wanneer het niet om een eerste installatie gaat, kunnen bepaalde aanvaardbare investeringen worden gesubsidieerd. Dit gebeurt dan onder de vorm van een kapitaalpremie of een rente-

subsidie (op een lening) of een combinatie van beide. De investeringen die in aanmerking komen voor een subsidie zijn onderverdeeld in vier subcategorieën. Hierna worden enkele voorbeelden aangehaald die van toepassing kunnen zijn op de aardbeienteelt.

- 40%: investeringen gericht op de realisatie van een landbouw met verbrede doelstelling, duurzame landbouw en/of biologische landbouw:
 - installatie voor waterzuivering;
 - installatie van een eerste energiescherm;
 - installatie van een energiebesparende kasomhulling (dubbel glas, gecoat glas en/of kunststof kanaalplaten);
 - verwarmingsinstallaties met gas of hernieuwbare brandstoffen;
 - bouwen, verbouwen en uitrusten van bedrijfsgebouwen die bestemd zijn voor de rechtstreekse verkoop van de eigen productie.
- 30%: investeringen gericht op de reconversie van het landbouwbedrijf;
- 20%: investeringen in onroerend goed, gericht op de realisatie van een structuurverbetering:
 - bouwen, verbouwen en uitrusten (bij bijvoorbeeld verwarming, energieschermen, beregening, substraatinstallaties, tabletten) van serres in glas of plastic op vaste voet, andere dan de uitrusting die vermeld wordt in groep 1 en 2;
 - frigo's;
 - beregeningsinstallaties en installaties voor fertigatie (andere dan serre-uitrusting), maar niet op basis van grondwater;
 - aanleg van terreinen voor stellingteelt;
 - loodsen voor de opslag en de bewaring van de productie, het marktklaar maken of voor het stallen van machines en materieel;
 - erfverharding en andere infrastructuurwerken in onroerende staat;
 - installaties en materieel, gericht op de oogstprotectie in bestaande fruitplantages;
 - systemen voor de beperking van het gebruik en/of verliezen van pesticiden (geavanceerde spuitmachines);

- de overname van een gedeelte van de bedrijfsbekleding.
- 10%: overige investeringen gericht op de realisatie van een structuurverbetering:
 - machines en materieel;
 - plasticserres en -tunnels, andere dan die welke vermeld worden in groep 3.

600000 Aankopen van plantmateriaal

Tabel 8.11: Prijzen van de aardbeienplanten per variëteit

	Verse planten	Wachtbedplanten	Trayplanten
Elsanta	€ 0,105	€ 0,26	€ 0,40 - € 0,45
Darselect	€ 0,145	€ 0,32	
Selva	€ 0,08		

Bron: eigen onderzoek

Afhankelijk van het teeltsysteem is een verschillende hoeveelheid planten nodig. Hierbij komt nog dat de teler zelf kan verkiezen de planten dichter bij elkaar te plaatsen. In dit onderzoek wordt uitgegaan van de volgende veronderstelling:

- voor vollegrondsteelt:

$$7.000 \text{ lopende meter} \times 6 \text{ planten per meter} = 42.000 \text{ planten}$$

Voor deze teelt wordt hoofdzakelijk gebruik gemaakt van verse planten Elsanta.

$$42.000 \text{ planten} \times 0,105 \text{ euro per plant} = 4.410 \text{ euro}$$

- voor verlate teelt: worden hoofdzakelijk wachtbedplanten gebruikt. Voor de vroege planting worden ook wel trayplanten gebruikt en voor de late planting ook wel A+ planten. Deze berekening is gebaseerd op wachtbedplanten.

$$42.000 \text{ planten} \times 0,26 \text{ euro per plant} = 10.920 \text{ euro}$$

- voor teelt onder tunnels:

$$(68 \text{ rijen} \times 100 \text{ meter}) \times 6 \text{ planten per meter} = 40.800 \text{ planten}$$

$$40.800 \text{ planten} \times 0,105 \text{ euro per plant} = 4.284 \text{ euro}$$

- voor teelt in serres op substraat:

$$8.736 \text{ meter lopende stelling} \times 12 \text{ planten per meter} = 104.832 \text{ planten}$$

In de serreteelt wordt hoofdzakelijk gebruik gemaakt van trayplanten. Deze kunnen aangekocht of zelf opgekweekt worden. Voor drie teelten zijn er twee plantingen nodig. De najaarsteelt wordt dan doorgeteeld in het voorjaar.

$$(104.832 \text{ planten} \times 0,425 \text{ euro per plant}) \times 2 = 89.107 \text{ euro}$$

De prijs van het plantmateriaal is afhankelijk van variëteit en planttype. Zoals eerder vermeld, is er een onderscheid tussen verse planten, wachtbedplanten, trayplanten, A+ planten, enz. In dit onderzoek wordt enkel Elsanta gebruikt omdat dit het meest geteelde ras is in België. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de teler zijn plantmateriaal ook zelf kan opkweken. De oorzaak van de hogere kostprijs van bijvoorbeeld de trayplanten, ligt in de opkweek en de koeling van deze planten.

601000 Aankopen hulpstoffen

- gewasbeschermingsmiddelen: dit kan variëren van gemiddeld € 500 tot € 2.500 afhankelijk van de teeltmethode, de gebruikte producten en de wil van de teler. Sommige telers volgen strikt de spuitschema's, anderen spuiten minder dan de helft. Deze kosten werden gebaseerd op de berekeningen van het proefcentrum Hoogstraten:

- normale vollegrondsteelt: € 1.575;
- verlate teelt: € 1.313;
- onder tunnels: € 1.020;
- serreteelt (substraat) 3 oogsten - 2 plantingen: € 7.722.

- meststoffen: per hectare wordt hier een kostprijs gerekend van ongeveer € 250. In de substraatteelt kost bemesting gemiddeld € 0,40 per m². Dit komt neer op een totale kostprijs van:

$$10.296 \text{ m}^2 \times 0,40 \text{ euro/m}^2 = 4.118 \text{ euro}$$

- substraat: wordt enkel gebruikt in substraatteelt in serres.

$$1 \text{ euro} \times 10.296 \text{ m}^2 = 10.296 \text{ euro}$$

- verpakkingsmateriaal: aangaande verpakkingsmateriaal biedt de veiling verschillende mogelijkheden aan. Afhankelijk van de wensen van de klant kunnen de kisten, de plasticen bakjes of de palletten verschillen. Bovendien kan deze kost verschillen van veiling tot veiling. In dit onderzoek wordt de kostprijs berekend voor de meest courante verpakkingsmaterialen. De kisten en de palletten hebben een kost voor de waarborg en een kost voor het uitgangrecht. Dit geeft samen de totale kost. Wanneer de teler deze verpakking terug binnenlevert in de veiling, krijgt hij de waarborg terug. In feite is enkel het uitgangrecht een kost voor de teler. Op basis van het aantal kilo opbrengst van het barema wordt de kost van het verpakkingsmateriaal berekend.

Tabel 8.12: Kostprijs van verpakkingsmateriaal

	Uitgangrecht	aantal stuks VG	aantal stuks VT	aantal stuks TT	aantal stuks ST
Houten kist	€ 0,04	5.250	4.125	6.500	25.000
500 gr punnet	€ 0,035	42.000	33.000	52.000	200.000
Veiling pallet	€ 0,38	66	52	82	313
Strips	€ 0,035	4.725	3.713	5.850	22.500
Verpakkingskost		€ 1.871	€ 1.470	€ 2.316	€ 8.907

Bron: eigen onderzoek

- CO₂: wordt enkel gebruikt in substraatteelt in serres.

$$1,25 \text{ euro} \times 10.296 \text{ m}^2 = 12.870 \text{ euro}$$

- Hommels: in de serreteelt en onder tunnels worden hommels ingezet voor de bevordering van de bevruchting. De regel kan aangehouden worden dat er één hommelskolonie nodig is per 1000 m². Er zitten gemiddeld 50 hommels in een kast. De kostprijs van een kast hommels bedraagt € 75. Voor één hectare komt dit neer op € 750.

610000 Huur terreinen

Bij teelt in volle grond (dus ook verlate teelt en teelt onder tunnels) wordt meestal gebruik gemaakt van seizoenpacht. De gemiddelde kostprijs kan variëren tussen € 1.000 en € 1.500. Dergelijke contracten vallen namelijk buiten het toepassingsveld van de pachtwet. Indien er

een waterput aanwezig is op het terrein ligt de huurkost over het algemeen iets hoger met een gemiddelde van ongeveer € 1.800 per hectare. Verder in dit onderzoek een gemiddelde kost van € 1.800 gebruikt als kostprijs van de seizoenpacht voor één hectare.

611000 Onderhoud en herstellingen

Omwille van het variabel karakter van deze kostenpost, wordt hier een budgettair bedrag op geplakt van € 0,025 per kilo.

- normale vollegrondsteelt:

$$210 \text{ kg} \times 0,025 \text{ euro per kg} = 5,25 \text{ euro per ha}$$

- verlate teelt:

$$165 \text{ kg} \times 0,025 \text{ euro per kg} = 4,13 \text{ euro per ha}$$

- onder tunnels:

$$260 \text{ kg} \times 0,025 \text{ euro per kg} = 6,50 \text{ euro per ha}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten - 2 plantingen:

$$1.000 \text{ kg} \times 0,025 \text{ euro per kg} = 25 \text{ euro per ha}$$

612110 Elektriciteit

- in volle grond is er nood aan elektriciteit voor de pomp, waarmee het putwater wordt opgepompt, aan te drijven. De twee mogelijkheden zijn een aansluiting op het net of een stroomgroep huren of kopen. De huurkost voor zulke stroomgroep bedraagt ongeveer € 500 per maand. Afhankelijk het aantal percelen gelden er schaalvoordelen. Voor de drie besproken teelten in volle grond is de huur van zulke stroomgroep verschillend;
- in de serreteelt wordt meer elektriciteit gebruikt. Het proefcentrum Hoogstraten rekent hiervoor een kost aan van € 1 per m². Dit komt op een totale kost van € 10.296.

612120 Brandstoffen verwarming

In de aardbeienteelt kan gebruik worden gemaakt van verwarming om de planten te forceren waardoor ze vroeger in productie komen. In dit onderzoek wordt deze kost enkel toegewezen aan de serreteelt. Hier dient te worden opgemerkt dat het zeer moeilijk is een juiste weergave te maken van de kosten voor brandstof. Elke teler kan een keuze maken tussen de waarden die hij toepast. Bovendien is het verschil in de kostprijs van stookolie een wisselend gegeven. Het proefcentrum Hoogstraten geeft als kost voor het verbruik van brandstof gemiddeld € 6,5 per m² aan. Dit komt dan op een totale kost van:

$$10.296 \text{ m}^2 \times 6,5 \text{ euro/m}^2 = 66.924 \text{ euro}$$

612120 Brandstoffen voertuigen

De vereiste brandstof is afhankelijk van te veel factoren om hierop een totaalbedrag te plaatsen. Factoren waarvan de kost van brandstof afhankelijk is, zijn de afstand tot de veiling, het verbruik van de vrachtwagen, de kostprijs van de brandstof en de gemiddelde wekelijkse afzet.

613100 Loonwerk

In het productieplan werd reeds vermeld welke activiteiten door loonwerkers kunnen worden overgenomen (zie hoofdstuk 6.6)

- **plastic leggen:** uit het productieplan kan worden afgeleid dat het leggen van plastic vaak gedaan wordt door loonwerkers. Hieronder wordt de kost voor het loonwerk, materiaal inbegrepen, berekend. Alles samen kost een loonwerker gemiddeld € 0,21 per meter. Dit kan worden opgesplitst in:
 - kostprijs plastic: ongeveer € 0,046 per meter;
 - kostprijs T-tape (bevoeiingsslang): ongeveer € 0,058 per meter;
 - kostprijs loonwerk: ongeveer € 0,106 per meter.

(Peter Thijs, loonwerker)

De totale kostprijs voor een hectare volle grond bedraagt:

$$7.000 \text{ meter} \times 0,21 \text{ euro per meter} = 1.470 \text{ euro}$$

Dit is van toepassing op de vollegrondsteelt en de verlate teelt.

- Bedekking plukpaden:

- stro leggen: in de vollegrondsteelt en verlate teelt is voor één hectare met plastic nood aan ongeveer 7.500 kg stro. Zonder plastic wordt ongeveer 10.000 kg stro op een hectare gelegd.

$$7.500 \text{ kg} \times 0,075 \text{ euro per kg} = 563 \text{ euro}$$

De legkost voor de loonwerker bedraagt: plusminus € 224 per hectare.³

(Ivo Schoubs)

- plastic:

- * in de tunnelteelt wordt vaak plastic gelegd in de paden. De kostprijs hiervan is ook ongeveer € 0,046 per meter. Per tunnel zijn maar 3 paden waarop plastic wordt gelegd. Dit geeft volgende kostprijs:

$$(3 \text{ paden} \times 17 \text{ tunnels}) \times 0,046 \text{ euro per meter} = 234,6 \text{ euro}$$

- * In de serreteelt wordt ook plastic gelegd als zijnde loopfolie. Het proefcentrum Hoogstraten geeft hiervoor een kost aan van € 515 voor een oppervlakte van 1 hectare.

- ploegen en fijn leggen van het perceel:

- ploegen: € 75 per hectare;
- fijn leggen: € 75 per hectare.

- glazen wassen: dit is enkel voor de serreteelten. Proefcentrum Hoogstraten geeft € 0,15 aan als kost per m². Dit komt op een totale prijs van:

$$10.296 \text{ m}^2 \times 0,15 \text{ euro/m}^2 = 1.544 \text{ euro}$$

³Uit een interview met dhr. L. Vrancken, aardbeienteler, op 27 mei 2006

613200 Bijdragen aan beroepsgroeperingen

Zoals reeds aangehaald zijn telers die afzetten bij de veiling hiervan aandeelhouders. Hiervoor moet de teler zich inkopen via aandelen. Per schijf van de omzet, dient de teler zich voor een bepaald bedrag aan aandelen in te kopen. Dit doet zich voor door middel van een volstorting van 0,5% op de omzet.⁴

Daarnaast zijn er nog de kosten van het actiefonds GMO van € 0,015 per kg en de bijdrage fonds GMO van:

- 6% van de omzet als de prijs minder is dan € 2,50;
- 4% van de omzet als de prijs meer is dan € 2,50.

(Veiling Borgloon)

61 Verzekeringspremies

Er dient gewezen te worden op de kostenpost verzekeringen. Weliswaar wordt hier niet verder in detail getreden. Mogelijke verzekeringen die de teler moet/kan afsluiten zijn:

- verzekering ter bescherming van het patrimonium: gebouwen, gewassen, machines en voertuigen;
- brandverzekering: brand, storm, glasschade en waterschade;
- specifiek voor glastuinbouwbedrijven: polis glastuinbouw dekt schade aan gewassen door een wijziging in klimaat- en groeifactoren;
- verzekering van motorvoertuigen (aansprakelijkheidsverzekering);
- schuldsaldoverzekering op een krediet;
- verzekering burgerlijke aansprakelijkheid;
- arbeidsongevallenverzekering;

⁴Hierbij moet worden opgemerkt dat kapitaalsvorming in feite geen kost is, omdat de teler dit bij de afloop van zijn beroepsuitoefening terugkrijgt. Omwille van de lange periode waarin de teler niet over deze gelden kan beschikken, wordt dit hier toch als kost vermeld.

- vrij aanvullend pensioen voor zelfstandigen;
- levensverzekering;
- verzekering gewaarborgd inkomen.

(KBC, 2004)

620300 Bezoldigingen arbeiders

De loonkosten in de aardbeiensector kunnen hoofdzakelijk worden opgesplitst in pluk- en plantkosten. De minimumlonen voor de fruitteelt worden wettelijk bepaald door het paritair comité 145.050. Per januari 2006 werden de minimumlonen, bijgevoegd in bijlage, vastgesteld. Voor seizoen- en gelegenheidswerk bedroeg dit € 7,10.

De arbeidsuren kunnen betaald worden per uur of per eenheid. Dit verschilt van teler tot teler. Het blijkt echter dat de arbeider gemotiveerder werkt wanneer per eenheid wordt betaald. Vooral bij de teelt in volle grond wordt dit toegepast. Dit resulteert namelijk in vlotter werken, niettegenstaande de totale kost ongeveer op hetzelfde neerkomt. Indien per uur wordt betaald, plant de gemiddelde arbeider 250 planten per uur. Uit gesprekken met enkele telers blijkt echter dat bij betaling per stuk, de gemiddelde arbeider gemakkelijk 400 stuks plant op een uur. Bovendien heeft de arbeider hiermee een hoger gemiddeld uurloon. In de serreteelt wordt voornamelijk betaald per uur. Dit komt neer op een hogere kost, maar arbeiders zullen nauwkeuriger werken met de nodige aandacht voor kwaliteit en presentatie. Op basis van de berekende planturen (zie 7.2.1) kan een kostprijs worden geraamd voor het planten:

- open lucht en verlate teelt:

Indien betaald wordt per uur:

$$(42.000 \text{ planten} \div 250 \text{ planten/uur}) \times 7,10 \text{ euro} = 1.193 \text{ euro per ha}$$

Indien betaald wordt per stuk:

$$42.000 \text{ planten} \times 0,025 \text{ euro per plant} = 1.050 \text{ euro per ha}$$

- onder tunnels:

Indien betaald wordt per uur:

$$(40.800 \text{ planten} \div 250 \text{ planten/uur}) \times 7,10 \text{ euro} = 1.159 \text{ euro per ha}$$

Indien betaald wordt per stuk:

$$40.800 \text{ planten} \times 0,025 \text{ euro per plant} = 1.020 \text{ euro per ha}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten - 2 plantingen:

$$[(104.832 \text{ planten} \div 250 \text{ planten/uur}) \times 2] \times 7,10 \text{ euro} = 5.955 \text{ euro per ha}$$

Onderstaande berekeningen van de plukkosten zijn gebaseerd op het aantal kg uit de barema's. Meestal wordt er in vollegrondsteelt betaald per geplukte kg.

- normale vollegrondsteelt:

$$(210 \text{ kg} \times 0,40 \text{ euro per kg}) \times 100 \text{ are} = 8.400 \text{ euro per ha}$$

- verlate teelt:

$$(165 \text{ kg} \times 0,40 \text{ euro per kg}) \times 100 \text{ are} = 6.600 \text{ euro per ha}$$

- onder tunnels:

$$(260 \text{ kg} \times 0,40 \text{ euro per kg}) \times 100 \text{ are} = 10.400 \text{ euro per ha}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten - 2 plantingen:

$$(1.000 \text{ kg} \times 0,40 \text{ euro per kg}) \times 100 \text{ are} = 40.000 \text{ euro per ha}$$

In de serreteelt wordt ook per uur betaald. Weer wordt vertrokken van het aantal kg uit de barema's.

$$\frac{(1.000 \text{ kg} \times 100 \text{ are})}{16 \text{ kilo per uur}} = 6.250 \text{ uur}$$

$$(6.250 \text{ uur} \times 7,10 \text{ euro per uur}) = 44.375 \text{ euro per ha}$$

Andere loonkosten zijn gebaseerd op de arbeidsuren uitgewerkt in het personeelsplan:

- normale vollegrondsteelt:

$$427 \text{ uur} \times 7,10 \text{ euro per uur} = 3.032 \text{ euro per ha}$$

- verlate teelt:

$$283 \text{ uur} \times 7,10 \text{ euro per uur} = 2.009 \text{ euro per ha}$$

- onder tunnels:

$$720 \text{ uur} \times 7,10 \text{ euro per uur} = 5.112 \text{ euro per ha}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten - 2 plantingen:

$$2.165 \text{ uur} \times 7,10 \text{ euro per uur} = 15.372 \text{ euro per ha}$$

620300 Eindejaarspremies arbeiders

Voor seizoen- en gelegenhedswerknemers is een afzonderlijke premieregeling uitgewerkt. Seizoenarbeiders die op jaarbasis in de tuinbouwsector 50 arbeidsdagen gepresteerd hebben, krijgen een premie, te betalen via het Waarborg- en Sociaal Fonds. Deze premie, die ongeveer € 123,95 bedraagt, wordt uitbetaald in mei of juni en is vrij van sociale lasten en bedrijfsvoorheffing (brochure Boerenbond).

621300 RSZ arbeiders

De berekening van de RSZ is gebaseerd op vorige berekeningen van de arbeidsinzet. Per dag dient de teler per arbeidskracht € 4,37 te betalen. In dit onderzoek wordt uitgegaan van een arbeidsdag van 8 uur om de berekeningen te maken. Dit kan verschillen afhankelijk van de situatie. Voor de berekening wordt vertrokken van het aantal plant- en plukuren verdeeld over 8 werkuren per dag. Zo wordt het aantal benodigde werkdagen bekomen (te verdelen over verschillende werknemers weliswaar) wat dan kan vermenigvuldigd worden met € 4,37.

Deze RSZ berekening is gebaseerd op het gemiddeld aantal werkuren gegeven in het personeelsplan.

- normale vollegrondsteelt:

$$\frac{1.844,5 \text{ uur}}{8 \text{ uur per dag}} = 231 \text{ werkdagen}$$

- verlate teelt:

$$\frac{1.419,25 \text{ uur}}{8 \text{ uur per dag}} = 178 \text{ werkdagen}$$

- onder tunnels:

$$\frac{2.447 \text{ uur}}{8 \text{ uur per dag}} = 306 \text{ werkdagen}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten:

$$\frac{9.253 \text{ uur}}{8 \text{ uur per dag}} = 1.157 \text{ werkdagen}$$

- normale vollegrondsteelt:

$$231 \text{ werkdagen} \times 4,37 \text{ euro per dag} = 1.010 \text{ euro}$$

- verlate teelt:

$$178 \text{ werkdagen} \times 4,37 \text{ euro per dag} = 778 \text{ euro}$$

- onder tunnels:

$$306 \text{ werkdagen} \times 4,37 \text{ euro per dag} = 1.337 \text{ euro}$$

- serreteelt (substraat) 3 oogsten:

$$1.157 \text{ werkdagen} \times 4,37 \text{ euro per dag} = 5.056 \text{ euro}$$

64 Andere bedrijfskosten

Land- en tuinbouwers zijn onderworpen aan heel wat andere belastingen zoals onder meer:

- de verkeersbelasting;
- accijnzen;
- het eurovignet;
- ecotaksen;
- algemene provinciale belastingen;
- gemeentetaksen;

- milieubelastingen:
 - mestheffing;
 - heffing op waterverontreiniging;
 - grondwaterheffing.

65 Financiële kosten

De grote investeringskosten kunnen niet altijd gedragen worden door het eigen kapitaal. Daarom kan hij een beroep doen op verschillende bankinstellingen voor de nodige kredieten. De rol van vreemd vermogen wordt steeds belangrijker. Er bestaan dan ook verschillende mogelijkheden ter financiering van het nodige kapitaal. De meest voorkomende kredieten in de land- en tuinbouw zijn het investeringskrediet, het installatiekrediet, het seizoenkrediet en het kaskrediet.

Het **investeringskrediet** is een krediet op halflange (2 tot 5 jaar) of lange (5 tot 20 jaar) termijn met een duidelijk startbedrag en een vast maandelijks, driemaandelijks of jaarlijks terugbetalingsschema. Dit krediet heeft als doel de financiering van kapitaalgoederen zoals onder meer gronden, gebouwen, tractoren en materieel. De looptijd van dit krediet is afhankelijk van de verwachte economische levensduur van het goed. In de land- en tuinbouw wordt voor ongeveer 95% afbetaald met vaste kapitaalsvorming. Dit wil zeggen dat elke periode een vast bedrag wordt teruggestort met een interest op het resterende kapitaal ter beschikking. De rentevoet bestaat uit een interne kostprijs van de bank en een bijkomende marge. Deze marge is afhankelijk van factoren zoals de termijn van het krediet, het risico per teler en de waarborg. Enkele richtcijfers van rentevoeten zijn (deze zijn onderhevig aan fluctuatie):

- een vaste rentevoet voor een periode van 5 jaar: tussen 5,10% en 5,50%;
- een vaste rentevoet voor een periode van 10 jaar: tussen 4,90% en 5,35%;
- een vaste rentevoet voor een periode van 15 jaar: tussen 5,20% en 5,80%;
- een vaste rentevoet voor een periode van 20 jaar: tussen 5,30% en 6,00%.

(dhr. A. Digneffe, relatiebeheerder KBC land- en tuinbouw)

De aardbeienteelt is sterk sezoengebonden en kent daarom jaarlijks terugkerende uitgaven om de productie te starten. Verschillende bankinstellingen hebben hiervoor een uniek product ontwikkeld dat tijdelijk in deze liquiditeitstekorten voorziet, namelijk het **seizoenkrediet** of de **gewasfinanciering**. Zo kan de teler zijn inkomsten op zijn uitgaven afstemmen. Per teelteenheid, zoals bijvoorbeeld voor planten, bemesting, loon- en energiekosten wordt een bepaald bedrag aan bedrijfskapitaal toegekend om de exploitatiecyclus te financieren. Indien dit bedrag groter is dan € 25.000 wordt gesproken van deze verkapte vorm van kaskrediet. Indien het bedrag lager uitvalt, wordt een kaskrediet toegekend. De tarieven van deze kredietvorm liggen gemiddeld ongeveer 1,5% lager dan de tarieven van het kaskrediet.

8.4 Samenvattende tabel

In dit laatste onderdeel worden de berekende kosten samengevat (zie tabel 8.13). Om een globaal overzicht te geven van de wegingskracht van de meest significante kostenposten wordt in tabel 8.14 de relatieve kost berekend. Hierbij dient bemerkt te worden dat enkel de belangrijkste en significante kostenposten zijn opgenomen. De kosten die te variabel zijn, niet betekenisvol zijn of moeilijk individueel berekend kunnen worden, worden hier niet in opgenomen. Het doel van deze studie is enkel een algemeen beeld te geven over de kostenstructuur.

Figuur 8.14 toont aan dat voor elke teelt de loonkost een belangrijk deel van de totale kost inhoudt. Ook het plantmateriaal vertegenwoordigt een groot aandeel van de jaarlijkse kostprijs voor de verlate teelt en de serreteelt. In de serreteelt neemt de energiekost een grote aandeel in van het totaal. In de eerste jaren zal de teler hoge afschrijvingen hebben. Voor de serreteelt loopt deze afschrijving over een langere periode. Het is noodzakelijk dat de teler tracht een goede prijs te verkrijgen voor zijn aardbeien om rendabel te zijn. Uit tabel 8.13 kan namelijk geconcludeerd worden dat met de gemiddelde opbrengsten van het forfait niet wordt toegekomen. Het is belangrijk dat de teler zich goed informeert over de mogelijke subsidiëring van investeringen voor zijn bedrijf zoals de steun voor eerste installatie van het VLIF.

Tabel 8.13: Samenvattende tabel kostenstructuur - absolute gegevens

	VG	VT	TT	ST
700000	€ 36.750	€ 37.274	€ 63.258	€ 354.000
600000	€ 4.410	€ 10.920	€ 4.284	€ 89.107
601000	€ 3.696	€ 3.033	€ 4.336	€ 44.663
610000	€ 1.800	€ 1.800	€ 1.800	/
612110	€ 1.000	€ 1.000	€ 1.000	€ 10.296
612120	/	/	/	€ 66.924
613100	€ 2.382	€ 2.382	€ 1.830	€ 2.059
620300	€ 12.482	€ 9.659	€ 16.532	€ 65.702
621300	€ 1.010	€ 778	€ 1.337	€ 5.056
630000	€ 26.511	€ 26.511	€ 30.360	€ 70.205

Bron: eigen onderzoek

Tabel 8.14: Samenvattende tabel kostenstructuur - relatieve gegevens

	VG	VT	TT	ST
600000	8,3%	19,5%	6,9%	25,2%
601000	6,9%	5,4%	7%	12,6%
610000	3,4%	3,2%	2,9%	/
612110	1,9%	1,8%	1,6%	2,9%
612120	/	/	/	18,9%
613100	4,5%	4,2%	3%	0,6%
620300	23,4%	17,2%	26,9%	18,6%
621300	1,9%	1,4%	2,2%	1,4%
630000	49,7%	47,3%	49,4%	19,8%

Bron: eigen onderzoek

Hoofdstuk 9

Conclusies en aanbevelingen

Het doel van deze eindverhandeling is de haalbaarheid van een bedrijf, gespecialiseerd in het telen van aardbeien, na te gaan. Deze conclusies dienen een antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag geformuleerd in het eerste hoofdstuk: *“Wat is de haalbaarheid van een startend aardbeienbedrijf?”* Door het opstellen van een ondernemingsplan wordt deze centrale onderzoeksvraag getoetst.

De aardbeiensector heeft met 13,2% van de veilingaanvoer van groenten en fruit zeker een bepalende plaats in de Belgische tuinbouw. Hoewel dit totaal aantal arealen aardbeien stabiliseert rond 1.200 ha, nemen de arealen verlate teelt en serreteelt lichtjes toe. Een stijging in de omzet van de VBT-veilingen kan verklaard worden door een prijsstijging als oorzaak van de trend in teeltspreiding. De beschermde teelt neemt in verhouding tot zijn areaal een grotere productie voor zijn rekening in vergelijking met de openluchtteelt. Ook op internationaal vlak blijft België een grote rol spelen als tweede grootste exportland van Europa.

Andere ondernemingsvormen dringen zich op om verschillende redenen. Ten eerste groeit de kapitaalbehoefte door het kapitaalintensief karakter van de sector (vooral in de glasteelt). Als er al geen gebrek is aan investeringskracht door het familiaal karakter, stijgt het persoonlijk risico door de hoofdelijke aansprakelijkheid. De gevoeligheid voor fluctuerende inkomsten vereist de mogelijkheid tot spreiding van verliezen. Bij een volledige boekhouding kunnen de grote kostenposten zoals, investeringen en loonkosten, efficiënter worden ingebracht in de belastingen. Dit tegen een lager tarief indien geopteerd wordt voor de vennootschapsbelasting.

Bovendien geeft een vennootschap een betere garantie voor de continuïteit van de onderneming.

Naast het gemiddeld verbruik van 2,37 kg aardbeien per capita is er zeker nog ruimte voor hogere consumptie. De gemiddelde Belg eet namelijk te weinig groenten en fruit. De consumptie van aardbeien zou wel eens kunnen stijgen indien de aardbei een jaar rond op de markt is. Het profiel van de verbruiker toont aan dat vooral de jongeren hierin moeten worden gestimuleerd. Naast deze profielen moeten trends in het consumptiepatroon nauwgezet gevolgd worden. Hiervoor zijn investeringen nodig voor marktonderzoek. Er moet verder worden ingespeeld op de reeds aanwezige differentiatie van een goed kwalitatief product dat voldoet aan al de eisen van de voedselveiligheid en traceerbaarheid. Kwaliteit moet primeren boven kwantiteit. Om aan de concurrentiedruk te kunnen weerstaan moet deze differentiatie blijven gelden in het binnenland maar ook vooral op de Europese markt. Een toenemend dialoog tussen alle schakels van de productiekolom is essentieel om aan de veranderende consumentenbehoeften te kunnen voldoen. Bovendien is het van groot belang naar buiten te treden als één geheel omdat België slechts een klein productiegebied is. Dit kan onder meer door samenwerking op coöperatief niveau onder één keurlabel.

De concurrentie van Spanje kan gerelativeerd worden op de Belgische markt. Hun afzet valt namelijk net vóór die van België. Polen daarentegen moet nauwlettend in de gaten worden gehouden. Hun gebrek aan kapitaal, infrastructuur, techniek en kennis kan snel worden ingehaald. Samen met hun gigantische arealen en goedkope arbeidskrachten kan dit wel eens een duchtige concurrent betekenen. Polen als afzetmarkt kan anderzijds ook wel kansen bieden.

Onze belangrijkste afzetmarkten blijken steeds meer in eigen consumptie te voorzien. Van daar dat andere afzetmarkten moeten gezocht worden. Rusland en de Scandinavische landen vertonen een stijgende import. Maar waarom niet exporteren naar de Zuid-Europese landen waar in de warme zomermaanden weinig eigen productie is? Een samenwerking dringt zich op om te kunnen antwoorden op de kracht van de toenemende internationalisatie van de supermarktketens. Ook moeten de telers op hun hoede zijn voor producenten van substitutiegoederen die inspelen op de trend van gemak en gezonde voeding.

Door het homogene karakter van de aardbei is het moeilijk zich te diversifiëren naar de klant toe buiten op verpakking en kwaliteit. Deze kwaliteit moet het primair aandachtspunt blijven om concurrentievoordeel te blijven behouden. Omwille van de doorslaggevendheid van het impulskarakter dienen andere afzetmogelijkheden onderzocht te worden. Hoeveverkoop is hier reeds een antwoord op. In de ‘out-of home market’ kan deze impuls naar mijn mening perfect bespeeld worden. Hierbij denk ik aan plaatsen buiten het supermarktkanaal zoals de horeca, benzinepompen, bedrijfsrestaurants en fastfood ketens. Omwille van de markt van vraag en aanbod en de grote verkoop via de veiling is de teler afhankelijk van de klokprijs. Telers kunnen hierop echter een meerwaarde realiseren door bijvoorbeeld afspraken te maken met de grootwarenhuizen over verpakking en presentatie.

Dit alles moet promotioneel ondersteund worden. Overkoepelend moet er meer financiering zijn voor de marketing van de aardbei.

Teeltspreiding dringt zich op om risico’s te spreiden. Hieraan kan voldaan worden door verschillende teeltsystemen te combineren. Het kwaliteitsverlies en risico van aardbeien geteeld in volle grond drukt op de prijs. Bovendien is er een groeiende appreciatie van de handel voor de beschermde teelt waardoor het prijsverschil tussen deze twee teelten zal toenemen. Deze beschermde teelt verzekert afzet, kwaliteit en een betere controle over de oogst.

Aardbeien telen is een bijzonder arbeidsintensieve bezigheid. Het vinden van voldoende werkrachten speelt hierbij dan ook een belangrijke rol. Dit is echter niet altijd vanzelfsprekend, vooral omwille van het piekmoment bij de oogst in volle grond. Oplossingen om deze piekarbeid op te vangen en zo de druk op de telers te verlagen zijn:

- verhoging van het aantal plukdagen per seizoenarbeider;
- het toestaan van behoud van werkloosheidsvergoeding en sociaal statuut. Dit kan bijvoorbeeld door het maandelijks toegelaten maximum als jaartotaal te nemen. Zo kan meer arbeid worden ingezet in de piekperiodes;
- het toepasbaar maken voor vennootschappen van Art.58 van het W.I.B omtrent globaal te verantwoorde lonen;

- de mogelijkheid om Oost-Europeanen te laten overkomen om arbeidspieken op te vangen;
- de reeds vermelde teeltspreiding.

De gemiddelde aardbeienteler wordt hoofdzakelijk belast via het forfaitair barema en kiest niet voor een vennootschap. Deze keuze maakt hij omwille van de loonproblematiek. De seizoenarbeiders zetten een druk op de teler om te werken met globaal te verantwoorden lonen. Voor de teler is dit echter een grote kost van 20,2% bedrijfsvoorheffing bovenop de loonkost zelf. Bovenstaande punten zouden ook hier een oplossing voor kunnen zijn. Bovendien wordt de minder goede teler afgestraft. Een vereenvoudigde administratie weegt soms niet op tegen deze nadelen.

De grote kostenposten zijn zoals verwacht de loonkosten bij al de teelten en de energiekosten in de serreteelt. Ook het plantmateriaal bij serreteelt en verlate teelt neemt een groot deel in van de totale kost. De teler kan daarom misschien best een kostprijsberekening maken voor het zelf opkweken van plantmateriaal. In het begin is het voor de teler moeilijk rendabel te zijn. De hoge afschrijvingen in de eerste jaren drukken op de rentabiliteit. Het is noodzakelijk dat de teler tracht een goede prijs te verkrijgen voor zijn aardbeien. Hierbij komt dat de subsidiëring van het VLIF een enorme steun kan betekenen bij eerste vestiging. Elke teler doet daarom best een navraag naar de mogelijkheden voor zijn onderneming.

Bronvermelding

BRONNEN MET AUTEUR

- Bijvoet C.C. & Nijboer F., *Groothandel AGF: sectorstudie*, Economisch bureau ING, september 2005.
- Boukaert L. & Sels A., *Waarden-in-Spanning: conflicterende keuzen bij zelfstandige ondernemers, land- en tuinbouwers*, Leuven/Leusden, Acco, 2001.
- Chase R.B., Jacobs F.R. & Aquiland N.J., *Operations management for competitive advantage*, McGraw-Hill/Irwin, 2004.
- De Pelsmacker P. & Van Kenhove P., *Marktonderzoek: methoden en toepassingen*, Leuven, Garant, 1996.
- Derden A. et al, *Beste Beschikbare Technieken (BBT) voor de groenten- en fruitverwerkende nijverheid*, Vlaams Kenniscentrum voor Beste Beschikbare Technieken (VITO), 1999.
- Derden A. et al., *Beste beschikbare technieken van de glastuinbouw*, Vlaams Kenniscentrum voor Beste Beschikbare Technieken (VITO), 2005.
- Hauben L., *Distributiestrategie van groenten & fruit in een internationaal perspectief*, Diepenbeek, 2004.
- Hens B. & Monstrey G., *Startersgids land- en tuinbouwer*, Acerta Sociaal verzekeringsfonds, 2005.
- Houben G. & Van Looy W., *Het ondernemingsplan: een praktijkhandboek. Principes en gevalstudies*, Leuven/Amersfoort, Acco, 1995.

- Jacobs V., *Limburgs-Haspengouw: een fruitstreek met traditie*, Borgloon, Fruitstreekmuseum vzw, 1997.
- Janssens B., Kroeze G. & Van Der Voort M., *Arbeidsomstandigheden vollegrondsgroenteteelt: een inventarisatie van knelpunten en oplossingsrichtingen rondom piekarbeid*, Rapport 2.04.10, Den Haag, LEI, 2004.
- Jorissen A. et al., *Financial accounting*, 4de druk, Standaard Uitgeverij, Antwerpen, 2001.
- Kotler P. et al., *Principes van marketing, de Europese editie*, Academic Service, Schoonhoven, 2000.
- Limère A., *Financiële analyse: een statistische analyse van de Belgische jaarrekening*, Standaard uitgeverij, Antwerpen, 2000.
- Mathijs E., *De nieuwe landbouw*, Leuven/Voorburg, Acco, 2004.
- Muermans, L. & Meus C., *Analyse van de structuur en de afzet in de fruit- en groentesector*, LEI-schriften nr. 255, Brussel, LEI, 1986.
- Phillipens B., *Economische-geografische analyse van de aardbeienteelt in België*, Diepenbeek, 2004.
- Sleuwaegen L., *Het ondernemingsplan: Aandachtspunten bij het starten van een onderneming*, Schoonhoven, Academic Service, 1997.
- Stallen J., *Roer moet om in aardbeiensector*, Groenten en Fruit, 6 februari 2006.
- Taragola N., *Personeelsmanagement op Vlaamse glastuinbouwbedrijven*, Publicatie n° 1.04, Brussel, CLE, 2003.
- Verspecht A., Van Lierde D. & Van Den Bossche A., *Optimale schaalgrootte van de Vlaamse glastuinbouwbedrijven*, publicatie n° 1.07, Brussel, CLE, 2003.
- Van Lierde D. & Taragola N., *Toekomst van de Tuinbouwsector*, DOC B14, Brussel, CLE, 2002.
- Van Oost I. & Taragola N., *Bedrijfskolom Tuinbouw. Jaarverslag 2000 (-2001)*, Ministerie van Middenstand en Landbouw, Brussel.

Fruitteeltnieuws

- Boon J., *Aardbeien: recente marktontwikkelingen*, Fruitteeltnieuws, 19 augustus 2005.
- Botterman C., *Aanpassing seizoenarbeid: nieuwigheden van toepassing*, Fruitteeltnieuws, 28 januari 2005.
- De Neef R., *Economische aspecten van de Belgische aardbeiensector*, Fruitteeltnieuws, 7 mei 2004.
- De Neef R., *Een impressie van de Belgische exporthandel voor vers fruit*, Fruitteeltnieuws, 3 december 2004.
- Denruyter L. & Meesters P., *Oogstvervroeging onder tunnel*, Fruitteeltnieuws, 22 april 2005.
- Huyghe F. & Saenen R., *2004: Inkomen van de Vlaamse land- en tuinbouwers daalde met 15%*, Fruitteeltnieuws, 11 februari 2005.
- Keersebilck D., *Beursverslagen groente- en fruitsector van VLAM*, Fruitteeltnieuws, 10 maart 2006.
- Leclere E., *Heeft de uitbreiding van Europa gevolgen voor onze fruitteelt*, Fruitteeltnieuws, 16 mei 2003.
- Marquenie D., *Voedselveiligheid in de groente- en fruitsector*, Fruitteeltnieuws, 15 juli 2005.
- Mathijs J., *Veiling Haspengouw ontvangt Minister-President Yves Leterme*, Fruitteeltnieuws, 17 december 2004.
- Mathijs J., *Buitenhuisverbruik van groenten en fruit in België*, Fruitteeltnieuws, 4 november 2005.
- Mathijs, J., *Commanderie-award 2005 voor Studiekring Guvelingen*, Fruitteeltnieuws, 24 februari 2006.
- Vanoirbeek L., *seizoen- en gelegenhedswerk in de fruitteelt*, Fruitteeltnieuws, 16 juli 2004.

- VBT, *Belgische importhandel, eerste halfjaar 2004*, Fruitteeltnieuws, 28 januari 2005.
- VBT, *Globale productie en handel van aardbeien*, Fruitteeltnieuws, 3 juni 2005.
- *Aardbeien: minder sterke concurrentie in 2005 door daling van het Poolse areaal*, Fruitteeltnieuws, 11 maart 2005.

Proeftuinnieuws

- Lieten, F., *Nieuwe aardbeienrassen in Spanje*, Proeftuinnieuws, 25 juni 2004.
- Neefs V., *Hoogstraten Top: Nieuw aardbeiensegment veiling Hoogstraten*, Proeftuinnieuws, 27 mei 2005.
- Peeters L. et al., *Vlaamse tuinbouwsector opgewassen tegen strengere kwaliteits- en veiligheidseisen*, Proeftuinnieuws, 18 maart 2005.

BRONNEN ZONDER AUTEUR

- *Aanpassing lonen in land- en tuinbouw*, Boer&Tuinder, 13 januari 2006.
- *Bedrijfseconomie in de land- en tuinbouw*, VAC.
- *Fruitplukkers: Wie zoekt, die vindt*, Buitenkans: maandblad voor duurzame land- en tuinbouw, oktober 2004.
- Jaarverslag VLAM 2005.
- KBC Bank & Verzekering brochure, *Vennootschappen in land- en tuinbouw*, maart 2006.
- KBC brochure, *Starten als landbouwer of tuinder*, 2004.
- Landbouwkrediet brochure, *Ondernemen in de land- en tuinbouw, Praktische gids*, Brussel, 2004.
- *Minder inkopers, maar een gelijkblijvende omzet in volume*, Vakblad Europees Centrum voor fruit en groenten, 21 december 2000.
- *Nieuwe klanten zitten in Oost-Europa*, Vakblad Europees Centrum voor fruit en groenten, 21 december 2000.

- *Opgelet voor de multinationals*, interview met Dhr. K.Torfs, Mechelse veilingen info, januari 2006.
- *Ruimte voor glastuinbouw*, Buitenkansen: maandblad voor duurzame land- en tuinbouw, maart 2004.
- SBB, *Begrippen uit de agrarische fiscaliteit*.
- SBB, *Een overzicht van de belangrijkste milieuverplichtingen voor land- en tuinbouw*.
- SBB, *Vennootschappen voor land- en tuinbouw*.

WEBSITES

- http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=0,1136206,0_45570467&_dad=portal&_schema=PORTAL
- http://mineco.fgov.be/enterprises/crossroads_bank/xls/nacebel.xls
- <http://www.agris.be/nl/algemeen/toekomstvisie.html>
- http://www.apaqw.be/code/Pages.asp?Page=2395&CMS_Template_ID2
- http://www.apaqw.be/code/Pages.asp?Page=2414&CMS_Template_ID
- <http://www.bizidee.be/webfiles/files/15.pdf>
- <http://www.bizztools.info/downloads/ondernemingsplan.pdf>
- <http://www.boerenbond.be/hosting/Boerenbond/3InfoPersberichtenWebSite2003.nsf/0/9a88a4111dfbb27cc12570ee0043bc60?OpenDocument&AutoFramed>
- http://www.brava.be/brv_aa/sub_d/index.htm
- <http://www.cefl-ecfg.be>
- <http://www.fao.org/es/ess/top/commodity.jsp?lang=EN&commodity=544&CommodityList=544&year=2004&yearLyst=2004>
- <http://www.fao.org/es/ess/toptrade/trade.asp?lang=EN>

- <http://www.fao.org/es/ess/watf.asp>
- <http://www.fisconet.fgov.be/nl/?frame.dll&root=V:/sites/FisconetNldAdo.2/&versie=04&type=fdi2005!INH&>
- <http://www.gomwvl.be/ned/startgroei/pdf/Businessplan.pdf>
- <http://www.haspengouw.be/Syntheseteksten>
- <http://www.kbc.be/ltb>
- <http://www.lava.be/documents/home.xml>
- http://www.lava.be/documents/pdfs/flandriamails/flandriamail_publick_mei_2003.pdf
- <http://www.lava.be/documents/producten/fruit/zachtfruit.xml>
- http://www.limburg.be/deputatie/doc/vandeput2001_004.pdf
- http://mineco.fgov.be/enterprises/crossroads_bank/xls/nacebel.xls
- <http://www.mv.be>
- <http://www.sanac.be/nl/horticulture/news/5944/>
- <http://www.startersservice.be>
- http://www.statbel.fgov.be/figures/d50_nl.asp
- http://www.tijdnet.be/mijn_onderneming/management/efficient_ondernemen/artikel.asp?Id=1232661
- <http://www.veiling.be/emc.asp?pageId=208>
- <http://www.veilingborgloon.be>
- <http://www.vilt.be/dossiers/itemdetail.phtml?id=11>
- <http://www.vilt.be/feitenencijfers/images/feitenencijfers2003.pdf>
- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=84>
- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=167>

- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=675>
- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=747>
- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=757>
- <http://www.vilt.be/opinie/detail.phtml?id=785>
- <http://www.vlam.be>
- <http://www.vlam.be/index.php?productid=3&home=true>

BEVOORRECHTE GETUIGEN

- dhr. Koen Torfs, algemeen secretaris VBT, op 12 december 2005
- dhr. Patrick Meesters, directeur Proeftuin aardbeien en houtig kleinfruit, op 19 december 2005
- dhr. Piere Vrancken, aardbeienteler en voorzitter van het VBT en veiling Borgloon, op 20 december 2005
- dhr. Eddy Bal, veilingconsulent zachtfruit veiling Borgloon, op 20 december 2005
- mevr. Petra Wautraets, verantwoordelijke verkoop fruit van veiling LTV, op 7 februari 2006
- dhr. Dominiek Keersebilck, productmanager groenten en fruit VLAM, op 9 februari 2006
- dhr. Luc Vrancken, aardbeienteler, op 16 februari en 27 mei 2006
- dhr. Danny Vandebeeck, bedrijfsleidingsadviseur Vlaams Agrarisch Centrum, op 16 februari
- dhr. Koen Aerts, teeltbegeleider proefcentrum hoogstraten, op 17 februari 2006.
- dhr. Fons Mertens, commercieel medewerker van veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006
- mevr. Natalie Snijers, commercieel medewerkster veiling Hoogstraten, op 3 maart 2006

- mevr. Hannelore Soetens, medewerkster Special Fruit, op 3 maart 2006
- dhr. Jeroen Rottiers, tuinbouwconsulent Boerenbond Limburg en Vlaams-Brabant, op 23 maart 2006
- dhr. Louis en Wim Meyers, aardbeientelers in serre, op 7 april 2006
- dhr. Lieven Denruyter, onderzoeker aardbeien Proeftuin aardbeien en houtig kleinfruit, op 21 april 2006
- dhr. Patrick Coenegrachts, aardbeienteler, op 27 mei 2006

Volgende personen ben ik dankbaar voor het leveren en bespreken van informatie

- dhr. André Digneffe, KBC relatiebeheerder land- en tuinbouw;
- mevr. Cindy Day, Adjunct-marketingadviseur VLAM;
- dhr. Ivo Schoebs, toeleverancier;
- dhr. Gert Voeten, teeltbegeleider proefcentrum Hoogstraten;
- dhr. Luc Bleeser, Dira frost;
- dhr. Luc Vanbellegem, Marketing adviseur VLAM;
- mevr. Marina Vriesacker, Ministerie van Vlaamse Gemeenschap Administratie Land- en Tuinbouw;
- dhr. Michel Cuypers, milieu- en economisch adviseur SBB;
- dhr. Peter Thijs, loonwerker.

Bijlagen

Loonkosten

De minimumlonen voor de fruitteelt worden wettelijk bepaald door het paritair comité 145.050.
Per januari 2006 werden volgende minimumlonen vastgesteld:

- Seizoen- en gelegenhedswerk: € 7,10;
- Categorie 1: Geschoolden: € 9,51:
 - Anciënniteit vanaf 5 jaar (+0,5%): € 9,56;
 - Anciënniteit vanaf 10 jaar (+1%): € 9,61;
 - Anciënniteit vanaf 15 jaar (+1,5%): € 9,65;
 - Anciënniteit vanaf 20 jaar (+2%): € 9,70.
- Categorie 2: Geoefenden: € 8,82:
 - Anciënniteit vanaf 5 jaar (+0,5%): € 8,86;
 - Anciënniteit vanaf 10 jaar (+1%): € 8,91;
 - Anciënniteit vanaf 15 jaar (+1,5%): € 8,95;
 - Anciënniteit vanaf 20 jaar (+2%): € 9,00.
- Categorie 3: Ongeschoolden: € 8,20:
 - Anciënniteit vanaf 5 jaar (+0,5%): € 8,24;
 - Anciënniteit vanaf 10 jaar (+1%): € 8,28;
 - Anciënniteit vanaf 15 jaar (+1,5%): € 8,32;

- Anciënniteit vanaf 20 jaar (+2%): € 8,36.

(Boer & Tuinder, 13januari 2006)



Ine Brands, 2006