

YouGov



THE
NETHERLANDS

Koopgedrag Bio/Eco

Shoppersverdeling o.b.v. aankoopfrequentie*

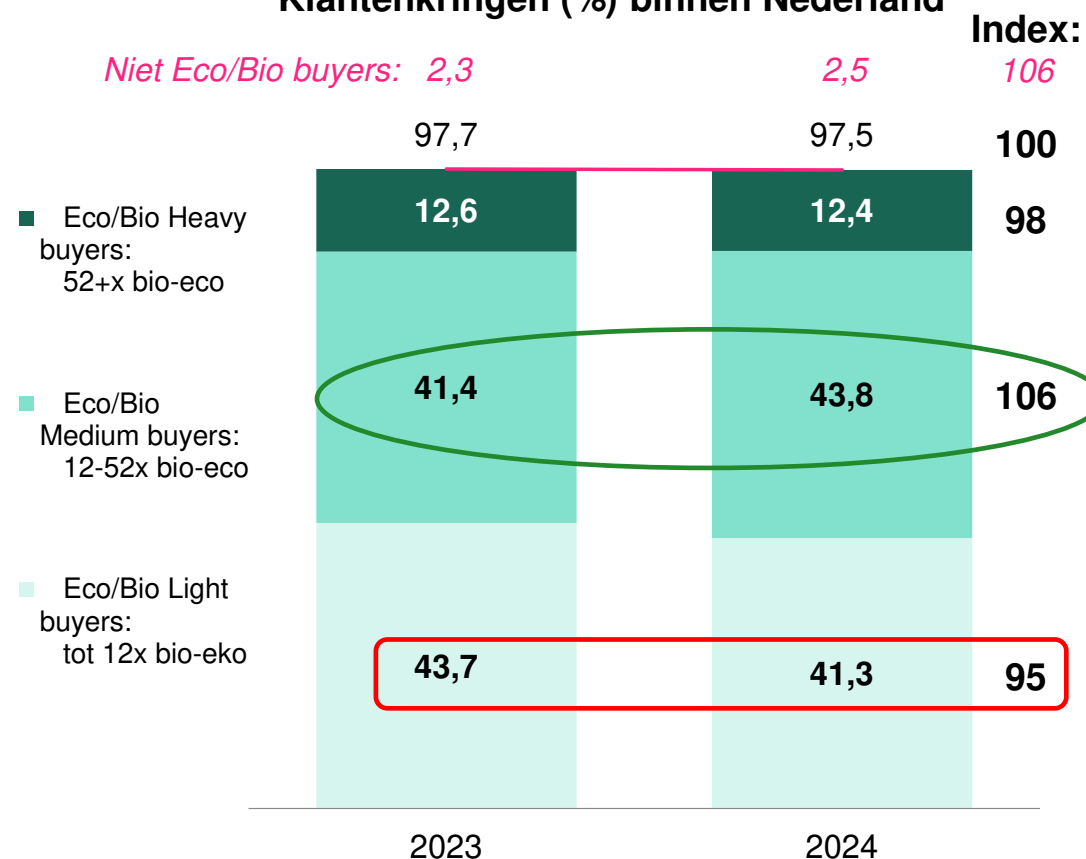


Eric Harmsen
Februari 2025

* De "Medium Bio/Eco shoppers" kopen gemiddeld 1x per week tot 1x per maand Bio/Eco (12-52x per jaar)

Het aantal Medium Bio/Eco shoppers (gemiddeld kopen zij 1x per week tot 1x per maand) is gestegen. Bijna 44% van alle huishoudens in NL is in 2024 een Medium Bio/Eco shopper (3,6 miljoen shoppers). Er zijn in 2024 méér Medium Bio/Eco buyers dan Light buyers, in 2023 was dat andersom.

Klantenkringen (%) binnen Nederland



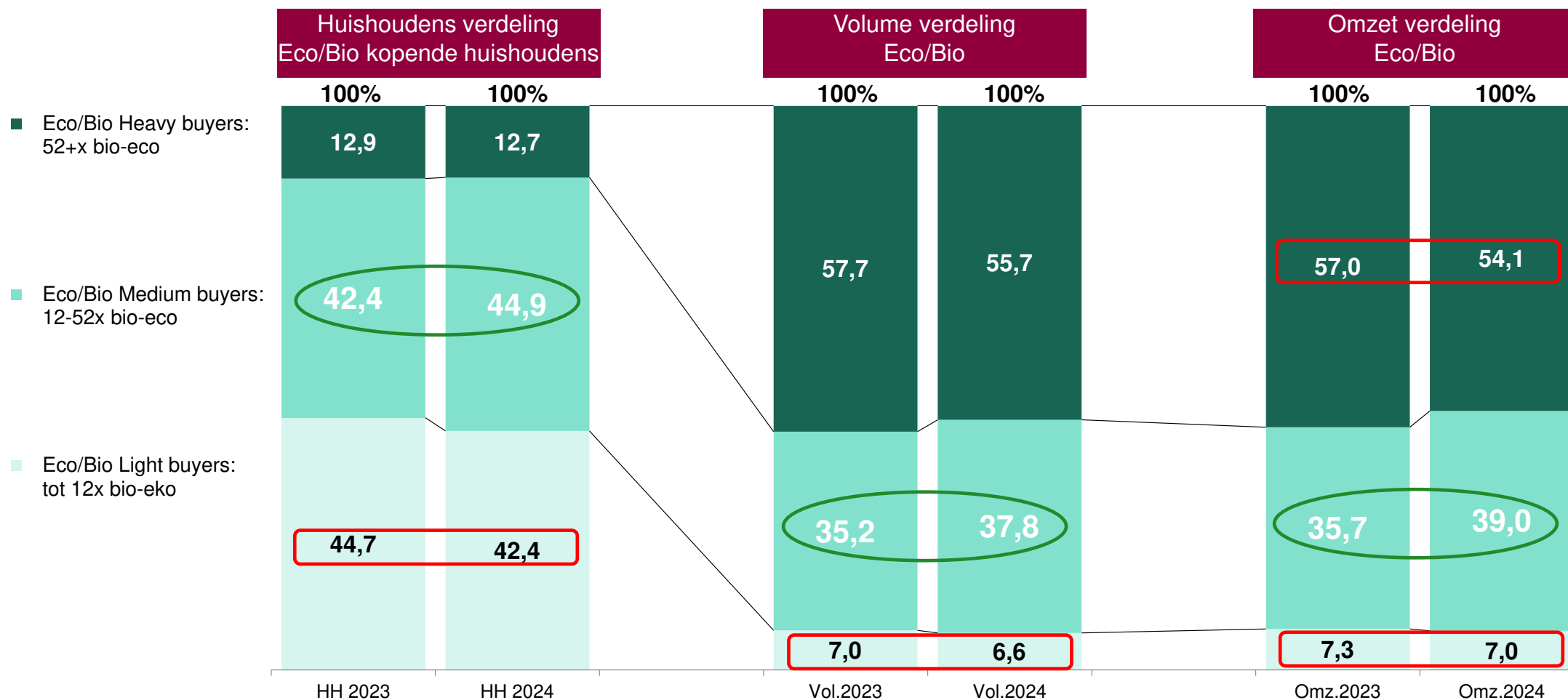
Aantal huishoudens NL (miljoen): 8,139

8,270 101,6

Aantal bio kopende huishoudens: 7,952

8,063 101,4

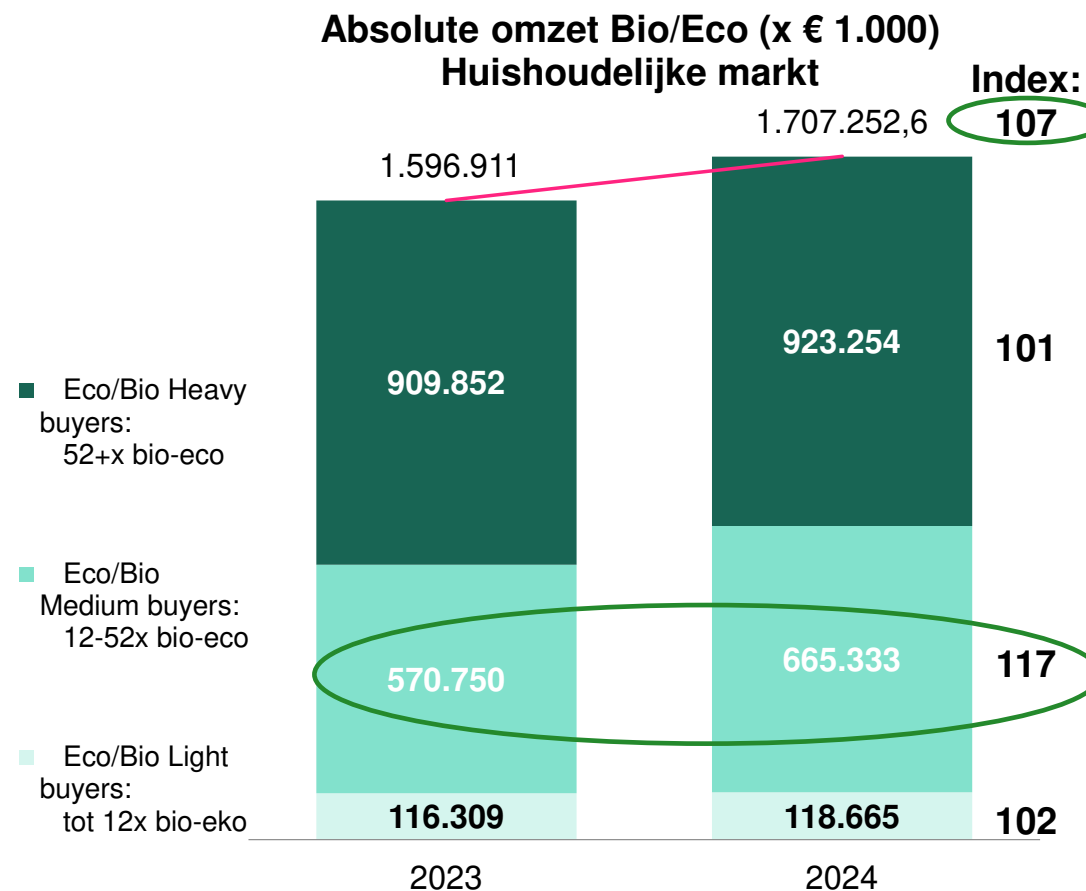
Het shoppers-, het volume- en het omzetaandeel Eco/Bio van de Medium buyers is gestegen. Binnen de Light en Heavy buyers is dit gedaald. Met name het volume aandeel van de Light buyers is afgenomen.



De gemiddelde aankoopfrequentie van Bio/Eco is in 2024 38,5x, dus gemiddeld zo'n 3,2x per maand. Dat is een stijging van 4% t.o.v. vorig jaar. De Medium buyers kopen gemiddeld ruim 3x per maand Bio/Eco en dat is stabiel gebleven t.o.v. vorig jaar. De Heavy buyers kopen in 2024 bijna 11x per maand Bio/Eco (+4% t.o.v. 2023).

	Aankoopfrequentie Bio/Eco gemiddeld per jaar			Aankoopfrequentie Bio/Eco gemiddeld per maand <i>(jaargemiddelde gedeeld door 12 maanden)</i>		
	Jaar 2023	Jaar 2024	INDEX 2024 t.o.v. 2023	Jaar 2023	Jaar 2024	INDEX 2024 t.o.v. 2023
Totaal Bio/Eco shoppers	37,2	38,5	104	3,1	3,2	104
HEAVY: 52+x Bio/Eco	126,0	130,5	104	10,5	10,9	104
MEDIUM: 12-52x Bio/Eco	38,6	38,9	101	3,2	3,2	101
LIGHT: tot 12x Bio/Eco	10,2	10,5	103	0,8	0,9	103
Niet Bio/Eco shoppers	-	-	-	-	-	-

De absolute omzet van Bio/Eco is met 7% toegenomen (2024 t.o.v. 2023). Deze stijging wordt met name veroorzaakt door de stijging binnen de Medium shoppers (index 117).



Het absolute volume én de omzet van Bio/Eco is toegenomen met 7%. Het volume van Niet Bio/Eco is licht gedaald (-3%); ook de omzet daalt, maar minder hard (-1%). De Medium buyers laten groei zien in Bio/Eco, maar óók in Niet Bio/Eco.

	Volumegroei (Jaar 2024 t.o.v. Jaar 2023)			Omzetgroei (Jaar 2024 t.o.v. Jaar 2023)		
	Totaal	Bio/Eco	NIET Bio/Eco	Totaal	Bio/Eco	NIET Bio/Eco
Totaal Nederland	97	107	97	99	107	99
Totaal Bio/Eco shoppers	98	107	97	99	107	99
HEAVY: 52+x Bio/Eco	96	103	96	96	101	95
MEDIUM: 12-52x Bio/Eco	104	114	104	105	117	105
LIGHT: tot 12x Bio/Eco	91	99	91	93	102	93
Niet Bio/Eco shoppers	90	-	90	95	-	95

Bijna 4% van alle FMCG-omzet betreft Bio/Eco omzet in 2024. Voor de Medium buyers is dat 3,3% (dit was vorig jaar nog 3%, index 111).

	Volume-aandelen Bio/Eco binnen totaal FMCG			Omzetaandelen Bio/Eco binnen totaal FMCG		
	Jaar 2023	Jaar 2024	INDEX 2024 t.o.v. 2023	Jaar 2023	Jaar 2024	INDEX 2024 t.o.v. 2023
Totaal Nederland	3,5	3,8	109	3,6	3,9	108
Totaal Bio/Eco shoppers	3,6	3,9	109	3,7	4,0	108
HEAVY: 52+x Bio/Eco	12,6	13,4	106	11,1	11,8	106
MEDIUM: 12-52x Bio/Eco	2,9	3,2	110	3,0	3,3	111
LIGHT: tot 12x Bio/Eco	0,6	0,7	109	0,7	0,8	109
Niet Bio/Eco shoppers	-	-	-	-	-	-

Memorandum & Kwaliteit

Memorandum Nederland

2025

Opzet en structuur



- Gestratificeerde steekproef uit de populatie van particuliere huishoudens in Nederland.
- Gebaseerd op de leeftijd van de referentiepersoon en de grootte van het huishouden.
- Er is gebruik gemaakt van de principes van optimale allocatie.

Datacollectie



- Registratie van het huishoudelijk aankoopgedrag (en het daaraan gerelateerde winkelbezoek) voor een breed gedefinieerde groep van producten, ongeacht de plaats van aankoop.
- Er wordt gebruik gemaakt van de YouGov Shopper app op smartphones voor het registreren van winkelbezoek en aankopen.
- De vastgelegde aankoop- en bezoekgegevens worden automatisch verstuurd naar het YouGov datacenter.

Steekproefweging



- De disproportionele steekproeven worden gewogen naar de volgende populatie kenmerken op basis van de meest recente cijfers van het CBS / D&I Network Gouden Standaard (peildatum 1 januari 2024).
 - Grootte van het huishouden
 - Leeftijd van de referentiepersoon van het huishouden
 - District
 - Inkomen
 - Aanwezigheid van kinderen van 0-2 jaar binnen het huishouden

Projectie



- De steekproefgrootheden worden omgerekend naar populatieschattingen.
- Hierbij wordt uitgegaan van de meest recent bekende omvang van de populatie. Voor 2025 zijn dit 8.374.000 particuliere huishoudens (CBS; peildatum 1 januari 2024).

Shopper Panel vs Retailer Panel

Nederland



1. Overige retailers: zoals retailers niet aangesloten bij retail panel, speciaalzaken (bijv. bakker, slager), markten, bezorgdiensten ("flitsbezorgers"), verkoopautomaten, etc.
2. Overige aankopen: zoals voor consumptie buitenshuis, niet-particuliere huishoudens (bijv. verpleeghuizen), zakelijke markt (bijv. catering, groothandel, overheid), buitenlanders (bijv. toeristen, asielzoekers, grensverkeer)
3. FMCG aankopen voor thuisgebruik gemeten via een representatieve steekproef van particuliere huishoudens

Kwaliteitsprocedures en –processen YouGov

Nederland

Algemeen

Het gehele proces van collectie en interpretatie van data, inclusief de ondersteuning van de panelleden van het huishoud panel, het data invoer systeem, de productie methode, de instrumenten die worden gebruikt, de (marketing) activiteiten die worden toegepast bij de rapportages en data analyse wordt continue geanalyseerd en waar mogelijk verbeterd, met als doel u te voorzien van de best mogelijke data kwaliteit.

Ons kwaliteitsmanagement systeem omvat:

Markeren van getallen op basis van een lage steekproef

Waarschijnlijkheidscontroles en correcties zijn gebaseerd op reguliere data checks

Validatie vindt plaats middels zowel externe benchmarks als historische data.

Markeren van getallen op basis van een lage steekproef

Bij YouGov verzamelen en analyseren we aankoopdata die worden gedaan door private huishoudens.

Veel van onze klanten gebruiken deze resultaten als een basis om een beter begrip van hun klanten te krijgen en bedrijfsbeslissingen te nemen waarmee hun marktpositie wordt verbeterd. Het is dan ook belangrijk om te beseffen dat de nauwkeurigheid van de resultaten afhangt van het aantal aankopen waarop deze resultaten zijn gebaseerd. Om er zeker van te zijn dat analyse op basis van een beperkt aantal aankopen niet leidt tot een verkeerde interpretatie van de situatie markeren we data die is gebaseerd op minder dan 100 huishoudens (gelijk aan 1% penetratie) in rapporten met een afwijkende kleur

Indien noodzakelijk:

We geven ook het aantal respondenten (n) weer voor elke subgroep in management rapportages en presentaties in PowerPoint format. Hierdoor maken we het onze klanten mogelijk om de nauwkeurigheid van de resultaten te verifiëren.

Waarschijnlijkheidscontroles & correcties gebaseerd op reguliere data checks

De ruwe data wordt uitgebreid onderzocht en gecorrigeerd conform zorgvuldig afgestemde procedures. Dit omvat:

- Correctie op prijzen en hoeveelheden
- Verwijderen van onwaarschijnlijke of incomplete data sets
- Controle en correctie van specifieke uitbijters (bijvoorbeeld aanpassing in prijzen, gebaseerd op kennis van experts)
- Aanpassing van onwaarschijnlijke of incomplete data sets op basis van frequentie waarmee dergelijke data sets voorkomen.
- Controle en correctie van waarschijnlijkheid (bijvoorbeeld het matchen van merken van discounters bij de desbetreffende discounter)
- Validatie van de huidige resultaten versus bestaande historische data
- Vergelijken van statistische projectie en ruwe data t.b.v. de fine-tuning van de rapporten.

Validatie vindt plaats middels zowel externe benchmarks als historische data

Deelnemers aan het continu onderzoek rapporteren hun (FMCG) aankopen.

Hoewel steekproeven in het algemeen groot zijn, kunnen er voor specifieke gevallen en omstandigheden minder waarnemingen plaats vinden, zoals bij categorieën die minder frequent worden gekocht in kortere geselecteerde tijdsperioden (zoals bijvoorbeeld een kwartaal).

Om de best mogelijke weergave te geven van de markt, gebruiken we bestaande en betrouwbare externe referenties om de resultaten te valideren. Dit omvat bijvoorbeeld:

- Vergelijking van benchmark data en, indien noodzakelijk, aanpassing van ontwikkelingen, op basis van bv. retailer verkoop informatie, het CBS en klant data, dit door middel van toepassing van bijstellingsfactoren
- Aanpassing van verschil in dekking door gestandaardiseerde factoren, en indien noodzakelijk, aggregatie van specifieke tijds perioden, zoals bv MAT
- Toepassen van factoren om te compenseren voor onderdekking of overdekking van het panel, zoals ook in het verleden is toegepast door van externe benchmarks gebruik te maken

YouGov en kwaliteit

Nederland

YouGov heeft kwaliteit hoog in het vaandel. YouGov werkt volgens vaste procedures en leidt medewerkers op om op juiste wijze onze producten en diensten te leveren. Op die manier garanderen we de beste kwaliteit.

Internationaal is YouGov lid van de ICC / ESOMAR (The World Association of Research Professionals), dit is de overkoepelende organisatie van marktonderzoekbureaus. Zie de ICC/ESOMAR Internationale Code.

Op lokaal niveau is YouGov lid van het Data & Insights Network (voorheen MOA).

Dit is een vereniging van bedrijven en instellingen die zich bezighouden met Market Research, Digital Analytics, Marketing Intelligence en Beleidsonderzoek.

YouGov volgt de gedragscode voor onderzoek en statistiek, handelt strikt volgens de Wet Bescherming Persoonsgegevens (wpg) en is ingeschreven bij de Autoriteit Persoonsgegevens (AP).

YouGov®

Thank you

business.yougov.com

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is proprietary and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.