

Verkoop biologisch food flink in de lift

29-10-2015 14:00

Nederlandse consumenten hebben vorig jaar meer geld uitgegeven aan biologische foodproducten. In 2014 werd voor 1,2 miljard euro gespendeerd aan biologische voeding. Dat is een stijging van zes procent ten opzichte van het jaar daarvoor, zo blijkt uit de [Monitor Duurzaam Voedsel 2014](#).

De bestedingen aan duurzame foodproducten in het supermarktkanaal stegen tussen 2013 en 2014 met drie procent naar 1,472 miljoen euro. Speciaalzaken zagen de bestedingen met vier procent toenemen naar 339 miljoen, terwijl dat bij onder meer horecagelegenheden op 803 miljoen ligt. Biologische producten zijn inmiddels goed voor een marktaandeel van circa vier procent in het Nederlandse retailkanaal.



IMAGE
NOT
FOUND

Supermarkten bouwen hun biologisch assortiment vooral sinds de zomer van 2014 uit, ziet directeur Bavo van den Idsert van brancheorganisatie Bionext. Daarnaast brengen supermarkten hun biologische producten meer onder de aandacht van klanten. Van den Idsert wijst op de groene schapkaartjes van Albert Heijn. "Hierdoor konden klanten deze producten eenvoudiger vinden en nam de omzet toe." AH en Jumbo hebben daarnaast dit jaar biologische huismerken geïntroduceerd. Hierdoor stijgt de omzet in het segment verder, verwacht Bionext.

Speciaalzaken kiezen voor een scherpere positionering om zich te onderscheiden ten opzichte van het groeiende bio-assortiment bij supers. "Formules positioneren zich als honderd procent biologische supermarkt of de klant als aandeelhouder", aldus Van den Idsert. Die ontwikkeling zet dit jaar volgens hem door.