

# BIO-Monitor

Cijfers en trends

'07 Jaarrapport



TASK FORCE  
MARKTONTWIKKELING  
BIOLOGISCHE  
LANDBOUW



# BIO-Monitor

Cijfers en trends



Jaarrapport 2007

# Inhoud

<b>Voorwoord</b>	3
<b>Samenvatting</b>	4
<b>Inleiding</b>	5
<b>Hoofdstuk 1 Marktomvang en distributiekkanalen biologische voeding</b>	6
1.1 Marktomvang biologische voeding	6
1.2 Afzetkanalen biologisch	7
1.3 Internationale marktontwikkelingen	8
<b>Hoofdstuk 2 Consumenten van biologische voeding</b>	10
2.1 Periodiek tracking onderzoek Task Force	11
2.2 Overige algemene onderzoeken	11
2.3 Meerwaarde van verse groenten en fruit	12
<b>Hoofdstuk 3 Marktomvang biologisch in de cateringsector</b>	12
3.1 Catering algemeen	12
3.2 Catering binnen de overheid	13
<b>Hoofdstuk 4 Biologische land- en tuinbouw</b>	13
4.1 De Nederlandse land- en tuinbouw	13
4.2 De biologische land- en tuinbouw	14
4.3 Aantal biologische bedrijven	15
4.4 Biologische landbouw in de Europese Unie	15
4.5 Biologische landbouw wereldwijd	16
<b>Hoofdstuk 5 Biologische AGF-producten</b>	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	20
<b>Hoofdstuk 6 Biologisch vlees</b>	20
6.1 Biologisch vlees algemeen	20
6.2 Biologisch varkensvlees	21
6.3 Biologisch rundvlees	22
6.4 Biologisch pluimveevlees	22
6.5 Biologische eieren	23
<b>Hoofdstuk 7 Biologische zuivel</b>	23
7.1 Biologische zuivel algemeen	24
7.2 Biologische melkveehouderij	24
7.3 Biologische geiten - en melkschapenhouderij	25
<b>Hoofdstuk 8 Biologisch brood</b>	25
8.1 Biologisch brood algemeen	25
8.2 Biologische granen	26
<b>Hoofdstuk 9 Biologisch overig food en sierteelt</b>	26
9.1 Biologisch overig food	26
9.2 Biologische vis	26
9.4 Biologische sierteelt	27
<b>Verantwoording</b>	28
<b>Kaart biologische landbouw in Europa</b>	30

# Voorwoord

Vorig jaar schreven wij op deze plaats: "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." Welnu, de eerste wens is gerealiseerd. Een omzetgroei van gemiddeld 13,3% zit dik in de dubbele cijfers en ligt zelfs boven het gemiddelde in de wereld van de afgelopen vijf jaar. Wat betreft de omschakelende boeren halen we dit resultaat nog niet: er waren vorig jaar 113 nieuwe toetreders (tegen 96 vertrekkers) op een totaal van 1.465 biologische boeren.

Uit de cijfers zien we dat de groei bij juist de nieuwe verkoopkanalen het hardst gaat: catering en webwinkels groeien als kool, gevolgd door de retail en daarna de speciaalzaken. Maar dit beeld is wat te simpel, want binnen de groep speciaalzaken doen ook de biologische slagerijen het verrassend goed.

De laatste jaren krijgen we door diverse onderzoeken een steeds beter beeld van de biokopende consument. Er is een kleine loyale groep van zo'n vijf procent die bij voorkeur voor biologisch kiest. Daarna komt zo'n twintig procent die je ook nog kunt rekenen tot de Cultural Creatives of de LOHAS (Lifestyles on Health and Sustainability). En daarna volgt de meer impulsieve consument - de light user - die voor biologisch kiest vanwege smaak en gezondheid, maar in een lage aankoopfrequentie. Voor deze laatste consumentengroep is 'gemak' ook een belangrijk criterium. De biologische bedrijfstak bedient deze 40% van het kopend publiek nog maar matig. De catering is daarop misschien de beste uitzondering, en de groeicijfers spreken boekdelen.

In 2008 is het zaak om de aanbodskrapte aan te pakken om de groei vast te kunnen houden. Hoewel de goede grondstoffenrijzen in de gangbare landbouw geen prikkel zijn voor boeren om om te schakelen, is de continue wereldwijde groei van de biologische afzet dat misschien wel, zeker in combinatie met de wens van steeds meer boeren om duurzamer te produceren. Voor de vragende consument moeten we er als keten alles aan doen om dat proces op stoom te krijgen.

Arie van den Brand  
voorzitter Biologica, lid Stuurgroep Marktontwikkeling Biologische Landbouw



# Samenvatting

De consumentenbestedingen voor biologische voedingsmiddelen zijn in 2007 uitgekomen op € 518,9 miljoen. Ten opzichte van 2006 is er sprake van een groei van 13,3%. De totale bestedingen aan voedingsmiddelen zijn in dezelfde periode gestegen met 6,7% naar € 26,3 miljard. Het marktaandeel voor biologische producten komt hiermee uit op 2,0%. Voor alleen de versproducten is het marktaandeel gestegen van 2,3% in 2006 naar 2,5% in 2007.

De groei van de bestedingen aan biologische producten heeft plaatsgevonden binnen alle verkoopkanalen. De bestedingen in de supermarkten stegen met 15,2%, in de speciaalzaken met 9,5%, in de cateringsector met 33,7% en in de overige kanalen met 14%.

Wereldwijd groeien de bestedingen aan biologische voedingsmiddelen gemiddeld met 12% per jaar. In Europa vindt de helft van de bestedingen plaats en in Noord-Amerika ruim 45%. Denemarken is in 2006 het land met het hoogste marktaandeel (5,1%) en Duitsland het land met het hoogste bedrag aan bestedingen (€ 4,6 miljard).

In 2007 is het aantal bij Stichting Skal gecertificeerde land- en tuinbouwbedrijven weer gestegen. Ondanks deze groei is de verwachting dat de vraag naar biologische producten zo sterk toeneemt dat er steeds meer biologische producten moeten worden geïmporteerd. De export blijft echter ook op peil, omdat veel biologische producten uit Nederland goede marktomstandigheden kennen in het buitenland. Het aantal bedrijven dat als importeur, verwerker of handelaar van biologische producten bij Stichting SKAL is gecertificeerd is eveneens verder toegenomen.

Wereldwijd ligt het areaal biologische landbouw in 2006 op 30,4 miljoen ha. In de 25 landen van de Europese Unie is het areaal tussen 2005 en 2006 met 8% gestegen naar 7,4 miljoen ha. Het aandeel biologische landbouw steeg in de Europese Unie van 3,6% naar 4,3%.

# Inleiding



Directeur-Generaal Annemie Burger  
2007: op de drempel van een nieuw convenant

Deze BIO-Monitor vormt de afsluiting van het 2e Convenant  
Marktontwikkeling Biologische Landbouw.

Terugkijkend op deze convenantsperiode, valt een aantal zaken op. Allereerst natuurlijk dat ondanks economisch zwakke jaren en een prijzenoorlog in supermarktland, de omzet van biologische producten stijgt. Of beter gezegd, blijft stijgen, want in de tien jaar dat we de omzetcijfers van biologisch meten, is er geen jaar zonder groei geweest. Met 2007 als absoluut topjaar.

Daar staat wel tegenover dat de grondstoffenprijzen snel stijgen en hier en daar serieuze aanbodskrapte ontstaat. Dat is overigens niets om ons grote zorgen over te maken. Dat hoort gewoon bij de ontwikkeling van een niche-

markt naar een volwassen marktsegment. Toch moet de biologische sector deze groeistuipen wel ter harte nemen. En ervan leren. Bijvoorbeeld van de ervaringen van de gangbare landbouw. Want wordt het niet tijd om een brug te slaan? Bij de gangbare landbouw leeft breed de behoefte om duurzamer te werken. De biologische landbouw zou hen kunnen vertellen over de goede initiatieven die ketenpartijen nemen tot het maken van langjarige afspraken. Of over de beste manier om over te schakelen van gangbaar naar biologisch.

En omgekeerd, als de schotten tussen de biologische en de gangbare landbouw verdwijnen, ontstaat een klimaat waar kennis en inzichten kunnen worden uitgewisseld. Zo kan de biologische sector leren van de dagelijkse praktijk van het gangbaar werkende bedrijfsleven, bijvoorbeeld als het gaat om energie-efficiency en slimme logistiek.

We hechten zoveel waarde aan de ontschotting, aan meer kennisuitwisseling en werken aan een markt die zich professioneel en op eigen kracht kan ontwikkelen, dat we hebben besloten dit tot de aandachtspunten te maken van het nieuwe convenant dat op 31 januari jl. getekend is. Dit nieuwe convenant is ambitieuzer dan ooit. Niet in de laatste plaats omdat we hebben afgesproken dat dit het laatste convenant moet zijn. Na deze periode moet de biologische sector de eigen boontjes doppen. En dat gaat lukken. Samen met boeren, verwerkers, groothandels, retail, speciaalzaken, banken, cateringsector en maatschappelijke organisaties gaan we de komende vier jaar de biologische sector klaarstomen voor een leven op eigen benen.

De overheid draagt daar natuurlijk ook haar steentje aan bij. Zo is besloten dat alle inkopen van de overheid in 2010 100% duurzaam moeten zijn. En bij LNV kiezen de ambtenaren voor hun lunch uit een 100% duurzaam assortiment met minimaal 75% biologische producten. Zo laten we zien dat we ervan overtuigd zijn dat de biologische sector in staat is met de nodige inspanningen een in alle opzichten volwaardig aanbod te leveren. Ik reken erop dat iedereen die bij dit convenant betrokken is, zich net zo zal inspannen om ook de komende jaren weer mooie groeicijfers te laten zien.

ir. A. (Annemie) M. Burger  
Directeur-Generaal Ministerie van LNV

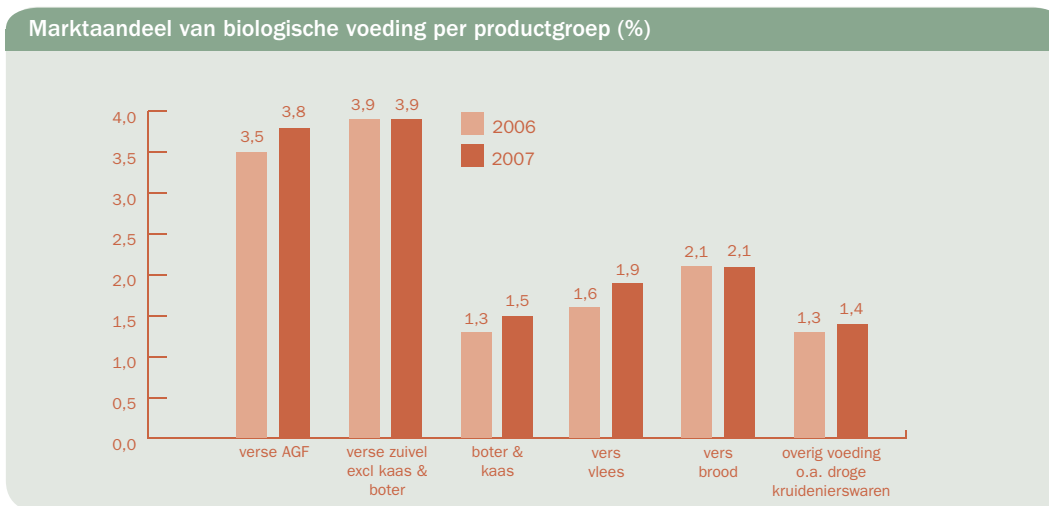
# 1 Marktomvang en distributiekanaal biologische voeding

## 1.1 Marktomvang biologische voeding

De consumentenbestedingen aan biologische voeding in Nederland zijn in 2007 gegroeid van € 457,9 miljoen naar € 518,9 miljoen<sup>1</sup>. Dit betekent een stijging van 13,3% ten opzichte van 2006.

De biologische omzet groeit daarmee, net als vorig jaar, harder dan de totale omzet (gangbaar plus biologisch). In 2007 bedragen de consumentenbestedingen aan de totale voeding in Nederland € 26,3 miljard<sup>2</sup>. Deze zijn 6,7% gestegen ten opzichte van 2006 (€ 24,7 miljard).

Het marktaandeel van de biologische voeding in Nederland is gestegen van 1,9% naar 2,0%. Voor de biologische versgroepen stijgt het marktaandeel van 2,3% in 2006 naar 2,5% in 2007.



De omzetverdeling 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	
	2006	2007	2006	2007
Verse AGF	26,2	26,0	13,9	13,6
Verse zuivel en eieren	18,8	19,2	12,7	13,2
Vers vlees, vleeswaren en vleesvervangers	13,1	13,7	16,4	15,8
Vers brood	6,4	6,4	5,8	5,9
Overige voeding en kant-en-klare maaltijden	35,5	34,7	51,2	51,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0

In vergelijking met de omzetverdeling binnen de totale voeding (gangbaar plus biologisch) is zichtbaar dat de biologische voeding relatief een hoger aandeel binnen de verse productgroepen heeft. Eén derde van de consumentenbestedingen aan biologische voeding wordt uitgegeven aan overige voeding (houdbare producten) en kant-en-klare maaltijden. Binnen de totale voeding is dit ruim de helft.

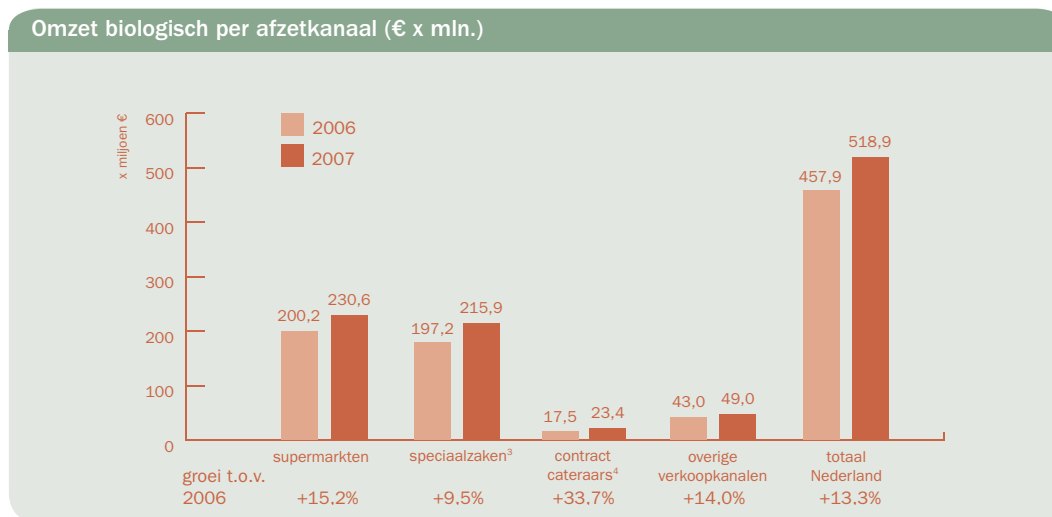
<sup>1</sup> De cijfers over 2006 zijn in bepaalde productgroepen, op basis van een verbeterde validatie, herzien. In dit rapport wordt alleen over de nieuwe cijfers gesproken. Een verdere toelichting is te vinden in de verantwoording, achter in dit rapport.

<sup>2</sup> Bron: IRI, GfK en LEI Wageningen UR



## 1.2 Afzetkanalen biologisch

Ten opzichte van vorig jaar groeide de vraag naar biologische producten opnieuw in alle afzetkanalen.



Binnen de supermarkten zijn er, net als in 2006, steeds vaker biologische producten te vinden bij discountformules. Onder andere door assortimentsuitbreiding steeg de biologische omzet bij discountformules met ruim 33%.

Binnen de speciaalzaken steeg de omzet van de biologische slagerijen met bijna 11%.

De omzet van biologische voeding binnen de contractcatering is, ten opzichte van 2006, in 2007 met bijna 34% gestegen.

Ook de omzet van biologische voedselproducten via webwinkels en abonnementen is in 2007 fors gestegen, met bijna 44%.

De biologische omzet op boerenmarkten en in boerderijwinkels groeiden in 2007, ten opzichte van 2006, met minder dan 4%.

De omzetverdeling van de consumentenbestedingen aan biologische voeding over de verschillende afzetkanalen geeft het volgende beeld:

Omzetverdeling van de consumentenbestedingen aan biologische voeding over verkoopkanalen (%)

	2006	2007
Supermarkten	43,7	44,5
Speciaalzaken <sup>3</sup>	43,1	41,6
Contractcaterars	3,8	4,5
Overige verkoopkanalen <sup>4</sup>	9,4	9,4
Totaal	100,0	100,0

Het aantal natuurvoedingswinkels in Nederland steeg van 237 naar 250 winkels. Er bestaan 3 filiaalorganisaties: Does Winkelexploitatie met 17 vestigingen, Estafette met 11 vestigingen en Ekoplaza met 4 vestigingen. De enige franchiseorganisatie binnen de natuurvoedingswinkels is de formule Natuurwinkel met 42 franchisenemers. De overige natuurvoedingswinkels zijn zelfstandige ondernemers.

<sup>3</sup> Speciaalzaken: natuurvoedingswinkels, reformwinkels en biologische slagerijen.

<sup>4</sup> Overige verkoopkanalen: boerderijverkoppen, boerenmarkten, webwinkels, abonnementen en bezorgsystemen.



## Marktomvang en distributiekkanalen biologische voeding

Net als in 2006 zijn er in 2007 28 biologische slagerijen. Eind 2007 zijn er hiervan 11 aangesloten bij de franchiseorganisatie De Groene Weg, is één slager aangesloten bij de vereniging van Keurslagers en zijn 17 slagerijen zelfstandige winkels. Verder zijn er in 2007 in Nederland 35 boerenmarkten en circa 400 boerde-rijwinkels actief.

Biologische producten worden steeds vaker aangeboden via webwinkels en abonnementsystemen. Hieronder vallen onder andere AH.nl, Stichting Van Eigen Erf en Van Haver Tot Gort. Daarnaast vallen onder dit verkoopkanaal de groente-, fruit- en vleespakketten van Odin. Een reden voor de groei was onder andere een forse omzetgroei binnen AH.nl en schaalvergroting van de webwinkels van Stichting Van Eigen Erf.

### 1.3 Internationale marktontwikkelingen

Over de wereldwijde bestedingen aan biologische voedingsmiddelen zijn alleen gegevens over 2006 beschikbaar.

De wereldwijde bestedingen aan biologische voedingsmiddelen liggen in 2006 op ruim € 30 miljard. Ten opzichte van 2005 zijn deze gestegen met 17,5%.<sup>5</sup> Sinds 2002 groeide de wereldwijde consumptie van biologische voeding met gemiddeld 12% per jaar. Van de totale biologische consumptie vindt circa 50% plaats in Europa, met name in West-Europa, en ruim 45% in Noord-Amerika, met name in de Verenigde Staten. De overige circa 5% omzet is verdeeld over de rest van de wereld.

De verwachting voor de komende jaren is dat de wereldwijde vraag naar biologische producten met meer dan 10% per jaar blijft doorstijgen. Wel zal de stijging iets afvlakken omdat er wereldwijd een toenemende krapte in het aanbod van biologische producten ontstaat.<sup>6</sup>

In 2006 werd in Europa voor € 15,5 miljard door consumenten uitgegeven aan biologische voeding. Net als vorig jaar vindt ruim 75% van de bestedingen plaats in vier grote landen: Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Italië.

Per hoofd van de bevolking besteden Europese consumenten jaarlijks gemiddeld € 28,50 aan biologische voeding. Meer dan de helft van hen ziet biologische producten als gezonder en veiliger dan conventionele voeding. Nederlandse consumenten besteden in 2006 gemiddeld € 28, net onder het Europese gemiddelde.

Ontwikkelingen in Europese landen met relevante bestedingen aan biologische producten<sup>7</sup>

	Marktaandeel 2006 (%)	Omzet 2006 (x miljoen €)	Jaarbesteding (per inwoner in €)
Denemarken	5,1	454	83,70
Oostenrijk	5,0	531	64,20
Zwitserland	4,5	565	80,70
Duitsland	3,0	4.600	55,80
Nederland	1,9	457	28,00
Het Verenigd Koninkrijk	1,6	2.542	41,80
Italië	1,6	1.700	28,90
Frankrijk	1,1	1.800	28,60

<sup>5</sup> Bron: Organic Monitor – The Global Market for Organic Food and Drink, 2006, bewerking LEI Wageningen UR.

<sup>6</sup> Bron: Organic Monitor – The Global Market for Organic Food and Drink, 2006.

<sup>7</sup> De wijze van monitoring van biologische voeding verschilt enigszins per land. De ontwikkelingen zijn onttrokken aan het rapport : Bakker, J.H. , "De ontwikkelingen van de wereldwijde consumentenvraag naar biologische producten, een quick scan", van LEI Wageningen UR, 2008.



Denemarken kent in Europa het hoogste marktaandeel, met blijvend sterke groei en de hoogste gemiddelde bestedingen.

In Oostenrijk stegen de bestedingen aan biologische versgroepen in 2006, ten opzichte van 2005, met ruim 10%. Meer dan 87% van de Oostenrijkse consumenten koopt regelmatig biologische producten.

Zwitserland zag de bestedingen aan biologische voeding slechts groeien met minder dan 1%. In 2006 hebben discountformules biologische producten opgenomen in het assortiment. Hierdoor gingen de gemiddelde prijzen voor biologische producten omlaag, waardoor de groei van de verkopen in hoeveelheid teniet ging tegen een lagere gemiddelde prijs.

Duitsland heeft veruit de meeste bestedingen aan biologische producten in Europa. Ten opzichte van 2005 groeide de biologische omzet in 2006 met 18%. Bijna 70% van de Duitse biologische bestedingen vindt plaats binnen supermarkten. Daar was de groei ook het sterkst. Zowel in de conventionele als de discountformules. Ook de biologische supermarkten deden het goed.

Het Verenigd Koninkrijk is voor biologische producten de één na grootste markt in Europa. 75% van de biologische bestedingen vindt plaats in de supermarkten. De consumentenbestedingen aan biologische voeding groeide tussen 2005 en 2006 met 22%, en in de laatste 10 jaar was de gemiddelde jaarlijkse groei in het Verenigd Koninkrijk maar liefst 27%.

In Italië is sprake van stagnatie van de groei in de consumentenbestedingen aan biologische voeding. Wel is de export van biologische producten gestegen. In Italië vindt de consumptie van biologische producten met name in de noordelijke provincies plaats. De speciaalzaken hebben in Italië een sterkere positie dan supermarkten.

In Frankrijk stegen de bestedingen aan biologische voeding tussen 2005 en 2006 met 12,5%. Speciaalzaken zijn het belangrijkste verkoopkanaal met circa 42% van de totale biologische bestedingen. Supermarkten hebben 40% marktaandeel.

## 2 Consumenten van biologische voeding

### 2.1 Periodiek tracking onderzoek Task Force

In het najaar van 2007 is het periodieke tracking onderzoek uitgevoerd in opdracht van de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw door Intomart, onder auspiciën van de Dienst Publiek en Communicatie van de Rijksvoorlichtingsdienst. Het onderzoek (n=400) vraagt boodschappers en algemeen publiek naar kennis, opinie, houding en gedrag ten aanzien van issues die met biologische voeding te maken hebben. Over de afgelopen reeks van jaren waren nauwelijks verschuivingen te constateren. In 2007 was er voor het eerst een aantal significante veranderingen te zien.

Van de boodschappers heeft 95% wel eens van de term 'biologische producten' gehoord; 62% denkt daarbij aan groenten, 42% noemt vlees, 40% fruit, 31% zuivel. Van de boodschappers kent 82% het EKO-merk; 48% weet ook waar het voor staat.

De meeste consumenten (52%) kopen biologische producten het liefst in de supermarkt, 18% juist niet. 44% van de boodschappers is het helemaal tot enigszins eens met de stelling dat de supermarkt te weinig keus biedt aan biologische producten. De consument is zich bewuster geworden van de aanwezigheid van biologische producten in de winkel: 69% vindt dat biologische producten steeds vaker in de winkels te zien zijn. Tien procent van de consument heeft het afgelopen jaar een winkeldemonstratie gezien met biologische producten. Opvallend is dat dit bij de light users zelfs 21% is.

De consument blijft wel kritisch ten aanzien van biologische producten. 52% vindt dat de producten hun oude imago kwijt zijn (16% is neutraal), maar 74% van de boodschappers zou vaker biologische producten kopen als ze goedkoper waren. 70% vindt 'vers' belangrijker dan 'biologisch'. Opvallend is dat dit laatste helemaal niet overeenkomt met de mening van de light-users; daar deelt niemand die mening. Light-users zijn in dit onderzoek aangemerkt als consumenten die aangeven in minimaal vier categorieën producten wel eens een biologische variant te kopen.

Bij alle vragen blijkt dat er een vrij constante groep van consumenten is met een uitgesproken positieve houding t.a.v. biologisch. Deze groep is zo'n 20 tot 25%, afhankelijk van het onderwerp waarnaar gevraagd wordt. Hier ligt het potentieel voor een verdere groei in de afzet. Het percentage komt overeen met de theorieën van Paul Ray/Marketresponse over de Cultural Creatives, die de aanwezigheid van een dergelijke groep potentiële 'supporters' al eerder duidde.

De meest opvallende verschuivingen zijn te zien bij de antwoorden op een aantal stellingen die betrekking hebben op de maatschappelijke meerwaarde en de prijs/kwaliteitverhouding. De antwoorden zijn gescoord op een 7 punts schaal. 'Helemaal eens' betekent een score van 6 of 7:

40% is het helemaal eens met de stelling dat biologische producten een bijdrage leveren aan het milieu (was eind 2006 31%)

37% vindt helemaal dat biologische producten bijdragen aan een duurzame schone landbouw (was 30%)

31% is het helemaal eens met de stelling dat biologische producten 'van goede kwaliteit' zijn (was 20%)

19% vindt helemaal dat ze hun prijs waard zijn (was 11%)

In de meting is ook onderzocht wat de werking van de campagnes van 2007 is geweest. De betrokkenheid van de consument bij 'biologische landbouw' als zodanig is onveranderd laag. Datzelfde geldt voor zijn behoefte aan meer informatie. De Task Force heeft dat in het verleden al onderkend, en geconcludeerd dat er gecommuniceerd moest worden op onderwerpen waar de consument wel belangstelling voor heeft, zoals smaak, kwaliteit en gezondheid, en *en passant* het landbouwverhaal - dat onmisbaar is voor de meerwaarde-perceptie - meenemen.

Bij een deel van de doelgroep, zo concluderen de onderzoekers, heeft de campagne Proef de Aandacht tot een positievere houding ten aanzien van biologische producten geleid. Daarnaast is een deel van de



doelgroep meer biologische producten gaan kopen en bovendien van plan in de toekomst vaker biologisch te gaan kopen.

## 2.2 Overige algemene onderzoeken

Omdat het interessant is te weten hoe biologisch scoort in een breder perspectief van duurzame voeding is door Schuttelaar & Partners en door Marketresponse kwalitatief onderzoek gedaan naar de duurzame consument. De conclusie was eenduidig: duurzaamheid is voor de consument geen relevant thema. Duurzaamheid is gezondheid, biologisch en milieu. Alleen het EKO-merk en het fair trade label genieten bekendheid en vertrouwen bij de consument. Fabrikanten- en supermarktlabellen worden meestal niet herkend en in de regel maar matig vertrouwd. Om aan vertrouwen te winnen zijn transparantie en veel (achtergrond) informatie de sleutelbegrippen. De onderzoekers bevelen aan het woord duurzaamheid zelfs helemaal niet te gebruiken.

Marktonderzoeksbureau GfK heeft in kaart gebracht welke relatie er is tussen heavy-users en verkoopkanaal. Uit de cijfers blijkt dat ook in de supermarkt de heavy-users voor het merendeel van de omzet zorgen (55%). Het zijn volgens GfK de alleenstaanden die relatief veel bio kopen; gezinnen relatief weinig. Van de bio-omzet wordt 85% gekocht door een groep van 20%. Op basis van eerdere cijfers, namelijk dat twee op de drie consumenten wel eens bio koopt, zou afgeleid kunnen worden dat 20% van tweederde van alle boodschappers tot de groep behoort die de markt trekt. Daarmee lijkt biologisch geen nichemarkt meer.

## 2.3 Meerwaarde van verse groente en fruit

In 2007 heeft LEI Wageningen-UR onderzoek uitgevoerd onder bijna 1.000 consumenten over de aankoopmotieven voor verse groente en fruit en de houding en kennis ten opzichte van inhoudsstoffen (Bartels en Van den Berg, 2008). Hierbij zijn biologische consumenten in natuurvoedingswinkels vergeleken met een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat inmiddels ruim 5% van de consumenten tot de heavy-users van biologische voeding behoort, met een besteding van meer dan € 40,- per maand aan biologische producten, en ruim 70% tot de light-users, met een besteding tussen de € 10,- en € 40,- per maand aan biologische producten.

Uit het onderzoek komen verder onder meer de volgende resultaten naar voren:

Heavy-users vinden gemak in gebruik van groente en fruit van ondergeschikt belang in tegenstelling tot non-users, die dit erg belangrijk vinden. Van alle consumenten in Nederland heeft tweederde vertrouwen in biologische producten, onder heavy-users is dit ruim 90%.

Bijna de helft van alle ondervraagden geeft aan bekend te zijn met inhoudsstoffen in voeding, zoals antioxidanten, maar slechts éénderde geeft aan op de werking hiervan te vertrouwen.

Wanneer gevraagd wordt naar de gezondheidsaspecten van inhoudsstoffen, geeft ruim de helft aan hiermee bekend te zijn en hier interesse in te hebben. Eénderde let hier ook op bij aanschaf. Onder heavy-users van biologische voeding zijn deze percentages duidelijk veel hoger. Verder zegt bijna 30% van alle consumenten kennis te hebben over inhoudsstoffen in producten tegenover 43% van de heavy-users.

De groente- en fruitsoorten die door de consumenten als meest gezond worden gezien zijn broccoli, appel en sinaasappel. Waar zowel non-, light- als heavy- users het erg mee eens zijn, is dat groente en fruit vooral lekker moeten zijn, veel vitamines bevatten en veilig zijn. Wat verder blijkt is dat heavy users vaker groente en fruit kopen dan de non-users van biologisch.

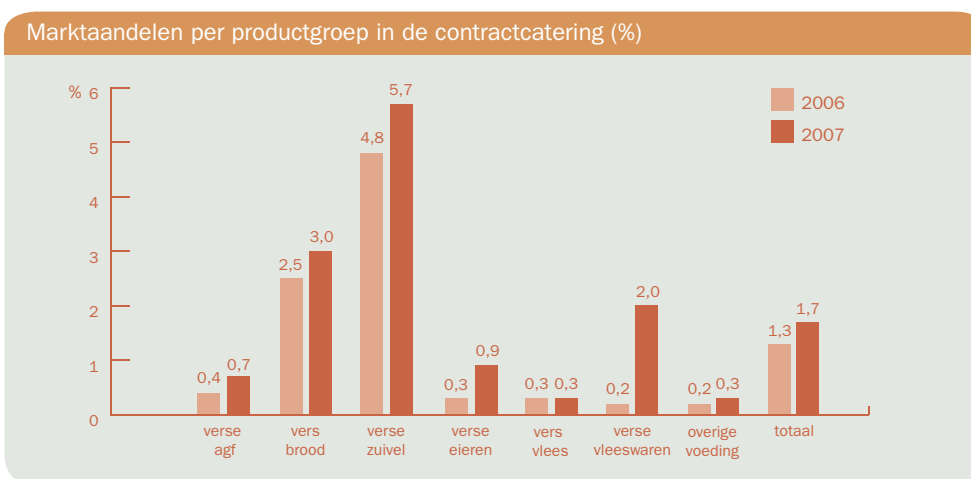


## 3 Marktomvang biologisch in de cateringsector

### 3.1 Contractcatering algemeen

De biologische consumentenbestedingen in de cateringsector zijn ten opzichte van 2006 in 2007 gestegen met 33,7% naar € 23,4 miljoen. De totale omzet (gangbaar plus biologisch) binnen de contractcatering-sector wordt voor 2007 geraamd op bijna € 1,4 miljard.<sup>8</sup> Het marktaandeel groeit daarmee van 1,3% naar 1,7%.

Alle marktaandelen voor biologische productgroepen in de contractcateringsector zijn tussen 2006 en 2007 gestegen. Met name de omzet van biologisch brood, zuivel en vleeswaren stegen sterk.



In de contractcateringsector wordt de omzet gerealiseerd in bedrijfs- en overheidsrestaurants, onderwijs- en zorginstellingen en in vliegtuigen. Hiervoor worden langjarige contracten afgesloten met de klanten, waarin inmiddels steeds vaker biologische producten in het assortiment worden opgenomen.

### 3.2 Catering binnen de overheid

De ambitie van het Rijk om in 2010 een 100% duurzame catering te realiseren heeft resultaat. De doelstellingen, waaronder 40% biologisch assortiment, worden bij nieuwe aanbestedingen meegenomen. Het ministerie van LNV loopt nog steeds aan kop met circa 72% biologische catering eind 2007. Er zijn steeds meer nieuwe producten te vinden in de vitrine, het biologische aanbod van de cateraars neemt zichtbaar toe.

Mede door de Rijksdoelen zijn meerdere overheden in beweging gekomen. Steeds meer provincies, gemeenten en waterschappen besteden aandacht aan biologische voeding. Dit gebeurt in hun eigen bedrijfsrestaurant, maar ook door bijvoorbeeld agendering van biologische voeding bij andere organisaties en samenwerking met projecten bij bijvoorbeeld zorginstellingen. In de volgende beleidsperiode (2008-2011) wordt wederom specifiek aandacht besteed aan catering, zowel bij overheden als bij zorginstellingen en scholen.

<sup>8</sup> De totale omzet van € 1,4 miljard is een raming. De definitieve omzet wordt medio 2008 bekend.

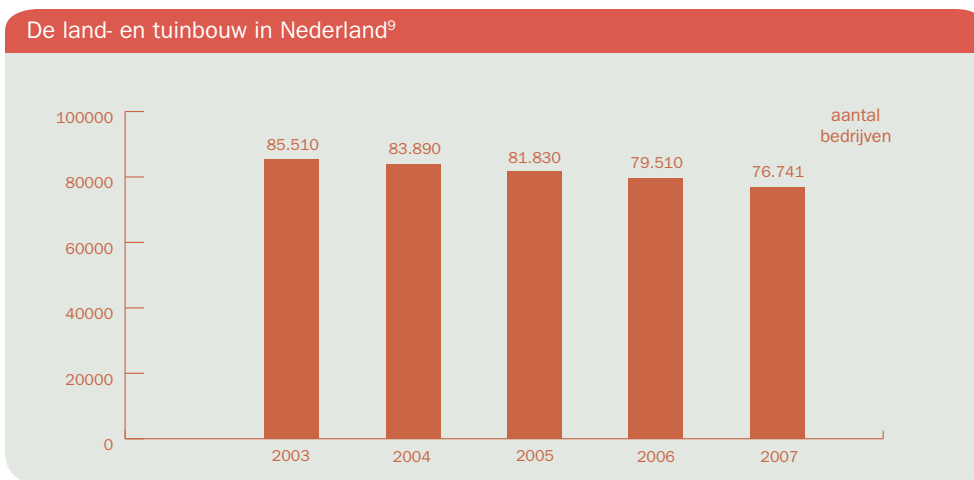




## 4 Biologische land- en tuinbouw

### 4.1 De Nederlandse land- en tuinbouw

Het totaal aantal agrarische bedrijven in Nederland (gangbaar plus biologisch) is al een aantal jaren aan het afnemen. Tussen 2006 en 2007 nam het aantal bedrijven opnieuw af met 3,4%. De bedrijven die overblijven zijn gemiddeld steeds groter. Het totale areaal land- en tuinbouw wordt in 2007 geraamd op ruim 1,9 miljoen ha. De gemiddelde bedrijfsgrootte komt daarmee voor de gehele land- en tuinbouw uit op 24,9 ha.



	2003	2004	2005	2006	2007 <sup>10</sup>
Totaal areaal (ha)	1.923.100	1.924.500	1.922.500	1.919.704	1.914.330
Gemiddeld areaal (ha)	22,5	22,9	23,5	24,2	24,9

### 4.2 De biologische land- en tuinbouw

Het biologische areaal land- en tuinbouw in Nederland is tussen 2006 en 2007 gedaald met 1.406 ha tot 47.019 ha per eind 2007. Een afname van 2,9%.

Ontwikkeling gecertificeerd areaal (ha) per provincie, in 2007, uitgesplitst naar gewasgroep<sup>11</sup>

Provincie	AGF	Graan	Gras	Voedergewas	Braak	Overig	Totaal
Flevoland	2.679	2.030	1.562	200	319	513	7.303
Gelderland	353	818	4.671	426	159	470	6.896
Friesland	215	133	5.032	62	64	56	5.561
Noord-Brabant	559	529	3.637	274	113	153	5.266
Drenthe	57	382	3.849	101	80	37	4.506
Noord-Holland	214	216	3.888	28	31	87	4.464
Groningen	143	451	2.994	110	78	121	3.897
Overijssel	56	465	2.560	186	34	52	3.354
Zuid-Holland	397	145	1.501	49	11	57	2.160
Utrecht	78	106	1.265	78	14	18	1.559
Zeeland	423	234	196	58	74	54	1.039
Limburg	96	151	508	50	21	182	1.013
Totaal Nederland	5.270	5.661	31.664	1.622	985	1.807	47.019

<sup>9</sup> Bron: CBS

<sup>10</sup> Voorlopig cijfer. Het definitieve cijfer wordt medio 2008 bekend.

<sup>11</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR

## Biologische land- en tuinbouw

AGF=aardappelen, groente en fruit; Gras=grasland en natuurlijk grasland; Braak=grond die niet bebouwd 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 Drenthe. Daar steeg het biologische areaal tussen 2006 en 2007 met 1.076 ha. Het aandeel kwam 0,8% hoger uit. De grootste daling, met 2.131 ha, vond plaats in Overijssel. Het aandeel daalde van 2,6% naar 1,6%. Flevoland blijft de provincie waar het grootste aandeel van de land- en tuinbouwgronden biologisch is, maar het biologische aandeel bleef gelijk.

Het areaal voedergewas komt in 2007 uit op 1.622 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 gecertificeerd areaal (ha), per provincie<sup>12</sup>

Provincie	2005	2006	2007	Mutatie	Aandeel
Flevoland	7.719	7.236	7.303	0,9%	8,0%
Gelderland	6.486	6.417	6.896	7,5%	2,7%
Friesland	5.405	5.478	5.561	1,5%	2,4%
Noord-Brabant	5.157	5.309	5.266	-0,8%	2,1%
Drenthe	3.280	3.430	4.506	31,4%	3,0%
Noord-Holland	4.328	4.565	4.464	-2,2%	3,4%
Groningen	4.155	4.183	3.897	-6,8%	2,4%
Overijssel	5.874	5.485	3.354	-38,9%	1,6%
Zuid-Holland	2.423	2.408	2.160	-10,3%	1,5%
Utrecht	1.935	2.007	1.559	-22,3%	2,2%
Zeeland	1.121	1.065	1.039	-2,4%	0,9%
Limburg	885	842	1.008	19,8%	1,1%
Totaal Nederland	48.765	48.425	47.019	-2,9%	2,5%

### 4.3 Aantal biologische bedrijven

In 2007 steeg het aantal primaire biologische landbouwbedrijven dat is aangesloten bij Stichting Skal per saldo met 17 tot 1.465. In totaal vertrokken 96 primaire bedrijven en 113 bedrijven meldden zich nieuw aan. Van de aangesloten bedrijven zijn er 1.372 gecertificeerd. Deze bedrijven hebben een biologisch areaal of een areaal dat in omschakeling is. De gemiddelde bedrijfsgrootte van het biologische bedrijf komt in 2007 uit op 34,3 ha. Dit is een daling van 0,4 ha in vergelijking met een jaar eerder.

### Aantal bij Stichting SKAL aangesloten land- en tuinbouwbedrijven in Nederland<sup>13</sup>

	2003	2004	2005	2006	2007
Totaal aantal primaire bedrijven	1.522	1.469	1.468	1.448	1.465
- waarvan gecertificeerd	1.434	1.383	1.377	1.362	1.372
- waarvan niet gecertificeerd	88	86	91	86	93

<sup>12</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR

<sup>13</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR



Bij de gecertificeerde biologische verwerkers, importeurs, handelaren en opslagbedrijven is in 2007 het aantal gecertificeerde bedrijven met 61 gestegen tot 1.037. De doorgaande stijging van de vraag naar biologische producten stimuleert steeds meer handels- en verwerkingsbedrijven tot het aanvragen van een biologisch certificaat.

#### 4.4 Biologische landbouw in de Europese Unie

Eind 2006 is in de 25 landen van de Europese Unie het areaal biologische landbouw gestegen met bijna een half miljoen ha tot 6,7 miljoen. Het aandeel van het totale landbouwareaal steeg in 2006 van 3,9% naar 4,3%. In heel Europa, inclusief de Europese landen die geen lid zijn van de Europese Unie, steeg het areaal biologische landbouw in 2006 met 8% naar 7,4 miljoen ha.

Het areaal biologische landbouw (in ha) in 2006: de top 5 EU-landen<sup>14</sup>

Nr EU-Land	Eind 2005	Eind 2006	Mutatie	Aandeel
1 Italië	1.067.102	1.148.162	7,6%	9,0%
2 Spanje	807.569	926.390	14,7%	3,7%
3 Duitsland	807.406	825.539	2,3%	4,9%
4 Het Verenigd Koninkrijk	619.852	604.571	-2,5%	3,8%
5 Frankrijk	560.838	552.824	-1,4%	2,0%

In de landen van de top 5 heeft Spanje de grootste groei gerealiseerd. Tussen 2005 en 2006 kwam er bijna 119.000 ha biologische landbouw bij. Italië groeit met ruim 80.000 ha en blijft het Europese land met de grootste oppervlakte biologische landbouw. Net als in 2005 (+ 85.000 ha) groeit Polen in 2006 wederom sterk, met 60.000 ha. Het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk laten een lichte daling zien.

Oostenrijk en Zwitserland blijven ook in 2006 de Europese landen met het grootste aandeel biologische landbouw, met respectievelijk 13,0% en 11,8%. In beide landen is het aandeel licht gestegen. De grootste stijging van het aandeel biologische landbouw heeft zich voorgedaan in Letland. In 2004 was het aandeel nog 1,8%. In 2006 is het aandeel uitgekomen op 9,4%.

Op basis van het areaal biologische landbouw neemt Nederland binnen de Europese unie de 23e plaats in. In 2005 was dit nog de 19e plaats. Het biologische areaal in Nederland is tussen 2006 en 2007 wederom gedaald, terwijl in de meeste Europese landen de groei doorzet.

#### 4.5 Biologische landbouw wereldwijd

Eind 2006 bedroeg het areaal biologische landbouw wereldwijd 30,4 miljoen ha. Tussen 2005 en 2006 is het biologische areaal in Australië weer sterk gestegen. Het overgrote deel hiervan zijn weidegronden. Argentinië daarentegen zag het areaal flink dalen.

Het areaal biologische landbouw (in ha) in 2006: de top 5 landen wereldwijd<sup>15</sup>

Nr Land	Eind 2005	Eind 2006
1 Australië	11.800.000	12.300.000
2 China	2.300.000	2.300.000
3 Argentinië	3.099.427	2.200.000
4 USA	1.620.351	n.b.
5 Italië	1.067.102	1.148.162

<sup>14</sup>Bron: FiBL Survey 2008, bewerking LEI Wageningen UR

<sup>15</sup>Bron: FiBL Survey 2008

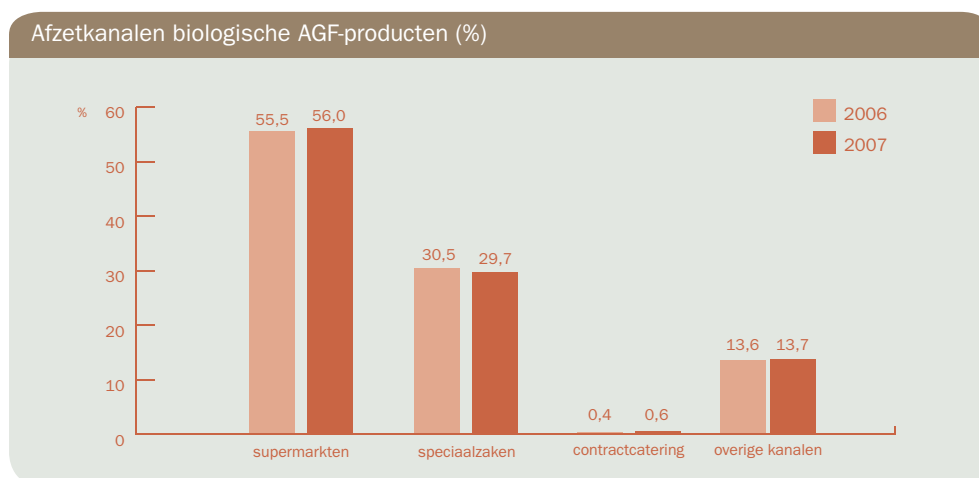
## 5 Biologische AGF-producten

### 5.1 Biologische AGF-producten algemeen

In 2007 zijn de consumentenbestedingen aan biologische aardappelen, groenten en fruit ten opzichte van 2006 fors gestegen, met ruim 12% tot € 134,8 miljoen. Omdat ook de bestedingen aan gangbare AGF-producten toenam, is het marktaandeel met 0,3% gestegen tot 3,8%.

Omzet biologische AGF (x miljoen €)			
	2006	2007	Ontwikkeling (%)
Aardappelen	25,6	27,8	8,4
Groente	72,5	83,7	15,4
Fruit	21,9	23,3	6,8
Totaal AGF	120,0	134,8	12,4

De stijging van de omzet heeft zich bij alle verkoopkanalen voorgedaan. De supermarkten hebben een aandeel van 56% in de verkopen van biologische AGF, de speciaalzaken 30%. Dit betekent dat de supermarkten iets aan belang hebben gewonnen ten opzichte van 2006. Als de uitgaven aan biologische AGF-producten worden uitgedrukt in de gemiddelde uitgaven per hoofd van de bevolking zijn de bestedingen ruim € 8 per persoon per jaar. De gemiddelde besteding aan alle AGF, dus biologische en niet biologische, is in 2007 ruim € 218.



### 5.2 Biologische aardappelen

Van de totale omzet aan biologische AGF nemen de aardappelen 21% voor hun rekening. Dit komt neer op € 27,8 miljoen aan consumentenbestedingen in 2007. De gerealiseerde omzet ligt daarmee 8,4% hoger dan in 2006. Binnen de groep biologische AGF hebben de aardappelen daarmee het hoogste marktaandeel met 6,4%. Meer dan 60% van de biologische aardappelen worden verkocht in supermarkten. Het omzetaandeel in de speciaalzaken is 20%. De rest van de verkopen vinden plaats in de overige kanalen. In de contractcatering vindt weinig tot geen verkoop van biologische aardappelen plaats.

Een belangrijke bedreiging voor de teelt van biologische aardappelen is de aantasting door de schimmel *Phytophthora*. Er zijn inmiddels meerdere rassen op de markt gekomen met een hoge resistentie tegen deze schimmel. Dit biedt perspectieven voor de toekomst, maar de beschikbare hoeveelheden pootgoed zijn nog beperkt. Daarnaast moet nog blijken of de consumenten deze rassen waarderen.



Doordat de druk van Phytophthora al vroeg in het groeiseizoen 2007 erg hoog was door de natte weersomstandigheden, zijn veel percelen al vroeg gerooid. De productie was daardoor beduidend lager dan in 2006. De nettoproductie kwam toen uit op ongeveer 22 ton per ha. In 2007 bedraagt de geschatte opbrengst 15 ton per ha. De maatsortering is over het algemeen klein en de kwaliteit matig. Omdat de prijzen onvoldoende zijn gestegen, is er sprake van een slecht aardappeljaar voor de telers.

Het areaal biologische aardappelen daalde in 2007 licht ten opzichte van 2006. Het totale aardappelareaal bedroeg in 2007 1.217 ha. Het overgrote deel van deze aardappelen zijn consumptieaardappelen.

Areaal biologische aardappelen (ha) <sup>16</sup>		
	2006	2007
Pootaardappelen	298	299
Consumptieaardappelen	970	903
Zetmeelaardappelen	13	15
Totaal aardappelen	1.281	1.217

### 5.3 Biologische groenten

Binnen de AGF zijn de biologische groenten, met ruim 60% van de AGF omzet, het omvangrijkst. In 2007 werd € 83,7 miljoen besteed aan biologische groenten. Dit is een toename van 15,4% ten opzichte van 2006. Het marktaandeel van de biologische groenten komt hierdoor uit op 4,8%. In 2006 bedroeg het marktaandeel nog 4,4%. Ruim de helft van de bestedingen vinden plaats in de supermarkten, en ruim 30% in de speciaalzaken.

De arealen van de bewaargroenten winterpeen, uien en sluitkool zijn in 2007 toegenomen in vergelijking met het jaar ervoor. Het areaal sluitkool is zelfs met ruim 50 ha uitgebreid. Als gevolg van meeldauw aantasting zijn sommige uienpercelen niet gerooid. De prijzen zijn als gevolg daarvan wel goed. Ook de telersprijzen voor peen en kool zijn goed bij producties die redelijk genoemd kunnen worden.

Areaal biologische bewaargroenten (ha) <sup>17</sup>		
	2006	2007
Winterpeen	497	505
Uien	598	608
Sluitkool	184	232

Bij de biologische dagverse en industriegroenten zijn de verschillen in geteelde arealen tussen 2006 en 2007 over het algemeen beperkt. Over het algemeen kan gesteld worden dat er voldoende vraag is naar biologische groenten, maar dat het aanbod niet meegaat.

Het areaal van stamsperziebonen daalde ten opzichte van 2007. Bij de overige gewassen in onderstaande tabel is er sprake van een kleine stijging of stabilisatie van het areaal. Het seizoen was voor de groenten die bedoeld zijn voor de conservenindustrie slecht. Door de slechte weersomstandigheden was de productie erg laag.

<sup>16</sup> Bron: Stichting Skal

<sup>17</sup> Bron: Stichting Skal



## Biologische AGF-producten

Areaal biologische dagverse en industriegroenten (ha)<sup>18</sup>

	2006	2007
Bloemkool	109	113
Broccoli	57	60
Kroten	88	95
Prei	59	59
Spinazie	120	119
Stamsperziebonen	245	232
Was- en bospeen	97	115

Het CBS heeft een raming gemaakt van de productie van diverse biologische groenten. De fysieke productie per hectare van rode en witte kool ligt op ongeveer 55–60% van het opbrengstenniveau van de gangbare teelt. Ook voor prei en kroten geldt deze marge. De productie van biologische winterpeen en groene kool ligt op ongeveer 80% van wat in 2007 in de gangbare teelt werd gehaald.

Het gezinsinkomen uit bedrijf voor de biologische akkerbouw- en groentebedrijven nam in 2006 fors toe ten opzichte van 2005. Uit cijfers van het Bedrijven-Informatienet van LEI Wageningen UR blijkt dat het gemiddelde gezinsinkomen uit bedrijf in 2006 ruim € 40.000 bedroeg. Het jaar ervoor was dit slechts € 10.000 euro. De kosten per hectare lagen op een hoger niveau dan in 2006, maar daar stonden ook hogere opbrengsten tegenover. In beide jaren lag het gezinsinkomen bij de gangbare akkerbouwbedrijven op een hoger niveau dan van de biologische akkerbouw- en groentebedrijven. Over het jaar 2007 zijn nog geen gegevens beschikbaar.

Het areaal biologische glasgroenten is ongeveer 70 ha in 2007. Belangrijke gewassen zijn tomaat, komkommer en paprika. Het areaal van deze gewassen is vrijwel gelijk aan het areaal van vorig jaar. Het overgrote deel van de vruchtgroenten is bestemd voor buitenlandse consumptie.

Areaal biologische glasgroenten (ha)<sup>19</sup>

	2006	2007
Tomaten	20	20
Komkommers	9	9
Paprika's	16	15

Een co-innovatieproject tussen diverse Nederlandse partijen (veredeling, handel, kennisinstellingen en praktijk) heeft ertoe geleid dat er in 2007 een nieuwe komkommersoort op de markt is gebracht, de oerkomkommer. Het is een 'vergeten' komkommersoort, afkomstig uit Azië en geselecteerd voor de biologische teelt onder Nederlandse omstandigheden. De kleur en het formaat zijn gelijk aan de huidige komkommer, maar de kleine stekels en de ribbels op de huid maken deze komkommer opvallend. De oerkomkommer zal in 2008 in Nederlandse winkels worden uitgetest.

### 5.4 Biologisch fruit

De consumentenbestedingen van fruit zijn minder sterk gestegen dan van de groenten. De bestedingen namen toe tot € 23,3 miljoen. Dit is een groei van 7% ten opzichte van 2006. Het marktaandeel van het biologisch fruit is 1,7%. Per verkoopkanaal is de omzetverdeling vergelijkbaar met de biologische groente. De supermarkten verkopen ruim de helft, in de speciaalzaken wordt bijna 30% verkocht.

<sup>18</sup> Bron: Stichting Skal

<sup>19</sup> Bron: Stichting Skal



Areaal biologisch fruit (ha)<sup>20</sup>

	2006	2007
Appels	263	248
Peren	107	93
Zacht fruit (frambozen, bessen, bramen en druiven)	81	80
Steenfruit en pitvruchten (kersen en pruimen)	14	14
Overig fruit	14	40
Totaal fruit	479	474

Het totale areaal biologisch fruit daalde in 2007 licht ten opzichte van het areaal in 2006. Het appelareaal bedroeg 248 ha waarvan 40 ha bestond uit hoogstamfruit. Elstar heeft met een oppervlakte van bijna 100 hectare het grootste areaal. Het areaal van dit ras neemt wel af. Een appelras als Topaz laat een groei zien tot 51 ha in 2007. Het perenareaal daalde licht van 107 naar 93 ha in 2007. Bij dit gewas wordt nog 45% als hoogstamfruit geteeld. Meer dan de helft van het perenareaal bestaat uit Conference. De areaaldaling bij appel en peer heeft zich niet voorgedaan onder de professionele fruittelers, daar is eerder sprake van een toename van het areaal.

Europees, maar ook in Nederland worden meer kwalitatief goede biologische appels bewaard. Zodoende zijn er jaarrond meer biologische appels beschikbaar. Belangrijke productielanden in Europa zijn Duitsland, Oostenrijk, België, Nederland, Zwitserland en Frankrijk. Deze landen zorgen voor ongeveer driekwart van de Europese productie. De Europese productie ligt vanwege areaaluitbreiding op een hoger niveau dan vorig jaar.

De fysieke productie van biologische appels in Nederland was in 2007 hoger dan in 2006. Gemiddeld over alle rassen bedroeg de productie 27 ton per ha, terwijl in 2006 de teller bleef steken op 19 ton. De rassen Elstar, Jonagold/Jonagored en Santana haalden producties van meer dan 30 ton per hectare. Door de hoge fysieke productie is de totale appelproductie in Nederland hoger dan in 2006 ondanks het lagere areaal. Ook de perenproductie nam toe in 2007. Gemiddeld bedroeg de fysieke productie 29 ton per hectare. In 2006 was de productie 8 ton minder. De hogere productie is mede te danken aan de gunstige weersomstandigheden en een toenemende kennis onder de telers over de teelt van de schurftresistente appel- en perenrassen die in toenemende mate worden geteeld.

## 5.5 Biologische paddestoelen

De biologische paddenstoelsector is een kleine sector (ongeveer 20 bedrijven). De helft van de bedrijven teelt witte of kastanjechampignons, de andere helft soorten als portabella, shiitake en oesterzwammen. Belangrijk aandachtspunt bij de paddenstoelenteelt is de kwaliteit van het biologische substraat waarop de paddenstoelen geteeld worden. Door kwaliteitsverschillen in het substraat, is de productie ook wisselend en daardoor minder voorspelbaar dan in de gangbare teelt. Ook de hogere kosten voor het substraat dan in de gangbare teelt zijn een aandachtspunt.

<sup>20</sup> Bron: Stichting Skal

## 6 Biologisch vlees

### 6.1 Biologisch vlees algemeen

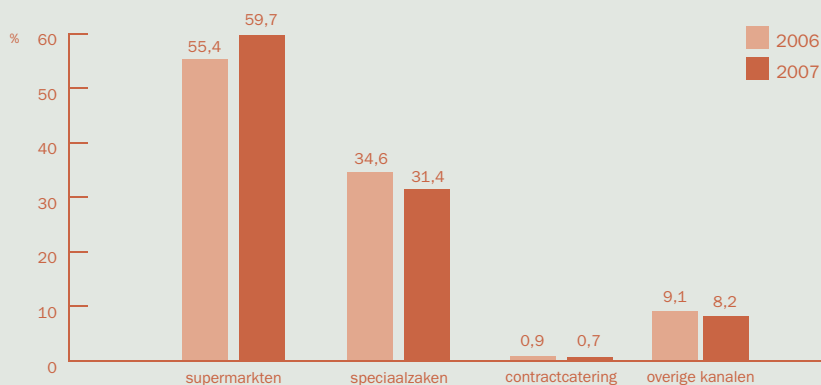
In 2007 zijn de consumentenbestedingen aan biologisch vlees met ruim 22% gestegen naar € 48,9 miljoen. Alle vleescategorieën zagen de omzet stijgen. De totale consumentenbestedingen aan vlees (gangbaar plus biologisch) stegen met 2,6% naar ruim € 2,5 miljard. Het marktaandeel van biologisch vlees steeg van 1,6% naar 1,9%. Per hoofd van de bevolking werd in 2007 voor € 2,99 uitgegeven aan biologisch vlees. Voor totaal vlees is dit € 156.

#### Omzet biologisch vlees in € miljoen

	2006	2007	Ontwikkeling (%)
Varkensvlees	7,6	9,0	18,5
Rundvlees	17,3	20,2	16,8
Kip en gevogelte	7,2	9,4	30,9
Overig vlees	7,8	10,3	31,0
Totaal vlees	39,9	48,9	22,4

Van al het biologische vlees wordt bijna 60% verkocht in supermarkten. Ruim 31% van de verkopen vindt plaats in speciaalzaken, voornamelijk via de biologische slagerijen.

#### Afzetkanalen biologisch vlees (%)



De consumentenbestedingen aan biologische vleeswaren zijn in 2007 met bijna 18% gestegen ten opzichte van 2006. De omzet in 2007 is € 10,8 miljoen tegen € 9,2 miljoen in 2006. Aan biologische vleesvervangers werd in 2007 ruim € 11,4 miljoen verkocht. Dit is een stijging van 5,4% ten opzichte van 2006.

### 6.2 Biologisch varkensvlees

De consumentenbestedingen aan biologisch varkensvlees zijn in 2007 sterk gestegen. Vrijwel alle verkoopkanalen wisten een hogere omzet te realiseren. Ruim de helft van het biologische varkensvlees is door consumenten bij de supermarkten gekocht. Door een groeiende vraag en een uitbreiding van het aantal verkooppunten zijn de omzetten in dit kanaal met ruim een kwart toegenomen. De verkopen bij biologische slagerijen zijn met bijna 11% toegenomen. De overige verkoopkanalen, waarvan de omzetten overigens



maar van geringe betekenis zijn, wisten eveneens een stijging te realiseren.

Het aantal biologische varkensbedrijven is het afgelopen jaar iets toegenomen. Deze ontwikkeling heeft in de loop van het jaar weliswaar geleid tot een ruimer aanbod van vleesvarkens maar was bij lange na niet voldoende om in de groeiende vraag te voorzien. Voor het jaar 2008 wordt een verdere groei van het aanbod voorzien. Dit valt af te leiden uit de beschikbare cijfers uit de landbouwtelling. Deze laten namelijk een sterke stijging zien van het aantal biologische zeugen en biggen.

De varkenssector werd het afgelopen jaar geconfronteerd met een sterke stijging van de voerkosten. Door het krappe aanbod van biologische granen zijn de mengvoederprijzen, waarin graan een belangrijke component is, in de tweede helft van het jaar fors gestegen. Tegen het eind van het jaar lagen de voerprijzen meer dan € 10 hoger dan aan het begin van het jaar. Aangezien de voerkosten voor een belangrijk deel bepalend zijn voor de kostprijs is deze fors gestegen. Dankzij de goede vraag naar biologisch varkensvlees zijn de gestegen kosten echter goeddeels gecompenseerd door een hogere uitbetalingprijs.

Het overgrote deel van de Nederlandse biologische vleesvarkens wordt door De Groene Weg geslacht. Deze dochtermaatschappij van VION is de belangrijkste leverancier aan de supermarkten. Naast de binnenlandse afzet wordt vanwege de sterk groeiende internationale vraag een deel van het varkensvlees door De Groene Weg naar onder meer Engeland, Duitsland en Italië uitgevoerd.

### 6.3 Biologisch rundvlees

De stijgende consumptie van biologisch rundvlees gedurende de afgelopen jaren heeft zich ook in 2007 voortgezet. De omzet is met bijna 17% gestegen en bedraagt nu meer dan € 20 miljoen. Met name de bestedingen in de supermarkten, waar inmiddels ruim de helft van het biologisch rundvlees wordt verkocht, zijn sterk toegenomen. Daar groeiden de bestedingen met bijna 29%. Door de groeiende vraag naar snel bereidbare producten is ook het assortiment verruimd.

De omzet in de biologische slagerijen is eveneens toegenomen, maar de groei was met 5% minder groot. Rundergehakt blijft het belangrijkste product binnen het rundvleesassortiment.

Van de totale rundvleesverkoop is het aandeel biologisch rundvlees opgelopen tot 3,0%. Dit betekent dat de Nederlander gemiddeld per jaar € 1,23 aan biologisch rundvlees uitgeeft.

De verkoop van biologisch kalfsvlees, een relatief nieuwe product op de Nederlandse markt, laten een positieve ontwikkeling zien.

Uit de landbouwtellingen van het CBS blijkt dat het aantal biologisch rundveebedrijven met vleesvee is afgenomen. Het aantal runderen in de vleesveehouderij is eveneens afgenomen. Het gedeeltelijk ontkoppelen van de dierpremies heeft mogelijk bijgedragen aan deze ontwikkeling. Het aandeel natuurweidegebieden van de totale oppervlakte grasland op de bedrijven is relatief groot.

Naast het aanbod uit de vleesveehouderij komen biologische runderen beschikbaar vanuit de biologische melkveehouderij. Het betreft hier voornamelijk uitstootkoeien, dieren die niet meer geschikt zijn om als melkkoe aan te houden. Een deel van deze koeien wordt in het gangbare circuit afgezet vanwege het lage geslacht gewicht. Door de oplopende voerkosten wordt het minder interessant om deze dieren af te mesten. Vorig jaar zijn de inkoopcondities echter aangepast waardoor er meer koeien in het biologische segment zijn afgezet. Een groot gedeelte van het biologische rundvlees wordt geïmporteerd vanwege de kwaliteit en de ruime beschikbaarheid.

# Biologisch vlees

## 6.4 Biologisch pluimveevlees

In 2007 groeide de omzet in biologisch pluimveevlees (kip en gevogelte) met bijna 31% naar € 9,5 miljoen. Dat is een forse toename ten opzichte van de omzet in 2006 die € 7,2 miljoen bedroeg. De omzet komt voor ruim 65% uit de supermarkten, maar voor de afzet van biologisch pluimveevlees zijn ook de speciaalzaken en natuurvoedingswinkels belangrijk. Per hoofd van de bevolking werd er in 2007 gemiddeld voor € 0,58 besteed aan biologisch pluimveevlees.

De productie van biologisch pluimveevlees in Nederland vindt plaats op een tiental bedrijven met in totaal 55.000 dierplaatsen. Per jaar worden circa 230.000 biologische vleeskuikens geslacht. Naast Nederlandse productie is er import vanuit België en Frankrijk.

De kosten voor het houden van biologische vleeskuikens zijn duidelijk hoger dan van gangbare vleeskuikens. In 2007 zijn de kosten voor het houden van biologisch vleeskuiken fors gestegen. De pluimveehouders kregen te maken met hogere prijzen voor het voer en energie en ook de kosten voor mestafzet waren hoger. De voerprijs steeg tussen januari en december 2007 met bijna 30%. Doordat de voerkosten meer dan de helft van de totale kosten uitmaken is dit een forse verhoging van de kostprijs om biologische vleeskuikens te produceren.

## 6.5 Biologische eieren

In 2007 kwamen de consumentenbestedingen aan biologische eieren uit op € 11,7 miljoen. Dat is een toename met 24% ten opzichte van de bestedingen in 2006 die € 9,4 miljoen bedroegen. Het marktaandeel steeg van 4,7% naar 5,4%. De groei van de bestedingen kwam vooral uit de supermarkten.

De afzet van biologische eieren verloopt voor 90% via supermarkten en natuurvoedingswinkels. De gemiddelde prijs waarvoor biologische eieren verkocht worden was in 2007 ruim € 0,27 per stuk. Daarmee zijn de biologische eieren meer dan tweemaal zo duur als scharreleieren die in 2007 voor gemiddeld € 0,13 per stuk verkocht werden.<sup>21</sup> De duurdere prijs voor biologische eieren wordt veroorzaakt door een hogere kostprijs. De kostprijs voor de productie van biologische eieren is in 2007 duidelijk gestegen. Deze stijging werd vooral veroorzaakt door de hogere voerprijzen. Daarnaast was er stijging in kosten voor energie en mestafzet. De stijging van de voerprijs is het gevolg van schaarste op markt voor biologische grondstoffen. De prijs van biologisch legmeel is hierdoor tussen januari en december 2007 gestegen met 35%.

Het aantal biologische hennen is de laatste jaren gestaag toegenomen. Was het aantal biologische hennen in 2004 en 2005 nog respectievelijk 405.000 en 510.000 hennen in 2006 was dit aantal toegenomen tot 860.000.<sup>22</sup> Voor 2007 zijn nog geen officiële cijfers beschikbaar, maar het aantal biologische hennen wordt geschat op een aantal tussen 900.000 en 1 miljoen stuks. Dit is 3% van het totaal aantal leghennen in Nederland.

De pluimveehouders met biologische hennen verkopen nagenoeg alle eieren aan pakstations. Slechts een zeer klein deel wordt verkocht via huisverkoop, boerderijwinkel of bezorgdienst. De pakstations sorteren en verpakken de diverse soorten eieren (kooi, scharrel, en eieren van vrije uitloop). Doordat de Nederlandse pakstations een belangrijke positie innemen op de Duitse markt is ook voor de afzet van biologische eieren de Duitse markt zeer belangrijk. Meer dan 75% van de Nederlandse biologische eieren wordt geëxporteerd, waarbij Duitsland veruit de belangrijkste bestemming is.

<sup>21</sup> Bron: GfK / PVE. gemiddelde consumentenprijzen eieren huishoudelijke markt Nederland. GfK/ PVE. Productschap Vee, Vlees en Eieren. Zoetermeer, maart 2008.

<sup>22</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR



# 7 Biologische zuivel



## 7.1 Biologisch zuivel algemeen

De omzet in biologische dagverse zuivel is in 2007 toegenomen met bijna 15% tot € 88,1 miljoen. De grootste stijging deed zich voor bij de kaas (+24,6%). De totale zuivelomzet (gangbaar plus biologisch) is € 3,2 miljard. Het marktaandeel is daarmee gestegen van 2,6% in 2006 naar 2,7% in 2007.

Omzet biologische zuivel (x miljoen €)

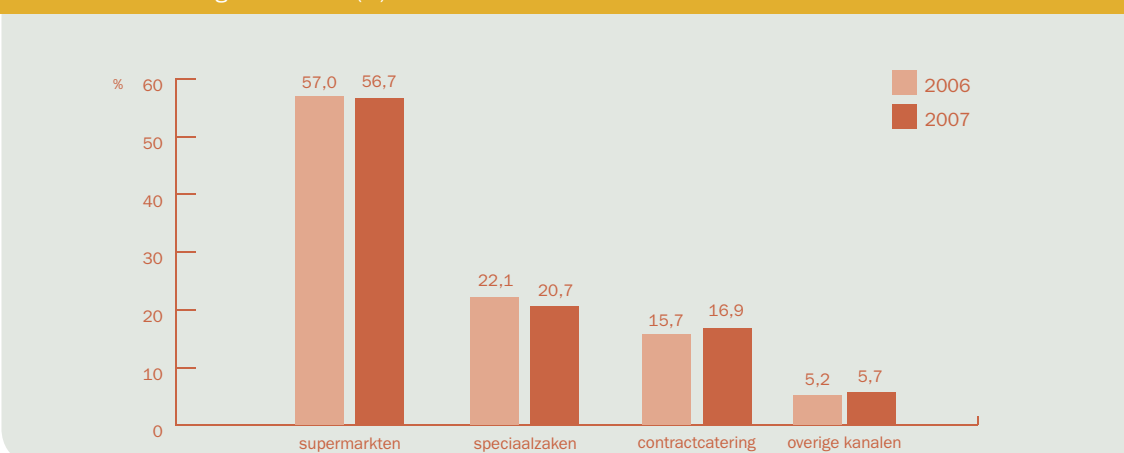
	2006	2007	Ontwikkeling (%)
Dun vloeibare zuivel	36,7	40,4	10,1
Dik vloeibare zuivel	21,5	24,9	15,9
Kaas	14,3	17,9	24,6
Boter	4,1	4,9	19,5
Totaal zuivel	76,6	88,1	14,9

Binnen de biologische zuivel hebben bijna alle categorieën in 2007 een hoger marktaandeel dan vorig jaar. Uitzondering hierop is de categorie biologische dunne zuivel (melk, karnemelk). Sinds jaren is er voor de categorie dunne zuivel weer sprake van een hogere gemiddelde prijs in de totaalverkopen, waardoor, ondanks een omzetsijging voor biologische dunne zuivel, het marktaandeel met een half procent daalt.

Bijna 57% van de biologische dagverse zuivel werd in 2007 in de supermarkten verkocht en dit bleef nagenoeg onveranderd ten opzichte van 2006. De bestedingen aan biologische dik vloeibare zuivel (volle yoghurt en toetjes) stegen met een groei van € 2,8 miljoen fors in de supermarkten. De omzet van dun vloeibare zuivel (melk en magere yoghurt) steeg met € 1,7 miljoen. De prijzen van de belangrijkste producten zoals deze in de supermarkt worden aangeboden zijn in 2007 nauwelijks veranderd ten opzichte van het voorgaande jaar.

De bestedingen aan biologische zuivel via webwinkels en abonnementen nam tussen 2006 en 2007 met meer dan 60% toe.

Afzetkanalen biologische zuivel (%)



# Biologische zuivel

## 7.2 Biologische melkveehouderij

De meeste biologische melkveehouders ontvangen een melkprijs die wordt bepaald door een toeslag op de prijs van gangbare melk. Omdat de vraag naar biologische zuivelproducten harder stijgt dan het aanbod is de toeslag het afgelopen jaar iets verhoogd. Bovendien hebben de gunstige ontwikkelingen op de internationale zuivelmarkt geresulteerd in een aanzienlijk hogere prijs voor gangbare melk, waardoor de uitbetalingsprijs van biologische melk sterk is gestegen. Voor 2007 bedraagt de gemiddelde stijging circa 6,5 cent. Vanwege de hogere melkopbrengsten is het gezinsinkomen gestegen tot € 84.000. Het aantal boeren wat is gaan deelnemen in Eko-Holland, een coöperatie van biologische melkveehouders, is flink gegroeid en bedraagt inmiddels circa 80 stuks.

Het aantal biologische melkveebedrijven is het afgelopen jaar nauwelijks veranderd. De gunstige ontwikkelingen op de gangbare zuivelmarkt lijken tot gevolg te hebben dat de belangstelling onder de melkveehouders om over te schakelen naar de biologische productiewijze afneemt. Omdat er onvoldoende nieuwe bedrijven toetreden is er sprake van stagnatie in de groei van de productie van biologische melk. Door de groeiende vraag is de invoer van melk uit onder meer Duitsland en Frankrijk gestegen tot 19 miljoen kg. De uitvoer is eveneens toegenomen en bedraagt circa 8 miljoen kg. De uitvoer vindt voornamelijk plaats naar Engeland.

Vanwege de lagere veebezetting en een lagere melkgift per koe is de kostprijs van biologische melk hoger dan van gangbare melk. Het afgelopen jaar is de kostprijs door de stijgende voerprijzen en hogere rentekosten verder opgelopen. Het verschil in kostprijs tussen biologische en gangbare melk neemt de laatste jaren toe. Aangezien het aangekochte voer met ingang van 2008 voor 100 procent van biologische oorsprong dient te zijn, zal dit tot een verdere stijging van de voerkosten leiden.

Om het toegenomen verschil te compenseren is met ingang van 2008 de toeslag op biologische melk door een aantal melkverwerkers met circa 2 cent verhoogd tot ruim 8 cent per kg.

## 7.3 Biologische geiten- en melkschapenhouderij

Het aantal bedrijven met biologische melkgeiten ligt in 2007 rond de 70 bedrijven,<sup>23</sup> waarvan circa 50 professionele bedrijven. De rest zijn hobbyisten die andere activiteiten erbij doen. Het gemiddeld aantal dieren op de professionele bedrijven is 400. Dit loopt uiteen van bedrijven met 50 geiten tot bedrijven met 1.000 geiten.

De grotere biologische geitenhouderijen, ongeveer 60% van de bedrijven, leveren geitenmelk aan verwerkers. In Nederland wordt in 2007 ongeveer 11 miljoen liter geitenmelk geproduceerd. Deze geitenmelk wordt vrijwel geheel geëxporteerd. Export gaat voor ongeveer 40% naar Duitsland. De rest gaat naar andere Europese landen. In Nederland zelf is er wel vraag naar biologische geitenzuivel maar door het schaarse aanbod liggen producten nog weinig in het schap.

De overige 40% van de geitenhouderijen zijn zelfverwerkende bedrijven die op het bedrijf kaas, yoghurt of fetta maken. Dit zijn gemiddeld de wat kleinere bedrijven.

Het aantal biologische bedrijven met melkschapen ligt in 2007 op 19 bedrijven. Hiervan zijn er 15 aangesloten bij de Nederlandse Vereniging Professionele Melkschapenhouders (NVPM). Gemiddeld bezitten deze bedrijven ruim 200 melkschapen.<sup>24</sup> De kostprijs van de schapenmelk ligt met € 182 per 100 kg melk duidelijk boven de melkprijs die varieert van € 101 tot € 129 per 100 kg.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR

<sup>24</sup> Bron: Stichting SKAL, bewerking LEI Wageningen UR

<sup>25</sup> Bron: Louis Bolk Instituut

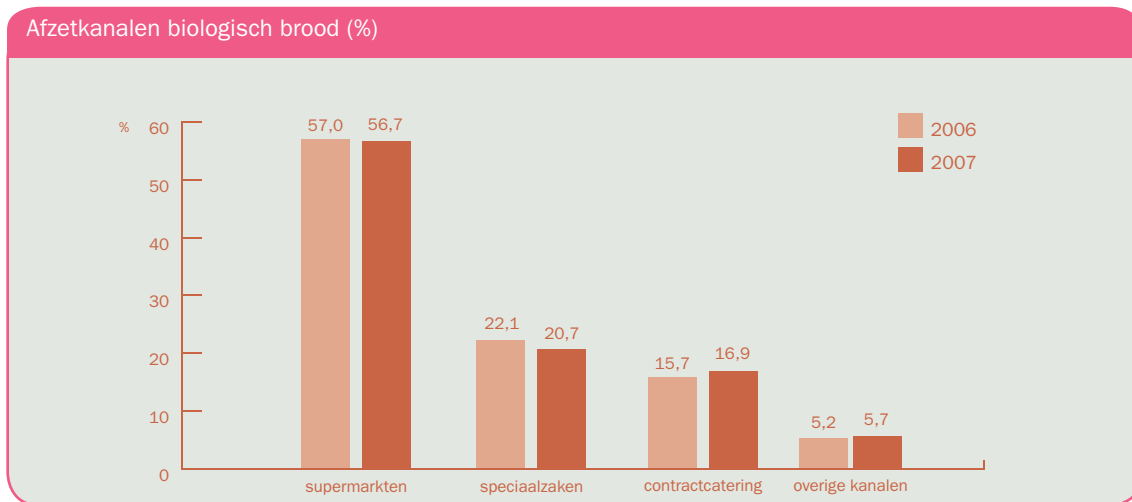


## 8.1 Biologisch brood algemeen

De verkopen van biologisch brood zijn tussen 2006 en 2007 gestegen met 13,5% van € 29,3 miljoen naar € 33,2 miljoen. Het marktaandeel voor biologisch brood is gelijk gebleven en bedraagt 2,1%.

De consumentenuitgaven aan brood zijn het afgelopen jaar met 9,2% gestegen tot een bedrag van € 1,55 miljard. De sterke stijging is voor een belangrijk deel veroorzaakt door hogere grondstofprijzen (granen) in de tweede helft van het jaar.

Verreweg het meeste biologische brood wordt verkocht in natuurvoedingswinkels. Het aandeel van de supermarkten in de verkopen groeit iets en bedraagt bijna 20%.



## 8.2 Biologische granen

Het areaal biologische granen is het afgelopen jaar met bijna 500 ha gestegen naar 5.661 ha. Het biologische graanareaal bestaat voor meer dan de helft uit tarwe. De teelt hiervan vindt overwegend plaats in Flevoland. Gerst, triticale en rogge hebben ieder een aandeel van ruim 10% van het totale graanareaal en worden vooral geteeld in de oostelijke provincies. Het merendeel van het geoogste graan wordt afgezet naar de maal- en mengvoederindustrie. Deels blijft het graan achter op het bedrijf en wordt gevoerd aan het eigen vee.

Het biologische graanareaal bestaat voornamelijk uit zomergranen. Daardoor heeft het weerstype in 2007 veel invloed gehad op de opbrengsten. De voorjaarsinzaai werd gevolgd door een periode met warm en droog weer waardoor het gewas zich slecht heeft ontwikkeld. Vervolgens was er sprake van een lange periode van donker en vochtig weer waardoor de geoogste opbrengsten uiteindelijk aanzienlijk lager zijn uitgevallen. In bepaalde gebieden bedroegen de opbrengsten zelfs maar iets meer dan de helft van de hoeveelheid die onder normale omstandigheden wordt geoogst. Het geschetste weersbeeld gold voor grote delen van Europa zodat de Europese graanoogst uiteindelijk aanzienlijk lager is uitgevallen.

Als gevolg van het krappe aanbod zijn de prijzen van het biologische graan in de tweede helft van vorig jaar fors gestegen. Zoals het zich laat aanzien zal de gemiddelde oogstprijis van biologische voertarwe meer dan € 35 per 100 kg bedragen. Dit ligt ruim € 10 boven het niveau van de oogst in 2006. De prijzen van de overige granen zijn vrijwel in gelijke mate gestegen als de prijs van tarwe.

## 9 Biologisch 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 2006 en 2007 gestegen van € 162,7 miljoen naar € 179,9 miljoen. Dit is een stijging van 10,6%. Het marktaandeel is gelijk gebleven op 1,3%. De totale verkopen binnen de groep overig food liggen in Nederland in 2007 op € 13,6 miljard. Ten opzichte van 2006 is dit een stijging van 7,4%.

### 9.2 Biologische vis

In Nederland worden de volgende soorten gekweekt: paling, meerval, tilapia, tong, tarbot, barramundi en snoekbaars. Geen van deze vissoorten is echter biologisch gecertificeerd. Dit heeft vaak te maken met de strenge richtlijn waarvoor sommige in Nederland gekweekte soorten niet aan voldaan kan worden. 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, afkomstig 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](http://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.<sup>26</sup>

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 controleinstanties als Naturland en de Soil Association ([www.goedevis.nl](http://www.goedevis.nl)). In een aantal natuurvoedingswinkels zijn zalm en forel van het merk Bio-Verde te koop. 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.

Productiecijfers ten aanzien van biologische aquacultuur worden niet structureel verzameld, er zijn alleen cijfers bekend uit 2000, waarin 4.000 ton zalm werd geproduceerd (in Ierland en Schotland), 100-200 ton forel (in Schotland en Duitsland), 200-400 ton karper (in Duitsland en Oostenrijk) en 100 ton mosselen (in Ierland) (Tacon & Brister 2002). In 2003 bedroeg de totale productie in Europa 14.000 ton, waarbij zalm en forel nog steeds de grootste zijn. Hoewel er een stijgende lijn is in de productie en vraag naar biologische visproducten lijkt het erop dat duurzame aquacultuur een hogere vlucht zal gaan nemen in de toekomst. In Nederland wordt momenteel gewerkt aan een meetlat voor duurzame visteelt. Een eerste versie zal in 2009 gereed zijn. De import zal hier ook mee te maken krijgen.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Bron: Voedingscentrum

<sup>27</sup> Bron: Visserijnieuws, 25-02-2008



### 9.3 Biologische sierteelt

De biologische sierteeltsector heeft een bewogen jaar achter de rug waarin zes grote biologische telers als handelscoöperatie BioFlora BV hun eerste resultaten hebben geboekt. Met de oprichting van een eigen verkooporganisatie nemen deze telers het heft in handen om de verkoop van biologische bloemen onder het EKO keurmerk te vergroten. De handelscoöperatie BioFlora fungeert in de eerste plaats als marktplaats voor de aandeelhouders van BioFlora, maar verkoopt ook biologische bloemen van andere producenten en biologische boeren. De biologische bloemen worden zowel als monobos verkocht maar ook verwerkt tot 100% biologische boeketten. De afzet vindt zowel in Nederland als in het buitenland plaats. In het begin van het jaar worden de tulpen en bollen op pot traditioneel via het natuurvoedingskanaal in hoofdzakelijk Nederland en een klein gedeelte in Duitsland verkocht. De zomerbloemen worden voor een groot deel geëxporteerd naar natuurvoedingskanalen, supermarktklanten en groothandelaren in Frankrijk, Engeland en Zwitserland. Daarnaast hebben de biologische boeketten al voor het vierde jaar een vaste plek in het schap bij 200 Shell stations door heel Nederland. In de winter zijn enkele acties met het kerstproduct Amaryllissen in twee Nederlandse supermarkten gehouden. In 2007 is ongeveer 40% van de Nederlandse productie als biologisch afgezet. De andere producten vonden hun weg via het reguliere kanaal. De focus in 2008 ligt op het vergroten van dit aandeel. Dat betekent het aanboren van nieuwe markten, product- en assortimentsontwikkeling en verdere professionalisering van de marktplaats voor biologische bloemen.

Areaal biologische sierteelt (ha)

	2006	2007
Bloembollen	17,0	13,4
Snijbloemen buitenteelt	31,3	31,4
Snijbloemen kasteelt	3,6	3,9
Planten	14,0	13,6
Totaal	65,9	62,3

# Verantwoording

De BIO-Monitor wordt jaarlijks opgesteld door onderzoekers van LEI Wageningen UR, in opdracht van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. De BIO-Monitor wordt, onder regie van de Task Force Marktontwikkeling Biologisch Landbouw, uitgegeven door Biologica.

## **Cijfermateriaal in de BIO-Monitor m.b.t. consumentenbestedingen**

De bestedingen aan biologische voeding worden ten behoeve van deze BIO-Monitor uit veel verschillende bronnen samengesteld. De afgelopen jaren is de nauwkeurigheid jaarlijks verbeterd door middel van het vergroten van het aantal bronnen. Dit jaar heeft er geen aanpassing in het aantal bronnen plaatsgevonden. Ook heeft er, ten behoeve van een voortdurende verbetering, dit jaar een extra controleslag plaatsgevonden via grote marktpartijen. Ook hierdoor zijn de bestedingen weer enigszins aangepast en is de kwaliteit van de cijfers opnieuw sterk verbeterd.

Hieronder staat per verkoopkanaal de wijze van verzamelen, aangevuld met een toelichting op de effecten van de extra controleslag.

**Supermarkten:** De bestedingen aan biologische voeding in het supermarktkanaal zijn in 2007 samengesteld uit cijfers van de marktonderzoekbureaus IRI Infoscan en GfK Consumentenpanel. IRI Infoscan baseert haar marktmeting op EAN-codes (streepjescodes op verpakkingen) van biologische producten. GfK maakt gebruik van een consumentenpanel bestaande uit 6.000 huishoudens.

**Speciaalzaken:** De bestedingen aan biologische voeding in de speciaalzaken zijn in 2007 samengesteld uit basisinformatie van Natudis, De Nieuwe Band, Udea en de Natuurwinkel. Op basis van deze informatie is samen met het Promotiebureau Biologische Speciaalzaak (PBS) de marktontwikkeling bepaald. Voor de biologische speciaalzaken is gebruik gemaakt van informatie van De Groene Weg slagerijen.

**Contractcatering:** De bestedingen aan biologische voeding in de contractcatering zijn in 2007 gebaseerd op een representatieve steekproef, goed voor ruim 70% van de Nederlandse markt voor de contractcatering. De totale omzet van de cateringsector is geraamd en heeft een voorlopig karakter. De werkelijke omzet is medio 2008 beschikbaar.

**Overige verkoopkanalen:** De bestedingen aan biologische voeding in de overige kanalen zijn in 2007 samengesteld met informatie uit de volgende bronnen:

Boerenmarkten	Bio-Gids van Biologica
Boederijverkopen	Onderzoek door LEI Wageningen UR
Webwinkels, abonnementen en bezorgservices	Stichting Van Eigen Erf en Odin

De effecten van de controle via marktpartijen:

De controle via marktpartijen is vooral relevant om een deel van de bestedingen buiten het supermarktkanaal, waarvan alleen totaalcijfers beschikbaar komen, te kunnen verdelen over de diverse productgroepen.

De belangrijkste correctie is een statistische opwaardering van de bestedingen aan droge kruidenierswaren in de productgroep biologische overige voeding. Dit gaat ten koste van enkele biologische versgroepen. Indien productgroepen hieronder niet zijn vermeld, zijn de vorig jaar gerapporteerde bestedingen in grote lijnen juist gebleken. In dit rapport wordt verder alleen gesproken over de nieuwe (herziene) cijfers.

In onderstaande tabel wordt duidelijk waar de belangrijkste correcties hebben plaatsgevonden.

	2006 oude gegevens		2006 nieuwe gegevens	
	Omzet ( x miljoen € )	Aandeel	Omzet ( x miljoen € )	Aandeel
Biologische AGF	149,6	4,4%	120,0	3,5%
Biologisch vlees	57,6	2,3%	39,9	1,6%
Biologische vleeswaren	16,1	1,1%	9,2	0,6%
Biologische vleesvervangers	12,0	21,2%	10,8	18,9%
Biologisch overige voeding	108,5	0,9%	161,6	1,3%
Biologische versgroepen	351,8	2,8%	296,4	2,3%

#### **Cijfermateriaal in de BIO-Monitor m.b.t. biologische land- en tuinbouw**

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

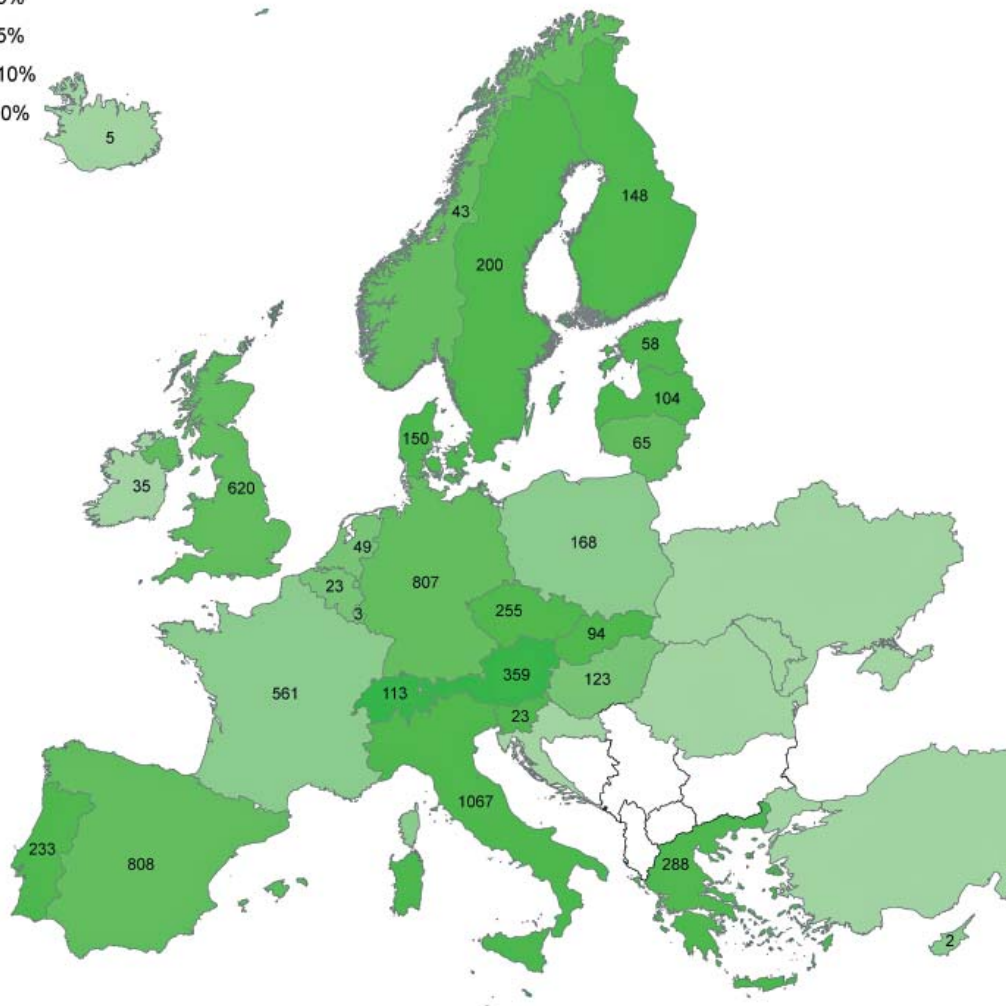
Na aanmelding bij Stichting Skal is een bedrijf in omschakeling. Na 1 jaar is het mogelijk om een certificaat "in omschakeling" te verkrijgen. Voor het certificaat "biologisch" moeten bedrijven meestal 2 jaar aangesloten en gecontroleerd zijn door Stichting Skal. Hierop zijn enkele uitzonderingen van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



# Kaart biologische landbouw in Europa

## Biologische landbouw in Europa areaal per lidstaat in 2006 in '000 ha

% van het totaal landbouwareaal



**Aan deze uitgave werkten mee:**

**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 supermark-tassortiment, 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 toezichthouder op de biologische productie in Nederland. Skal doet dit door middel van aangekondigde en overwachte inspecties, monsternames en analyses, diepgaande administratieve controles, strenge sancties en communicatie over regelgeving en handhaving. Skal is wettelijk houder 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. 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, Ministerie van LNV, Biologica en een aantal maatschappelijke organisaties verenigd in het Deelconvenant Maatschappelijke Organisaties.

In 2008 hebben deze partijen een 3e Convenant afgesloten, met als doel dat de biologische keten een robuuste sector wordt.

Contactpersoon: Monica de Heide, [deheide@biologischconvenant.nl](mailto:deheide@biologischconvenant.nl)

**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 publiekversie van het BIO-Monitor jaarrapport 2007 is mede mogelijk gemaakt door Triodos Bank.

Telefoon 030 693 65 00 [www.triodos.nl](http://www.triodos.nl)

**Biologica**

Biologica is de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding en uitgever van de publiekversie van de BIO-Monitor 2007. 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](http://www.biologica.nl).

Contactpersoon: Jasper Vink, telefoon 030 233 99 70.

### 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.

### Colofon

Uitgave: BIO-Monitor Jaarrapport 2007 / Biologica Oplage: 2.500

Auteur: Johan Bakker

Vormgeving: Ontwerpbureau Wrik (BNO), Utrecht

Opmaak en productie: Buro Laga, Arnhem

Het BIO-Monitor Jaarrapport 2007 is gedrukt op Arctic fsc





**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



**LEI**  
Telefoon: 070 335 83 30  
www.lei.wur.nl

