



Agribusiness en boerenbelang

AGRIBUSINESS &

BOERENBELANG

met bijdragen van:

Paul Elshof
Joop de Koeijer
Johan Weerkamp

redactie:
Barend Hazeleger

NEDERLANDSE AKKERBOUW VAKBOND 1997

INHOUD

Voorwoord.....	5
1 MACHTSCONCENTRATIES OP DE MARKT.....	7
• 1.1 OMKERING VAN DE VOEDSELKETEN	7
• 1.2 DE INPUT-SECTOREN VAN DE LANDBOUW; DUURZAAM OLIGOPOLY	11
• 1.3 DE HANDEL EN DE VERWERKING; PREFERRED SUPPLIERS	13
• 1.4 DE VOEDINGSINDUSTRIE; DOMINANTE MARKTPOSITIES OPBOUWEN	20
• 1.5 DE KRUIDENIERS EN DE BEREIDERS VAN DE SNELLE-HAP; EIGEN MERK EN HARMONISATIE VAN DE SMAAK	23
• 1.6 DE INRICHTING VAN DE WERELDHANDEL EN DE ROL VAN DE MULTINATIONALS	26
2 BOEREN ALLER LANDEN.....	31
• 2.1 VORMEN VAN ORGANISATIE	31
• 2.2 VOORBEELDEN VAN OPPOSITIE	33
3 MACHT VAN AKKERBOUWERS.....	37

TABELLEN

• 1	DE VOEDSELKETEN	7
• 2	TOP 20 VOEDINGS- EN AGRIBUSINESS-ONDERNEMINGEN UIT DE VOEDSEL- KETEN	10
• 3	PIONEER HI-BRED	12
• 4	ADM, MAÏS EN SOJA ALS GRONDSTOF VOOR ANDERE PRODUCTEN	14
• 5	INTRADE, JOINT VENTURE VAN 13 GROTE EUROPESE EN AMERIKAANSE COÖPERATIES	15
• 6	ADVERTENTIE VAN CARGILL	15
• 7	INTERNATIONAL POLICY COUNCIL ON AGRICULTURE, FOOD AND TRADE; VOORSTEL VOOR EEN SUIKERBELEID NA DE GATT URUGUAY-RONDE	17
• 8	ADM'S VERTAKKINGEN IN DE EUROPESE ZOETSTOFFENINDUSTRIE EN MAALDERIJEN	18
• 9	RECENTE OVERNAMES EN NIEUWBOUW DOOR DE ZETMEELINDUSTRIE	19
• 10	MARKTAANDEEL ZETMEELSOORTEN	20
• 11	LEIDENDE OVERZEELSE VOEDINGS- EN FRISDRANKONDERNEMINGEN IN AZIË EN DE PACIFIC 1995, SCHATTING VRIJ BESTEEDBARE KASTROOM 1994-1999	21
• 12	MARKTAANDEEL VAN EIGEN MERKEN 1992	25
• 13	DE 18 APEC LANDEN	28
• 14	VORMEN VAN ORGANISATIE	32
• 15	GENOEG IS BETER	37

VOORWOORD

'Meer markt', luidt het advies van politici, coöperaties, banken en afnemers aan de boer. Sommigen zoals van Dijk, directeur van de Nationaal Coöperatieve Raad, zijn zeer uitgesproken: 'Ik vind dat boeren en tuinders het heil veel te veel zoeken in (politieke ed.) belangenbehartiging.' De Europese overheid dwingt de consument echt niet om redelijke prijzen voor het voedsel te betalen. Volgens van Dijk wijzen alle trends juist op een terugtrekking van de overheid. Hij roept de boeren op om zelf in de consument te investeren. 'Maakt hem loyaal door in de juiste marketinginstrumenten te investeren. En in voorlichting wereldwijd. ... Kom tot versterking van het coöperatief ondernemerschap (waar was van Dijk ook al weer directeur van). Het enige wat je in je belangenorganisatie moet doen is bevorderen dat de overheid daarvoor de juiste randvoorwaarden schept.'¹

De Nederlandse Akkerbouw Vakbond schrijft de politiek nog niet af. De afgelopen jaren, na de GATT, laten zien waartoe 'minder overheid en meer markt' leidt: tot sterk schommelende prijzen en graanvoorraden op een historisch dieptepunt. De overheid heeft de plicht om haar burgers hiertegen te beschermen en ze speelt -of ze dat nu wil of niet- een belangrijke rol bij de inkomensvorming van een grondgebonden sector als de akkerbouw. Tegelijkertijd zoekt de NAV naar andere wegen om de positie van de akkerbouw te verbeteren; ook via de markt. Daarbij gaat het niet alleen om nieuwe producten en een betere voorlichting of reclame. 'Meer markt' is niet de essentie, het gaat om meer macht op de markt.

De markt voor landbouwproducten verandert snel. Achter de schermen wordt hard gevochten om de leidende posities in de voedselketen. Met dit boekje wil de NAV een tipje van de sluier oplichten. Hoe ontwikkelt zich het landbouwvoedselsysteem? Wie zijn de belangrijkste spelers binnen de keten en wat willen ze? Wat is de positie van de primaire producent en hoe verandert deze als de huidige trends zich doorzetten? Welke mogelijkheden heeft de akkerbouw om ontwikkelingen naar haar hand te zetten?

Onder de titel: 'Macht van de akkerbouw', heeft de NAV in januari 1997 een drietal scholingsavonden gehouden over deze problematiek. Paul Elshof van bureau Food World Research & Consultancy verzorgde de lezing. Het eerste deel van dit boek is op zijn verhaal gebaseerd. Het tweede deel gaat over de wijze, waarop boeren en landarbeiders georganiseerd zijn en wereldwijd acties voeren. Ogenscheinlijk heeft het weinig met het eerste te maken, maar niets is minder waar. Na het verhaal van Paul Elshof dringt de vraag zich op: 'Wat kun je als boer nu tegen die grote jongens uitrichten?' In het tweede deel, probeert Johan Weerkamp een antwoord te geven aan de hand van voorbeelden uit alle windstreken. Gevoelens van machteloosheid zijn, volgens hem, nergens voor nodig, want boeren zijn nog steeds in de meerderheid.

¹ Boerderij, 11 juni 1996

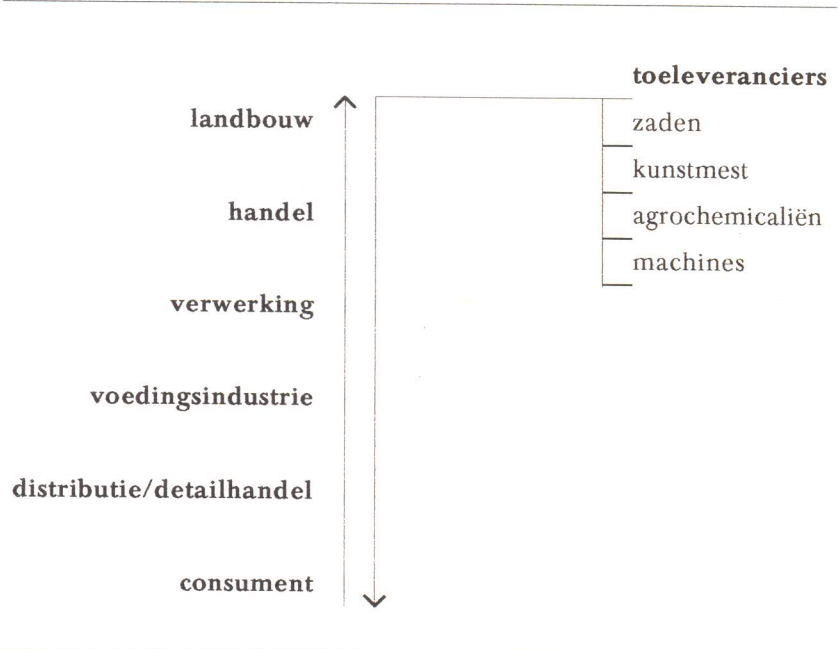
1 MACHTSCONCENTRATIES OP DE MARKT

Het specifieke karakter van voedsel als een regiogebonden seizoensproduct verliest in de rijke industrielanden aan betekenis. Vandaag de dag is voedsel een product als elk ander; van grondstof tot eindproduct doorloopt het een keten van bewerkingen. De eigenheid wordt opgeofferd aan de harmonisatie van de smaak, waarvan McDonalds de belichaming is. De verwerkers, de voedingsindustrie en het grootwinkelbedrijf redeneren vanuit het eindproduct. Ze zijn krachtig genoeg om hun wensen op te leggen aan de boer. Omkering van de voedselketen wordt dat genoemd; niet langer zijn de boer en zijn product maatgevend voor de weg die het voedsel aflegt en de bewerkingen die het ondergaat.

1.1 OMKERING VAN DE VOEDSELKETEN

De verschillende schakels in de keten van producent naar consument zijn hieronder weergegeven.

TABEL 1: DE VOEDSELKETEN (EN DE OMKERING)



Het begin ligt bij de toeleveranciers van zaden, kunstmest, bestrijdingsmiddelen en machines. Met deze inputs, en met bodem, water en lucht produceert de boer het primaire product. De handel koopt dit op en levert het af bij de verwerkende industrie. Hier wordt het voedsel met behulp van industriële processen opgesplitst in ontelbaar veel grondstoffen. De voedingsindustrie, de assemblagefabriek van voedingsingrediënten, neemt deze producten af en voegt ze weer samen tot eindproducten. De levensmiddelen worden vervolgens gedistribueerd naar de detaillist, waarvan de consument ze uiteindelijk koopt.

- CONCENTRATIE

Zowel bij de toeleveranciers, als bij de handel, de verwerking, de voedingsindustrie en de levensmiddelenbranche zijn op dit moment sterke concentratietendensen zichtbaar. Bedrijven worden overgenomen of weggeconcentreerd met als resultaat dat nog maar een handvol bedrijven de dienst uitmaakt in de onderscheiden schakels van de voedselketen. Dit proces van eten of gegeten worden kreeg een belangrijke impuls door de val van de muur in 1990, maar de wortels ervan liggen al veel eerder.

- ONDERLINGE CONCURRENTIE

Dankzij enkele decennia van voortdurende economische groei na de tweede wereldoorlog, ontstonden in Amerika, Europa en Japan krachtige ondernemingen. Aanvankelijk waren ze alleen groot op hun thuismarkt en eigen continent. In de jaren 80 kregen ze meer en meer internationale aspiraties. De oliecrisis gaf daartoe de aanzet. Deze zorgde voor vertraging van de groei; bovendien trad marktverzadiging op. De stagnerende bevolkingsgroei in de rijke industrielanden was een andere reden om over de grens te kijken. In de jaren 80 begonnen de grootste bedrijven elkaar veel sterker te beconcurreren dan voorheen. De slag speelde zich af in de driehoek Amerika-Europa-Japan plus de nieuwe industrielanden: Korea, Singapore, Hong Kong en Taiwan. Voornamelijk door overnames probeerde men elkaars markt binnen te dringen. Nestlé en Unilever nestelden zich op de Amerikaanse markt. Een Amerikaans bedrijf als Philip Morris kocht het Duitse Jacobs Suchard. Vanuit Noord Amerika en Europa werd de Aziatische markt binnengedrongen en soms gebeurde het omgekeerde.

- EÉN WERELD, ÉÉN MARKT

Vanaf het begin van de jaren 90 wordt het strijdtoneel groter. Door de ineenstorting van het communisme en de daarmee verbonden planeconomie, door de liberalisatie die markten van landen als Brazilië en India opende en door de groeiende investeringsmogelijkheid in China, is pas recent sprake van één markt op wereldschaal. Vóór de jaren 90 was de 'wereld'markt van de grote tabaksfirma's niet groter dan 40 procent van de potentiële vraag, nadien kwam daar in

één klap de rest bij. De grote conglomeraten spoeden zich oostwaarts, naar Oost Europa en vooral Azië. Op dat laatste continent is dankzij de bevolkingstoename een snelle groei mogelijk. Alleen de groten zullen het redden. Veel geduld en tact maar vooral ook veel kapitaal is nodig om vaste voet aan de grond te krijgen op de Aziatische markten.

- **SLIKKEN OF STIKKEN**

Tegenover het overname- en concentratiegeweld in de rest van de keten steken de ontwikkelingen in de primaire sector magertjes af. Ook in de landbouw heeft schaalvergroting plaats gevonden en zijn bedrijven weggeconcentreerd, maar wereldwijd zijn er nog steeds miljoenen boeren actief. De sanering van de landbouw is het verst voortgeschreden in de VS met zijn 2 miljoen boeren. In Europa praten we over 11 miljoen boeren en in de 14 landen van de Cairns groep, belangrijke exporteurs van landbouwproducten zoals Argentinië, Brazilië en Canada, verdienen 230 miljoen boeren hun brood. Om over de honderden miljoenen boeren en boerinnen in China, India, Pakistan en Afrika nog maar te zwijgen. Door hun aantal zijn de boeren, maar ook de consumenten en de werknemers in de landbouw en voedingsindustrie het slechtst georganiseerd binnen de keten. Ter bescherming van hun positie is een krachtige overheid nodig, en niet één die zich wereldwijd terugtrekt als wet- en regelgever. De machtsverhoudingen binnen de voedselketen zijn fundamenteel aan het verschuiven. Het is lang geleden dat de boer kon zeggen: 'Dit zijn mijn aardappels, slikken of stikken', en die tijd komt ook niet terug. Op dit moment lijkt eerder het omgekeerde te gebeuren: verwerkers, de voedingsindustrie en het grootwinkelbedrijf schrijven meer en meer voor wat de boer moet verbouwen. Het eindproduct is daarbij het uitgangspunt.

- **WORDT DE SOEP ZO HEET GEGETEN?**

Het staat niet onomstotelijk vast dat de concentratie binnen de voedselketen zich doorzet in het tempo en met de omvang van vandaag de dag. Er zijn op zowel theoretische als praktische gronden kanttekeningen te plaatsen bij het idee van alsmaar doorgroeiende multinationals in alle sectoren van de economie.¹

- De praktijk laat zien dat er geen concentratie plaatsvindt in sectoren waar geen grote winsten te behalen zijn òf waar de overheid het ontstaan van grote conglomeraten verbiedt en aan regels bindt.
- Grote ondernemingen zijn niet geïnteresseerd in markten met een niet snel groeiende en gespecialiseerde vraag. Op deze niche-markten hebben ze niets te zoeken omdat controle niet mogelijk is. Kleine dynamische bedrijven doen het hier goed en kunnen op termijn uitgroeien tot geduchte concurrenten.
- En aan de groei zelf tenslotte zitten waarschijnlijk ook grenzen. Op enig moment zal een alsmaar uitdijend bedrijf de controle verliezen over een

¹ Perrow, Charles; COMPLEX ORGANIZATIONS, a critical essay, McGraw Hill, third edition 1993 9

deel van haar dochterondernemingen en over het ingewikkelde onderlinge samenspel van de verschillende bedrijfsonderdelen en zal zo'n onderneming het vermogen verliezen om adequaat te antwoorden op bedreigingen van buitenaf.

Hoe het ook zij, de machtsconcentratie van dit moment is al alarmerend genoeg. In de volgende paragrafen wordt er dieper op ingegaan.

TABEL 2: TOP 20 VOEDINGS- EN AGRIBUSINESS-ONDERNEMINGEN UIT DE VOEDSELKETEN NAAR OMZET VAN UITSLUITEND LANDBOUW- EN VOEDSELPRODUCTEN (IN MILJARDEN \$ US)

bedrijf	1992	1995
Cargill	47	54
Nestlé	32	47,2
Philip Morris/Kraft Jac. Such	30,5	33,4
Unilever	23	25
Conagra	15	24
Pepsi Cola	12	17
Coca Cola	11	16,2
Kirin		15,5
Danone	11	15
Archer Daniels Midland	10	12,7
Grand Metropolitan	11	10,8
Allied Domecq	8,4	9,8
Eridania Beghin Say	9	8,5
Anheuser Busch	9	8
Heinz	6,6	8
CPC	6,2	7,4
Cadbury Schweppes	5,7	7,4
Guinness	6,2	7,3
Cambell Soup	6	7,3
Kellogg	5,8	6,5

1.2 DE INPUT-SECTOREN VAN DE LANDBOUW; DUURZAAM OLIGOPOLY

De belangrijkste variabele inputs van de landbouw zijn zaden, kunstmest, landbouwchemicaliën en machines. In alle 4 productgroepen vindt concentratie plaats. Het verst voortgeschreden is deze bij de machines en de landbouwchemicaliën.

- **DUURZAME OLIGOPOLIE**

Sinds de recente overname van Fendt door Agco domineren 4 bedrijven de tractor- en machinemarkt in Europa en de VS: John Deere, Case, New Holland en Agco.

De markt voor landbouwchemicaliën wordt door negen bedrijven beheerst. Ciba Geigy, Bayer, ICI, Rhone Poulenc, Hoechst, Basf, Shell, alle van Europese origine, en Du Pont en Monsanto, afkomstig uit de VS, hebben samen 80 procent van de wereldmarkt in handen. Wereldwijd wordt jaarlijks voor naar schatting 23 miljard dollar aan landbouwchemicaliën verkocht.

Op beide markten, van landbouwmachines zowel als chemicaliën, is sprake van een oligopolistische situatie: een handvol aanbieders bepaalt de prijs.

Waarom wordt dit in het decennium van de vrije markt getolereerd? Brewster Kneen een Amerikaans schrijver van een boek over Cargill vroeg het zich af en vond geen bevredigend antwoord. Volgens hem is in veel schakels van de voedselketen sprake van wat hij noemt: een duurzaam oligopolie ¹: 5 tot 7 bedrijven, waarvan er één de duidelijke leider is, die de markt domineren. 'Het lijkt wel of dit niveau van concentratie mag rekenen op een zekere acceptatie van het publiek en de wetgever en dat het tot een min of meer stabiele situatie leidt.'

- **ZADEN**

Mondiaal gezien, wordt evenveel zaad gekocht als van de eigen oogst overgehouden. De gezamenlijke waarde bedraagt 30 miljard dollar per jaar. Aan nieuw zaad wordt jaarlijks voor 16 miljard verkocht. De zes grootste zaadfirma's hebben een gezamenlijk marktaandeel van 15-20 procent. Het zijn Pioneer Hi-bred, Sandoz, Limagrain, ICI, Cargill en Upjohn/ELM. Pioneer Hi-bred is marktleider met een omzet van 1,7 miljard dollar in 1996 (zie tabel 3).

Een aantal jaren terug zag de lijst van grootste zaadfirma's er anders uit. Bedrijven als Shell, Monsanto en Ciba Geigy stonden toen in de top tien. Begin jaren 90 verkochten ze hun belangen in de zaadveredeling en -vermeerdering, omdat ze zich realiseerden dat de positie van marktleider niet haalbaar was op korte termijn.

¹ Brewster Kneen, TRADING UP, how Cargill, the world's largest grain company is changing Canadian agriculture, Toronto 1990, pag. 27 en 28

TABEL 3: PIONEER HI-BRED

omzet wereldwijd in miljoen \$ US	1990	1995	1996
	964	1532	1721
omzetverdeling geografisch	1994	1995	1996
Noord Amerika	73%	68%	65%
Europa	16%	24%	22%
rest	11%	8%	13%
marktaandeel 1995		mais	soja
Noord Amerika,	pioneer nr.1	45%	18%
	nr.2	10%	8%
	nr. 3-7	16%	
Frankrijk		22%	
Duitsland		12%	
Hongarije		35%	
Italië		61%	
Oostenrijk		48%	
Mexico		40%	
Brazilië		11%	

• CONTROLE OVER DE GENEN

De oligopolistische structuur van de markten voor landbouwmachines en -chemicaliën brengt het gevaar van prijszetting met zich mee. De concentratie in de zaadsector zorgt voor weer andere problemen: genetische erosie en patentering. Het onderzoek van de grote zaadmultipationals en de handel spitst zich steeds meer toe op een beperkt aantal variëteiten. De genetische basis van de landbouw in de geïndustrialiseerde wereld is al smal, in het Zuiden wordt ze ook steeds enger.

Het veroveren van de leidende positie op de markt is de drijfveer achter de veredeling. De transgene soja is daarvan een recent voorbeeld. Risicospreiding, droogteresistentie en opbrengst onder niet-optimale omstandigheden zijn daaraan ondergeschikt gemaakt. Door patentering slagen de grote zaadfirma's erin een gemeenschappelijk goed onder eigen controle te brengen. Genetisch materiaal wordt een strategische grondstof². Grote zaadfirma's struinen de wereld af op

zoek naar ongebruikte variëteiten, leggen eigen -voor anderen niet toegankelijke- genenbanken aan of nemen die over van noodlijdende onderzoekscentra.

- EEN ZIEL TWEE GEDACHTEN

Patentering is een goed voorbeeld van de tweeslachtige houding van de multinationals tegenover vrijhandel. Aan de ene kant willen ze af van handelsbarrières en overheidsbescherming om een vrije toegang tot andere landen te krijgen; anderzijds hebben ze tijdens de Uruguay-ronde hard gevochten voor een akkoord over Intellectual Property Rights (geestelijk eigendom/patenten) en willen ze zelf beschermd worden. Het GATT-akkoord kan betekenen dat overheden verplicht worden om wetgeving te maken ter bescherming van patenten van buitenlandse zaadfirma's, desnoods tegen de belangen van de eigen bevolking in.

1.3 DE HANDEL EN DE VERWERKING; PREFERRED SUPPLIERS

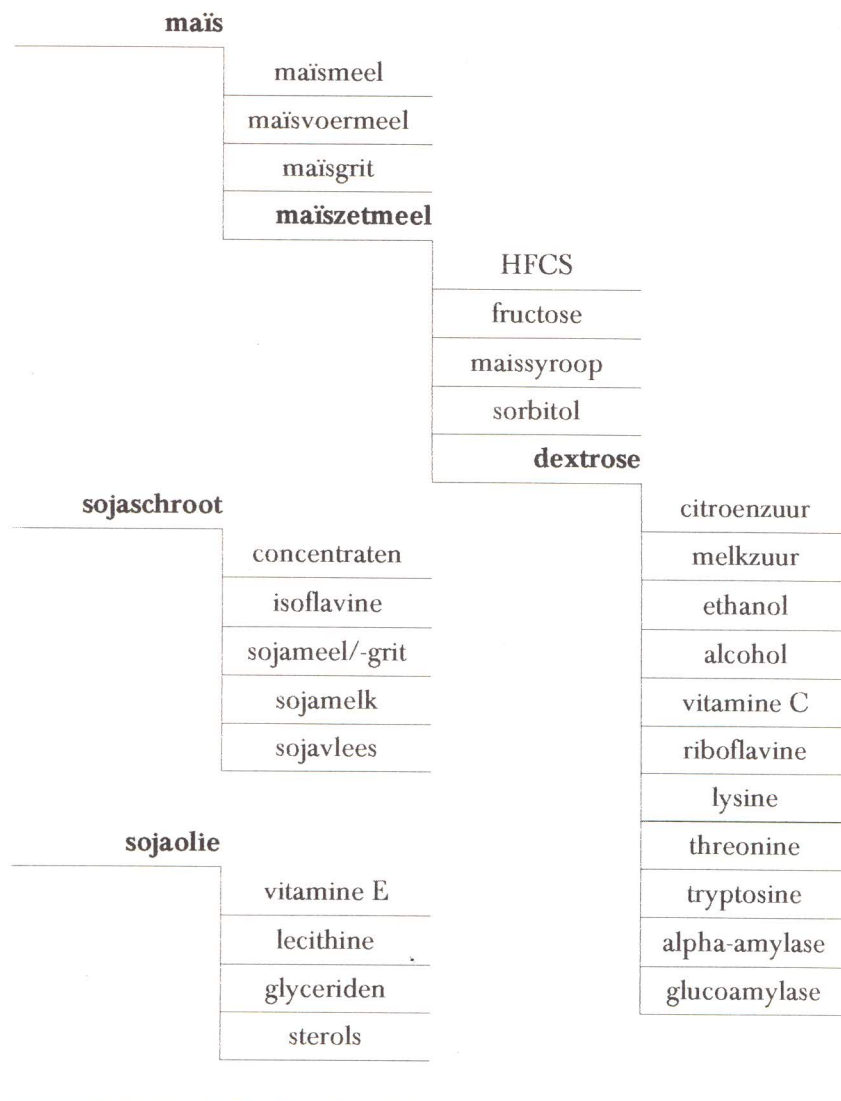
De grenzen tussen de handel en de verwerking vervagen. Cargill, voorheen bekend als handelaar, is tegenwoordig ook actief als verwerker en als leverancier van halffabrikaten aan de voedingsindustrie. Op haar beurt legt de laatstgenoemde schakel zich steeds meer toe op de eindproductie en marketing van voedingsmiddelen.

- OP ZOEK NAAR MEER WINST

De concentratie van de afgelopen jaren heeft ertoe geleid, dat nog maar een handvol grote concerns resteert dat ècht in staat is om op wereldschaal te opereren: Cargill, Archer Daniels Midland (ADM), Montedison/Feruzzi en het Thaise Charoen Pokphand, dat sterk in opkomst is in Azië. In toenemende mate gebeurt dat met een steeds breder productenpakket. Waren handelaars als Cargill van oudsher vooral sterk in graan, maïs en soja, tegenwoordig wordt ook gehandeld in suiker, katoen, oliezaden en sinaasappels. De informatietechnologie speelt daarbij een belangrijke rol. Cargill beschikt over een eigen satelliet. Wanneer je toch in Oezbekistan bent om katoen te kopen is het een koud kunstje om ook de pinda's mee te nemen als je razendsnel weet wat de oogstverwachtingen elders zijn en hoe groot de potentiële vraag is. Er wordt niet uitsluitend gehandeld, maar ook steeds meer verwerkt. In de handel bedragen de marges enkele centen per ton; in de verwerking en waarden toevoeging zijn grotere winsten te behalen. Dat is de reden dat de winst van ADM met 696 miljoen dollar bij een omzet van 13 miljard in 1995 zoveel gunstiger is dan de 671 miljoen van Cargill bij een viervoudige omzet. Maar Cargill loopt de achterstand als verwerker snel in.

² Schenkelaars, Piet e.a., OOGST UIT HET LAB, biotechnologie en voedselproductie, Wageningen 1988, pag 63

TABEL 4: ADM, MAÏS EN SOJA ALS GRONDSTOF VOOR ANDERE PRODUCTEN (NIET UITPUTTEND)



- **DE COÖPERATIE MIST DE BOOT**
Dat kan over het algemeen niet van de coöperaties gezegd worden. Vele zijn gesneuveld in de concentratiegolf. Geen enkele heeft op eigen kracht een assortiment kunnen ontwikkelen als dat van ADM (zie tabel 4). Inspanningen van Intrade, het verbond van grote coöperaties (zie tabel 5), om het internationaal

verkoopnetwerk van A.C. Toepfer over te nemen strandden op hetzelfde ADM, dat eveneens een 50 procentsaandeel veroverde en bovendien het management voor zich opeiste.

TABEL 5: INTRADE, JOINT VENTURE VAN 13 GROTE EUROPESE EN AMERIKAANSE COÖPERATIES

INTRADE

Europa	Verenigde Staten
Sigma	Agway
Cebeco-Handelsraad	Citrus World
DSV Silo & Verwalt. G'schaft	Countrymark
Deutsche Raiffeisen-Warenz.	Gold Kist
Österreich. Raiffeisen-W.z.	Harvest States
Svenska Lantmannens. Forb.	Tradevest
Dansk Landbr. Grovvar.	

• **SLEUTELPOSITIE**

Van handelaars in bulk voor anonieme kopers hebben bedrijven als ADM zich ontwikkeld tot dienstverlener aan de voedingsindustrie. Ze leveren bijna alle halffabrikaten en ingrediënten, bij voorkeur als 'hofleverancier' (preferred supplier) van de grote spelers uit de voedingsindustrie. Zo levert Cargill wereldwijd aan McDonalds het rundvlees en de bloem voor de Big Macs, de plantaardige olie voor het frituurvet en de zoetstof voor de cola. In de VS levert het bedrijf ook de aardappels voor de frites. Daarmee hebben de verwerkers zich in een sleutelpositie gemanoeuvreed tussen de voedingsindustrie en de producent (zie tabel 6).

TABEL 6: ADVERTENTIE VAN CARGILL

ANNOUNCING A MORE DIRECT CONNECTION BETWEEN FARM AND MARKET



Introducing the new, streamlined Cargill Grain Division. We're making it a lot easier to buy and sell grain and oilseeds. Now, all it takes is one call. You'll get a quick response plus all the quality and service you expect from Cargill

