

## Marktinformatie groente en fruit

### Wie koopt in Nederland welke appel?

Analyse van de huishoudelijke aankoop van appels naar ras en type huishouden  
PT 2010 - 19



marktbeeld

marktbeeld

## Samenvatting/conclusies

- De appel is in Nederland goed voor een kwart van de totale huishoudelijke aankoop van fruit. Het is met afstand de meest geconsumeerde fruitsoort.
- De aankoop van 22 kilo per huishouden bleef in 2009 stabiel ten opzichte van het voorgaande jaar.
- Elstar is in Nederland de meest gekochte appel, gevolgd door Jonagold/Jonagored. Kanzi is in 2009 door 9 procent van de huishoudens gekocht, terwijl zowel Junami als Rubens een koperspercentage van 6 procent kende.
- In 2009 verliep 82 procent van de aankoop van appels via supermarkten, terwijl dat tien jaar eerder nog 63 procent was.
- De groentewinkel heeft een aandeel van 5 procent in de totale consumenten aankoop, maar bij Kanzi (12%) en Rubens (10%) gaat het om een hoger aandeel. Junami wordt voornamelijk via de supermarkt (87%) aan de man gebracht.
- Een kilo Elstar kostte in 2009 voor de consument € 1,05, terwijl voor Kanzi € 1,92 is neergeteld. Ook de prijs van Junami (€ 1,79) en Rubens (€ 1,58) lag beduidend hoger dan de gemiddelde appelprijs.
- Kanzi en Junami zijn populair onder welgestelde huishoudens met kinderen. Deze groep huishoudens is goed voor 28 procent van het totale huishoudelijke verbruik van Kanzi en 27 procent van Junami.
- Rubens is onder welgestelde gepensioneerden duidelijk meer geliefd dan Kanzi en Junami. Welgestelde huishoudens met kinderen zijn goed voor het grootste aandeel binnen het totale gekochte volume Rubens .
- Jonge alleenstaanden kopen vrijwel geen Rubens appels. Bij deze groep is Junami van de drie “nieuwe” rassen het populairst.
- Kanzi kende in 2009 met 15 procent het hoogste percentage kopers bij tweeverdieners. Hierna is het hoogste percentage kopers te zien bij welgestelde huishoudens, gevolgd door tweepersoons huishoudens met 1 kostwinner.
- De algemene conclusie is dat de nieuwe rassen vooral gekocht worden door huishoudens met een bovengemiddeld inkomen, zowel bij huishoudens met kinderen als bij gepensioneerden. Kanzi doet het wat minder goed bij gepensioneerden, maar juist beter bij tweepersoons huishoudens. Rubens is bovengemiddeld gewild bij welgestelde gepensioneerden, terwijl Junami meer jonge alleenstaanden trekt dan bij andere rassen.

PT 2010 – 19

April 2010 – Wilco van den Berg

Productschap Tuinbouw, Afdeling Markt & Innovatie

e-mail : [w.vandenberg@tuinbouw.nl](mailto:w.vandenberg@tuinbouw.nl)

tel. 079-3470628

## Vers fruit algemeen

Een Nederlands huishouden kocht in 2009 ruim 89 kilo vers fruit voor huishoudelijke consumptie. Dit was vrijwel evenveel als in 2008. De appel is met 22 kilo goed voor een kwart van de totale aankoop van vers fruit. De aankoop van appel bleef in 2009 stabiel ten opzichte van het voorgaande jaar, terwijl de consument minder sinaasappelen, bananen en mandarijnen kocht. De huishoudelijke aankoop van aardbei steeg met 22 procent tot 2,8 kilo in 2009. Dit blijkt uit cijfers van GfK aangekocht en geanalyseerd door het PT.

**Tabel 1 Huishoudelijke aankoop in kilo van vers fruit in Nederland**

Bron :PT	Product	2006	2007	2008	2009
1	Appelen	23,4	23,9	22,2	22,3
2	Sinaasappelen	20,6	20,4	18,4	17,4
3	Bananen	15,5	15,3	14,7	13,7
4	Mandarijnen	9,0	8,4	7,8	7,4
5	Peren	5,2	5,8	5,2	5,1
6	Druiven	3,5	3,2	3,4	3,6
7	Kiwi's	2,7	3,2	3,3	3,4
8	Meloenen	3,4	3,1	3,1	3,3
9	Aardbeien	2,5	2,5	2,3	2,8
10	Nectarines	1,9	1,6	1,5	2,1
	<b>Totaal</b>	<b>95,9</b>	<b>95,6</b>	<b>89,6</b>	<b>89,1</b>

Vers fruit was in 2009 iets goedkoper dan in 2008. Zo daalde de besteding van € 154 per huishouden in 2008 naar €148 in 2009, terwijl het gekochte volume stabiel bleef. De besteding aan appels daalde van de top-10 aankopen vers fruit het meeste, namelijk met 11 procent.

**Tabel 2 Huishoudelijke besteding in €/kilo aan vers fruit in Nederland**

Bron :PT	Product	2006	2007	2008	2009
1	Appelen	28,31	29,57	31,01	27,68
2	Sinaasappelen	23,37	23,28	22,02	20,02
3	Bananen	21,00	20,76	20,70	19,96
4	Mandarijnen	14,13	14,13	14,33	13,68
5	Aardbeien	8,90	9,81	10,10	11,57
6	Druiven	9,70	9,60	10,34	10,66
7	Kiwi's	7,09	8,12	9,23	8,88
8	Peren	6,81	6,92	8,15	7,34
9	Meloenen	4,72	3,96	4,02	3,86
10	Nectarines	3,59	2,89	3,26	3,51
	<b>Totaal fruit</b>	<b>147,50</b>	<b>149,03</b>	<b>153,89</b>	<b>147,94</b>

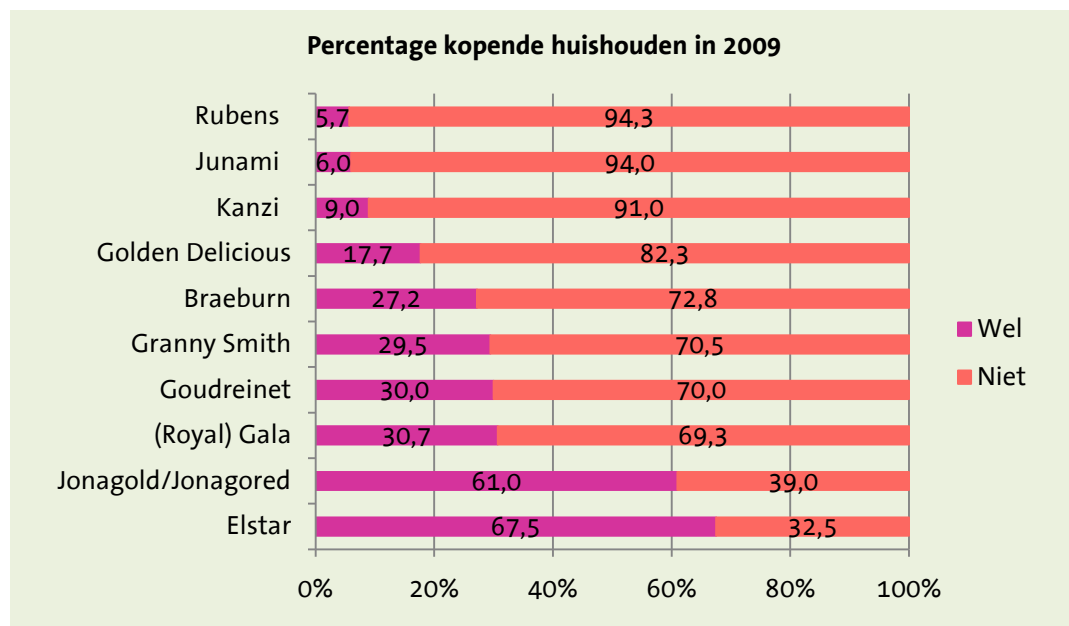
marktbeeld

## Kengetallen appels naar ras

Tabel 3 Percentage kopende huishoudens van appels naar ras

Bron : PT	1999	2002	2005	2006	2009
Appelen	91,5	91,6	92,2	91,9	91,4
waarvan :					
Elstar	68,8	67,7	72,2	68,2	67,5
Jonagold/Jonagored	64,3	59,3	58,3	60,3	61,0
(Royal) Gala	13,4	25,2	26,9	28,4	30,7
Goudreinet	40,5	34,9	33,2	30,6	30,0
Granny Smith	35,7	34,6	31,8	31,9	29,5
Braeburn	11,5	25,6	26,8	27,8	27,2
Golden Delicious	36,9	33,4	26,4	26,1	17,7
Kanzi					9,0
Junami					6,0
Rubens					5,7

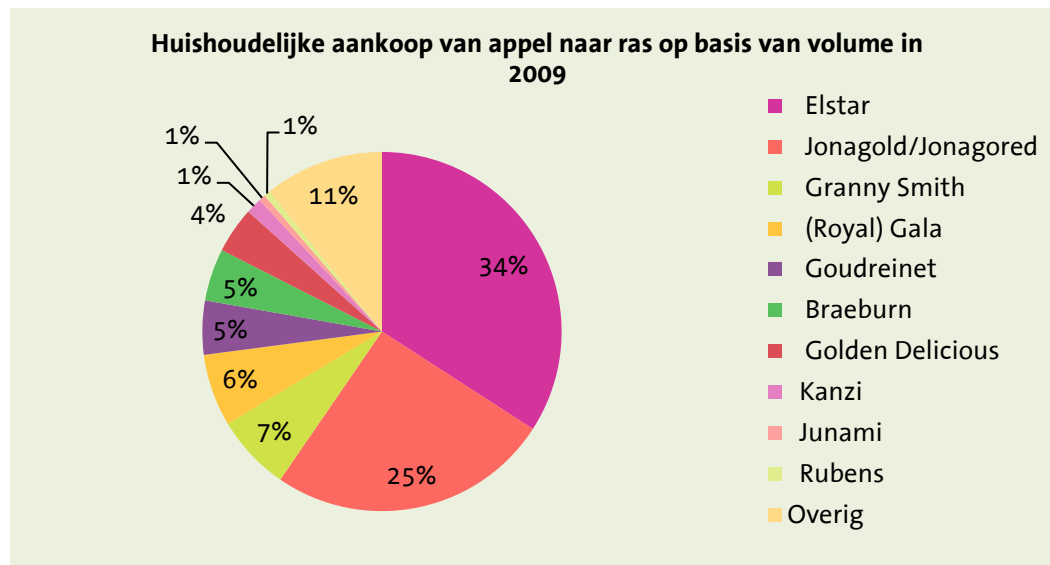
Elstar is in Nederland de meest gekochte appel. In 2009 kocht 68 procent van de Nederlandse huishoudens Elstar, gevolgd door Jonagold/Jonagored met een percentage van 61 procent. In de afgelopen jaren zijn steeds meer Nederlandse huishoudens Royal Gala gaan kopen. In 1999 kocht nog maar 13 procent van de Nederlandse huishoudens Royal Gala tegen bijna 31 procent in 2009. Kanzi is in 2009 door 9 procent van de huishoudens gekocht. Junami en Rubens kende een koperspercentage van 6 procent.



Tabel 4 Huishoudelijke aankoop van appels naar ras in kilo per 100 huishoudens

Bron : PT	1999	2002	2005	2006	2009
Appelen	2.680	2.493	2.431	2.344	2.233
waarvan :					
Elstar	887	843	967	834	762
Jonagold/Jonagored	623	507	484	563	568
Granny Smith	260	215	172	179	153
(Royal) Gala	56	118	137	139	145
Goudreinet	197	151	133	113	109
Braeburn	46	120	121	123	105
Golden Delicious	273	222	160	137	93
Kanzi					32
Junami					13
Rubens					13

De consumptie van Elstar staat al enkele jaren onder druk. In 2005 kocht een huishouden gemiddeld bijna 10 kilo, terwijl het in 2009 om 7,6 kilo ging. De aankoop van Jonagold/Jonagored is in 2009 ten opzichte van 2006 stabiel, terwijl de aankoop van rassen als Granny, Goudreinet, Braeburn en Golden is gedaald. De aankoop van (Royal) Gala is in de afgelopen tien jaar bijna verdrievoudigd. Een huishouden kocht gemiddeld 0,3 kilo Kanzi, 0,13 kilo Junami en 0,13 kilo Rubens.



De Elstar is goed voor een derde van de totale appelaankoop. Jonagold/Jonagored volgt met een aandeel van 25 procent.

**Tabel 5 Huishoudelijke besteding aan appels naar ras in € per 100 huishoudens**

Bron : PT	1999	2002	2005	2006	2009
Appelen	2.459	3.079	2.541	2.831	2.768
waarvan :					
Elstar	724	936	867	877	800
Jonagold/Jonagored	500	515	419	574	523
Granny Smith	339	359	255	291	263
(Royal) Gala	79	195	194	224	237
Braeburn	72	211	175	207	180
Golden Delicious	303	316	198	184	148
Goudreinet	143	150	126	119	115
Kanzi					61
Junami					24
Rubens					21

Een Nederlands huishouden gaf in 2009 bijna € 28 uit aan appels. Aan Elstar besteedde men € 8,-, gevolgd door € 5,23 aan Jonagold/Jonagored. Aan de nieuwe clubrassen Kanzi, Junami en Rubens gezamenlijk gaf een Nederlands huishouden gemiddeld € 1,06 uit. Dit is 4 procent van de totale besteding aan appels.

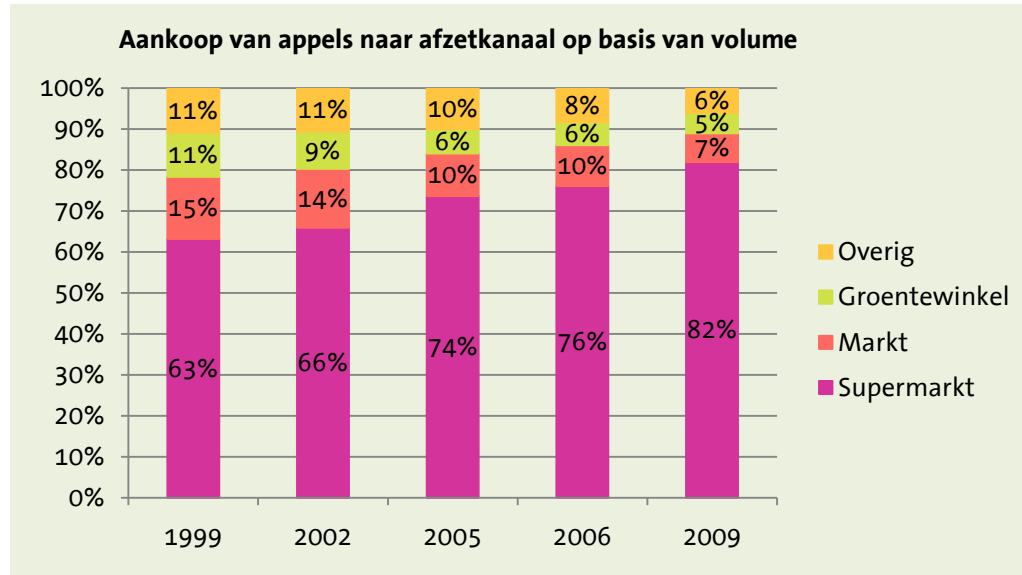
**Tabel 6 Prijs per kilo in €**

Bron : PT	1999	2002	2005	2006	2009
Appelen	0,92	1,24	1,04	1,21	1,24
waarvan :					
Elstar	0,82	1,11	0,90	1,05	1,05
Jonagold/Jonagored	0,80	1,01	0,87	1,02	0,92
Goudreinet	0,72	0,99	0,95	1,05	1,06
(Royal) Gala	1,41	1,65	1,42	1,61	1,63
Braeburn	1,57	1,76	1,45	1,69	1,71
Golden Delicious	1,11	1,43	1,24	1,34	1,60
Granny Smith	1,3	1,67	1,48	1,62	1,72
Kanzi					1,92
Junami					1,79
Rubens					1,58

De consumentenprijs van een kilo appels kwam in 2009 uit op € 1,24. Elstar (€ 1,05), Jonagold/Jonagored (€ 0,92) en Goudreinet (€1,06) zitten onder de gemiddelde prijs. Voor een kilo Kanzi betaalde de Nederlandse consument in 2009 gemiddeld € 1,92. Junami kostte € 1,79 per kilo, terwijl voor Rubens € 1,58 is neergeteld.

## Afzetkanalen

De supermarkt is verreweg het belangrijkste afzetkanaal voor verse appels. In de afgelopen jaren is het belang van de supermarkt alleen maar gestegen. In 2009 verliep 82 procent van de huishoudelijke aankoop via supermarkten, terwijl dat tien jaar eerder nog 63 procent was. Het aandeel van de markt en de groentewinkel is in de afgelopen 10 jaar gehalveerd naar respectievelijk 7 en 5 procent.



De groentewinkel heeft een aandeel van 5 procent in de totale consumentenaankoop van appels, maar bij de nieuwe clubrassen Kanzi en Rubens gaat het om een hoger aandeel. Zo verliep in 2009 12 procent van de huishoudelijke aankoop van Kanzi via de speciaalzaak en werd bij Rubens een aandeel van 10 procent gehaald. Junami wordt daarentegen nauwelijks door de groentewinkel verkocht. Uit onderzoek blijkt dat Junami een wat jonger publiek trekt dan ouderen en jongeren kopen hun groenten en fruit voornamelijk bij de supermarkt.

**Tabel 7 Aankoop van appel verdeeld naar afzetkanaal in 2009 op basis van gekocht volume**

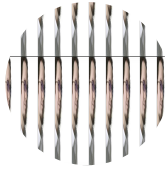
Bron : PT	Supermarkt	Groentewinkel	Markt	Overig
Appel	82%	5%	7%	6%
waarvan :				
Elstar	79%	6%	8%	7%
Jonagold/Jonagored	90%	3%	3%	5%
Kanzi	77%	12%	9%	3%
Junami	87%	2%	8%	2%
Rubens	77%	10%	10%	3%



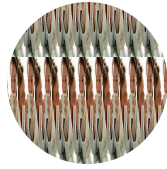


## Wie koopt in Nederland welke appel?

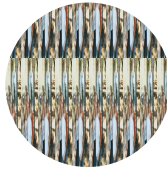
Marktonderzoekbureau GfK verdeelt de huishoudens in Nederland naar acht groepen gebaseerd op gezinssamenstelling, leeftijd en inkomen.



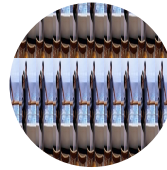
**Jonge Alleenstaande**  
 - 1 persoons huishouden  
 - geen kinderen  
 - Jonger dan 40 jaar



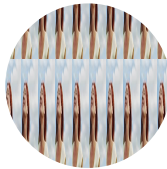
**Tweeverdieners**  
 - 2 persoons huishouden  
 - geen kinderen  
 - Beiden werken fulltime ( $\geq 25$  uur per week)



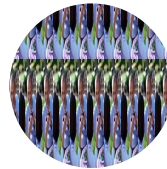
**HH met kinderen, beperkt inkomen**  
 -  $\geq 2$  personen in huishouden  
 - Huishouden met kinderen (incl. 18+)  
 - Inkomen  $< \text{€ } 1700,-$



**Welgestelde HH met kinderen**  
 -  $\geq 2$  personen in huishouden  
 - Huishouden met kinderen (incl. 18+)  
 - Inkomen  $> \text{€ } 1700,-$



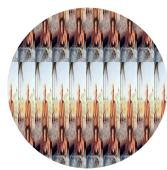
**Alleenstaande (40-65 jaar)**  
 - 1 persoons huishouden  
 - Geen kinderen  
 - 40 – 65 jaar



**Kostwinner (2p)**  
 - 2 persoons huishouden  
 - Geen kinderen  
 - Max. 1 persoon werkt fulltime

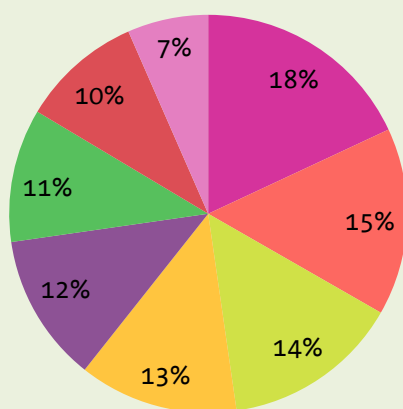


**Gepensioneerden, beperkt inkomen**  
 - 1 of 2 personen in huishouden  
 - Hoofdkostwinner gepensioneerd / VUT  
 - Inkomen  $< \text{€ } 1300,-$



**Welgestelde gepensioneerden**  
 - 1 of 2 personen in huishouden  
 - Hoofdkostwinner gepensioneerd / VUT  
 - Inkomen  $> \text{€ } 1300,-$

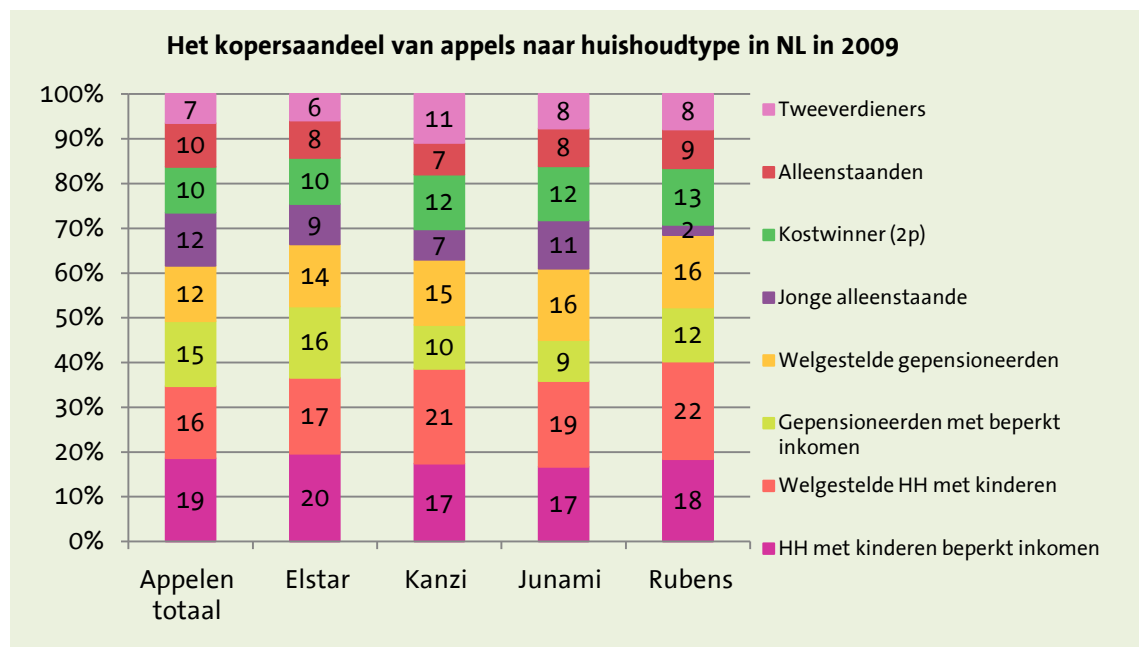
Verdeling van het aantal huishoudens naar type in 2009



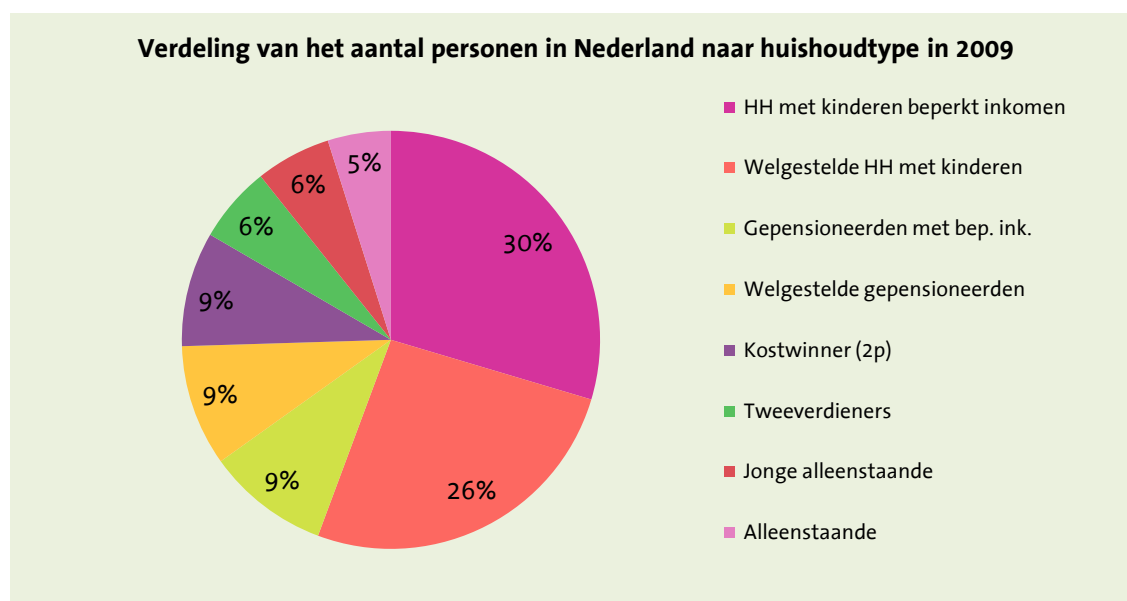
- HH met kinderen beperkt inkomen
- Welgestelde HH met kinderen
- Gepensioneerden met bep. ink.
- Jonge alleenstaande
- Welgestelde gepensioneerden
- Alleenstaande
- Kostwinner (2p)
- Tweeverdieners

marktbeeld

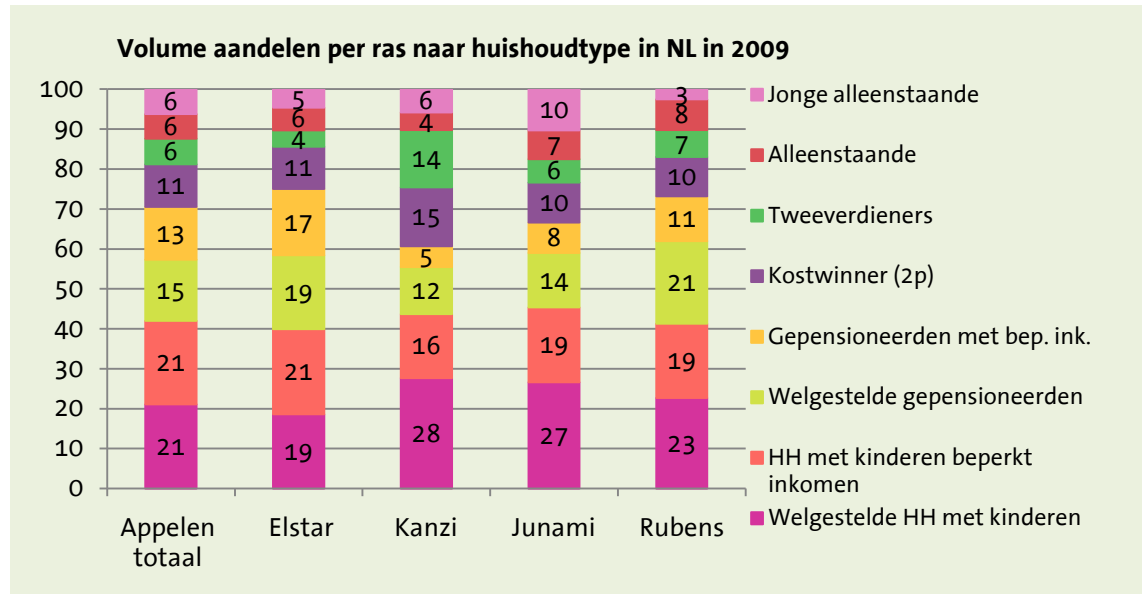
21 procent van de kopers van Kanzi zijn welgestelde huishoudens met kinderen, gevolgd door huishoudens met kinderen en een beperkt inkomen. Hierna zijn de meeste kopers te vinden bij welgestelde gepensioneerden en huishoudens met 1 kostwinner. 13 procent van de Nederlandse huishoudens zijn jonge alleenstaanden, maar bij Kanzi is deze groep goed voor een kopersaandeel van 7 procent. Bij Rubens vertegenwoordigen jonge alleenstaanden maar 2 procent van het totale aantal kopers. Jonge alleenstaande zijn daarentegen goed voor een kopersaandeel van 11 procent bij Junami.



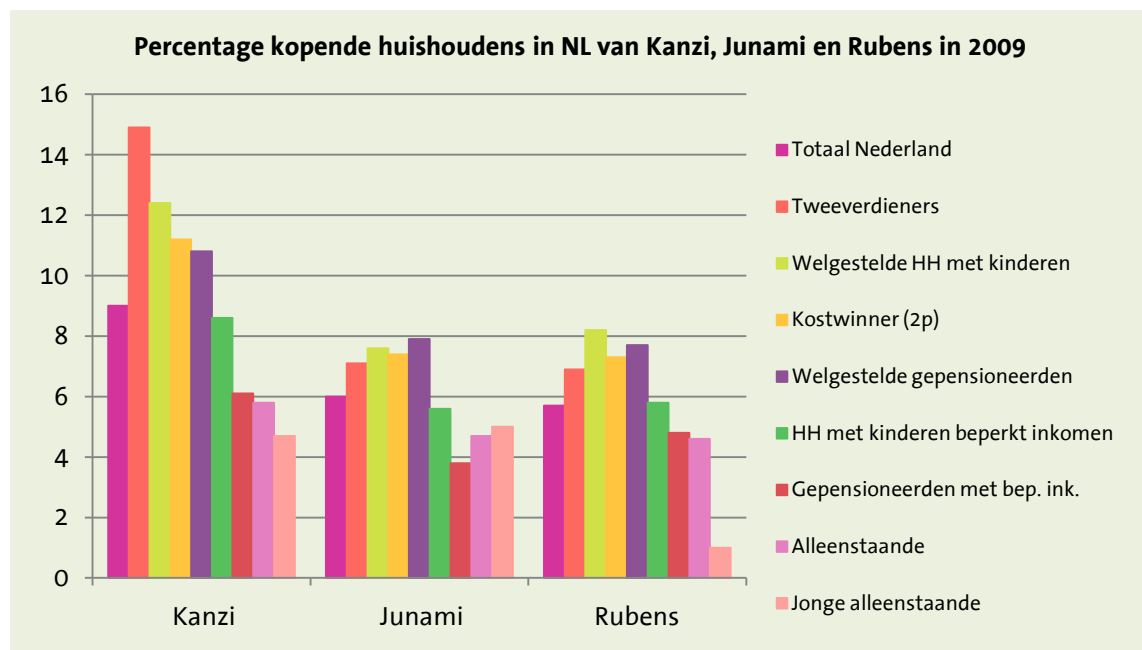
30 procent van de Nederlandse bevolking valt in te delen in huishoudens met kinderen en een beperkt inkomen, gevolgd door 26 procent welgestelde huishoudens met kinderen. Hierna volgt 9 procent van de Nederlandse bevolking in een huishouden bestaande uit gepensioneerden met een beperkt inkomen. Ook 9 procent is in te delen in een huishouden van welgestelde gepensioneerden, terwijl ook 9 procent van de Nederlanders leeft in een twee persoons huishouden met 1 kostwinner.



Huishoudens met kinderen, zowel met een beperkt inkomen als welgesteld, zijn de belangrijkste groep binnen het verkochte volume van appels. Welgestelde huishoudens met kinderen kopen boven gemiddeld Kanzi en Junami appels. Beide rassen zijn minder populair bij gepensioneerden. Kanzi doet het goed bij tweeverdieners en tweepersoons huishouden met 1 kostwinner. Rubens is behalve bij welgestelde huishoudens met kinderen ook populair bij welgestelde gepensioneerden.

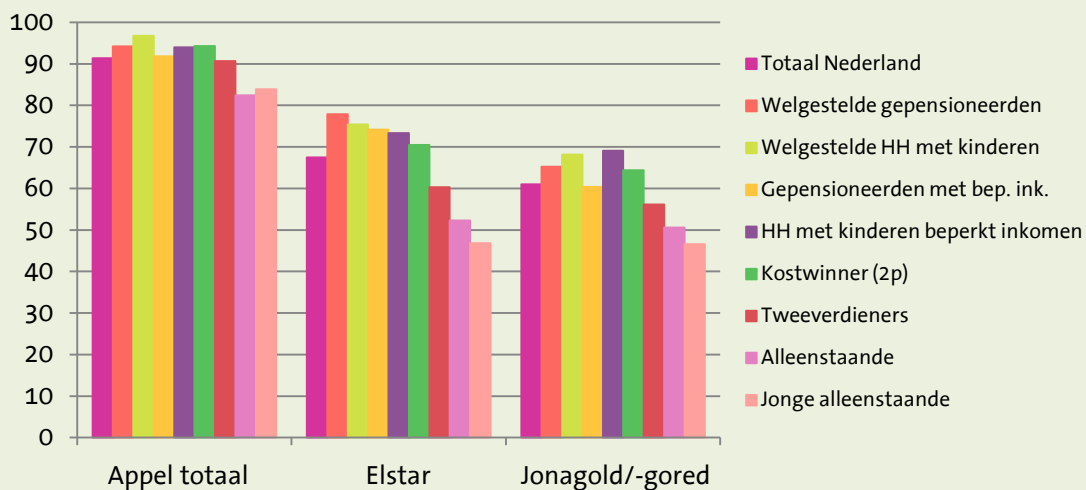


Kanzi kent het hoogste percentage kopende huishoudens bij tweeverdieners. Zo heeft 15 procent van de genoemde huishoudens in 2009 Kanzi appels gekocht. Na de tweeverdieners is het hoogste percentage kopers te zien bij welgestelde huishoudens met kinderen. Alleenstaanden kopen het minst Kanzi appels. Bij Junami en Rubens zijn de koperspercentages meer verdeeld over de verschillende types huishoudens. Jonge alleenstaande kopen vrijwel geen Rubens.



Van alle type huishoudens in Nederland is het laagste percentage kopende huishoudens te zien bij alleenstaanden, zowel bij jongeren als 40-65 jarige alleenstaanden. Elstar wordt gekocht door 68 procent van de Nederlandse huishoudens, maar slechts door 47 procent van de jonge alleenstaanden.

**Percentage kopende huishoudens van appel totaal, Elstar en Jonagold/gored in 2009**



# marktbeeld

**Contactgegevens**

Productschap Tuinbouw

t.a.v. De heer Wilco van den Berg

Adres Louis Pasteurlaan 6

Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon 079 – 347 06 28

Fax 079 – 347 04 04

Internet [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

e-mail [w.vandenberg@tuinbouw.nl](mailto:w.vandenberg@tuinbouw.nl)