

BIO-Monitor

Cijfers en trends

'06

Jaarrapport



TASK FORCE
MARKTONTWIKKELING
BIOLOGISCHE
LANDBOUW



BIOLOGICA

LEI Wageningen UR

Het Landbouw Economisch Instituut (LEI) verricht maatschappij-wetenschappelijk onderzoek op het gebied van de productie en het gebruik van voedsel en groene ruimte. Het LEI levert expertise en informatie ter verbetering van de besluitvorming bij overheid, bedrijven en bij economische en maatschappelijke organisaties.

Auteur en contactpersoon: Johan Bakker. Telefoon: (070) 335 81 84.

IRI

Information Resources (IRI) is de enige aanbieder van gescande retaildata die het totale supermarktassortiment, inclusief vers, in kaart brengt. Tevens is IRI actief in het drogisterijkanaal en in het convenience-kanaal. Information Resources helpt klanten succesvolle marketing en sales beslissingen te nemen.

Contactpersoon: Heleen Snelting, telefoon 0418 57 09 26.

GfK

Panel Services Benelux is businesspartner in consumenteninformatie en -kennis. Gericht op commerciële vraagstukken van vandaag en morgen. Kennis over markten, marketing en consumenten wordt verenigd in de dienstverlening opdat er resultaat- en consumentgericht beslissingen genomen kunnen worden.

Contactpersoon: Henri van Hassel, telefoon 0162 38 43 94.

Skal

Stichting Skal is door het Ministerie van LNV aangewezen als toezichhouder op de biologische productie. Skal certificeert en is eindverantwoordelijk voor de controle op biologische productie en producten en houdster van het EKO-keurmerk.

Contactpersoon: Chris Maan. Telefoon: (038) 426 81 81.

LNV

Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) stimuleert marktvergroting biologische landbouw vanuit de regeringsdoelstelling om in 2010 op 10% van het landbouwareaal biologisch te produceren. Afgeleide doelstelling is 5% consumentenbestedingen biologische producten eind 2007. Het ministerie heeft in dit kader opdracht gegeven tot het opstellen van het BIO-Monitor jaarrapport en kwartaalrapportages en draagt zorg voor de financiering van dit project. Dit jaarrapport is opgesteld door het LEI, met gebruikmaking van gegevens van marktonderzoekbureaus IRI en GfK en data van Stichting Skal.

Task Force MBL

Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw is een samenwerkingsverband tussen Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), LTO Nederland, Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI), Rabobank Nederland, Triodos Bank, Veneca, Biologica en een aantal maatschappelijke organisaties -verenigd in het Deelconvenant Maatschappelijke Organisaties- om met behulp van overheidsmiddelen, gezamenlijk te werken aan 5% consumentenbestedingen biologische producten eind 2007.

Contactpersoon: Monica de Heide, telefoon 073 528 66 33.

Biologica

Biologica is de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding en uitgever van de publieksversie van de BIO-Monitor 2006. Gezamenlijk werken biologische boeren, handelaren, verwerkers, detaillisten en maatschappelijke organisaties aan het vergroten van de bekendheid van het biologische product, aan de groei van de markt en de kwaliteit van de biologische productiemethode. Biologica is organisator van de Landelijke Open Dagen bij de biologische boer, en uitgever van het receptenblad Smaakmakend, de BIO-gids met alle verkooppunten van biologische producten in Nederland en de Bio-Monitor. Biologica is voorts initiatiefnemer van de publiekscampagnes Adopteer een Kip en Adopteer een Appelboom en coördinator van de Week van de Smaak. Kijk voor meer informatie op www.biologica.nl.

Contactpersoon: Jasper Vink, telefoon 030 233 99 70.



BIO-Monitor

Cijfers en trends



Jaarrapport 2006

Inhoud

Voorwoord	3
Hoofdstuk 1 Marktomvang en distributiekkanalen biologische voeding	4
1.1 Marktomvang biologische voeding	4
1.2 Distributiekkanalen biologisch	5
1.3 Internationale marktontwikkelingen	6
Hoofdstuk 2 Marktomvang biologisch in de cateringsector	8
2.1 Catering algemeen	8
2.2 Catering binnen de overheid	9
Hoofdstuk 3 Consumenten van biologische voeding	10
3.1 Effect van prijsverlaging op het koopgedrag van biologische consumenten	10
3.2 De campagne 'Proef de aandacht en win een sterrendiner bij je thuis'	11
Hoofdstuk 4 De biologische land- en tuinbouw	12
4.1 De Nederlandse land- en tuinbouw	12
4.2 De biologische land- en tuinbouw	12
4.3 Aantal biologische bedrijven	14
4.4 Biologische landbouw in de Europese Unie	15
4.5 Biologische landbouw wereldwijd	15
Hoofdstuk 5 Biologische AGF-producten	16
5.1 Biologische AGF-producten algemeen	16
5.2 Biologische aardappelen	17
5.3 Biologische groenten	18
5.4 Biologisch fruit	19
5.5 Biologische paddestoelen	21
Hoofdstuk 6 Biologisch vlees	22
6.1 Biologisch vlees algemeen	22
6.2 Biologisch varkensvlees	22
6.3 Biologisch rundvlees	23
6.4 Biologisch pluimveevlees	23
6.5 Biologische eieren	24
Hoofdstuk 7 Biologische zuivel	26
7.1 Biologische zuivel algemeen	26
7.2 Biologische melkveehouderij	27
7.3 Biologische geitenhouderij	28
Hoofdstuk 8 Biologisch brood	29
8.1 Biologisch brood algemeen	29
8.2 Biologische granen	29
Hoofdstuk 9 Biologisch overig food en sierteelt	30
9.1 Biologisch overig food	30
9.2 Biologisch gekweekte vis	30
9.3 Biologische wijn	30
9.4 Biologische sierteelt	31
Kaart biologische landbouw in Europa	33
Samenvatting en verantwoording	34

Voorwoord

Nog net geen dubbele groeicijfers, maar na enkele wat mindere jaren kun je voor de biologische sector toch echt van een nieuwe lente spreken. Daarmee bevestigen we het beeld in landen als Duitsland en Engeland waar biologisch ook 'hot' is.

De toename van de verkopen van vooral biologische versproducten is het afgelopen jaar ook gestimuleerd door de enorme aandacht in bladen en op televisie voor koken met natuurlijke ingrediënten. Nieuwe doelgroepen zijn juist op dit soort verbindende thema's als smaak en gezondheid te vinden. De campagnes van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw hebben daar met 'Proef de aandacht' goed op ingespeeld.

Opvallend is dat de groei van gemiddeld 9,4% zich ongeveer gelijkelijk afspeelt in alle segmenten: supermarkten, speciaalzaken, catering en huisverkoop.

Er zijn in 2006 veel nieuwe verkoopformules ontstaan die nieuwe klantengroepen op innovatieve wijzen weten te bereiken. Deze ondernemers laten met hun investeringen zien dat zij vertrouwen hebben in de biologische afzet, en ook zij zullen de markt de komende jaren verder vooruit stuwen. Daarvoor zijn natuurlijk wel landbouwproducten nodig, en het is zaak dat alle schakels in de keten er aan werken dat steeds meer boeren investeren in de vergroting van het biologische aanbod.

Want terwijl de omzetten vooral in Europa en Noord-Amerika razendsnel toenemen, stagneert in een aantal landen de omschakeling naar biologische bedrijfsvoering, ook in Nederland. Hierdoor is er een schaarste aan grondstoffen ontstaan. Om de markt voor biologisch voedsel duurzaam te ontwikkelen, moet de voedselproductie waar mogelijk aan regionale afzet worden verbonden. Gelukkig ontstaan in ons land - in navolging van Britse supermarkten - ook de eerste impulsen vanuit ketenpartijen om boeren te motiveren tot omschakeling. Interessant is dat ook grote steden als Londen en Amsterdam strategieën ontwikkelen om het voedsel voor de stad weer meer te koppelen aan boeren en tuinders in de directe omgeving.

Het zou mooi zijn als we volgend jaar dubbel-dubbele groeicijfers kunnen laten zien, voor de omzet van biologisch voedsel en van omschakelende biologische boeren.

Bert van Ruitenbeek
Directeur Biologica

1 Marktomvang en distributiekanaal biologische voeding

1.1 Marktomvang biologische voeding

De consumentenbestedingen aan biologische voeding zijn in 2006 gegroeid tot € 460,3 miljoen. Dit betekent een stijging van 9,4% ten opzichte van 2005.*

Het marktaandeel van de biologische voeding in Nederland was, op basis van de consumentenbestedingen, in het begin van 2006 al uitgekomen op 1,9% en dat blijft zo. Voor alleen de versgroepen (voor biologisch zijn dit de belangrijkste producten) stijgt het marktaandeel van 2,7% in 2005 naar 2,8% in 2006.

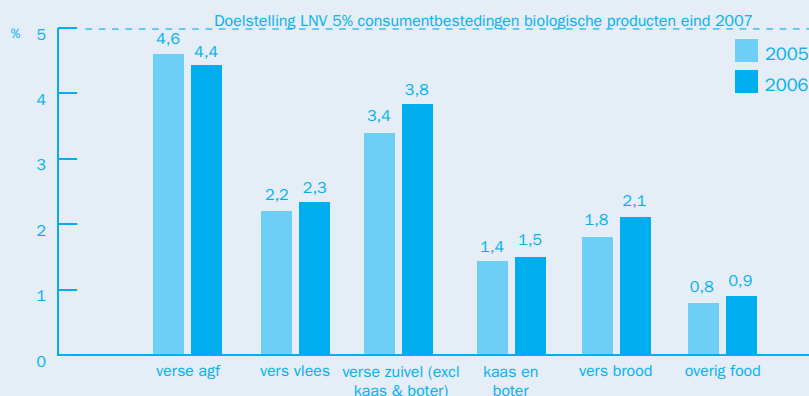
De biologische omzet groeit drie keer zo snel als de totale omzet. De consumentenbestedingen aan de totale voeding bedragen in Nederland in 2006 € 24,6 miljard. (Bron: IRI/GfK). Deze zijn daarmee 3% gestegen ten opzichte van 2005. In de supermarkten is de totale omzet tussen 2005 en 2006 gestegen met ruim 4%. In de overige verkoopkanalen daalde de omzet met 3,7%.

Bijna alle productgroepen hebben een hoger marktaandeel dan vorig jaar. Alleen AGF laat, als gevolg van hogere totaalverkopen, een lichte daling van het marktaandeel voor biologische AGF zien.

Dit is een gevolg van gestegen prijzen door slechte oogst. Vooral bij aardappelen speelde dit een rol.

* De cijfers over 2005 zijn herzien. In dit rapport wordt alleen over de nieuwe cijfers gesproken. Verdere toelichting in de verantwoording.

Marktaandeel van biologische voeding per productgroep (%)



De verdeling van de consumentenbestedingen aan biologische voeding over de verschillende productgroepen geeft het volgende beeld:

Verdeling van de consumentenbestedingen aan biologische voeding over productgroepen (%)

	Biologische voeding		Totale voeding	
	2005	2006	2005	2006
Verse AGF	33,3	32,5	12,8	13,9
Verse zuivel en eieren	18,6	18,7	12,8	12,7
Vers vlees, vleeswaren en vleesvervangers	19,6	18,6	16,9	16,5
Vers brood	6,1	6,3	5,8	5,7
Kant-en-klare maaltijden en overig food	22,4	23,8	51,7	51,3

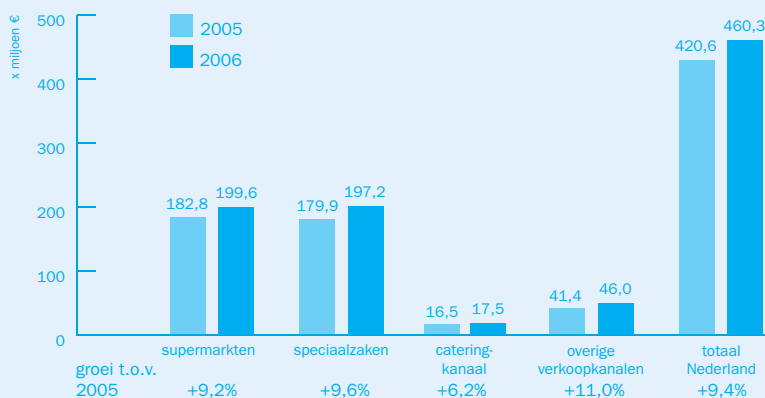


Het omzetaandeel van biologische zuivel, brood, kant-en-klare maaltijden en overig food is gestegen ten opzichte van 2005. Verse AGF en vers vlees zijn gedaald. In vergelijking met de omzetverdeling binnen de totale voeding (gangbaar plus biologisch) is zichtbaar dat de biologische voeding een sterkere positie heeft binnen de verse productgroepen. Meer dan de helft van de consumentenbestedingen binnen de totale voeding vindt plaats binnen kant-en-klare maaltijden en overig food.

1.2 Distributiekanaalen biologisch

De vraag naar biologische producten groeit binnen alle verkoopkanalen. In 2006 wordt het grootste deel van de consumentenbestedingen behaald in de supermarkten, gevolgd door de speciaalzaken en de overige kanalen. Binnen de supermarkten stegen vooral de discounters, met ruim 26%, hard. Kijken we naar alle supermarkten, dan valt op dat de omzet in 2006 elk kwartaal is toegenomen: van 2% omzetgroei in het eerste kwartaal, naar 8% in het tweede en derde kwartaal, naar 14% in het laatste kwartaal. Binnen de speciaalzaken stegen de biologische slagerijen met 12% bovengemiddeld. De consumentenbestedingen binnen de cateringsector stegen met 6,2%. De meerjarig lopende contracten maken het binnen dit verkoopkanaal lastig om snel(ler) om te schakelen. In 2006 is de verkoop van biologische producten via Internet opnieuw sterk gegroeid, met ruim 13%. De verkopen in boerderijwinkels groeiden in 2006 ruim 15% ten opzichte van 2005.

Omzet biologisch per afzetkanaal (€ x mln.)



Speciaalzaken: natuurvoedingswinkels, reformwinkels en biologische slagerijen.

Overige verkoopkanalen: boerderijverkoop, boerenmarkten, webwinkels, abonnementsystemen, horeca, etc.

Marktaandelen distributiekanaalen (%)

	2005	2006
Supermarkten	43,5	43,4
Speciaalzaken	42,8	42,8
Cateringkanaal	3,9	3,8
Overige kanalen	9,8	10,0

De marktaandelen zijn redelijk stabiel vanwege groei in alle verkoopkanalen. Verschuiving wordt veroorzaakt door enig verschil in groeipercentages. In 2006 is ruim 6% van de supermarktmet aan biologische voedingsmiddelen verkocht bij discounters. In 2005 was dit nog 5,5%.

Marktomvang en distributiekkanalen biologische voeding

Het aantal natuurvoedingswinkels steeg van 232 in 2005 naar 237 in 2006. Het aantal winkels dat is aangesloten bij NWO, de grootste franchiseorganisatie, bleef tussen 2005 en 2006 onveranderd met 71 winkels. Daarnaast zijn er nog biologische natuurvoedingswinkels verbonden aan de versgroothandels Odin en Udea en zijn er ongeveer 125, meestal wat kleinere, zelfstandige winkels.

Het aantal biologische slagerijen komt in 2006 uit op 28. Eind 2006 zijn er hiervan 13 aangesloten bij de franchiseorganisatie De Groene Weg en 15 slagerijen zijn als onafhankelijken actief.

In 2006 zijn er in Nederland 36 boerenmarkten actief. Het aantal kramen per markt varieert sterk, van circa 10 tot maximaal 35.

Momenteel zijn er 134 aanbieders van biologische voedingsproducten via Internet bij Biologica geregistreerd. Als gevolg van de acties 'Adopteer een kip' en 'Adopteer een appelboom', van Biologica, zijn in 2006 bijna 210.000 dozen biologische eieren van 6 stuks, en ruim 30.000 kg appels door consumenten afgehaald. Er zijn in 2006 circa 400 biologische boerderijwinkels in Nederland.



Renée Bergkamp, Directeur-Generaal van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

De consumentenbestedingen aan biologische producten zijn in 2006 sterk gegroeid. De verwachting is dat de groei in 2007 en ook daarna verder gaat. LNV draagt zijn steentje bij door in 2007 voor 100% biologische catering aan te bieden. Nog belangrijker is dat Rijksbreed het besluit is genomen om in alle bedrijfsrestaurants van het Rijk 40% biologisch te cateren in 2010. Verder hebben we, tegen de verwachting in, in Brussel voor elkaar gekregen dat ingrediëntenetiquettering mogelijk is vanaf 2009. Dit betekent dat fabrikanten het gebruik van enkele biologische ingrediënten in niet-biologische, samengestelde producten onder voorwaarden zichtbaar mogen vermelden in de ingrediëntenlijst. Veel gehoorde kritiek over biologisch is dat het te duur is. Maar ligt het echt alleen aan de prijs? In een grootschalig onderzoek, waarbij in de winkels van tien gemeenten onderzoek is gedaan naar het koopgedrag van

consumenten, blijkt dat dit genuanceerder ligt. Met prijsverlaging alleen wordt de convenantdoelstelling, 5% aan consumentenbestedingen, niet gehaald. Smaak en beleving spelen ook een grote rol. Het laatste convenantjaar is nu aangebroken. Maar stoppen met de aandacht voor biologisch doen we niet. Dit jaar wordt door alle convenantpartners extra geïnvesteerd om verkoop van en kennismaking met biologische producten te stimuleren met proeverijen, kortingsacties en mediacampagnes. In 2007 wordt de aanpak van het programma Biologische Landbouw geëvalueerd en worden de contouren van mogelijk nieuw beleid verkend.

1.3 Internationale marktontwikkelingen

Biologisch is ook wereldwijd de snelst groeiende sector binnen de voedingsmiddelenbranche. Wereldwijd is de omzet voor biologische producten sinds 2001 verdubbeld. In 2006 ligt deze rond de 40 miljard dollar. In 2003 was dit nog 33 miljard dollar. De twee grootste markten voor de consumptie van biologische producten liggen in Europa en Noord-Amerika. Ze zijn samen goed voor 97% van de wereldwijde omzet. Op beide markten is de vraag in alle productgroepen groter dan het aanbod. Vanuit de overige regio's groeit inmiddels de import van biologische producten. In Zuid-Amerika en Azië zie je dan ook de productie en arealen toenemen. De biologische omzet in Europa was in 2005 circa 14,2 miljard euro. De omzet is tussen 2004 en 2005 gegroeid met circa 15%. De landen met de meeste groei waren Tsjechië met 33%, het Verenigd Koninkrijk



met 29% en Spanje met 20%. In de nieuwe lidstaten is nog geen grote eigen biologische markt. Wel is te zien dat het areaal biologische landbouw toeneemt en ook de export.

De sterkste groei in Europa vindt plaats in biologische supermarkten. Voorbeelden hiervan zijn de grensoverschrijdende introductie van BIO-Planet vanuit België naar Nederland, Basic vanuit Duitsland naar Oostenrijk, Denn's in Oostenrijk, NaturaSi in Spanje en Oostenrijkse biologische supermarkten die naar Tsjechië gaan.

Ontwikkelingen in Europese landen

	Omzet 2005 (x € 1 miljoen)	Marktaandeel 2005 (%)	Jaarbesteding per inwoner in €
Duitsland	3.900	3,0	47
Verenigd Koninkrijk	2.332	1,3	39
Italië	2.400	1,6	42
Frankrijk	2.200	1,1	37
Zwitserland	793	4,5	103
Nederland	420	1,8	26

Hoewel Duitsland en Zwitserland in de buurt komen, heeft geen van deze landen een marktaandeel van 5% gehaald. Voor zover het marktaandeel van Europese landen bekend is, kan geconstateerd worden dat Nederland het met 1,8% in 2005, goed doet.*

De omzet in Europa wordt vooral gerealiseerd in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië en Frankrijk. In deze vier landen wordt 75% van de Europese omzet behaald. De Duitse en Britse markten groeien het hardst in Europa.

Duitsland is goed voor 27% van de Europese biologische verkopen. Er zijn ongeveer 250 biologische supermarkten. Dit worden er nog steeds meer. In de supermarkten is het biologische aanbod toegenomen. 90% van de huishoudens in Duitsland kocht in 2006 minstens één biologisch product. Er is sprake van extreme groei in de discounters. De vraag overstijgt het aanbod. In Duitsland is de groei het hoogst bij de discounters en de conventionele supermarkten.

Het Verenigd Koninkrijk is goed voor 16% van de Europese biologische verkopen. Tussen 2004 en 2005 is de markt gegroeid met 29%. 65% van de consumenten koopt wel eens biologische producten en is op zoek naar kwaliteit en verantwoorde voeding. De attitudeverandering van de Britse consumenten is een reactie op de obesitasproblematiek en milieu-issues door global warming. Supermarkten hebben 76% van de biologische omzet, maar de speciaalzaken en de directe verkopen groeien snel.

In Italië is sprake van stabiele groei. 17% van de Europese omzet wordt in Italië gerealiseerd. De speciaalzaken zijn de snelste groeiers, hebben ruim 60% marktaandeel en behouden dat door vergroting en modernisering van de winkels. De biologische supermarkten breiden uit. De conventionele supermarkten hebben het moeilijk. In Italië worden bij discounters geen biologische producten aangeboden. Wel worden er 1 miljoen biologische maaltijden per dag in de cateringsector afgezet.

In Frankrijk is sprake van een omzetgroei van rond de 9,5% per jaar, tegen een groei van 3,5% voor de gangbare producten. Van de biologische omzet van € 2,2 miljard wordt ongeveer € 1,6 miljard verkocht in super- of hypermarkten. De rest van de omzet wordt behaald in de circa 1.200 speciaalzaken en direct vanaf de boerderij. Frankrijk telt in 2005 circa 11.400 biologische bedrijven.

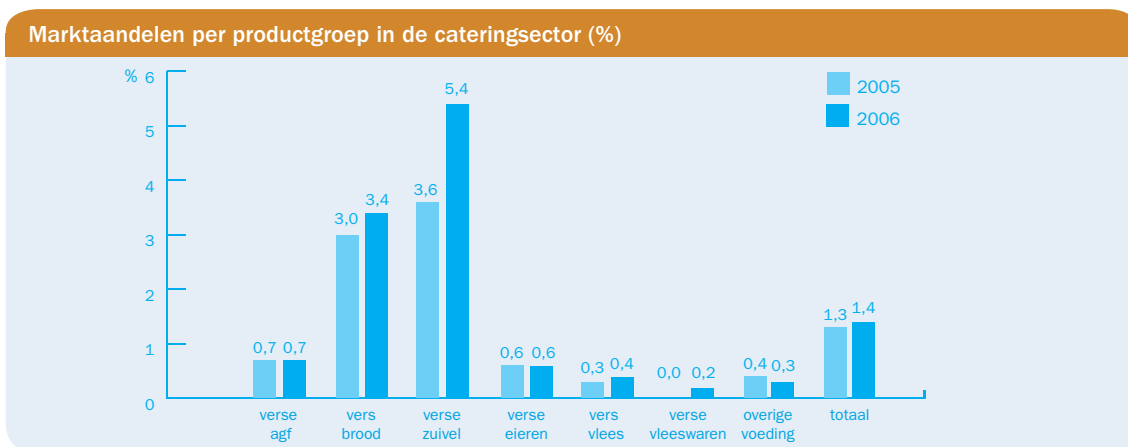
* De wijze van monitoring van biologische producten verschilt sterk per land. Cijfers zijn gebaseerd op marktonderzoek van Fibl in Zwitserland en de universiteit van Wales.

2 Marktomvang biologisch in de cateringsector

2.1 Catering algemeen

De biologische consumentenbestedingen in de cateringsector zijn tussen 2005 en 2006 gestegen met € 1 miljoen naar iets meer dan € 17,5 miljoen. Een stijging van 6,2%. De totale omzet binnen deze sector wordt voor 2006 geraamd* op € 1,3 miljard. Het marktaandeel groeit daarmee van 1,3% naar 1,4%.

Per productgroep is vooral het marktaandeel van biologische zuivel gestegen. Deze stijgt dan ook van 3,6% naar 5,4%. Vrijwel de hele biologische zuivelomzet van bijna € 12 miljoen wordt gerealiseerd door de verkoop van biologische melk.



In de cateringsector wordt de biologische omzet voornamelijk gerealiseerd in bedrijfsrestaurants. Hiervoor worden langjarige contracten afgesloten met de klanten, die het niet mogelijk maken op eigen initiatief grootschalig biologische producten aan het assortiment toe te voegen. Dit verklaart waarom de groei binnen de cateringsector iets achterblijft bij het landelijke gemiddelde.

* De totale omzet van € 1,3 miljard is een voorlopige raming. De definitieve omzet wordt medio 2007 bekend.



Geert van de Ven, Stuurgroep lid namens Veneca

Authentiek eten wordt steeds populairder. Daarmee gaat biologisch steeds meer leven bij zowel bezoekers van de bedrijfsrestaurants als bij de opdrachtgevers voor de leden van Veneca. Dit draagt uiteraard bij aan de realisatie van de opschaling waartoe Veneca zich heeft verplicht. De leden van Veneca zetten zich met enthousiasme in om het doel te bereiken. Het accent ligt vooral op het "ervaren" van het eten. Biologische producten zijn authentieke producten. Ze zijn op een eerlijke manier bereid en smaken zoals ze horen te smaken. In verschillende bedrijfsrestaurants hebben gasten door middel van proeverijen kennis kunnen maken met deze authenticiteit. Op deze manier is getracht om de vraag naar biologische producten te stimuleren. Ook zijn er trainingen georganiseerd voor medewerkers in de bedrijfsrestaurants zodat zij goede voorlichting kunnen geven over de producten. De ervaringen zijn erg positief. Veneca is nu heel goed op weg, en zal met dezelfde aandacht en hetzelfde enthousiasme het laatste jaar van het convenant ingaan.



2.2 Catering binnen de overheid

Biologische catering bij de overheid groeit onder meer doordat biologisch steeds vaker als specifieke eis wordt meegenomen bij aanbestedingen. Deze groei zal de komende jaren verder toenemen. Door uitvoering van de motie Koopmans en De Krom (100% duurzaam inkopen en aanbesteden in 2010 door het Rijk, andere overheden hebben een ambitie uitgesproken van 50%) wordt een grote impuls gegeven aan biologische catering. Eén van de afspraken voor het inkooppakket catering is namelijk dat onder duurzame catering minimaal 40% biologische catering in 2010 wordt verstaan, berekend op inkoopniveau.

Veel ambtenaren eten nu al biologisch. Koploper is het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit in Den Haag. Eind 2006 was de catering daar voor circa 60% biologisch. Op zijn regionale vestigingen varieert het van 7 tot 33%. Bij de andere ministeries variëren de percentages van 0,5 tot 50%. In deze cijfers zijn de warme drankautomaten niet meegenomen. De automaten vallen bij het aanbesteden vaak onder andere contracten dan catering. De automaten hebben echter wel een sterke invloed op het percentage biologische catering, voor zover de cijfers bekend zijn. Deze invloed varieert van een daling van 4% tot een stijging van 36% biologische catering.

Diverse provincies en enkele grote gemeenten willen ook meer biologisch in hun assortiment opnemen. Dit gaat veelal via het cateringcontract, maar ook worden inspanningen verricht bij overheden met catering in eigen beheer.

3 Consumenten van biologische voeding

3.1 Effect van prijsverlaging op koopgedrag van biologische consumenten

In 2006 is, in opdracht van het ministerie van LNV, een prijsexperiment uitgevoerd in Nederlandse supermarkten. In het experiment is nagegaan wat de invloed is van prijsverlagingen op de omzet van biologische producten. Voor acht, vaak verkochte biologische producten, is in 2005 en 2006 gekeken naar de prijsverschillen tussen gangbare en biologische producten, en de effecten als dit prijsverschil kunstmatig wordt verkleind. Daarnaast is consumenten gevraagd naar hun aankoopredenen en hun kennis over de prijzen van biologische producten.

Bestaande kennis over de houding en het gedrag van consumenten met betrekking tot biologische producten werd in het onderzoek op een aantal punten bevestigd. Een aantal conclusies uit het onderzoek:

- Consumenten zeggen bereid te zijn 20 tot 25% meer te betalen voor biologische producten. Deze hebben dus een meerwaarde voor de consument.
- De beeldvorming van consumenten over biologische producten wijkt af van de aankoopredenen die zij hebben om een specifiek product te kopen. Hoewel de consumenten biologische producten in verband brengen met maatschappelijke kenmerken als milieu- en diervriendelijk, worden de biologische producten, net als gangbare producten, vooral gekocht om hun gebruikskenmerken lekker en gezond.
- Consumenten kopen meer biologische producten als het prijsverschil afneemt.
- Producten met het grootste prijsverschil (voor aanvang van het onderzoek) verkopen harder naarmate het prijsverschil kleiner wordt.

In het onderzoek is de prijselasticiteit van acht biologische producten gemeten. De prijselasticiteit van de vraag meet met welk percentage de vraag naar een product verandert als de prijs met één procent toeneemt. De prijselasticiteit is bepaald op basis van de gemiddelde prijs en de gemiddelde verkopen van de onderzochte producten in de onderzochte periode.

Prijselasticiteit van de vraag naar biologische producten

Aardappelen	-1,31
Champignons	-2,03
Eieren	-0,99
Melk	-1,78
Muesli	-1,19
Rijst	-1,65
Rundergehakt	-2,02
Varkensvlees	-1,01

De elasticiteit ligt ruwweg tussen de -1 en -2. Dit betekent dat als de prijs met 1% afneemt, de vraag naar biologische producten met meer dan 1% toeneemt.



3.2 De campagne 'Proef de aandacht en win een sterrendiner bij je thuis'

Om de verkoop van biologische producten te stimuleren heeft de Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw in oktober 2006 een campagne uitgevoerd met de naam 'Proef de aandacht en win een sterrendiner bij je thuis'. Consumenten werden opgeroepen drie biologische producten aan te schaffen. Hiermee konden zij een diner winnen, dat thuis bij hen door een sterrenkok zou worden verzorgd.

Onderzoek naar de effecten van de campagne laten onder meer de volgende conclusies zien:

- 21% van de consumenten die boodschappen doen zegt de actie 'Proef de aandacht en win een sterrendiner bij u thuis' te kennen. Van de groep light-users is 18% bekend met de actie.
- 57% van hen heeft over de actie gehoord via een tv-programma.
- Het gebruik van topkoks draagt bij aan de geloofwaardigheid van de actie. In totaal vindt 45% van de boodschappers het (zeer) geloofwaardig dat in de actie biologische producten door topkoks worden aanbevolen.



Klaas van den Doel, Stuurgroep lid namens CBL

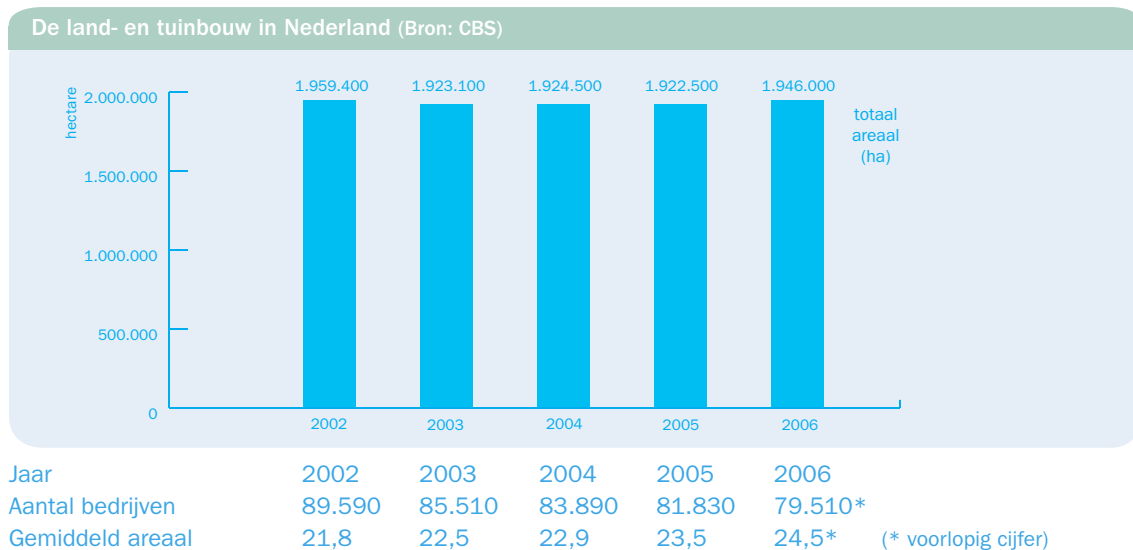
Het CBL is blij dat er in vrijwel elke supermarkt in Nederland biologisch wordt verkocht. Supermarkten zijn nou eenmaal geen charitatieve instellingen, dus dat de consument er volop biologisch kan kopen, wil zeggen dat biologisch een volwassen segment begint te worden. Voordat we met de andere convenantpartijen echt de balans gaan opmaken, gaan we er nog een jaar volop tegenaan. Uit de nu gepubliceerde cijfers blijkt alweer dat de groei van de verkoop van biologische producten verder gestegen is. De voorbije jaren hebben zich toch vooral gekenmerkt door economische tegenwind en een consument die de hand op de knip hield. Desondanks hebben supermarkten volgehouden in het aan de man brengen van biologisch. Met name op vers-gebied is dat goed gelukt. Je kunt wel stellen dat supermarkten de markt voor biologisch hebben opengetrokken. Nu wordt het tijd dat ook fabrikanten aan de slag gaan met biologische producten of producten met biologische

ingrediënten. Voor mooie, lekkere en duurzame producten is altijd plaats. En last but not least een oproep aan de achterbannen van de diverse maatschappelijke organisaties: Doe uzelf een plezier, maak de samenleving duurzamer, koop biologisch!

4 Biologische land- en tuinbouw

4.1 De Nederlandse land- en tuinbouw

Het aantal agrarische bedrijven in Nederland 2006 is al een aantal jaren aan het afnemen. Tussen 2005 en 2006 nam het aantal bedrijven opnieuw af met 2,8%. De bedrijven die overblijven zijn gemiddeld steeds groter. Het totale areaal land- en tuinbouw komt uit op ruim 1,9 miljoen ha. De gemiddelde bedrijfs grootte komt daarmee voor de gehele land- en tuinbouw uit op 24,5 ha.



4.2 Biologische land- en tuinbouw

Het biologische areaal land- en tuinbouw in Nederland is in 2006 gedaald met 341 ha tot 48.424 ha per eind 2006. Net als de laatste jaren vindt biologische productie plaats op 2,5% van de Nederlandse land- en tuinbouwgronden. De land- en tuinbouwbedrijven zijn de laatste schakel die reageren op een aantrekkende vraag. Door minder goede ervaringen uit het verleden is er bij de land- en tuinbouwbedrijven echter een wat afwachtende houding ontstaan. In de afgelopen jaren is er in de biologische land- en tuinbouwbedrijven ook enige reservecapaciteit in de productie opgebouwd. Een voorbeeld hiervan is dat graslanden al wel biologisch gecertificeerd waren, terwijl de melk van de koeien nog op een wachtlijst stond en als gangbaar werd verkocht. De vraag naar biologische producten is in Nederland in 2006 zover gegroeid dat alle reservecapaciteit verdwenen is. Bij melk zijn de wachtlijsten weg en is de hoeveelheid geïmporteerde melk meer dan verdrievoudigd. Stichting Skal rapporteert tussen 2005 en 2006 dan ook een toename van het areaal gecertificeerd grasland met bijna 200 ha.

De daling in 2006 van het totale areaal biologisch is voor een groot gedeelte terug te vinden in de daling van het areaal AGF met bijna 500 ha. In Flevoland daalde het areaal AGF in 2006 met ruim 460 ha. De afgelopen jaren is de productie van biologische groenten nogal moeizaam verlopen. Hierdoor is een aantal bedrijven met biologische groenten gestopt, terwijl de aantrekkende markt nu juist om meer biologische producten vraagt. In 2006 zijn de resultaten van biologische groentenbedrijven weer goed te noemen. De uitbreiding in areaal, die nodig is om aan de vraag te kunnen blijven voldoen, vindt momenteel plaats bij bestaande biologische groentenbedrijven.



Areaal (ha) biologische landbouw in 2006, per provincie, uitgesplitst naar gewasgroep

(Bron: Stichting Skal, bewerking LEI)

Provincie	AGF	Graan	Gras	Voedergewas	Braak (groen)	Overig	Totaal
Flevoland	2.870	1.454	1.266	1.058	327	261	7.236
Gelderland	368	834	4.493	460	169	93	6.417
Overijssel	135	563	2.855	217	50	1.665	5.485
Friesland	194	128	5.005	45	54	52	5.478
Noord-Brabant	605	482	3.667	331	119	105	5.309
Noord-Holland	255	177	3.964	116	25	28	4.565
Groningen	192	433	3.253	178	88	39	4.183
Drenthe	78	490	2.636	74	101	51	3.430
Zuid-Holland	471	154	1.644	82	30	26	2.408
Utrecht	87	125	1.635	111	15	34	2.007
Zeeland	510	202	180	88	74	11	1.065
Limburg	100	126	504	74	18	20	842
Totaal Nederland	5.865	5.168	31.102	2.834	1.070	2.385	48.424

AGF = aardappelen, groente (glas en open) en fruit - Gras = grasland en natuurlijk grasland - Braak(groen) = grond die niet beteeld wordt of beteeld wordt met een gewas primair ter verbetering van het betreffende perceel - Voedergewas = voedergewassen zoals snijmaïs, luzerne en veldboon - Overig = natuurbeheer, sierteelt, noten

De meeste uitbreiding vond plaats in Noord-Holland. Daar steeg het biologische areaal met bijna 240 ha in één jaar. Het aandeel kwam 0,2% hoger uit. De grootste daling, met circa 480 ha, vond plaats in Flevoland. Eén groot Flevolands bedrijf is ermee gestopt. Flevoland blijft nog wel de provincie waar het grootste aandeel van de land- en tuinbouwgronden biologisch is, maar het biologische aandeel daalde in Flevoland van 8,5% naar 8%.

Het areaal voedergewas komt in 2006 uit op 2.834 ha. Het werkelijke areaal voedergewas ligt hoger. Dit komt doordat een aantal gewassen niet in zijn geheel als voedergewas is te classificeren. Voorbeelden hiervan zijn graan en groene erwten. Hiervan is bekend dat veel ervan wordt gebruikt als veevoeder. Niet bekend is echter welk deel. Om deze reden worden alleen gewassen waarvan zekerheid bestaat dat het als voedergewas wordt aangewend, gerekend tot de voedergewassen.

Ontwikkeling, naar grootte, van totaal gecertificeerd areaal, naar provincie (Bron: Stichting Skal, bewerking LEI)

Provincie	2004	2005	2006	Mutatie	Aandeel
Flevoland	7.810	7.719	7.236	-6,2%	8,0%
Gelderland	6.227	6.486	6.417	-1,0%	2,7%
Overijssel	5.616	5.874	5.485	-6,6%	2,6%
Friesland	5.352	5.405	5.478	1,4%	2,3%
Noord-Brabant	4.909	5.157	5.309	2,9%	2,0%
Noord-Holland	4.278	4.328	4.565	5,5%	3,4%
Groningen	3.341	4.155	4.183	0,7%	2,5%
Drenthe	4.287	3.280	3.430	4,5%	2,2%
Zuid-Holland	2.458	2.423	2.408	-0,6%	1,7%
Utrecht	1.834	1.935	2.007	3,7%	2,9%
Zeeland	1.077	1.121	1.065	-5,2%	0,9%
Limburg	966	885	842	-4,9%	0,8%
Totaal Nederland	48.155	48.765	48.424	-0,7%	2,5%

Biologische land- en tuinbouw

4.3 Aantal biologische bedrijven

In 2006 daalde het aantal primaire biologische landbouwbedrijven dat is aangesloten bij Stichting Skal, met 20 tot 1.448. Van deze bedrijven zijn er 1.362 gecertificeerd. Deze bedrijven hebben een biologisch areaal of een areaal dat in omschakeling is. In totaal vertrokken 103 primaire bedrijven en 83 bedrijven meldden zich nieuw aan.

De gemiddelde bedrijfsgrootte van het biologische bedrijf komt eind 2006 uit op 35,6 ha. Dit is een stijging van 0,2 ha in vergelijking met een jaar eerder.

Aantal biologische land- en tuinbouwbedrijven in Nederland (Bron: Stichting Skal, bewerking LEI)

	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal aantal primaire bedrijven	1.560	1.522	1.469	1.468	1.448
- Waarvan gecertificeerd	1.233	1.434	1.383	1.377	1.362
- Waarvan niet gecertificeerd	327	88	86	91	86

Bij de gecertificeerde biologische verwerkers, importeurs, handelaren en opslagbedrijven is in 2006 een grote stijging waar te nemen. In 2006 is het aantal aangesloten overige bedrijven met 97 gestegen tot 976. Van deze overige bedrijven zijn 954 gecertificeerd. De grote stijging van deze bedrijven wordt veroorzaakt door een aantrekkende markt en veranderingen in de aansluitplicht voor certificatie. Hierdoor is onder andere het aantal opslagbedrijven gestegen.



Antoon Vermeer, Stuurgroeplid namens LTO Nederland

Voor de biologische sector is het de opgave in de komende jaren Markt en Maatschappij te volgen. Een heel andere uitdaging dan we de afgelopen jaren voorzagen. Nu is het tijd voor investeren. Wij stellen ons voor dat de sector als geheel en de diverse sectoren daarbinnen met het bedrijfsleven een ontwikkelingsplan maken. Als LTO stellen wij ons tot taak partijen bij elkaar te brengen. De overheid nodigen wij uit de ontwikkeling te faciliteren door het verder verdiepen van de opgebouwde kennis en het erkennen van de maatschappelijke diensten die de biologische land- en tuinbouw levert. Zo levert biologisch door haar manier van werken een bijdrage tot verdere verduurzaming van de maatschappij.



4.4 Biologische landbouw in de Europese Unie

Eind 2005 is in de Europese Unie het areaal biologische landbouw gestegen met 0,4 miljoen ha tot 6,3 miljoen ha. Het aandeel van het totale landbouwareaal steeg in 2005 van 3,6% naar 3,9%.

Het areaal biologische landbouw (in ha) in 2005: de top 5 EU-landen (Bron: FIBI, bewerking LEI)

Nr	EU-Land	Eind 2004	Eind 2005	Mutatie	% van totaal
1	Italië	954.361	1.067.102	11,8%	7,0%
2	Spanje	733.182	807.569	10,1%	3,2%
3	Duitsland	767.891	807.406	5,1%	4,8%
4	Verenigd Koninkrijk	690.269	619.852	-10,2%	3,9%
5	Frankrijk	534.037	560.838	5,0%	1,9%

In 2005 steeg in Italië het areaal biologische landbouw het meest, met 110.000 ha. In 2004 daalde het nog met bijna 100.000 ha. In de meeste landen van de top 5, met de grootste arealen biologische landbouw, is sprake van groei. Van de overige landen laat vooral Polen een sterke toename zien. Het areaal biologische landbouw groeit daar met 85.000 ha. In het Verenigd Koninkrijk is er, door het opzeggen van een paar grote Schotse bedrijven, sprake van een daling van 70.000 ha. Het aantal nieuw aangemelde bedrijven in omschakeling is wel gegroeid.

Oostenrijk en Zwitserland blijven in 2005 de Europese landen met het grootste aandeel biologische landbouw, met respectievelijk 14,1% en 10,6%. In beide landen is het aandeel licht gestegen. De grootste stijging van het aandeel biologische landbouw heeft zich voorgedaan in Letland. In 2005 steeg het aandeel van 1,8% naar 4,2%. Op basis van het totale areaal biologische landbouw neemt Nederland binnen de Europese unie de negentiende plek in. Indien gekeken wordt naar het aandeel komt Nederland op de zestiende plaats uit.

4.5 Biologische landbouw wereldwijd

Het areaal biologische landbouw bedroeg wereldwijd eind 2005 ruim 31 miljoen ha, verspreid over meer dan 120 landen en 633.900 bedrijven.

Australië blijft, ondanks een daling, het grootste areaal herbergen. Het overgrote deel hiervan zijn weidegronden. De grootste stijging van het areaal biologische landbouw heeft in USA plaatsgevonden.

Het areaal biologische landbouw (in ha) in 2005: de top 5 landen wereldwijd (Bron: IFOAM, bewerking LEI)

Nr	Land	Eind 2004	Eind 2005
1	Australië	12.126.633	11.800.000
2	Argentinië	2.800.000	3.099.427
3	China	3.466.570	2.300.000
4	USA	889.048	1.620.351
5	Italië	954.361	1.067.102

5 Biologische AGF-producten



Arie van den Brand, Stuurgroep lid namens Biologica

De basis van waaruit de biologische sector verder kan groeien is in 2006 aanzienlijk verbreed. Supermarkt PLUS kwam met een speciale bio-corner, er opende een aantal grotere en modernere natuurvoedingswinkels in de steden, huisverkoopadressen en webwinkels kwamen als paddenstoelen uit de grond, de catering van overheidskantines en belastingkantoren schakelden deels over op biologische voeding - mede dankzij de overheidsafspraken voor een duurzaam inkoopbeleid - en Biologica trof met een groot aantal partners voorbereidingen voor een grootscheepse Week van de Smaak die dit jaar eind september wordt gehouden.

Dankzij het Task Force initiatief zijn partijen de afgelopen jaren nader bij elkaar gekomen. Het komende jaar moet het jaar van de omschakeling worden, waarbij boeren en tuinders tot afspraken komen in de

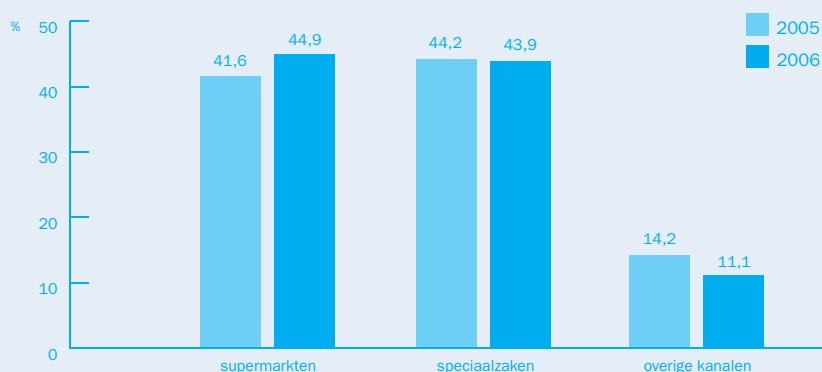
keten voor duurzame afzet. Britse supermarkten nemen nu al het voortouw om boeren te helpen bij omschakeling. De maatschappelijke urgentie voor duurzame landbouw, dierenwelzijn en gezond voedsel neemt toe. Biologica bouwt hierop voort met kennis voor de sector en promotie en beleving voor de consument. Voor groei in de schappen en het areaal.

5.1 Biologische AGF-producten algemeen

De consumentenbestedingen aan biologische AGF-producten zijn gegroeid van € 140,2 miljoen naar ruim € 149,5 miljoen. Toch heeft de biologische AGF licht marktaandeel verloren, vanwege een forse omzetsijging van de gangbare AGF. In 2006 is het marktaandeel van biologische AGF-producten 4,4%, ten opzichte van 4,6% in 2005.

De supermarkten en het natuurvoedingskanaal zetten ongeveer evenveel om op het gebied van aardappelen, groenten en fruit. Ten opzichte van 2005 is de omzet in de supermarkten relatief meer gestegen dan in beide andere afzetkanalen.

Afzetkanalen biologische AGF-producten (%)





5.2 Biologische aardappelen

De omzet in euro's van biologische aardappelen is ten opzichte van 2005 toegenomen. In 2006 bedroeg de omzet € 19,2 miljoen, een stijging van bijna 18%. De biologische aardappelen halen hiermee een markt-aandeel van 4,7%. Vorig jaar lag dit aandeel nog iets hoger. De supermarkten zijn in Nederland de meest populaire plaats om biologische aardappelen te kopen, ruim 80% van de omzet wordt in de supermarkt gerealiseerd.

Het teeltjaar 2006 was door de sterk wisselende weersomstandigheden een moeilijk jaar voor de producenten. De weersomstandigheden hebben ertoe geleid dat de opbrengsten per hectare lager uitvielen dan in het oogstjaar 2005. De productie per hectare bedroeg ongeveer 30 ton, maar na sorteren op de gewenste kwaliteit, komt de nettoproductie naar verwachting niet hoger uit dan 22 ton per ha. Dit is een productie die vergelijkbaar is met de productie van 2005. Het prijsniveau ligt wel boven het niveau van vorig jaar door een kleiner aanbod, bij nagenoeg gelijkblijvende vraag.

Gemiddelde consumentenprijzen voor aardappelen (€ / kg)

	2005	2006
Biologische aardappelen	1,00	1,24
Gangbare aardappelen	0,55	0,78
Prijsverschil	0,45	0,46

Het areaal biologische aardappelen is ten opzichte van 2005 licht afgenomen tot ruim 1.280 hectare. Het merendeel van het aardappelareaal is bedoeld voor de teelt van consumptieaardappelen. De meeste aardappelen worden verkocht als tafelaardappel. Slechts een beperkt deel gaat richting de industrie voor bijvoorbeeld babyvoeding of chips.

Areaal biologische aardappelen (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Pootaardappelen	307	298
Consumptieaardappelen	1.045	970
Zetmeelaardappelen	13	13
Totaal aardappelen	1.365	1.281

De export van biologische aardappelen is in de periode 2005 en 2006 vrij stabiel geweest. Op basis van gegevens van de grote handelshuizen bedraagt de export van biologische aardappelen in 2006 circa 5.000 ton. De biologische aardappelen gaan voornamelijk als tafelaardappel naar Duitsland, Griekenland, het Verenigd Koninkrijk en Zuid-Europa. De import bedraagt in dezelfde periode circa 2.500 ton per jaar. Geïmporteerde biologische aardappelen komen voornamelijk uit Italië, Egypte, Israël en Duitsland.

Biologische AGF-producten

5.3 Biologische groenten

De consumentenbestedingen aan biologische groenten bedroegen in 2006 € 95,1 miljoen. Dit betekent een toename van de omzet met ruim € 6,5 miljoen. In 2006 was het marktaandeel van de biologische groenten 5,8%. In 2005 lag het aandeel nog iets hoger, op bijna 6,0%. Speciaalzaken nemen de helft van de omzet van biologische groenten voor hun rekening.

In 2006 werd er op bijna 600 hectare biologische uien geteeld. Dit is een lichte teruggang in vergelijking met vorig jaar. Ook de andere bewaargroenten zoals winterpeen en sluitkool zijn iets in areaal teruggelopen.

Areaal biologische bewaargroenten (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Winterpeen	551	497
Uien	645	598
Sluitkool	181	184

De arealen van de dagverse en industriegroenten zijn redelijk constant tussen de jaren. Stamsperziebonen is een gewas dat in 2006 op 245 ha geteeld wordt en daarmee het grootste groentegewas. Ook bloemkool en spinazie halen een areaal dat boven de 100 ha ligt.

Op basis van ramingen van het CBS is een vergelijking gemaakt van de productie van biologische groenten ten opzichte van gangbare groenten voor 2006. Producten als krotten, knolselderij, was- en bospeen, prei, rode en witte kool kennen een productie die 50 à 60% bedraagt van de gemiddelde gangbare productie. Broccoli, winterpeen en sperziebonen halen een productieniveau van ongeveer 70 – 75% van de gangbare productie per hectare.

Areaal biologische dagverse en industriegroenten (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Bloemkool	104	109
Broccoli	70	57
Krotten	91	88
Prei	62	59
Spinazie	132	120
Stamsperziebonen	240	245
Was- en bospeen	109	97

Uit het Bedrijven-Informatienet van het LEI blijkt dat, ten opzichte van de periode 2001 – 2004, de resultaten op biologische akker- en groentebedrijven in 2005 iets beter waren. Het gezinsinkomen uit bedrijf is toegenomen, maar blijft nog wel achter op het inkomen van de gangbare akkerbouwbedrijven. De kosten per hectare zijn gestegen, vooral ten gevolge van hogere kosten voor arbeid. Dit kan ook te maken hebben met wijzigingen in het bouwplan richting meer arbeidsintensieve groentegewassen. Gegevens over 2006 zijn nog niet bekend.

In 2005 werden er op ongeveer 70 ha biologische groenten onder glas geteeld. Een groot deel van het areaal wordt bepaald door komkommer, tomaat en paprika. Eenderde van het areaal biologische glasgroenten is te vinden in de provincie Zuid-Holland.



Areaal biologische glasgroenten (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Tomaat	15	20
Komkommer	20	9
Paprika	9	16

De productie per m² is voor de tomatenteelt heel licht gestegen tot ongeveer 40 kilo. Er is wel een ontwikkeling naar meer differentiatie tussen verschillende soorten tomaten, zoals roma- tros- en cherrytomaten. De prijzen van de verschillende typen zijn goed te noemen. De verwachting is daardoor dat het areaal biologische tomaten nog wat verder zal toenemen.

In Nederland geproduceerde tomaten worden voornamelijk geëxporteerd. Er is sprake van een groeiende export van Nederlandse biologische tomaten in de afgelopen drie jaar. Zoals eerder vermeld, worden in Nederland steeds meer bijzondere biologische tomaatvarianten verkocht. Toch blijven consumenten ook biologische tomaten kopen in de losse of trosvariant. Daarnaast is het zo dat biologische tomaten niet gedurende het hele jaar in Nederland worden geproduceerd. Nederlandse gangbare tomaten zijn wel jaar rond op de markt. Daarom is er bij biologische tomaten, naast een groeiende export, ook sprake van een groeiende import.

Tabel 2.1 Handelsstromen van Nederlandse biologische tomaten (in tonnen)

	2005	2006
Productie	7.115	7.341
Consumptie	2.118	2.112
Import	624	1.011
Export	5.621	6.240

Een kilo biologische tomaten kostte in 2005 gemiddeld € 6,15. In 2006 was de gemiddelde prijs voor biologische tomaten gestegen naar € 6,94 per kilo. De gemiddelde verkoopprijs van Nederlandse tomaat (grove trostomaat, losse tomaat) ligt gemiddeld een stuk lager. Hoewel het prijsverschil fors is, dient in ogenschouw te worden genomen dat het aanbod van biologische tomaten uit meer klein verpakte bijzondere soorten, zoals roma- en cherrytomaten, bestaat. Uit de onderzochte gegevens blijkt dat het prijsverschil de afgelopen jaren vrij constant is gebleven.

5.5 Biologisch fruit

In tegenstelling tot de omzet van biologische aardappelen en groenten, is de omzet van biologisch fruit licht gedaald ten opzichte van vorig jaar, tot € 35,3 miljoen. De totale omzet van fruit is juist toegenomen, met 9,5% tot € 1,4 miljard. Dit betekent dat het marktaandeel van biologisch fruit is teruggelopen van 2,8 tot 2,6%. Iets meer dan de helft van de totale biologische verkopen aan fruit wordt gerealiseerd in de speciaalzaken.

Om de biologische appel te promoten is het vanaf 2004 mogelijk om via Biologica een appelboom te adopteren. Consumenten mogen hun eigen biologische oogsten of afhalen bij een natuurvoedingswinkel. In 2006 is op deze manier ruim 30.000 kg appels door consumenten afgehaald.

Biologische AGF-producten

De gemiddelde prijs van biologische appels ligt in 2006 op € 2,23. In 2005 lag dit op € 2,01. Gangbare appels hebben volgens marktexperts een gemiddelde prijs van rond de € 1,35 per kilo. Appel is een product waarvan de consumentenprijzen over de afgelopen jaren vrij constant zijn gebleven. Gegevens over peren of zacht fruit ontbreken.

Het areaal fruit is enigszins gestegen sinds 2005.

Areaal biologisch fruit* (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Appel	275	263
Peer	101	107
Zachtfruit (frambozen, bessen, bramen en druiven)	72	81
Steenfruit en pitvruchten (kersen, pruimen)	13	14
Overige (duindoorn, cranberries** en diversen)	15	14
Totaal fruit	476	479

*) inclusief hoogstamfruit

***) exclusief wilde cranberries

In de biologische fruitteelt worden appels en peren nog vaak via een traditionele teeltwijze op een hoge stam geteeld. Van het biologische appelareaal is minimaal 15% nog hoogstam, voor peer ligt dit met 30% nog hoger.

De vraag naar biologisch fruit neemt toe. Men verwacht zelfs dat er een tekort aan Nederlands hardfruit zal ontstaan. Op Europees niveau neemt het areaal wel toe. Vooral in Duitsland en Italië vindt uitbreiding plaats. Wereldwijd is het areaal met ongeveer 15% gegroeid. In de periode van mei tot september wordt het meeste fruit geïmporteerd. Het uitvalpercentage is te hoog om Nederlands fruit te bewaren tot de nieuwe oogst beschikbaar is. De groothandel verkoopt ongeveer 12 miljoen kg biologische appels, hiervan is minder dan eenderde afkomstig van Nederlandse bodem (Bron: Ekoland 7/8 2006).

In Nederland worden gangbare appels zowel geïmporteerd als geëxporteerd. Dit geldt ook voor de biologische appels. Bepaling van de import is lastig omdat er sprake is van oogstjaren in de productie, terwijl de consumptie op basis van kalenderjaren is bepaald. Ook worden appels opgeslagen. Voorraadmutaties en kwaliteitsverlies kunnen daarom ook de berekening beïnvloeden. Verder is, onder invloed van weersomstandigheden, in de afgelopen jaren sprake geweest van sterk wisselende oogsten. Zo was oogstjaar 2004 een topjaar, terwijl 2005 en 2006 een stuk lager uitkwamen. Tenslotte is er bij appels sprake van handelsproductie en industriële productie, terwijl de consumptie is gebaseerd op verse appels. Wisseling in het aantal ton appels dat voor de industrie wordt gebruikt verstoort ook het marktbeeld.

In onderstaande tabel zijn de handelstromen voor biologische appels weergegeven.

Handelstromen van Nederlandse biologische appels (in tonnen)

	2004	2005	2006
Productie	3.929	2.783	3.172
Consumptie	1.630	2.042	1.909
Export	2.013	893	986
Voorraadmutaties	+286	-152	+277



Elstar is al jaren een veel geteeld gewas, met in 2006 nog 40% van het appelareaal. Na de Elstar is de Santana de meest geteelde biologische appel. Deze heeft nu definitief een plaats in de handel gevonden. De afzet per week van Santana in Nederland, ligt hoger dan van de Elstar. Net zoals bij de gangbare teelt wordt er bij de biologische teelt steeds meer gewerkt met een clubras zoals Evita. Dit is een ras met een resistentie tegen schurft.

De productie van appels bedroeg in 2006 21 ton per hectare. Dit is minder dan het jaar 2004 toen 24 ton per hectare werd geoogst, maar beduidend meer dan in het beurtjaar 2005. De productie per hectare van 2006 was ongeveer half zo groot als het resultaat van gangbare bedrijven. De perenproductie bedroeg in 2006 19 ton per hectare. Dit is een resultaat dat ongeveer gelijk ligt aan het resultaat van 2004. Bij de perenteelt is Conference nog steeds populair, met een aandeel van ruim 50%. Het areaal van het nieuwe ras Concorde is toegenomen tot 15 hectare.

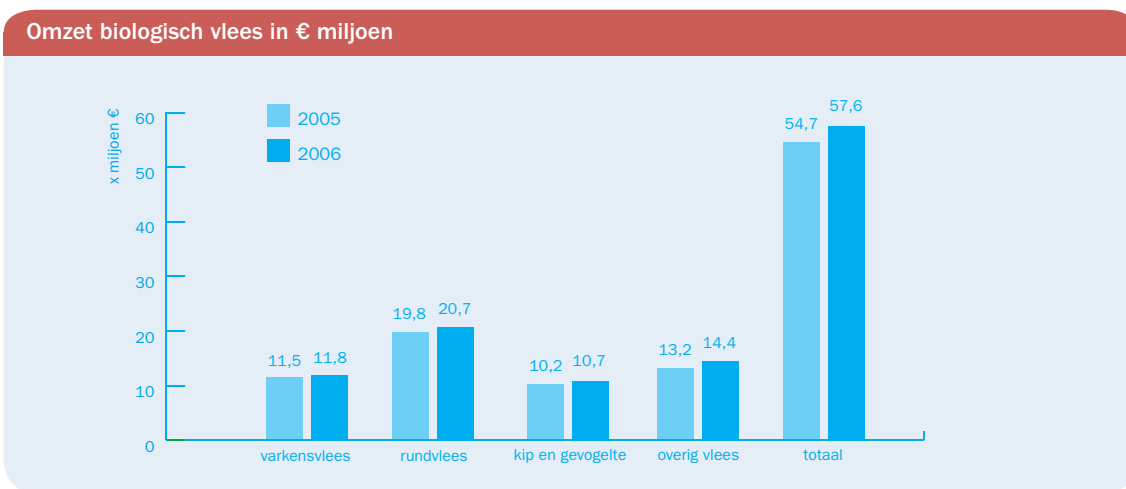
5.6 Biologische paddestoelen

De teelt van biologische paddenstoelen is uitgebreid van 7 naar 10 bedrijven. De vraag naar biologische paddenstoelen is licht toegenomen ten opzichte van 2005. De verhouding tussen de verschillende soorten is daarbij nauwelijks gewijzigd. De meest verkochte soorten biologische paddenstoelen blijven de witte en kastanjechampignons. Momenteel lopen er projecten met diverse schakels uit de paddenstoelketen om de afzet en productie te bevorderen. Men zoekt met name naar nieuwe productmarktcombinaties. Ook het verlagen van de teeltrisico's is een punt van aandacht bij dit project.

6 Biologisch vlees

6.1 Biologisch vlees algemeen

In 2006 zijn de consumentenbestedingen aan biologisch vlees met 5% gestegen naar € 57,6 miljoen. Alle vleescategorieën zagen de omzet stijgen. Omdat de consumentenbestedingen aan gangbaar vlees stagneerden, steeg het marktaandeel van 2,2% naar 2,3%.



Circa 48% wordt afgezet via de biologische slagerijen en andere speciaalzaken. In de supermarkten wordt 40% van de omzet aan biologisch vlees behaald.

De consumentenbestedingen aan biologische vleeswaren zijn in 2006 met 4,7% gestegen ten opzichte van 2005. De omzet in 2006 is € 16,1 miljoen tegen € 15,4 miljoen in 2005. Aan biologische vleesvervangers werd in 2006 ruim € 12 miljoen verkocht. Dit is een lichte daling ten opzichte van 2005.

6.2 Biologisch varkensvlees

De omzet van biologisch varkensvlees groeide in 2006 met 2,5% en komt uit op € 11,8 miljoen. Opmerkelijk is de groei bij de discounters, daar werd maar liefst 2,5 keer zoveel biologisch varkensvlees verkocht als in 2005. Ook binnen de speciaalzaken werd meer biologisch varkensvlees verkocht. Binnen de supermarkten daalde de omzet. Het marktaandeel voor biologisch varkensvlees steeg tussen 2005 en 2006 van 1,65% naar 1,7%.

Het aanbod groeit nu weer licht en bedraagt circa 1.150 slachtvarkens per week. De Groene Weg streeft naar een beheerste groei van de productie van biologisch varkensvlees, om in te spelen op de duurzame groei in de markt. De EU-markt voor biologisch vlees groeit flink, met een verwachte groei per jaar van 10%. Nederland loopt daarbij achter.



6.3 Biologische rundvlees

De omzet van rundvlees in de supermarkten is tussen 2005 en 2006 fors gestegen. In de supermarkten ging de omzet 11% omhoog, naar ruim € 8 miljoen. De omzet bij de discounters lag ook in het biologische rundvlees 4,5 keer hoger dan in 2005.

De omzetten profiteerden deels van de groeiende vraag naar snel bereidbare producten; daarnaast zijn meer supermarktketens biologisch vlees in hun assortiment gaan opnemen en is het aantal verkooppunten toegenomen. De groeiende vraag naar rundvlees heeft in vrijwel alle verkoopkanalen tot hogere omzetten geleid.

Rundvlees kan globaal worden ingedeeld in twee categorieën: snijvlees en draaiproducten. Onder snijvlees wordt verstaan het vlees dat in lappen wordt versneden, zoals biefstuk, runderlappen, sukadelappen etc. Onder het draaivlees vallen onder meer rundergehakt, rundertartaar, hamburgers etc.

Het aanbod van Nederlandse karkassen uit de melk- en vleesveehouderij bedraagt circa 6.000 stuks. Hier van is tweederde uit uitstootkoeien vanuit de biologische melkveehouderij. De kwaliteit van uitstootkoeien is echter maar matig, zodat dit vlees voornamelijk wordt afgezet als gehakt. Van de Nederlandse karkassen blijven er circa 2.500 in Nederland om hier te worden verwerkt. De rest wordt geëxporteerd.



Bart-Jan Krouwel, Stuurgroeplid namens Rabobank Nederland

Het lijkt alsof bio maar niet echt door wil breken. Nu we tegen het einde van de tweede convenantsperiode lopen moeten we constateren dat de doelstellingen helaas nog even buiten bereik blijven. Toch zijn er ook vele successen te benoemen en is er volop brede aandacht voor de bio-sector. Het blijft een kleine, fragiele sector die zich vooral moet onderscheiden met de logische meerwaarde van bio. Het continu verder professionaliseren van de keten en vooral onderscheiden op productniveau vraagt veel aandacht. Het is uiteindelijk de consument die bepaalt of hij bereid is te betalen voor die meerwaarde. Het prijsexperiment heeft uitgewezen dat daar wel degelijk mogelijkheden liggen. Het zoeken naar nieuwe markten en producten vergt moed en doorzettingsvermogen. De Rabobank blijft de bio-sector daarbij ondersteunen en stimuleren. Ons Projectenfonds en de Rabo Groen Bank spelen daarin een belangrijke rol. Bio blijft hot, ook voor de Rabobank!

6.4 Biologisch pluimveevlees

In 2006 groeide de omzet van biologische kip en gevogelte met 4,4% naar € 10,7 miljoen. Successen ook hier bij de discounters en binnen de speciaalzaken. Doordat de omzet van gangbare kip en gevogelte iets terug is gelopen, steeg het marktaandeel van 1,9% naar 2,0%.

Circa 45% hiervan wordt verkocht in de supermarkten. Eenzelfde percentage wordt verkocht in de speciaalzaken, en dan met name de biologische slagerijen. Marktexperts geven aan dat de markt momenteel iets groeit en dat er extra vraag is tegen redelijke opbrengstprijzen.

Biologisch vlees

De productie van biologisch pluimveevlees in Nederland vindt plaats op een klein aantal bedrijven. Per jaar worden 180.000 biologische vleeskuikens geslacht.

De biologische vleeskuikens worden voor een deel geslacht in een gangbare slachterij en voor een deel in een semi-ambachtelijke slachterij. Verwerkende bedrijven, die ook gangbare kuikenvlees verwerken, zorgen vervolgens voor het opdelen, verpakken en distribueren van de kip. Biologisch pluimveevlees wordt afgezet naar natuurvoedingswinkels, speciaalslagerijen, poeliers en in de catering.

De kosten voor het houden van biologische vleeskuikens zijn 2 tot 2,5 hoger dan van gangbare vleeskuikens. Dit wordt vooral veroorzaakt door het duurdere voer, het hogere voerverbruik en de hogere huisvestingskosten als gevolg van de langere aanhoudingsperiode en een lage bezettingsdichtheid. Het laatste jaar is de kostprijs verder gestegen door een sterke stijging van prijs van biologisch voer, energie en mestafzet. Naast de hoge kostprijs van biologisch pluimveevlees is de vierkantsverwaarding een knelpunt voor de sector. De Nederlandse markt vraagt vooral kipfilet, waardoor er onvoldoende mogelijkheden zijn voor de afzet van biologische kuikenpoten.

6.5 Biologische eieren

In 2006 kwamen de consumentenbestedingen aan biologische eieren uit op € 9,2 miljoen. Biologische eieren werden fors meer verkocht in de overige verkoopkanalen en wederom bij de discounters. Daar lag de omzet van biologische eieren bijna drie keer zo hoog. De gangbare omzet van eieren daalde met ruim 1,5%, waardoor het marktaandeel in 2006 is gestegen tot 4,6%.

In 2006 werd via het adoptieprogramma 'Adopteer een kip' van Biologica 210.000 dozen biologische eieren afgehaald. Consumenten kunnen via deze actie maandelijks een doos biologische eieren afhalen bij een natuurvoedingswinkel of ander afhaalpunt.

Een gangbaar ei kost in 2006 in Nederland gemiddeld € 0,15. Een biologisch ei kost in 2006 gemiddeld € 0,28. Een prijsverschil van € 0,13 of bijna 93%. Ook in de eieren zijn er verschillende soorten eieren en wordt het prijsverschil grotendeels veroorzaakt doordat biologische eieren niet in de (aller) goedkoopste varianten te koop zijn, en hier sprake is van gemiddelde prijzen.

Normaal gesproken is het gangbare ei voor de Nederlandse situatie een scharrelei. Van alle in Nederland verkochte eieren is meer dan 80% scharrelei, waarbij het aandeel in de supermarkt meer dan 95% draagt. Kooieieren worden voornamelijk verkocht op de boerderij en op markten.

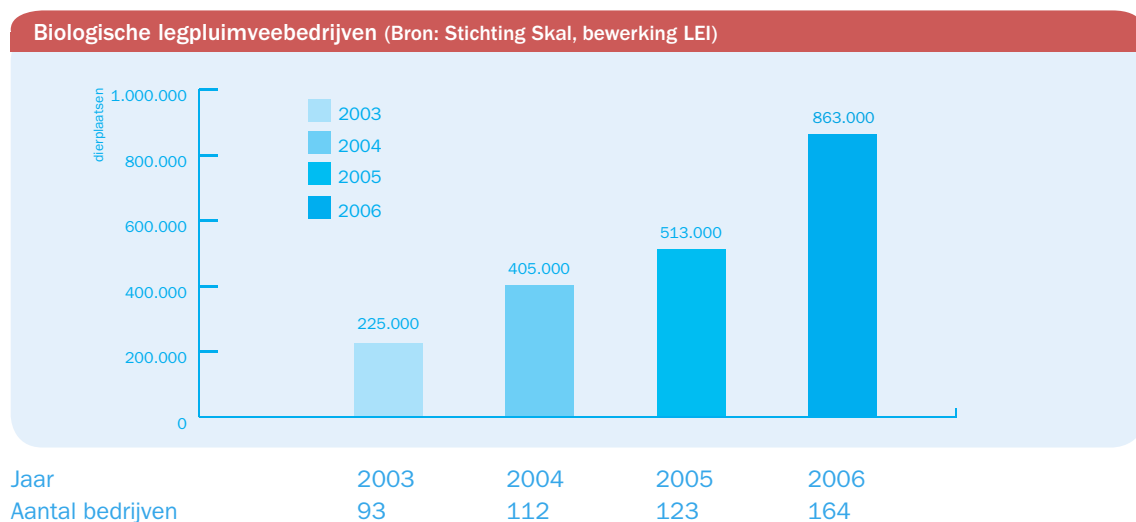
De biologische eieren worden voor bijna 98% afgezet via de pakstations. Een zeer klein deel wordt verkocht via huisverkoop, boerderijwinkel of bezorgroutes. Er zijn naar schatting tien pakstations die biologische eieren sorteren en verpakken. Dit zijn pakstations die ook kooieieren, scharreleieren en eieren van hennen met een buitenuitloop ('freiland') verhandelen. Er zijn echter drie grote pakstations, die 75% van de biologische eieren verhandelen.

Een belangrijk deel van de biologische eieren wordt geëxporteerd. Meer dan 75% van de Nederlandse biologische eieren wordt geëxporteerd, waarbij Duitsland veruit de belangrijkste bestemming is. De export naar Duitsland is de laatste jaren fors toegenomen doordat de Nederlandse eierhandel biologische eieren levert aan de Duitse discounters Aldi en Lidl. Sinds enkele jaren hebben deze discounters biologische eieren in hun assortiment. Er is verder een beperkte, enigszins groeiende, export naar het Verenigd Koninkrijk.



Hoewel er sprake is van enige import van biologische eieren uit België en incidenteel ook uit Frankrijk, mag worden aangenomen dat het saldo voornamelijk export betreft. Eventuele import zal het saldo van export doen toenemen. Er is dus sprake van een flinke groei van productie en export van in Nederland geproduceerde biologische eieren.

Het aantal bedrijven met biologische hennen neemt elk jaar fors toe. In 2006 waren er bij Stichting Skal 164 gecertificeerde bedrijven met biologische leghennen. Op deze bedrijven werden in 2006 in totaal 863.000 hennen gehouden.



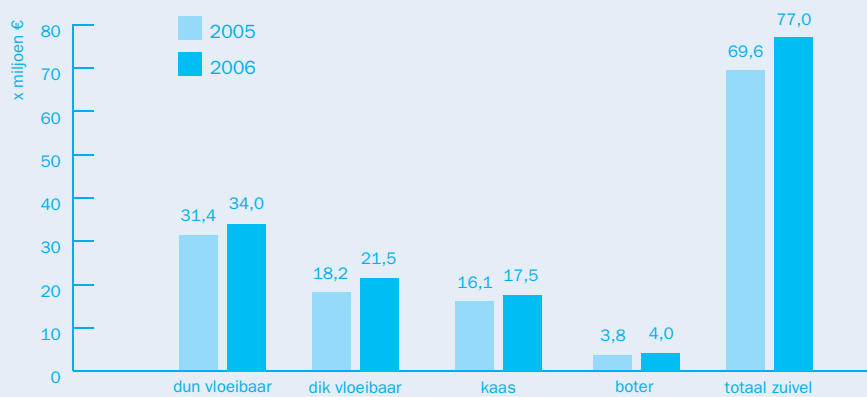
Bekend is dat op een aantal bestaande bedrijven het aantal biologische leghennen recent is uitgebreid. Hierdoor zal het aantal dierplaatsen op dit moment ruim boven de 900.000 bedragen. In 2005 waren er 123 bedrijven met ruim 500.000 hennen. Hoewel een deel van de bedrijven (circa 50) minder dan 1.000 hennen heeft, is er ook een groeiende groep bedrijven (30 tot 40) met meer dan 9.000 hennen. Gelderland heeft veruit de meeste biologische hennen, gevolgd door Utrecht en Noord-Brabant. Gebaseerd op het aantal hennen is het marktaandeel biologisch meer dan 3%.

7 Biologische zuivel

7.1 Zuivel algemeen

De omzet in biologische dagverse zuivel in 2006 is € 77 miljoen. De totale zuivelomzet is € 2,9 miljard. Het marktaandeel in 2006 is daarmee 2,6% en iets gegroeid in vergelijking met het jaar ervoor. Ruim de helft van de biologische dagverse zuivel wordt in de supermarkten afgezet. De rest via de speciaalzaken en de overige kanalen, waaronder de cateringsector.

Omzet biologische zuivel in € miljoen



Marktaandeel % 4,8 5,0 2,3 2,7 1,2 1,3 4,7 4,8 2,4 2,6



Kees Menkhorst, Stuurgroep lid namens de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie

De FNLI heeft onlangs een congres georganiseerd over de marketing van biologische producten. Tijdens het seminar werd besproken hoe bedrijven het best kunnen inspelen op de groeiende vraag naar biologische producten. Dit evenement – met circa 170 deelnemers – bleek een groot succes. Boven verwachting hadden uiteindelijk ruim twee keer zoveel bedrijven zich aangemeld als we aanvankelijk hadden ingeschat! Ook veel FNLI bedrijven die op dit moment nog geen biologische producten in hun assortiment hebben, bleken geïnteresseerd. We hopen dat dit congres bedrijven heeft kunnen aansporen om met biologisch aan de slag te gaan. Hiertoe zullen we hen blijven prikkelen. Het komende jaar zet de FNLI vooral in op het aanreiken van hulpmiddelen aan bedrijven die overwegen om biologische producten op de markt te brengen. Met dit doel zullen wij onder andere een informatiepakket ontwikkelen, dat we onze leden aanbieden. Misschien geeft het net dat zetje wat nodig is om de stap ook echt te zetten.



7.2 Biologische melkveehouderij

In de afgelopen twee jaar bleef het prijsverschil gelijk op € 0,28, wat overeenkomt met een verschil van 47%. In beide jaren moest een consument voor een liter gangbare melk gemiddeld € 0,60 betalen en voor een liter biologische melk gemiddeld € 0,88. Er zit dus in de afgelopen jaren geen ontwikkeling in het verschil tussen gangbare en biologische melkprices.

Er wordt in Nederland meer melk geïmporteerd dan geëxporteerd, voornamelijk uit Duitsland en België. Wel vindt er een internationalisering van de afzet van biologische melk plaats. Ten opzichte van 2005 groeit de afzet in het Verenigd Koninkrijk, met tientallen procenten, het meest. Deze export kwam pas in de loop van 2006 op gang. De melk die hier wordt afgezet levert naar verhouding een hoge prijs op, ondanks de toch forse transportkosten. Het verschil in het Verenigd Koninkrijk tussen gangbaar en biologische melk is 60%, maar dit wordt vooral veroorzaakt door de lage gangbare prijs. De vraag naar biologische melk in het Verenigd Koninkrijk is sterk gegroeid. De export van biologische melk naar Duitsland groeide tussen 2005 en 2006 met meer dan 10%.

Eind 2006 waren er volgens stichting Skal 339 biologische melkveebedrijven. De gemiddelde bedrijfsomvang (361.000 kg melk) in de biologische melkveehouderij nam in 2006 sterker toe in vergelijking tot voorgaande jaren. Dit wordt veroorzaakt doordat de afzet van biologische melk sterk is toegenomen en het aanbod zelfs dreigt achter te blijven bij de vraag. Was er in eerdere jaren nog sprake van wachtlijsten, nu zijn deze weggewerkt en kan alle op biologische bedrijven geproduceerde melk als biologisch worden afgezet.

Vergelijking resultaten tussen biologische en gangbare melkveebedrijven (2001-2006) (Bron: LEI Informatienet)

	Biologisch			Gangbaar		
	gemiddeld 2001-2003	gemiddeld 2004-2006	2006 (r)	gemiddeld 2001-2003	gemiddeld 2004-2006	2006 (r)
Oppervlakte voedergras	44,0	46,9	47,5	36,9	40,1	41,4
Melkkoeien per bedrijf	55,5	54,0	55,5	61,4	65,8	67,5
Vervangingspercentage ¹⁾	20,8	24,0	24,0	26,6	27,5	26,6
Melkquotum (kg)	336.400	342.800	360.600	467.430	520.867	546.102
Intensiteit ²⁾	7.700	7.300	7.600	12.673	12.969	13.201
Melkproductie per koe (kg)	6.240	6.290	6.330	7.502	7.710	7.828
Fabrieksprijs melk (100 kg)	39,30	37,48	37,40	35,18	32,32	31,50
Gezinsinkomen uit bedrijf	42.300	48.800	55.500	43.133	53.933	55.500
Besparingen	10.600	16.500	21.000	17.762	29.424	28.000

¹⁾ Verkochte melkkoeien/gemiddeld aanwezige melkkoeien

²⁾ Melkquotum/ha voedergras

De hogere kostprijs van biologische melk wordt voornamelijk veroorzaakt door de lagere melkproductie per koe (-18%) terwijl het aantal koeien vergelijkbaar is. De vaste kosten nemen hierdoor per eenheid melk toe. Dit wordt nog versterkt doordat de biologische bedrijven extensiever zijn (28% meer cultuurgrond). Door een daling van de rentekosten in 2005 en een toename van de niet melkopbrengsten (aanwas) worden er minder kosten toegerekend aan de melk. Hierdoor daalt de kostprijs sterk in vergelijking met 2004.

Biologische zuivel

Ontwikkeling kostprijs melk tussen 2001 en 2005 op gangbare en biologische melkveebedrijven
(Bron: Bedrijven-Informatienet)

	2001	2002	2003	2004	2005	gemid.
gangbaar	41,08	43,83	45,09	47,96	41,09	43,81
biologisch	45,03	45,02	46,66	49,63	45,93	46,45

7.3 Biologische geitenhouderij

Volgens de landbouwtelling zijn er 68 bedrijven met biologische melkgeiten. Hierop zijn in totaal circa 17.000 melkgeiten aanwezig. De meeste bedrijven bevinden zich in Friesland, Overijssel en Noord-Brabant. Gemiddeld zijn de bedrijven fors gegroeid, van ruim 200 naar bijna 300 melkgeiten per bedrijf. De gespecialiseerde bedrijven zijn gegroeid van 330 naar 460 melkgeiten. Het grootste deel van de melk wordt verwerkt tot kaas en vooral verkocht via speciaalzaken, de boerenmarkten en het huisverkoopkanaal. Geitenmelk is een groeimarkt. De gangbare melk was in 2005 dan ook ruim 3 eurocent hoger bij de grootste verwerker Amatheia (bijna 44 eurocent). De biologische geitenhouder krijgt hier over het algemeen een plus van 10 eurocent bovenop.



8.1 Biologisch brood algemeen

De totale omzet in brood (gangbaar plus biologisch) is het afgelopen jaar met 1,8% gestegen tot ruim € 1,4 miljard. Van dit bedrag werd in 2006 ruim € 29 miljoen als biologisch brood verkocht. De verkopen van biologisch brood stegen tussen 2005 en 2006 met ruim 14%. Het marktaandeel biologisch brood steeg hierdoor van 1,8% naar 2,1%. Het overgrote deel van het biologische brood (53%) wordt verkocht via de speciaalzaken. Het omzetaandeel van de supermarkten is van bescheiden omvang en liep iets verder terug tot bijna 20%.



Peter Blom, directievoorzitter Triodos Bank:

De biologische landbouw is rijp voor een volgende stap. Duurzame ontwikkeling en het klimaat staan hoog op de maatschappelijke agenda en dat biedt de biologische landbouw een geweldige kans om die stap te maken. Dat betekent overigens wel dat we moeten moderniseren en mobiliseren. We moeten de huidige trend van meer kwaliteit versterken. Betere producten met smaak, gezond en geworteld in een duurzaam bedrijfs- en ketenconcept. Bio moet een lifestyle worden. Niet door een zouteloos compromis aan te gaan met de gangbare landbouw om de prijs te drukken, maar door zich te presenteren als de hoogste trede op duurzaamheidsladder.

8.2 Biologische granen

Het areaal biologisch graan is in 2006 met circa 1% teruggelopen van bijna 5.200 hectare naar circa 5.150 hectare. Verschuivingen binnen de verschillende graansoorten deden zich nauwelijks voor. Tarwe bleef, met een aandeel van 56% van het graanareaal, veruit de belangrijkste graansoort. De teelt heeft vooral plaatsgevonden in Flevoland. Het aandeel gerst (14%) bleef eveneens constant, terwijl de verbouw van rogge (10%) iets is toegenomen. Beide producten worden vooral in de oostelijke provincies van Nederland geteeld. Het areaal triticale bleef met een aandeel van 12% vrijwel constant. Het aandeel haver bleef steken op 6%. Een deel van de granen wordt geteeld op biologische veehouderijbedrijven en wordt gevoerd aan de eigen veestapel.

Het warme en droge weer in juli 2006 heeft veel invloed gehad op de graanopbrengsten per ha. Veel graan is door de droogte vervroegd afgerijpt waardoor de opbrengsten tegenvielen. Op de droogtegevoelige gronden heeft dit tot lagere opbrengsten geleid. Het graan dat niet voor de regenperiode in augustus was geoogst, had veel last van kwaliteitsproblemen. Door de bijzondere weersomstandigheden zijn de graanopbrengsten in de omliggende landen eveneens flink lager uitgevallen.

Het lagere aanbod van granen in de EU heeft tot gevolg gehad dat de prijzen sterk zijn opgelopen. De prijzen van gangbare tarwe(voer) zijn gestegen van € 11 (Bron: Oogst 2005) tot circa € 14,50 (Bron: Oogst 2006). Als gevolg van het krappe aanbod zijn de prijzen die telers van biologisch tarwe ontvangen, eveneens fors gestegen, van circa € 17 naar bijna € 25 per 100 kg.(Bron: Oogst 2006). De prijzen van baktarwe liggen, afhankelijk van de kwaliteit, hier nog 3 tot 5 euro boven. De prijzen van de overige granen zijn ten opzichte van het vorige oogstjaar vanwege het krappe aanbod eveneens fors aangetrokken. Een belangrijk deel van de biologische granen die in mengvoeders worden verwerkt, is uit het buitenland (Duitsland en Frankrijk) afkomstig. Het krappe aanbod in deze landen leidt ertoe dat het graan over steeds grotere afstanden moet worden aangevoerd. Deze ontwikkeling heeft tot gevolg dat biologische mengvoeders flink duurder zijn geworden.

9 Overig food en sierteelt

9.1 Biologisch overig food

De productgroep biologische overig food bevat alle niet-verse biologische producten en de biologische kant-en-klare maaltijden. De consumentenbestedingen zijn tussen 2005 en 2006 gestegen van € 92,8 miljoen naar € 108,5 miljoen. Dit is een stijging van 9,4%. Het marktaandeel is gestegen van 0,8% naar 0,9%. De totale verkopen binnen de groep overig food liggen in Nederland in 2006 op € 12 miljard. Ten opzichte van 2005 is dit een stijging van 1,8%.

9.2 Biologisch gekweekte vis

In Nederland worden de volgende soorten gekweekt: paling, meerval, tilapia, tong, tarbot en snoekbaars. Geen van deze vissoorten is echter biologisch gecertificeerd. Er wordt echter wel (op kleine schaal) biologisch gekweekte vis in Nederland verkocht. Cijfers hierover zijn nog niet voorhanden, al is het wel duidelijk dat Nederland achterloopt vergeleken bij landen als Duitsland en Groot-Brittannië.

In Nederlandse natuurvoedingswinkels zijn soms zalm, forel of tropische garnalen te koop van biologische kweek. Op deze producten staat een keurmerk van biologische controle instanties als Naturland en de Soil Association (www.goedevis.nl). In een aantal natuurvoedingswinkels is zalm en forel van het merk Bio-Verde te koop. De zalm komt uit kwekerijen in Ierland en de Noorse fjorden, de forel uit Noord-Italië (bijvoorbeeld Odin verkoopt gerookte forelfilet van forel die volgens biologische richtlijnen is gekweekt in de Dolomieten, Italië). Schmidt zeevis uit Rotterdam (één van de grootste visgroothandelaren in Nederland) verkoopt biologische Shetland zalm. Naast zalm en forel wordt er sinds 2006 ook biologische kabeljauw gekweekt door het Britse bedrijf Shetland Organic Seafoods. Dit is echter nog niet in Nederland te koop.

Voor de productie van biologische vis moet het gebruik van chemische middelen tot het absolute minimum beperkt blijven. Een andere belangrijke voorwaarde om vis als biologisch te kunnen verkopen, is het gebruik van biologisch gecertificeerd voer. Bij de productie van biologisch visvoer wordt gestreefd naar zo veel mogelijk plantaardig eiwit in het voer. Ook het gebruik van vismeel in het voer is gebonden aan regels: het meel moet afval zijn dat afkomstig is van vissen bestemd voor humane consumptie. Biologisch gekweekte zalm eet, naast vismeel en visolie, uitsluitend tarwe en soja van biologische teelt. In de biologische teelt mogen geen hormonen gebruikt worden voor de afrijping van de dieren (www.aquaeco.org). Verder geldt o.a. dat de vissen met een lage dichtheid worden gehouden, het water niet verrijkt wordt met zuurstof en er geen hormonen en groeibevorderende stoffen worden toegepast. Als diergeneeskundige middelen gebruikt worden, dan moet de periode tussen het gebruik ervan en de slacht minimaal twee keer zo lang zijn als in de gangbare visteelt. Preventief vaccineren mag niet (Voedingscentrum). Ook moet de voortplanting op een natuurlijke manier geschieden.

9.3 Biologische wijn

Totaal wordt er in Nederland in 2006 voor bijna € 5,8 miljoen aan biologische wijn verkocht. In 2005 was de omzet € 5,4 miljoen euro. Een stijging van 6,4%. Het marktaandeel van biologische wijn in Nederland ligt de afgelopen twee jaar stabiel op bijna 1%.

De verkoop van biologische wijn vindt voornamelijk plaats in de supermarkten en speciaalzaken. Ruim 50% hiervan wordt afgezet in de speciaalzaken. Alle biologische wijn die via deze verkoopkanalen worden aangeboden is geïmporteerd. In de speciaalzaken wordt biologische wijn geleverd door drie grote leveranciers. Dit zijn Natudis, Lovian en De Nieuwe Band.



Alle in Nederland geproduceerde biologische wijn wordt rechtstreeks vanaf de wijngaarden aan de consument afgezet. De consumptie van Nederlandse biologische wijn komt in 2006 uit op circa € 350.000.

De gemiddelde prijs van wijn in Nederland is zeer stabiel op € 3 per standaardeenheid van circa 0,75 liter. Ook de prijs van biologische wijn ligt stabiel en is circa € 5 per standaardeenheid. Het prijsverschil komt daarmee uit op € 2 of bijna 67%.

In Nederland worden via de supermarkten en speciaalzaken bijna 1.400 soorten biologische wijn verkocht. Deze zijn vrijwel allemaal geïmporteerd. Er wordt geen biologische wijn geëxporteerd. In 2006 is iets meer dan een miljoen flessen biologische wijn geïmporteerd. De importwaarde van deze biologische wijn komt in 2006 uit op € 5,4 miljoen tegen € 5,1 miljoen in 2005. Dit is een stijging van 5,8%.

In onderstaande tabel staan de meest voorkomende landen van herkomst en het aantal soorten biologische wijn.

Land van herkomst	Aantal wijnsoorten
Frankrijk	701
Italië	264
Spanje	140
Duitsland	119

De Nederlandse biologische wijn is een kleine sector. In Nederland zijn circa 11 wijngaarden die biologische wijn produceren. Dit gebeurt in 2006 op bijna 16 hectare. Dit is ongeveer 12,5% van het totale areaal wijnbouw in Nederland. Zes biologische wijngaarden zijn groter of gelijk aan 1 hectare. De productie en consumptie van in Nederland geproduceerde biologische wijn ligt tussen de 47.500 en de 55.000 liter. Indien een producent probeert zoveel mogelijk te oogsten, is het mogelijk om 6.000 tot 7.000 liter wijn van een hectare te oogsten. Per standaardeenheid van 0,75 liter wijn is ongeveer 2 kilo druiven nodig. In de productie van biologische wijn wordt echter meer kwaliteit nagestreefd. Dit gaat ten koste van de hoeveelheid, waardoor een gemiddelde van 3.000 tot 3.500 liter wijn per hectare als norm kan worden aangenomen.

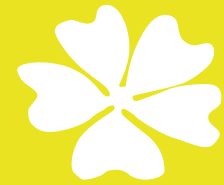
Vrijwel alle Nederlandse wijnproducenten zijn aangesloten bij het Wijngaardeniersgilde. Het Gilde heeft inmiddels 580 leden, maar slechts circa 10% heeft een bedrijfsoppervlakte van meer dan één hectare.

9.4 Biologische sierteelt

In de biologische sierteelt vonden in 2006 belangrijke wijzigingen plaats in de afzetketen. Intergreen besloot om haar strategie in biologische sierteeltproducten te wijzigen. Deze wijziging hield in dat Intergreen wel door wilde gaan met het leveren van biologische bloemen aan haar retailklanten, maar niet meer wilde optreden als ketenregisseur.

Na overleg met de producenten is, onder leiding van de ketenmanagers van de Task Force MBL, een proces gestart om de afzetketen opnieuw vorm te geven. Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in de oprichting van het bedrijf Bio Flora B.V. waarvan de aandelen in handen van de biologische siertelers zijn.

Bio Flora zal de noodzakelijke ketenregie in deze sector voortzetten, de afzetgaranties die siertelers eerder ontvingen zijn stopgezet. Bij de opzet van Bio Flora B.V. is veel werk verricht door leden van telersverenigingen Biosfeer en Biobol, zij ontvingen ondersteuning van bloemeneiling Flora Holland en Intergreen.



Overig food en sierteelt

De omzet van biologische sierteeltproducten is in 2006 gegroeid met 26%. Twee kastelers hebben de omschakelingsperiode afgerond en konden tijdens het jaar 2006 voor het eerst onder het keurmerk van Stichting Skal gaan leveren. Andere zaken die door de inspanningen in de afgelopen jaren zijn bereikt:

- Een langere aanbodsperiode van biologische bloemen door spreiding van het aanbod in de vollegrond en de opschaling van kasteelt.
- Een flinke opschoning in het assortiment naar leverbetrouwbare bloemen/boeketten.
- 3 nieuwe retailklanten in 2006.
- Verbeteringen in de informatie-uitwisseling met telers.

Areaal biologische sierteelt (ha) (Bron: Stichting Skal)

	2005	2006
Bloembollen	19,5	17,0
Snijbloemen buitenteelt	33,6	31,3
Snijbloemen kasteelt	4,4	3,6
Planten	12,0	14,0
Totaal	69,5	65,9



Theo Wams, Stuurgroep lid namens Maatschappelijke Organisaties

Als Natuurmonumenten willen we onze betrokkenheid in het deelconvenant van de maatschappelijke organisaties ook vertalen als een ambassadeursrol: niet alleen bij onze leden, maar ook in ons netwerk vragen we veel aandacht voor biologische consumptie.

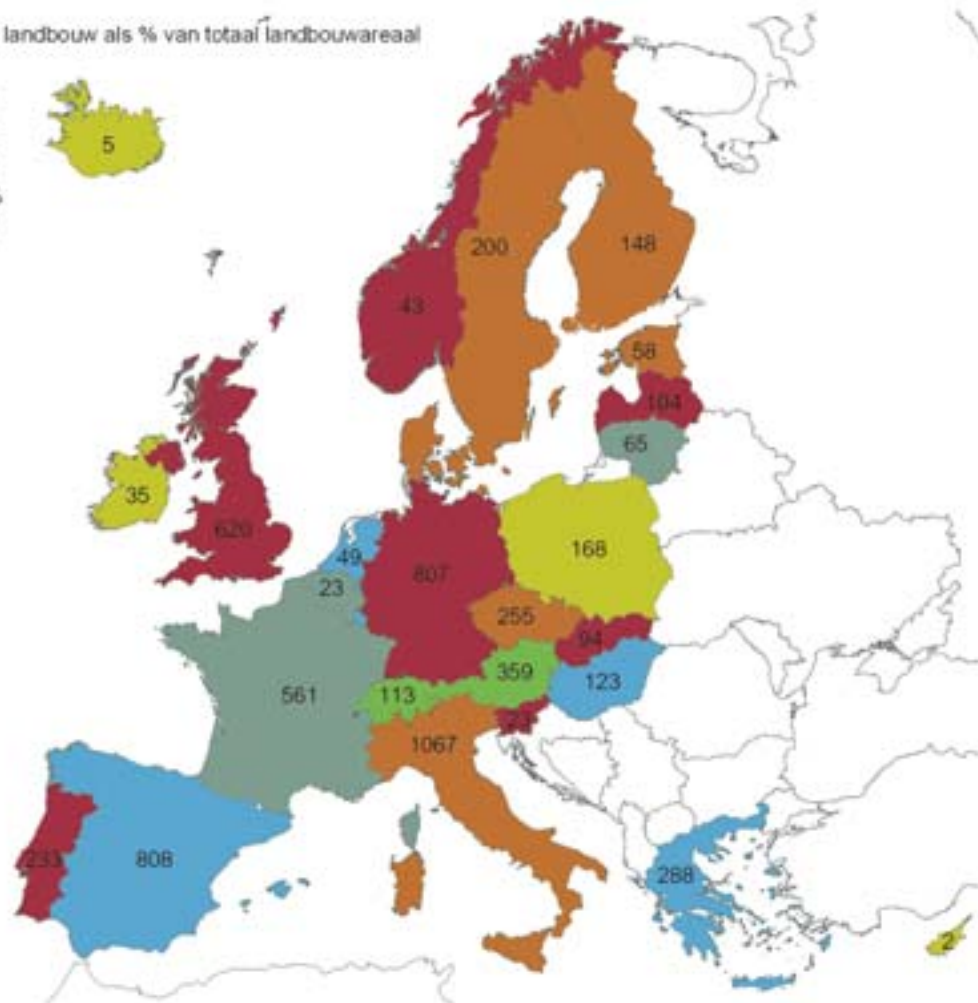
Promotie en proeverijen op de winkelvloer, maar ook evenementen zoals wij die organiseren, zijn daarbij erg belangrijk: het gaat om 'frappez toujours', er is geen gemakkelijke en snelle methode om de consument te bereiken, het is een kwestie van lange adem. In dat kader hebben wij vanzelfsprekend zelf acties ontwikkeld om onze leden meer biologische producten te laten kopen. In 2006 hebben we samengewerkt met de natuurvoedingswinkels, in 2007 willen we dat doen met de supermarkt. Door biologische producten te koppelen aan een meerwaarde die onze leden bijzonder aanspreekt, de waarde van natuur en landschap, kunnen we een bijzondere bijdrage leveren aan het stimuleren van de biologische consumptie.

Kaart biologische landbouw in Europa

Areaal per Lidstaat in 2005 in '000 ha

biologische landbouw als % van totaal landbouwareaal

- <1%
- 1-2%
- 2-3%
- 3-5%
- 5-10%
- >10%



Samenvatting en verantwoording

Samenvatting

De consumentenbestedingen voor biologische voedingsmiddelen zijn in 2006 uitgekomen op € 460,3 miljoen. Ten opzichte van 2005* is er sprake van een groei van 9,4%. De totale bestedingen aan voedingsmiddelen zijn in dezelfde periode gestegen met 3% naar € 24,6 miljard. Het marktaandeel voor biologische producten komt hiermee uit op 1,9%. Voor alleen de versproducten bedraagt het marktaandeel 2,8% tegen 2,7% in 2005.

De groei van de bestedingen heeft plaatsgevonden binnen alle verkoopkanalen. De omzet bij de discounters steeg met 26,3%, in de overige supermarkten met 8,2%, in de speciaalzaken met 9,6%, in de cateringsector met 6,2% en in de overige kanalen met 11%.

De biologische marktaandelen zijn gegroeid binnen vers brood, verse zuivel, verse eieren, vers vlees en vleeswaren en binnen het overig food segment. Alleen bij de verse AGF is het marktaandeel licht gedaald. Dit komt vooral door gestegen prijzen van de gangbare AGF.

In 2006 is het aantal bij Stichting Skal gecertificeerde land- en tuinbouwbedrijven licht gedaald. Vooral in de vollegrondsgroenten is er sprake van uittredende bedrijven. Dit is een gevolg van slechte marktomstandigheden in de afgelopen twee jaar. In 2006 is de vraag naar biologische groente sterk gestegen en is de import van veel producten, waaronder AGF, toegenomen. De export blijft echter ook op peil, omdat veel biologische producten uit Nederland goede marktomstandigheden kennen in het buitenland.

* De cijfers over 2005 zijn herzien. In dit rapport wordt alleen over de nieuwe cijfers gesproken. Verdere toelichting in de verantwoording.

Verantwoording

Cijfermateriaal in de Bio-Monitor m.b.t. consumentenbestedingen

De bestedingen aan biologische voeding in het supermarktkanaal worden door LEI Wageningen-UR samengesteld uit cijfers van de marktonderzoekbureaus IRI en GfK. Voor de twee gebruikte onderzoeksmethodes (IRI Infoscan en GfK Consumentenpanel) zijn de EAN-codes (streepjescodes op verpakkingen) van biologische producten van belang. Deze codes zijn in 2006 verzameld door data-analisten van IRI en GfK.

De methodieken om, naast de omzet, ook het aantal producten dat per supermarkt verkocht wordt, te meten, zijn momenteel nog niet voldoende ontwikkeld om gedetailleerde uitspraken te doen. De methodiek van Milieudefensie (EKOtellingen) gaat uit van een momentopname en is mede daardoor te beperkt. Een andere methodiek, het tellen van alle EAN-codes over het gehele jaar, levert voorlopig ook geen goed beeld op, omdat diverse mutaties in een product dan ook nog meegenomen worden. Vanaf medio 2007 zal hierover verder gerapporteerd worden.

De bestedingen aan biologische voeding in de natuurvoedingswinkels en overige kanalen zijn voor 2006 gebaseerd op meerdere bronnen.

De volgende bronnen zijn gebruikt:

- NWO, de Natuurvoedingswinkelorganisatie (omzetniveau en aandeel biologisch)
- De Groene Weg Slagerijen (omzetniveau en verdeling over vleesassortiment)
- GfK Consumentenpanel (verdeling over de productgroepen)
- Belrondes in de verschillende sectoren

Een bijzonder aandachtspunt is de ontwikkeling van een met de supermarkten vergelijkbare registratie van consumentenbestedingen voor het natuurvoedingskanaal. Ondanks het feit dat deze inmiddels operationeel is, is de omvang en kwaliteit nog niet voldoende om op basis hiervan uitspraken te doen voor de hele sector.

Voor delen van de biologische omzet in het natuurvoedingskanaal én de overige kanalen is de verdeling over de verschillende productgroepen gebaseerd op data uit het GfK consumentenpanel. Voor een verdere controle van deze data is, naast het GfK consumentenpanel, voor het eerst gebruik gemaakt van informatie uit een nieuw registratiesysteem binnen de natuurvoedingswinkels.

Voor de berekeningen van de bestedingen in de cateringsector is de volgende werkwijze gehanteerd: De bestedingen aan biologische voeding in de cateringsector zijn voor 2006 gebaseerd op een inventarisatie onder een aantal grote ondernemingen, samen goed voor circa 80% van de markt. Binnen deze cateringorganisaties is de inkoopwaarde van (biologische) producten gemeten. Voor een schatting van de bestedingen door consumenten wordt deze inkoopwaarde normatief verhoogd met een marge. Deze werkwijze is noodzakelijk omdat de contractvormen in deze sector een enorme diversiteit kennen. Vaak bestaan contracten in de sector uit een aanneemsom voor vaste personeelskosten, of betaalt de klant een vaste cateringbijdrage per jaar. Daarom kan worden gesteld dat de omzet van (biologische) voedselproducten niet of nauwelijks is te onttrekken uit de omzetgegevens van de cateringbedrijven. De totale omzet van de cateringsector is geraamd en heeft een voorlopig karakter. De werkelijke omzet komt pas na het verschijnen van de BIO-Monitor beschikbaar.

Na een positieve bijstelling in het vorige jaarrapport, is de biologische omzet over 2005 naar beneden bijgesteld, van € 460,9 miljoen naar € 420,6 miljoen. De bijstelling heeft plaatsgevonden in het supermarktkanaal en heeft betrekking op de meeste productgroepen. In deze groepen wijken de vermelde cijfers over 2005 dan ook af van de cijfers die in het jaarrapport over 2005 zijn vermeld.

In onderstaande tabel staan de herziene omzetgegevens over de afgelopen jaren.

Biologische omzet per verkoopkanaal (€ x miljoen):

	2002	2003	2004	2005	2006
Supermarkten	180,0	178,5	184,4	182,8	199,6
Speciaalzaken	145,0	160,0	171,0	179,9	197,2
Overige kanalen (incl. catering)	50,0	52,5	53,7	57,9	63,5
Totaal	375,0	391,0	409,1	420,6	460,3
Marktaandeel	1,6%	1,6%	1,7%	1,8%	1,9%

In dit rapport wordt verder alleen gesproken over de nieuwe (herziene) cijfers.

Voor de informatie over de primaire sector is in deze BIO-Monitor gebruik gemaakt van informatie afkomstig van Stichting Skal, CBS, LEI en geïnterviewde experts.

Cijfers van Stichting Skal zijn geschikt om uitspraken te doen over het totaal aantal bij hen aangesloten bedrijven. Deze bedrijven kunnen de volgende status hebben:

- biologisch gecertificeerd;
- in omschakeling / gecertificeerd;
- in omschakeling / nog niet gecertificeerd.

Na aanmelding bij Stichting Skal is een bedrijf in omschakeling. Na 1 jaar is het mogelijk om een certificaat "in omschakeling" te verkrijgen. Voor het certificaat "biologisch" moeten bedrijven meestal 2 jaar aangesloten en gecontroleerd zijn door Stichting Skal. Hierop zijn enkele uitzonderingen van kracht, bijvoorbeeld voor bepaalde grondsoorten.

De in deze BIO-Monitor genoemde arealen biologisch en in omschakeling per sector of per provincie, kunnen tot een totaal worden gesommeerd.

De genoemde aantallen bedrijven betreffen het aantal bedrijven waarop de genoemde activiteit in 2006 heeft plaatsgehad. Sommeren van verschillende sectoren is niet mogelijk, omdat bedrijven die meerdere activiteiten ontplooiën meerdere keren in de aantallen zijn meegenomen.

Voor sommige productgroepen is gebruik gemaakt van inschattingen door experts van het aantal bedrijven en de arealen. Deze inschattingen zijn met name relevant in sectoren met een relatief groot aantal kleine tot zeer kleine telers, die voor de beoordeling van de marktsituatie niet relevant zijn. Behalve voor de melkveehouderijsector, zijn bedrijfseconomische resultaten van biologische land- en tuinbouwbedrijven in vergelijking met gangbare bedrijven slechts beperkt beschikbaar, als gevolg van onvoldoende deelnemers in de steekproeven van het LEI.

Een gemiddelde bedrijfsgrootte van de biologische bedrijven is niet meer vermeld. Reden hiervoor is de relatief kleine groep bedrijven waarover uitspraken wordt gedaan. Deze varieert ook nog van varkenshouders zonder grond, tot en met natuurbeheerders met veel grond.

Wat is biologisch?

Biologische producten zijn herkenbaar aan het EKO-keurmerk. De producten worden geteeld zonder kunstmest en (giftige) chemische bestrijdingsmiddelen en bevatten geen chemisch-synthetische geur-, kleur- en smaakstoffen en conserveringsmiddelen. De biologische landbouwnormen zijn gebaseerd op het behoud van milieu, natuur en landschap en het welzijn van dieren. Deze normen gelden in de hele Europese Unie. Biologische producten worden gecontroleerd door Skal, de door de Nederlandse overheid aangewezen controleorganisatie.

Biologica

Biologica is de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding.

Gezamenlijk werken biologische boeren, handelaren, verwerkers en detaillisten aan het vergroten van de bekendheid van het biologische product, de groei van de markt en de kwaliteit van de biologische productiemethode.

Biologica is organisator van de Landelijke Open Dagen bij de biologische boer en uitgever van o.a. het receptenblad Smaakmakend, de BIO-gids en de Bio-Monitor, initiatiefnemer van de acties Adopteer een Kip en Adopteer een Appelboom en coördinator van de Week van de Smaak, een gezamenlijk initiatief van Euro-Toques, Slow Food, SPN, Pierre Wind, Kunsthal Rotterdam en Biologica.

Meer info: www.biologica.nl

De 'gewortelde vork' van Biologica symboliseert de relatie tussen producent en consument

Triodos Bank

Triodos Bank staat voor duurzaam bankieren. De bank is ervan overtuigd dat ook bij financiële beslissingen rekening gehouden moet worden met de belangen van mens, natuur en milieu. Daarom financiert Triodos Bank sinds haar oprichting in de sector landbouw uitsluitend biologische bedrijven. De bank heeft in deze sector grote kennis opgebouwd en financiert zowel biologische landbouwbedrijven als hun afnemers, zoals verwerkings- en distributiebedrijven en natuurvoedingswinkels.

De publieksversie van het Bio-Monitor jaarrapport 2006 is mede mogelijk gemaakt door Triodos Bank.

Telefoon (030) 693 65 00 www.triodos.nl

Colofon

Biologica is uitgever van Bio-Monitor Jaarrapport 2006. Eindredactie: Biologica. Overname van gegevens uit dit rapport is alleen toegestaan onder vermelding van Bio-Monitor Jaarrapport 2006 Biologica. Aan deze publicatie kunnen geen rechten worden ontleend. De cijfers uit de Bio-Monitor geven een goed beeld van de marktsituatie. Een uitgebreide verantwoording van de meetmethodiek vindt u achterin deze Bio-Monitor.

Uitgave: Bio-Monitor Jaarrapport 2006 / Biologica Oplage: 2.300

Auteur: Johan Bakker

Vormgeving: Ontwerpbureau wrik (BNO), Utrecht

Opmaak en productie: Buro Laga, Arnhem



Triodos  Bank

Uitgave:

Biologica

Telefoon: 030 233 99 70

www.biologica.nl



Het Bio-Monitor jaarrapport is mede mogelijk gemaakt door

Triodos Bank

Telefoon: 030 693 65 00

www.triodos.nl

Triodos  **Bank**

LEI

Telefoon 070 335 83 30

www.lei.wur.nl

