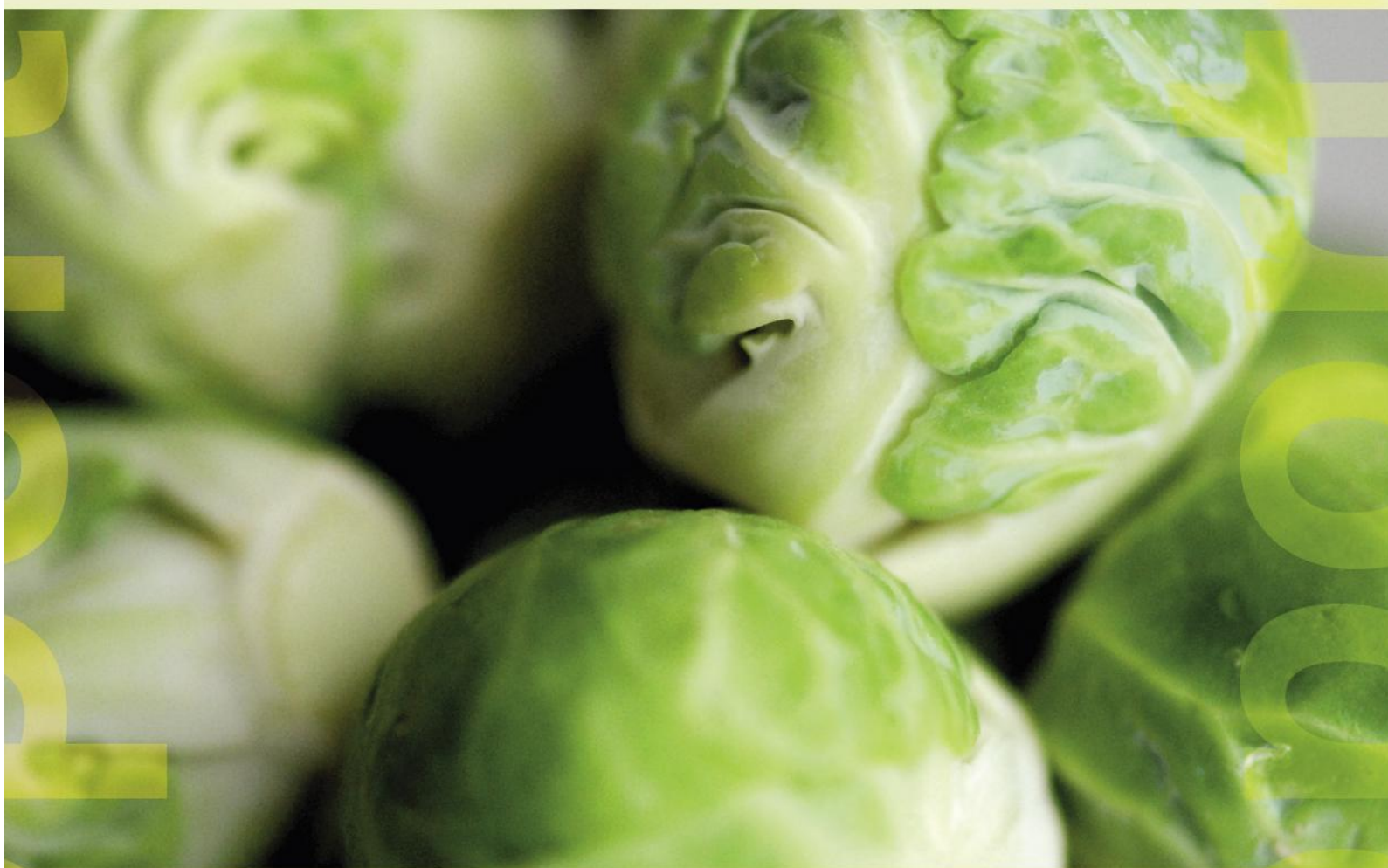


Spruiten : lekker, gezond en winter

Marktonderzoek spruiten onder Nederlandse consumenten



Productschap  Tuinbouw



Auteur **Wilco van den Berg**
Functie **Projectleider Marktonderzoek**
Telefoon **079-3470628**
e-mail **w.vandenberg@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	5
1 Inleiding	7
1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet	7
1.2 Indeling rapport	7
2 Marktinformatie spruiten	9
2.1 Kerncijfers Nederlandse spruiten	9
2.2 Huishoudelijke aankoop van spruiten	10
2.3 Supermarktomzet	12
3 Aankoopgedrag	13
3.1 Aankoop	13
3.2 Aankoopcriteria en beslismomenten	15
4 Diverse onderwerpen	17
4.1 Associaties	17
4.2 Seizoensgroente of niet?	18
4.3 Verpakking	18
4.4 Kwaliteit	20
4.5 Bereiding	22
4.6 Smaak	23
4.7 Recepten en informatie	24
4.8 Niet-kopers	25
4.9 Consumptie verhogen	26
4.10 Paarse (rode) spruit	27
5 Smaaktest spruiten	29
5.1 Inleiding	29
5.2 Opzet van de smaaktest	29
5.3 Resultaten smaaktest	30
6 Conclusies	35
6.1 Marktinformatie	35
6.2 Aankoopgedrag en aspecten	35

inhoudsopgave

Samenvatting

De consumptie van spruiten in Nederland stijgt. In de afgelopen vijf jaar is de huishoudelijke aankoop toegenomen van 1,6 kilo naar 1,9 kilo. Er zijn afzetkansen voor een mild zoete spruit naast de “klassieke” spruit. De consument stelt het op prijs als hij meer informatie krijgt aangereikt over gebruiksmogelijkheden en bereidingstips. Dit blijkt uit onderzoek van het Productschap Tuinbouw.

Wintergedachte bij spruiten

Bij spruiten denkt de consument vooral aan lekker, gezond en winter. Het winteraspect scoort hoog bij associaties met spruiten. Naast dat winter veel genoemd wordt, komen wintergroente, winterkost, stamppot, vorst, kerst, Elfstedentocht en Henk Angenent voor als antwoorden.

Ook al ziet de consument de spruit als een echte wintergroente, toch wil drie op de tien kopers spruiten het liefst jaarrond kopen. De maanden november en december zijn de meest populaire consumptiemaanden voor spruiten. Ook in januari en februari is de spruit een populaire groente.



Spruiten moeten vers zijn en mooi groen

De spruit is vooral onder ouderen een geliefde groente is. Bijna acht op de tien huishoudens met gepensioneerden koopt spruiten. Versheid is het belangrijkste criterium bij de aankoop van spruiten. Ze moeten daarnaast mooi groen zijn en de prijs moet aantrekkelijk zijn. Het land van herkomst en de verpakking vinden consumenten niet zo belangrijk. De presentatie, de prijs en kwaliteit bij het aankoopkanaal zijn volgens de consument over het algemeen in orde. Alle drie de aspecten beoordelen ze gemiddeld met een 7 of iets hoger.

Kwaliteit verbeteren in het schap

Hoewel consumenten de kwaliteit een ruime voldoende geven besluit tachtig procent van de kopers soms of vaker geen spruiten te kopen vanwege een slechte kwaliteit. Jongeren zijn duidelijk kritischer over de kwaliteit dan ouderen. Bij een slechte kwaliteit kiezen de meeste consumenten een andere groente, dertig procent koopt spruiten bij een ander aankoopkanaal en twintig procent koopt er niets voor in de plaats. Ook zijn er weleens problemen met gekochte spruiten thuis. Twee op de tien spruitenkopers heeft thuis weleens slechte ervaringen met spruiten in de vorm van een tegenvallende smaak en snel verouderde spruiten.

Weinig bereidingsvariatie

Het liefst koopt de consument spruiten onverpakt. Het netje met 500 gram, het netje van 750 gram en geschoonde spruiten in een zakje (flowpack) zijn daarna en in die volgorde populair. Bijna alle kopers van spruiten bereiden spruiten als kookgerecht met aardappels. Eén op de tien bereidt spruiten weleens in een ovensgerecht meestal met aardappels of in een hartige taart of pastagerecht. Ook één op de tien maakt wel eens een roerbakgerecht met spruiten. Spruiten worden niet vaak gecombineerd met andere groenten. Als dat wel gebeurt, dan vaak met appelmoes (fruit), broccoli, champignons, stoofperen (fruit), uien en paprika. Recepten worden niet frequent gebruikt.

Interesse in meer recepten

Om consumenten meer spruiten te laten kopen, vinden gebruikers van spruiten recepten verstrekken en meer prijspromoties de meest geschikte acties. Veel niet-kopers kunnen door geen enkele actie verleid worden tot de aankoop van spruiten. Een zoetere spruit aanbieden scoort als actie het hoogst bij jongeren. Meer informatie over de gezonde eigenschappen stellen ouderen op prijs.

Kooktijd moet korter

Maar liefst 70 procent van de consumenten die spruiten kookt, houdt een kooktijd aan van langer dan 10 minuten. De aanbevolen tijd is 10 minuten of iets korter. Een kwart laat de spruiten in ongeveer 20 minuten gaarkoken, terwijl 12 procent 25 minuten of langer als kooktijd aanhoudt. Voor het behoud van de smaak is dat veel te lang.

Andere kleur en smaak?

Consumenten zijn wel in voor innovaties bij spruiten. De helft van de respondenten wil de paarse mild zoete spruit, die momenteel op beperkte schaal in Engeland verkrijgbaar is, weleens proberen. 20 procent zou deze spruit links laten liggen en 30 procent weet nog niet wat ze doen.

Smaak bijna een 8

De smaak van spruiten beoordelen consumenten gemiddeld met een 7,7. Hoe ouder de consument hoe hoger het cijfer. Gepensioneerden geven ruim een 8 aan de smaak. De meeste huidige kopers van spruiten zijn dus tevreden over de smaak. Bij peiling van interesse in een zoeter smakende smaak blijkt dat het merendeel daar geen behoefte aan heeft. Het is voor de consument lastig om een oordeel te geven zonder te weten wat zoet is. Daarom is een smaaktest uitgezet waaruit een ander beeld naar voren komt.

Smaaktest

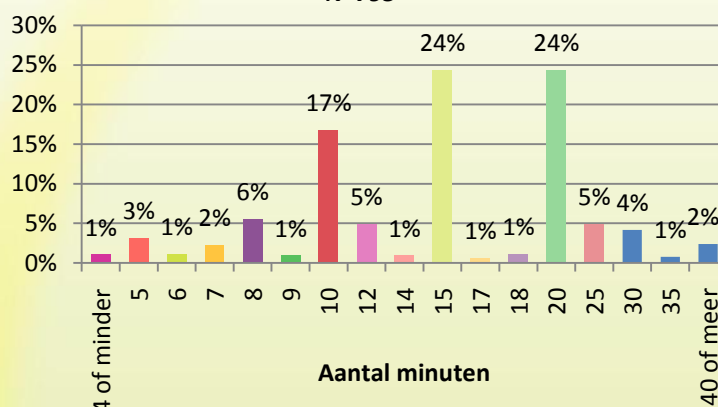
De consument heeft twee soorten spruiten geproefd: mild zoete spruiten en klassieke spruiten. Uit een thuis uitgevoerde blinde test blijkt dat consumenten de mild zoete spruit als minder bitter, zoeter en frisser beoordelen dan de klassieke spruit. Iets meer dan de helft van de consumenten geeft de voorkeur aan de mild zoete spruit. Circa een derde gaat voor de klassieke spruit, terwijl 12 procent geen voorkeur heeft.

Afzetkansen voor mild zoete spruit

Voorals consumenten met een voorkeur voor de mild zoete spruit geven aan vaker spruiten te gaan kopen als alle spruiten in de winkel zo zouden smaken. Maar de klassieke spruit moet zeker niet verdwijnen uit het schap. Consumenten met een voorkeur voor de klassieke spruit noemen als reden dat die spruit een echte spruitensmaak heeft, smaakt zoals een spruit hoort te smaken en de smaak is die ze kennen. Degenen die gaan voor de mild zoete spruit doen dat doordat de spruit lekkerder is, zachter van smaak is, frisser, zoeter en minder bitter. Er is dus een afzetmarkt voor de mild zoete spruit naast de klassieke spruit.

Hoeveel minuten kookt u spruiten?

N=795



1 Inleiding

1.1 Onderzoeksdoelstelling en opzet

De afzet van spruiten staat al enkele jaren onder druk. De opbrengsten laten te wensen over en de consumentenaankoop stijgt niet of nauwelijks. De centrale vraag is hoe de afzet op een hoger niveau kan worden getild. Over het algemeen is er weinig bekend over de Nederlandse consument in relatie met spruiten.

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

- Welke consumenten kopen spruiten en hoe vaak?
- Wat zijn de redenen om geen spruiten te kopen?
- Welke aspecten zijn belangrijk bij de aankoop?
- Wil de consument verpakte of losse spruiten?
- Wat zijn beslismomenten tot aankoop?
- Hoe bereidt men spruiten?
- Mist de consument informatie bij de aankoop?
- Welke acties zijn het meest geschikt om (meer) spruiten te laten kopen?
- Heeft een mild zoete spruit kans van slagen?

Het consumentenonderzoek is gehouden onder ruim 1.300 consumenten, representatief voor de Nederlandse bevolking. De consumenten zijn ouder dan 18 jaar en (mede) verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen. Het onderzoek heeft online gelopen in de tweede helft van november 2010.

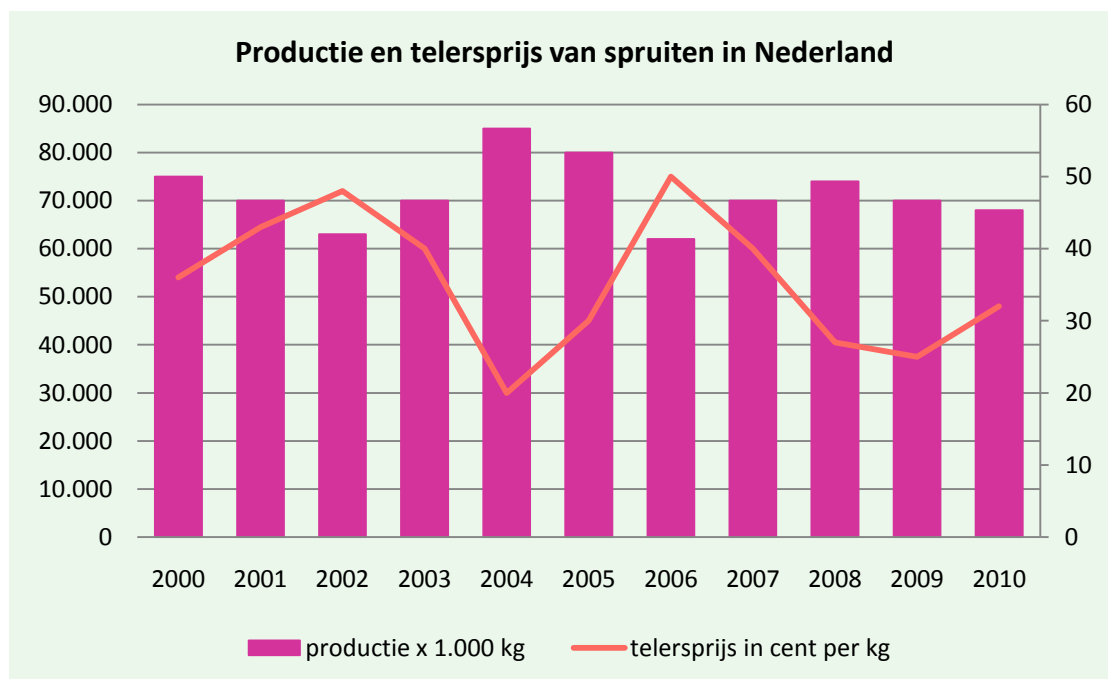
Aansluitend op dit onderzoek is er onder 295 consumenten een smaaktest uitgevoerd van twee soorten spruiten: mild zoete en klassieke spruiten. Zie daarvoor hoofdstuk 5.

1.2 Indeling rapport

In hoofdstuk 2 wordt er een overzicht gegeven van marktinformatie, zoals informatie over productie, export, huishoudelijke aankoop en supermarktomzet. Vanaf hoofdstuk 3 worden de resultaten van het consumentenonderzoek besproken. In het laatste hoofdstuk volgen de conclusies.

2 Marktinformatie spruiten

2.1 Kerncijfers Nederlandse spruiten



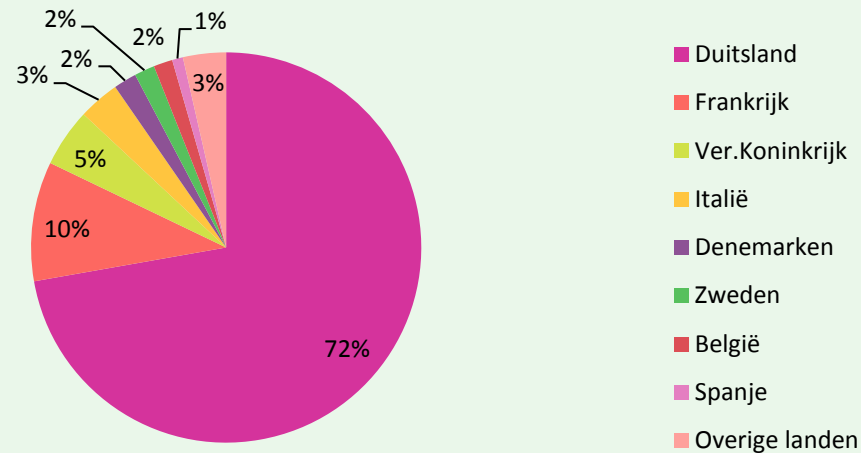
- De Nederlandse productie van spruiten schommelde in de afgelopen vijf jaar tussen 60 miljoen kilo en 75 miljoen kilo. De telersprijs varieerde sterk in de periode van 2006 tot en met 2010 met als dieptepunt de prijs in 2009.

Tabel 2.1.1 De uitvoer van Nederlandse spruiten (x 1.000 kilo)

Bron : PT/KCB	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAAL	32.989	41.088	41.611	42.300	38.540
Duitsland	22.269	28.618	30.310	31.351	27.835
Frankrijk	4.513	4.571	4.956	4.653	3.816
Ver.Koninkrijk	2.244	3.342	1.187	1.091	1.862
Italië	1.398	1.182	1.092	1.219	1.317
Denemarken	321	529	533	540	734
Zweden	523	526	503	599	650
België	273	425	374	571	606
Spanje	284	352	514	476	346
Tsjechië	195	408	737	321	313
Oostenrijk	248	318	656	718	289
Zwitserland	171	197	169	128	165
VS van Amerika	63	68	69	76	96
Overige landen	487	552	511	557	511

- Jaarlijks wordt ongeveer 40 miljoen kilo spruiten van Nederlandse bodem uitgevoerd.
- Duitsland is verreweg de belangrijkste exportmarkt voor Nederlandse spruiten. Op afstand volgt uitvoer naar Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk.

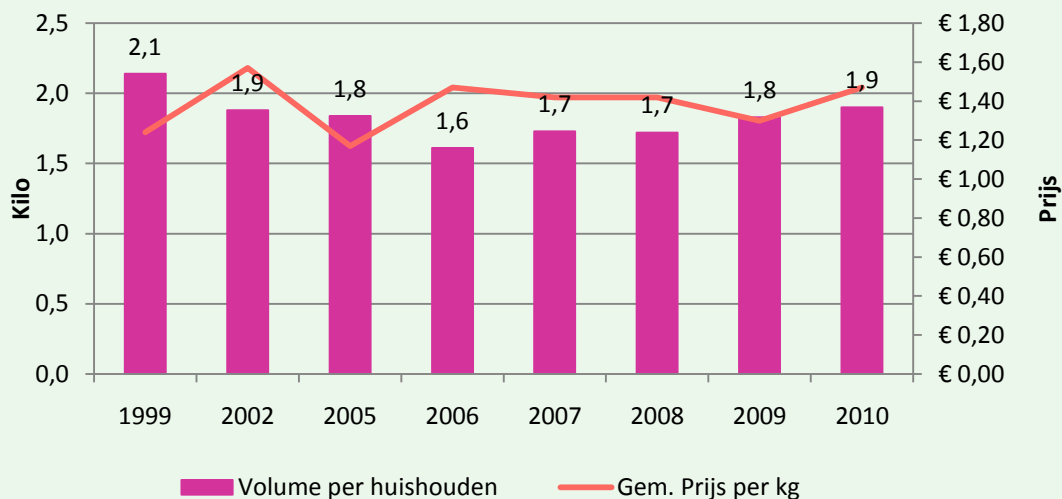
Export van spruiten naar de belangrijkste landen in 2010



- Bij de uitvoer van spruiten draait het voornamelijk om Duitsland. 72 procent van de uitvoer uit Nederland ging in 2010 naar Duitsland. Frankrijk volgde met een aandeel van 10 procent.
- In 2010 was de uitvoer van spruiten bijna 10 procent lager dan in het voorgaande jaar. Vooral in december is minder uitgevoerd dan in 2009. Door de kou konden de spruiten in december niet worden geoogst.

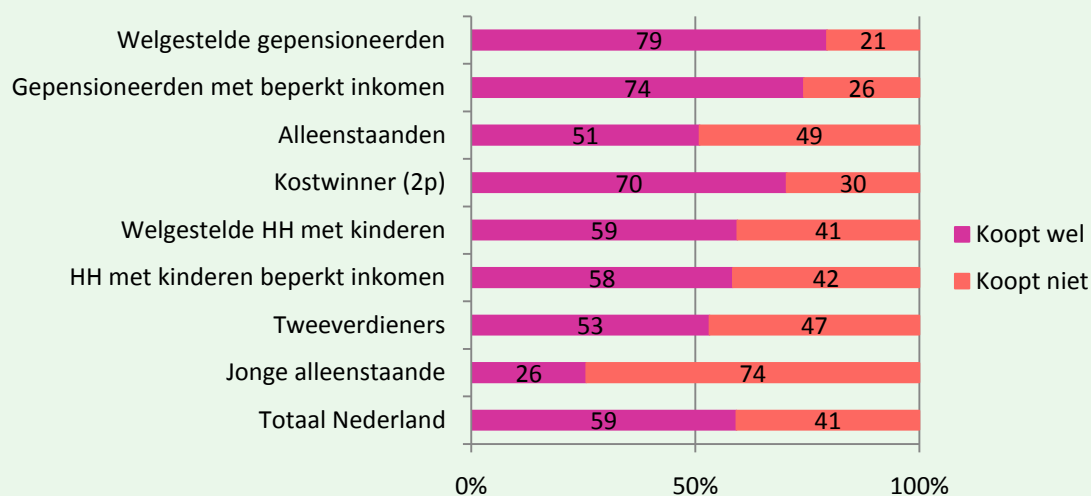
2.2 Huishoudelijke aankoop van spruiten

Huishoudelijke aankoop van spruiten in kilogram en de gemiddelde consumentenprijs in € per kilo



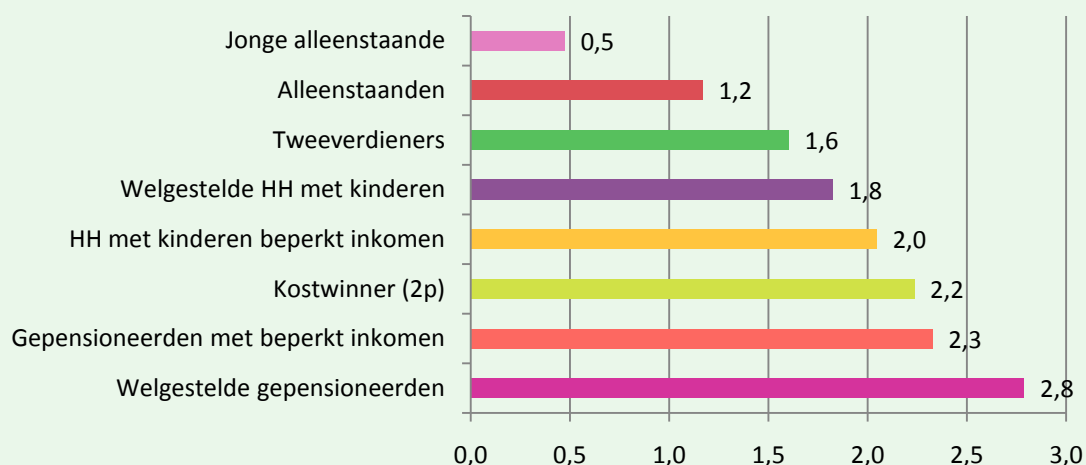
- Een Nederlands huishouden kocht in 2010 1,9 kilo spruiten. Dit was iets meer dan in 2009. Een kilo spruiten kostte in 2010 € 1,47 tegen € 1,30 in 2009.

Percentage kopende huishoudens van spruiten in 2009



- Bijna driekwart van de jonge alleenstaanden koopt geen spruiten. Spruiten zijn ook niet populair onder alleenstaanden van 40-65 jaar. De helft van dit type huishoudens koopt geen spruiten.
- Gepensioneerden zijn gek op spruiten. Bijna 80 procent van de huishoudens met welgestelde gepensioneerden kocht in 2009 spruiten.

Huishoudelijke aankoop van spruiten in kilogram in 2009

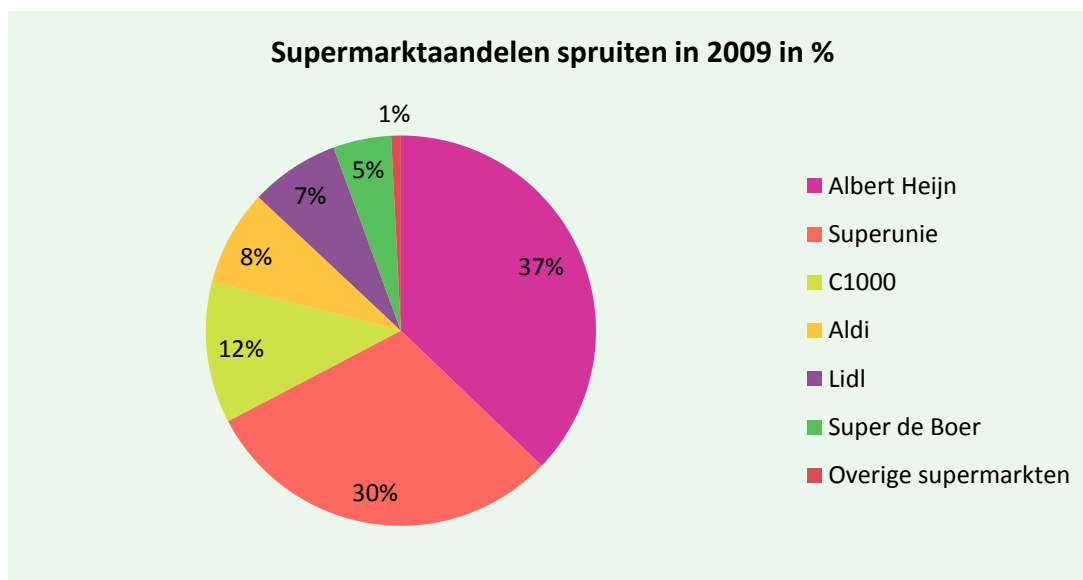


2.3 Supermarktomzet

Tabel 2.3.1. Supermarktomzet spruiten naar formule (excl. Detail Consult), x € 1.000

Bron: PT/Nielsen	2005	2006	2007	2008	2009	09 tov 08
Albert Heijn	4.140	4.961	5.699	5.645	6.330	12%
Superunie	3.603	4.761	4.872	5.281	5.135	-3%
C1000	2.097	1.747	2.234	1.991	1.994	0%
Aldi	876	987	1.356	1.564	1.356	-13%
Super de Boer	1.084	1.234	1.132	1.285	818	-36%
Lidl	1.058	1.582	1.087	1.230	1.262	3%
Overige supermarkten	707	716	214	130	136	5%
Totaal	13.564	15.989	16.594	17.126	17.031	-1%

- In 2009 bedroeg de supermarktomzet van spruiten € 17 miljoen. Dit was iets lager dan in 2008.
- De omzet bij Albert Heijn is in 2009 met 12 procent gestegen, terwijl die bij Superunie (-3%), Aldi (-13%) en Super de Boer (-36%) lager was dan een jaar terug.

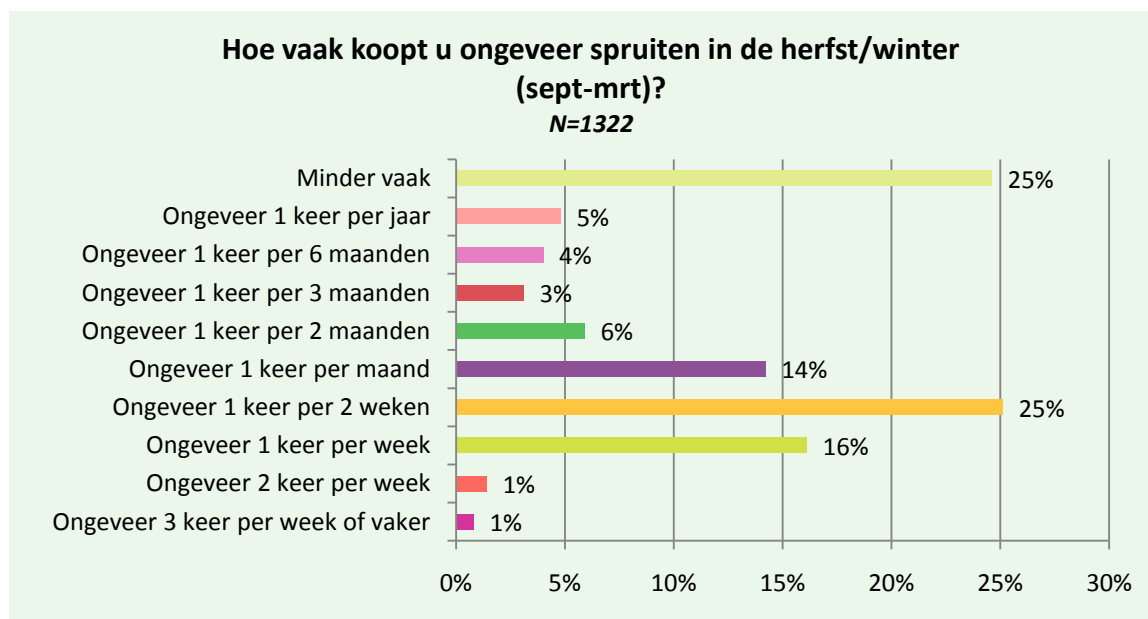


- Albert Heijn was in 2009 goed voor 37 procent van de totale supermarktomzet van spruiten. AH heeft een overall marktaandeel van 33 procent en scoort met spruiten dus bovengemiddeld goed.
- Superunie leden vertegenwoordigden in 2009 een marktaandeel van 30 procent, gevolgd door C1000 met een aandeel van 12 procent.

3 Aankoopgedrag

3.1 Aankoop

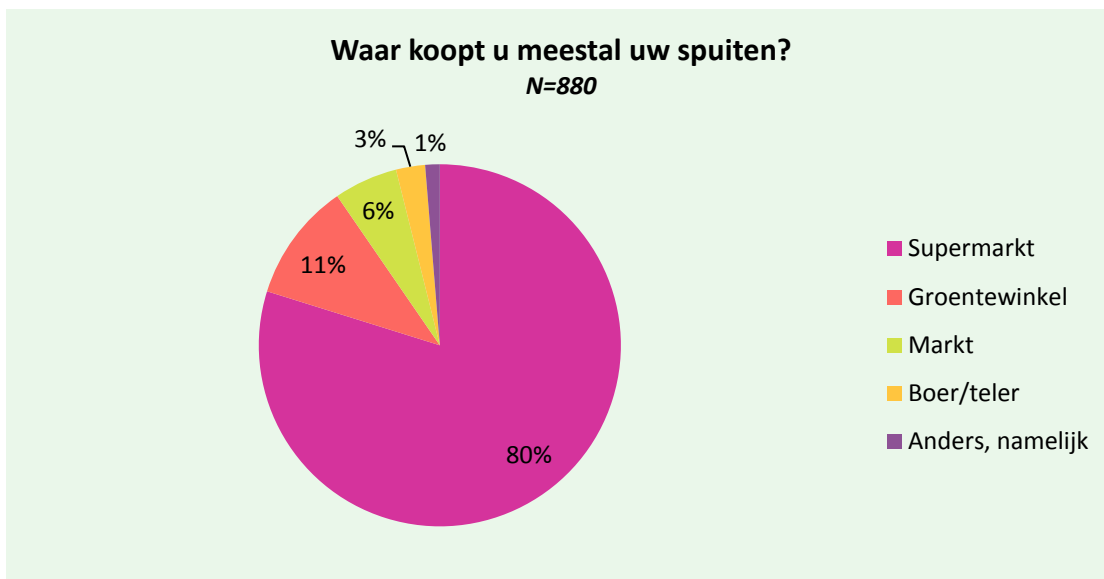
Vanaf dit hoofdstuk wordt een overzicht gegevens van de resultaten van het consumentenonderzoek. Totaal hebben 1.322 consumenten aan het onderzoek deelgenomen.



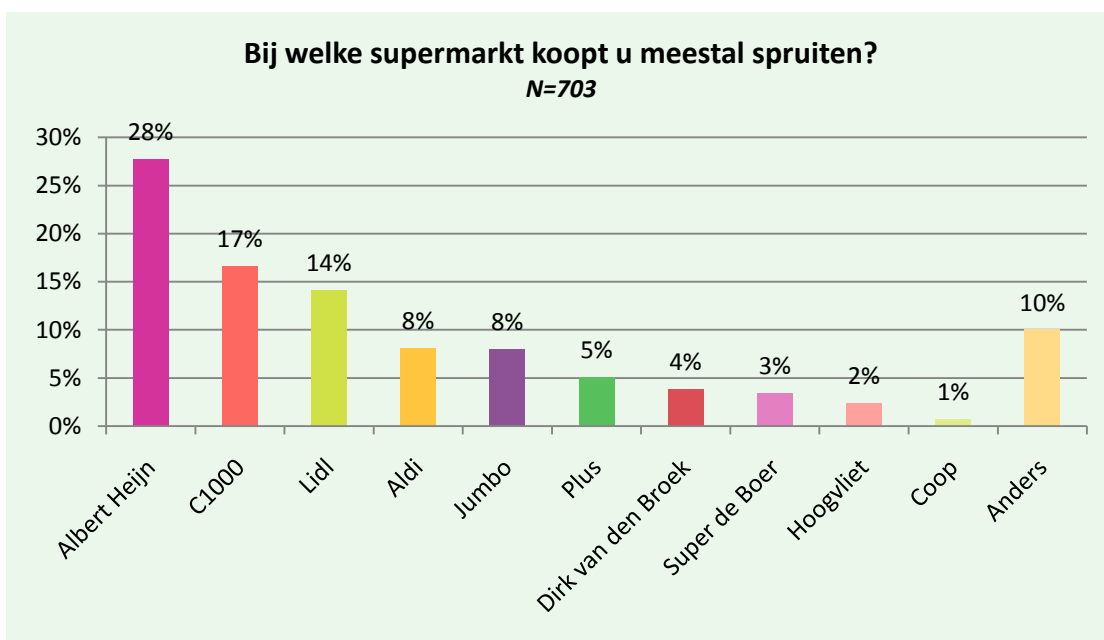
Een kwart van de consumenten geeft aan ongeveer 1 keer per 2 weken spruiten te kopen. Bijna twee op de tien zegt 1 keer per week of vaker spruiten te kopen. Hoe ouder de consument hoe vaker er spruiten wordt gekocht. Een derde van de gepensioneerden koopt 1 keer per week spruiten, terwijl rond 7 procent van de jongeren van 18-34 jaar 1 keer per week spruiten in huis haalt. De meeste niet-kopers van spruiten zijn te vinden onder jongeren.

Tabel 3.1.1 Aankoopfrequentie van spruiten naar leeftijdsklassen

	Totaal	18-24 jr	25-34 jr	35-44 jr	45-54 jr	55-64 jr	> 65 jr
Ongeveer 3 keer per week of vaker	1%	1%	1%	0%	0%	2%	2%
Ongeveer 2 keer per week	1%	2%	1%	1%	2%	0%	5%
Ongeveer 1 keer per week	16%	7%	6%	10%	22%	24%	33%
Ongeveer 1 keer per 2 weken	25%	15%	20%	27%	25%	34%	29%
Ongeveer 1 keer per maand	14%	15%	13%	15%	17%	12%	10%
Ongeveer 1 keer per 2 maanden	6%	5%	10%	6%	8%	3%	5%
Ongeveer 1 keer per 3 maanden	3%	4%	2%	4%	4%	3%	2%
Ongeveer 1 keer per 6 maanden	4%	8%	4%	3%	3%	3%	5%
Ongeveer 1 keer per jaar	5%	8%	8%	7%	3%	2%	1%
Minder vaak	25%	35%	38%	28%	18%	18%	8%
Totaal	1.322	181	200	273	307	261	100

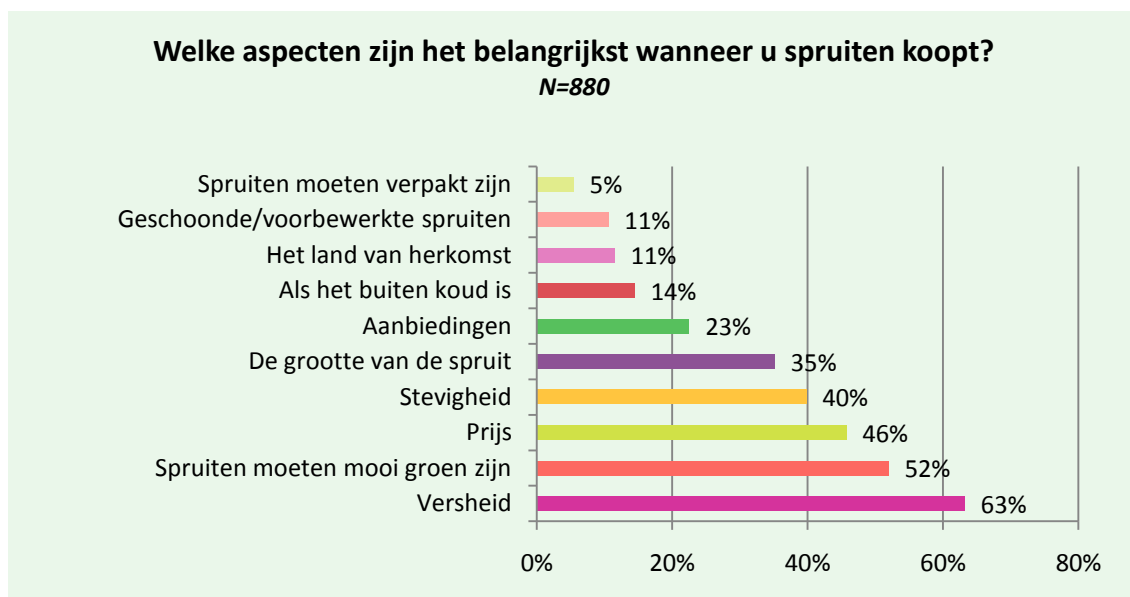


Bij de supermarkt worden verreweg de meeste spruiten gekocht (80%), gevolgd door de groentewinkel (11%) en de markt (6%).

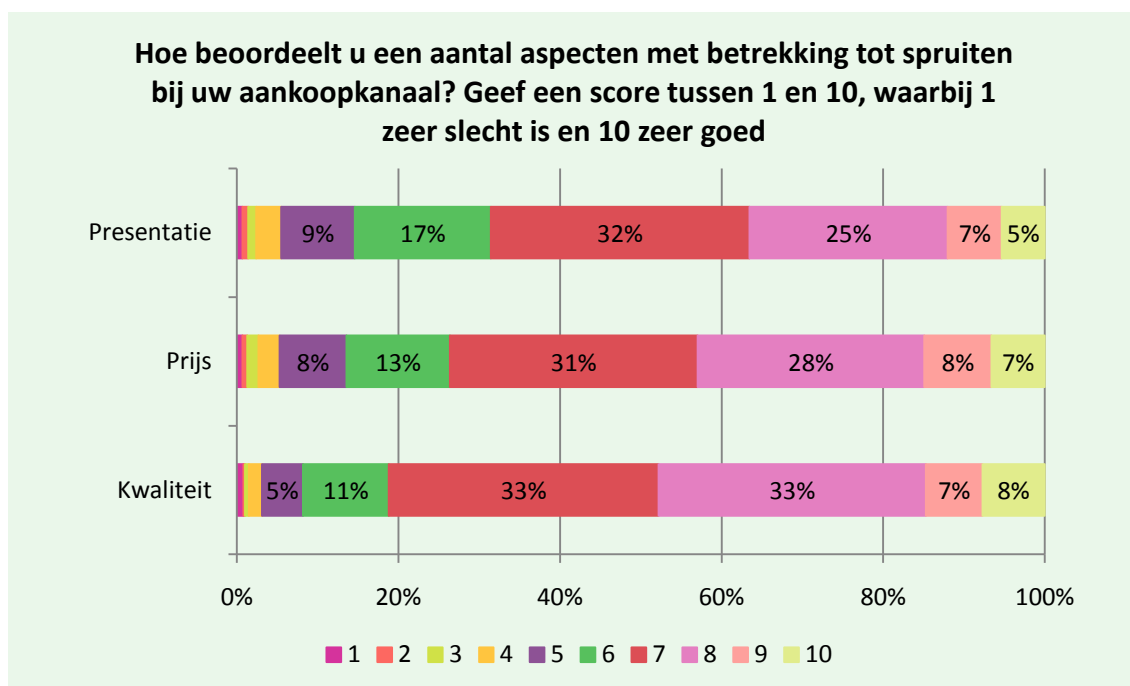


De meeste consumenten die spruiten kopen doen dat bij Albert Heijn, namelijk bijna 3 op de 10. Hierna volgen C1000 en Lidl als aankoopkanalen.

3.2 Aankoopcriteria en beslismomenten



Versheid vindt de consument het belangrijkste aspect bij het kopen van spruiten. In het verlengde daarvan is het belangrijk dat spruiten mooi groen zijn. Hierna noemt de consument prijs het vaakst als belangrijk aspect. Het land van herkomst en de verpakking vindt men minder belangrijke aspecten.

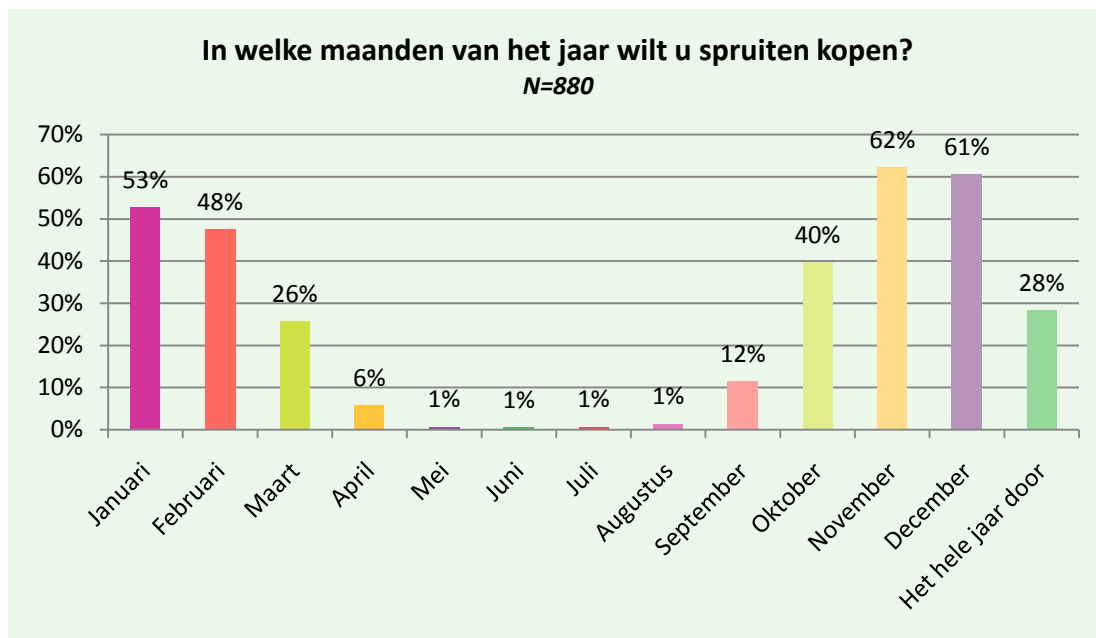


De presentatie, de prijs en de kwaliteit van spruiten bij het aankoopkanaal zijn over het algemeen in orde. De kwaliteit wordt gemiddeld beoordeeld met een 7,4. De prijs krijgt een 7,2, terwijl de presentatie met een 7,0 wordt beoordeeld. Circa 9 op de 10 consumenten geeft bij alle drie de aspecten een 6 of hoger.

55 procent van de kopers van spruiten beslist in de winkel om spruiten te kopen. 45 procent heeft thuis al besloten om spruiten in huis te halen.

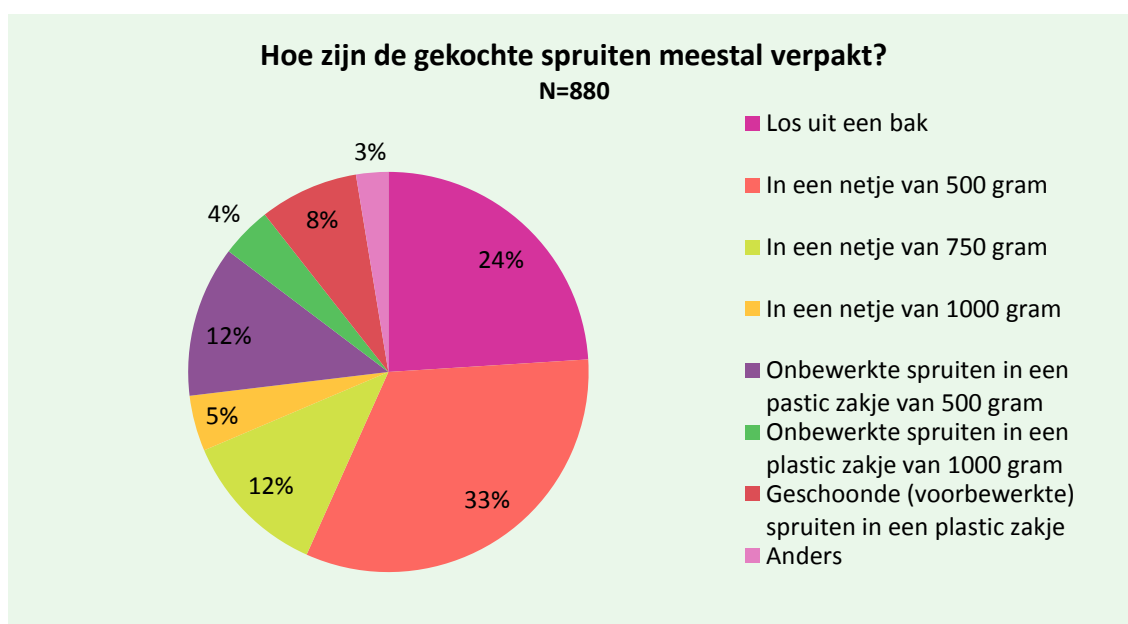
4.2 Seizoensgroente of niet?

Aan de kopers is gevraagd in welke maanden men het liefst spruiten wil kopen.

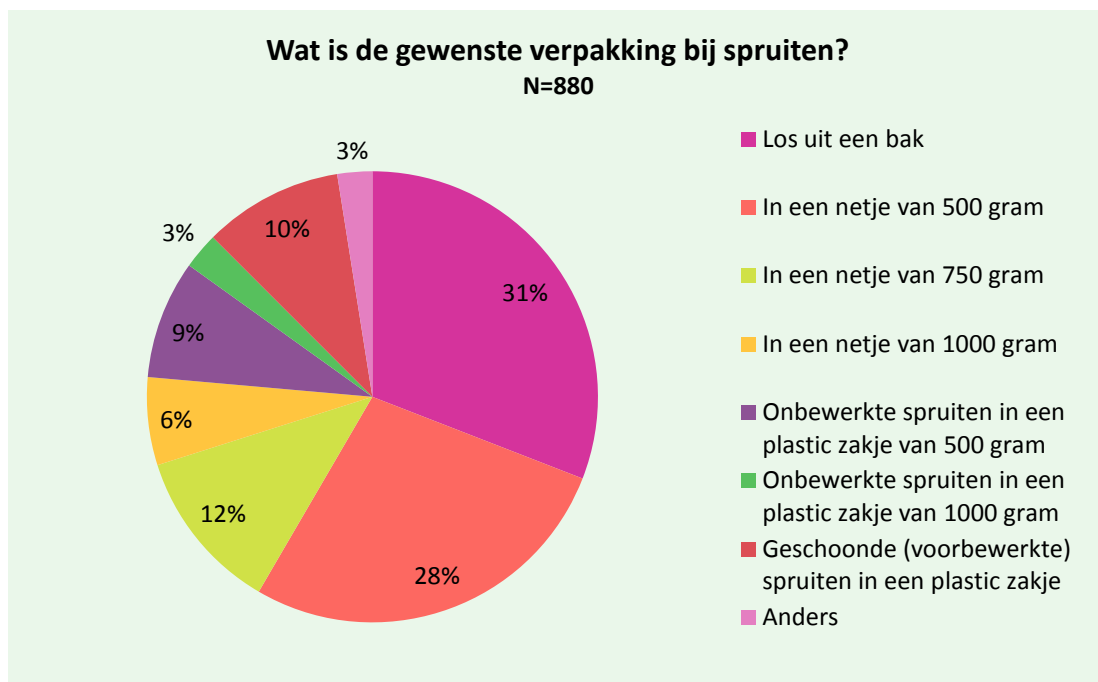


Bijna 3 op de 10 kopers van spruiten zegt het liefst jaarrond spruiten te willen kopen. De maanden november en december zijn de meest populaire maanden om spruiten te kopen. Ook in januari en februari is de spruit een gewilde groente op het bord van de consument. In maart neemt de belangstelling vervolgens hard af. Naast de groep die zegt jaarrond spruiten te willen kopen noemt slechts een kwart van de respondenten dat ze in maart spruiten wil kopen.

4.3 Verpakking



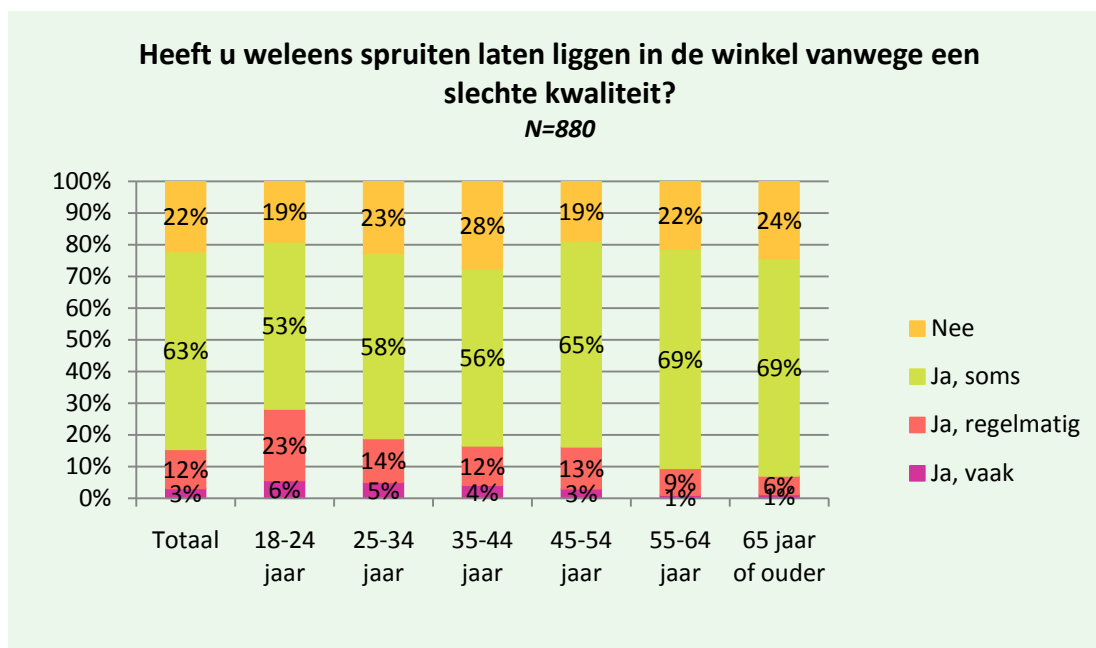
Een kwart van de kopers koopt meestal losse spruiten. Bijna de helft koopt spruiten in netjes, waarbij het 500 gram netje het meest voorkomende is. Ongeveer een kwart koopt meestal spruiten in een plastic zakje (flowpack). Het gaat dan om 12 procent van de kopers die een 500 gram zakje koopt, 4 procent koopt een 1000 gram zak en 8 procent gaat voor geschoonde spruiten in een zakje.



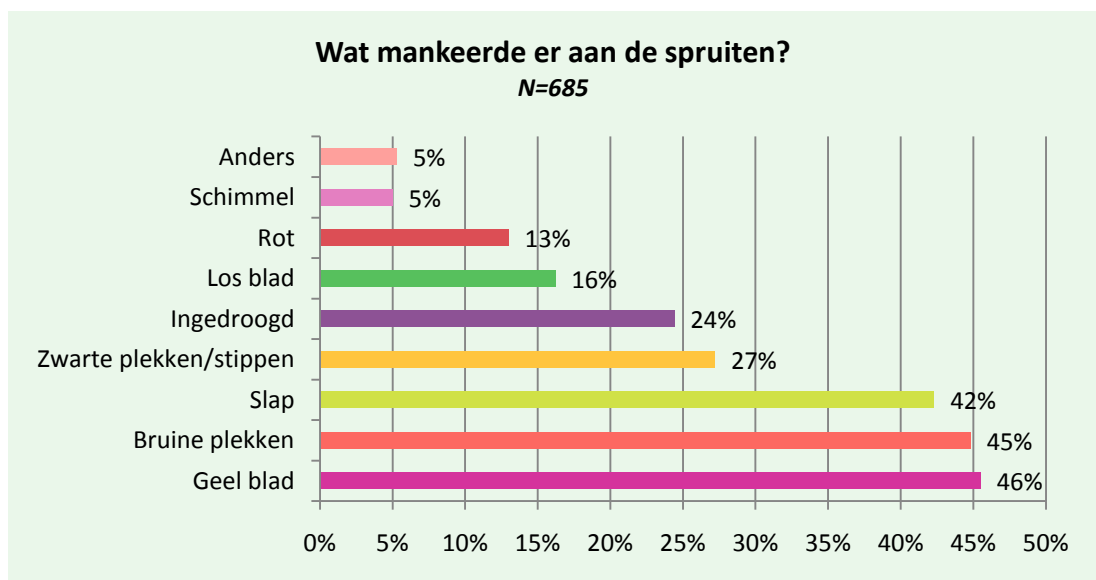
De meeste consumenten geven de voorkeur aan losse spruiten. Hierna is de grootste interesse te vinden in het 500 gram netje, een netje van 750 gram en geschoonde spruiten in een plastic zakje. De interesse in geschoonde spruiten is onder jonge en oudere kopers bijna even hoog. Dit is verrassend aangezien jongeren over het algemeen meer belangstelling voor voorbewerkte groenten hebben dan ouderen.



4.4 Kwaliteit



Ruim zes op de tien kopers besluit soms geen spruiten te kopen vanwege een slechte kwaliteit in het winkelschap. Bijna twee op de tien kopers laten spruiten vaker in de winkel liggen door een slechte kwaliteit, terwijl ook twee op de tien nooit afzien om spruiten te kopen vanwege een tegenvallende kwaliteit. Jongeren zijn duidelijk kritischer over de kwaliteit dan ouderen.



De drie meest genoemde kwaliteitsproblemen bij spruiten zijn geel blad, bruine plekken en slappe spruiten.

Onder de overige open antwoorden komt vooral als probleem naar voren dat de spruiten te groot waren of niet meer vers oogden.

Wat doet u bij een slechte kwaliteit?

N=685

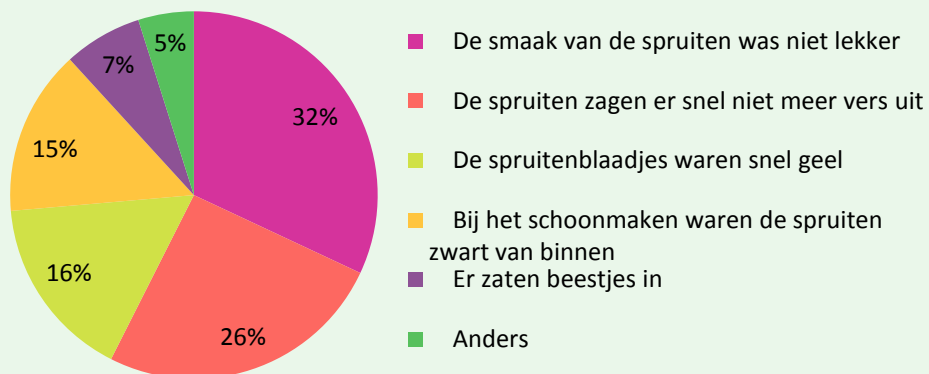


Consumenten die besluiten geen spruiten te kopen door een slechte kwaliteit kiezen voor een andere groente. Meestal is dat een andere kookgroente, zoals witlof, bloemkool, andijvie, broccoli, boerenkool of boontjes. Ook laten sommigen het afhangen waar ze zin in hebben, wat er voorhanden is of in de aanbieding is.

30 procent van de kopers besluit bij een teleurstellende kwaliteit spruiten in een andere winkel te kopen. Iets meer dan 20 procent koopt er niets voor in de plaats. Onder de overige antwoorden noemen een paar respondenten dat ze de medewerker/chef of verkoper alarmeren over de slechte kwaliteit.

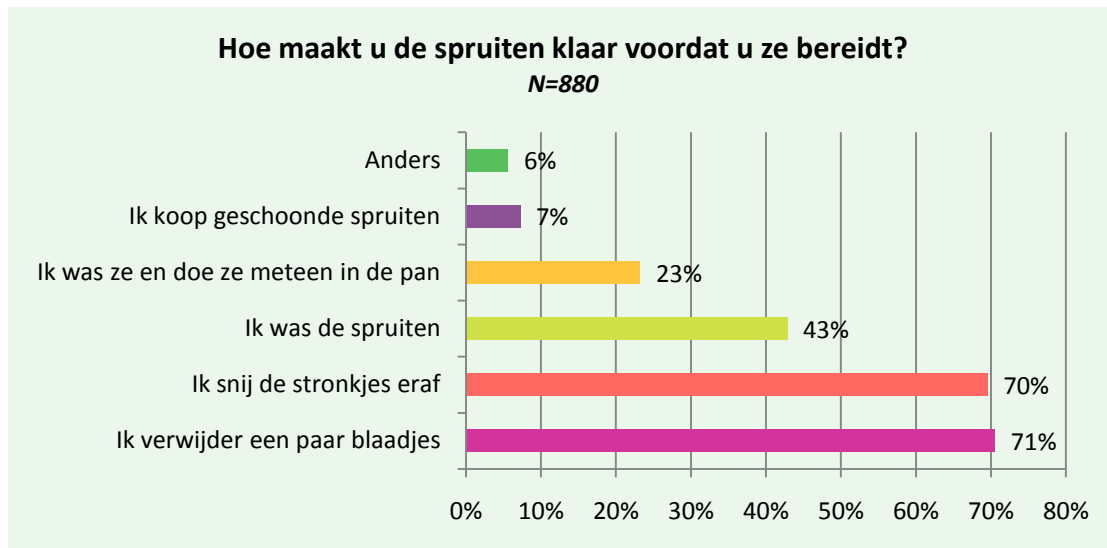
Welke slechte ervaringen heeft u thuis gehad met spruiten?

N = 167

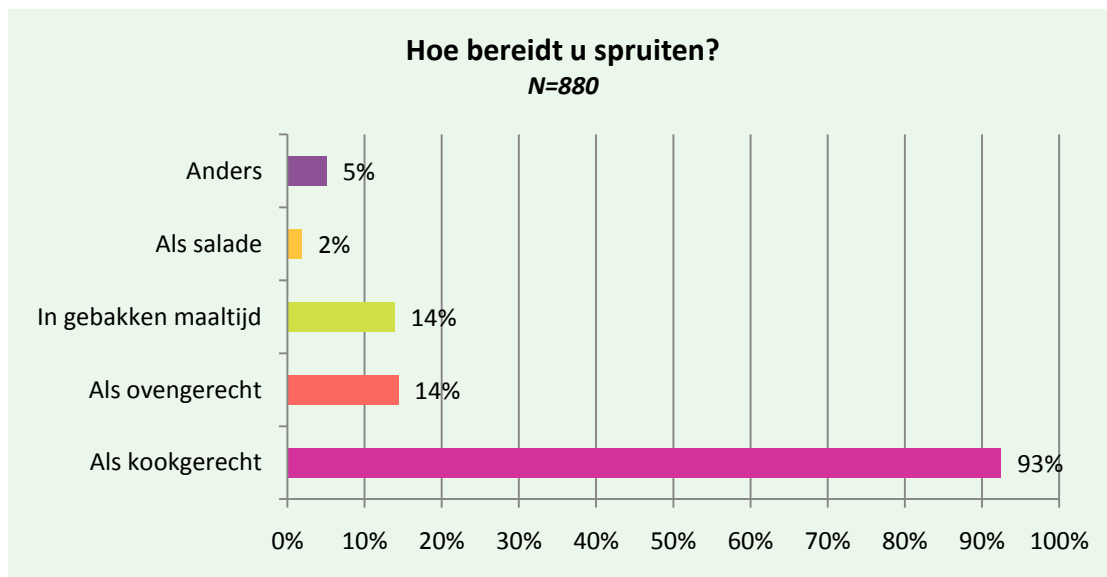


Twee op de tien spruitenkopers heeft thuis weleens slechte ervaringen met de gekochte spruiten gehad. Het meest genoemde probleem is een niet lekkere smaak, gevolgd door snel verouderde spruiten. Bij de meeste respondenten die thuis weleens slechte ervaringen met spruiten hebben gehad is het aankoopgedrag niet veranderd. Bijna 15 procent zegt dat hun gedrag wel is veranderd, namelijk in veel gevallen worden de spruiten extra gecontroleerd bij de aankoop of spruiten worden in een andere winkel gekocht.

4.5 Bereiding

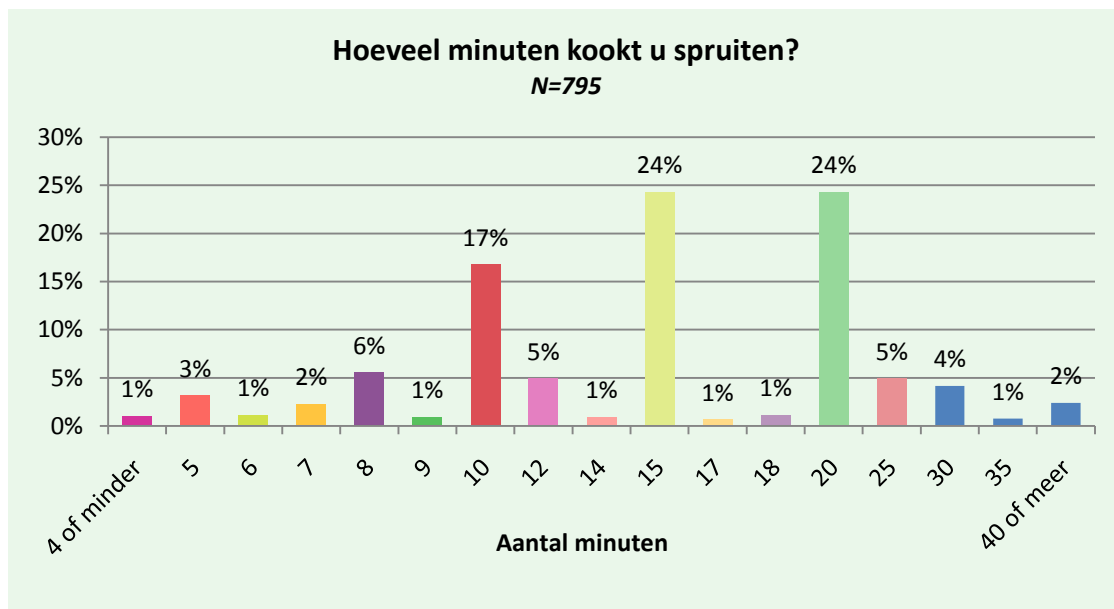


De meeste consumenten verwijderen tijdens het bereiden van spruiten een paar blaadjes en snijden de stronkjes eraf. Bijna een kwart zegt de spruiten te wassen en meteen in de pan te doen. Onder de zes procent overige antwoorden wordt vooral genoemd dat een kruisje aan de onderkant van de spruiten wordt gemaakt.



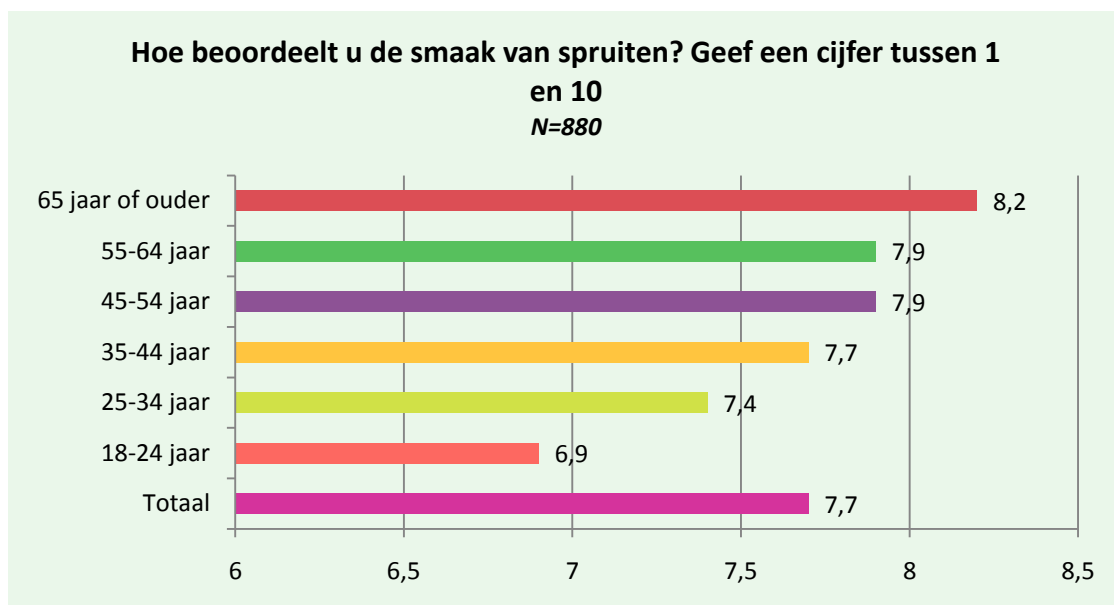
Bijna alle kopers van spruiten bereiden spruiten als kookgerecht. De meesten combineren spruiten dan met aardappels, maar 6 procent combineert spruiten met rijst. Onder de ovengerechten scoort een ovengerecht met aardappels het hoogst (64%), gevolgd door hartige taart (17%) en pastagerecht (9%). Als gebakken maaltijd is het roerbakgerecht het meest voorkomende gerecht.

15 procent van de kopers combineert spruiten weleens met een andere groente. De meest genoemde groenten hierbij zijn: appelmoes (=fruit), broccoli, champignons, stoofperen (=fruit), uien, paprika, roerbakgroenten en wortelen.

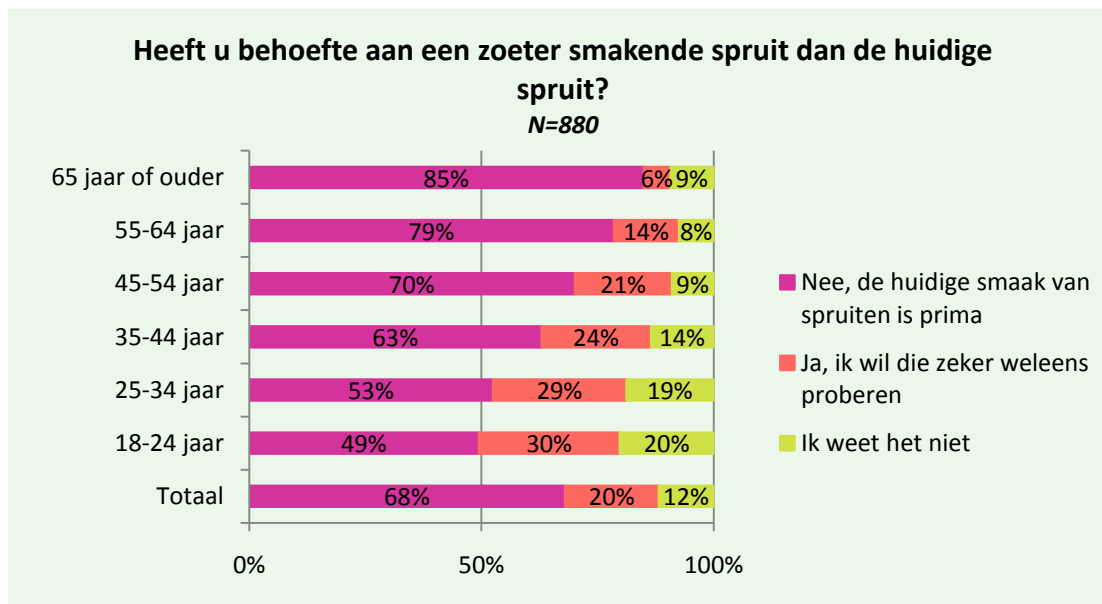


Iets meer dan 30 procent van de consumenten die spruiten kookt, houdt een kooktijd aan van 10 minuten of minder. Circa 10 minuten is bij spruiten de aanbevolen kooktijd. 30 procent kookt de spruiten van 11 tot en met 15 minuten. Rond een kwart laat de spruiten in ongeveer 20 minuten gaarkoken. Tot slot kookt 12 procent spruiten 25 minuten of langer. Enkele respondenten trekken zelfs 45 of 60 minuten hiervoor uit.

4.6 Smaak



De smaak krijgt van de spruitenkopers gemiddeld een 7,7. Hoe ouder de consument hoe hoger de smaak wordt beoordeeld. Gepensioneerden geven een 8,2 aan de smaak, terwijl jongeren van 18-24 jaar de smaak waarderen met gemiddeld 6,9.



De meeste huidige kopers van spruiten zijn tevreden over de smaak van spruiten. Zoals eerder in deze paragraaf gemeld is de smaak beoordeeld met bijna een 8. Bijna 7 op de 10 spruitenkopers vindt de huidige smaak van spruiten prima en heeft geen behoefte aan een zoeter smakende spruit. De grootste interesse in een zoeter smakende spruit is te vinden onder jongeren. Hoe ouder de consument hoe minder behoefte er is in een zoeter smakende spruit. Hierbij moet wel gezegd worden dat het lastig voor de consument is om hierop te antwoorden zonder de spruiten te proeven, want wat is zoet?

Als vervolg hierop is een smaaktest onder 300 respondenten uitgezet. De resultaten hiervan zijn terug te vinden in hoofdstuk 5.

4.7 Recepten en informatie

Tabel 4.7.1 Gebruikt u weleens recepten?

	Totaal
Ja	32%
Recept gehaald van internet	28%
Recept uit een supermarktmagazine (zoals Allerhande van Albert Heijn)	35%
Recept uit een kookboek	31%
Anders, namelijk	6%
Nee	68%
Totaal respondenten	880

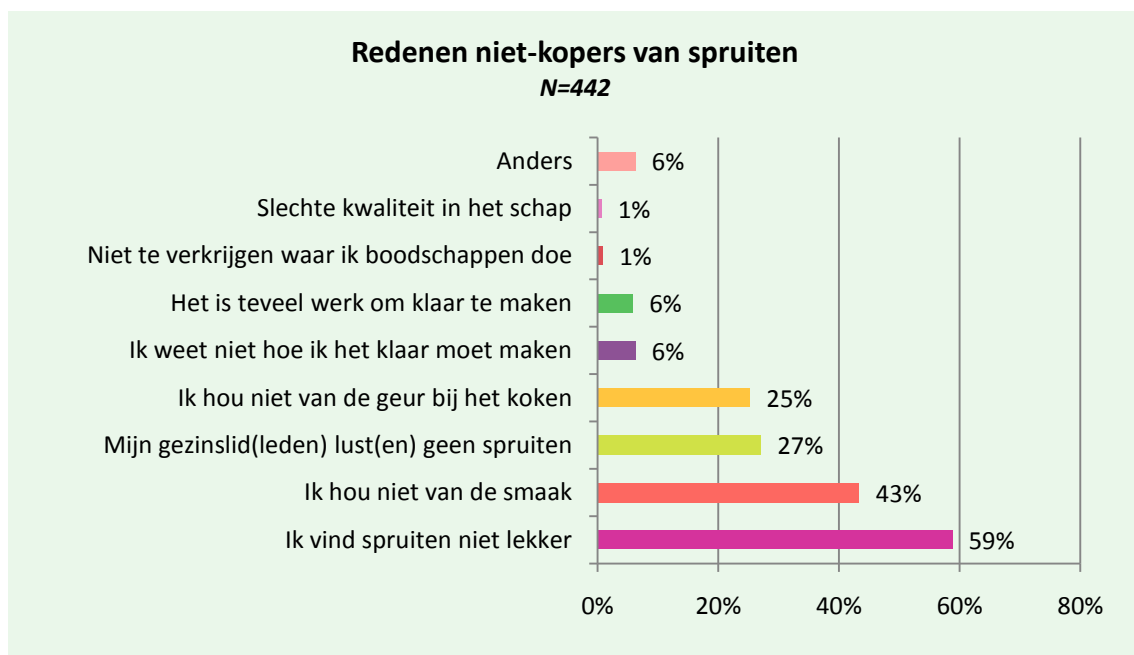
Bijna een derde van de kopers maakt weleens gebruik van een recept bij het bereiden van spruiten. Internet, een supermarktmagazine en een kookboek scoren bijna even hoog als medium voor het verschaffen van recepten.

Tabel 4.7.2 Mist u informatie bij de aankoop van spruiten

	Totaal
Nee	93%
Ja, namelijk	8%
Recepten	25%
Gebruiksmogelijkheden	18%
Oogstdatum	12%
THT datum/Houdbaarheidsdatum	12%
Gezondheidsaspecten	12%
Het land van herkomst	9%
Voedingswaarden	7%
Vermelding van de teler die de spruiten heeft geoogst	4%
Anders	1%
Totaal respondenten	880

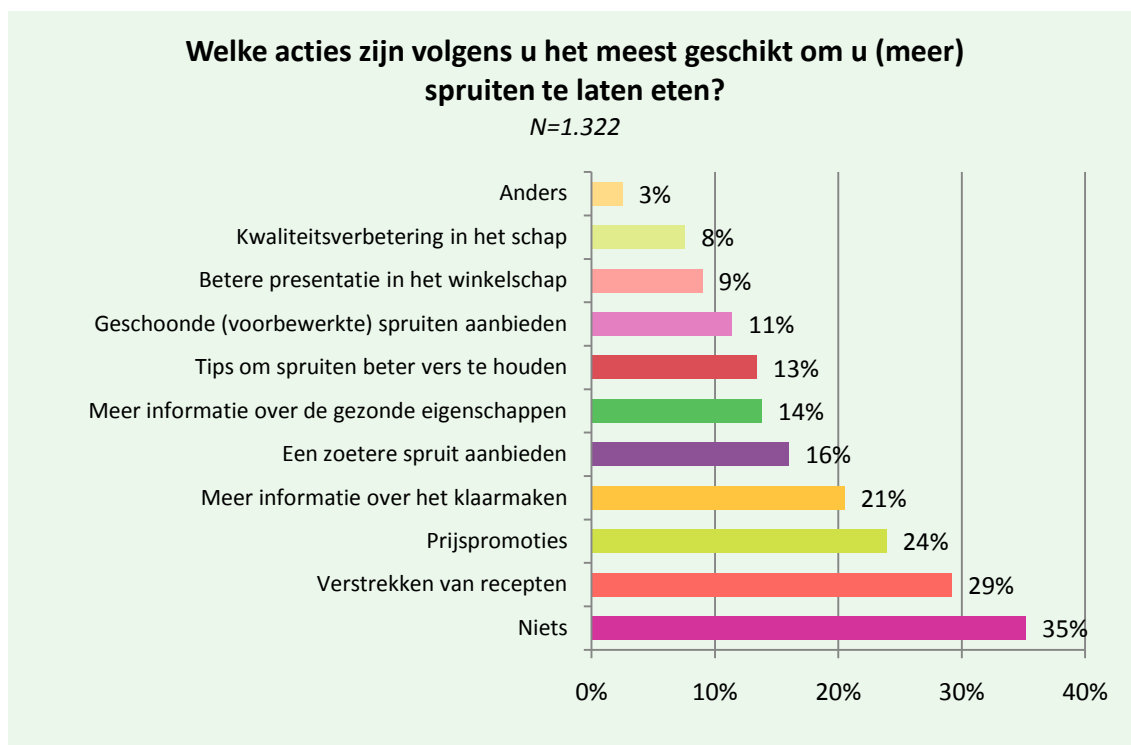
De kopers van spruiten missen bij de aankoop over het algemeen geen informatie. Degenen (8%) die wel informatie missen, willen vooral recepten en informatie over de gebruiksmogelijkheden.

4.8 Niet-kopers



Niet-kopers van spruiten kopen geen spruiten omdat ze het niet lekker vinden en niet van de smaak houden. Ongeveer een kwart zegt geen spruiten te kopen omdat één of meerdere gezinsleden geen spruiten lusten. Ook een kwart zegt niet te houden van de geur bij het koken.

4.9 Consumptie verhogen



Iets meer dan een derde van de consumenten geeft aan dat geen enkele actie de consumptie kan verhogen. Vooral niet-kopers noemen dat geen enkele actie zal leiden tot een consumptieverhoging. De meest genoemde acties onder de gebruikers van spruiten zijn het verstrekken van recepten en meer prijspromoties.

Tabel 4.8.1 Acties die het meest geschikt zijn volgens de consument om (meer) spruiten te laten kopen

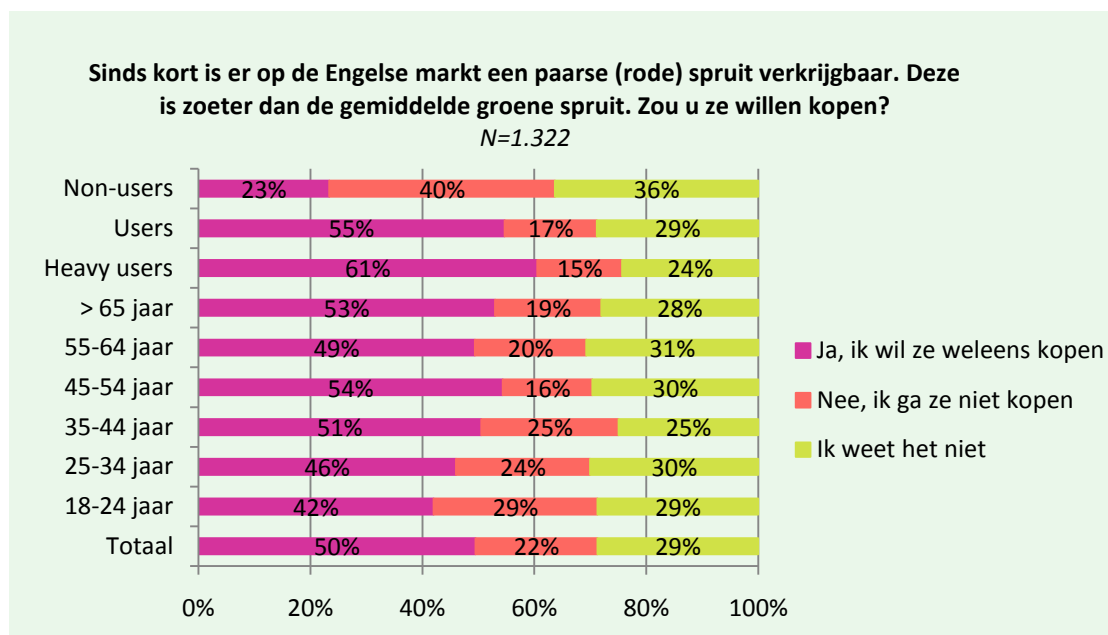
	Totaal	18-24 jaar	25-34 jaar	35-44 jaar	45-54 jaar	55-64 jaar	> 65 jaar
Niets	35%	24%	38%	41%	34%	40%	27%
Verstrekken van recepten	29%	25%	29%	29%	35%	25%	34%
Prijspromoties	24%	25%	16%	23%	25%	28%	26%
Meer informatie over het klaarmaken	21%	23%	25%	19%	23%	15%	19%
Een zoetere spruit aanbieden	16%	29%	20%	18%	14%	8%	3%
Meer informatie over de gezonde eigenschappen	14%	13%	9%	13%	13%	16%	27%
Tips om spruiten beter vers te houden	13%	8%	11%	12%	14%	15%	27%
Geschoonde (voorbewerkte) spruiten aanbieden	11%	11%	12%	10%	11%	13%	11%
Betere presentatie in het winkelschap	9%	10%	6%	9%	11%	10%	6%
Kwaliteitsverbetering in het schap	8%	8%	6%	6%	8%	7%	16%
Anders	3%	3%	2%	2%	4%	3%	0%

Jongeren zijn positiever over het aanbieden van een zoetere spruit dan ouderen. Zo vindt bijna 3 op de 10 jongeren van 18-24 jaar het aanbieden van een zoete spruit een goede actie om hen aan te zetten tot een grotere spruitenaankoop, terwijl bijna geen enkele gepensioneerde het een welkome actie vindt.

De belangstelling voor geschoonde spruiten is bij alle leeftijdsklassen relatief ongeveer even groot. Dat is opvallend aangezien voorbewerkte groenten over het algemeen populairder zijn bij jongeren dan bij ouderen.

Meer informatie over de gezonde eigenschappen van spruiten scoort vooral hoog bij ouderen.

4.10 Paarse (rode) spruit



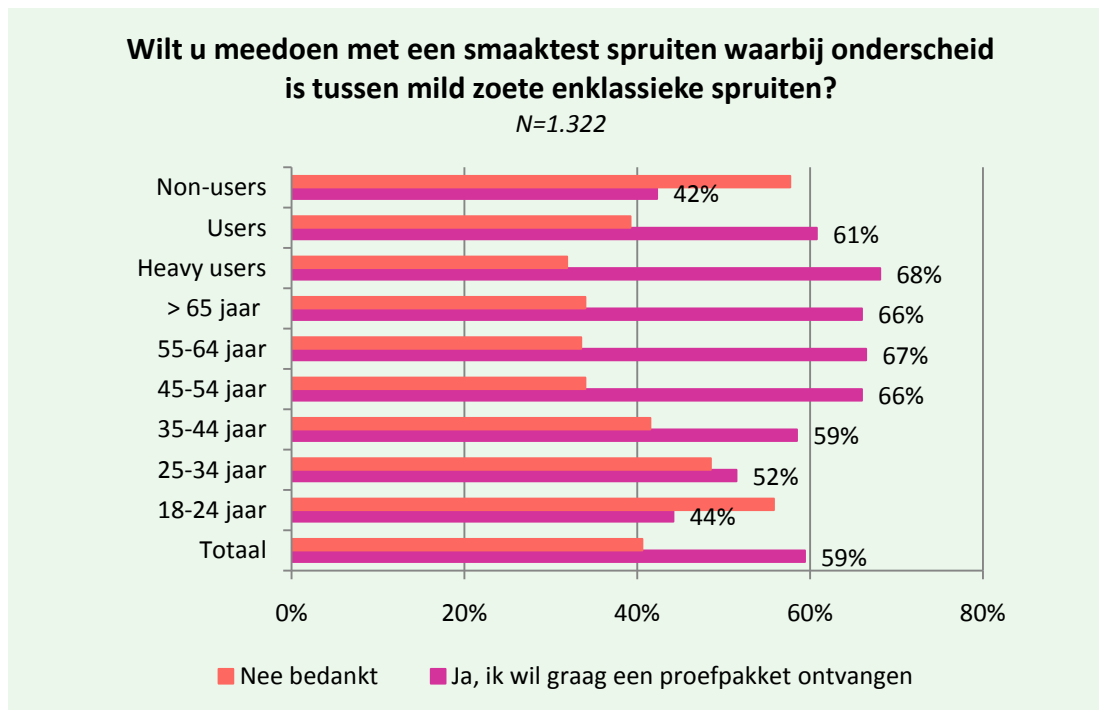
Op de Engelse markt is een paarse (rode) spruit verkrijgbaar. Rondom kerst bood supermarktformule Tesco deze spruit aan. Naast de andere kleur is de spruit ook zoeter dan de gemiddelde groene spruit.

De helft van de respondenten wil de paarse spruit weleens kopen, 22 procent laat deze spruit links liggen en bijna 30 procent weet het niet. Ouderen zijn iets meer bereid de paarse spruit te proberen dan jongeren. Bijna een kwart van de niet-kopers van spruiten zegt de vreemde spruit uit te willen proberen.



5 Smaaktest spruiten

5.1 Inleiding



Aansluitend aan het grootschalige consumentenonderzoek is de consument gevraagd of men wil deelnemen aan een smaaktest met spruiten met daarbij onderscheid tussen “mild zoete” en “klassieke” spruiten. De consument ontvangt twee pakketjes met spruiten thuis, pakket **A** en pakket **B**. De spruiten moeten afzonderlijk circa 10 minuten worden gekookt in een pan. Na het proeven van beide soorten wordt een evaluatie vragenlijst ingevuld.

De bereidheid tot deelname aan de smaaktest is goed. Zes op de tien respondenten wil meedoen aan de test. Hoe ouder de consument hoe hoger de bereidheid tot deelname. Mensen die vaker spruiten kopen (heavy users) zijn ook enthousiaster over meedoen aan de test dan niet-kopers. Dat is natuurlijk niet vreemd. Het is wel opvallend dat toch nog vier op de tien niet-kopers van spruiten mee willen doen aan de smaaktest.

5.2 Opzet van de smaaktest

Uit de mensen die aangaven bereid te zijn tot deelname aan een smaaktest zijn 295 deelnemers geselecteerd. De deelnemers zijn representatief naar leeftijd samengesteld. Op dinsdag 23 november 2010 zijn de pakketten naar de consumenten gestuurd. Het postpakket bestond uit twee pakketten spruiten van elk 250 gram. De spruiten zijn verpakt in flowpack en voorzien van een stichter met een **A** en een sticker met een **B**. Daarnaast is een instructiebrief en een korte evaluatievragenlijst bijgevoegd. De korte vragenlijst moest meteen na het proeven worden ingevuld. Een paar dagen na het versturen van de testpakketten zijn de deelnemers gevraagd hun meningen te delen door online een korte vragenlijst in te vullen. Voor de deelname aan de smaaktest is een beloning uitgereikt ter waarde van € 6,00.

De instructies waren als volgt:

- Maak de spruiten klaar door de onderkanten af te snijden waardoor de buitenste bladeren worden verwijderd.
- Doe de schoongemaakte spruiten uit pakket **A** in een pan
- Doe de schoongemaakte spruiten uit pakket **B** in een andere pan
- Kook beide soorten spruiten circa 10 minuten in kokend water (10 minuten vanaf het moment dat het water kookt)
- Giet het water uit beide pannen af na het koken
- Proef de spruiten uit pakket **A** en vul vraag 1 in op het evaluatieformulier
- Proef daarna de spruiten uit pakket **B** en vul vraag 2 in op het evaluatieformulier
- Vul de rest van de beknopte evaluatievragenlijst in
- Vul op uitnodiging via OpinieLand over een paar dagen een korte vragenlijst online in.

5.3 Resultaten smaaktest

De evaluatievragenlijst is ingevuld door 201 consumenten. Hiermee komt de respons op bijna 70 procent en dat is goed te noemen.

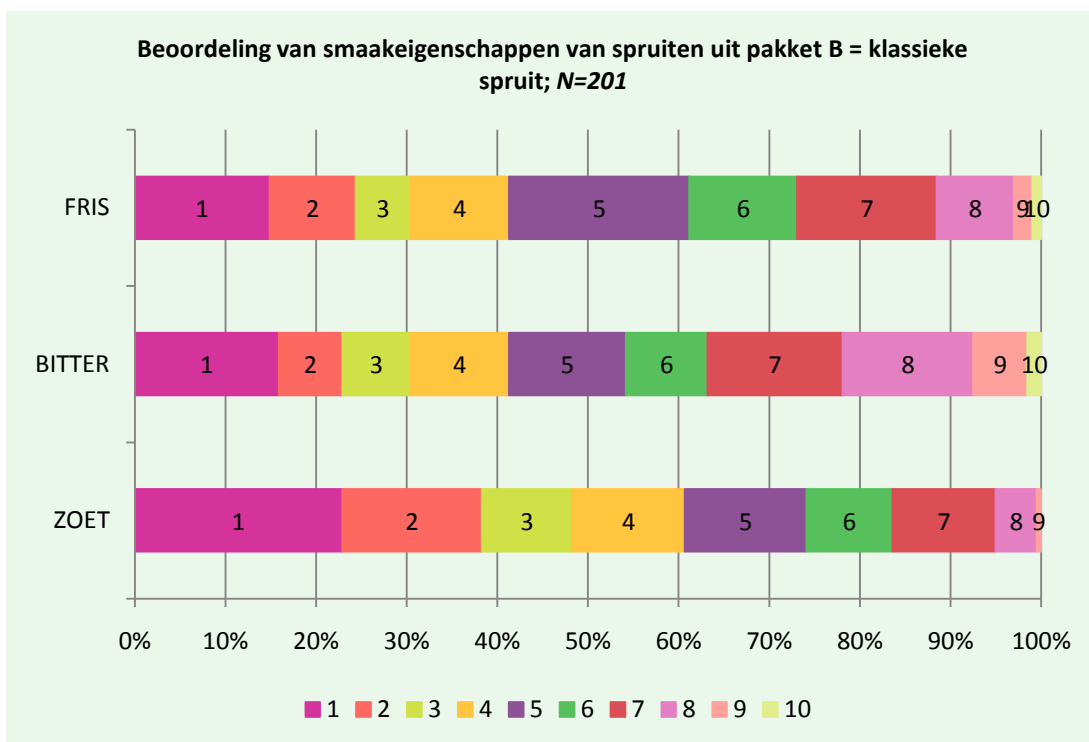
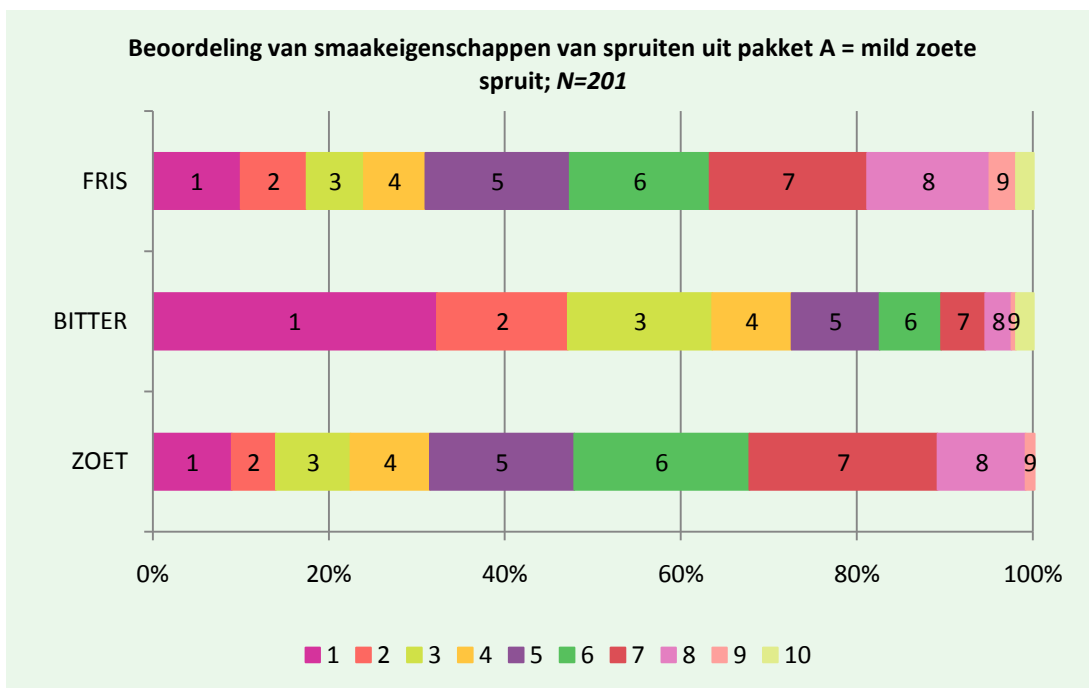
Tabel 5.3.1 Gemiddelde scores op de smaakaspecten zoet, bitter en fris; cijfers tussen 1 en 10 waarbij 1 = helemaal niet..... en 10 = heel..... (201 respondenten)

	Spruit A = mild zoet	Spruit B = klassiek
Zoet	5,2	3,8
Bitter	3,2	5,0
Fris	5,3	4,7

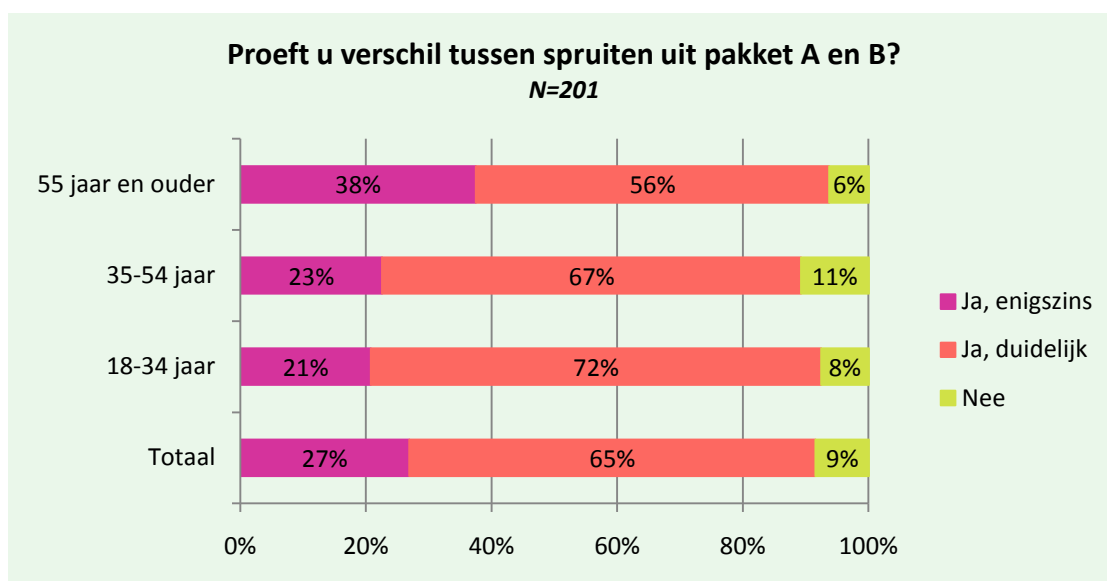
De mild zoete spruit scoort qua zoetheid met 5,2 duidelijk hoger dan de klassieke spruit die een 3,8 scoorde. Bij het smaakaspect bitter is de score juist tegenovergesteld. De klassieke spruit krijgt qua bitterheid een 5,0 en de mild zoete spruit wordt met 3,2 beoordeeld. De mild zoete spruit is volgens de consument frisser dan de klassieke variant.

Tabel 5.3.2 Beoordeling van smaakeigenschappen van spruiten uit pakket A en B

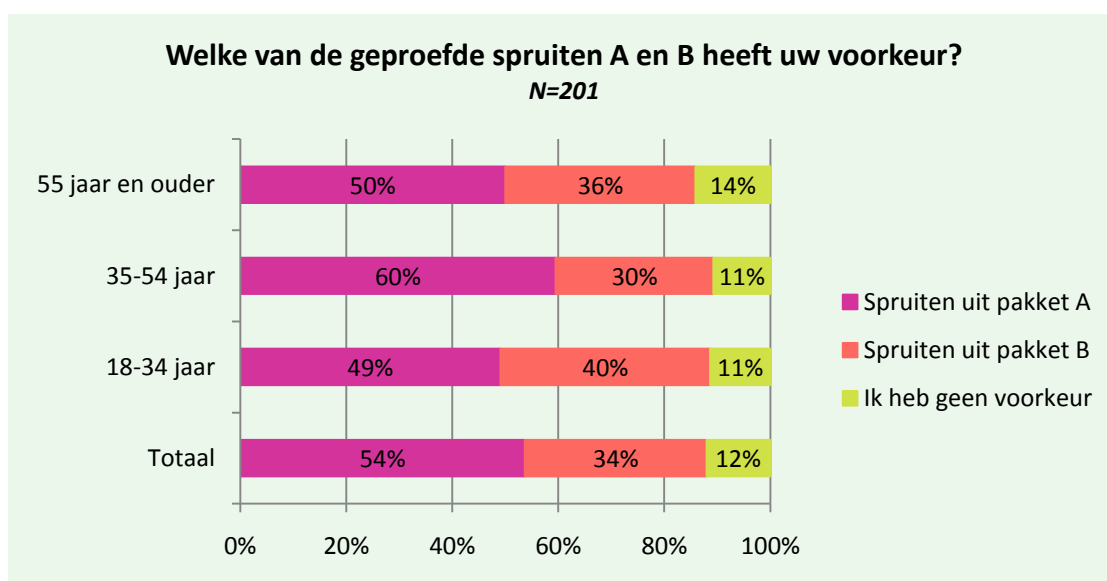
	ZOET		BITTER		FRIS	
	Spruit A	Spruit B	Spruit A	Spruit B	Spruit A	Spruit B
1=helemaal niet	9%	23%	32%	16%	10%	15%
2	5%	15%	15%	7%	8%	10%
3	9%	10%	16%	8%	7%	6%
4	9%	12%	9%	11%	7%	11%
5	16%	13%	10%	13%	16%	20%
6	20%	10%	7%	9%	16%	12%
7	21%	11%	5%	15%	18%	15%
8	10%	5%	3%	14%	14%	9%
9	1%	1%	1%	6%	3%	2%
10 =heel	0%	0%	2%	2%	2%	1%
Gemiddelde score	5,2	3,8	3,2	5,0	5,3	4,7



Uit bovenstaande twee figuren valt te concluderen dat de spruiten uit pakket A (mild zoet) minder bitter, zoeter en frisser worden beoordeeld dan de spruiten uit pakket B (klassiek).



Bijna tweederde van de consumenten proeft een duidelijk verschil tussen de mild zoete en klassieke spruit. Ruim een kwart proeft enigszins verschil tussen beide soorten spruiten. Volgens circa 10 procent van de proevers is er geen smaakverschil. Ouderen proeven een duidelijker smaakverschil dan jongeren.



Iets meer dan de helft van de respondenten geeft de voorkeur aan de mild zoete spruit. Circa een derde gaat voor de klassieke spruit, terwijl 12 procent geen voorkeur heeft. Tussen de leeftijdsgroepen is er nauwelijks verschil in voorkeur. De meeste consumenten kiezen voor de mild zoete spruit. Onder de heavy users (1 keer per 2 weken of vaker kopende consument van spruiten) heeft de mild zoete spruit (A) een lichte voorkeur (48%), 41% geeft de voorkeur aan de klassieke spruit (B) en voor 11 procent maakt het niet uit.

Consumenten met een voorkeur voor de mild zoete spruit (spruiten A) noemen als belangrijkste redenen: de spruiten zijn lekkerder, zachter van smaak/smaakvoller, frisser, zoeter en minder bitter dan spruiten uit pakket B.

Respondenten die de B spruit kiezen doen dat vanwege een betere smaak; een smaak die hoort bij spruiten.

Voorkeur voor de klassieke spruit (spruiten uit pakket B) :

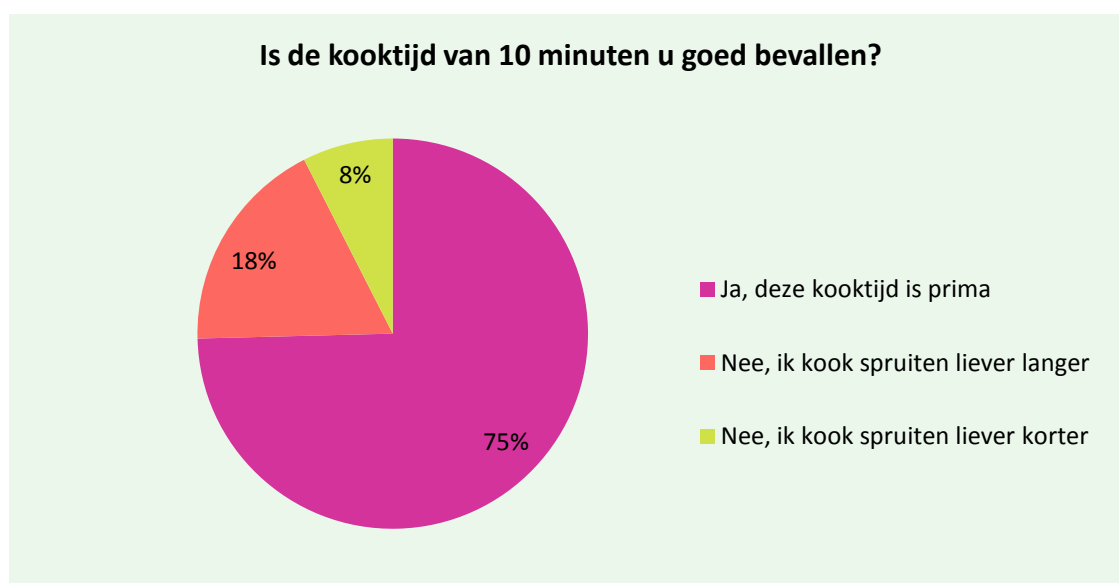
Deze spruiten smaken tenminste naar spruiten
Meer spruitensmaak
Spruiten uit pakket A hebben te weinig smaak
Zo hoort een spruit te smaken
De smaak die we kennen

Bijna de helft van de respondenten zegt niet vaker spruiten te gaan kopen als alle spruiten in de winkel de aangegeven voorkeurspruit zou zijn. Iets meer dan 40 procent zegt wel van plan te zijn vaker spruiten te kopen als de voorkeurspruit beschikbaar is. 10 procent weet nog niet of hun koopgedrag zal veranderen.

Tabel 5.3.3 Verandert uw koopgedrag als alle spruiten in de winkel uw voorkeurspruit zouden worden?

	Voorkeur spruiten uit pakket A (mild zoet)	Voorkeur spruiten uit pakket B (klassiek)
Ja, ik zal vaker spruiten gaan kopen	55%	30%
Nee, ik zal niet vaker spruiten gaan kopen	37%	61%
Ik weet het niet	8%	9%
Totaal	100%	100%

Vooraf consumenten met een voorkeur voor de mild zoete spruit (spruiten A) geven aan vaker spruiten te gaan kopen als alle spruiten in de winkel deze spruit zouden zijn. 6 van de 10 consumenten met een voorkeur voor de klassieke spruit (spruiten B) zal niet vaker spruiten gaan kopen als alle spruiten smaken zoals de spruiten uit pakket B. Dit komt uiteraard doordat deze spruit door veel consumenten wordt gezien als de spruit met de herkenbare smaak.



Driekwart van de consumenten vindt een kooktijd van 10 minuten bij spruiten prima. Bijna 20 procent kookt de spruiten liever langer. Veel wordt dan 15 of 20 minuten als meest ideale kooktijd genoemd. 8 procent wil liever een kortere kooktijd. Een kooktijd van 6 tot 8 minuten wordt dan het meest genoemd.

De respondenten waren erg enthousiast over het smaakonderzoek. Deze manier van onderzoek vindt men leuk, verrassend en interessant!

Enkele reacties op deelnemen aan het smaakonderzoek:

Leuk, voelde me belangrijk.
Heel erg leuk, had in 20 jaar geen spruiten gegeten.....
Heel erg leuk om een bijdrage te leveren aan dit onderdeel van marketing.
Erg interessant. Vooraf was ik erg benieuwd naar het smaakverschil.
Nou dit vond ik wel leuk, verrassend zelfs!
Hartstikke leuk. De beste manier om mensen enthousiast te maken voor een product.
Leuk, wist niet dat er toch nog verschil in smaak zou zijn.
Ik vond het geweldig - Zou altijd aan smaaktesten mee willen blijven doen.
Ik eet nooit spruiten en door de B spruiten wist ik meteen weer waarom, maar de A spruiten.
zouden hier zeker verandering in brengen.
Heel erg leuk, bedankt dat ik mee mag doen.
Zeer leuk, je ontdekt zo snel de verschillende smaken van spruiten.
Erg leuk en interessant!
Leuk, ik wist niet dat er verschillen in spruiten zaten.
Leuk en leerzaam.
Goed, is zeker weer een keus om vaker spruiten te eten.
Ik vond het vernieuwend en leuk om een keer zo mee te doen aan een onderzoek. Leuk!!!

6 Conclusies

6.1 Marktinformatie

Jaarlijks wordt zo'n 40 miljoen kilo spruiten uit Nederland uitgevoerd. De uitvoer is hoofdzakelijk op Duitsland gericht. Zo gaat ruim zeventig procent naar Duitsland en volgt op afstand afzet in Frankrijk (10%), Engeland (5%), Italië (3%). De gemiddelde telersprijs voor Nederlandse spruiten was zowel in 2008 als in 2009 teleurstellend laag. In 2010 trok de prijs iets aan.

Consumptie stijgt

Zes op de tien huishoudens in Nederland koopt spruiten. In de afgelopen vijf jaar is de huishoudelijke aankoop van spruiten in Nederland gestegen van 1,6 naar 1,9 kilo.

Onder gepensioneerden is de spruit een geliefde groente. Bijna 8 op de 10 huishoudens met gepensioneerden koopt spruiten. Bijna driekwart van de jonge alleenstaanden koopt nooit spruiten. Daarnaast is de interesse in spruiten bij jongeren in de afgelopen jaren ook nog eens gedaald. In 2005 kocht nog bijna 30 procent spruiten tegen iets meer dan een kwart in 2009. Ook de wat oudere alleenstaanden (40-65 jaar) zijn niet zo gek op spruiten. De helft van deze groep huishoudens in Nederland kocht in 2009 geen spruiten tegen 44 procent in 2005.

6.2 Aankoopgedrag en aspecten

65 plussers zijn ware spruitengenieters. Bijna 70 procent van de gepensioneerden zegt in het seizoen 1 keer per 2 weken of vaker spruiten te kopen, terwijl ongeveer 25 procent van de consumenten tot 35 jaar 1 keer per 2 weken of vaker spruiten in huis haalt. De meest voorkomende aankoopfrequentie is 1 keer per 2 weken kopen van spruiten.

Spruiten moeten vers zijn en mooi groen

Als de consument spruiten koopt, is het erg belangrijk dat het er vers uit ziet. Versheid is het belangrijkste criteria bij de aankoop van spruiten. Ze moeten daarnaast mooi groen zijn en de prijs moet aantrekkelijk zijn. Het land van herkomst en de verpakking vindt men niet zo belangrijk. De presentatie, de prijs en kwaliteit bij het aankoopkanaal zijn volgens de consument over het algemeen in orde. Alle drie de aspecten worden gemiddeld beoordeeld met een 7 of iets hoger.

Kwaliteit in het winkelschap kan beter

Ondanks dat consumenten een ruime voldoende geeft voor de kwaliteit besluit 8 op de 10 kopers soms of vaker geen spruiten te kopen vanwege een slechte kwaliteit. Jongeren zijn duidelijk kritischer over de kwaliteit dan ouderen. De meest voorkomende problemen zijn geel blad, bruine plekken en slappe spruiten. Bij een slechte kwaliteit kiezen de meeste consumenten een andere groente, 3 op de 10 koopt spruiten bij een ander aankoopkanaal en 2 op de 10 koopt er niets voor in de plaats. Ook zijn er weleens problemen met gekochte spruiten thuis. Twee op de tien spruitenkopers heeft thuis weleens slechte ervaringen met spruiten in de vorm van een tegenvallende smaak en snel verouderde spruiten.

Wintergedachte bij spruiten

Bij spruiten denkt de consument aan lekker, gezond, winter en vies. Het winteraspect scoort hoog bij associaties met spruiten. Naast dat winter veel genoemd wordt, komen wintergroente, winterkost, stampopot, vorst, kerst, Elfstedentocht en Henk Angenent voor als antwoorden. Ondanks dat de spruit een echte wintergroente is, wil 3 op de 10 kopers spruiten het liefst jaarrond kopen. De maanden november en december zijn de meest populaire consumptiemaanden voor spruiten. Ook in januari en februari is de spruit een populaire groente op het bord van de consument. In maart neemt de belangstelling echter snel af.

Kansen met geschoonde spruiten

Bijna de helft van de spruitenkopers koopt spruiten in een netje. De 500 gram verpakking is de meest voorkomende. Hierna volgt de aankoop van losse spruiten, gevolgd door flowpack verpakking. De meest gewenste verpakking is geen verpakking, namelijk losse spruiten in een bak. Hierna gaat men voor het 500 gram netje, het netje van 750 gram en geschoonde spruiten in een zakje (flowpack). De interesse in geschoonde spruiten is onder jonge en oudere kopers bijna even hoog.

Weinig bereidingsvariatie

Bijna alle kopers van spruiten bereiden spruiten als kookgerecht met aardappels. Eén op de tien bereidt spruiten weleens in een ovensgerecht met meestal aardappels of in een hartige taart of pastagerecht. Ook één op de tien maakt wel eens een roerbakgerecht met spruiten. Spruiten worden niet vaak gecombineerd met andere groenten. Als dat wel plaatsvindt dan is dat vaak met producten als appelmoes (fruit), broccoli, champignons, stoofperen (fruit), uien en paprika. Recepten worden niet vaak gebruikt. Bijna een derde maakt weleens gebruik van een recept bij het bereiden van spruiten.

Kooktijd moet korter

Maar liefst 70 procent van de consumenten die spruiten kookt, houdt een kooktijd aan van langer dan 10 minuten. Een kwart laat de spruiten in ongeveer 20 minuten gaarkoken, terwijl 12 procent 25 minuten of langer als kooktijd aanhoudt. Voor het behoud van de smaak is dat veel te lang.

Interesse in meer recepten

Om de consument meer spruiten te laten kopen zijn het verstrekken van recepten en meer prijspromoties volgens gebruikers van spruiten de meest geschikte acties. Niet-kopers noemen geen enkele actie om ze te verleiden tot de aankoop van spruiten. Een zoetere spruit aanbieden, scoort het hoogst bij jongeren en wordt nauwelijks genoemd door 65 plussers. Meer informatie over de gezonde eigenschappen wordt juist weer op prijs gesteld door ouderen.

Andere kleur en smaak?

Consumenten zijn wel in voor innovaties bij spruiten. De helft van de respondenten wil de paarse mild zoete spruit die momenteel op beperkte schaal in Engeland verkrijgbaar is, weleens proberen. 20 procent laat deze spruit links liggen en 30 procent weet nog niet wat ze doen.

Smaak bijna een 8

De smaak van spruiten wordt gemiddeld beoordeeld met een 7,7. Hoe ouder de consument hoe hoger het cijfer. Gepensioneerden geven ruim een 8 aan de smaak. De meeste huidige kopers van spruiten zijn dus tevreden over de smaak. De meerderheid vindt de smaak dus prima. Bij peiling van interesse in een zoeter smakende smaak blijkt dat het merendeel zegt geen behoefte te hebben aan een zoeter smakende spruit. Het blijkt voor de consument lastig om een oordeel te geven zonder te weten wat zoet is. Hiertoe is vervolgens een smaaktest uitgezet.

Klassiek en mild zoet

De consument heeft twee soorten spruiten geproefd: mild zoete spruiten en klassieke spruiten. Uit een blinde test thuis uitgevoerd wordt de mild zoete spruit minder bitter, zoeter en frisser beoordeeld dan de klassieke spruit. Bijna tweederde van de consumenten proeft een duidelijk smaakverschil. Ouderen eten meer spruiten dan jongeren en kunnen beter de verschillen proeven. Iets meer dan de helft van de consumenten geeft de voorkeur aan de mild zoete spruit. Circa een derde gaat voor de klassieke spruit, terwijl 12 procent geen voorkeur heeft.

Afzetkansen voor mild zoete spruit

Vooraf consumenten met een voorkeur voor de mild zoete spruit geven aan vaker spruiten te gaan kopen als alle spruiten in de winkel die spruit zouden zijn. Maar de klassieke spruit moet zeker niet verdwijnen uit het schap. Consumenten met een voorkeur voor de klassieke spruit noemen als reden dat die spruit een echte spruitensmaak heeft, smaakt zoals een spruit hoort te smaken en de smaak is die ze kennen. Degenen die gaan voor de mild zoete spruit doen dat doordat de spruit lekkerder is, zachter van smaak is, frisser, zoeter en minder bitter. Er is dus een afzetmarkt voor de mild zoete spruit naast de klassieke spruit.

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