

---

**Consumentenonderzoek Asperge Nederland**

---

**2008 / 86**

---

---

**Zoetermeer, november 2008 - Wilco van den Berg**

---

Productschap Tuinbouw, Afdeling Markt & Innovatie

---



---

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

---

Auteur **Wilco van den Berg** Telefoon 079-3470628 E-mail [w.vandenberg@tuinbouw.nl](mailto:w.vandenberg@tuinbouw.nl)

---



# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting en aanbevelingen</b>	<b>7</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>11</b>
1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet	11
1.2 Achtergrondinformatie asperge	12
<b>2 Aankoopgedrag</b>	<b>15</b>
<b>3 Buitenshuisconsumptie</b>	<b>23</b>
<b>4 Beleving asperge</b>	<b>25</b>
<b>5 Acties</b>	<b>27</b>
<b>6 Niet-kopers van asperge</b>	<b>29</b>



# Samenvatting en aanbevelingen

## **Achtergrond**

Een groot deel van de Nederlanders eet geen asperge. De uitvoer van Nederlandse asperges is in de afgelopen jaren fors terugggevallen waardoor de nadruk meer en meer op de afzet van asperge op de binnenlandse markt is komen te liggen. Gemiddeld kocht een Nederlands huishouden in 2007 ongeveer 600 gram asperges voor thuisgebruik. De vraag is hoe de consumptie in Nederland in de komende jaren kan worden verruimd. In opdracht van Aceera en het Productschap Tuinbouw heeft in juni 2008 een consumentenonderzoek asperge plaatsgevonden. Het betrof een online onderzoek onder een representatieve steekproef van 1.500 personen in de leeftijdscategorie 18-65 jaar.

## **Consumptie Noord-Nederland blijft achter**

In het noorden van het land kopen veel minder consumenten verse asperges dan in het zuiden van het land. In de drie noordelijke provincies heeft 38 procent dit seizoen verse asperges gekocht tegen 53 procent gemiddeld in de drie zuidelijke provincies. In het zuiden wordt de consument vaker geattendeerd op asperges doordat telers/boeren de asperges langs de kant van de weg te koop aanbieden. In het zuiden van het land koopt bijna de helft van de consumenten asperges rechtstreeks bij de teler. In de noordelijke helft van Nederland zijn er nauwelijks telers die asperge telen. In het noorden en westen van Nederland is met een aandeel van 53 procent de supermarkt het belangrijkste aankoopkanaal.

## **Hoe ouder, hoe hoger de consumptie**

Jongeren zijn sterk ondervertegenwoordigd in de kopersgroep van asperge. De koperspenetratie van asperge binnen de groep 25-34 jaar bedraagt 36 procent, terwijl 57 procent van de respondenten in de leeftijdsklasse 55-65 jaar in het afgelopen seizoen asperges heeft gekocht. Bijna de helft van de kopers van asperge heeft in het afgelopen seizoen 1 of 2 keer verse asperge gekocht. 14 procent kocht maar liefst 6 keer of vaker in het afgelopen seizoen verse asperges. Dit zijn met recht heavy users.

## **Consument let nauwelijks op herkomst**

Nog niet de helft van de consumenten geeft aan bij de aankoop te letten op de prijs. Verder let de consument bij de aankoop nauwelijks op de herkomst. Wel wordt er een duidelijke voorkeur uitgesproken voor Nederlandse asperge. Bijna vier op de tien consumenten geeft aan dat de Nederlandse herkomst bepalend is voor de aankoop. In de communicatie is het belangrijk de Nederlandse herkomst te blijven noemen. Men zegt weliswaar nauwelijks te letten op de herkomst, maar de voorkeur wordt duidelijk uitgesproken voor de Nederlandse herkomst.

## **Traditionele bereiding**

Over de gewenste verpakking is de consument redelijk eensgezind. Bijna de helft van de consumenten wil geen verpakking, maar zelf uitzoeken uit de bak. Hierna volgt de bundel als gewenste eenheid, op afstand gevolgd door de voorgeschilde variant in een doorzichtige verpakking. Iets meer dan een kwart van de respondenten heeft in de periode van april tot en met juni 2008 weleens voorgeschilde asperge gekocht. Er is hierbij weinig onderscheid te zien in de koperspenetratie naar leeftijdsklassen. Het bereiden van asperges gebeurt hoofdzakelijk op de traditionele manier met ei, ham en botersaus. Hoe ouder de consument is, hoe vaker op de traditionele manier asperge wordt bereid.

### **Eenderde eet asperge buiten de deur**

Slechts een derde van de consumenten at in het afgelopen seizoen asperges buitenshuis. 2 op de 10 respondenten gaf aan 1 keer van april tot en met juni 2008 asperges buiten de deur te hebben gegeten. Relatief iets meer ouderen dan jongeren geven aan buitenshuis asperge te hebben gegeten. Veertien procent van de niet-kopers van asperge zegt wel buitenshuis asperge te hebben gegeten. Men gaat niet gericht naar een horecagelegenheid om asperges te eten. Tachtig procent komt pas tot het besluit om asperges te eten als de menukaart is gezien.

### **Asperge moet seizoensproduct blijven**

De belangrijkste associatie met witte asperge is seizoensproduct. Zeven op de tien consumenten wil dat asperge een seizoensproduct blijft van april tot en met juni. Bijna de helft van de consumenten weet dat eind juni het einde van het aspergeseizoen is. Van twee op de tien consumenten mag asperge jaarrond worden aangeboden. Het eten van asperges wordt nauwelijks gedaan bij speciale gelegenheden. De gewone doordeweekse dag wordt het meest genoemd als eetmoment van asperge. Diverse consumenten geven als associatie genieten en luxe product op, maar het eten van asperge wordt dus niet beperkt tot speciale gelegenheden.

### **Verstrekken recepten en aandacht seizoensopening**

Er zijn bij de consument nauwelijks consumentenacties met asperges bekend. Om de huidige kopers van asperge meer te laten kopen worden prijspromoties en het verstrekken van recepten met asperges door de kopers genoemd. Ook meer bekendheid dat het aspergeseizoen weer is begonnen wordt als een goede actie gezien. Verstrekken van lekkere recepten en prijspromoties zijn ook de belangrijkste acties die genoemd worden door niet-kopers om deze groep aan te zetten om asperges te kopen. Het meest genoemde antwoord om niet-kopers zover te krijgen om asperges te kopen is overigens "geen enkele actie".

### **Redenen niet-kopers**

55 procent van de respondenten heeft in het afgelopen seizoen geen asperge gekocht, maar 14 procent van deze groep eet wel asperges buitenshuis. De belangrijkste redenen waarom consumenten geen asperges kopen zijn : ik vind asperge niet lekker, ik weet niet hoe ik asperge moet klaarmaken en ik vind asperges te duur. De eerste en derde reden zijn moeilijk te beïnvloeden, terwijl aan de reden over het niet weten te klaarmaken wat kan worden gedaan. Jongeren noemen relatief vaker dan ouderen het niet lekker vinden van asperge.



# Aanbevelingen

Te concluderen valt dat een groei van de aspergeconsumptie in Nederland in de komende jaren verder mogelijk is.

1. **Stimulering consumptie Noord-Nederland.** Er is een groot consumptieverschil tussen Noord- en Zuid-Nederland. Consumenten in Noord- en West-Nederland moeten veel meer geattendeerd worden op de asperge. Meer acties met de Noord-Nederlandse supermarktformules is een mogelijkheid. Denk hierbij naast de gebruikelijke formules als AH, C1000 en Jumbo aan supermarktketens als Poiesz, Deen en Spar die veel in het noorden zijn gevestigd. Ook is een mogelijkheid om meer telers/boeren (die geen asperge telen) in de noordelijke helft van het land langs de kant van de weg asperges te laten verkopen met een verkoopbord.
2. **Verstrekken recepten en informatie over klaarmaken.** Een flinke groep consumenten weet nog steeds niet hoe asperges klaar gemaakt moeten worden en kopen daardoor geen asperge. Consumenten noemen zelf dat ze veel meer lekkere recepten met asperge willen. Asperges worden nu hoofdzakelijk op de traditionele manier (ei, ham, botersaus) bereid. Hoe ouder de consument, hoe vaker als bereiding traditioneel met ei, ham en botersaus wordt genoemd.
3. **Meer aanbod voorgeschild.** De verkoop van voorgeschilde asperges zit in de lift. Het advies is om het segment voorgeschilde asperges uit te breiden naast de bundel en losse asperge in de bak. Zowel 10 procent van de huidige kopers als niet-kopers vindt het meer aanbieden van voorgeschilde asperges een goede actie om meer asperge te kopen.
4. **Contacten horeca intensiveren.** Aangezien de buitenhuisconsumptie van groenten een steeds belangrijkere rol speelt, is het opzetten van acties met restaurantketens belangrijk om asperge op de menukaart te krijgen. Het bedrijfsrestaurant, eetcafé en catering worden nu niet of nauwelijks genoemd als plaats waar asperges worden gegeten. Hier liggen dus nog kansen.
5. **Meer communicatie.** Goede communicatie en presentatie in de winkel is erg belangrijk aangezien ongeveer de helft van de consumenten in de supermarkt besluit asperge te kopen. Uit het onderzoek blijkt dat de consument door acties en aanbod in de supermarkt weet dat er weer Nederlandse asperges zijn. De magazines van supermarkten scoren hierbij hoog. Het reclamebord van de teler is ook een goede verspreider van het nieuws dat er asperges beschikbaar zijn.
6. **Meer aandacht voor seizoensopening.** Meer reclame dat het aspergeseizoen weer begonnen is staat hoog in de lijst van meest geschikte acties genoemd door aspergekopers. Bijna 10 procent gaf in het onderzoek aan niet te weten gekomen dat er weer Hollandse asperges zijn. Slechts 2 procent gaf aan over de nationale seizoensopening te hebben gelezen.
7. **Jongeren meer attenderen op eten van asperge.** Het verbruik onder jongeren blijft duidelijk achter op die onder ouderen. Zet geschikte communicatiemiddelen (Hyves/Youtube) in die op jongeren zijn gericht. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan een viralcampagne met de voordelen van het eten van asperge.



# 1 Inleiding

## 1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet

In opdracht van Aceera en Productschap Tuinbouw heeft van 20 tot en met 27 juni 2008 in Nederland een consumentenonderzoek asperge plaatsgevonden. Het betrof een online onderzoek onder een representatieve steekproef van 1.500 personen in de leeftijdscategorie 18-65 jaar. Het online onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau GMI (Global Market Insite).

### **Reden voor onderzoek**

Een groot deel van de Nederlandse bevolking eet geen asperge. Het doel van het onderzoek is :

1. Inzicht in kennis, houding en gedrag ten aanzien van asperges
2. Achterhalen en onderbouwen welke (consumenten-)acties wel of niet zinvol zijn om de afzet van asperge in Nederland te vergroten.
3. Achterhalen waarom consumenten geen asperges kopen.
4. Inzicht in waar en wanneer (welke gelegenheid) asperges worden gegeten. Hoe vaak en waar eet de consument asperges buiten de deur?

Het consumentenonderzoek dient tips en aanbevelingen te geven hoe de consumptie in Nederland kan worden verhoogd.

Het onderzoek is verdeeld in een aantal onderwerpen : aankoopgedrag met betrekking tot asperge, buitenshuisconsumptie, beleving van asperge, consumentenacties, niet-kopers van asperge.

## 1.2 Achtergrondinformatie asperge

Van april tot en met juni wordt in Nederland jaarlijks op ongeveer 2.000 hectare zo'n 15.000 ton asperge gestoken. Het oppervlak en de productie is in de afgelopen jaren vrij stabiel geweest.

**Tabel 1.2.1 Oppervlak van asperge in productie in Nederland, in hectare**

Bron: CBS	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Volleggrond	2.024	1.969	1.950	2.023	1.957	2.006

Maar liefst 55 procent van het Nederlandse oppervlak met asperge is in Limburg te vinden, gevolgd door Noord-Brabant met een aandeel van 36 procent. Leudal is de gemeente met het grootste oppervlak met asperge in Nederland, gevolgd door Helden en Cranendonck.

**Tabel 1.2.2 Top-10 gemeentes in Nederland met oppervlak asperge in productie**

Bron : CBS	2007	in %
<b>Totaal</b>	<b>1.957</b>	<b>100%</b>
1. Leudal *)	211	11%
2. Helden	202	10%
3. Cranendonck	116	6%
4. Echt-Susteren	88	4%
5. Roerdalen	85	4%
6. Horst a/d Maas	83	4%
7. Maasbree	75	4%
8. Venray	61	3%
9. Boxmeer	44	2%
10. Haaren	41	2%
Top-10	1.006	51%
Overig	951	49%

\*) Leudal = Heyhuysen, Hunsel, Haelen, Roggel en Neer

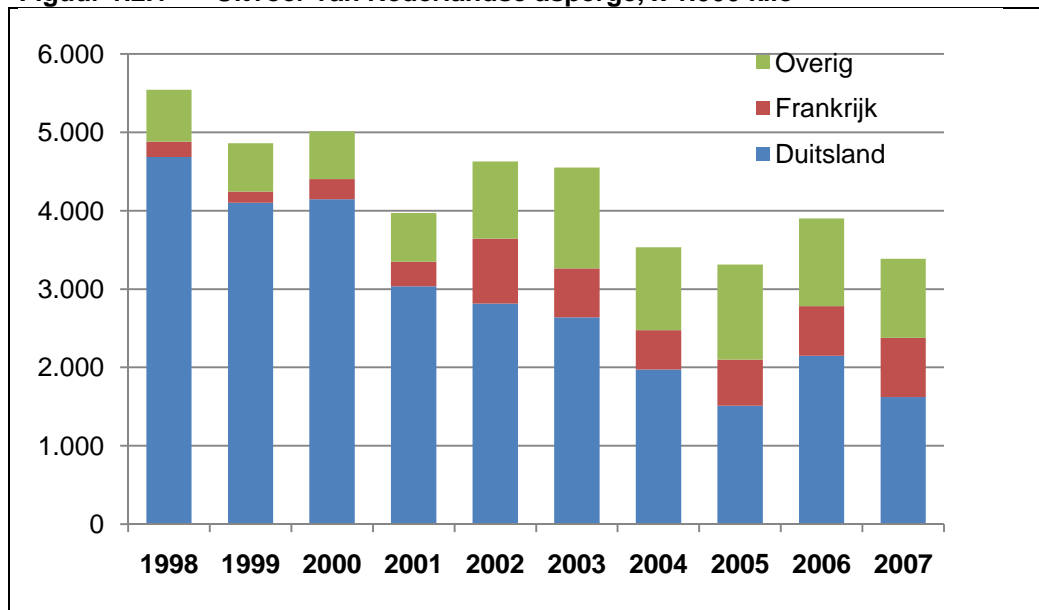
De uitvoer van Nederlandse asperge is in de afgelopen jaren gedaald. In 2007 is maar 23 procent van de Nederlandse oogst uitgevoerd, terwijl het in 2002 om een exportaandeel van 33 procent ging. De export van Nederlandse asperge naar Duitsland is sterk teruggevallen doordat de Duitsers meer zelfvoorzienend zijn geworden. De Nederlandse aspergetelers moeten hun product dus steeds meer in eigen land afzetten.

**Tabel 1.2.3 Bestemming van Nederlandse asperge, x 1.000 kilo**

Bron : PT	2007	In %
<b>Productie</b>	<b>14.500</b>	<b>100%</b>
Binnenland	10.750	74%
Export	3.400	23%
Industrie	350	2%

In 2007 bedroeg de totale uitvoer van Nederlandse asperge bijna 3.400 ton. Voorlopige exportcijfers over 2008 laten een verdere terugval van de uitvoer zien naar 2.800 ton. Dit is een daling van 17 procent vergeleken met 2007. Naar Duitsland ging in 2007 ongeveer 1.600 ton, terwijl in 2008 circa 1.000 ton naar Duitsland is uitgevoerd.

**Figuur 1.2.1** Uitvoer van Nederlandse asperge, x 1.000 kilo



De supermarktverkoop van verse asperges stijgt in Nederland jaarlijks. Volgens cijfers van AC Nielsen gaf de Nederlandse consument in 2005 bijna € 9 miljoen bij het supermarktkanaal uit aan verse asperges, terwijl het in 2007 om een bedrag van € 11,3 miljoen ging.

Na een lichte terugval van de Nederlandse huishoudelijke aankoop van verse asperge in 2006 nam de aankoop in 2007 weer toe. Zo was de huishoudelijke aankoop in 2007 bijna 15 procent groter dan in 2006. Gemiddeld kocht een Nederlands huishouden in 2007 bijna 615 gram verse asperges voor thuisgebruik. Dit is een gemiddelde inclusief niet-kopers.



## 2 Aankoopgedrag

Van de 1.500 respondenten heeft 45 procent in de periode april – juni 2008 verse witte asperge gekocht. De koperspenetratie is dus 45 procent. Relatief de meeste niet-kopers van asperge zijn te vinden in de leeftijdsklassen tot 35 jaar. 62 procent van de jongeren van 18 tot 24 jaar en 64 procent van de jongeren van 25 tot 34 jaar heeft in het afgelopen seizoen (april-juni) geen asperges gekocht. 43 procent van de respondenten van 55-65 jaar kocht in de afgelopen drie maanden geen asperges.

**Tabel 2.1 Aankoop verse witte asperge in de periode april – juni 2008 naar leeftijdsklasse**

	<b>Ja</b>	<b>Nee</b>
18-24 jaar	38%	62%
25-34 jaar	36%	64%
35-44 jaar	45%	55%
45-54 jaar	45%	55%
55-65 jaar	57%	43%
<b>Totaal</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>

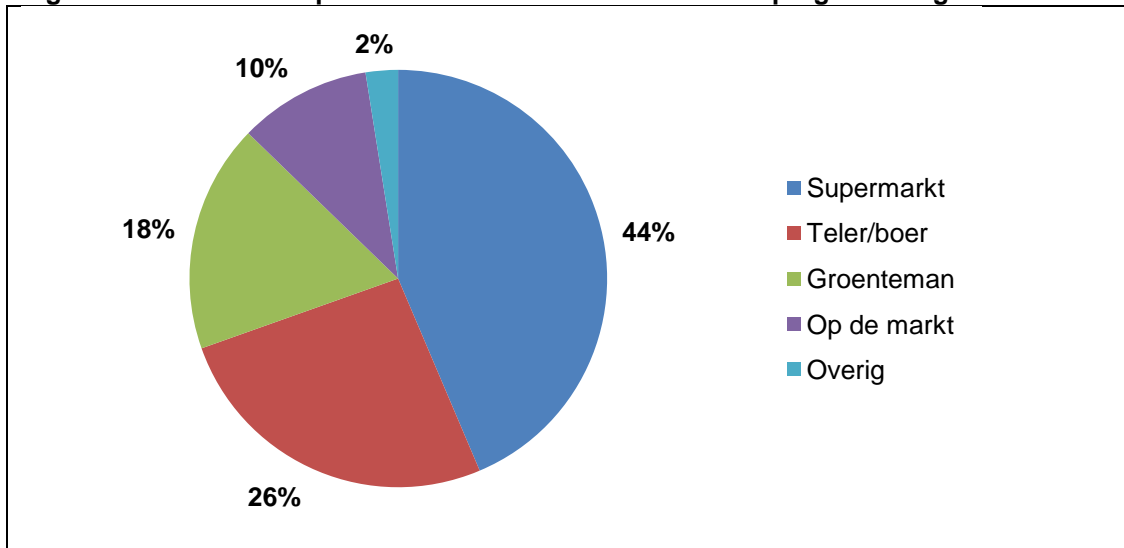
In het noorden van het land kopen veel minder consumenten verse asperges vergeleken met consumenten in het zuiden. In de drie noordelijke provincies kocht in het afgelopen seizoen (april tot en met juni 2008) 38 procent van de respondenten asperge tegen 53 procent in de drie zuidelijke provincies. In Limburg wonen de heavy-users van asperge. Zo heeft 61 procent van de Limburgse respondenten in het afgelopen seizoen asperge gekocht.

**Tabel 2.2 Aankoop van verse witte asperge in periode april – juni naar regio**

	<b>Ja</b>	<b>Nee</b>
Friesland, Groningen, Drenthe	38%	62%
Noord-Hol, Zuid-Hol, Utrecht	42%	58%
Gelderland, Overijssel	43%	57%
Zeeland, Noord-Br, Limburg	53%	47%
<b>Totaal</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>

De supermarkt is het belangrijkste aankoopkanaal voor verse witte asperge. 44 procent van de respondenten geeft aan meestal bij de supermarkt asperges te kopen. De teler volgt op de tweede plaats met een aandeel van 26 procent. De groenteman en de markt staan op de derde en vierde plaats als aankoopkanaal van verse witte asperge.

**Figuur 2.1 Aankoopkanaal waar meestal verse witte asperge wordt gekocht**



In de dichtstbevolkte provincies (Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht) koopt de consument vooral de asperges in de supermarkt (53%). Hierna volgen de groenteman (22%) en de teler/boer (12%) als aankoopkanaal van verse asperge. In de zuidelijke provincies scoort de teler/boer met een aandeel van 48 procent hoog als aankoopkanaal van asperge.

**Tabel 2.3 Aankoopkanaal verse asperge per regio**

	Superm.	Groentem.	Teler/Boer	Markt	Elders	Totaal
Friesland, Gron., Drenthe	53%	20%	17%	9%	0%	100%
Noord-H, Zuid-H, Utrecht	53%	22%	12%	10%	3%	100%
Gelderland, Overijssel	38%	18%	29%	13%	1%	100%
Zeeland, Noord-Br, Limburg	29%	11%	<b>48%</b>	10%	3%	100%
<b>Totaal</b>	<b>44%</b>	<b>18%</b>	<b>26%</b>	<b>10%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>

Albert Heijn (37%) wordt het vaakst genoemd als aankoopkanaal van witte asperge. Hierna volgt C1000 (15%) en Super de Boer (9%). Jumbo en Lidl staan op plaats vier en vijf.

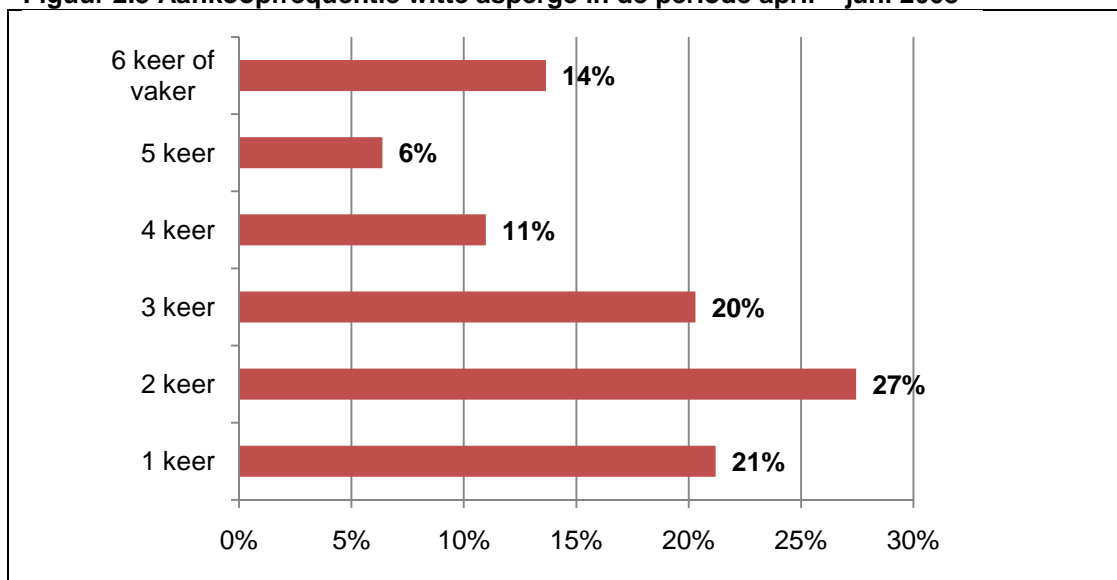
**Tabel 2.4 Bij welke supermarkt is verse asperge gekocht?**

Formule	Marktaandeel
Albert Heijn	37%
C1000	15%
Super de Boer	9%
Jumbo	6%
Lidl	6%
Dirk van den Broek	5%
Plusmarkt	4%
Hoogvliet	3%
Vomar	2%
Coop	1%
Nettorama	1%
Jan Linders	1%
Golff	1%
Aldi	0%
Spar	0%
Overig	7%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>



Aan de kopers van asperge is gevraagd naar de aankoopfrequentie. Hieruit blijkt dat in de periode april – juni 21 procent van de kopers 1 keer asperge heeft gekocht, 27 procent 2 keer en 20 procent 3 keer. De helft van de kopers koopt dus tot 2 keer asperges. Verder is het opvallend dat 14 procent van de kopers aangeeft 6 keer of meer in de genoemde periode verse asperge te hebben gekocht. Dit zijn met recht heavy users.

**Figuur 2.3 Aankoopfrequentie witte asperge in de periode april – juni 2008**



Hoe ouder de consument hoe vaker asperges worden gekocht. Zo heeft 18 procent van de respondenten in de leeftijdsklasse van 55-65 jaar 6 keer of vaker asperges gekocht.

**Tabel 2.5 Aankoopfrequentie naar leeftijd**

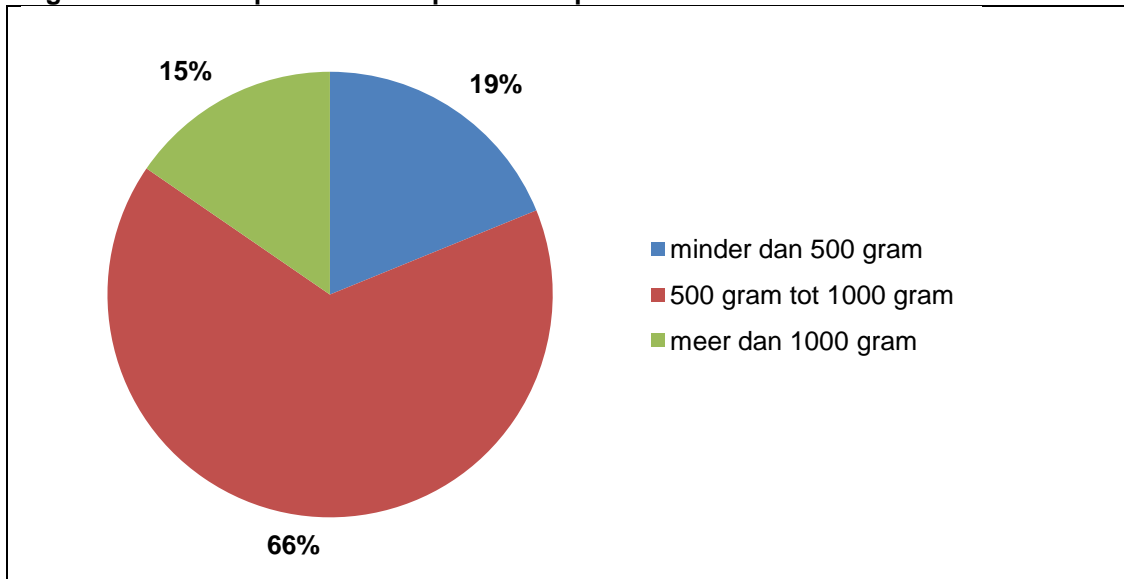
	1 keer	2 keer	3 keer	4 keer	5 keer	≥ 6 keer	Totaal
18-24 jaar	27%	24%	24%	9%	5%	11%	100%
25-34 jaar	30%	27%	22%	9%	5%	7%	100%
35-44 jaar	23%	30%	19%	9%	5%	14%	100%
45-54 jaar	18%	27%	18%	13%	9%	15%	100%
55-65 jaar	13%	27%	21%	13%	7%	18%	100%

In het zuiden van Nederland is de aankoopfrequentie van asperge het hoogst. Zo heeft 22 procent van de kopers in de zuidelijke helft van Nederland van april tot en met juni 6 keer of vaker asperges gekocht. Als uitsluitend naar Limburg wordt gekeken dan blijkt dat in deze provincie 43 procent van de kopers 6 keer of vaker asperge heeft gekocht in het afgelopen seizoen.

**Tabel 2.6 Aankoopfrequentie naar provincie**

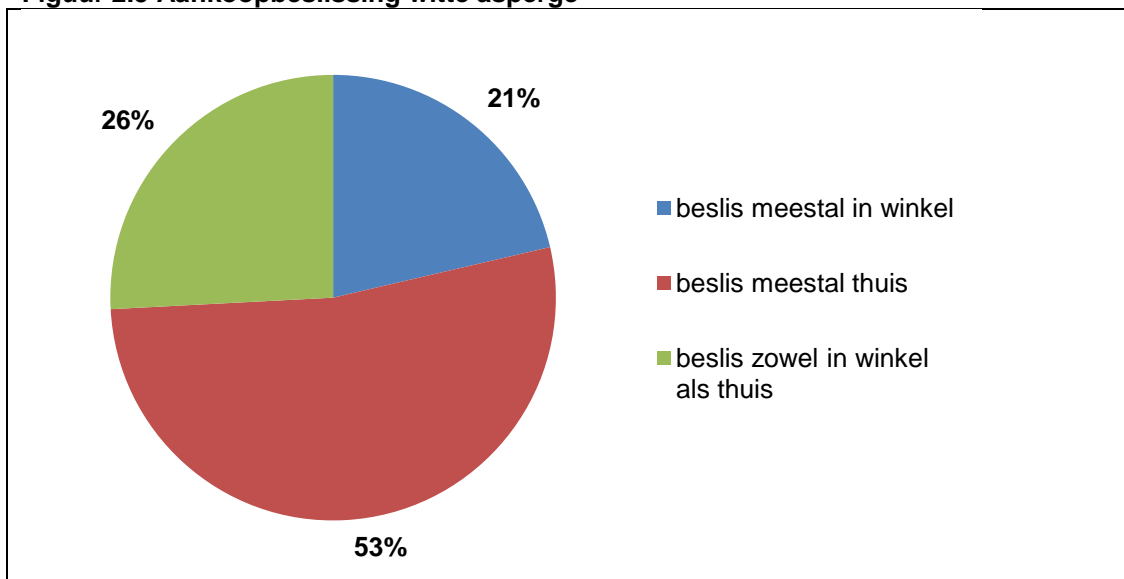
	1 keer	2 keer	3 keer	4 keer	5 keer	≥ 6 keer	Totaal
Friesland, Gron., Drenthe	24%	36%	24%	3%	3%	11%	100%
Noord-Hol, Zuid-Hol, Utrecht	24%	29%	22%	10%	6%	10%	100%
Gelderland, Overijssel	22%	27%	17%	16%	7%	11%	100%
Zeeland, Noord-Br, Limburg	16%	22%	19%	13%	8%	22%	100%
Totaal	21%	27%	20%	11%	6%	14%	100%

**Figuur 2.4 Aankophoeveelheid per aankoop**



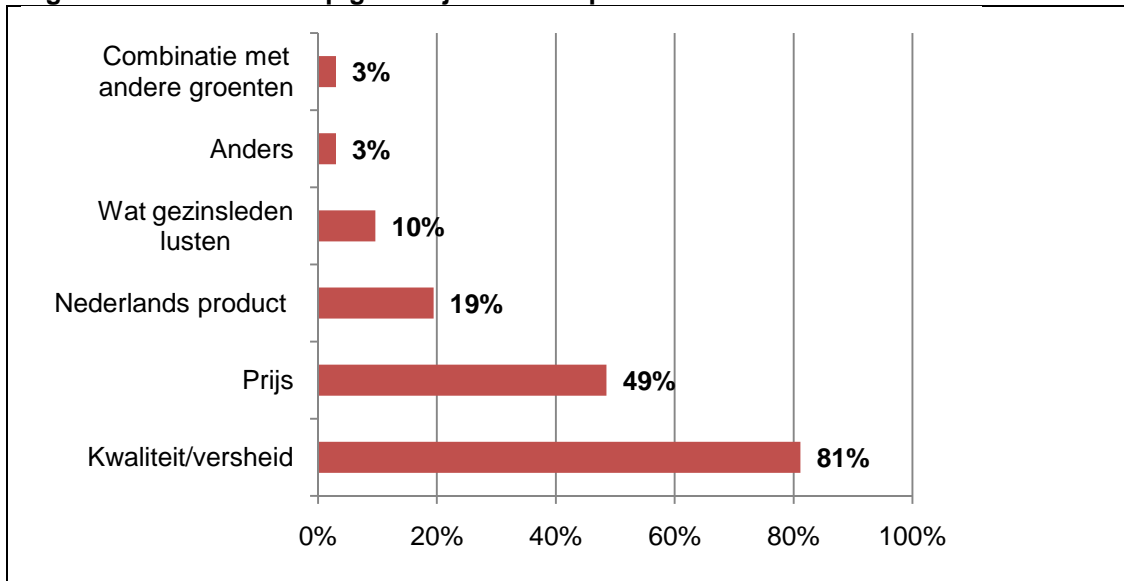
Tweederde van de aspergekopers geeft aan dat ze gemiddeld 500-1.000 gram asperge per keer koopt. Meer dan 1.000 gram per aankoop wordt door 15 procent aangegeven. Bijna 20 procent geeft aan per keer minder dan 500 gram te kopen.

**Figuur 2.5 Aankoopbeslissing witte asperge**



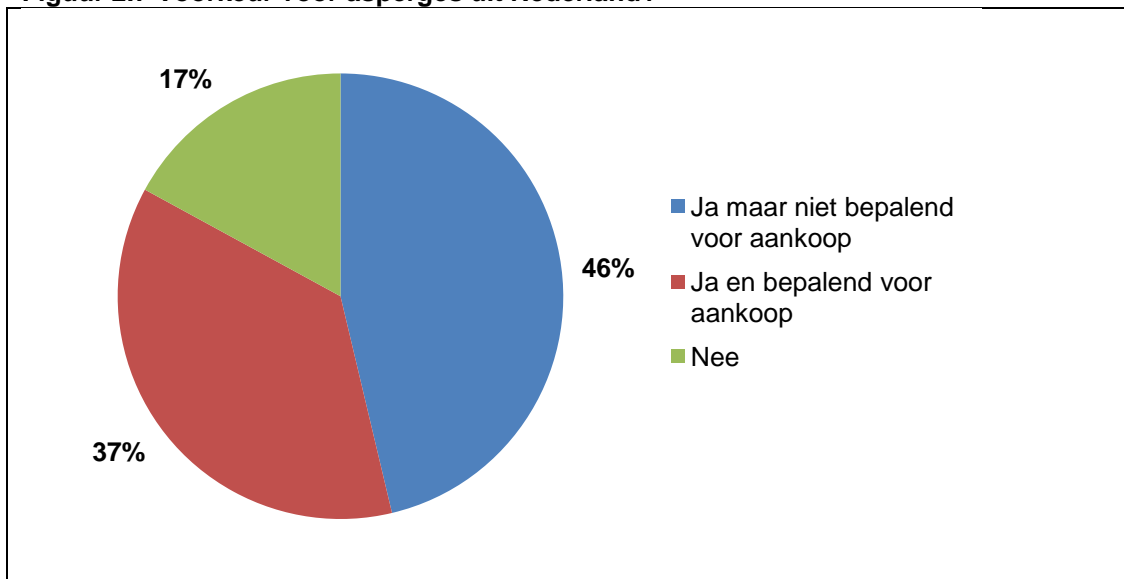
Ruim de helft van de aspergekopers beslist meestal al thuis om witte asperge te gaan kopen. Iets meer dan een kwart beslist zowel thuis als op de aankoopplaats om asperges te kopen, terwijl 21 procent in de winkel beslist om asperges te kopen. Hieruit blijkt dat bijna de helft van de consumenten in de winkel op het idee komt of afweegt om asperges te kopen. Een goede winkelpresentatie is belangrijk om de consument aan te zetten om asperges te kopen.

**Figuur 2.6 Waar wordt op gelet bij de aankoop?**



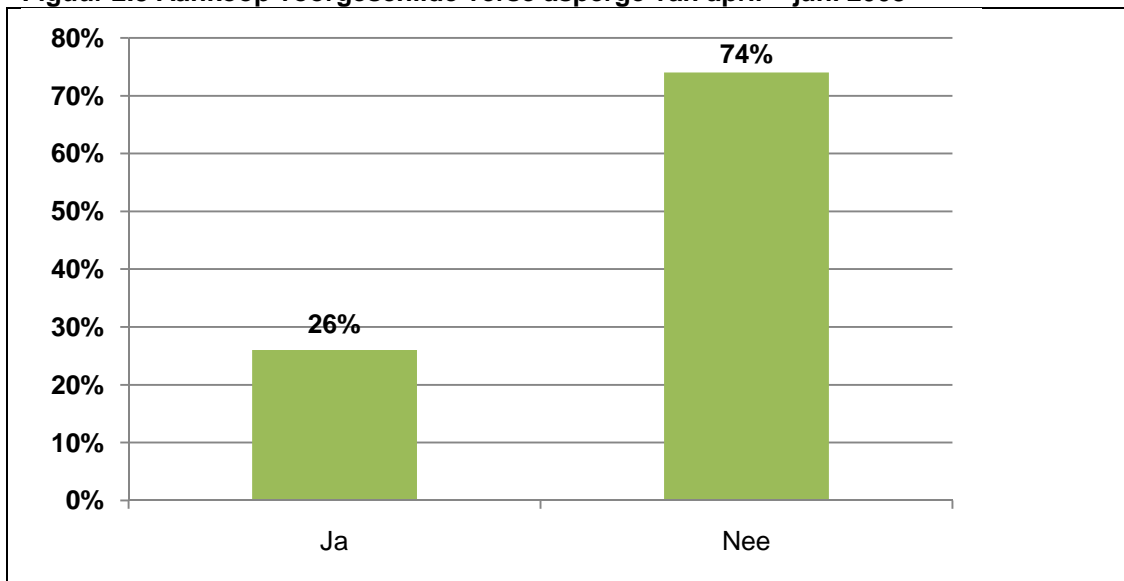
Het ligt redelijk voor de hand dat het merendeel (81%) van de aspergekopers bij de aankoop letten op de kwaliteit/versheid. De helft van de consumenten geeft aan te letten op de prijs. Verder zegt de aspergeconsument weinig op de herkomst te letten. Slechts 19 procent geeft aan bij de aankoop te letten op de Nederlandse herkomst.

**Figuur 2.7 Voorkeur voor asperges uit Nederland?**



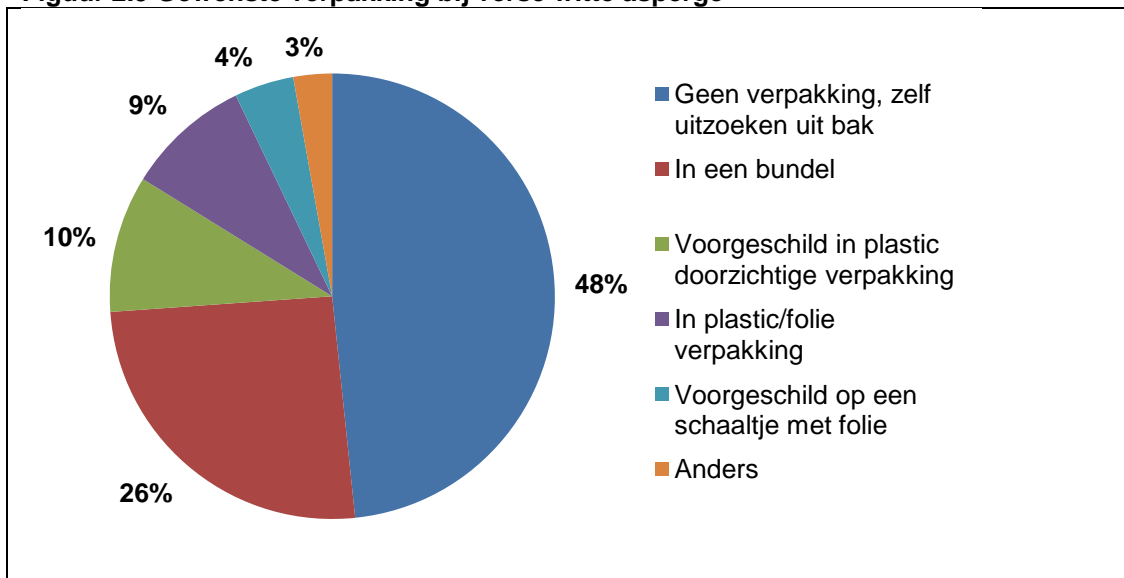
Als direct wordt gevraagd naar de herkomst blijkt dat 83 procent van de aspergekopers een voorkeur te hebben voor asperges uit Nederland. Hierbij zegt 46 procent dat het **niet** en 37 procent dat het **wel** bepalend is voor de aankoop.

**Figuur 2.8 Aankoop voorgeschilde verse asperge van april – juni 2008**



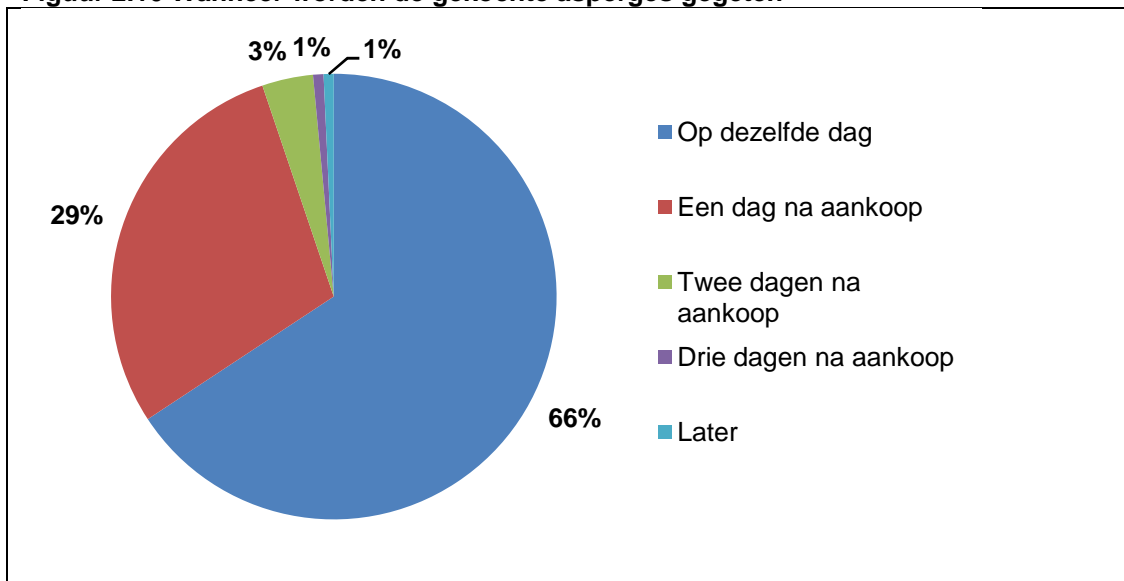
De verkoop van voorgeschilde asperges zit in Nederland in de lift. Steeds meer handelspartijen bieden deze asperges aan om tegemoet te komen aan de gemakconsument. Van april tot en met juni heeft 26 procent van de aspergekopers weleens voorgeschilde verse asperge gekocht. Er is weinig onderscheid te zien in de aankoop naar leeftijdsklassen. Zowel ongeveer een kwart van de jongeren (18-34 jaar) als een kwart van de ouderen (55-65 jaar) zegt in het afgelopen seizoen voorgeschilde witte asperge te hebben gekocht.

**Figuur 2.9 Gewenste verpakking bij verse witte asperge**



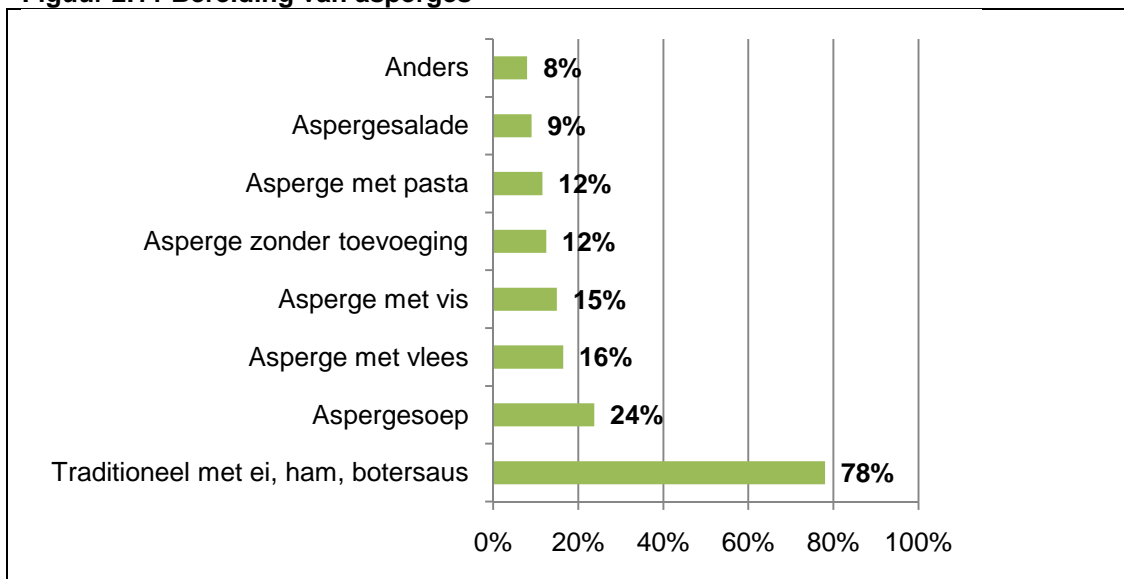
Bijna de helft van de consumenten geeft aan het liefst zelf asperges uit te zoeken uit de bak, dus zonder verpakking. Iets meer dan een kwart geeft de voorkeur aan asperges in een bundel en 10 procent gaat voor de voorgeschilde asperge in plastic doorzichtige verpakking.

**Figuur 2.10 Wanneer worden de gekochte asperges gegeten**



Bijna tweederde van de aspergekopers eet de gekochte asperges nog op dezelfde dag. Ongeveer 30 procent eet de asperges een dag na aankoop. 95 procent van de gekochte verse asperges wordt door de consument dus niet langer bewaard dan 1 dag.

**Figuur 2.11 Bereiding van asperges**



Het bereiden van asperges op de traditionele manier met ei, ham en botersaus is de populairste bereiding. Bijna 80 procent van de consument geeft dit als bereiding op. Aspergesoep en asperge met vlees worden als tweede en derde meest voorkomende bereiding genoemd. Overige bereidingen zijn zeer divers, waaronder ovengerechten, met kaassaus of een andere saus en roerbakken.

**Tabel 2.7 Bereiding van asperges naar leeftijd**

	<b>18-24</b>	<b>25-34</b>	<b>35-44</b>	<b>45-54</b>	<b>55-65</b>
Traditioneel met ei, ham, botersaus	60%	73%	75%	82%	88%
Aspergesoep	27%	24%	22%	25%	22%
Asperge met vlees	25%	17%	19%	14%	12%
Asperge met vis	17%	14%	11%	16%	18%
Asperge zonder toevoeging	13%	15%	12%	12%	12%
Asperge met pasta	12%	14%	15%	10%	8%
Aspergesalade	8%	8%	12%	9%	7%
Anders	8%	4%	10%	8%	7%

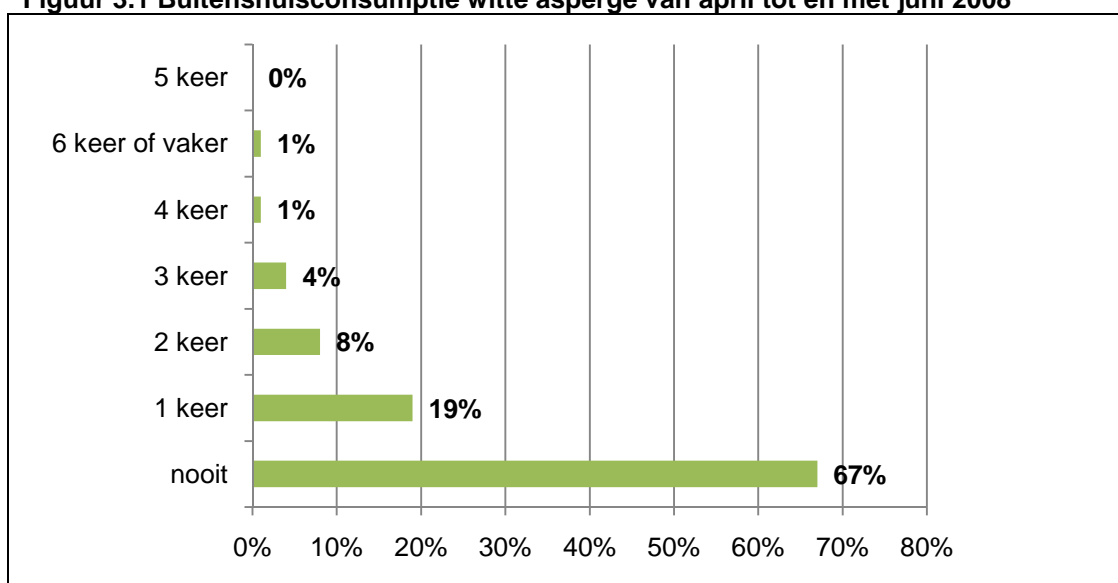
Hoe ouder de consument, hoe vaker als bereiding traditioneel met ei, ham en botersaus wordt genoemd. 88 procent van de kopers in de leeftijdsklasse 55-65 jaar bereidt asperge op de traditionele wijze. De respondent kan wel meerdere bereidingswijzen aangeven. Asperge met vlees wordt relatief vaak als bereiding opgegeven door jongeren (18-24 jaar).

### 3 Buitenshuisconsumptie

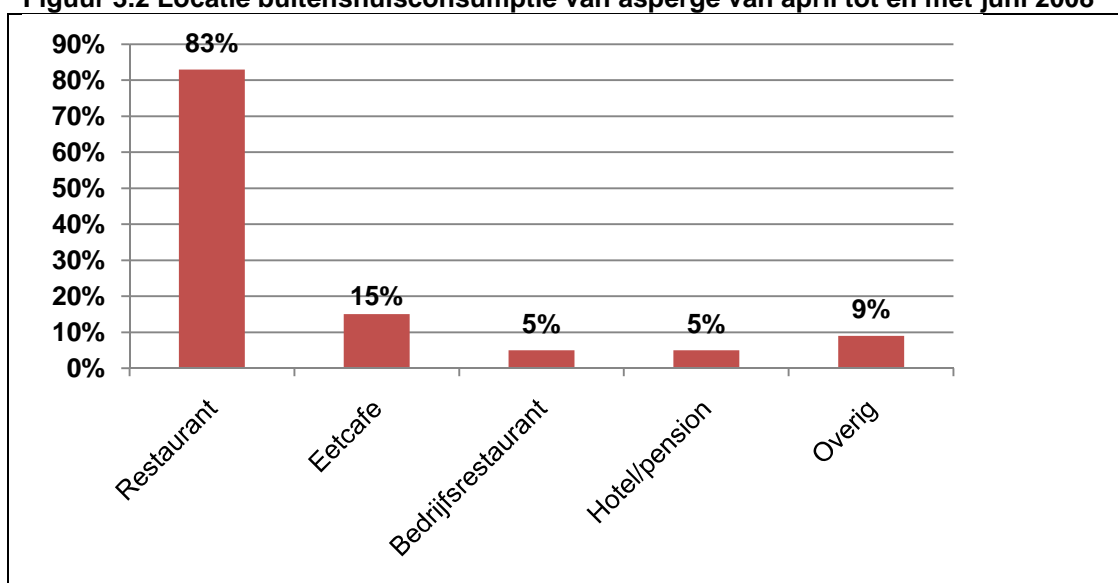
Een derde van de consumenten heeft in de periode april tot en met juni 2008 asperges buiten de deur gegeten. Relatief iets meer ouderen dan jongeren geven aan buitenshuis asperges te hebben gegeten, maar het verschil is niet groot. Zo geeft 30 procent van de jongeren van 18-24 jaar asperges aan buiten de deur te hebben gegeten, terwijl 35 procent van de respondenten van 55-65 jaar dit seizoen asperges buitenshuis heeft gegeten.

19 procent gaf aan 1 keer asperge buitenshuis gegeten te hebben, 8 procent 2 keer en 4 procent 3 keer. Slechts 20 procent van de respondenten gaat gericht buiten de deur asperges eten. 80 procent komt pas tot het besluit om asperges te eten als de horeca of andere foodservice-instelling betreden is.

**Figuur 3.1 Buitenshuisconsumptie witte asperge van april tot en met juni 2008**



**Figuur 3.2 Locatie buitenshuisconsumptie van asperge van april tot en met juni 2008**

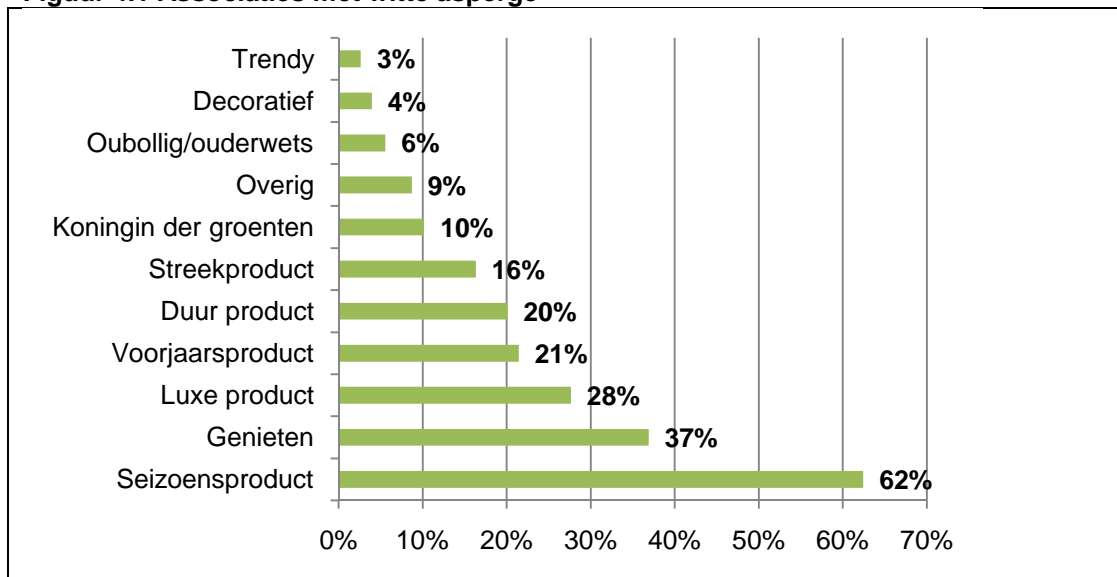


83 procent van de consumenten, die buiten de deur weleens asperge eten, geeft aan in een restaurant asperges te eten. Het eetcafé (15%), bedrijfsrestaurant (5%) en hotel/pension (5%) wordt duidelijk minder vaak genoemd. Bij restaurant had de respondent de keuze een keten (Van der Valk/La Place/AC) aan te geven. Zo gaf 6 procent aan bij Van der Valk asperges te hebben gegeten, 5 procent bij La Place van V&D en 2 procent bij een AC restaurant.



## 4 Beleving asperge

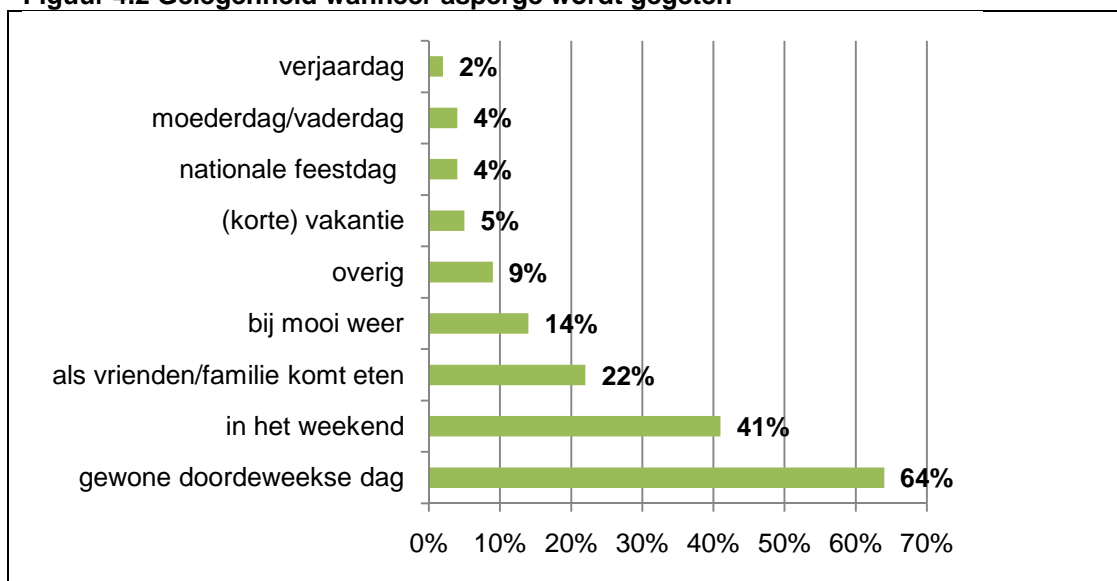
Figuur 4.1 Associaties met witte asperge



De meest voorkomende associatie met witte asperge is seizoensproduct. 62% van de consumenten noemt deze associatie. Genieten (37%) en luxe product (28%) zijn de associaties die volgen. Dat asperge een dure groente is wordt door 20% van de respondenten opgegeven. Asperge wordt in Nederland vooral in Limburg geteeld, maar slechts 16 procent geeft als associatie een streekproduct. Daarnaast is de asperge noch een oubollig, noch een trendy product. Beide associaties worden nauwelijks gegeven.

Er zijn wel verschillen bij de associaties tussen kopers en niet-kopers van asperge. Kopers van asperge noemen logischerwijs vaker genieten als associatie (59%) dan niet-kopers (37%). Verder geven niet-kopers vaker aan asperge een duur product te vinden. Daarnaast geven niet-kopers vaker een andere dan de genoemde reden (13%) dan kopers (3%). De andere redenen hebben dan vooral betrekking op het niet lusten of niet lekker vinden van asperge.

**Figuur 4.2 Gelegenheid wanneer asperge wordt gegeten**



Het merendeel van de respondenten (64%) geeft aan asperge op een gewone doordeweekse dag te eten. 41% eet asperge in het weekend. Feestdagen en gelegenheden als moederdag/vaderdag worden nauwelijks genoemd als momenten om asperge te eten.

**Tabel 4.1 Weet u wanneer het einde van het Nederlandse aspergeseizoen is**

	Percentage
<b>Nee</b>	<b>42%</b>
<b>Ja, namelijk</b>	<b>58%</b>
* eind mei	6%
* eind juni	45%
* eind juli	5%
* eind augustus	2%

6 op de 10 consumenten zegt te weten wanneer het Nederlandse aspergeseizoen is geëindigd. Bijna 5 op de 10 consumenten geeft eind juni als einde van het Nederlandse aspergeseizoen op.

**Tabel 4.2 Vindt u dat asperge een seizoensproduct van april tot en met juni moet blijven**

	Percentage
<b>Ja, van apr-juni</b>	<b>71%</b>
<b>Nee, mag van mij :</b>	<b>29%</b>
* jaarrond	23%
* aanbod in zomer	5%
* aanbod in herfst	0%
* aanbod in winter	1%

7 op de 10 consumenten wil dat asperge een seizoensproduct van april tot en met juni blijft. Van de meeste andere consumenten mag asperge jaarrond worden aangeboden.

## 5 Acties

**Tabel 5.1 Hoe bent u dit seizoen (april-juni) te weten gekomen dat er weer Nederlandse asperges zijn**

	<b>Percentage</b>
Acties/aanbod in supermarkt	38%
Supermarktblad/tijdschrift	30%
Reclamebord teler/boer	21%
Advertentie van de Groenteman (Verrukkelijke aspergeweken)	13%
Via televisie	11%
Lokale krant	8%
Niet te weten gekomen	8%
Gelezen over de nationale seizoensopening in Rotterdam	2%
Radioreclame	2%
Busreclame	2%
Via internet	2%
Kookdemonstraties	1%
Overig	18%

Consumenten worden vooral in de supermarkt door middel van acties en aanbod op de hoogte gesteld dat het Nederlandse aspergeseizoen weer is begonnen. Ook supermarktbladen en tijdschriften zijn belangrijke informatieverstrekking. Het reclamebord van de teler/boer langs de weg wordt als derde genoemd als informatieverstrekking over de beschikbaarheid van asperges. Hierna volgt de advertentie van de groenteman (verrukkelijke aspergeweken) en informatie via televisie.

**Tabel 5.2 Bekendheid acties met asperge uit 2008**

	<b>Percentage</b>
Geen	65%
Radiocommercial van Knorr (saus voor aspergerolletjes)	12%
Kookdemonstratie bij de supermarkt/groenteman	9%
De website <a href="http://www.aspergerecepten.nl">www.aspergerecepten.nl</a>	9%
Informatie over recepten via andere websites dan bovenstaand	9%
Radiocommercial over de verrukkelijke aspergeweken	8%
Overig	3%

65 procent van de aspergekopers kan geen actie met asperge noemen. De radiocommercial van Knorr (saus voor aspergerolletjes) is bij 12 procent van de respondenten bekend.

**Tabel 5.3 Welke (consumenten-)acties zijn volgens u het meest geschikt om u over te halen meer asperge te kopen (maximaal 3 antwoorden per respondent)**

	<b>Percentage</b>
Prijspromoties	40%
Verstrekken van recepten met asperges	31%
Meer reclame dat het aspergeseizoen weer begonnen is	24%
Meer informatie over de gezonde eigenschappen	20%
Niets	20%
Meer informatie over het klaarmaken van asperge	18%
Meer aandacht/betere confrontatie verse asperges in het winkelschap	14%
Kookdemonstraties met bereiden van asperges bij verkooppunten	12%
Het aanbieden van asperge in combinatie met bijv. aspergepan en/of schiller	11%
Meer aanbieden van voorgeschilde verse asperges	10%
Radiocommercials	1%
Overig	3%

De meest genoemde (consumenten-)acties om de consument tot een grotere aankoop van asperge aan te zetten zijn prijspromoties en het verstrekken van recepten met asperges. Beide acties wordt door respectievelijk 40% en 31% van de aspergekopers genoemd. Ook meer aandacht aan de start van het aspergeseizoen is geschikt om consumenten meer te bewegen om asperge te kopen. Dit wordt genoemd door 24% van de aspergekopers. Er zijn ook consumenten, namelijk 20% van de kopers, die zeggen dat niets geschikt is om over te halen meer asperges te kopen. De overige acties hebben met name betrekking op een lagere prijs en zorgen dat de kwaliteit altijd goed is.

## 6 Niet-kopers van asperge

55 procent van de respondenten heeft in het afgelopen seizoen (april tot en met juni 2008) geen verse witte asperges gekocht. Als belangrijkste reden wordt het niet lekker vinden van asperge genoemd (39%). Deze reden wordt relatief meer door jongeren als door ouderen aangegeven.

**Tabel 6.1** Waarom heeft u geen verse witte asperge voor thuisgebruik gekocht (meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoord	Percentage
Ik vind asperge niet lekker	39%
Ik weet niet hoe ik asperge moet bereiden	16%
Ik vind asperges te duur	15%
Ik eet asperges alleen buitenshuis, bijv. in een restaurant	14%
Ik vind asperge wel lekker, maar andere gezinsleden niet	13%
Ik vind dat het bereiden van verse asperge (te) veel tijd kost	9%
Weet niet	6%
Ik vind asperges in de supermarkt niet vers genoeg	4%
Ik vind asperge geen "hoofdgroente"	4%
Ik kan asperges niet vers kopen bij een boer/teler	2%
Het is slecht of niet te verkrijgen in de buurt waar ik woon	2%
Overig	8%

Na het niet lekker vinden volgt als antwoord : "Ik weet niet hoe ik asperge moet bereiden". Nog altijd blijkt dat een flink deel van de Nederlandse bevolking niet weet hoe asperges klaargemaakt moeten worden. Vooral jongeren zijn onbekend met het klaarmaken van asperges.

15 procent van de niet-kopers geeft aan dat asperges te duur zijn. Vaak wordt gedacht dat de prijs een heel groot struikelblok is om asperges te kopen, maar uit dit onderzoek blijkt dat dus reuze mee te vallen.

Er zijn ook niet-kopers van asperge die wel asperges buiten de deur eten. Dit wordt door 14% van de niet-kopers aangegeven.

Onder de overige antwoorden zitten antwoorden zoals : ik ben allergisch voor asperges, ik doe thuis de boodschappen niet, ik kook niet, vergeten, niet aan toe gekomen om te kopen.

**Tabel 6.2** Redenen van niet-kopers naar leeftijd (meerdere antwoorden mogelijk)

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-65
Ik vind asperge niet lekker	46%	45%	39%	32%	31%
Ik weet niet hoe ik asperge moet bereiden	19%	21%	18%	10%	10%
Ik vind asperges te duur	13%	12%	15%	19%	19%
Ik eet asperges alleen buitenshuis, bijv. in een restaurant	7%	16%	11%	16%	18%
Ik vind asperge wel lekker, maar andere gezinsleden niet	8%	7%	14%	20%	12%
Ik vind dat het bereiden van verse asperge (te) veel tijd kost	12%	9%	9%	9%	8%
Weet niet	7%	5%	7%	5%	4%
Ik vind asperges in de supermarkt niet vers genoeg	5%	3%	2%	7%	4%
Ik vind asperge geen "hoofdgroente"	6%	4%	3%	3%	5%
Ik kan asperges niet vers kopen bij een boer/teler	2%	2%	1%	2%	6%
Het is slecht of niet te verkrijgen in de buurt waar ik woon	2%	4%	2%	1%	4%
Overig	10%	5%	7%	7%	10%

Voornameijk jongeren kopen geen asperge omdat ze asperge niet lekker vinden, blijkt uit tabel 6.2. Ook noemen jongeren relatief vaak als reden voor het niet kopen van asperge dat ze niet weten hoe asperge bereid moet worden. Zo noemt 19 procent van de niet-kopers in de leeftijdsklasse van 18 tot en met 24 jaar deze reden. Het te duur vinden van asperge wordt relatief vaker door ouderen dan door jongeren genoemd. Ouderen geven vaker dan jongeren aan geen asperge te kopen omdat ze asperges alleen buitenshuis eten.

**Tabel 6.3 Welke (consumenten-)acties zetten u aan om verse witte asperge te gaan kopen**

Antwoord	Percentage
Geen	54%
Verstrekken van lekkere recepten met asperges	20%
Prijspromoties	20%
Meer informatie over het klaarmaken van asperge	17%
Meer aanbieden van voorgeschilde verse asperges	10%
Meer reclame dat het seizoen weer is begonnen	9%
Meer informatie over de gezonde eigenschappen	8%
Kookdemonstraties met bereiden van asperges bij verkooppunten	7%
Het aanbieden van asperge in combinatie met aspergepan en/of schiller	5%
Meer aandacht/betere confrontatie verse asperges in het winkelschap	5%
Radiocommercials	0%
Overig	2%

54 procent van de huidige niet-kopers van verse witte asperge geeft aan dat geen enkele actie aanzet tot aankoop van verse asperge. Het verstrekken van lekkere recepten met asperges en prijspromoties wordt door 20 procent van de niet-kopers aangegeven als actie om aan te zetten tot aankoop van verse asperge. Hierna volgen acties als : meer informatie over het klaarmaken van asperge (17%) en meer aanbieden van voorgeschilde verse asperge (10%).