

Traditionele toppers verdienen meer lof



VAK | door Wilco van den Berg, GroentenFruit Huis

Bayer CropScience Vegetable Seeds/Seminis organiseerde op maandag 3 oktober het Brassica Academy Event. Bloemkool-, broccoli- en kooltelers uit heel Nederland waren aanwezig in Lutjebroek (N.-H.). Brassica-groenten zijn zowel populair bij de teler als bij de consument. Op 12.000 hectare wordt in Nederland groenten uit de Brassica-groep geteeld. Zo ging het in 2021 om een oogst van 305 miljoen kilo. Hiermee viel de productie bijna even hoog uit als in 2001. De bloemkooloogst bedroeg 51 miljoen kilo in 2021. Twintig jaar geleden pronkte bloemkool bovenaan de lijst van meest gekochte groenten in Nederland. Momenteel staat bloemkool op plek 6, zoals blijkt uit cijfers van GfK. Dramatisch of toch niet? Vooral een stijgende populariteit van tomaat, komkommer en ui zorgde dat bloemkool in rangorde daalde. Daarnaast moet niet vergeten worden dat broccoli een sprong

Ten onrechte wordt nog weleens beweerd dat bloemkool voor bejaarden is en witlof steeds minder in de Nederlandse keuken is te vinden. Deze twee groenten zijn populairder dan velen denken. In de eerste week van oktober vonden er twee bijeenkomsten plaats waar GroentenFruit Huis de echte feiten kon delen.

naar boven heeft gemaakt. Zo is broccoli in Nederland de op zeven na meest gekochte groente. Rond plek 20-25 staan andere koolsoorten zoals spruitkool, zuurkool, spitskool en boerenkool. Bloemkool liet in 2021 overigens voor het derde jaar op rij een consumptiestijging zien. Deze groente doet het ook goed in verspakketten en pureersoepen. Gezinnen met kinderen lopen weg met bloemkool.

Witlof en jongeren

Een andere traditionele Hollandse groente is witlof, op 7 en 8 oktober centraal op de Witlof Biënnale in het Belgische Kampenhout. In de afgelopen acht jaar is de totale Nederlandse witlofconsumptie min of meer stabiel gebleven. Zo is witlof onder 65-plussers de op drie na meest gekochte groente. Bijna negen op de tien ouderen koopt witlof. Bij jongeren staat witlof echter niet in de top-10 van meest gekochte groenten. Aandacht is dus wel vereist. Wat kan de rol van social media en/of inzet van een influencer zijn?

Er wordt weleens gezegd dat het niet mogelijk is om de aankoop van witlof bij jongeren te verhogen. Dat is niet waar. In 2021 kochten kopers jonger dan dertig jaar gemiddeld 3,4 kilo tegen 2,5 kilo in 2017. Mooi nieuws, alleen vertegenwoordigt deze kopersgroep maar 4% van de totale witlofaankopen in Nederland. Meer dan driekwart van de aankopen komt voor rekening van kopers van vijftig jaar of ouder. Momenteel vallen zo'n 7 miljoen Nederlanders onder de zogenaamde ge-



FOTO: MISSET

Gezinnen met kinderen lopen weg met bloemkool.

maksgeneratie. Het gaat dan om leeftijdsgenoten van de Generatie Z (8-24 jaar) en Millennials (25-40 jaar). Het koopgedrag groenten en fruit is substantieel anders dan bij mensen boven de veertig. Het aantal jongeren dat geen zin heeft om te koken groeit nog altijd.

Naast op jongeren moet niet vergeten worden om te focussen op gezinnen met kinderen. 10% consumptiestijging onder gezinnen met kinderen zet meer zoden aan de dijk dan 10% stijging onder jongeren (bijvoorbeeld < 30 jaar). Onder gezinnen met kinderen scoren verspakketten enorm hoog. Witlof is echter nauwelijks te vinden in die pakketten. Een mooie uitdaging voor de sector om daar wat aan te veranderen.



FOTO: RUUD PLOEG

In de afgelopen acht jaar is de totale Nederlandse witlofconsumptie min of meer stabiel gebleven.