

# EU-promotie werkt

De boerderijzuivelsector is op de goede weg met zijn promotiecampagne. Dat blijkt onder meer uit GfK-cijfers over de ontwikkeling van de huishoudelijke aankopen van (boeren)kaas.

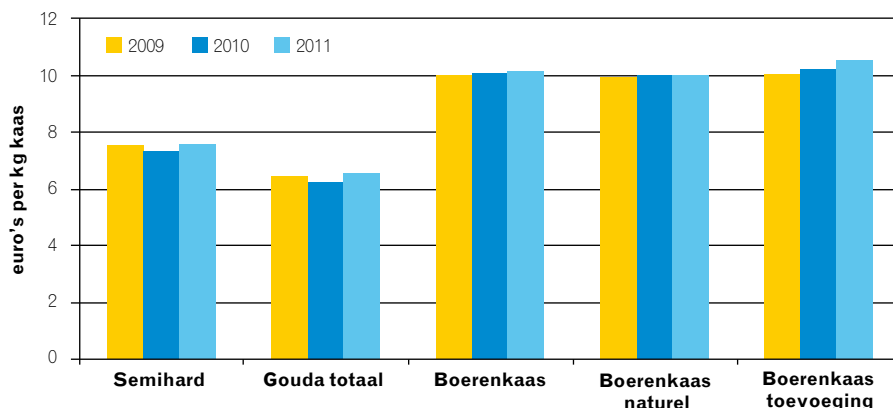
ATIE VAN OLST

**H**et GfK ConsumerScan Panel geeft een indicatie van de marktontwikkeling voor zover het de huishoudelijke aankopen betreft. Niet meegenomen is de consumptie buitenshuis (catering, horeca, broodje bij een tankstation). Een representatief panel van 10.000 huishoudens registreert dagelijks de aankopen voor huishoudelijk gebruik.

Voor het eerst sinds 5 jaar was er in 2011 een toename te zien van de huishoudelijke aankopen van Boerenkaas (+9% in kg, tot 24 kg per 100 huishoudens). De prijs per kg Boerenkaas bleef voor de consument ongeveer gelijk (+0,7%). Het aandeel van Boerenkaas in de totale huishoudelijke aankopen van kaas in 2011 was 1,1%. Ongeveer 10% van de Nederlandse huishoudens koopt weleens Boerenkaas (10,1% in 2011 vs. 9,1% in 2010), terwijl de gemiddelde aankoopfrequentie (het aantal keren dat een consument Boerenkaas koopt) lager is dan vier (dus bijna eenmaal per kwartaal). Huisverkopers die wekelijks dezelfde klanten in hun winkel zien voor een kilo kaas zullen verbaasd zijn over deze getallen; het zal duidelijk zijn dat deze klanten staan voor slechts een heel klein deel van de Nederlandse bevolking. Dat is ook de reden waarom we ons in de promotiecampagne juist richten op het aanspreken van consumenten die wel open staan voor eerlijke en smaakvolle, pure producten met een bekende herkomst, maar die nog niet tot de regelmatige kopers van Boerenkaas en overige zuivel van de boerderij behoren – consumenten die bereid zijn een hoger bedrag per kilo te betalen voor een bijzonder product. De gemiddelde prijs voor een kilo Boerenkaas is met € 10,14 zo'n 55% hoger dan die voor Goudse kaas uit de fabriek (€ 6,56). De versspeciaalzaak en de markt hebben beide een aandeel van 29% in de gekochte hoeveelheid Boerenkaas, de super-

**Figuur 1**

Gemiddeld besteed bedrag (in euro) per kg.



**Tabel 1**

Huishoudelijke aankopen (kg) Boerenkaas versus totaal kaas per 100 huishoudingen.

Jaar	2008	2009	2010	2011
Totaal kaas	2.068	2.114	2.141	2.157
Totaal semihard	1.620	1.650	1.668	1.666
Boerenkaas	28	23	22	24
Aandeel Boerenkaas in totaal kaas	1,4	1,1	1,0	1,1

BRON: GfK

markt is goed voor 25% en de overige aankoopplaatsen (waaronder de boerderijwinkel, maar ook bijvoorbeeld Sligro) hebben een volumeaandeel van 16%. Waar het aantal speciaalzaken de afgelopen jaren is afgenomen, blijkt dat de kwaliteit van deze winkels is verbeterd en dat zij zich meer en meer onderscheiden met bijzondere producten, waaronder Boerenkaas. Bij de supermarkt kopen relatief veel meer consumenten hun

Boerenkaas; het aankoopvolume per kopend huishouden is hier echter laag. Hoewel daar geen cijfers over bekend zijn, verwachten we dat consumenten die dankzij de promotiecampagne kennismaken met Boerenkaas in de supermarkt, ook vaker de weg weten te vinden naar de speciaalzaak en – nog in mindere mate – de boerderijwinkel voor een lekker stuk Boerenkaas. 