

27 augustus 2014

Exportwaarde stijgt in eerste helft 2014

De Nederlandse plantenhandel neemt een belangrijke positie in de wereld in. De bedrijven hebben de beschikking over een breed en diep assortiment van een uitstekende kwaliteit. De export is van groot belang voor de sector. De export van potplanten heeft in de eerste helft van 2014 een positieve ontwikkeling laten zien. Gunstige weersomstandigheden in Europa en tekenen van economisch herstel op de belangrijke afzetmarkten zijn hiervoor belangrijke oorzaken. Op de binnenlandse markt stond de handel in het eerste halfjaar wederom onder druk, met prijsdruk tot gevolg. Toch zien we voor de langere termijn kansen voor de sector. Wat zijn de mogelijkheden voor de ondernemers in de sector?

Exportgroei in eerste halfjaar 2014

De export van potplanten is in het eerste halfjaar met 5,5% gestegen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. In veel landen is de markthandel toegenomen als gevolg van het zachte voorjaarsweer. Het zachte weer heeft met name in februari en maart gezorgd voor een forse afzetgroei. Wel constateren we nog altijd omzetdruk in de verschillende categorieën pot- en tuinplanten. Economische ontwikkelingen van de afgelopen jaren hebben ervoor gezorgd dat de consument nog altijd minder vaak planten koopt en voornamelijk kleinere maten. Kleinere potmaten zorgen voor een lager prijsniveau. Gunstige weersomstandigheden in de

belangrijkste afzetlanden en een verzwakking van de euro zien we dit als belangrijkste oorzaken van de gestegen exportwaarde.

Kijkend naar de verschillende afzetlanden in tabel 1, is de export naar de belangrijkste landen toegenomen. De export naar Duitsland (als belangrijkste handelspartner) is met 8,3% gestegen. Duitsland is al jaren een stabiele afzetmarkt voor Nederlandse planten. De omzetstijging nu is een direct gevolg van betere weersomstandigheden. Ten opzichte van het vijfjaars gemiddelde ligt de waarde in het eerste halfjaar van 2014 voor Duitsland EUR 8 miljoen hoger.

Tabel 1. Export van pot- en tuinplanten (x EUR 1 mln)

	H1 2013	H1 2014	Mutatie tov '13
Duitsland	380,0	411,5	8,3%
Frankrijk	124,5	129,4	3,9%
Verenigd Koninkrijk	95,5	100,6	5,3%
Italië	71,6	77,1	7,7%
België	75,2	76,2	1,3%
Zweden	47,4	49,5	4,4%
Oostenrijk	46,0	47,4	3,0%
Zwitserland	36,5	41,1	12,6%
Rusland	36,7	33,6	-8,4%
Polen	32,4	38,5	18,8%
Overige	214,7	219,6	2,3%
Totaal	1.160,5	1.224,5	5,5%

Bron: HBAG/Floridata

Negatieve uitzondering op de exportgroei in het eerste halfjaar is Rusland. De exportwaarde naar Rusland is over de eerste zes maanden van het jaar met ruim 8% gedaald. Deze daling kent grofweg twee oorzaken. De eerste oorzaak is de verslechtering van de Russische Roebel ten opzichte van de Euro. Hierdoor wordt het voor Russische importeurs cq handelaren van planten minder aantrekkelijk om deze producten in te kopen. Ze worden namelijk te duur voor de verkoop in eigen land. Een andere oorzaak van

de terugval in export naar Rusland is het importverbod voor planten sinds medio 2013. Rusland is ontevreden over het fytosanitair systeem in de EU, waardoor dit importverbod is opgelegd voor alle planten m.u.v. bloembollen, zaaizaden en bloeiende kamerplanten.

Verdere exportgroei in tweede helft van het jaar

De marktontwikkelingen op de korte termijn worden vooral bepaald door weersomstandigheden, economische ontwikkelingen in de belangrijkste afzetgebieden en de ontwikkeling van de eurokoers. ABN AMRO verwacht voor de eurozone in 2014 een bescheiden economische groei van 1,3%, terwijl de euro ten opzichte van de dollar zal verzwakken. Deze ontwikkelingen zullen in de tweede helft van 2014 en in 2015 een impuls aan de afzet van planten geven, zij het beperkt. Tekenen van economisch herstel in de belangrijkste afzetmarkten dragen eveneens bij aan de exportgroei. In onze recent gepubliceerde [Euro Watch](#) is te lezen dat het economisch herstel in de eurozone aanhoudt. Het consumentenvertrouwen is in veel Europese landen nog op een laag niveau, maar neemt wel gestaag toe. Het besteedbaar inkomen staat in veel landen onder druk, hierdoor zijn consumenten wel voorzichtig met het doen van grote uitgaven, of uitgaven aan producten die buiten de eerste levensbehoefte vallen. Hieronder vallen ook planten.

Groeimarkten

Op de langere termijn zijn er mogelijkheden voor een verdere exportgroei. Er liggen nog mogelijkheden op verschillende markten in Oost-Europa, de Alpenlanden en Scandinavië. In Oost-Europa groeit het welvaartsniveau in een aantal landen sneller dan in de eurozone, terwijl er een relatief omvangrijke groep consumenten woont.

Nieuwe distributiekkanalen bieden kansen

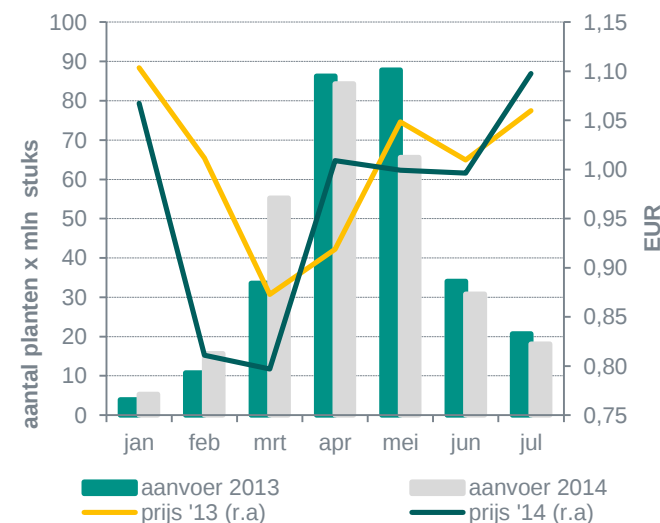
Op bestaande markten kan de export profiteren van relatief nieuwe distributiekkanalen, zoals supermarkten, bouwmarkten en woonwarenhuizen. Hoewel de verkoop van planten bij veel supermarkten nog in de kinderschoenen staat is de potentie ervan groot vanwege de hoge bezoekfrequentie in combinatie met het hoge percentage impulsaankopen van planten in supermarkten. Retailpartners werken meestal met inkooporganisaties samen op basis van een vast en snel inwisselbaar platassortiment.

Druk op de prijzen op binnenlandse markt

De prijs van planten op de binnenlandse markt staat nog altijd onder druk in de eerste helft van 2014. De gemiddelde prijs over de eerste zeven maanden lag met EUR 0,958 circa 3% lager dan in 2013. Hiermee zijn veel tuinplantentelers

verder onder druk komen te staan door een verslechtering van de financiële positie. Bovendien is een aantal gerenommeerde handelskwekers failliet gegaan, door tegenvallende verkopen bij met name tuinentra. Ondanks gunstige weersomstandigheden is de verkoop van tuinplanten tot en met juli niet fors toegenomen in vergelijking met het jaar ervoor, toen de weersomstandigheden zwak waren. zie figuur 1.

Figuur 1. Aanvoer en prijs tuinplanten in Nederland



Bron: FloraHolland Veilingen

Inspelen op Duurzaamheidskansen

Het is een veelgehoord begrip: “duurzaamheid” en eenieder die ernaar gevraagd wordt zal zijn of haar eigen uitleg hiervan geven. Welke uitleg er ook aan het begrip duurzaamheid wordt gegeven, de kans is aannemelijk dat het gaat over bestendigheid en lange termijn plannen. Eerder dit jaar verscheen het Greenpeace rapport “Gifplanten in het tuincentrum”. Dit rapport beschrijft het middelengebruik in de sierteeltsector en de mogelijke gevolgen voor de leefomgeving. Door dit thema beet te pakken kunnen telers van planten wellicht een kans verzilveren. Door het middelengebruik meer te doseren en hiermee in te spelen op de wensen van de consument kunnen telers in deze behoefte voorzien. Wellicht kan het eerste gewin ontstaan door kennisoverdracht op dit gebied te realiseren met bijvoorbeeld de groenten- en fruittelers. Zij zijn al langer in staat gebleken om met minder middelen kwalitatief goede en tevens visueel aantrekkelijke producten af te leveren. Het thema staat bovendien hoog op de Europese politieke agenda, waardoor inspelen op deze kans ook politieke goodwill voor de sector zal opleveren. Alles begint, zoals altijd, met het hebben van een duidelijke strategie. Hierover zullen de ondernemers dus goed moeten nadenken, alvorens men de kans kan verzilveren.

In figuur 1 is te zien dat door het gunstige weer niet meer tuinplanten zijn verkocht, maar dat enkel het verkoopmoment naar voren is gehaald. Zo werden er in maart ruim 64% meer tuinplanten aangevoerd op de veiling in vergelijking met dezelfde maand in 2013. Kijken we naar de volledige aanvoer in de eerste zeven maanden van het jaar dan zien we dat de aanvoer nagenoeg gelijk is gebleven. De prijzen zijn onder druk komen te staan doordat de vraag naar tuinplanten achter is gebleven bij de verwachting, waardoor er voldoende aanbod van product was.

Aantrekken woningmarkt stimulans voor binnenlandse plantenhandel

Met het aantrekken van de woningmarkt is de verwachting dat hiermee ook de vraag naar tuinplanten, bomen en overig groen zal toenemen. (lees [hier](#) de laatste versie van onze woningmarktmonitor). Hiermee biedt de groei op de woningmarkt kansen voor de particuliere groenmarkt, doordat wisseling van woonruimte vaak gepaard gaat met nieuw tuinaanleg en/of grondig onderhoud.

Kansen door ketenvorming

Nederlandse bedrijven hebben een aantal uitstekende troefkaarten in handen, zoals het brede en diepe assortiment, het steeds maar weer vernieuwende productassortiment en een goede kwaliteit van de producten. Zij kunnen op

de voorgaande ontwikkelingen inspelen door schaalvergroting en samenwerking tussen kwekers onderling (ook tussen kwekers in verschillende teeltgebieden) of tussen kwekers en de groothandel op het gebied van productie, logistiek en verkoop. Dit resulteert in een grotere diversiteit van het aanbod en een breed assortiment dat aansluit op de wensen van de klant. Verkooppartners krijgen hierdoor de beschikking over een exclusief en onderscheidend product. Er ontstaat in de sector een beweging naar verticale gesloten ketens voor sierteeltproducten, waarbij kwekers en handelaren optreden als partner of ketenregisseur. Alle schakels in de keten delen informatie over producten die in de schappen liggen, waardoor deelnemers meer inzicht krijgen in producten, verkoopcijfers, marges en derving. Dit biedt mogelijkheden om het assortiment beter af te stemmen op het type distributiekanaal en om zich te onderscheiden met bijzondere en exclusieve concepten. De potentie voor deze ontwikkeling is groot: meer omzet, hogere marges en minder derving voor alle schakels in de keten.

Economisch Bureau Nederland

Contactgegevens ABN AMRO | Economisch Bureau Nederland:

	Aandachtsgebied	Telefoonnummer:	E-mailadres:
Jacques van de Wal (hoofd)	Algemeen	020 628 0499	jacques.van.de.wal@nl.abnamro.com
Eric Huliselan	Zakelijke dienstverlening	020 628 2138	eric.huliselan@nl.abnamro.com
Frank Rijkers	Agrarisch, Food, Agrarische grondstoffen	020 628 6437	frank.rijkers@nl.abnamro.com
Casper Burgering	Industrie (w.o. industriële metalen)	020 383 2693	casper.burgering@nl.abnamro.com
Nadia Menkveld	Transport & Logistiek	020 628 6441	nadia.menkveld@nl.abnamro.com
Mathijs Deguelle	Retail, Leisure	020 344 2179	mathijs.deguelle@nl.abnamro.com
Hans van Cleef	Energie	020 343 4679	hans.van.cleef@nl.abnamro.com
Madeline Buijs	Bouw & Real Estate	020-383 8201	madeline.buijs@nl.abnamro.com
Nico Klene	Macro-economie	020-628 4204	nico.klene@nl.abnamro.com
Philip Bokeloh	Woningmarkt, Macro-economie	020-383 2657	philip.bokeloh@nl.abnamro.com
Theo de Kort	Informatieanalist, Autohandel	020 628 0489	theo.de.kort@nl.abnamro.com
Ingrid Kroeze	Research ondersteuning	020 383 5161	ingrid.kroeze@nl.abnamro.com

Volg ons ook op Twitter: [@ABNAMROeconomen](https://twitter.com/ABNAMROeconomen)

Disclaimer

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on the energy market. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© ABN AMRO, 2014