

FRUITTEELT

Verslag Biofach

2003

Ervaringen van telers met de
beurs en verslag van gesprek
met vertegenwoordigers uit
Duitsland, Oostenrijk en
Noord-Italië

Pieter Jans Jansonius (LBI)
Wouter van Teeffelen (Agro Eco)
2003



Over het Louis Bolk Instituut

Het Louis Bolk Instituut is een particulier instituut met een tweetal afdelingen: landbouw en geneeskunde & voeding.

De medewerkers van de Landbouwfdeling hebben ervaring in onderzoek ten behoeve van de biologisch-dynamische en de ekologiscie landbouw. Ze zijn gespecialiseerd in bedrijfsbegeleidend onderzoek. Hierbij helpt de onderzoeker de bedrijfsvoerder inzicht te krijgen in hoe verschillende maatregelen doorwerken op het eigen bedrijf. De bedrijfsvoerder kan hierdoor gefundeerde keuzes maken.

Indien de vraagstelling daartoe aanleiding geeft kan de fenomenologische onderzoeksmethode gebruikt worden, die op het werk van Goethe geïnspireerd is. Deze methode wordt ontwikkeld in fundamenteel onderzoek om de uitgangspunten te verstevigen van de biologisch-dynamische landbouw en de antroposofische geneeskunde en voeding.

U kunt het onderzoek in zijn algemeenheid steunen door een jaarlijkse donatie van minimaal 25 euro,- op onderstaand postbanknummer. U ontvangt dan jaarlijks het algemene jaarverslag van het Instituut en een lijst met verkrijgbare publicaties.

Voor verdere informatie:

Louis Bolk Instituut,
Hoofdstraat 24, NL 3972 LA Driebergen,
tel: 0343-523860; fax: 0343-515611.
Postbanknummer: 3530591 ten name van
Louis Bolk Instituut, Driebergen
E-mail: info@louisbolk.nl of www.louisbolk.nl

COLOFON

2003, Louis Bolk Instituut, Driebergen.
Overname mogelijk met bronvermelding.

Publicatie LF74

Deze publicaties zijn onderdeel van de serie FRUITTEELT publicaties van het Louis Bolk Instituut, en zijn telefonisch te bestellen bij bovenstaand telefoonnummer.

Inhoud

1	Inleiding	2
2	Ervaringen op de beurs	2
2.1	De stand van Prisma	2
2.2	Bezoekers van de Prisma stand	2
2.3	Andere stands op de beurs	2
3	Verslag gesprek met buitenlandse collega's	5
4	Bijlage: toelichting bij de foto's op de kaft.	8

1 Inleiding

Van 13 tot en met 16 februari 2003 werd in Neurenberg, Duitsland de jaarlijkse Biofach-beurs gehouden. Biologische producenten van over de hele wereld tonen hier hun producten. Op deze beurs met zo'n 2000 stands zijn ook veel producenten, coöperaties en handelaren in biologisch fruit te vinden. Dit jaar was ook de Nederlandse telersvereniging Prisma voor het eerst hier met een stand vertegenwoordigd.

Het Louis Bolk Instituut organiseerde in samenwerking met Wouter van Teeffelen van AgroEco een excursie naar Biofach voor belangstellende Nederlandse telers. Naast een bezoek aan de beurs werd er een avond-bijeenkomst georganiseerd met vertegenwoordigers van vermarktingsorganisaties voor biologisch fruit uit Nederland, Oostenrijk, Zuid-Tirol (Italië) en het Bodensee gebied en Das Alte Land in Duitsland. Deze activiteiten maakten deel uit van het project Appels van Stand waarin geprobeerd wordt om de kloof tussen gevraagde en geleverde kwaliteit van biologische appels te verkleinen. Doel van de excursie naar Biofach was telers meer zicht te geven op het wereldwijde aanbod van biologische appels en de manier waarop de handel in dit product plaats vindt. Voor veel telers die nog zoekende zijn naar hun plaats in de markt een goede gelegenheid om zich breed te oriënteren op de mogelijkheden. Voor de gevestigde telers en handelaren dé gelegenheid om bestaande contacten te versterken en nieuwe contacten te leggen. In dit verslag geven we u een indruk van onze ervaringen rond Biofach.

2 Ervaringen op de beurs

2.1 De stand van Prisma

De stand van Prisma had een plek gevonden in het Nederlands Paviljoen in hal 1. Het Nederlands paviljoen was een initiatief van het Nederlandse ministerie van LNV. De stand werd ingericht door Wouter van Teeffelen, ketenmanager biologische fruit voor Prisma. De stand werd de gehele beurs samen bemand met Wim Stoker, (vertegenwoordiger/verkoper van afzetgroep Smile Fruit), Harmen Peters, (vertegenwoordiger/verkoper de afzetgroep van Biofruit). Vanuit de coöperatie Fruitmasters sloot verkoper Teun Peters op zaterdag aan. De stand was professioneel ingericht met goede posters in Nederlands, Engels en Duits en folders van Prisma en afzetgroepen. Verder een goede presentatie van Nederlands biologische hardfruit. De stand kon zich qua uitstraling goed meten met de stands van buitenlandse telersgroepen.

2.2 Bezoekers van de Prisma stand

De stand had voldoende belangstelling. Er kwamen veel verschillende mensen langs van allerlei nationaliteiten en met heel verschillende doelstellingen. Mensen die serieuze belangstelling hadden om product te kopen maar ook mensen die juist wilden verkopen. Buitenlandse telers toonde interesse in Holland. Veel bestaande relaties uit Nederland en daarbuiten bezochten de stand. Dit is een opvallend verschijnsel op de beurs: veel mensen gebruiken dit als een gelegenheid om bestaande contacten te onderhouden. Bij de nieuwe contacten is slechts een klein deel wat echt de potentie heeft om een serieuze nieuwe handelsrelatie te worden. De beurs fungeert dan als eerste ontmoetingsplaats. Of dit echt ergens toe gaat leiden hangt af van de contacten die na de beurs plaats hebben. Om van een beurs een commercieel succes te maken is een goede "nazorg" van groot belang.

2.3 Andere stands op de beurs

De telers maakten samen met Pieter Jans Jansonius en Wouter van Teeffelen een rondgang over de beurs waarbij stands van Europese collega's werden bezocht. Doel hierbij was te bekijken hoe anderen zich presenteren en om een gesprek aan te gaan over hun aanpak in de afzet. Met een aantal mensen was vooraf al contact opgenomen. Opvallend was de verschillende manier van presenteren. Dit komt gedeeltelijk voort uit een hele bewuste keuze voor een bepaald deel van de markt. Telers proberen zich dan heel duidelijk te profileren. Op alle stands was ook biologisch fruit te zien, voornamelijk appels. Ook hier was er een flink verschil in

presentatie. Op sommige stands een vrij bescheiden display, op andere een grote wand met appels. Sommige stands toonden een absoluut smetteloos product waar anderen veel meer een doorsnede van de biologische kwaliteit lieten zien. De meeste stands lieten weinig verwerkt product zien. De standbemanning is ook belangrijk. We troffen nog wel eens een lege stand aan, wat een hele slechte indruk maakte. Of een onvoldoende gemotiveerd of gekwalificeerd iemand.

De ÖON telers

Een groep van vijf bedrijven vanuit de Öko-Obstbaugruppe Nord-Deutschland presenteerde zich met een gezamenlijke stand en een gezamenlijke folder. De stand vormde een onderdeel van de stand van Marketing Gesellschaft für Niedersächsische Agrarprodukte. De groep van gevestigde teler-handelaren uit Das Alte Land bij Hamburg werkt ook buiten de beurs vrij intensief samen. Op de beurs presenteren ze zich als collectief waarbij ieder bedrijf zijn eigen gezicht behoudt. Met name in hun folder waarin ieder zijn eigen bladzijde vult komt dit goed tot uitdrukking.

We hadden een lang gesprek met Peter Rolker, één van de telers over zijn ervaringen met levering aan het supermarktkanaal. In Duitsland heeft eigenlijk alleen Rewe zich flink ingespannen om biologisch fruit via de supermarkt te verkopen. In 1995 werd begonnen met zeer ambitieuze doelstellingen. De ontwikkeling kwam echter tot stilstand en de doorbraak is uitgebleven. Voor de telers vormen supermarkten met hun strenge eisen in relatie tot scherpe prijzen eigenlijk geen interessante markt. Rolker is inmiddels vrij pessimistisch gestemd over de omzetspotentie van dit type service supermarkten. De groep richt zich in de afzet nu voornamelijk op het natuurvoedingskanaal dat tot op heden voldoende afzetpotentieel biedt. Een belangrijk punt dat hij aanroerde is de potentie van de discount supermarkten die een groot marktaandeel in Duitsland hebben. Deze discounters hanteren veel lagere consumentenprijzen maar kunnen ook werken met veel kleinere marges. Hierdoor hoeft uiteindelijk de producent misschien maar 10 eurocent in te leveren. Verleidelijk is de grote omzet die dergelijke bedrijven zouden kunnen realiseren. De grote vraag is wat het effect op de totale markt zal zijn wanneer veel biologische appels in deze supermarkten gaan worden verkocht. De angst is aanwezig dat dit de prijs in de service-supermarkten en het natuurvoedingskanaal sterk onderdruk zal zetten. Je maakt het de goede klanten uit de natuurvoedingswereld met veel hogere kosten en minder strenge kwaliteitseisen wel lastig. Rassen was een gespreksonderwerp met Peter Rolker. Opvallend is dat hij slechts een beperkte plaats voor de resistente rassen ziet in Noord-Duitsland. Over de gehele ontwikkeling van de sector meldde Rolker dat de sector niet meer hard groeit. Er komen nog wel nieuwe telers maar aan andere kant vallen er ook weer bedrijven af. Met name oude bedrijven die relatief veel verwerkingsfruit telen hebben het moeilijk. Verwerkingsfruit wordt lastiger te vermarkten. De markt voor bioproducten in het algemeen groeit ook niet meer zo hard.

Een van de andere vier telers, Dierk Augustin, had naast de ÖON stand nog een kleine eigen stand in het Demeter-paviljoen. Hij profileert zich daar heel persoonlijk en meer als Biologisch-dynamisch teler. Uitgangspunt is dat de afnemer "appels van Augustin" koopt en niet een willekeurig Demeter product. In de drukte van de beurs was hij echter niet in staat om ook lijfelijk steeds aanwezig te zijn op zijn stand en dat ondermijnende zijn aanpak wel weer.

Ökobo – Bodensee telers

De telers uit het Bodensee gebied in Zuid-Duitsland hadden ook een gemeenschappelijke stand. Bernhard Strauch, de directeur van deze vermarktingsorganisatie stond ons hier te woord. Ökobo vertegenwoordigd ca. 40 telers uit het Bodenseegebied. De afzetgroep is sinds dit seizoen actief en bestaat voor het grootste deel uit al wat langer actieve biotelers. Naast Ökobo waren in deze stand ook nog een tweetal zelfstandige teler-handelaren vertegenwoordigd: ÖKO-obst Blank en Bio-Obstgut Bonhausen. Zij waren echter niet zelf aanwezig en verder ook niet duidelijk zichtbaar in de stand.

Elders op de beurs was nog een stand van de afzetcoöperatie WLZ te vinden. WLZ vormt de belangrijkste afzetcoöperatie van (gangbaar) fruit in het Bodensee-gebied. Zij verkopen een belangrijk deel van het (omschakelings)fruit van omgeschakelde fruittelers in het gebied.

Vi.P –Bio Vinschgau

De organisatie Vi.P Service verzorgt de vermarktning voor de biologisch werkende leden van een aantal coöperaties uit Vinschgau (westelijk deel van Zuid-Tirol). De coöperaties in Vinschgau die voor het overgrote deel

gangbaar fruit verkopen hebben het bio-aanbod gebundeld. Gerhard Eberhöfer heeft hier de leiding van het biodeel. Opvallend in de ruim opgezette stand is dat er veel en uiterlijk onberispelijk fruit is uitgesteld maar dat de producenten nergens zichtbaar zijn. Vi.P Service zet het merk Bio Vinschgau in de markt op basis van de kwaliteit van het product en profileert zich nadrukkelijk niet met de producent of de productiewijze.

Daarnaast waren op de beurs nog andere stands vanuit Zuid-Tirol:
Bio Südtirol, net als Vi.P een coöperatie met overwegend gangbaar fruittelers en deels ook biotelers.
Bioland Südtirol, een echte biocoöperatie van Bioland-telers

Venusta

Een groep van 4 kleine bedrijven uit het Vinschgau gebied heeft zich afgescheiden van de grote coöperaties. Deze groep profileert zich nu nadrukkelijk als Biologisch-dynamisch en zoekt een niche binnen de bio markt op. Zij streven een nauw contact met handelaren en consumenten na en profileren zich ook veel meer op de productiewijze. De telers hadden zelf een stand gebouwd met veel hout en opvallend presentatie materiaal. Het geheel toonde 'plezierig biologisch'. De telers waren ook zelf nadrukkelijk aanwezig om bezoekers te woord te staan. Een heel persoonlijke aanpak dus.

Coteaux Nantais

Een groot Frans fruitteeltbedrijf dat zich ook nadrukkelijk profileert met het Demeter merk. Opvallend was hier het accent op verscheidenheid in rassen en verwerkte producten. Waar de algehele trend in Europa toch duidelijk is naar versmalling van het assortiment, richt dit bedrijf zich op veelzijdigheid. Een behoorlijke omvang is daarbij natuurlijk wel een vereiste. De verwerking van fruit tot een breed assortiment jam, wijn, azijn etc. vormt hier een bedrijf op zich. In het gesprek kwamen ook duidelijk cultuurverschillen naar voren. Kennelijk weet de Franse consument toch nog beter raad met verschillende smaken en verwerkingsmogelijkheden van appels en peren.

Nederlandse handelaren/ exporteurs

Alle bekende Nederlandse handelspartners waren met een stand aanwezig. Organisaties als Eosta, Odin, Zann, Green Organics en The Greenery/ Naturelle verkopen nadrukkelijk veel meer dan fruit. Op bijna alle stands was wel Nederlands fruit te zien. In de gesprekken kwam duidelijk naar voren dat de samenwerking van fruittelers en exporteurs nog te wensen over laat. Fruittelers zijn vaak ontevreden dat de handelaren importeren op momenten dat zij nog fruit in de aanbieding hebben en het in hun ogen onvoldoende actief zoeken naar exportmogelijkheden voor het Nederlandse product. Handelaren klagen over het niet beschikbaar zijn van voldoende kwantum aan kwaliteitsfruit voor export en het direct beleveren van buitenlandse afnemers door fruittelers. Door een Nederlandse telers-stand werd de exportdiscussie in nog sterkere mate gevoerd.

3 Verslag gesprek met buitenlandse collega's

In een avondbijeenkomst werden met een aantal vertegenwoordigers van belangrijke fruitteeltregio's ervaringen en ideeën uitgewisseld rond de handel in biologisch fruit. Aanwezig waren: Dhr. Mag. Wutschek (Directeur van de coöperatie Steiervrucht, Oostenrijk), Dhr. F. Prem (teler/Steierfrucht), mevr. A. Kasbohm (ZMP-

Bonn, marktonderzoeker eko-AGF en opsteller marktberichten groenten en fruit), Dhr. en Mevr. Rolker (teler-handelaars uit N. Duitsland), Dhr. Strauch (verkoper Ökobo, Bodensee gebied, Duitsland), Dhr. Eberhöfer (verkoper Vi.P Service, Vinschgau- Z.Tirol), Wouter van Teeffelen (Ketenmanager Biologisch Fruit, AgroEco), Harmen Peters (teler-handelaar voor Biofruit, NL), Wim Stoker (teler-handelaar voor Smile Fruit, NL), Gerard van Noord (teler, NL), Hans Levels (teler, NL), Mevr. R. Grammen (teler, B) en Pieter Jans Jansonius (Louis Bolk Instituut). Een aantal mensen had een korte presentatie voorbereid over de afzetsituatie in het eigen gebied.

Oostenrijk

De coöperatie Steierfrucht is de trekker van een project met biologische Topaz voor de Oostenrijkse supermarkt. Mag. Wutschek vertelde hoe het project tot stand is gekomen. Vanouds is Oostenrijk een land met een hoog aandeel bio-omzet in de supermarkt waarvan bij fruit relatief veel geïmporteerd werd. De coöperatie heeft gezocht naar een goede invulling van de biologische marktniche en daarvoor in 1997 een projectmatige aanpak gekozen. Steierfrucht heeft daar een ras, een afnemer en producenten bijgezocht. Voor de coöperatie Steierfrucht was bio geheel nieuw en men heeft het professioneel opgepakt. Er was eerst sprake van enerzijds veel kleine producenten en anderzijds enkele grote geconcentreerde afnemers. Het project wordt strak door de coöperatie gestuurd.

De keuze voor het ras is op Topaz gevallen, mede omdat men teveel teelttechnische problemen bij gangbare rassen ziet. De afzet loopt erg goed en men realiseert hoge prijzen. Met een netto-uitbetaalprijs van ongeveer 1 euro ligt de prijs een factor 4 keer zo hoog als van gangbaar geteelde appels. Men zoekt duidelijk uitbreiding van het areaal maar constateert dat omschakelaars nog een beperkte groep vormen. Men zet duidelijk in op deelomschakeling waarbij telers met nieuw in te planten Topaz-percelen met bio beginnen. De deelnemende telers schakelden alleen het perceel voor de Topaz om en moeten voldoen aan eisen die wij in Nederland ook kennen als een tweede spuit en gescheiden ruimtes, fust etc. Men gaat er vanuit dat de telers langzaam het biologische deel van het bedrijf zullen uitbreiden wanneer de markt ruimte biedt. Op dit moment is Steierfrucht druk bezig met het kiezen van een tweede ras om op dezelfde manier te introduceren. Men zoekt hierbij naar een goed smakend, schurftresistent en verder gemakkelijk te telen ras maar doet geen marktonderzoek om te kijken voor welke smaaktype er ruimte is in de markt zoals Inova dat doet. Volgens MW. zijn de beschikbare gegevens onvoldoende betrouwbaar om er beslissingen op te baseren.

De procentueel enorme groei van de biologische fruitteelt in Oostenrijk hangt vast aan dit project. De afzet verloopt via de supermarktketen BILLA onlangs ingelijfd door het Duitse REWE. De houding van deze keten t.o.v. bio is uiterst positief, wat een flink deel van de verklaring voor het Oostenrijkse succesverhaal is. Verder is het vanuit Nederland bezien opvallend dat telers zich relatief gemakkelijk lijken te voegen in zo'n groot project en daarbij ook veel macht uit handen willen geven. Nederlandse en ook Noord-Duitse telers lijken toch altijd het heft in eigen hand te willen houden, wat samenwerking niet gemakkelijker maakt. Rond het Topaz project is ook een Topaz-kring ontstaan die buiten de Oostenrijkse grenzen reikt. Twee maal per jaar treft deze groep elkaar om de ontwikkelingen in teelt en afzet van Topaz te bespreken. Een maal na de oogst in Graz waarbij het vooral over producties en afzetperspectief gaat en een keer in de zomer waarin de teelt meer centraal staat. Deze internationale bijeenkomst krijgt steeds meer het karakter van een uitwisseling over markt en afzet van bio-appels in het algemeen.

Duitsland

Duitsland kent twee belangrijke productie regio's: het gebied rond de Bodensee en Das Alte Land bij Hamburg. Mevr. Kasbohm verzamelt als marktonderzoeker feitenmateriaal over de marktontwikkelingen voor bio-AGF voor het bureau ZMP. Zij gaf vooral een cijfermatig overzicht van productie, afzet en trends in Duitsland en de importen van buiten. Een groot deel van de bio afzet verloopt nog steeds via de natuurvoedingskanalen. Er zijn wel veel supermarktketens die bio in het sortiment hebben maar de omzet blijft beperkt. De analyse is dat dit vooral te maken heeft met gebrek aan echte interesse bij de ketens in kwestie. In het gesprek dat hierop volgde concludeerden we dat er nog meer aandacht geschonken moet worden aan scholing van personeel in de supermarkten.

Het rassenassortiment is duidelijk in beweging. Topaz neemt sterk toe; een ras als Jonagold neemt sterk af. De jaarlijkse Duitse productie bedraagt ca. 20.000 ton en komt overeen met 1-2 procent van totale markt. De Duitse markt importeert ca. 30 procent van de bio-appels. Dit is echter sterk afhankelijk van het jaar en lag in

2002 duidelijk lager. De import komt op gang als het Duitse product later in het seizoen op raakt. Italië heeft ongeveer de helft van de importmarkt en dit lijkt wat te stijgen. Nieuw-Zeeland is met ongeveer 1/3 van de import een belangrijke partij. De rest komt uit verschillende landen waaronder deels Hollands product. Aandeel uit Argentinië neemt toe. Op dit moment lijkt de afzet van biofruit in Duitsland te stabiliseren (of zelfs licht terug te lopen).

Italië –Zuid-Tirol

Qua hoeveelheid is dit het grote productiegebied voor biologische appels in Europa. Zuid-Tirol exporteert ca. de helft van de productie. Er zijn drie grote afzetcoöperaties actief. Bio Südtirol/BioMeran (ca. 8.500 ton), Vi.P Vinschgau (ca. 6.000 ton) en Bioland Südtirol (ca. 5.000 ton). Daarnaast zijn er enkele kleine afzetgroepen actief (ca. 3.500 ton). Hierdoor is er ook in Südtirol enige onderlinge verdeeldheid en concurrentie. Ongeveer 40-50% van product wordt geëxporteerd maar de Italiaanse markt groeit wel sterk. Italianen hebben een voorkeur voor eigen product. Duitsland vormt 25-30% van export, Frankrijk 10-15%, Engeland 5%, Scandinavië 5% en overige 5-10% gaat naar een reeks van landen. De meeste export vindt vanaf november tot juli plaats. Meestal als de eigen producten op zijn.

Opvallend is hier de keuze voor conventionele rassen. Er is amper belangstelling voor de nieuwe schurftresistente rassen. Door het gunstige klimaat en het ruimhartige middelenbeleid waarschijnlijk ook veel minder noodzaak om deze rassen te planten. Eberhöfer maant zijn telers om toch vooral die rassen te planten die conventioneel ook goed lopen bijv. Royal Gala, Fuji, Braeburn. Verder wordt er nog steeds heel veel Golden D. verbouwd. Dit mag volgens E. vanuit de afzet gezien wel wat minder worden, Red Delicious is de sterke daler in het assortiment. Dalinbel houdt men nadrukkelijk als kanshebber in de gaten. Opvallend is dat men qua rassenkeuze heel sterk gericht is op de Italiaanse smaak (=zoet), terwijl de afzet voor 50% de grens over moet naar landen die een andere smaakvoorkeur hebben. Voor E. is dit nog geen reden om andere rassen te adviseren. Topaz ziet er niet mooi uit en is te zuur. Ze zijn behoorlijk beducht voor de concurrentie vanuit het Zuidelijk Halfrond. Zuid-Tirol moet in zekere zin toch wachten tot de voorraden elders in Europa op zijn voordat ze de markt op kunnen. Rond die tijd begint echter ook de import vanaf het Zuidelijk Halfrond en dit product profiteert van de voorkeur in Duitsland voor vers product. Verder profiteert dit gebied van het gebrek aan productie van bio fruit in Frankrijk. Al met al kan geconcludeerd worden dat Zuid-Tirol op dit moment een heel belangrijke producent is die naar de toekomst echter niet automatisch zeker is van haar positie. Feit blijft wel dat men er, mede door de hoge producties, heel goedkoop produceert in verhouding tot Nederland. Telers leven van uitbetalingsprijzen voor Golden D. van rond de 55 eurocent. De uitbreiding van het areaal bio-appels gaat nu stagneren. Opvallend was dat Zuid-Tirol door Nederlanders vaak als een gebied gezien wordt waar het gemakkelijk en goedkoop bio fruit telen is. Echter E. wees er duidelijk op dat zij op hun beurt de hete adem voelen van andere teeltgebieden buiten Italië waar de teelt vlot en goedkoper verloopt. Hij doelde daarbij met name op het Zuidelijk Halfrond. De bedrijfsstructuur in Zuid-Tirol met kleine bedrijven is één van de nadelen.

Nederland

Voor Nederland bericht Harmen Peters over de situatie (bij verlies van de stem van Wouter). Harmen schildert in het kort een beeld van Nederland. Dit jaar een kleinere oogst maar in voller jaar verwachten we toch afzetproblemen. In de supermarkt breekt het product nog onvoldoende echt door. De druk van het importfruit is duidelijk aanwezig. Nederland is toch wat zoekende richting toekomst.

Gemeenschappelijke belangen binnen Europa

Leerzaam om te zien is hoe elk land zijn eigen weg gaat in afzetstructuren, rassenassortiment, etc. Door de verschillen lijkt elk land om zijn eigen aanpak te vragen. Nadrukkelijk is stil gestaan bij de vraag of de markt in een normaal jaar voldoende in evenwicht is. Uit bijna alle teeltgebieden kwamen signalen dat het aanbod de vraag weleens zou kunnen overtreffen. Een direct antwoord op de vraag hoe een gezond marktevenwicht te realiseren is was er niet. Een meer gezamenlijke strategie zou wenselijk zijn.

Het uitwisselen van gegevens en ervaringen in een informele ronde als deze werd als zeer positief ervaren door de deelnemers. Ook het gestructureerd bijeenbrengen van cijfermateriaal zoals ZMP dat doet is heel belangrijk. Ook NL zal meer gegevens hiervoor gaan aandragen. Ondanks het feit dat de verschillende gebieden elkaars concurrenten zijn op de Europese markt ervaart iedereen dat samenwerking noodzaak is. Zolang we nog in een

groeierende markt opereren kan deze het best ingevuld worden wanneer iedereen goed op de hoogte is van de situatie van de anderen. Hiermee wordt voorkomen dat partijen te lang wachten op afzetkansen die niet zullen komen (omdat er ter plekke bijv. meer voorraad is dan gedacht) om vervolgens het fruit geforceerd elders te moeten afzetten met alle negatieve bijverschijnselen van dien. Een dergelijke uitwisseling kan ook helpen om de verschillende regio's en individuele producenten zicht te geven op de vraag waar hun kansen liggen in de markt.

Er bestaat behoefte bij de deelnemers om vaker op deze manier bij elkaar te komen, met de uitdrukkelijke wens om dit vrij informeel te houden. In een dergelijke bijeenkomst zou dan ook kunnen worden gesproken over keuze van nieuwe rassen en het ontwikkelen van nieuwe markten zoals het "openbreken" van het supermarktkanaal. Naar aanleiding van de presentatie van Oostenrijk kwam het voorstel om de Topaz-kring wat uit te breiden zodat hier de algemene problemen ook kunnen worden besproken. Een aantal van de aanwezigen nemen al deel aan deze groep. Nederland zal vertegenwoordigd gaan worden door W. v. Teeffelen.

4 Bijlage: toelichting bij de foto's op de kaft.

Deze foto's zijn bedoeld om een beknopt beeld te schetsen van de zeer diverse manieren waarop telers en handelaren zich presenteerden op de beurs.

Foto 1 (voorpagina)

De stand van Prisma met een beperkt sortiment appels en peren, posters en foldermateriaal van Prisma en de afzetgroepen Biofruit en Smile Fruit

Foto 2 (binnenkant voorpagina, bovenaan)

Het franse bedrijf Coteaux Nantais dat zich nadrukkelijk profileert als een zelfstandig Biologische Dynamisch

bedrijf met een heel breed sortiment appels en peren en een veelheid aan verwerkte producten met het Demeter merk.

Foto 3 (binnenkant voorpagina, midden)

Venusta: Een kleine groep van telers uit Vinschgau, Zuid-Tirol met een opvallend zelfgebouwde stand. Profileren zich als Demeter bedrijven en willen niet alleen hun product maar ook hun bedrijven laten zien. Telers steeds nadrukkelijk zelf aanwezig om toelichting te geven.

Foto 4 (binnenkant voorpagina, onderaan)

De stand van ViP Service, een organisatie van een grote groep biologische telers uit Vinschgau. Zetten vooral een merk neer en presenteren een smetteloos product. De teler achter het product is hier nadrukkelijk niet zichtbaar.

Foto 5 (binnenkant achterpagina, bovenaan)

Bioland Süd Tirol. In deze stand ook weer een groot display van smetteloos fruit tegen een decor van een prachtige natuur. Mooi fruit uit een schone omgeving.

Foto 6 (binnenkant achterpagina, midden)

Ökobo, een vermarkingsorganisatie uit het Zuid-Duitse Bodensee gebied. Binnen de stand ook ruimte gemaakt voor twee grote zelfstandige teler-handelaren. Een opvallende en strakke inrichting met relatief weinig fruit. Opvallend was dat het getoonde fruit geen smetteloos uiterlijk had maar meer een mooie doorsnede toonde van datgene dat je van biologische appels uit dat gebied kunt verwachten.

Foto 7 (binnenkant achterpagina, onderaan)

Öko-Obstbaugruppe Nord-Deutschland. Een heel bescheiden stand met een klein maar goed display van de verschillende rassen die men levert. Hieronder de oude rassen als Elstar, Boskoop en Hosteiner Cox maar ook een aantal nieuwe schurftresistente rassen.