

# ‘Waarom bio?’

## ANALYSE VAN ONLINE ENQUÊTE ONDER BIOCONSUMENTEN

*Een inzicht hebben in de beweegredenen van consumenten en in hun aankoopgedrag of profiel, is erg belangrijk voor jouw bedrijf. Op basis hiervan kan je immers keuzes maken voor je assortiment of je communicatie afstemmen op hun verwachtingen. Meer nog, het kan vormgeven aan de strategie die je bedrijf kan doen groeien of verbeteren. Daarom lanceerde BioForum Vlaanderen op [www.biomijn Natuur.be](http://www.biomijn Natuur.be) de ‘Waarom kies jij bio?’ enquête voor bioconsumenten. Ze is ook een aanvulling op de jaarlijkse GfK-cijfers en gaat dieper in op de motivaties en het koopgedrag van bioconsumenten.*

De enquête liep van 10 januari tot 20 februari 2012. Wel 2269 bioconsumenten hebben tijdens die periode hun mening gedeeld. De enquête maakten we bekend met een consumenten-mailing en op onze facebookpagina ‘Lekker Bio’. Ook enkele biowinkels en thuisverkopers, en organisaties als VLAM, Velt, Eva en Netwerk Bewust Verbruiken hielpen bij de verspreiding.

### Wie hebben we kunnen bereiken?

Dat vrouwen het meeste instaan voor de aankopen, blijkt uit vele onderzoeken en kunnen winkeliers vast ook merken. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de meeste respondenten vrouwen zijn (76,2%). Qua leeftijd hebben we een mooie spreiding, met de grootste groep tussen 35 en 54 jaar (53,5%), 20,1% jonger dan 35 en 26,4% ouder dan 55. De gemiddelde leeftijd van de bioconsument is 46 jaar.

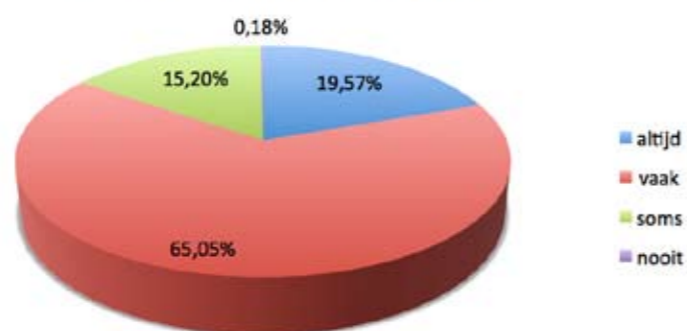
Omdat we hoopten profielverschillen vast te stellen in aankoopgedrag, hebben we ook gevraagd naar opleidingsniveau, gezinssituatie en stedelijke of landelijke woonplaats. Qua opleidingsniveau stellen we vast dat de meerderheid hoger onderwijs heeft gevolgd: 48,8% niet-universitair, 30,3% universitair. In de gezinssituatie zagen we volgende verdeling: 38,3% heeft kinderen, 39,2% woont samen zonder kinderen, 22,5% is alleenstaand. Er is een redelijke spreiding over heel

Vlaanderen, behalve de provincie Limburg, deze is ondervertegenwoordigd (4,5%). Oost-Vlaanderen topt af met 27,7%. Qua type omgeving is er gelijkmatige verdeling: 37,5% stedelijk, 36,8% landelijk en 25,7% tussenin.

Het publiek dat de enquête beantwoordde heeft duidelijk het profiel van een echte bioconsument. De meerderheid van de respondenten geeft aan vaak (65%) tot altijd (20%) biologisch te kopen. Het gemiddelde aankooppercentage van biovoeding dat ze zelf opgeven is 58,3%.

### Welke tendensen stellen we vast?

#### "Hoe regelmatig koop je bio?"



### Aankoopkanalen

De meest gebruikte aankoopkanalen voor bio zijn de biowinkels en de supermarkten. 42,9 % combineert beide kanalen. 27,2% koopt bio overwegend in de biowinkel, 21,6% koopt meestal in de supermarkt. 16,3% koopt regelmatig op de boerderij, 49,6% maakt nooit gebruik van dit kanaal.

De meerderheid consumeert bio thuis. Bio consumeren op café of op de werkplek moet nog ingang vinden.

### Producten

Groenten & fruit zijn duidelijk de meest voor de hand liggende bioproducten. Vooral van groenten zijn er veel kopers (38,7% altijd en 43,4% vaak) en ook fruit doet het goed (31,8% altijd en 43,0% vaak). Een unieke positie is weggelegd voor eieren: ze worden niet alleen meer gekocht dan biofruit, ze scoren bovendien het beste in de categorie van producten die altijd bio gekocht wordt (59,5% altijd;

18,33% vaak). Ook melk is zo een uitverkoren product waarbij 45,39% van de bevrageden altijd kiest voor bio.

Dan volgen in het rijtje een aantal droogwaren: thee, pasta en rijst. Deze producten zijn duidelijk toegankelijk voor veel mensen. Kaas, broodbeleg en fruitsap volgen.

Producten als brood en tussendoortjes zijn zaken waarin klanten vaker afwisselen.

Koffie is een product waaraan ze meer getrouwheid geven: 31,2% koopt het altijd bio, 25,52% nooit bio.

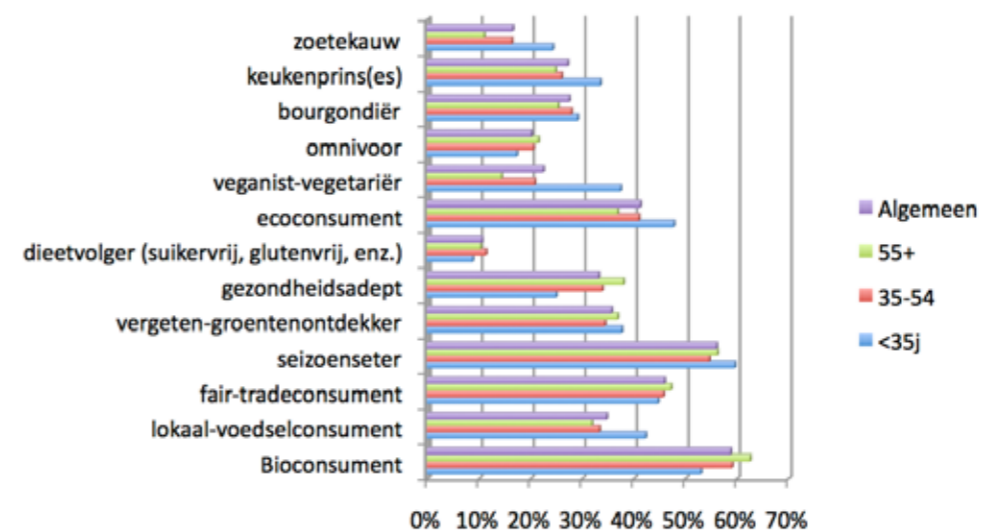
Bij de dierlijke producten zien we een groot onderscheid tussen vlees en vis. De aankoopgradatie van vlees is heel

gespreid, voor vis is het overwegend negatief: 37,73% koopt nooit biologische vis, 34,64% wel soms. Ook ontbijtgranen, voedingssupplementen en bereide maaltijden kopen de respondenten zelden bio.

### Drempels

Met de open vraag “wat zou je motiveren om bio te kopen?” peilden we naar de drempels die mensen ervaren om meer bio te kopen. Het grootste knelpunt blijft de prijs. Maar liefst 48% maakt spontaan een verwijzing naar ‘prijs, duur, budget of loon’. Hierbij moeten we wel meegeven dat er ook zijn die hun antwoord duidelijk nuanceren. Prijs speelt wel degelijk een rol, maar het is vooral het prijsverschil met gangbare producten dat een drempel vormt. Andere spontane reacties gaan o.a. over nabijheid, bereikbaarheid, assortiment... Actief inspelen op deze drempels kan een stimulans zijn om de biosector te doen groeien.

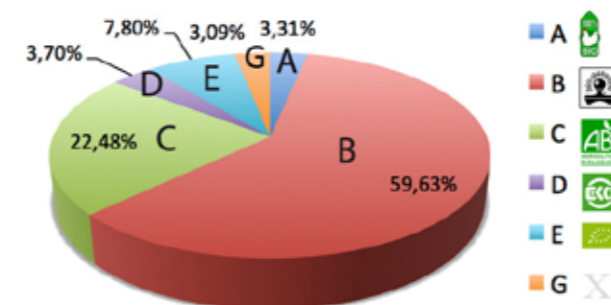
## Welk soort consument ben jij?



### Biogarantie® en EU-label

Met de komst van het nieuwe EU-label en de vernieuwing van het privé-lastenboek voor Biogarantie is het ook nuttig te weten in welke mate het EU-label al gekend is en welke biolabels het meeste vertrouwen krijgen.

## Welk biolabel geeft je het meeste vertrouwen?



Ongeveer een jaar na de introductie van het nieuwe Europese label stellen we vast dat het vrij goed gekend is: 43% herkent het als een label dat verwijst naar gecertificeerd bio. De bekendheid van Biogarantie scoort een uiterst hoge 94%. Het Franse AB en Nederlandse EKO zitten op respectievelijk 87% en 50%. Opgelet, de respondenten zijn natuurlijk uitsluitend liefhebbers van bio, wat deze hoge scores voor een deel kan verklaren.

Wanneer we vragen in welk label ze het meeste vertrouwen hebben, komt ook hier Biogarantie er met een duidelijke voorsprong uit, met een gemiddelde waarderingsscore van 8,66/10.

Over de inhoud van het Biogarantielabel zijn de antwoorden wat uiteenlopend: 41% haalt duurzame bedrijfsvoering eruit als meerwaarde, voor 38% verwijst het label ook naar een eerlijke prijs voor de boer en 32% koppelt het aan bio uit België.

BioForum Vlaanderen gaat verder aan de slag met deze resultaten en hoopt dat ze ook van nut kunnen zijn in jouw winkel of in jouw communicatie.

Meer weten? Contacteer Marijke Van Ranst: [marijke.vanranst@bioforum.be](mailto:marijke.vanranst@bioforum.be) of 03/286 92 67