Persbericht AKK project Duurzame Groenteketens
12 juni 2003

Naar milieuvriendelijker groente: aankoopmotieven in kaart gebracht

Smaak, gezondheid en kennis over het product spelen een belangrijke rol bij de aankoop van milieuvriendelijker groente. Dit blijkt uit een onderzoek onder klanten van supermarktketen Jumbo en gasten van Center Parcs. Het onderzoek vormt een stap in de ontwikkeling van een internationaal ketenconcept voor duurzamer geproduceerde en verhandelde groente.

De stichting Agro Keten Kennis (AKK) startte een jaar geleden mede op initiatief van Center Parcs het project 'Duurzame Groenteketens'. Doel is het ontwikkelen van een internationaal ketenconcept voor een jaarrond aanbod van milieuvriendelijker geproduceerde groente. Het gaat daarbij zowel om duurzamer teeltmethoden als om het transport en de verwerking. Uitgangspunt vormen de regels voor het Nederlandse keurmerk 'Milieukeur', die in het kader van dit project een bredere toepassing moeten krijgen. Andere deelnemers zijn: Jumbo Supermarkten, Groentehof BV (een groentesnijderij), FresQ (een coöperatie van telersverenigingen), Jac. van den Oord (een aardappelleverancier), het Productschap Tuinbouw en de Stichting Milieukeur. Daarnaast dragen onderzoekers van ATO en LEI bij aan het project.

Een onderdeel van het project vormt een recent door het LEI uitgevoerd consumentenonderzoek. De vraag was hoe consumenten tegen milieuvriendelijke producten aankijken en of ze deze vinden passen bij hun vakantiepark of supermarkt. Dat laatste bleek met betrekking tot Jumbo Supermarkten en Center Parcs geen probleem; ze hebben een imago waarin milieuvriendelijke groente past. Meer algemeen is de consument bereid milieuvriendelijker groente te kopen, mits dat voordeel oplevert voor smaak en gezondheid. Mensen die kennis hebben over het product en zijn verkrijgbaarheid en die er van overtuigd zijn dat zij hiermee bijdragen aan een beter milieu, gaan eerder tot aankoop over. Klanten van Jumbo kopen vaker zulke groente als zij van mening zijn dat die langer houdbaar is, en niet te duur.
In een vervolgfase van het project zullen voor de verschillende afzetkanalen aanbevelingen worden gedaan voor marketing en communicatie van milieuvriendelijker groente. Nu al kan worden vastgesteld dat zowel Center Parcs als Jumbo het aanbod van milieuvriendelijker groente kunnen motiveren vanuit de betekenis van smaak en gezondheid voor de consument. Center Parcs kan dit koppelen aan het genieten en ontspannen in een gezonde omgeving. Jumbo kan de producteigenschappen in relatie brengen met zijn milieuvriendelijke imago.

Het project ‘Duurzame Groenteketens’ maakt deel uit van het programma ‘Duurzame Agro Food Ketens’ van de Stichting Agro Keten Kennis (AKK). Financiering vanuit deze stichting is bedoeld voor ketenprojecten in de agrofoodsector die een bijdrage leveren aan maatschappelijk gewenste vernieuwing om de concurrentiekracht van de Nederlandse agri-business te versterken. De eindresultaten van het project worden eind 2003 verwacht.

Noot voor de redactie:

Voor nadere inlichting over dit project kunt u contact opnemen met de projectleider Arend Zeelenberg (tel: 06-5478055, e-mail: arend@buro-az.nl) of met het Klaas Jan Kramer van het LEI (tel: 070-3358245, e-mail: klaasjan.kramer@wur.nl)