

De veelzijdigheid van de champignon

Consumentenonderzoek in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk



Consumentenonderzoek champignon

Consumentenonderzoek in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk

Productschap  Tuinbouw



Auteur **Anne Marie Borgdorff**
Functie **Projectleider marktonderzoek**
Telefoon **(+31) 79 347 06 46**
e-mail **a.borgdorff@tuinbouw.nl**

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon 079 – 347 07 07 email info@tuinbouw.nl internet www.tuinbouw.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder toestemming van de uitgever of auteur.

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	9
1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet	9
2 Resultaten consumentenonderzoek	11
2.1 Associaties met champignons	11
2.2 Seizoensproduct	13
2.3 Aankoop van champignons	13
2.3.1 Aankoopbeslissing	14
2.4 Mondgevoel en textuur	15
2.5 Kwaliteit van champignons	15
2.6 Consumptie en bereiding	17
2.7 Informatiebehoefte en consumptieverhoging	20

inhoudsopgave

Bakken meest gebruikte bereidingswijze

Uit de spontane associaties blijkt de veelzijdigheid van de champignon. Het kan in verschillende gerechten gebruikt worden. Ook uit de bereidingswijzen blijkt dat champignons op verschillende manieren gebruikt en gegeten worden. Ze worden het meest gebakken door alle consumenten. Roerbakken/wokken volgen daarna als meest gebruikte bereidingswijzen.

De gemiddelde baktijd van de Duitse consument is met 14 minuten twee keer zo lang als de baktijd van de Nederlandse en Britse consumenten.

Aanbiedingen interessant

De meeste consumenten in Nederland en het Verenigd Koninkrijk hebben geen behoefte aan extra informatie bij de aankoop van champignons. De Duitse consument is vooral geïnteresseerd in het land van herkomst en informatie over de teler van het product.

Aanbiedingen worden het meest genoemd als mogelijke actie om de consumptie van champignons te verhogen.

1 Inleiding

1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet

Het doel van het consumentenonderzoek is om inzicht te krijgen in de houding, kennis en het aankoopgedrag van de Nederlandse consument bij champignons. Vragen die daarbij aan de orde komen zijn:

- Hoe vaak kopen consumenten champignons?
- Wat zijn redenen om geen champignons te kopen?
- Mist de consument informatie bij de aankoop?
- Welke acties zijn (het meest) geschikt om consumenten (meer) champignons te laten kopen?

Het consumentenonderzoek is gehouden in 3 landen, Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. De consumenten zijn tussen de 18 en de 65 jaar oud en (mede) verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen. Het onderzoek heeft online gelopen in week 19 2012. In totaal hebben de volgende aantallen consumenten meegewerkt:

- Nederland: 530 consumenten
- Duitsland: 553 consumenten
- Verenigd Koninkrijk: 546 consumenten

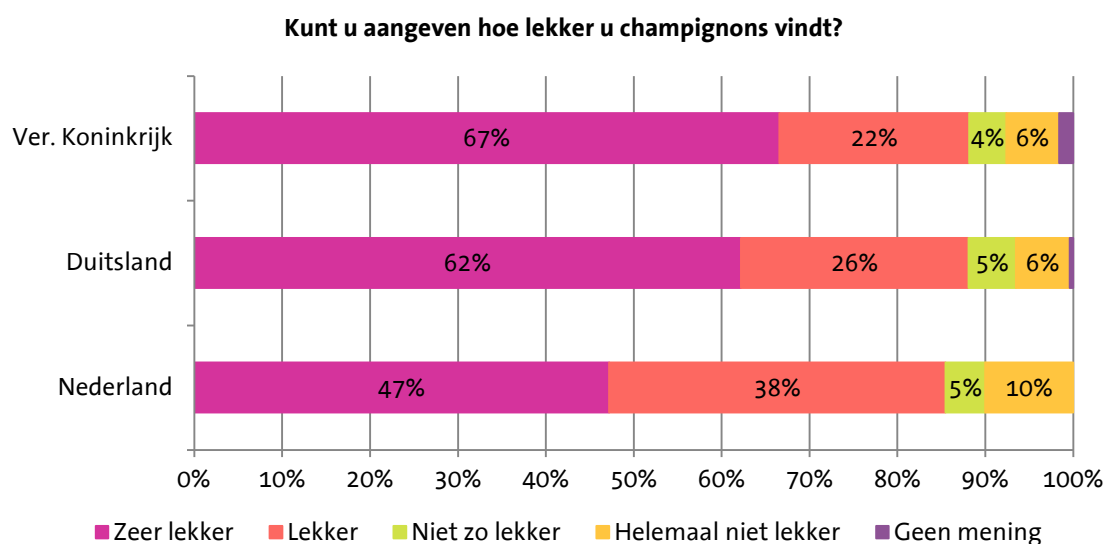
2 Resultaten consumentenonderzoek

In dit hoofdstuk worden resultaten besproken uit het consumentenonderzoek.

In de verschillende landen hebben de volgende aantallen consumenten de vragen over champignons ingevuld:

- Nederland: 530 consumenten de vragenlijst ingegaan, 470 consumenten kopen minstens 1 keer per half jaar champignons.
- Duitsland: 553 consumenten de vragenlijst ingegaan, 510 consumenten kopen minstens 1 keer per half jaar champignons.
- Verenigd Koninkrijk: 546 consumenten de vragenlijst ingegaan, 487 consumenten kopen minstens 1 keer per half jaar champignons.

Aan alle consumenten is eerst gevraagd hoe lekker zij champignons vinden.



Champignons worden door de Britse en Duitse consumenten lekkerder gevonden dan door de Nederlandse consumenten. In Nederland vindt 15% van de consumenten champignons (helemaal) niet lekker.

2.1 Associaties met champignons

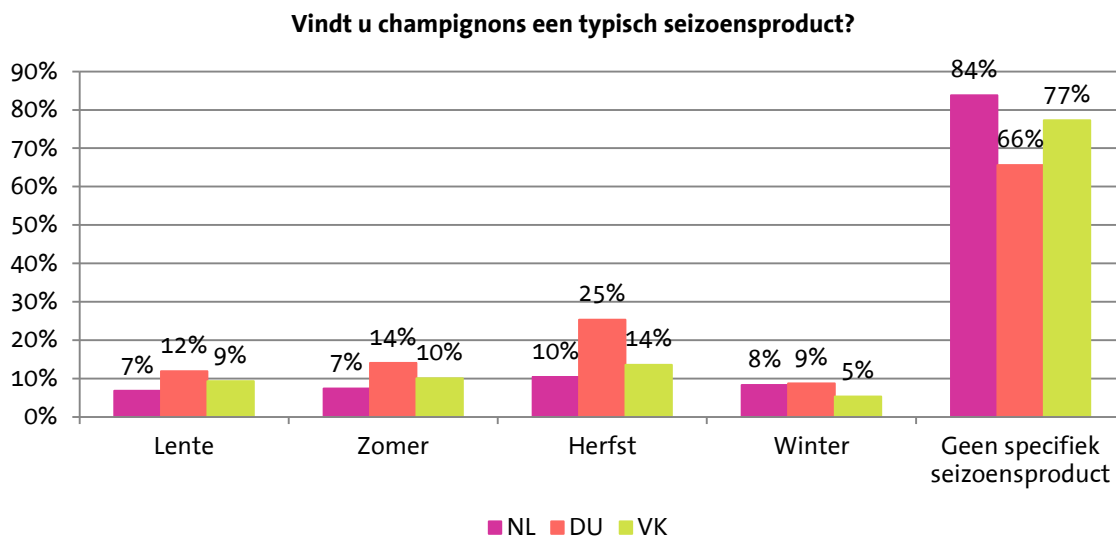
De consumenten zijn gevraagd naar hun associaties met champignons.



Ook in het Verenigd Koninkrijk is lekker de meestgenoemde associatie bij champignons. De veelzijdigheid van de champignon komt tot uitdrukking door 'variety' en 'versatile'. Ook noemen de Britten opvallend vaak ontbijt als associatie met de champignon.

2.2 Seizoensproduct

Alle consumenten is gevraagd of zij champignons een seizoensproduct vinden.



Een ruime meerderheid van de consumenten vindt champignons geen seizoensproduct. Van de Duitse consumenten geeft een kwart aan champignons een herfstproduct te vinden.

2.3 Aankoop van champignons

Champignons zijn jaarrond verkrijgbaar. Aan de consumenten is gevraagd met welke regelmaat zij champignons kopen.

Tabel 2.1 Aankoopfrequentie van champignons

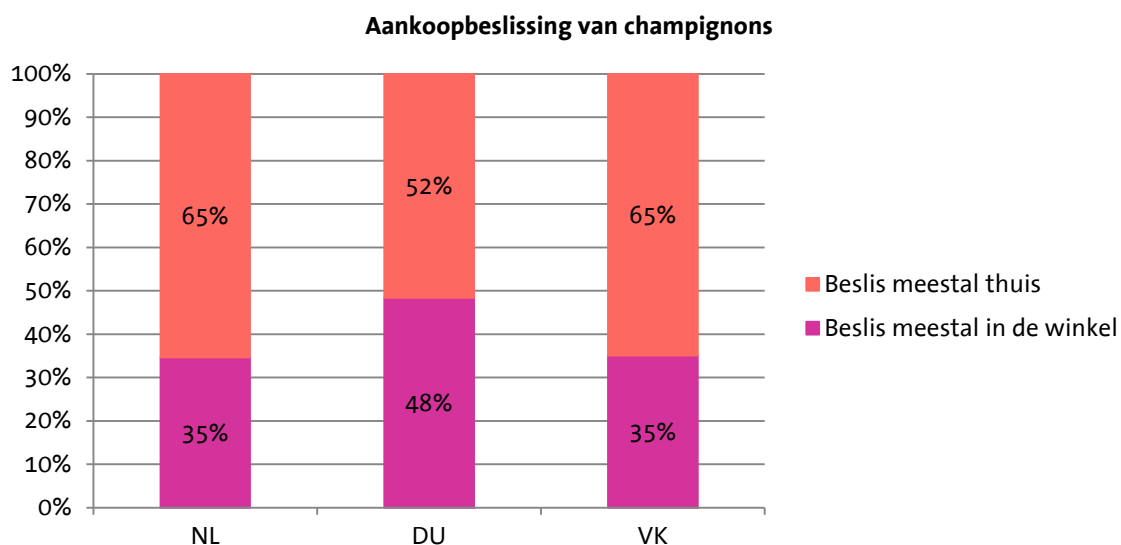
	Nederland	Duitsland	Ver. Koninkrijk
Circa 3 keer per week of vaker	3 %	5 %	11 %
Circa 2 keer per week	11 %	6 %	15 %
Circa 1 keer per week	29 %	18 %	32 %
Circa 1 keer per 2 weken	26 %	30 %	14 %
Circa 1 keer per maand	11 %	20 %	12 %
Circa 1 keer per 2 maanden	5 %	6 %	3 %
Circa 1 keer per 3 maanden	2 %	4 %	1 %
Circa 1 keer per 6 maanden	3 %	3 %	2 %
Minder vaak of nooit	11 %	8 %	11 %

Engelse consumenten kopen het meest frequent champignons. In totaal koopt bijna 60 % van deze consumenten één keer per week of vaker champignons. Duitse consumenten kopen het minst vaak champignons.

De belangrijkste reden om weinig of bijna nooit champignons te kopen is omdat men ze niet lekker vindt.

2.3.1 Aankoopbeslissing

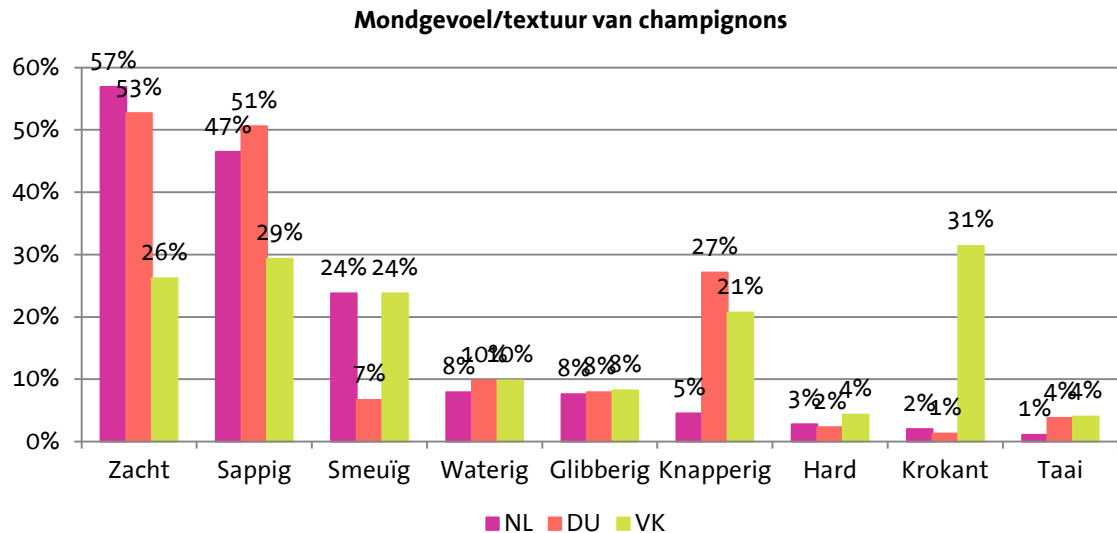
Besluit men thuis al of men champignons gaat kopen of vindt deze aankoopbeslissing toch meer op de winkelvloer plaats?



Een meerderheid van alle consumenten zet thuis al champignons op het boodschappenlijstje. In Nederland en het Verenigd Koninkrijk zijn deze aandelen het hoogst.

2.4 Mondgevoel en textuur

De consumenten die wel eens champignons kopen is gevraagd om de textuur/het mondgevoel van champignons te beschrijven.

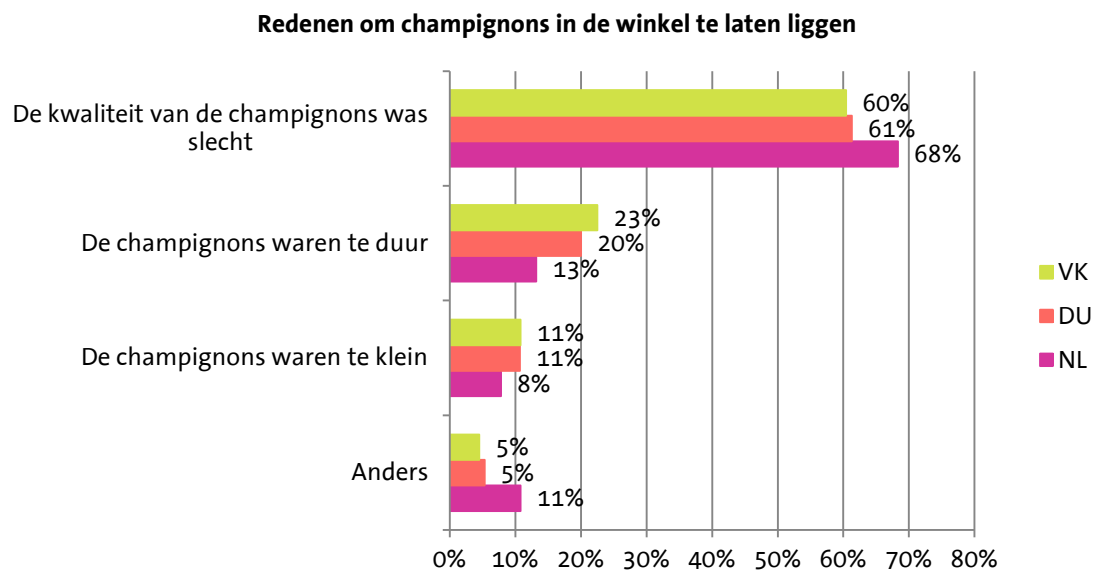


De Nederlandse en Duitse consumenten vinden champignons vooral zacht en sappig. Britse consumenten vinden dit ook, maar in mindere mate. De Britten vinden champignons ook krokant en knapperig.

2.5 Kwaliteit van champignons

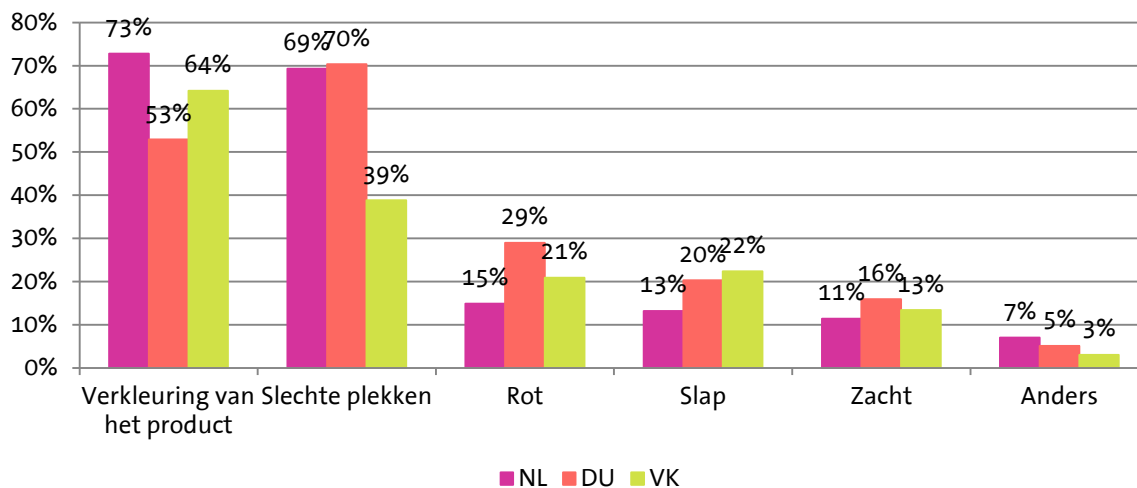
De kwaliteit van champignons wordt over het algemeen omschreven als redelijk tot goed. Er is maar een klein gedeelte dat de kwaliteit matig vindt.

Op de vraag of men wel eens champignons heeft laten liggen dan zegt 20% van de Britse consumenten dit wel eens gedaan te hebben. In Nederland en Duitsland ligt dit percentage hoger. 31% van de Nederlandse en 35% van de Duitse consumenten heeft de champignons wel eens laten liggen. Onderstaande grafiek geeft de redenen weer.



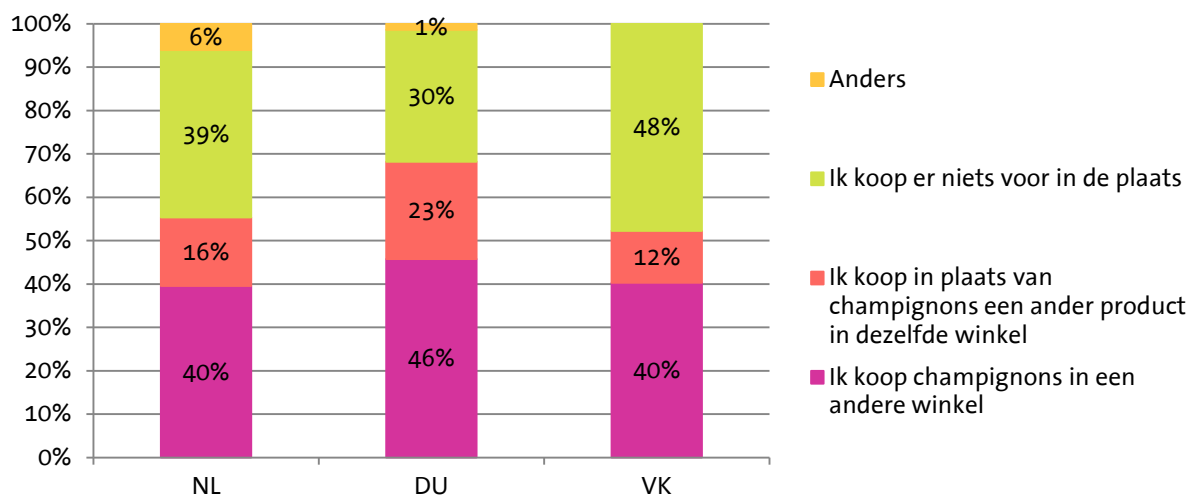
Kwaliteit is de belangrijkste reden voor consumenten om champignons in de winkel te laten liggen.

Wat mankeerde aan de kwaliteit van de champignons?



In Nederland en het Verenigd Koninkrijk is verkleuring van het product het meest voorkomende kwaliteitsprobleem. In Duitsland noemt men slechte plekken als veel voorkomend.

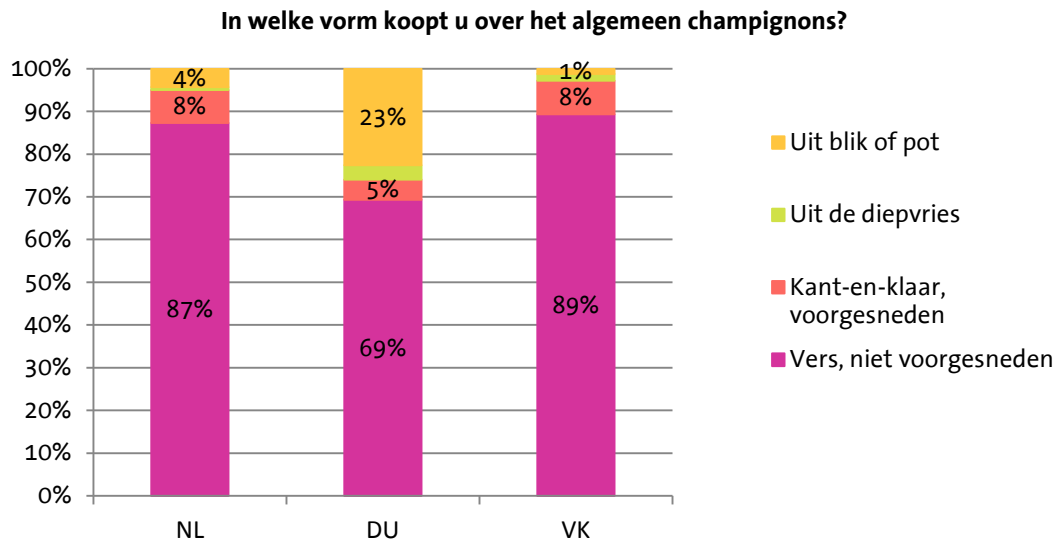
Wat doet u als u de champignons laat liggen vanwege een slechte kwaliteit?



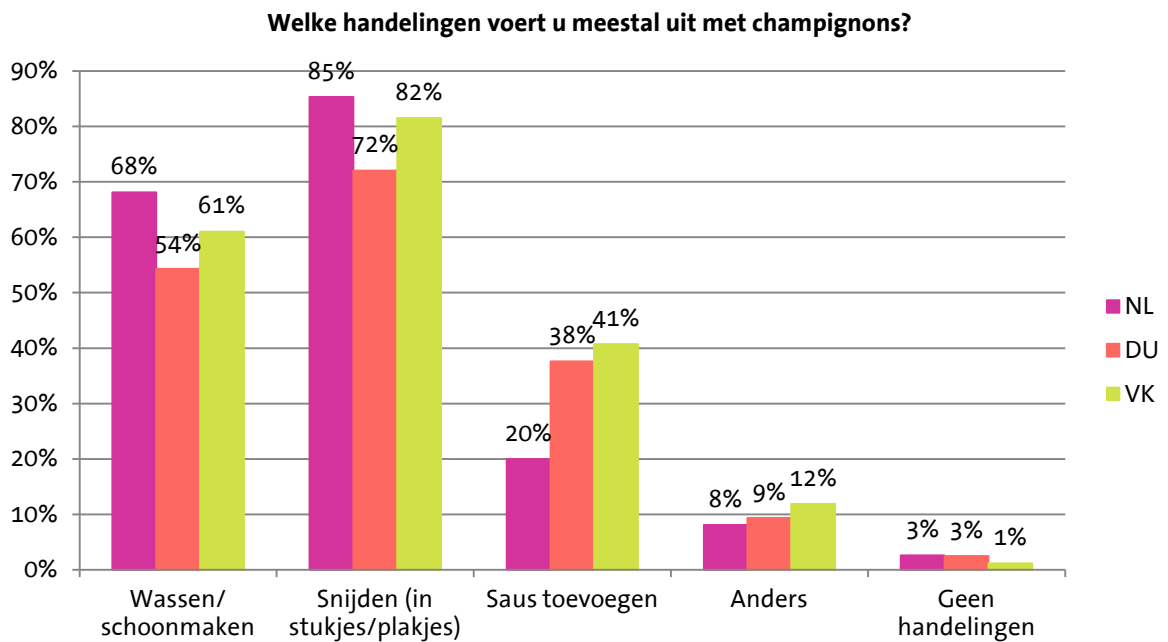
Bijna de helft van de Britse consumenten koopt er niets voor in de plaats als de kwaliteit van de champignons slecht is. In Nederland en Duitsland gaan er vrij veel consumenten naar een andere winkel om champignons te kopen.

2.6 Consumptie en bereiding

Champignons kunnen zowel vers als verwerkt gekocht worden.

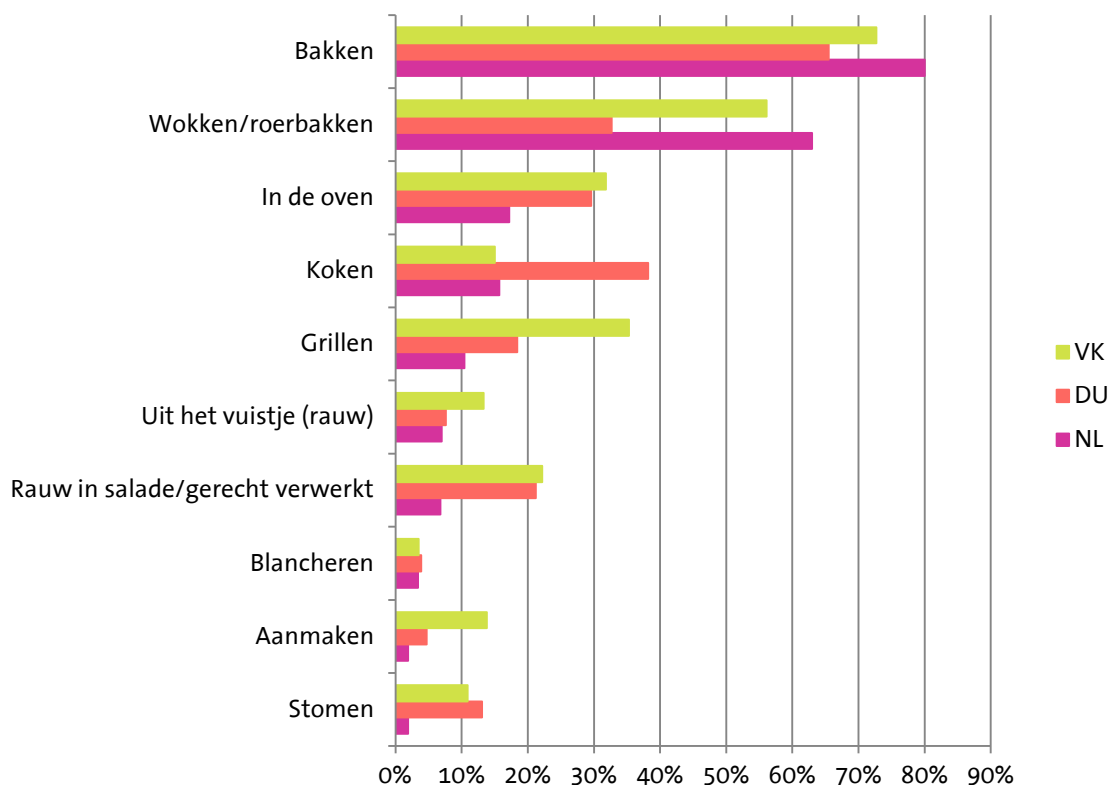


Het grootste deel van de consumenten koopt champignons vers. Vooral bij de Duitse consumenten is er ook een groot aandeel dat champignons uit blik of pot koopt.



De meeste consumenten snijden de champignons voordat ze deze bereiden, ook maakt een merendeel van de consumenten ze eerst schoon. Saus toevoegen doen vooral de Duitse en Britse consumenten.

Hoe bereidt/et u meestal champignons?



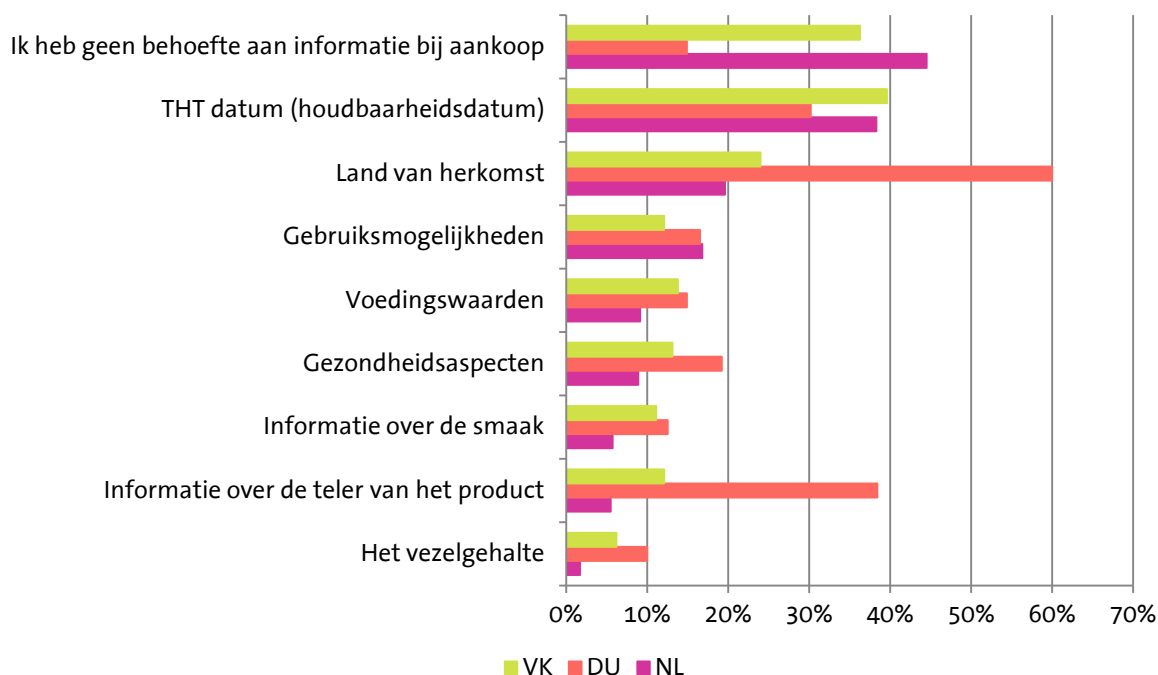
Champignons worden op veel verschillende manieren bereidt. Bakken en wokken/roerbakken zijn de meest voorkomende bereidingen, maar daarnaast gebruikt men champignons op veel verschillende manieren.

De baktijd varieert van 7 minuten in Nederland en het Verenigd Koninkrijk tot 14 minuten in Duitsland.

2.7 Informatiebehoefte en consumptieverhoging

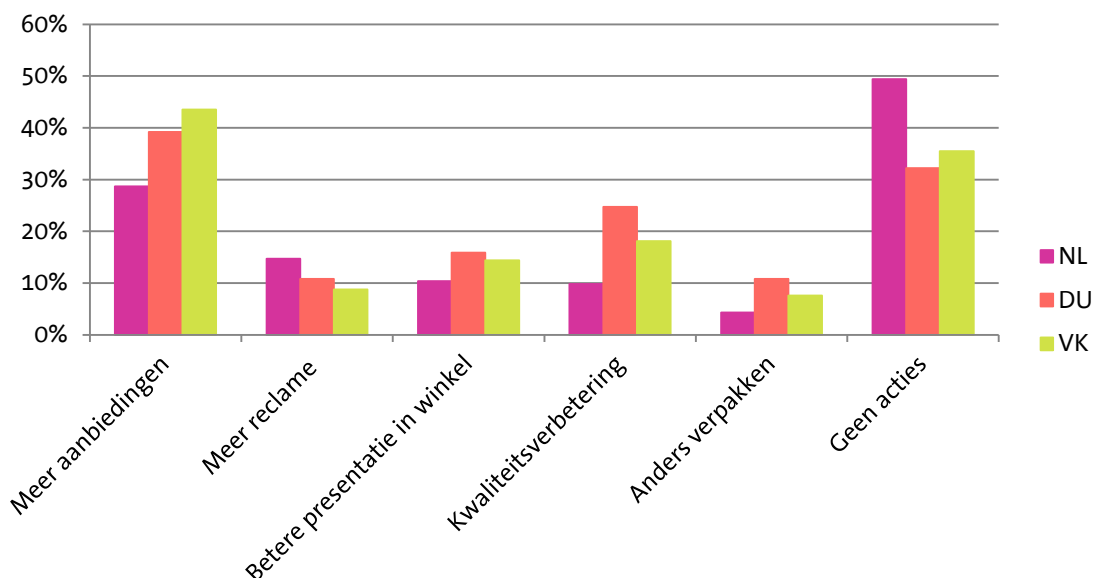
Missen consumenten informatie bij de aankoop van champignons en zijn er acties mogelijk om de consumptie van champignons te verhogen?

Aan welke informatie heeft u behoefte bij de aankoop van champignons?



Een groot deel van de Nederlandse en Britse consumenten heeft geen behoefte aan informatie bij de aankoop van champignons. De Duitse consument is vooral geïnteresseerd in het land van herkomst en informatie over de teler van het product.

Welke acties zijn geschikt om u meer champignons te laten kopen?



Aanbiedingen worden het meest genoemd als mogelijke actie om de consumptie van champignons te verhogen. De helft van de Nederlandse consumenten geeft aan dat er geen acties mogelijk die de consumptie verhogen.

Productschap Tuinbouw

Adres Louis Pasteurlaan 6
Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer
Telefoon 079 – 347 07 07
Fax 079 – 347 04 04
Internet www.tuinbouw.nl
e-mail info@tuinbouw.nl

rapport