

Bionext maakt zich sterk voor méér duurzame biologische voeding en landbouw. Samen met boeren, handelaren, winkels en consumenten. We geven informatie, zorgen dat biologisch beter verkrijgbaar wordt en we bewaken en verbeteren de kwaliteit van het biologische product. Samen met de biologische sector zorgen we ervoor dat de biologische landbouw en voeding zich steeds verder ontwikkelt. En, heel belangrijk: We brengen mensen in contact met de bron van hun voedsel: de biologische boeren en tuinders!

Biologisch is goed voor mens, dier & milieu. Biologische boeren en tuinders werken niet ten koste van, maar samen mét de natuur. Dat levert lekkere en gezonde producten op én heeft grote voordelen voor dierenwelzijn, biodiversiteit, milieu en voedselzekerheid op de lange termijn (door het behoud van bodemvruchtbaarheid).

Oktober 2017

Colofon

Het (gedeeltelijk) overnemen en/of kopiëren van dit rapport is uitsluitend toegestaan na overleg met Bionext. Bij overname of kopiëren van (delen van) dit rapport moet Bionext als auteur vermeld worden.

Nadere informatie omtrent het project kan verkregen worden bij Bavo van den Idsert, e-mail: van.den.idsert@bionext.nl

Bionext
Nieuwe Kazernelaan 2 D42
6711 JC Ede
telefoon 030 233 99 70
e-mail: info@bionext.nl
website: www.bionext.nl

Samenvatting:

Biologische omzet groeit door naar 1,4 miljard euro

Met het Bionext Trendrapport presenteren wij jaarlijks de meest complete ontwikkeling van biologische landbouw en voeding in Nederland. Net als vorig jaar bevat het Trendrapport cijfers over het afgelopen jaar (2016).

De belangrijkste ontwikkelingen van het afgelopen jaar in Nederland zijn:

- Sterke groei in 2016 van boeren in omschakeling naar biologisch. Eind 2016 waren 248 boerenbedrijven in omschakeling naar biologisch. Dat is ruim 100 meer dan het aantal boeren omschakelbedrijven in heel 2015. Het areaal in 2016 gegroeid van 56.729 naar 58.446 hectare; een toename van 1717 hectare. Er was eind 2016 3.819 hectare in omschakeling.
- De supermarkten hebben in 2016 12% meer omzet gerealiseerd in biologische producten. Deze omzetverhoging gaat niet ten koste van de omzet in de biologische speciaalzaken, maar lijkt wel de oorzaak te zijn van de aanhoudende stagnatie in dit kanaal.
- Het groeicijfer voor 2016 is 10% (supermarkten, speciaalzaken, foodservice en overige kanalen). De omzetcijfers van de overige kanalen is op schattingen gebaseerd, waarmee de totale omzet van biologisch in 2016 in Nederland geraamd wordt op de 1,4 miljard.

De Nederlandse ontwikkeling van biologische landbouw en voeding volgt de internationale groeitrend van biologisch. Op het gebied van de landbouw heeft Nederland met 3,1% areaalaandeel biologisch (2016) een achterstand ten opzichte van het gemiddelde areaalaandeel in de EU van 6,2% (2015). Ten opzichte van een vergelijkbaar land als Denemarken, waar het biologisch areaalaandeel in 2016 al boven de 8% gestegen is, ligt Nederland nog verder achter. Daarom is het verheugend dat een inhaalslag is ingezet in 2016.

Ten aanzien van de groei van de consumentenmarkt kijkt Nederland met ruim 3% marktaandeel ook tegen een achterstand aan ten opzichte van landen als Duitsland (ruim 4%) en Denemarken (ruim 8%). Met een groei van 10% in de consumentenmarkt verliest Nederland niet verder terrein ten opzichte van Duitsland (10%) en Denemarken (7%).

Met de huidige autonome groei zal de omzet in biologische voeding in 2020 de 2 miljard euro omzet passeren. Met de inzet van een aantal gerichte beleidsinstrumenten, die beschreven zijn in het Bionext actieplan 'De duurzame groei van biologisch' uit 2016 kan een verviervoudiging van de biologische omzet gerealiseerd worden. De omschakeling moet meegroeien met deze marktversnelling. Hiervoor zijn ook maatregelen opgenomen in het actieplan.

De grote doorbraak van biologische landbouw en voeding zal nog sneller plaatsvinden als een model van true cost pricing & accounting in de volle breedte van de landbouw- en voedingsector wordt doorgevoerd. Hierbij worden de externe kosten meegenomen in de kostprijs van het product, bijvoorbeeld van milieu, dierenwelzijn, bodem, biodiversiteit, waterkwaliteit en gezondheid. Biologisch scoort op deze punten goed.

Bavo van den Idsert, directeur Bionext

Verantwoording:

- De supermarktcijfers in dit Trendrapport zijn afkomstig uit de Duurzaamheidsmeting die IRI in opdracht van Bionext e.a. heeft samengesteld.
- De cijfers van de biologische speciaalzaken en de overige afzetkanalen zijn afkomstig van Bionext.
- De cijfers van het Foodservicekanaal 2016 zijn afkomstig van FSIN en uit de Monitor Duurzaam Voedsel 2016 van Wageningen Economic Research (voorheen LEI).
- Cijfers over andere landen in de EU zijn afkomstig van FIBL.



Inhoudsopgave

Samenvatting:	1
Biologische omzet groeit door naar 1,4 miljard euro	1
1 De biologische sector in Nederland: land- en tuinbouw	3
2 Ontwikkeling biologisch in de supermarkt	4
2.1 Supermarkt groeit stevig door in 2016	4
3 Ontwikkeling biologisch in de speciaalzaken	5
4 Overige verkoopkanalen	6
4.1 Food service.....	6
4.2 Bezorgdiensten en online verkopen	6
4.3 Boerderijwinkels en (boeren)markten	7
4.4 Kaas- en delicatessenwinkels.....	7
4.5 Discounters	7
5 Omzetontwikkeling biologisch totaal	8
5.1 Verdrievoudiging biologische omzet tussen 2006 en 2016	8
6 Mondiale ontwikkeling: wereldwijde groei	9



1 De biologische sector in Nederland: land- en tuinbouw

	2015	2016	Index
Aantal gecertificeerde landbouwbedrijven	1.508	1.586	105,2
Aantal bedrijven in omschakeling	117	245	209,4
Aantal geregistreerde landbouwbedrijven	1.625	1.831	112,7
Areaal gecertificeerd (in ha)	56.729	58.446	103,0
Areaal in omschakeling (in ha)	2.391	3.319	138,8
Totaal geregistreerde areaal (in ha)	59.120	61.765	104,5

2016*: aantal per 1-1-2017

Bron: Skal Biocontrole

Het biologisch landbouwareaal schommelt al enkele jaren tussen de 3 en 3,5% van het totaal. Lange tijd is de omschakeling naar biologische landbouw achtergebleven bij de vraagontwikkeling. In 2016 is de groei van het bio-areaal op gang gekomen; deze is met 3% toegenomen van 56.729 naar 58.442 hectare

Het aantal bedrijven in omschakeling is ruim verdubbeld naar 245 in 2016.

Met name de zuivel, waar Nederland enige tijd afhankelijk is geweest van import, is bezig met een inhaalslag. Meer dan de helft van de omschakelaars (136) bestaat uit melkveehouders. Bij sommige zuivelcoöperaties is op dit moment een wachtlijst voor omschakeling naar biologisch, omdat men nog geen zekerheid heeft over de afzetmogelijkheden van biologische melk(producten).

Van de andere landbouwsectoren profiteert vooral de grove akkerbouw van de toenemende belangstelling voor biologisch. Ook in de pluimvee- en de varkenshouderij neemt de omschakeling naar biologisch toe. Ruim 20% van alle pluimveebedrijven is geheel of gedeeltelijk actief met biologische kippen.

De Nederlandse biologische landbouw en handel heeft ook een sterke exportpositie, met name gericht op West-Europa en in het bijzonder Duitsland. In totaal wordt voor ruim een miljard aan biologische producten geëxporteerd. Van de producten van eigen bodem is er vooral export van aardappelen en groenten, eieren, kaas en vlees (bron: Bionext Exporttrend Biologisch 2014).

Door de sterk groeiende vraag naar biologisch in binnen- en buitenland neemt de behoefte aan groei van het biologische areaal in Noordwest Europa sterk toe. Nederland loopt qua aandeel van biologische landbouw fors achter ten opzichte van de rest van Europa; 3,1% tegenover gemiddeld 6,2% in de rest van de EU-landen (meting Fibl 2016). Mede door een krachtig overheidsbeleid is in landen als Denemarken en Zweden het biologisch areaal gestegen tot boven de 8% van het totaal en dat zal doorgroeien tot circa 20% in 2020. In Duitsland is het areaal momenteel ruim 6% biologisch, maar desondanks importeert Duitsland rond de 50% van haar biologische producten uit het buitenland.



2 Ontwikkeling biologisch in de supermarkt

Productgroepen*	2015	2016	Index	2016	
	omzet Bio (€)	omzet Bio (€)		totaal omzet (€)	marktaandeel (%)
	(x mln)	(x mln)		(x mln)	
AGF	140,2	148,4	105,9	3.614	4,1
Brood en banket	21,5	27,1	126,0	1.724	1,6
Eieren	32,6	36,4	111,7	259	14,1
Vis	7,5	7,8	104,0	557	1,4
Vlees	108,8	123,5	113,5	3.835	3,2
Zuivel	128,6	137,3	106,8	3.371	4,1
Houdbaar (DKW)	215,8	254,4	117,9	9.912	2,6
Totaal	654,8	734,9	112,2	22.448	3,3

* Bron: IRI juni 2016

2.1 Supermarkt groeit stevig door in 2016

Biologisch blijft gestaag doorgroeien in de Nederlandse supermarkten. In 2016 is de omzet met 80 miljoen euro toegenomen naar 734,9 miljoen euro; een stijging van 12,2%. Bio groeit veel harder dan de totale supermarkt omzet in voeding groeit. Het marktaandeel bio in de supermarkt is daardoor toegenomen van 2,9 naar 3,3%.

Koplopers in de groei is het segment van de droge kruidenierswaren (DKW), waar onder meer de categorieën sappen, dranken, koffie & thee, ontbijtproducten, broodbeleg, babyvoeding, zoete en zoute snacks en conserven toe worden gerekend. DKW stijgt in totaal met 17,9%. De belangrijkste verklaring voor deze groei is dat het aanbod van houdbare producten in de supermarkt zich blijft verbeteren, waar in de beginjaren de nadruk vooral op het versassortiment lag. De hardste groeiers in dit segment zijn snoep&koek (35%), deegwaren (19%), soepen (18%), babyvoeding (16%) en koffie-thee-cacao (15%).

Uitschieters in de versgroepen zijn brood&banket met 26%, vlees met 13,5% en eieren met 11,7%.

Het product met het hoogste marktaandeel blijft het biologische ei: 14,1%. Biologische AGF en Zuivel volgen beide met 4,1% marktaandeel.



3 Ontwikkeling biologisch in de speciaalzaken

Productgroepen**	2015	2016	Index
	Bio	Bio	
AGF	55,6	54,3	97,7
Brood&banket	27,8	27,1	97,5
Zuivel&kaas	39,8	39,5	99,4
Vlees&diepvries&koelvers	43,7	45,5	104,1
DKW	171,1	169,9	99,3
Totaal	338	336,3	99,5

** Bron: Bionext, mei 2017

3.1 Stagnatie speciaalzaken houdt aan

De biologische winkels ondervinden concurrentie van de verkoop van biologische producten in de andere kanalen. In de sterke groeifase 2008-2013 ging de groei in de supermarkt en andere kanalen niet ten koste van de biologische winkels.

In het najaar van 2014 kwam voor het eerst in dertien jaar een einde aan de jaarlijkse groei van 5 tot 10%. Sinds 2015 stagneert de bio-omzet in de gespecialiseerde winkelkanalen en neemt in 2016 met een half procent af. Dit wil niet automatisch zeggen dat er minder producten in de speciaalzaken verkocht zijn. De omzetzaling kan mede een gevolg zijn van lagere prijzen als gevolg van toegenomen concurrentie.

Feit is wel dat de omzet per mandje in de speciaalzaak lager is dan in de supermarkt. De speciaalzaak slaagt er maar bij een selecte groep klanten in de leverancier van alle dagelijkse boodschappen te zijn, terwijl veel consumenten de voorkeur geven aan 'one-stop-shopping'. Met de toename van het aantal biologische producten in de supermarkt ligt op dit punt een duidelijke uitdaging bij de speciaalzaken voor de komende jaren.

In de speciaalzaak worden nog steeds meer houdbare producten verkocht dan verse. In de supermarkten is dit precies andersom.



4 Overige verkoopkanalen

Van de 'overige kanalen' kanalen zijn, met uitzondering van de Foodservice, nog geen cijfers over 2016 beschikbaar, maar we geven een indicatie van de ontwikkelingen.

4.1 Food service

Foodservice is de verzamelnaam voor bedrijven die consumptie buitenshuis aanbieden. De sector bestaat uit horecabedrijven (logies, restaurants, dranken, fastfood), leisure (sport, recreatie), catering (bedrijven, instellingen, onderwijs, transport) en 'onderweg' (tankstations, vervoer en restaurants in winkels en warenhuizen). De Nederlandse consument gaf in 2016 in totaal 18,3 miljard euro uit in het foodservicekanaal. Er werd in dit kanaal circa 480 miljoen euro meer uitgegeven dan in 2015, een stijging van 3%.

De duurzame keurmerkenomzet steeg van 812 miljoen naar ruim 1 miljard euro, een stijging van 14%.* De berekening van de bio omzet in de Foodservice van Wagening Economic Research in de Duurzame Monitor van 2016 ligt op 187 miljoen euro. In dit Trendrapport neemt Bionext dit cijfer over, maar naar onze berekening is deze inschatting te laag. Bionext komt op basis van de gerapporteerde duurzame omzet per productcategorie een stuk hoger uit (250 tot 275 mio omzet). Met name in brood, zuivel, eieren, vlees, thee, dranken en droge kruidenierswaren heeft biologisch een substantieel aandeel in de foodservice omzet aan duurzame keurmerken. Het marktaandeel biologisch in dit kanaal met ruim 1% groeit, maar blijft vooralsnog bescheiden vergeleken bij de retail.

Als verklaring kan gegeven worden dat in het grootste deel van de foodservice de consumentenpull uit de retail ontbreekt. In het restaurant heb je als consument niet de keus tussen een biologische bloemkool of een gangbare. Je bent als gast afhankelijk van wat chef-kok, f&b-manager of inkoper voor je ingekocht heeft. De horecagroothandels zouden hier in navolging van de supermarkt beter op in kunnen spelen dan zij nu doen. Tot die tijd koopt de consument voor zichzelf meer bio dan chef-kok of cateraar hem voorzet. Het is duidelijk dat de bedrijven hier nog kansen laten liggen.

* = bron: Monitor Duurzaam Voedsel 2016 van Wageningen Economic Research.

4.2 Bezorgdiensten en online verkopen

De Nederlander eet gemiddeld één afhaalmaaltijd per week. De markt van thuisbezorg- en afhaaleten was in 2016 al goed voor een omzet van 1,7 miljard euro. Het grootste deel kwam voor rekening van de bezorgdiensten van de grotere supermarkten (580 miljoen), maar de diverse groep van webwinkels, maaltijdboxen, thuisbezorgservices (pizzakoeriers), maaltijden voor senioren e.d. groeit snel en wordt steeds bonter. Opvallende speler is websuper Picnic die snel uitbreidt en sinds een jaar ook steeds meer biologische producten opneemt.

Er wordt voor de totale online aankopen en bezorgdiensten een verdrievoudiging binnen tien jaar voorspeld, maar er zijn analisten die een veel sterkere groei voorzien. Andere deskundigen denken daarentegen dat het marktaandeel van het online supermarktkanaal op zijn best tot 5% zal groeien omdat Nederland al een grote supermarktdichtheid heeft met 4.300 vestigingen en steeds ruimere openingstijden.



Het optimisme van sommigen experts is ingegeven door de recente overname van bio-supermarkt Whole Foods in de VS door Amazon, die meteen een prijsverlaging aankondigde. Dat heeft retailland voor de zomer opgeschrikt. De verwachting is dat Amazon een serieuze aanval gaat doen op de conventionele retail, met name in het hogere segment van kwaliteitsvoeding. De aandeelwaarde van Ahold-Delhaize heeft hieronder sterk te lijden gehad en daalde met 25%.

Er is in de afgelopen tien jaar een aantal gespecialiseerde biologische webshops en concepten voor biologische maaltijdboxen ontstaan. Daarnaast worden biologische producten ook opgenomen in bijvoorbeeld webshops voor wijn en gangbare maaltijdboxen. De exacte omzet is nog niet nauwkeurig te meten, maar de schatting is dat het om een biologische omzet van circa 15 tot 20 miljoen euro gaat.

4.3 Boerderijwinkels en (boeren)markten

Nederland heeft zo'n 300 biologische boerderijwinkels en een aantal biologische week- of boerenmarkten, waar biologische producten verkocht worden. De markt is redelijk stabiel en groeit niet of nauwelijks. In 2012 heeft Bionext een meting gehouden van de omzet in deze groepen en die bedroeg totaal 35 miljoen euro.

De inschatting is dat de huidige bio-omzet ongeveer gelijk is aan de meting van 2012.

4.4 Kaas- en delicatessenwinkels

In steeds meer kaas- en delicatessenwinkels zijn ook biologische kwaliteitskazen en wijnen verkrijgbaar. De omzet hiervan is niet bekend, maar wel groeiend. Dit valt af te leiden aan het groeiende aanbod biologische kazen in kaas- en delicatessenwinkels.

4.5 Discounters

De omzet van de discounters Aldi en Lidl wordt niet meegenomen in de supermarkt-omzetmeting van IRI. In 2012 is een eerste inschatting gemaakt van de biologische omzet via Aldi en Lidl: 7 miljoen euro. Vooral de laatste twee jaar tonen de discounters zich veel actiever in de verkoop van biologisch. Aldi verdubbelde bijvoorbeeld zijn assortiment in 2016. Men concentreert zich op de hardlopers, zoals tomaten, komkommers, rijst, pasta, muesli, gehakt, zuivel en een aantal producten waarvan het risico op derving beperkt is (pizza, houdbare producten, ijs). De inschatting is dat omzet van biologisch via discounters sterk in de lift zit en de komende jaren een stevige groei zal laten zien.

De fair-share in biologisch (de index die laat zien of een bedrijf qua omzet in een productgroep beter of slechter scoort dan in totaal) is bij de discounters laag. De verwachting is daarom dat de discounters dit komend jaar de ambitie hebben hun marktaandeel in biologisch te verhogen.



5 Omzetontwikkeling biologisch totaal

Omzetontwikkeling totaal bio	2015	2016	Index
Supermarkt*	653,7	734,6	112,2%
Speciaalzaak**	338	336,3	99,5%
Foodservice***	200	230	115,0%
Overig****	80	100	125,0%
	1271,7	1400,9	110,2%

* Bron: IRI 2016 rapportage supermarkt

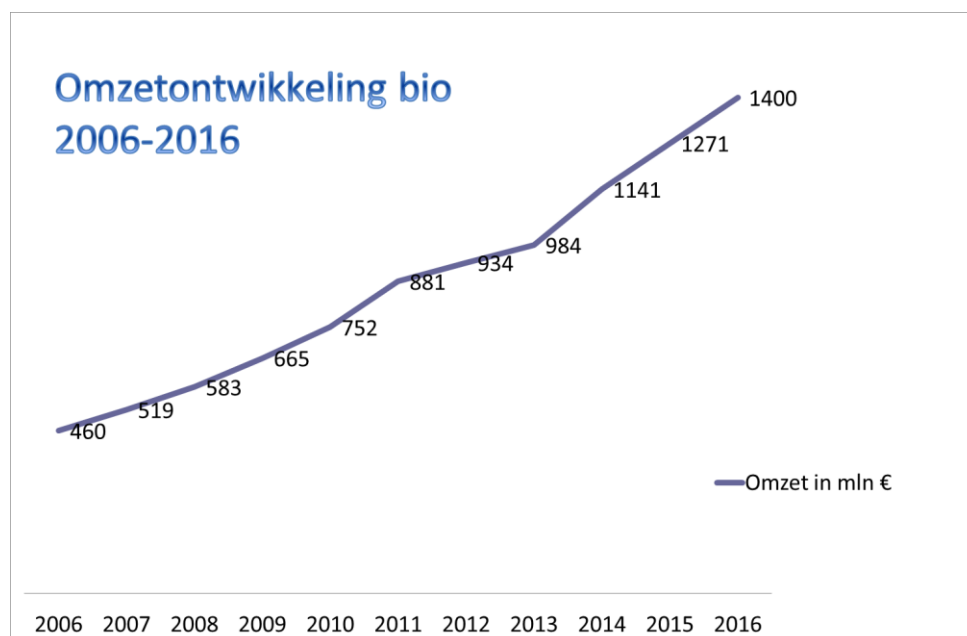
** Bron: Bionext 2016 rapportage bio speciaalzaak

*** Bron: Bionext schatting op basis van info Wageningen Economic Research/Bionext

**** Bron: Bionext schatting op basis van info Wageningen Economic Research /Bionext

De totale omzet van biologische producten steeg in 2016 met ruim 10% naar 1,4 miljard euro. Dat is opnieuw een robuuste stijging, die vooral op het conto komt van de supermarkt, de overige kanalen (en daarbinnen de discount supermarkten) en het foodservicekanaal. Het foodservicekanaal bleef jaren sterk achter en is vanaf 2014 aan een voorzichtige inhaalslag begonnen. Het marktaandeel in het foodservicekanaal is nog altijd relatief laag met ruim 1%. De retail (supermarkt en speciaalzaak) zit met een omzet van 1,07 miljard omzet aan biologische producten op een marktaandeel van ruim 4,4%.

5.1 Verdrievoudiging biologische omzet tussen 2006 en 2016



De omzet in biologische voeding heeft tussen 2006 en 2016 een spectaculaire ontwikkeling doorgemaakt. Bedroeg de omzet in 2006 nog slechts 460 miljoen Euro, anno 2016 is deze verdriedubbeld naar 1,4 miljard. Bionext verwacht in de komende 6 tot 7 jaar opnieuw een verdubbeling tot een kleine drie miljard zonder beleidswijziging van de overheid. Bij een actief overheidsbeleid ten gunste van echt duurzame productie, bijvoorbeeld het belasten van niet-duurzame producten of het afschaffen van BTW op duurzame biologische producten, kan al in 2025 de doelstelling van een marktaandeel voor biologische voeding van 10% gerealiseerd worden.

6 Mondiale ontwikkeling: wereldwijde groei

De vraag naar biologisch voedsel blijft mondiaal sterk toenemen. Sinds 1999 hebben bio-levensmiddelen en -dranken een stevige vlucht genomen. Destijds bedroeg het marktvolume slechts 15 miljard dollar. In 2016 bedroeg de biologische omzet in de VS en de EU 80 miljard dollar. De totale omzet in de hele wereld is in 2016 gestegen van ongeveer 87 naar circa 95 miljard dollar (bron Fibl, OTA en diverse landenrapportages in de EU). Wereldwijd is het biologische landbouwareaal gegroeid van 43,1 naar 50,9 miljoen hectare gegroeid in 2015 (bron: Fibl).

Ook in Azië en Zuid-Amerika is biologisch een sterke groeimarkt. Door deze ontwikkelingen is de druk op de supply-chain over het algemeen groot en zijn de landbouwprijzen voor de grondstoffen hoog. Nederland profiteert ook sterk van de groei van biologisch in omringende EU-landen (en verder weg in de VS en Azië) vanwege onze sterke exportpositie. Circa 60% van de biologische groenten gaan de grens over, vooral naar Duitsland. Ook in biologische eieren, kaas, vlees, verwerkte producten en zaadgoed is Nederland een exporterend land. Verder vervult Nederland een belangrijke draaischijffunctie in de import en export van onder meer fruit, granen en veevoer. In totaal bedroeg de biologische exportwaarde in 2016 naar schatting 1,2 miljard euro.

De prognose van analisten is dat de biologische sector de komende jaren zal blijven stijgen met percentages tussen de 5 en 10%. De biologische sector in de EU maakt zich sterk voor een groeiversnelling die ertoe moet leiden dat biologische landbouw en voeding in 2030 is uitgegroeid tot een van de leidende landbouwsystemen.

Succesfactor voor een groeiversnelling is, naast de vraag uit de markt, een actief beleid van overheden om biologische landbouw met gerichte maatregelen te ondersteunen. Bionext heeft in 2016 een actieplan 'De duurzame groei van biologisch' opgesteld met 39 beleidsinstrumenten, die de groei van biologisch kunnen stimuleren. Daarnaast is het noodzakelijk dat de Europese Unie met het Gemeenschappelijk Landbouw Beleid vanaf 2020 rigoureuus inzet op instrumenten die vergroening en verduurzaming bevorderen.

