
De consument van champignon in 17 landen

2007 / 72

Zoetermeer, september 2007 - Wilco van den Berg

Productschap Tuinbouw, Afdeling Marktinformatie & Marktonderzoek

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

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon (079) 347 07 07 E-mail smt@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Auteur **Wilco van den Berg** Telefoon E-mail w.vandenberg@tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Inleiding	9
2 Aankoopinformatie	11
3 Gebruikswijze	17
4 Stellingen	21

Samenvatting

Polen aan de verse champignon

In Polen is het percentage (90%) kopende huishoudens van verse witte champignons van de 17 onderzochte landen het hoogst. Hierna volgen Denemarken (83%), Verenigd Koninkrijk (78%) en Nederland (74%). In Rusland (32%), Spanje (42%) en Tsjechië (42%) is het percentage kopers van verse champignons het laagst. In het Verenigd Koninkrijk en Nederland kopen consumenten het vaakst witte verse champignons. In landen als Finland, Rusland en Tsjechië ligt de aankoopfrequentie een stuk lager.

Weinig Nederlandse kopers champignonconserven

Franse consumenten zijn heavy users van champignonconserven. In de afgelopen 12 maanden kocht 65 procent van de consumenten champignons in glas of blik. Hierna volgen kopers in Duitsland (64%) en Zweden (60%). In Nederland (12%) en het Verenigd Koninkrijk (23%) is het minste aantal kopers van champignonconserven te vinden.

Diepgevroren champignons populairst in Rusland en Italië

In Rusland (43%) en Italië (42%) zijn de meeste kopers van diepgevroren champignons te vinden. In Polen (3%) koopt de consument daarentegen vrijwel geen diepgevroren champignons. Ook in Nederland is het percentage consumenten dat in de afgelopen 12 maanden diepgevroren champignons heeft gekocht met 4 procent zeer gering.

Geen voorkeur voor herkomstland

De consument heeft in alle onderzochte 17 landen nauwelijks een voorkeur voor een herkomstland van champignon. In veel landen geeft 50 procent of meer aan geen voorkeur te hebben. Daarnaast wordt het eigen land het meest als voorkeursland genoemd. Als de consument gevraagd wordt naar een tweede voorkeursland scoort opnieuw geen voorkeur het hoogst. Hierna worden Frankrijk, Nederland en Duitsland het vaakst als voorkeursland opgegeven.

In Oost-Europa champignon bij de lunch

In Polen, Rusland en Tsjechië eten duidelijk minder consumenten verse witte champignon bij het diner dan in de rest van Europa. In de genoemde landen worden witte champignons veel genuttigd bij de lunch. In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk scoort het ontbijt hoog als eetmoment van verse witte champignon.

In Scandinavië geven bijna alle consumenten aan verse witte champignons tijdens het diner te eten en geeft men nauwelijks de lunch als eetmoment op. Ook in Nederland worden verse witte champignons nauwelijks tijdens de lunch geconsumeerd.

Als voorgerecht in Frankrijk en Rusland

In alle onderzochte landen worden verse witte champignon vaak als ingrediënt gebruikt. In landen als het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Duitsland is het gebruik als extra groente populair. Consumenten in Denemarken en de Verenigde Staten geven relatief vaak aan verse witte champignon te verwerken in een salade, terwijl dat in Frankrijk nauwelijks gebeurt. In Frankrijk en Rusland wordt door respectievelijk 56% en 51% van de consumenten aangegeven dat verse witte champignon wordt gebruikt als voorgerecht. Het vullen van verse champignon wordt vooral aangegeven door consumenten in Finland.

Stellingen

Tot slot is in het onderzoek de consument diverse stellingen voorgelegd. In alle landen gaf zo'n 60 procent aan dat de champignon goed is voor je gezondheid. Een groot deel van de overige consumenten weet het niet. Er is zelfs een deel van de consumenten dat in het onderzoek aangaf

dat de champignon niet gezond is. Vooral in landen als Tsjechië, Rusland en Polen kwam dit voor. In landen als Nederland, Polen en het Verenigd Koninkrijk geeft de consument aan champignons niet duur te vinden vergeleken met andere groenten. De Oostenrijkse, Finse en Italiaanse consument is echter minder positief.

Op de stelling "De huidige champignons hebben een flauw smaak" wordt wisselend geantwoord per land. Deense consumenten zijn het met deze stelling het meest eens, terwijl consumenten in Polen zich het minst in deze stelling kunnen vinden.

Van de ondervraagde consumenten binnen de onderzochte landen weet de Noorse consument het minst wat het herkomstland is van de gekochte champignons. Russische en Oostenrijkse consumenten zeggen daarentegen goed op de hoogte te zijn van het herkomstland.

In Spanje, de VS en Rusland wordt het meest positief gereageerd op voorgesneden champignons.

In België, Nederland en Polen geeft echter 80% van de consumenten aan het oneens te zijn met de stelling "Verse champignons koop ik het liefst voorgesneden".

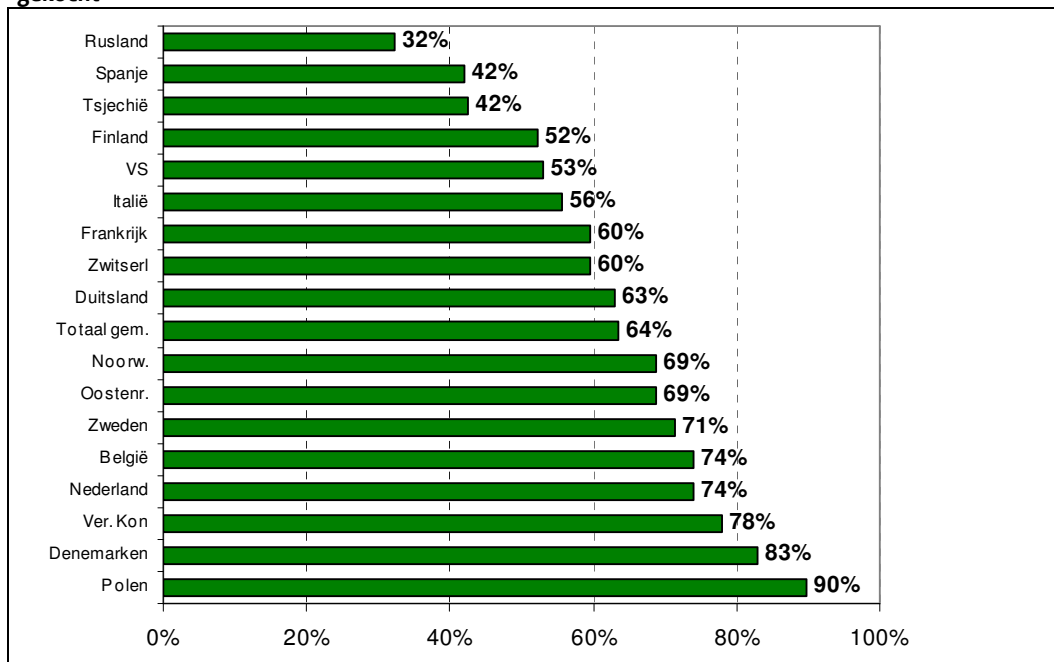
1 Inleiding

De meest aantrekkelijke markten voor champignons worden getraceerd aan de hand van de zogenaamde MABA-methode. MABA staat voor Market Attractiveness and Business position Assesment. De marktomvang, penetratie, marktaandeel en ontwikkeling van het marktaandeel vormen de belangrijkste input.

Om de penetratie (koperspercentage) te bepalen is het marktonderzoeksbureau MSI-ACI Europe opdracht gegeven onderzoek te doen in 17 landen. Dit onderzoek bestond uit een representatief internetonderzoek onder 300 consumenten in 17 landen. Het onderzoek heeft plaatsgevonden in de tweede helft van augustus. Aanvullend zijn een aantal vragen en stellingen aan de consument voorgelegd over aankoop en gebruik van zowel verse als verwerkte champignons. In dit rapport worden de resultaten weergegeven.

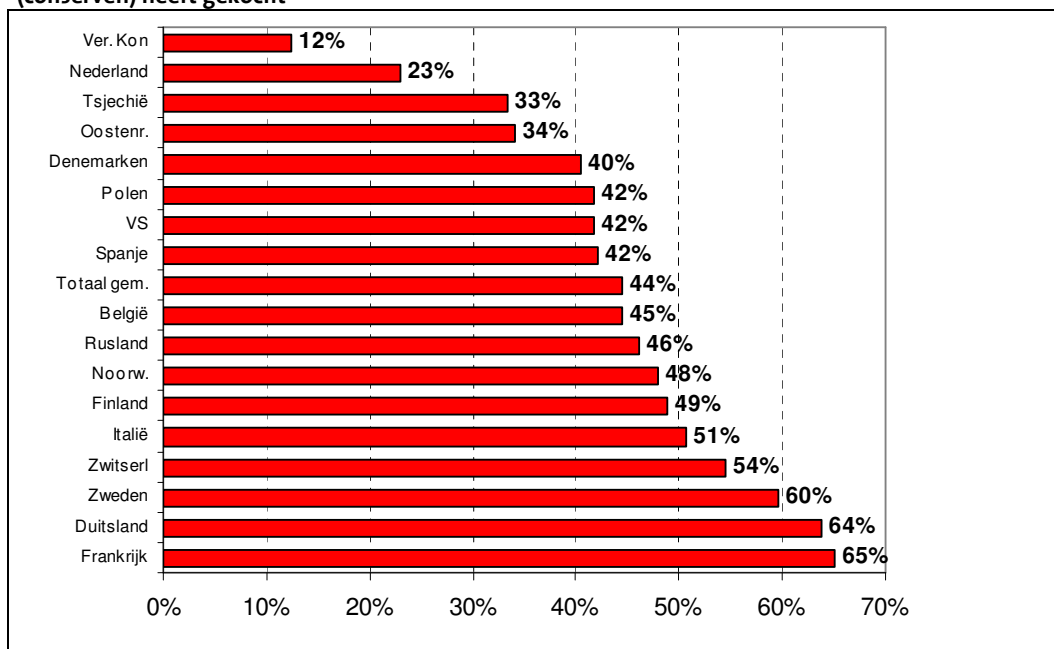
2 Aankoopinformatie

Figuur 2.1 Percentage consumenten dat in de afgelopen 12 maanden verse witte champignons heeft gekocht



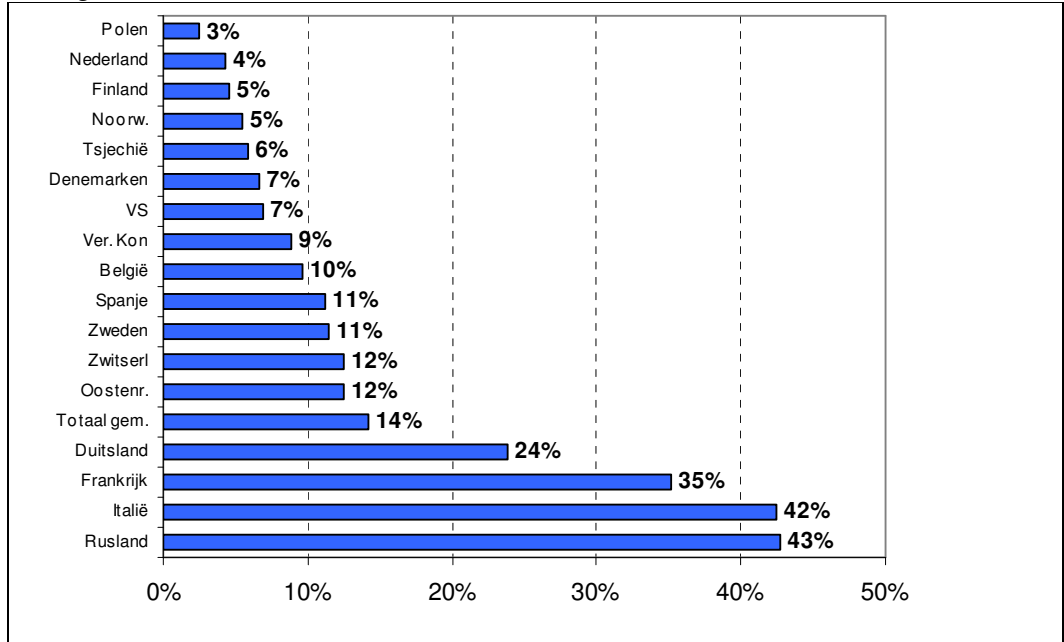
- In Polen ligt het koperspercentage (90%) van verse witte champignons het hoogst. Hierna volgen Denemarken (83%), Verenigd Koninkrijk (78%) en Nederland (74%). In Rusland (32%), Spanje (42%) en Tsjechië (42%) is het percentage kopers van verse champignons het laagst van de onderzochte 15 landen.

Figuur 2.2 Percentage consumenten dat in de afgelopen 12 maanden champignons in pot en blik (conserven) heeft gekocht



- Franse consumenten zijn heavy users van champignonconserven. In de afgelopen 12 maanden kocht 65 procent van de consumenten champignons in glas of blik. Hierna volgen kopers in Duitsland (64%) en Zweden (60%). In Nederland (12%) en het Verenigd Koninkrijk (23%) is het minste aantal kopers van champignonconserven te vinden.

Figuur 2.3 Percentage consumenten dat in de afgelopen 12 maanden diepgevroren champignons heeft gekocht



- In Rusland en Italië zijn de meeste kopers van diepgevroren champignons te vinden. In Polen koopt de consument daarentegen vrijwel geen diepgevroren champignons. Ook in Nederland is het percentage consumenten dat in de afgelopen 12 maanden diepgevroren champignons heeft gekocht zeer gering.

Tabel 2.1 Aankoopfrequentie verse witte champignons

Bron : MSI/PT	Wekelijks of vaker	Eenmaal per 2 weken	Eenmaal per maand	Eenmaal per 2 maanden	Eenmaal per 6 maanden	Eenmaal per jaar	Totaal
België	18%	29%	25%	17%	10%	1%	100%
Denemarken	13%	34%	29%	16%	8%	0%	100%
Duitsland	11%	24%	32%	18%	12%	2%	100%
Finland	3%	7%	29%	25%	31%	4%	100%
Frankrijk	12%	18%	28%	24%	18%	1%	100%
Italië	10%	18%	35%	24%	9%	4%	100%
Nederland	30%	28%	25%	12%	5%	0%	100%
Noorwegen	19%	27%	32%	14%	7%	2%	100%
Oostenrijk	6%	14%	34%	25%	19%	2%	100%
Polen	18%	29%	31%	14%	7%	1%	100%
Rusland	4%	24%	27%	10%	22%	12%	100%
Spanje	20%	32%	27%	16%	5%	1%	100%
Tsjechië	5%	9%	29%	28%	23%	6%	100%
Ver. Kon	39%	27%	18%	10%	4%	0%	100%
VS	18%	30%	27%	16%	7%	1%	100%
Zweden	11%	21%	35%	22%	9%	3%	100%
Zwitserland	9%	27%	33%	18%	12%	1%	100%
Totaal	16%	24%	29%	18%	11%	2%	100%

- In het Verenigd Koninkrijk en Nederland kopen consumenten het vaakst verse witte champignons. Respectievelijk 39% en 30% van de consumenten koopt wekelijks of vaker verse witte champignon. In Finland, maar ook in Rusland en Tsjechië koopt men nauwelijks wekelijks verse witte champignons.

Tabel 2.2 Aankoopfrequentie champignons in pot en blik (conserveren)

Bron : MSI/PT	Wekelijks of vaker	Eenmaal per 2 weken	Eenmaal per maand	Eenmaal per 2 maanden	Eenmaal per 6 maanden	Eenmaal per jaar	Totaal
België	8%	16%	31%	23%	19%	3%	100%
Denemarken	6%	20%	33%	24%	15%	2%	100%
Duitsland	5%	27%	33%	22%	11%	2%	100%
Finland	3%	19%	26%	23%	21%	7%	100%
Frankrijk	6%	23%	34%	21%	13%	3%	100%
Italië	3%	23%	34%	27%	12%	3%	100%
Nederland	11%	11%	31%	20%	17%	9%	100%
Noorwegen	5%	17%	33%	29%	12%	3%	100%
Oostenrijk	3%	14%	25%	32%	20%	6%	100%
Polen	2%	15%	23%	36%	21%	3%	100%
Rusland	7%	24%	30%	21%	14%	3%	100%
Spanje	12%	21%	39%	21%	5%	2%	100%
Tsjechië	4%	4%	31%	22%	27%	12%	100%
Ver. Kon	0%	8%	42%	26%	11%	13%	100%
VS	7%	12%	32%	28%	19%	2%	100%
Zweden	5%	20%	41%	19%	11%	3%	100%
Zwitserland	8%	14%	20%	25%	27%	6%	100%
Totaal	6%	19%	32%	24%	16%	4%	100%

- Champignonconserven worden het frequents gekocht in Spanje, terwijl de frequentie in het Verenigd Koninkrijk en Tsjechië het laagst is.

Tabel 2.3 Aankoopfrequentie diepgevroren champignons

	Wekelijks of vaker	Eenmaal per 2 weken	Eenmaal per maand	Eenmaal per 2 maanden	Eenmaal per 6 maanden	Eenmaal per jaar	Totaal
Bron : MSI/PT							
België	3%	10%	24%	28%	21%	14%	100%
Denemarken	10%	5%	30%	35%	20%	0%	100%
Duitsland	4%	18%	27%	25%	14%	12%	100%
Finland	0%	7%	21%	29%	29%	14%	100%
Frankrijk	2%	16%	26%	36%	16%	4%	100%
Italië	5%	15%	36%	28%	14%	2%	100%
Nederland	0%	8%	31%	31%	15%	15%	100%
Noorwegen	0%	6%	35%	18%	29%	12%	100%
Oostenrijk	3%	3%	11%	34%	18%	32%	100%
Rusland	11%	15%	29%	28%	15%	2%	100%
Spanje	9%	12%	38%	38%	3%	0%	100%
Tsjechië	0%	0%	33%	22%	33%	11%	100%
Ver. Kon	0%	0%	30%	33%	22%	15%	100%
VS	19%	19%	10%	19%	29%	5%	100%
Zweden	0%	3%	31%	26%	31%	9%	100%
Zwitserland	3%	8%	26%	21%	32%	11%	100%
Totaal	4%	12%	28%	29%	18%	8%	100%

- Het relatief vaak kopen van diepgevroren champignons gebeurt met name in de Verenigde Staten en Rusland. In Tsjechië en Spanje ligt de aankoopfrequentie van diepgevroren champignons erg laag.

Tabel 2.4 Voorkeur van herkomstland champignons

Bron : MSI/PT	Geen voorkeur	Eigen land	Frankrijk	Nederland
België	46%	47%	6%	1%
Denemarken	46%	52%	0%	0%
Duitsland	48%	49%	0%	2%
Finland	34%	65%	0%	0%
Frankrijk	47%	52%	0%	0%
Italië	33%	65%	0%	0%
Nederland	47%	47%	3%	0%
Noorwegen	82%	17%	1%	1%
Oostenrijk	31%	64%	0%	0%
Polen	62%	35%	0%	2%
Rusland	36%	56%	0%	0%
Spanje	58%	41%	1%	0%
Tsjechië	54%	43%	1%	0%
Ver. Kon	52%	46%	0%	0%
VS	63%	35%	0%	0%
Zweden	67%	30%	0%	1%
Zwitserland	50%	42%	4%	0%
Totaal	50%	45%	1%	0%

- De consument in alle onderzochte 17 landen heeft nauwelijks een voorkeur voor herkomstland van champignon. In veel landen geeft 50 procent of meer aan geen voorkeur te hebben. Daarnaast wordt het eigen land het meest als voorkeursland genoemd.

Tabel 2.5 Tweede voorkeur van herkomstland champignons

Bron : MSI/PT	Geen voorkeur	Frankrijk	Nederland	Duitsland
België	30%	25%	23%	1%
Denemarken	58%	2%	19%	9%
Duitsland	42%	19%	12%	0%
Finland	55%	5%	19%	6%
Frankrijk	67%	0%	8%	3%
Italië	51%	20%	2%	11%
Nederland	38%	15%	0%	11%
Noorwegen	73%	5%	5%	5%
Oostenrijk	48%	4%	1%	18%
Polen	79%	0%	5%	4%
Rusland	53%	11%	4%	7%
Spanje	74%	11%	0%	1%
Tsjechië	41%	7%	2%	9%
Ver. Kon	72%	7%	2%	0%
VS	73%	5%	5%	0%
Zweden	78%	1%	3%	3%
Zwitserland	23%	33%	1%	13%
Totaal	53%	11%	7%	7%

- Als de consument gevraagd wordt naar een tweede voorkeursland scoort opnieuw geen voorkeur het hoogst. Hierna worden Frankrijk, Nederland en Duitsland het vaakst als voorkeursland opgegeven.

3 Gebruikswijze

Tabel 3.1 Eetmomenten verse witte champignon

Bron : MSI/PT	Diner	Lunch	Ontbijt	Tussendoor
België	93%	32%	1%	3%
Denemarken	98%	25%	2%	7%
Duitsland	73%	71%	1%	3%
Finland	91%	44%	1%	6%
Frankrijk	85%	89%	1%	4%
Italië	82%	75%	1%	0%
Nederland	99%	16%	1%	4%
Noorwegen	100%	15%	3%	3%
Oostenrijk	65%	81%	1%	2%
Polen	49%	73%	11%	8%
Rusland	47%	82%	0%	2%
Spanje	73%	79%	2%	2%
Tsjechië	62%	85%	3%	3%
Ver. Kon	86%	33%	39%	3%
VS	96%	34%	20%	7%
Zweden	99%	46%	3%	6%
Zwitserland	89%	72%	2%	5%
Totaal	85%	51%	6%	4%

- In Polen, Rusland en Tsjechië eten duidelijk minder consumenten verse witte champignon bij het diner dan in de rest van Europa. In de genoemde landen worden witte champignons veel genuttigd bij de lunch. In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk scoort het ontbijt hoog als eetmoment van verse witte champignon.
- In Scandinavië geven bijna alle consumenten aan verse witte champignons tijdens het diner te eten en geeft men nauwelijks de lunch als eetmoment op. Ook in Nederland worden verse witte champignons nauwelijks tijdens de lunch geconsumeerd.

Tabel 3.2 Eetmomenten champignon in pot en blik (conserven)

Bron : MSI/PT	Diner	Lunch	Tussendoor	Ontbijt
België	94%	27%	1%	1%
Denemarken	100%	9%	0%	1%
Duitsland	68%	73%	1%	0%
Finland	91%	45%	15%	1%
Frankrijk	87%	83%	0%	0%
Italië	86%	75%	3%	0%
Nederland	89%	24%	3%	0%
Noorwegen	99%	13%	2%	2%
Oostenrijk	74%	71%	5%	2%
Polen	74%	32%	29%	18%
Rusland	64%	51%	16%	7%
Spanje	79%	77%	3%	0%
Tsjechië	67%	67%	20%	0%
Ver. Kon	87%	29%	0%	8%
VS	97%	32%	6%	13%
Zweden	96%	50%	5%	1%
Zwitserland	84%	67%	5%	1%
Totaal	86%	52%	5%	2%

Tabel 3.3 Gebruikswijzen verse witte champignon als.....

	Ingrediënt in bijv. soep, ragout of saus	Extra groente	Vlees- versierdersalade	In een salade	Gevuld	Voor- gerecht	Vlees- vervanger	Brood- beleg	Hapje, bijv. bij de borrel
Bron : MSI/PT									
België	65%	63%	49%	32%	33%	30%	11%	9%	17%
Denemarken	67%	69%	78%	81%	19%	9%	10%	23%	11%
Duitsland	60%	65%	55%	45%	46%	25%	25%	14%	7%
Finland	58%	53%	41%	30%	79%	23%	20%	13%	26%
Frankrijk	51%	62%	68%	7%	34%	56%	6%	9%	8%
Italië	48%	46%	66%	42%	31%	12%	15%	9%	5%
Nederland	69%	54%	53%	31%	16%	17%	11%	9%	7%
Noorwegen	71%	64%	85%	45%	18%	14%	6%	7%	5%
Oostenrijk	75%	55%	50%	30%	22%	23%	43%	12%	5%
Polen	82%	64%	52%	50%	53%	27%	20%	20%	5%
Rusland	84%	39%	39%	43%	35%	51%	47%	2%	8%
Spanje	55%	53%	78%	33%	34%	41%	9%	5%	4%
Tsjechië	80%	18%	37%	29%	35%	6%	51%	8%	0%
Ver. Kon	71%	73%	50%	36%	22%	18%	8%	13%	6%
VS	71%	50%	60%	78%	37%	14%	9%	16%	11%
Zweden	76%	57%	38%	64%	26%	27%	9%	11%	7%
Zwitserland	70%	54%	60%	48%	44%	37%	28%	8%	8%
Totaal	67%	58%	58%	44%	32%	24%	16%	12%	8%

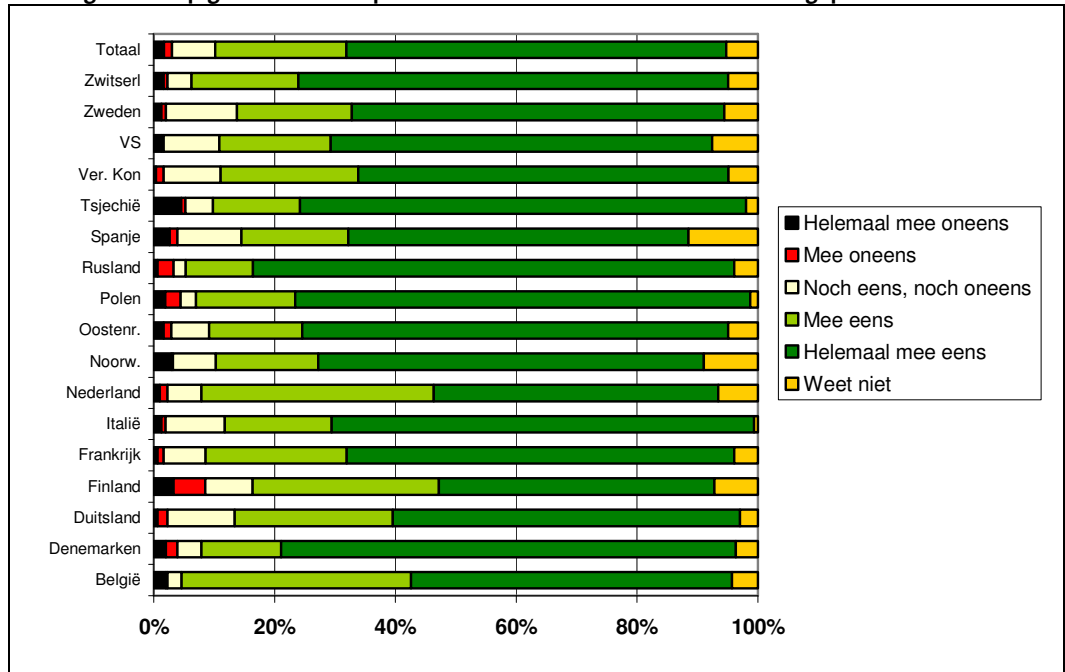
- In alle onderzochte landen vindt het gebruiken van verse witte champignon als ingrediënt vaak plaats.
- In landen als het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Duitsland is het gebruik als extra groente populair.
- Consumenten in Denemarken en de Verenigde Staten geven relatief vaak aan verse witte champignon te verwerken in een salade, terwijl dat in Frankrijk nauwelijks gebeurt.
- In Frankrijk en Rusland wordt door respectievelijk 56% en 51% van de consumenten aangegeven dat verse witte champignon wordt gebruikt als voorgerecht.
- Het vullen van verse champignon wordt vooral aangegeven door consumenten in Finland.

Tabel 3.4 Gebruikswijzen champignon in pot en blik (conserven) als.....

Bron : MSI/PT	Ingrediënt in bijv. soep, ragout of saus	Vlees- versierder	Extra groente	In een salade	Brood- beleg	Voor- gerecht	Gevuld	Als hapje, bijv. bij de borrel	Vlees- vervanger
België	74%	33%	40%	12%	4%	7%	10%	4%	4%
Denemarken	88%	45%	20%	6%	3%	4%	3%	2%	5%
Duitsland	74%	41%	50%	27%	18%	9%	6%	6%	11%
Finland	73%	36%	29%	39%	10%	6%	7%	23%	10%
Frankrijk	65%	72%	49%	1%	3%	13%	6%	3%	3%
Italië	41%	57%	30%	32%	26%	6%	5%	12%	11%
Nederland	66%	34%	16%	24%	9%	6%	7%	1%	3%
Noorwegen	85%	55%	39%	32%	5%	3%	3%	3%	5%
Oostenrijk	77%	28%	28%	23%	16%	15%	8%	9%	12%
Polen	9%	39%	39%	74%	62%	2%	2%	44%	6%
Rusland	39%	29%	47%	66%	21%	6%	11%	31%	10%
Spanje	63%	73%	45%	27%	11%	20%	19%	5%	8%
Tsjechië	55%	57%	33%	33%	18%	16%	12%	22%	14%
Ver. Kon	76%	34%	37%	21%	11%	11%	13%	5%	18%
VS	80%	40%	26%	30%	15%	8%	12%	10%	11%
Zweden	90%	25%	22%	23%	3%	7%	23%	1%	7%
Zwitserland	77%	58%	30%	13%	5%	16%	8%	8%	16%
Totaal	70%	46%	35%	25%	12%	9%	9%	9%	8%

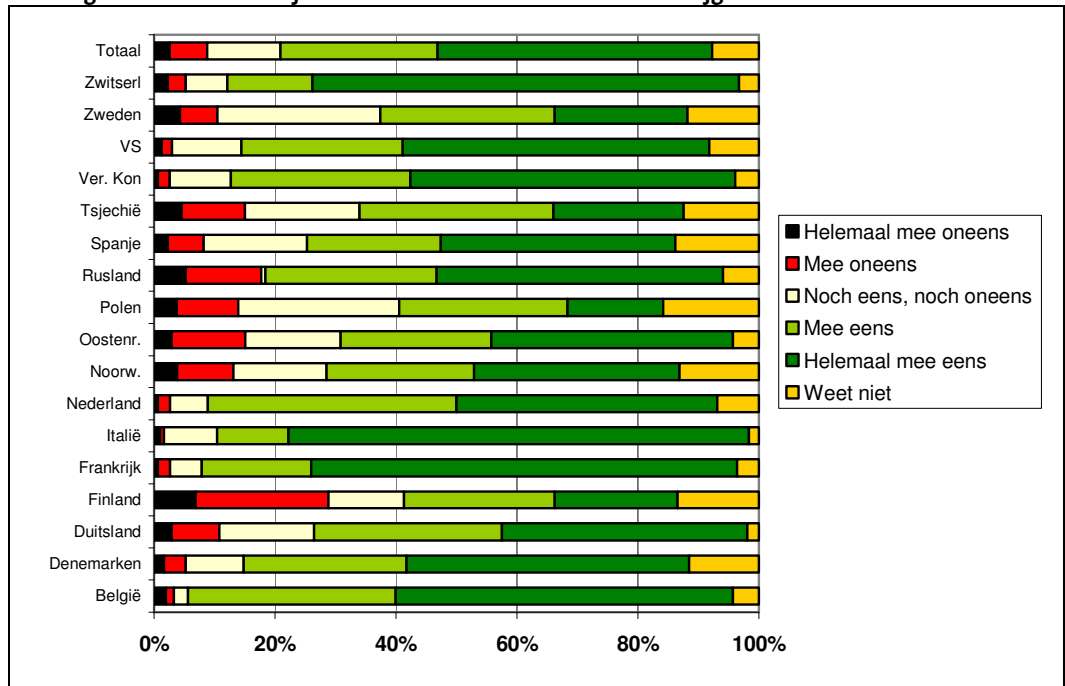
4 Stellingen

Stelling 1 : Champignons kunnen op veel verschillende manieren worden toegepast



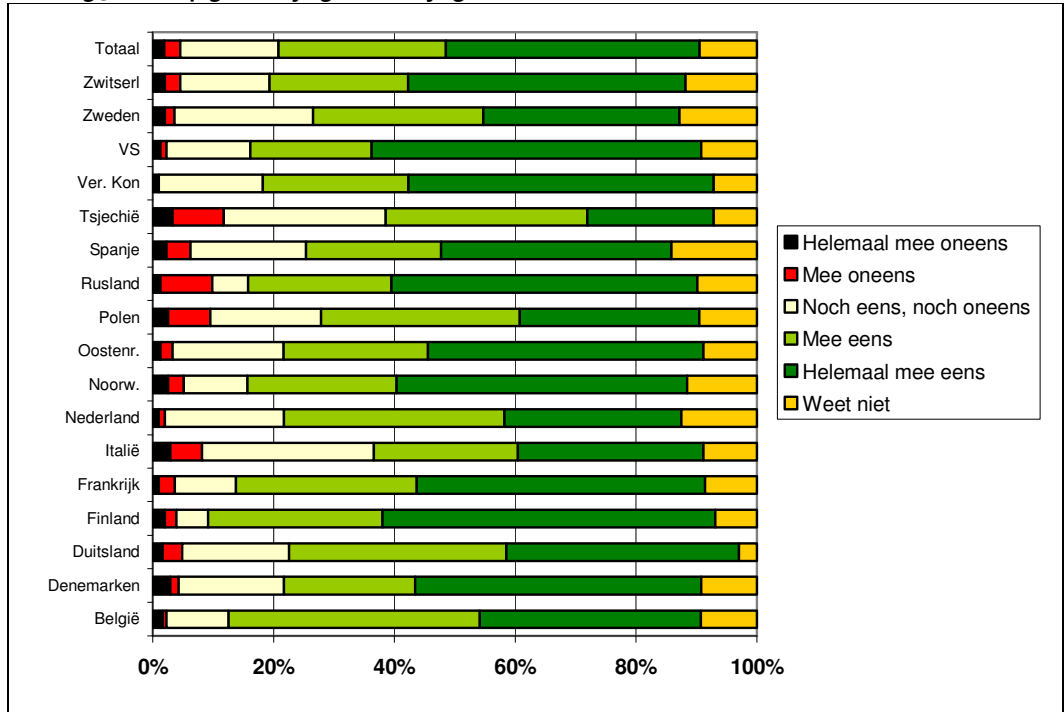
- In alle landen is de consument het er mee eens dat champignons op veel verschillende manieren kunnen worden toegepast.

Stelling 2 : Paddestoelen zijn in veel verschillende soorten te verkrijgen



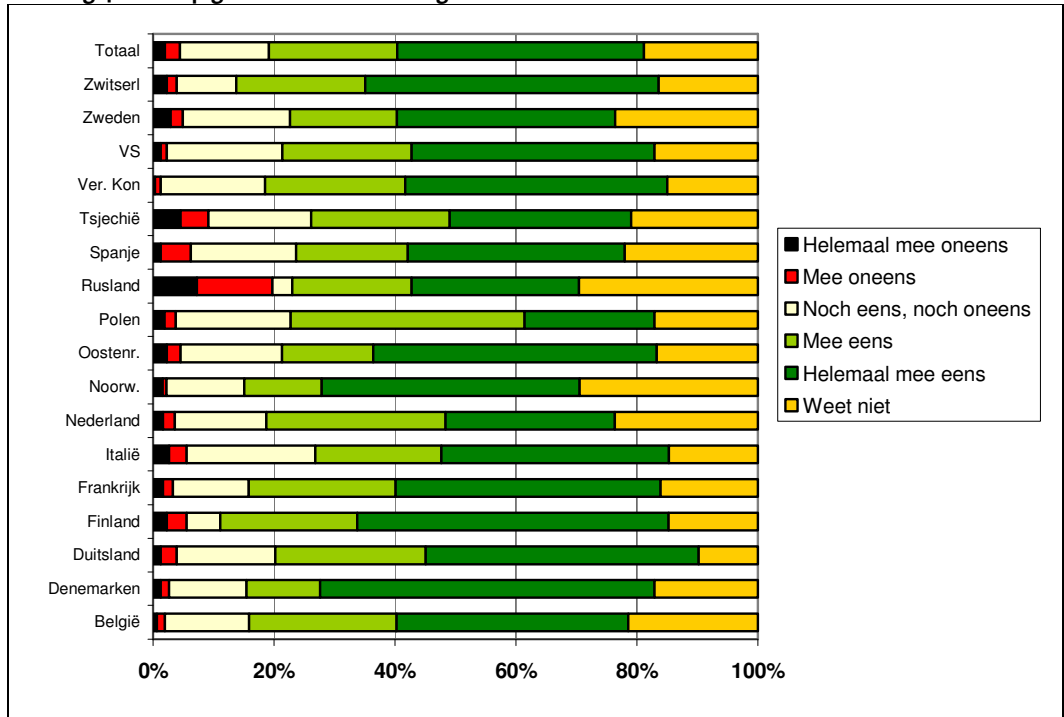
- In landen als België, Nederland, Italië, Verenigd Koninkrijk en Verenigde Staten is de consument meer overtuigd dan in Finland en Polen dat paddestoelen in veel verschillende soorten te verkrijgen zijn.

Stelling 3 : Champignons zijn goed voor je gezondheid



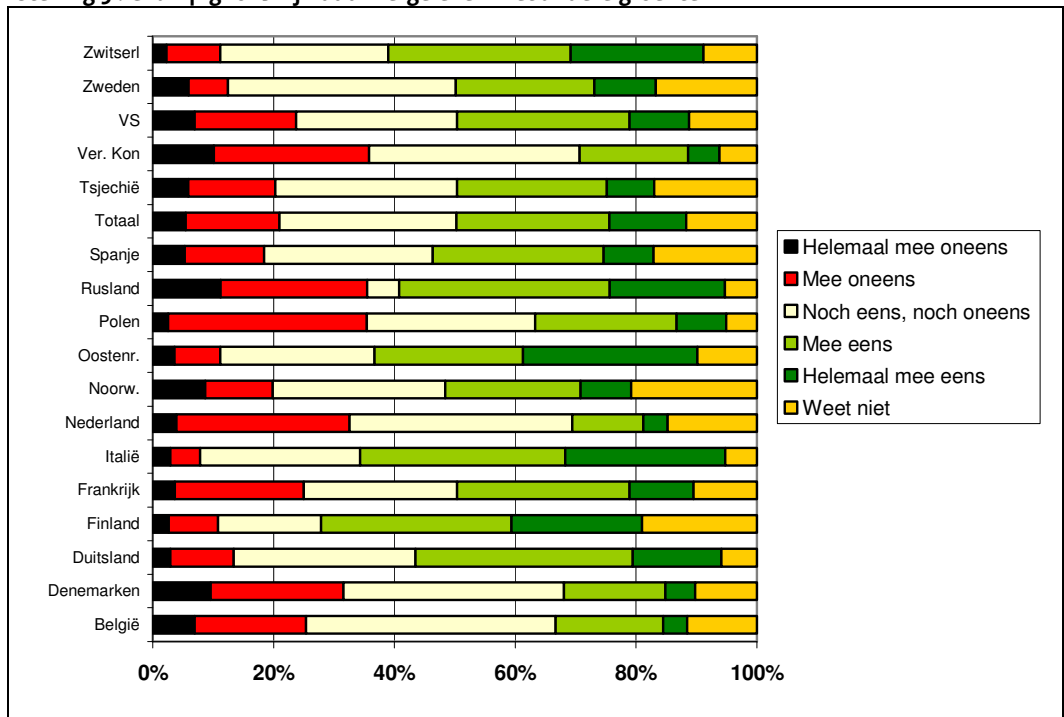
- Consumenten in Tsjechië, Rusland en Polen reageren het minst positief op de stelling dat champignons goed zijn voor de gezondheid.
- In veel landen is er veel onbekendheid of champignons gezond zijn gezien het percentage van de antwoorden “noch eens, noch oneens” en “weet niet”.

Stelling 4 : Champignons bevatten weinig calorieën



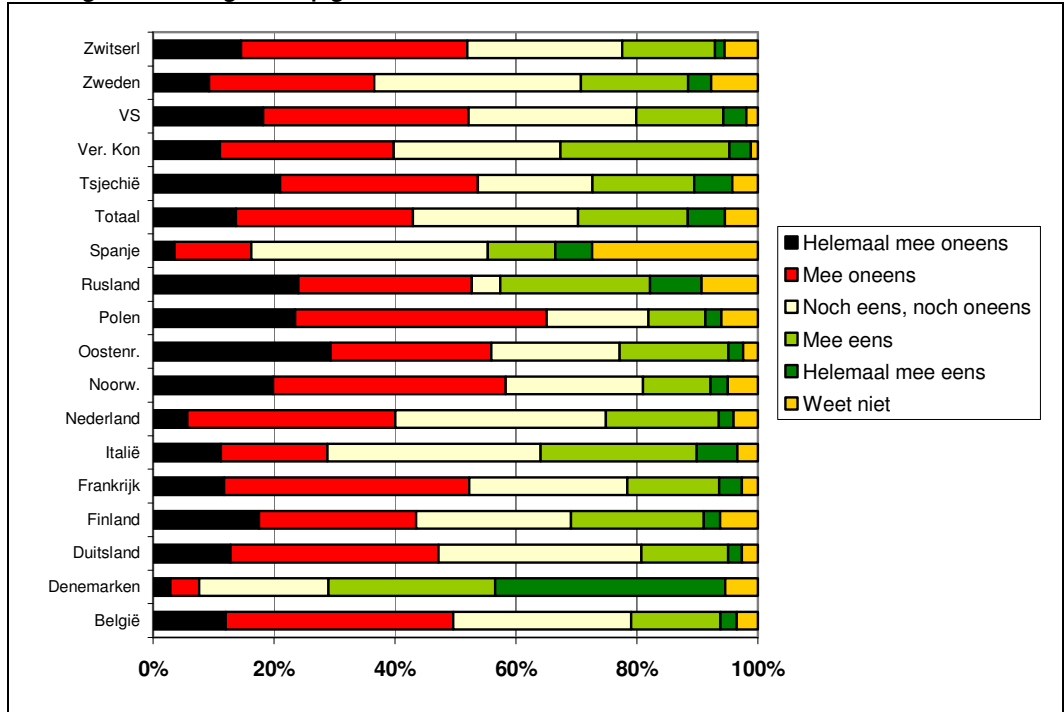
- In diverse landen geven relatief veel consumenten aan niet te weten of champignons veel calorieën bevatten.

Stelling 5 : Champignons zijn duur vergeleken met andere groenten



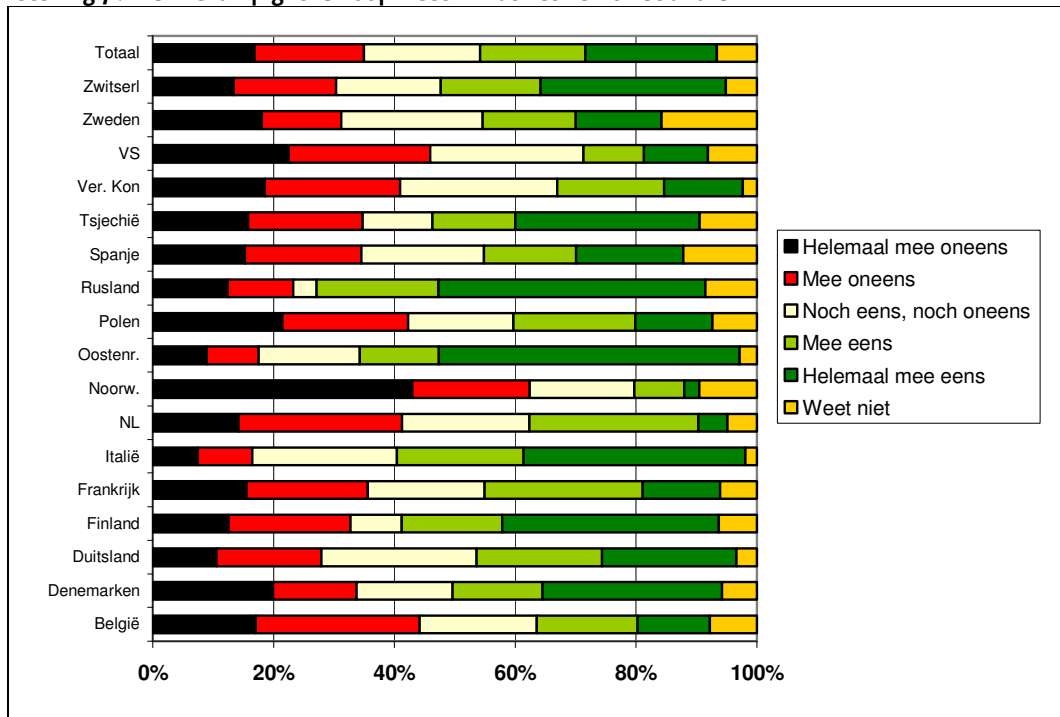
- In landen als Nederland, Polen en het Verenigd Koninkrijk geeft de consument aan champignons niet duur te vinden vergeleken met andere groenten. In Oostenrijk, Finland en Italië is ongeveer de helft van de respondenten het eens of helemaal eens met de stelling dat champignons duur zijn vergeleken met andere groenten.

Stelling 6 : De huidige champignons hebben een flauwe smaak



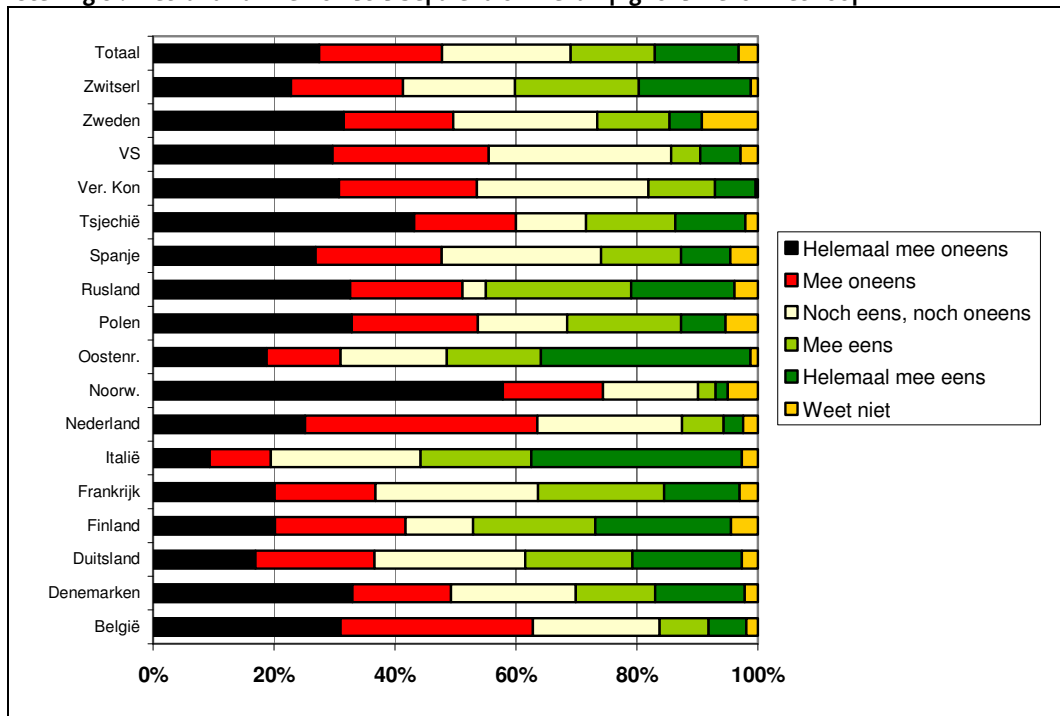
- Op de stelling “De huidige champignons hebben een flauwe smaak” wordt wisselend geantwoord per land. Deense consumenten zijn het met deze stelling het meest eens, terwijl consumenten in Polen zich het minst in deze stelling kunnen vinden. In Nederland is 40% het eens met deze stelling en is 35% het noch eens, noch oneens.

Stelling 7 : Als ik champignons koop weet ik wat het herkomstland is



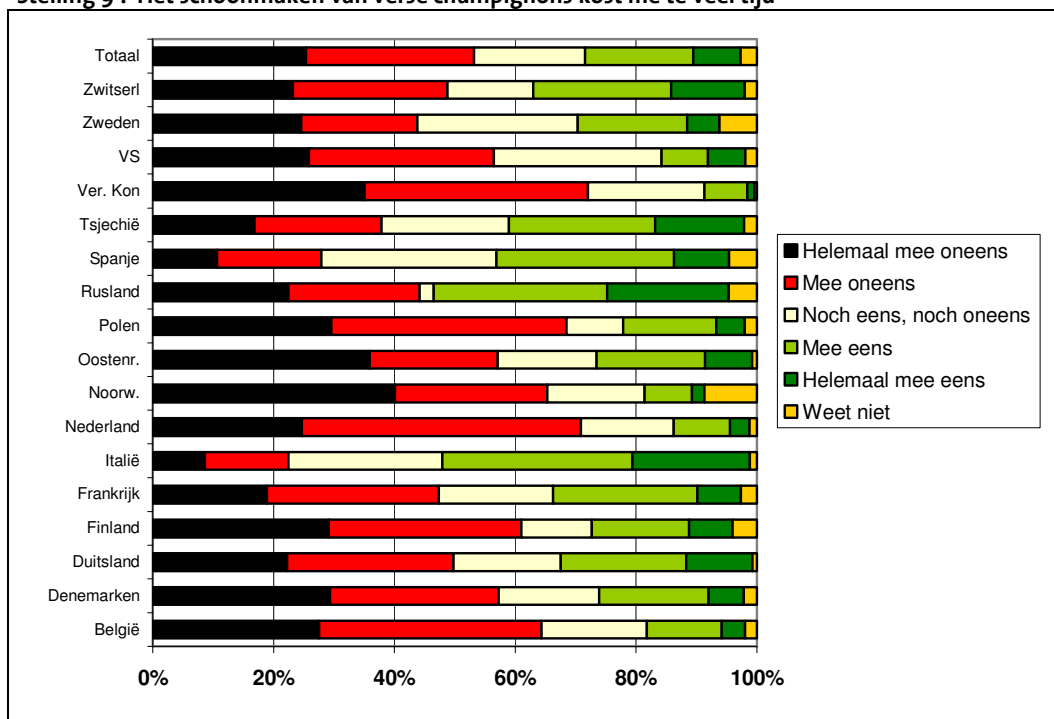
- Van de ondervraagde consumenten binnen de onderzochte landen weet de Noorse consument het minst wat het herkomstland is van de gekochte champignons. Russische en Oostenrijkse consumenten zeggen daarentegen goed op de hoogte te zijn van het herkomstland.

Stelling 8 : Het land van herkomst is bepalend of ik champignons wel of niet koop



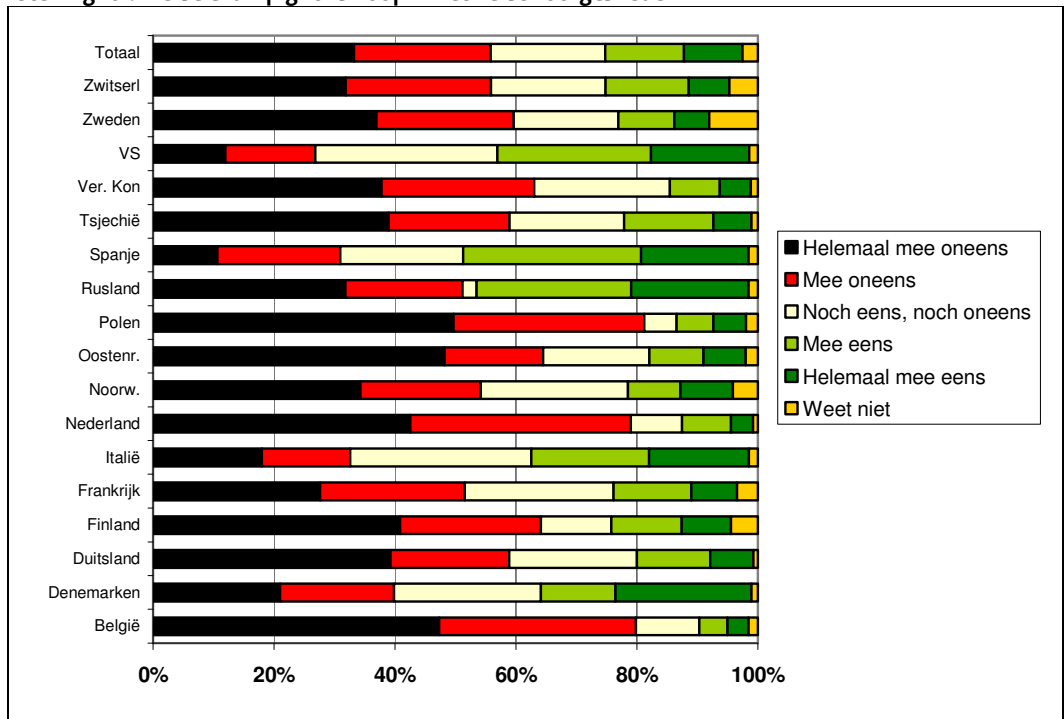
- Circa 75% van de Noorse consument geeft aan dat het land van herkomst niet bepalend is of champignons wel of niet worden gekocht. In Nederland en België gaat het om circa 65 procent van de respondenten.
- In Italië en Oostenrijk geeft meer dan de helft aan dat het land van herkomst wel bepalend is of champignons wel of niet worden gekocht.

Stelling 9 : Het schoonmaken van verse champignons kost me te veel tijd



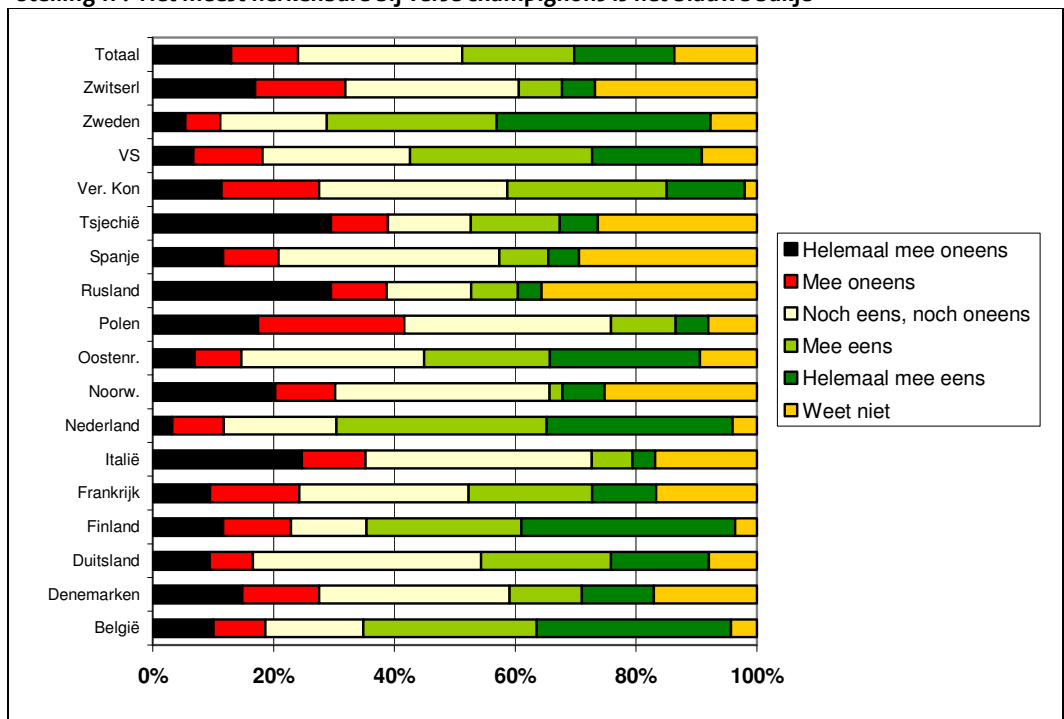
- Ongeveer de helft van de respondenten in de 15 landen geeft aan dat het schoonmaken van verse champignons niet teveel tijd kost, 40% geeft wel aan dat het teveel tijd kost. In Rusland en Italië zijn de meeste consumenten te vinden die aangeven dat het schoonmaken teveel tijd kost.

Stelling 10 : Verse champignons koop ik het liefst voorgesneden



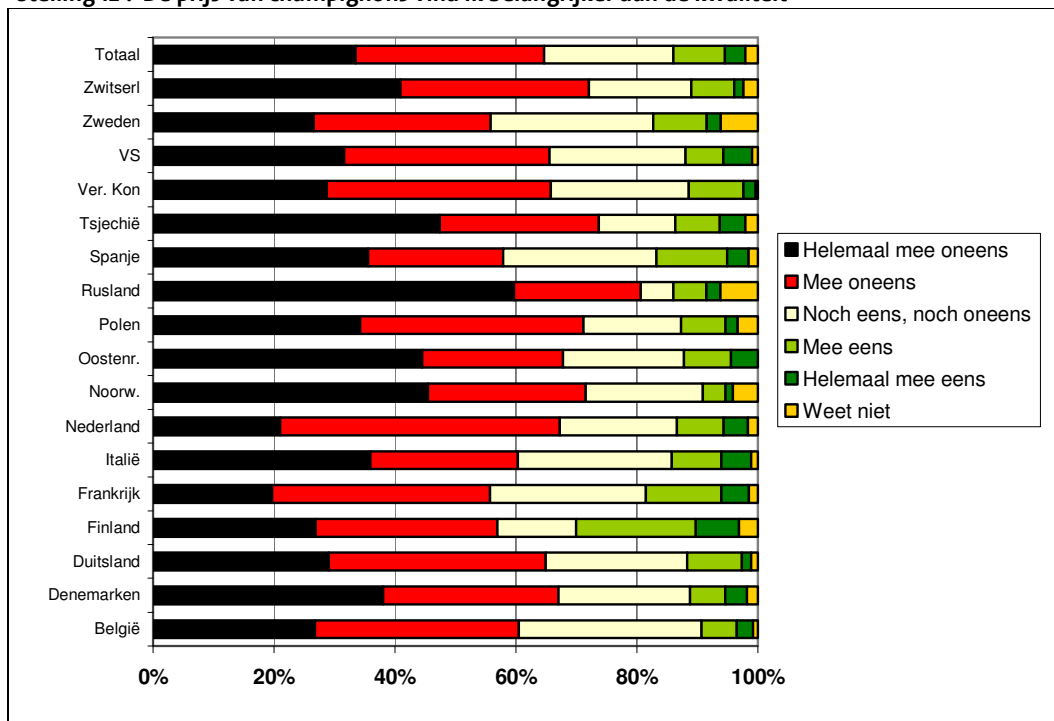
- In België, Nederland en Polen geeft 80% van de consumenten aan het oneens te zijn met de stelling “Verse champignons koop ik het liefst voorgesneden”. In Spanje, de VS en Rusland wordt het meest positief gereageerd op voorgesneden champignons.

Stelling 11 : Het meest herkenbare bij verse champignons is het blauwe bakje



- Het blijkt dat consumenten in diverse landen geen antwoord kunnen geven op de stelling “Het meest herkenbare bij verse champignon is het blauwe bakje”. Relatief veel wordt aangegeven “noch eens, noch oneens” en “weet niet”.
- In Nederland, België en Finland geeft 60% of meer wel aan het meest herkenbare bij verse champignon het blauwe bakje te vinden.

Stelling 12 : De prijs van champignons vind ik belangrijker dan de kwaliteit



- In bijna alle landen geeft 60% of meer aan dat de prijs van champignons niet belangrijker is dan de kwaliteit.