

A close-up photograph of a bee on a pink flower, set against a warm, golden background with soft light rays. The bee is positioned in the lower-left quadrant, facing towards the right. The flower's petals are visible on the left side. The overall tone is warm and natural.

Afstudeerscriptie

De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in
Nederland

Ninke Gruiters

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

A close-up photograph of a bee on a pink flower, set against a warm, golden background that suggests a sunset or sunrise. The bee is positioned in the lower-left quadrant, facing towards the right. The flower's petals are soft and pink, with some showing signs of being visited. The background is a smooth gradient of warm tones, with some light rays visible.

Afstudeerscriptie

De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in Nederland

Ninke Gruiters

Hippische Bedrijfskunde
Aeres Hogeschool Dronten
Afstudeerdocent: Arianne van de Hee
10-01-2022, Dronten

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting	6
Summary	7
H1. Inleiding	8
1.1 Breder kader.....	8
1.1.1 Het onderwerp	8
1.1.2 Aanleiding en ontwikkeling	8
1.1.3 Relevantie.....	8
1.2 Theoretisch kader en knowledge gap	9
1.2.1 Theoretisch kader	9
1.2.2 Knowledge gap en handelingsvraagstuk	16
1.2.3 Afbakening.....	16
1.3 Hoofd- en deelvragen.....	17
1.4 Doelstelling.....	17
H2. Aanpak: Materiaal en methode	18
2.1 Opzet onderzoek	18
2.2 Materiaal en methode.....	19
2.3 Onderzoek per deelvraag	20
H3. Resultaten	22
3.1 Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?	22
3.2 Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?	23
3.3 In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?.....	27
H4. Discussie.....	30
4.1 Doelstelling.....	30
4.2 Belangrijke resultaten	30
4.3 Kritische reflectie.....	30
4.3.1 Het proces	30
4.3.2 De methode.....	31
4.4 Overeenkomsten literatuur.....	32
H5. Conclusie.....	33
5.1 Conclusies op de deelvragen.....	33

5.1.1 Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?	33
5.1.2 Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?	33
5.1.3 In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?	34
5.2 Conclusies op de hoofdvraag: Wat is de oorzaak van de stijging van verkoop van honing in supermarkten tijdens de Coronacrisis?	34
H6. Aanbevelingen	36
Bibliografie	38
Bijlagen	41
Bijlage 1. Interview Kristel van der Voorn	41
Bijlage 2. Enquête Nederlandse consument	43
Bijlage 3. Resultaten enquête Nederlandse consument	46
Bijlage 4. Interview Nederlandse consument	47
Bijlage 5. Resultaten interviews Nederlandse consument	48

Voorwoord

Voor u ligt de afstudeerscriptie 'De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in Nederland'. Het onderzoek voor deze scriptie is uitgevoerd bij het bedrijf de Traay in Lelystad. Deze afstudeerscriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Hippi sche Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool Dronten en in opdracht van stagebedrijf de Traay. Het onderzoek en het schrijven van de scriptie heb ik gedaan gedurende de periode september 2020 tot en met januari 2022.

Samen met mijn stagebegeleiders, Kristel van der Voorn en Joyce Weerman, heb ik de onderzoeksvraag voor deze scriptie bedacht. Na uitvoerig kwantitatief en kwalitatief onderzoek heb ik de onderzoeksvraag kunnen beantwoorden.

Ik wil mijn afstudeercoach Arianne van de Hee hartelijk bedanken voor de begeleiding die ze mij heeft gegeven tijdens het uitvoeren en schrijven van mijn onderzoek. Ook wil ik mijn stagebegeleiders Kristel van der Voorn en Joyce Weerman bedanken voor de hulp en het verschaffen van informatie die ik nodig heb gehad voor mijn onderzoek.

Als laatste wil ik graag mijn vrienden en familie bedanken, van wie ik wijze raad heb mogen ontvangen om zo mijn afstudeerscriptie goed te kunnen afsluiten.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Ninke Gruiters

Dronten, 10 januari 2022

Samenvatting

Het onderwerp van deze afstudeerscriptie is 'De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis'. Vanaf het moment dat de Coronacrisis in Nederland uitbrak is de verkoop van honing met 8% gestegen. Voor deze afstudeerscriptie is onderzoek gedaan naar wat de oorzaak is dat de consument meer honing is gaan kopen tijdens de Coronacrisis. Hierdoor kunnen bedrijven en ondernemers in de toekomst beter inspelen op de klant en de stijging in de verkoop van honing mogelijk vasthouden.

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn er drie deelvragen opgesteld. Er is zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek gedaan om de deelvragen te beantwoorden. De bedrijfsactiviteiten van honingproducent De Traay zijn in kaart gebracht om te zien of deze van invloed zijn geweest op de verkoopcijfers. Het aankoopgedrag en de koopargumenten zijn onderzocht met behulp van een enquête die is afgenomen door 101 respondenten, daarnaast zijn 10 verschillende consumenten geïnterviewd.

Activiteiten van het bedrijf die mogelijk invloed hadden op de verkoop zijn (prijs)verandering van het product, een stijging in het aantal verkooppunten, investeringen en winkelacties. De genoemde aspecten zijn onderzocht en daaruit kon worden geconcludeerd dat de bedrijfsactiviteiten van De Traay niet direct van invloed zijn geweest op de stijging in de verkoop van honing.

De koopargumenten van de consument verschillen per doelgroep. De respondenten van 18 tot 25 jaar vinden de prijs, de smaak en de soort honing het belangrijkste. Terwijl de respondenten van 40 tot 60 jaar aangeven de smaak en biologische en lokale producten belangrijk te vinden. Over het algemeen ziet de consument de honing graag vloeibaar en zacht en wordt het product het meest gebruikt als zoetmiddel.

Het product wordt meestal uit gemak in de supermarkt gekocht, voornamelijk in een kleine verpakking. Zo'n 9,6% van de respondenten zegt meer honing te zijn gaan kopen tijdens de Coronacrisis. Dit komt omdat de consument meer honing is gaan gebruiken als zoetmiddel en er werd meer met honing gekookt en gebakken. Het product werd niet gehamsterd, zoals sommige andere houdbare producten, tijdens de lockdown tegen de bestrijding van het Coronavirus.

Er worden zes aanbevelingen gegeven aan bedrijven en ondernemers, om de verkoop van honing in een stijgende lijn te houden. Het inspelen op de wensen en behoeften van de klant is hier een van. De koopargumenten verschillen per leeftijd en daarom zal per doelgroep een andere marketingstrategie gehanteerd moeten worden. Het product zal vaker verkocht worden als er meer kennis en informatie over het product wordt verspreid, dit kan door actief te zijn op verschillende kanalen en samenwerkingen met anderen aan te gaan. Jezelf als bedrijf en product onderscheiden van concurrenten is ook van belang, het zorgen voor een goed imago door mee te werken aan sociale projecten kan hieraan bijdragen.

Summary

The subject of this thesis is 'The sale of honey during the Corona crisis'. Since the Corona crisis broke out in the Netherlands, the sale of honey has increased by 8%. For this thesis, research was conducted into what caused the consumer to buy more honey during the Corona crisis. This will enable companies and entrepreneurs to respond better to the customer in the future and to maintain the increase in the sale of honey.

In order to answer the main question, three sub-questions have been formulated. Both qualitative and quantitative research was performed to answer the sub-questions. The business activities of honey producer De Traay have been mapped out to see whether these have influenced the sales figures. The purchasing behaviour and buying arguments were investigated using a survey conducted among 101 respondents, in addition ten different consumers were interviewed.

Activities of the company that may have had an influence on sales are (price) changes of the product, an increase in the number of stores, investments, and store promotions. The aspects mentioned have been investigated and it can be concluded that De Traay's business activities have not had a direct influence on the increase in the sale of honey.

Consumer buying arguments differ per target group. The respondents aged 18 to 25 consider the price, taste, and type of honey to be the most important. While the respondents aged 40 to 60 indicate that they find the taste important and whether products are organic and / or local. In general, the consumer likes the honey to be liquid and soft and the product is most often used as a sweetener.

The product is usually bought in the supermarket because of convenience, and usually in a small package. About 9.6 % of the respondents say they started buying more honey during the Corona crisis. The reasons why they started to use more honey is that they used it as a sweetener more often and more honey was bought for baking and cooking, not to hoard the product due to the lockdown against the Corona virus as some other products with longer shelf life have been done.

Six recommendations are made to companies and entrepreneurs to keep the sale of honey in an upward trend. An important one is to respond to the wishes and needs of the customer. The buying arguments differ per age and therefore a different marketing strategy will have to be used per target group. The product will be bought more often if people are informed about the product. This can be done by being active on different channels and by collaborating with different parties such as influencers. Having your company and your product stand out from the crowd is also important and ensuring a good image by participating in social projects can contribute to this.

H1. Inleiding

Dit is de inleiding van voor de afstudeerscriptie 'De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in Nederland'. In deze inleiding zal eerst het breder kader worden toegelicht waarbij het onderwerp, de aanleiding en ontwikkelingen en relevantie uitgewerkt zullen worden. Vervolgens wordt het theoretisch kader en de knowledge gap met afbakening uitgewerkt. Hierna worden de hoofdvraag en deelvragen geformuleerd en toegelicht met doelstelling.

1.1 Breder kader

In het breder kader zal het onderwerp toegelicht worden, vervolgens zullen de aanleiding en ontwikkeling hiervan worden beschreven en tenslotte wordt de relevantie van het onderwerp gegeven.

1.1.1 Het onderwerp

Het onderwerp van deze afstudeerscriptie is 'De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in Nederland'. In het vierde jaar van de opleiding Hippijsche Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool Dronten heb ik een afstudeerstage gelopen bij honingbedrijf de Traay in Lelystad. Tijdens deze stage hoorde ik van medewerkers van verschillende afdelingen, dat de verkoop tijdens de Coronacrisis gestegen was, maar dat onbekend was wat de precieze oorzaak was.

Er is uit verkoopcijfers gebleken dat er meer honing verkocht is in Nederland tijdens de Corona Crisis (De Traay Honing, 2020). De ziekte COVID-19 heeft sinds maart 2020 een grote invloed op Nederland, er wordt gesproken van een Coronapandemie (Ghebreyesus, sd).

Om de oorzaak van de stijging in verkopen te achterhalen zal onderzoek worden gedaan. Met de uitkomst van dit onderzoek kunnen bedrijven en marketeers beter inspelen op de consument en een voorspelling maken van de verkoopcijfers in de toekomst.

1.1.2 Aanleiding en ontwikkeling

De aanleiding voor dit onderzoek is de toename van verkopen van honing in Nederland. Het bedrijf de Traay in Lelystad ziet een stijging in de verkopen van honing vanaf dat de Coronacrisis uitbrak.

Een stijging in verkopen is positief, maar hoe kan het bedrijf een stijging vasthouden of hoe moet het bedrijf op een eventuele daling in de toekomst reageren. Om op deze aspecten in te spelen moeten de redenen van de stijging specifiek onderzocht worden.

1.1.3 Relevantie

Dit onderzoek en de resultaten hiervan zijn relevant voor bedrijven en imkerijen die honing verkopen zowel in het binnenland als buitenland. Honing is een houdbaar zoetmiddel en dit product kan vergeleken worden met andere houdbare zoetmiddelen zoals suiker. Deze afstudeerscriptie zou daarom ook interessant zijn voor bedrijven die werkzaam zijn in de verkoop van soortgelijke producten.

De conclusie en aanbevelingen zijn belangrijk voor deze bedrijven, die in de toekomst hierop zullen moeten inspelen om de verkoop van hun product in een stijgende lijn te houden.

Dit vraagstuk doet zich voor sinds maart 2020, dit was het moment dat de Coronacrisis uitbrak in Nederland en de maatregelen van de overheid, ter bestrijding van het Corona virus, bekend werden gemaakt.

1.2 Theoretisch kader en knowledge gap

Binnen het theoretisch kader zal worden ingegaan op de al bekende theorie over dit onderwerp en de nog onbekende informatie zoals de knowledge gap en het handelingsvraagstuk. Tot slot zal er een afbakening worden gemaakt om aan te geven welke aspecten van dit vraagstuk wel en niet onderzocht zullen worden.

1.2.1 Theoretisch kader

Honing

Honing is een natuurlijke vloeibare zoete substantie die ontstaat als honingbijen nectar uit bloemen verzamelen en deze vervolgens omzetten. De nectar wordt zowel door toevoegen van enzymen als door indikking door verdamping omgezet naar honing. De kleur en de smaak van honing wordt grotendeels bepaald door de oorsprong van de nectar, maar ook de mate van kristallisatie is van invloed op de smaaksensatie (encyclo, sd).

Honing is een puur, natuurlijk en hoogwaardig voedingsmiddel, naast voedingsmiddel is honing ook bruikbaar als schoonheids- en geneesmiddel (detraayhoning, sd). In de volksgeneeskunde wordt wereldwijd dankbaar gebruik gemaakt van de helende eigenschappen van honing, voornamelijk bij chronische wonden, keelontstekingen, luchtweginfecties, brandwonden en slapeloosheid (Kerkvliet, 2003).

Studies hebben aangetoond dat het medicinale effect van honing te wijten kan zijn aan de antibacteriële, ontstekingsremmende, apoptotische en antioxiderende eigenschappen. Hoewel de werkzaamheid van honing in relatie tot medische doeleinden is getest, zijn er meer studies nodig om alle medicinale aspecten van honing te kunnen benoemen (Saeed Samarghandian, 2017).

In een rapportage over schapvisie van honing kwam naar voren dat honing een positief imago heeft, de respondenten noemen honing “lekker” en “zoet”.

De meest genoemde gebruiksmogelijkheden zijn “in de thee drinken” en “bij het koken en bakken”. Meerdere respondenten geven aan thee te drinken bij een zere keel of verkoudheid (Irene Joris, 2019).

Honing kan goed verhandeld worden omdat het langer dan een jaar houdbaar is, vanwege de hoge concentratie aan suikers die het bederf door micro-organismen tegengaan. De meeste honing wordt in (sub)tropische gebieden gewonnen omdat daar een groot deel van het jaar bijenplanten bloeien en er meer bloeiende natuur is dan in de geïndustrialiseerde wereld. Door toename van het aantal kasten en imkers wordt er steeds meer honing geoogst (Heemert, 2014).

Consumptie gebruiksgoederen werden door Copeland in drie categorieën opgesplitst:

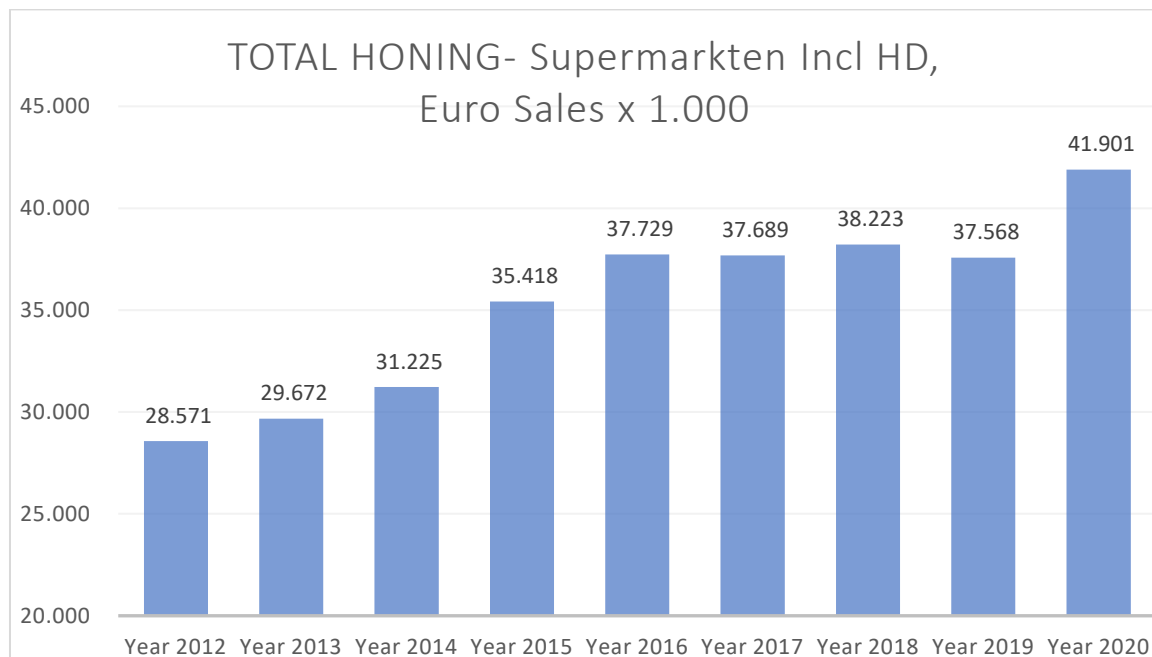
1. Convenience-goederen zijn producten die consumenten veelvuldig, snel en met weinig inspanning (willen) kopen.
2. Shopping-goederen zijn producten welke worden gekocht na een duidelijk en bewust voorafgaand onderzoek en vergelijking van de diverse alternatieven zoals meubels en auto's.
3. Specialty-goederen zijn producten welke een significante groep kopers beslist wensen en waarvoor zij bereid zijn zich een speciale aankoopinspanning te leveren (Copeland, 1924).

Het product honing lijkt te vallen onder de Convenience-goederen omdat het verkrijgbaar is in de supermarkt en de consument weinig inspanning hoeft te plegen om het product te kopen.

Daarnaast is honing een houdbaar product waardoor de consument bij de aanschaf van het product geen rekening hoeft te houden met bederfelijkheid als het niet binnen een bepaalde tijd geconsumeerd wordt.

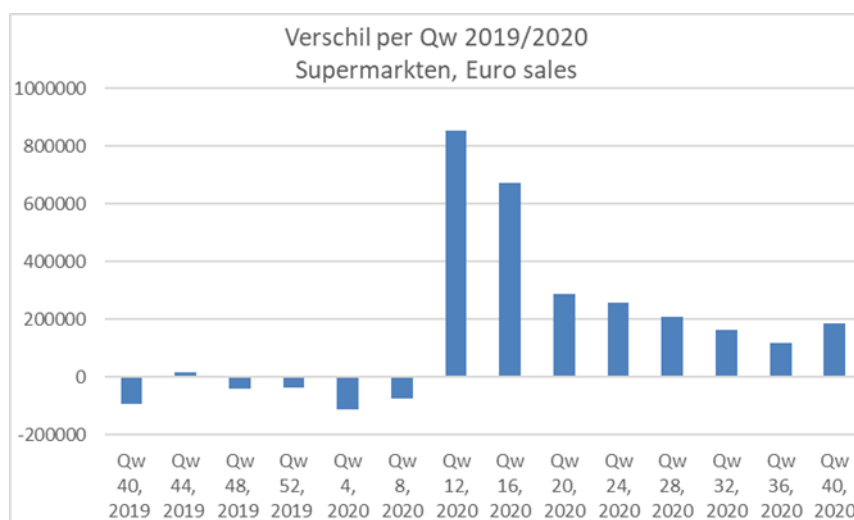
Verkoop van honing

De verkoop van honing bleef de afgelopen jaren redelijk stabiel. Door de uitbraak van de Coronacrisis is de verkoop van honing enorm gestegen ten opzichte van voorgaande jaren, dit is zichtbaar in de figuren 1.1, 1.2 en 1.3.



Figuur 1.1 Totale honing verkoop in de supermarkten, Euro Sales (IRI, 2021).

In figuur 1.2 is het verschil per vier weken ten opzichte van dezelfde periode in het jaar daarvoor te zien. Er is te zien dat in de eerste weken van 2020 minder verkocht werd dan in dezelfde periode in 2019. Vanaf maart 2020 schiet het aantal verkopen omhoog en is er een enorme stijging ten opzichte van de maart 2019. In maart 2020 was het moment dat de Nederlandse regering de maatregelen tegen de bestrijding van het Corona virus invoerde.



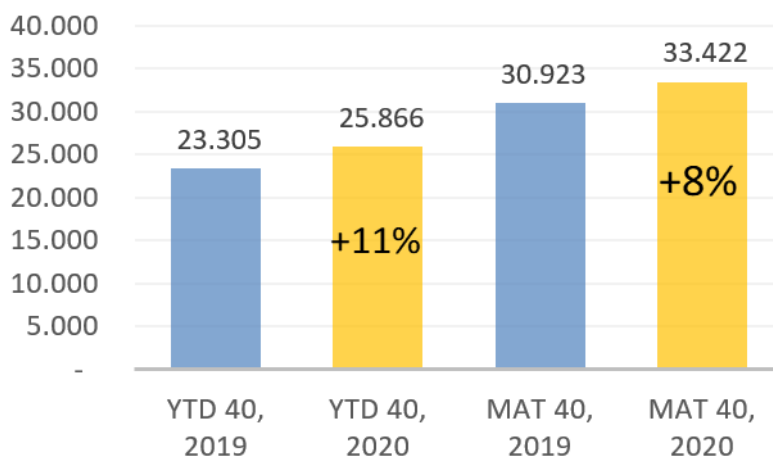
Figuur 1.2 Verschil per vier weken 2019/2020 Supermarkten, Euro Sales (IRI, 2020).

De verwachte groei voor de totale honing markt in de supermarkten ten opzichte van 2019 was 1%. Uiteindelijk resulteerde de groei voor de totale honing markt in supermarkten in oktober 2020 al tot een groei van 8% ten opzichte van de 12 maanden van 2019 (De Traay, 2020).

In figuur 1.3 is te zien hoe de verkopen van honing in 2020 zich ontwikkelen. De Year to Date cijfers geven weer hoe de verkoop van honing gepresteerd heeft sinds het begin van het jaar tot oktober.

De Moving Annual Total cijfers laten het verschil over een periode van 12 maanden ten opzichte van de 12 maanden daarvoor. Er is in de grafiek te zien dat Year to Date de verkoop van honing in 2020 ten opzichte van 2019 met 11% gestegen is en voor Moving Annual Total is dit 8% gestegen.

Ontwikkeling Honing Supermarkten Euro sales x.1000

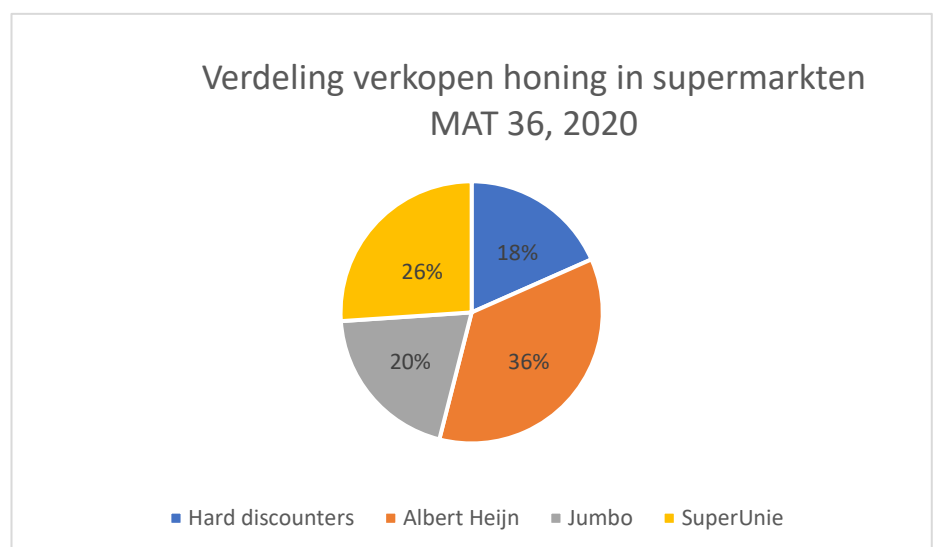


Figuur 1.3 Ontwikkeling honing verkopen 2020 (IRI , 2020).

De grootste afnemers van honing zijn de supermarkten zoals de Albert Heijn, Jumbo, Superunie en de Hard discounters. Naast de verkoop van honing in de supermarkt wordt er honing verkocht in natuurvoedingswinkels zoals Ekoplaza en Holland & Barret en in kraampjes bij de imker thuis. In figuur 1.4 is de verdeling van verkopen van honing in supermarkten inclusief Hard discounters zien.

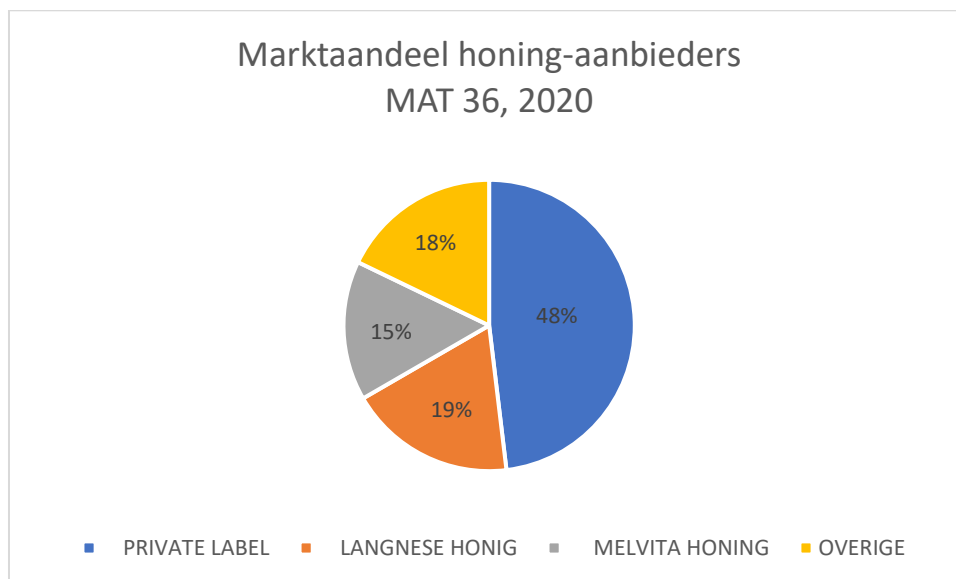
SuperUnie is een coöperatieve inkoop vereniging van supermarkten zoals Plus, Coop, Deen en Hoogvliet. De Hard discounters omvatten de winkels van Aldi en Lidl.

In de Cirkeldiagram is te zien dat Albert Heijn de meeste honing heeft verkocht in het afgelopen jaar.



Figuur 1.4 Verdeling van verkopen van honing in de supermarkten MAT 36 (IRI , 2020).

Er zijn meerdere honingproducenten en verkopers in Nederland. Op dit moment concurreren voornamelijk de grote merken Melvita en Langnese met elkaar maar verkopen de Private labels van de supermarkten Albert Heijn, Jumbo en SuperUnie de meeste honing zoals is te zien in figuur 1.5.



Figuur 1.5 Marktaandeel honing-aanbieders Nederland MAT 36 (IRI , 2020).

COVID-19

In december 2019 werd een uitbraak van longontsteking van onbekende oorsprong gemeld in Wuhan, China. De wereldwijde verspreiding van het zogenoemde Coronavirus en de duizenden veroorzaakte doden door dit virus leidde de Wereldgezondheidsorganisatie ertoe een pandemie aan te kondigen. Naast dat het virus vele mensenlevens geëist heeft leidt het virus ook tot grote economische gevolgen (Marco Ciotti M. C.-C., 2020).

Het Coronavirus (COVID-19) is een infectieziekte die wordt veroorzaakt door een nieuw ontdekt virus. Het virus is zeer besmettelijk en verspreidt zich voornamelijk via druppeltjes speeksel of afscheiding uit de neus (WHO, 2020).

De belangrijkste klachten die vaak voorkomen bij COVID-19 zijn:

- Verkoudheidsklachten (zoals neusverkoudheid, loopneus, niezen, keelpijn)
- Hoesten
- Benauwdheid
- Verhoging of koorts
- Plotseling verlies van reuk en/of smaak (zonder neusverstopping) (RIVM, 2020)

Vanaf februari 2020 verspreidde het virus zich in Nederland en in Maart spraken we van de eerste golf. De overheid nam maatregelen om het virus terug te dringen, kwetsbaren te beschermen en de maximale capaciteit op de intensive care afdelingen in ziekenhuizen niet te overschrijden (Lieke Michaela Hoekman, 2020).

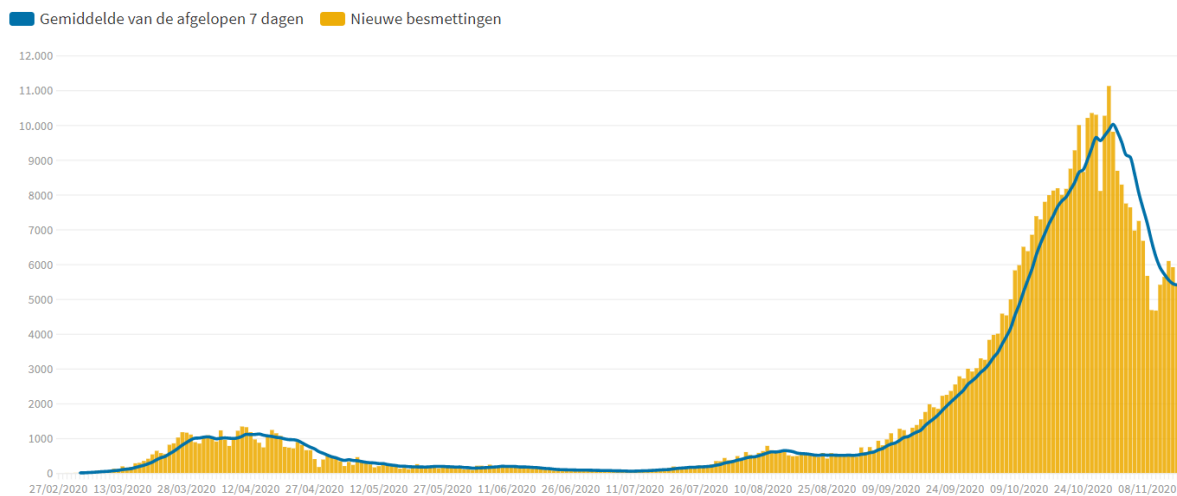
De overheid adviseerde om zo veel mogelijk thuis te blijven, bijeenkomsten en groepsvorming werden verboden, contactberoepen op het gebied van uiterlijke verzorging en horeca werden gesloten en er werd een 1.5 meter afstandsregeling ingesteld (Rijksoverheid, 2020).

Eind september werd een tweede golf geconstateerd door minister de Jonge en werden opnieuw maatregelen ter verspreiding van het Coronavirus opgelegd (RIVM, 2020).

In de figuur hieronder is het aantal besmettingen van COVID-19 in Nederland te zien.

Besmettingen covid-19

Positief geteste personen gemeld in Nederland, netto-toename aantal besmettingen



Figuur 1.6 Vastgestelde besmettingen COVID-19 in Nederland (RIVM, 2020).

Verandering in consumentengedrag

Een veranderende omgeving leidt tot een verandering in het gedrag, zo ook bij de consument.

In de eerste fase van de pandemie maakte de consument zich zorgen over de gezondheid van hun familie, de verkrijgbaarheid van hun eerste levensbehoeften en het verlies van vrijheden die we allemaal als vanzelfsprekend beschouwden. Deze zorgen worden op verschillende manieren blootgelegd en leiden tot nieuw consumentengedrag.

Sommige consumenten zijn streng gaan bezuinigen, anderen zijn juist meer uit gaan geven. Er zijn ook consumenten die hun bestedingspatroon handhaven, maar hun leven op andere manieren aanpassen (Kristina Rogers, 2020).

Vanaf het begin van de Coronacrisis heeft 33% van de consumenten zijn gedrag met betrekking tot zelfzorg veranderd en hier meer aandacht aan besteedt (IRI, 2020).

Een goede gezondheid heeft wereldwijd een hoge prioriteit voor de bezorgde consument. 54% van de consumenten zegt er in de afgelopen maanden scherper op te hebben gelet of een voedingsproduct 'gezond en goed' voor ze is (Index, 2020).

Een groot deel van de mensen maakte zich zorgen over zichzelf en familieleden en er waren weinig mensen die een goede psychologische stemming konden behouden tijdens de pandemische periode (H. Holly WANG, 2020).

De consument ging allerlei producten hamsteren, vooral niet-bederfelijke waren zoals hygiëneproducten of producten met een lange houdbaarheid om te anticiperen op een mogelijke lock-down (Lauri Saarinen, 2020). Motieven voor het extra inkopen van producten uit paniek waren; het kudde-effect en het verlangen naar het controle-effect (H. Holly WANG, 2020).

Dit zogenoemde hamstergedrag van consumenten leidde tot lege schappen in supermarkten wat het hamstergedrag bij mensen alleen maar versterkt (Montesclaros, 2020).

De overheid en de supermarkten riepen op om te stoppen met het inslaan van grote getalen producten. Er zou voldoende voedsel voorradig zijn bij de leveranciers, maar door de enorme groei van de vraag kunnen zij het voedsel niet net zo snel weer in de supermarkten krijgen (NU.nl, 2020).

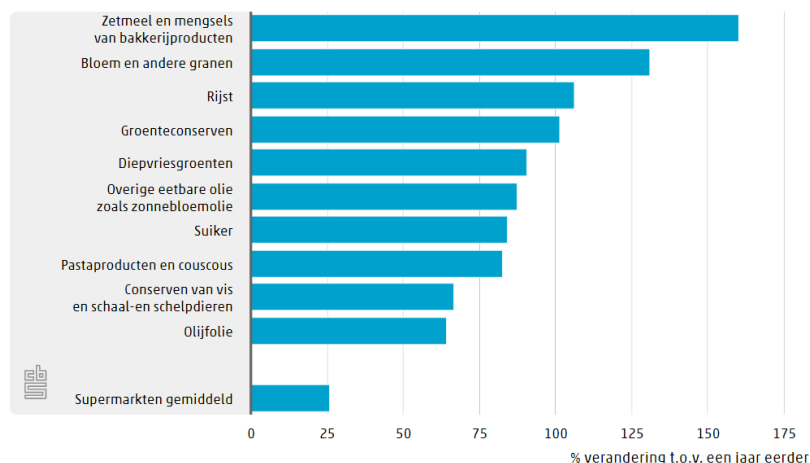
De veranderingen in consumentengedrag hebben geleid tot veranderingen in het uitgavepatroon en snelle prijsveranderingen, bijvoorbeeld bij medicatie en houdbare producten. Deze veranderingen hebben invloed op maatstaven zoals de Consumentenprijsindex, deze kunnen hierdoor lastiger gemeten worden en minder betrouwbaar zijn (Richard Blundell, 2020).

Gevolgen voor de detailhandel

In de foodsector was de omzet in het eerste kwartaal van 2020 6,4% hoger, de grootste stijging sinds het tweede kwartaal van 2008. Deze fors hogere omzet kwam vooral tot stand door de verkopen van supermarkten. Mede als gevolg van hamstergedrag van consumenten was de supermarktomzet in maart 13,1% hoger dan een jaar eerder (CBS, 2020).

In maart 2020 werden maatregelen getroffen in de bestrijding van het coronavirus, de zogeheten 'gedeeltelijke lock-down'. Mensen werd geadviseerd om zoveel mogelijk thuis te blijven. Sommige winkels sloten de deuren. Hierdoor is de internetomzet van de detailhandel enorm omhooggegaan (CBS, 2020).

Voor de omzet van houdbare producten, zoals conserven, diepvriesgroenten, rijst en pasta nam procentueel gezien sterk toe. De tabel hieronder geeft de omzetgroei in houdbare voedingsmiddelen van 16 maart tot en met 22 maart 2020 weer.

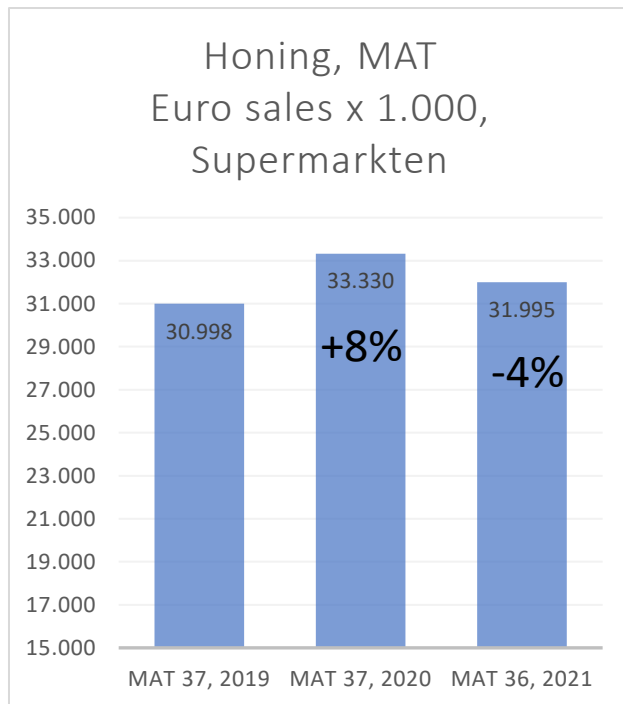


Figuur 1.7 Omzetgroei houdbare voedingsmiddelen 16 t/m 22 maart 2020 (CBS, 2020).

Ontwikkeling verkoop honing 2021

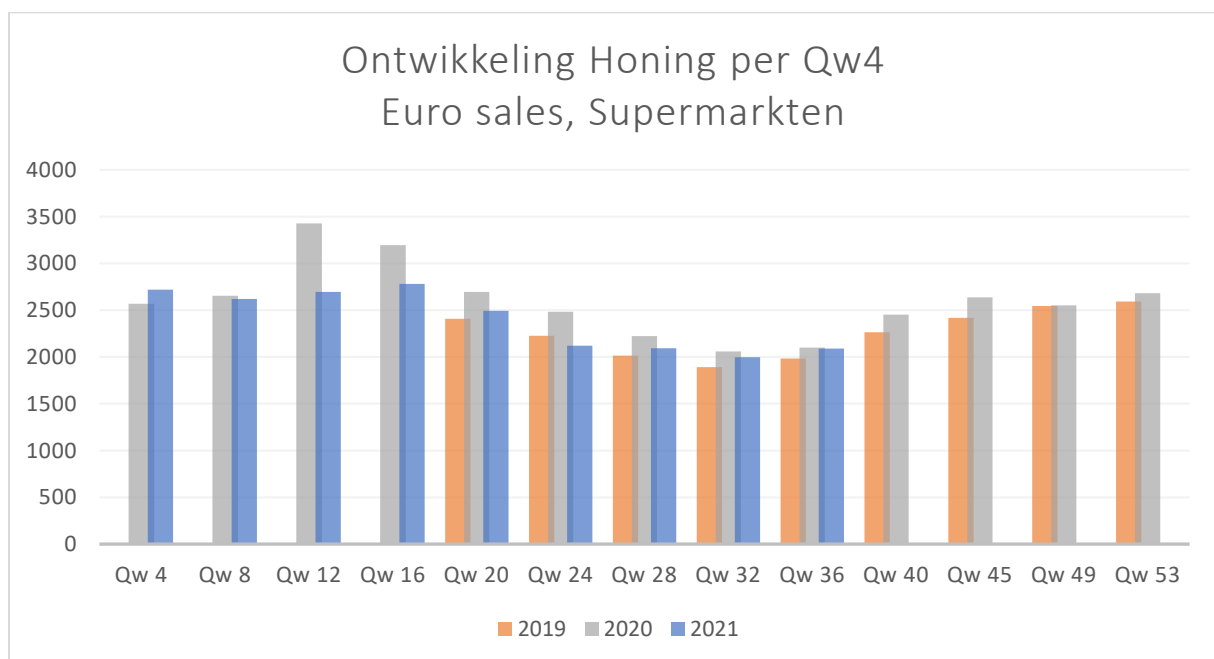
In 2021 is de groei van de verkoop van honing afgezwakt, er is nog steeds een hogere omzet dan in de jaren voordat de Coronacrisis uitbrak maar niet meer zo'n sterke groei als in het jaar 2020. Dit is duidelijk zichtbaar in figuur 1.8 en 1.9.

De omzet van honing was in 2020 met 8% gestegen ten opzichte van 2019. In 2021 was de omzet 4% lager dan in 2020 maar nog steeds hoger dan in het jaar voor Corona, 2019. Dit is duidelijk zichtbaar in figuur 1.8



Figuur 1.8 Ontwikkeling honing verkopen 2021 (IRI, 2021).

In figuur 1.9 is te zien dat de verkopen in 2020 hoger zijn dan in 2019 en 2021. Maar dat de verkopen van 2021 nog steeds boven 2019 uitsteken. De reden waarom niet alle gegevens van 2019 en 2021 in het figuur staan is omdat deze cijfers niet bekend zijn bij het bedrijf.



Figuur 1.9 Verschil per vier weken 2019/2020/2021 Supermarkten, Eurosales (IRI, 2021).

1.2.2 Knowledge gap en handelingsvraagstuk

Over honing als product, het verkopen van honing en de aantallen en bijbehorende cijfers in de detailhandel is al veel bekend. Er is bekend dat er een stijging heeft plaats gevonden vanaf het moment dat de Coronacrisis in Nederland uitbrak, in maart 2020. Dit komt uitgebreid naar voren in het theoretisch kader.

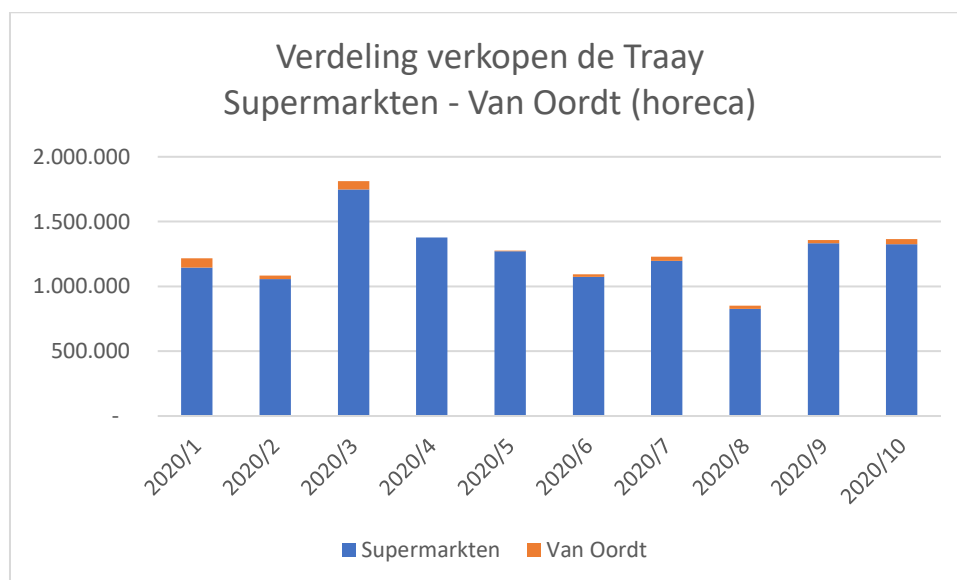
Er is een stijging in de verkoop van houdbare producten te zien en er is geconstateerd dat een groot deel van de consumenten zogenaamd hamstergedrag ging vertonen. Echter, er is niet bekend of dit de oorzaak is voor de stijging van de verkoop van honing.

De precieze oorzaak of oorzaken van de stijging in verkopen van honing in supermarkten zijn onbekend. Wanneer deze informatie achterhaald kan worden zouden bedrijven actief in de honingsector beter kunnen inspelen op de behoefte van de klant om meer omzet en groei te behalen in de toekomst. Dit handelingsvraagstuk is daarom zeer interessant voor deze bedrijven.

1.2.3 Afbakening

Dit onderzoek richt zich op de verkoop van honing in de detailhandel tijdens de Coronacrisis. Verkopen van honing aan horeca en de voedingsmiddelenindustrie worden buiten beschouwing gelaten.

Ondanks dat de horeca tijdens de Coronacrisis enige tijd gesloten is, is er nog steeds een stijging in de verkoop van honing bij De Traay te zien. Figuur 1.10 laat zien dat de verkoop van honing naar van Oordt (horeca) is gedaald. Echter, de verkoopopbrengsten hiervan betreffen zo'n klein aandeel dat er, ondanks de daling in verkopen aan de horeca, nog steeds een stijging in de verkoop van honing te zien is.



Figuur 1.10 Verdeling verkopen de Traay supermarkten – Van Oordt 2020 (De Traay Honing, 2020).

In dit onderzoek wordt honing als een product gezien, er wordt geen onderscheid gemaakt in bepaalde soorten honing, honing met toegevoegde smaken of honing met een bepaald keurmerk.

Het onderzoek bevat cijfers, statistieken en feiten van zowel Nederlandse als buitenlandse bedrijven die verkopen in Nederland. Er zal niet worden gekeken naar de verkoop van honing naar het buitenland (export) omdat Nederland de grootste afnemer is van het bedrijf de Traay en het aandeel dat in het buitenland verkocht wordt relatief klein is.

1.3 Hoofd- en deelvragen

In deze afstudeerscriptie wordt gewerkt met een hoofdvraag en drie deelvragen. De deelvragen zullen antwoord geven op de hoofdvraag. De hoofdvraag van deze afstudeerscriptie luidt als volgt:

Hoofdvraag:

Wat is de oorzaak van de stijging van verkoop van honing in supermarkten tijdens de Coronacrisis?

De deelvragen die deze hoofdvraag gaan beantwoorden zijn:

- **Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?**
- **Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?**
- **In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?**

1.4 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is om te achterhalen wat de oorzaak is dat de consument meer honing heeft gekocht tijdens de Coronacrisis zodat hierop beter ingespeeld kan worden door bedrijven en ondernemers en zij een verwachting voor de toekomst kunnen maken.

Uit de resultaten van het onderzoek moet de reden van de stijging van de verkopen van honing in de supermarkten tijdens de Coronacrisis komen. Er moet duidelijk worden waar honing door consumenten zoal voor gebruikt wordt en hoe het komt dat de consument tijdens de Coronacrisis meer honing is gaan kopen. Aan de hand daarvan kan een verwachting worden gedaan voor de verkopen van honing voor de komende jaren.

Na afloop van het onderzoek zal een conclusie worden getrokken en een aanbeveling worden gegeven.

Deze afstudeerscriptie zou gebruikt kunnen worden door Nederlandse bedrijven actief in de honingsector en eventueel andere belanghebbenden.

H2. Aanpak: Materiaal en methode

In dit hoofdstuk is uitgewerkt op welke manier het onderzoek is uitgevoerd. Er is per deelvraag beschreven wat de aanpak is geweest om tot een antwoord te komen en welke middelen hiervoor nodig waren.

2.1 Opzet onderzoek

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn drie deelvragen opgesteld. De manier waarop deze drie deelvragen zijn beantwoord verschilt per deelvraag.

Soort onderzoek

Er is een literatuuronderzoek gedaan waarbij cijfers en grafieken zijn onderzocht om tot een antwoord te komen. Het literatuuronderzoek richtte zich op de koopargumenten en het aankoopgedrag van de consument.

Koopargumenten van de consument zijn de redenen die de consument heeft om een product aan te schaffen en waarvoor de consument het product wil gaan gebruiken. Een koopargument kan het gedrag van een consument versnellen of vertragen bij de aanschaf van een product (CBW-MITEX, 2010). Aankoopgedrag is het gedrag dat de consument toont bij aanschaf van het product (Bartels, et al., 2009). Met aankoopgedrag wordt de frequentie waarin het product wordt aangeschaft bedoeld, en er kan worden aangetoond of de koper een bestaande of nieuwe klant is.

Naast een literatuuronderzoek is een kwalitatief- en kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Er zijn interviews afgenomen en er is een enquête uitgezet. Het kwalitatieve- en kwantitatieve onderzoek heeft inzicht gegeven in de behoefte en het gedrag van de consument.

Dataverzamelingsmethoden

Voor het kwantitatieve onderzoek is zowel deskresearch als fieldresearch gedaan door middel van het analyseren van rapporten en het afnemen van een enquête.

Voor het kwalitatief onderzoek is fieldresearch gedaan door middel van het afnemen van interviews.

Datakenmerken

De enquête is verspreid door middel van het gebruik van sociale media. Er werd gestreefd naar het behalen van minimaal 100 respondenten als steekproefgrootte. In de enquête is gebruik gemaakt van nominale en ordinale meetniveaus.

Een nominaal meetniveau betreft verschillende antwoordmogelijkheden zonder logische volgorde. Bij een ordinaal meetniveau is er sprake van zowel verschillende antwoordmogelijkheden als een logische volgorde (Erven & van der Laan, 2013).

Het interview dat is afgenomen was een gedeeltelijk-gestructureerd interview waar vooraf alle vragen waren opgesteld en een bepaalde volgorde werd gehanteerd, er was ruimte voor doorvragen om zo veel mogelijk informatie van de ondervraagde te kunnen vergaren. Deze manier van interviewen wordt ook wel een diepte-interview genoemd (Noordhoff Uitgevers bv).

Er zijn 10 Nederlandse consumenten geïnterviewd. De interviews werden mondelings afgenomen, via telefoon of fysiek. Om mensen voor het interview te werven werd gebruik gemaakt van eigen netwerk en sociale media.

Niet de gehele populatie is ondervraagd. Er werd een gedeelte van de populatie ondervraagd, er is sprake van een steekproef (Erven & van der Laan, 2013).

In de bijlage van dit vooronderzoek zijn de relevante cijfers, interview- en enquêtevragen opgenomen.

Data-analyse methoden

Om de data van het kwantitatieve onderzoek te analyseren is er gebruik gemaakt van regressieanalyses. Bij het kwalitatieve onderzoek is de data vergeleken en de methode van het categoriseren gebruikt.

Validiteit en betrouwbaarheid

Voor de enquête werd gestreefd naar een minimum van 100 respondenten als steekproefgrootte om de betrouwbaarheid van het onderzoek te kunnen waarborgen.

Bij het afnemen van de interviews zijn consumenten uit verschillende doelgroepen ondervraagd zodat hierdoor verschillende standpunten en invalshoeken werden benaderd. Daarbij zijn de interviews, met toestemming van de ondervraagde, opgenomen. Hierdoor is een zo betrouwbaar en valide mogelijk onderzoek uitgevoerd.

Om de anonimiteit van de ondervraagden te garanderen is de voor- en achternaam van de ondervraagde persoon weggelaten. Algemene gegevens over de persoon zijn wel vermeld zodat het onderzoek aantoonbaar betrouwbaar en valide is.

Het was van belang dat de vragen die in de interviews en enquête werden gesteld, duidelijk geformuleerd waren en de manier van vraagstelling geen sociaal wenselijk antwoord bevatte en daardoor objectief was. Hierdoor waren de vragen makkelijk te begrijpen en werden onbetrouwbare resultaten voorkomen.

2.2 Materiaal en methode

Om het onderzoek te kunnen uitvoeren was bestaande literatuur nodig afkomstig van een betrouwbare en wetenschappelijk bron.

Bij het afnemen van het kwalitatieve onderzoek waren 10 Nederlandse consumenten nodig die bereid waren om geïnterviewd te worden en hun medewerking aan dit onderzoek te verlenen. Er was een laptop nodig om de gegevens te kunnen verwerken en een telefoon met spraakopnamefunctie om de interviews op te kunnen nemen.

De enquête is verspreid door eigen sociale mediakanalen en andere personen die bereid waren om de enquête te delen. De voornaamste sociale media platformen die zijn gebruikt voor verspreiding van de enquête zijn Facebook, Instagram en Whatsapp.

2.3 Onderzoek per deelvraag

Hieronder is per deelvraag uitgewerkt op welke manier en welke aanpak is gehanteerd om desbetreffende deelvragen te beantwoorden.

- **Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?**

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden was bestaande literatuur nodig van een betrouwbare bron. Relevante cijfers kwamen van het bedrijf IRI Worldwide, een bedrijf dat gegevens verzamelt van leveranciers, onderzoek uitvoert en gegevens levert aan onder andere detailhandels en producenten.

Er is gekeken naar de bedrijfsactiviteiten van het bedrijf de Traay die mogelijk invloed hebben gehad op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis. Om deze deelvraag te beantwoorden is een onderzoek naar de activiteiten van het bedrijf gedaan op het gebied van marketing, medewerkers, prijsverandering van product en of er een stijging of daling in het aantal verkooppunten was tijdens de desbetreffende periode.

Hierbij is niet precies vast te stellen welke verkopen door welke actie gegenereerd zijn maar dit heeft wel een beeld geschetst over de invloed dat een bedrijf kan hebben op de verkoop van haar product.

Om dit te kunnen onderzoeken is informatie vanuit het bedrijf en haar medewerkers gekomen.

- **Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?**

Om deze deelvraag te beantwoorden waren gegevens die werden verzameld bij het afnemen van de enquête en interviews aan de Nederlandse consument nodig.

De vragen die zijn gesteld gingen over de redenen van de consument om honing aan te schaffen van zowel voor als nadat het Corona virus uitbrak. Er zijn 10 Nederlandse consumenten uit verschillende segmenten geïnterviewd omdat per segment en per persoon de koopargumenten kunnen verschillen en hierdoor de deelvraag zo goed mogelijk beantwoord kon worden.

De consumenten onderscheidde zich in geslacht, leeftijd, gezinssamenstelling, opleidingsniveau, inkomen en woonplaats.

De vragen die zijn gebruikt voor het beantwoorden van deze deelvraag zijn bijgevoegd aan deze afstudeerscriptie. De vragen gericht op de koopargumenten van de consument waren de vragen 7, 12, 13 en 14 van de enquête en de vragen 1, 2, 6, 7, 9, 10 en 11 van het interview.

Met behulp van bovenstaande enquêtevragen is in kaart gebracht of de respondent meer honing is gaan kopen en/of gebruiken en waarom. Door het stellen van de bovenstaande interviewvragen is duidelijk geworden wat de consument belangrijk vindt bij de aanschaf van het product en wat de achterliggende reden is van de aanschaf van het product.

- **In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?**

Voor deze deelvraag is het aankoopgedrag en consumptie van de consument onderzocht. Hiervoor werd gekeken naar de frequentie waarin het product gekocht werd en of er verandering in samenstelling van de klantgroep was (bestaande- of nieuwe klanten).

Om tot een antwoord voor deze deelvraag te kunnen komen was een kwalitatief- en kwantitatief onderzoek nodig. Voor deze deelvraag werden dezelfde enquête en interviews gebruikt als voor de tweede deelvraag.

Op basis van de resultaten van de enquête en interviews werd een conclusie over het aankoopgedrag en de consumptie van honing bij de consument gegeven.

De vragen die zijn gebruikt voor het beantwoorden van deze deelvraag zijn bijgevoegd aan deze afstudeerscriptie. De vragen die zich richtte op het aankoopgedrag van de consument waren de vragen 1, 5, 6, 8, 9, 10 en 11 van de enquête en de vragen 1, 11, 14 en 17 van het interview.

Met behulp van bovenstaande enquête- en interviewvragen is vastgesteld in welke frequentie het product door de respondent werd gekocht, of dit veranderd was na de uitbraak van het Corona virus en waarom.

Om te kunnen vaststellen hoe het aankoopgedrag en consumptie veranderd is ten opzichte van voor de Coronacrisis is gebruik gemaakt van de resultaten van het onderzoek naar de positionering van Melvita.

H3. Resultaten

In dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de resultaten uit de onderzoeken die zijn gedaan voor dit afstudeeronderzoek. Per deelvraag zal de verzamelde informatie uitgewerkt worden. De resultaten zijn afkomstig van het bedrijf De Traay uit Lelystad en uit de enquête die is afgenomen door een deel van de Nederlandse bevolking, de enquête is ingevuld door 101 respondenten. Daarnaast zijn er 10 interviews afgenomen waarbij verschillende Nederlandse consumenten werden ondervraagd over de aanschaf en hun consumptie van honing.

3.1 Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?

Er zijn verschillende activiteiten van een bedrijf die invloed kunnen hebben op de verkoop van een product. Hierbij kan gedacht worden aan een prijsverandering van het product, een stijging in verkooppunten of een investering in marketing.

Bij het bedrijf De Traay in Lelystad zijn de bedrijfsactiviteiten onderzocht om een helder beeld te krijgen welke activiteiten mogelijk invloed hebben gehad op de stijging in de verkoop van honing. Dit wordt gedaan met behulp van de Marketingmix en de 4p's van McCarthy. De Marketingmix bestaat uit vier factoren: Product, Prijs, Promotie en Plaats (Pingwin Online Marketing bureau , 2022).

Product

Allereerst is er gekeken of er een verandering van het product heeft plaatsgevonden bij het bedrijf, waardoor mogelijk de verkoop is gaan stijgen. Er is naast een kleine aanpassing in het assortiment geen andere verandering geweest ten opzichte van andere jaren.

Prijs

Een prijsverandering van honing als product kan invloed hebben op de verkoop in supermarkten. Een verandering van de prijs van een product leidt bijna altijd tot een verandering van de gevraagde hoeveelheid. Soms verandert deze hoeveelheid sterk bij een prijsverandering, en soms weinig (examenoverzicht, 2021).

Er is tijdens de desbetreffende periode geen prijsverandering van het product geweest. Achteraf is de prijs wel gaan stijgen, de oorzaak hiervan is de toenemende vraag naar honing in de wereld en het aanbod van honing wat gelijk blijft. Daarnaast zijn de transportkosten door Corona hoger geworden, het handelen in honing is duurder geworden en dit moest ook door worden gevoerd in de prijs per product (Garnier, 2021).

Promotie

Promotie gaat over de manier waarop wordt gecommuniceerd met de klant, bijvoorbeeld met reclame of via de verpakking van het product. De zogenoemde winkelacties (kortingen voor de consument) waren aanwezig in de supermarkt in de periode van Maart 2020. Ieder jaar zijn er over het algemeen dezelfde winkelacties in een winkel in dezelfde periode als het voorgaande jaar (Voorn, 2021). Er is op het gebied van marketing niet extra geïnvesteerd bij het bedrijf en de verpakking van producten is onveranderd.

Plaats

De plaats is de plek waar het product verkocht wordt, dit kan zowel online als fysiek zijn. Het aantal verkooppunten en de supermarkten waar honing verkocht wordt is gelijk gebleven. Er is wel sprake geweest van meer online verkoop tijdens Corona. Grote supermarktketens zoals Albert Heijn en Jumbo bieden online producten aan waarna deze producten bij de consument worden thuisbezorgd. Ook Picnic is hierin groter geworden. Picnic is een Nederlandse online-supermarkt dat uitsluitend bezorgt aan huis en geen eigen winkels heeft (Picnic, 2021).

Het bedrijf De Traay levert aan ketens die zowel in fysieke winkels als online hun producten aanbieden en verkopen. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt in prijzen of aantallen en de online verkopen worden samen met de fysieke verkopen berekend. De stijging in online verkoop zal ook na de Coronacrisis aanhouden vanwege de verandering in het gedrag van de consument (Growth from Knowledge, 2021)

Personeel

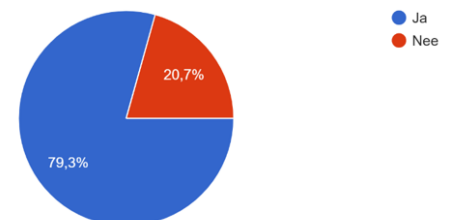
Een uitbreiding op de 4p's is de vijfde P van Personeel (Hayona, 2022). Er heeft geen verandering plaatsgevonden in medewerkers op de marketing- en verkoopafdeling. Tijdens het gesprek gaf de ondervraagde medewerker aan: "Er is weinig tot geen verloop van medewerkers in het bedrijf."

3.2 Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?

Er is een enquête uitgezet onder de consumenten in Nederland om een duidelijk beeld te kunnen geven over hun koopargumenten bij het kopen van het product honing.

Van alle 101 respondenten gaf 91,1% aan boodschappen te doen voor zijn of haar eigen huishouden. Van deze respondenten kocht 79,3% wel eens honing (figuur 3.1). Er zijn geen grote verschillen te zien in de aanschaf van honing en de leeftijd van de koper. De leeftijdscategorie 40 tot 60 jaar koopt relatief gezien de meeste honing.

Koopt u wel eens honing?
92 antwoorden



Figuur 3.1 Aantal kopers van honing

De aspecten die belangrijk zijn bij het kopen van honing lopen uiteen. Het meest belangrijke aspect bij het kopen van honing was de smaak van het product. Bijna de helft (46,6%) van de respondenten gaf aan de smaak belangrijk te vinden.

Zo'n 39,7% van de respondenten gaf aan de soort belangrijk te vinden bij het kopen van honing. Dit aspect werd net iets belangrijker gevonden dan de prijs, waarvan 37% van de respondenten zegt dit belangrijk te vinden bij de aankoop van honing. Dat de honing biologisch is wordt door 34,4% van de respondenten belangrijk gevonden. Daarnaast geeft 26% van de respondenten aan dat het belangrijk is dat de honing een lokaal product is. Zo'n 17,8% van de respondenten vindt de verpakking een belangrijk aspect bij het kopen van honing.

Een enkeling geeft aan het belangrijk te vinden dat de honing houdbaar is omdat het product niet vaak gebruikt wordt, dit is zichtbaar in figuur 3.2 onder het aspect anders.



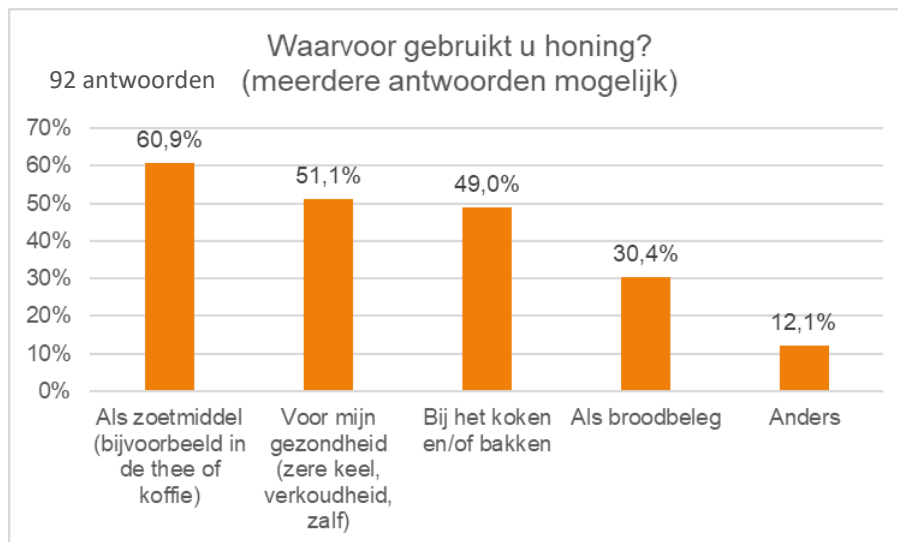
Figuur 3.2 Aspecten die van belang zijn bij het kopen van honing

Als per leeftijdscategorie (bijlage 3) naar de meest belangrijke aspecten wordt gekeken dan is te zien dat de respondenten uit de leeftijdscategorie van 18 tot 25 jaar oud de prijs, de smaak en daarna de soort honing het belangrijkste vinden bij de aanschaf van het product. In de leeftijdscategorie van 40 tot 60 jaar oud wordt de smaak en of de honing biologisch is belangrijk gevonden. Daarna komt de soort honing en of de honing een lokaal product is genoemd. Opvallend is dat de relatief jonge doelgroep het niet belangrijk vindt dat de honing biologisch of lokaal is en bovenstaande doelgroep wel. De jonge doelgroep geeft vaker aan de prijs belangrijk te vinden dan de respondenten tussen de 40- en 60 jaar. Het gemiddelde inkomen per maand is in de leeftijdscategorie van 40 tot 60 jaar hoger dan die van de respondenten van jongere leeftijd (Knab, 2021). Biologische honing is duurder dan de gangbare variant (Jumbo, 2021), deze twee gegevens kunnen in relatie staan met elkaar.

Op de vraag waar de respondenten honing voor gebruiken zijn verschillende antwoorden gegeven. Honing wordt het meest gebruikt als zoetmiddel (60,9%), bijvoorbeeld in de thee of koffie. Verder geeft 51,1% van de respondenten aan honing te gebruiken voor zijn of haar gezondheid (zere keel, verkoudheid, zalf). Op de derde plaats wordt honing het meest gebruikt bij het koken en/of bakken, 49% van de respondenten geeft aan hiervoor honing te gebruiken.

Het product honing valt in de categorie broodbeleg en ligt daarom in het schap van de supermarkt bij het andere broodbeleg zoals hagelslag en pindakaas. Een deel van de respondenten (30,4%) geeft aan honing als broodbeleg te gebruiken.

De respondenten konden zelf met de optie 'anders, namelijk:' apart aangeven waar zij honing voor gebruiken. Opvallend is dat 12,1% specifiek aangeeft honing te gebruiken bij yoghurt.



Figuur 3.3 Gebruik van honing door de consument

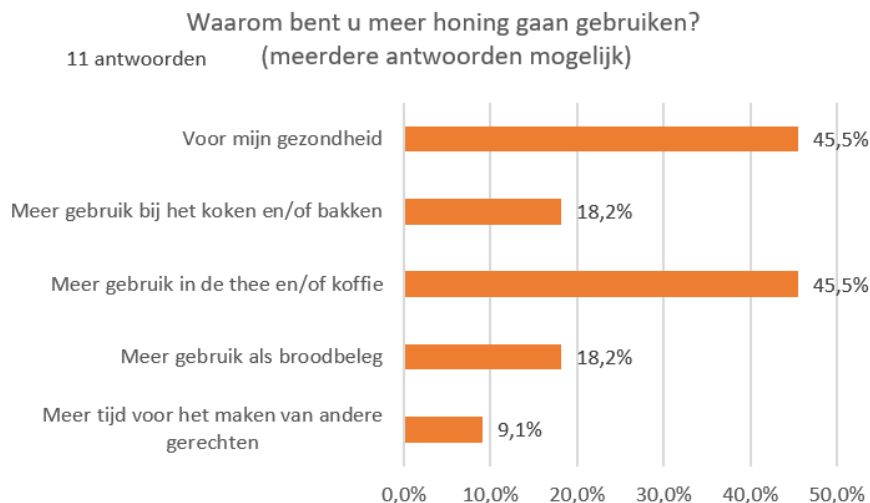
Vervolgens is aan de respondenten gevraagd of zij sinds de Coronacrisis meer of minder honing zijn gaan gebruiken, dit wordt weergegeven in figuur 3.4. Een klein gedeelte (12%) gaf aan meer honing te zijn gaan gebruiken in deze periode.



Figuur 3.4 Gebruik van honing vanaf de Coronacrisis

De voornaamste redenen hiervoor waren voor de gezondheid (45,5%) en omdat er meer honing werd gebruikt in de thee en/of koffie (45,5%).

Daarna werd aangegeven dat er meer honing werd gebruikt bij het koken en/of bakken (18,2%) en als broodbeleg (18,2%). Een enkeling gaf aan meer honing te gebruiken omdat diegene meer tijd heeft voor het maken van andere gerechten waarbij honing werd gebruikt (figuur 3.5.)



Figuur 3.5 Meer gebruik van honing tijdens de Coronacrisis

Naast de enquête zijn 10 Nederlandse consumenten geïnterviewd om te kijken wat hun koopargumenten zijn om honing te kopen en of de Coronacrisis hier invloed op heeft gehad.

Welke aspecten de consument belangrijk vindt bij de aanschaf van het product loopt erg uiteen. De ene respondent zegt: “De verpakking moet een fles zijn, de honing moet vloeibaar en biologisch zijn. Een bepaalde soort zou ik alleen kopen als dit specifiek in een recept staat.”

Terwijl de andere consument juist graag het tegenovergestelde ziet bij het kopen van honing: “Ik vind het belangrijk dat de honing in een pot zit, niet snel hard wordt (kristalliseert) en het een normale soort heeft (bloemenhoning). Ik heb niks met biologisch dus dat hoeft voor mij niet.”

Het enige belangrijke aspect dat vaak terugkomt is dat de consument de honing graag vloeibaar en zacht heeft.

Er worden door geïnterviewden verschillende redenen gegeven waarvoor meer honing gebruikt werd. Allereerst werd er meer gebakken, hierbij werd extra rekening gehouden met de gezondheid en was honing een vervanger voor bijvoorbeeld kristalsuiker. Tijdens het interview gaf de ondervraagde aan dat: “Met het bakken ben ik dan ook bezig met de gezondere variant uitzoeken, dus honing gebruiken in plaats van suiker. Dit zal er ook voor zorgen dat we meer hebben gekocht het afgelopen jaar.”

Toch gaf het grootste deel van de ondervraagden aan dat honing niet kon ondersteunen bij de gezondheid: “Ik denk dat het meer schade aanricht aan je gezondheid dan dat het echt gezond is. Het is misschien wel iets beter dan geraffineerde suiker maar het blijft wel suiker.”

Of de consument zelf thuis uitgebreider of luxer is gaan koken en bakken hangt af van de interesses van de consument.

De een geeft aan eten belangrijk te vinden en daardoor ook meer tijd te hebben besteed aan het koken thuis terwijl de ander -die niet graag zelf kookt- dit ook tijdens de Coronacrisis niet is gaan doen. Er werd onder de jonge doelgroep (<30 jaar) meer geëxperimenteerd in de keuken.

Respondent: “Ik ben meer gaan experimenteren met eten en kookte niet meer standaard iedere keer hetzelfde. Het werd wel iets uitgebreider en ik at meer andere dingen dan normaal.” Een andere respondent gaf aan uitgebreider te koken: “Omdat ik heel erg van lekker eten hou en ik kon minder naar de horeca dus ben ik dit thuis gaan doen.”

Daarnaast werd honing vaak gebruikt in thee, marinades, dressings en in combinatie met geitenkaas en walnoot.

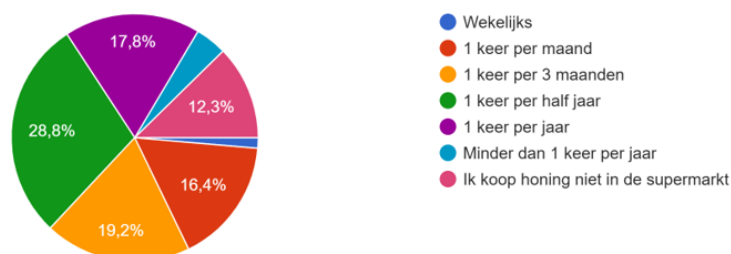
3.3 In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?

In de enquête die is afgenomen onder de consumenten van Nederland zijn diverse vragen gesteld over het aankoopgedrag en de consumptie van honing. Er is gekeken naar hoe vaak en hoeveel het product gekocht wordt en of de consument meer of minder honing is gaan gebruiken.

Van respondenten die eerder aangaven honing te kopen koopt het overgrote deel (87,7%) honing in de supermarkt, dit is vaak uit gemak. Een van de geïnterviewden gaf aan honing in de supermarkt te kopen: “Omdat dat praktisch is, ik doe daar ook grotendeels mijn andere boodschappen.”

In figuur 3.6 is te zien hoe vaak honing door respondenten in de supermarkt wordt gekocht. De meeste respondenten (28,8%) kopen gemiddeld 1 keer per half jaar honing, daarop volgt 19,2% dat 1 keer per 3 maanden honing in de supermarkt aanschaft en zo’n 17,8% van de respondenten doet dit 1 keer per jaar. Uit het onderzoek is gebleken dat honing zeer weinig wekelijks gekocht wordt, maar 1,4% van de respondenten geeft aan dit te doen.

Hoe vaak koopt u honing in de supermarkt?
73 antwoorden

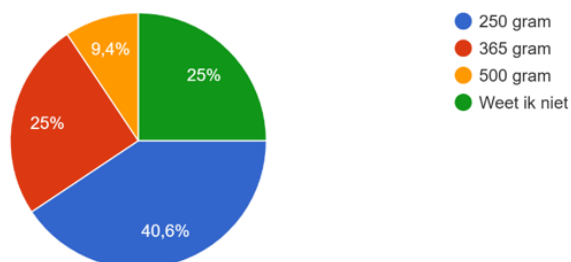


Figuur 3.6 Frequentie aanschaf van honing

Er is onderzocht in welke hoeveelheid honing wordt gekocht in de supermarkt, dit wordt weergegeven in figuur 3.7. Het grootste deel van de respondenten (40,6%) koopt van honing de kleinste hoeveelheid, dit is 250 gram. Uit de interviews is gebleken dat de consument de honing graag zo vloeibaar mogelijk heeft en dat dit de reden is waarom een kleine verpakking gekocht wordt. Daarnaast geeft een kwart van de respondenten aan 365 gram honing per keer te kopen en nog een kwart van de respondenten weet niet in welke hoeveelheid zij honing kopen in de supermarkt.

In welke hoeveelheid koopt u honing in de supermarkt?

64 antwoorden

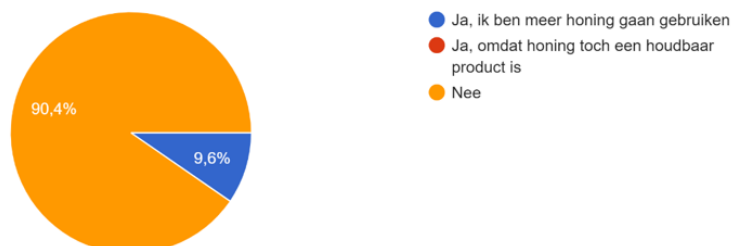


Figuur 3.7 Hoeveelheid honing in gram per aanschaf

Vervolgens is de vraag gesteld of de respondent sinds de Coronacrisis meer honing is gaan kopen (figuur 3.8). Het overgrote deel (90,4%) geeft aan dit niet te hebben gedaan.

Bent u sinds de Corona crisis meer honing gaan kopen?

73 antwoorden



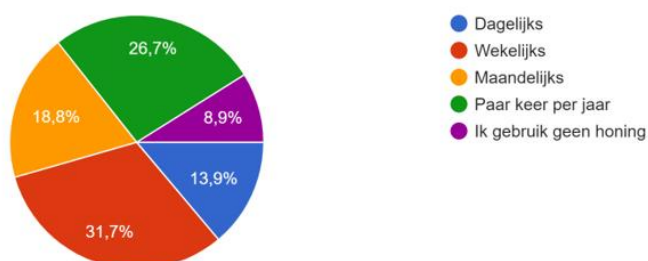
Figuur 3.8 Aanschaf van honing vanaf de Coronacrisis

De respondenten die wel meer honing zijn gaan kopen (9,6%) doen dit omdat ze meer honing zijn gaan gebruiken en niet omdat honing een houdbaar product is dat niet bederfelijk is.

Aan alle respondenten van de enquête is gevraagd hoe vaak zij honing gebruikten, ook wanneer zij zelf de honing niet hebben gekocht. In figuur 3.9 is te zien dat de meeste respondenten wekelijks honing gebruiken.

Hoe vaak gebruikt u honing?

101 antwoorden



Figuur 3.9 Frequentie gebruik van honing

Als het gebruik van honing per leeftijdscategorie wordt uitgemeten (figuur 3.10) dan is af te lezen dat honing het vaakst wordt gebruikt door de respondenten in de leeftijdscategorieën 40 tot 60 jaar en 60 tot 80 jaar.

Hoe vaak gebruikt u honing?

Leeftijdscategorie	Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Paar keer per jaar	Ik gebruik geen honing	Eindtotaal
Tussen 18- en 25 jaar	10,8%	27,0%	16,2%	35,1%	10,8%	100%
Tussen 25- en 40 jaar	10,0%	30,0%	30,0%	20,0%	10,0%	100%
Tussen 40- en 60 jaar	14,7%	38,2%	20,6%	17,6%	8,8%	100%
Tussen 60- en 80 jaar	18,8%	37,5%	18,8%	25,0%	0,0%	100%
Ouder dan 80 jaar	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	100%
Eindtotaal	13,9%	31,7%	18,8%	26,7%	8,9%	100%

Figuur 3.10 Frequentie gebruik van honing per leeftijdscategorie

Uit de afgenomen interviews is gebleken dat de ondervraagden het product niet hamsteren. In het interview is de vraag gesteld of de geïnterviewde honing (een houdbaar product) tijdens een lockdown meer zou inkopen. Bijna alle ondervraagden gaven aan dit niet te doen. Dit komt ook overeen met de resultaten uit de enquête. De mensen die aangaven meer honing te zijn gaan gebruiken tijdens de Coronacrisis zijn wel meer honing gaan kopen omdat het product thuis sneller op ging.

Op de vraag of de geïnterviewde in de toekomst vaker honing gaat kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van de Coronacrisis afneemt wordt gereageerd: “Ik denk het wel, ik denk dat als je eenmaal een product gebruikt dat je fijn vindt, je dat dan wel een tijdje blijft vasthouden. Misschien als mensen weer meer buiten huis gaan werken, ze thuis weer minder honing gaan gebruiken omdat de voorraad minder snel op gaat. Ik denk niet dat ze helemaal stoppen met het kopen van honing.”

Een andere respondent die aangaf juist minder honing te gebruiken tijdens de Coronacrisis zegt: “Ik denk dat wij honing na Corona meer gaan gebruiken omdat we nu weer meer mensen te eten krijgen en daardoor we vaker uitgebreid koken en dus meer honing gebruiken in recepten.”

H4. Discussie

Binnen dit hoofdstuk zal de gekozen aanpak en de resultaten worden bediscussieerd. Er wordt een kritische reflectie uitwerkt op het uitgevoerde onderzoek met betrekking op het proces, de methode, de omstandigheden en literatuur.

4.1 Doelstelling

De doelstelling van deze afstudeerscriptie is te achterhalen wat de oorzaak is dat de consument meer honing is gaan kopen tijdens de Coronacrisis. Zodat hierop ingespeeld kan worden door bedrijven en ondernemers uit de sector en zij een verwachting voor de toekomst kunnen maken.

4.2 Belangrijke resultaten

De bedrijfsactiviteiten van De Traay zouden mogelijk invloed hebben gehad op de stijging in verkoop van honing. Er is sprake geweest van een kleine aanpassing in het assortiment maar er is vanuit het bedrijf niet extra geïnvesteerd in marketing. Er zijn in de desbetreffende periode winkelacties geweest waardoor het product wellicht beter verkocht is, deze winkelacties zijn ieder jaar. Het aantal verkooppunten is gelijk gebleven, er is wel een verschuiving te zien van fysieke verkoop naar online verkoop.

De belangrijkste aspecten waar de consument op let bij de aankoop is de smaak van het product en de soort honing. De respondenten uit de leeftijdscategorie 40 tot 60 jaar vinden het biologische aspect van het product belangrijker dan de prijs. Andersom vinden de respondenten uit de leeftijdscategorie van 18 tot 25 jaar de prijs belangrijker dan het biologische aspect. Honing werd het meest gebruikt als zoetmiddel (57,7%). Ondanks dat het product in de categorie broodbeleg valt, gebruikt slechts 29,3% van de respondenten honing voor op brood. Zo'n 12% van de respondenten zegt meer honing te zijn gaan gebruiken, dit was voornamelijk voor gezondheidsredenen en door meer gebruik in de thee en/of koffie.

Van de respondenten die honing kochten deden de meeste mensen dit uit gemak in de supermarkt. Honing wordt meestal 1 keer per half jaar gekocht, vaak in kleine hoeveelheid (250 gram) omdat de consument niet wil dat de honing kristalliseert na verloop van tijd of het niet vaak gebruikt wordt. De 9,6% van de respondenten die zegt honing meer gekocht te hebben tijdens de Coronacrisis deed dit omdat het product meer gebruikt werd. Er werden thuis geen voorraden aangelegd ondanks dat het product houdbaar is. De meeste respondenten gebruiken honing wekelijks. Daarnaast wordt honing het vaakst gebruikt door mensen uit de leeftijdscategorie van 40 tot 60 jaar. In de toekomst denkt de respondent evenveel honing te gaan gebruiken als dat zij nu doen of misschien zelfs meer.

4.3 Kritische reflectie

4.3.1 Het proces

Het onderzoek is in zekere mate verlopen zoals vooraf uitgedacht was. Het streefaantal van 100 respondenten op de enquête is gehaald en er zijn 10 verschillende interviews afgenomen om genoeg informatie te vergaren en de betrouwbaarheid van dit onderzoek te kunnen garanderen.

Er is voorafgaand het onderzoek een tijdsplanning gemaakt, hier is vanaf geweken in verband met persoonlijke omstandigheden. Het onderzoek stond hier los van en er zijn nieuwe inlevermomenten afgesproken.

Gedurende het onderzoek zijn de vragen en antwoorden van de enquête en interviews die vooraf bij een bepaalde deelvraag waren ingedeeld veranderd. De nieuwe indeling van vragen past beter bij de deelvragen en zorgt ervoor dat de tweede en derde deelvragen beter beantwoord konden worden.

4.3.2 De methode

De resultaten van het onderzoek komen redelijk overeen met de verwachting. Uit de algemene verkoopcijfers bleek een stijging in de verkoop van honing te zitten en uit de enquête is gebleken dat er meer honing gekocht en gebruikt is.

Het onderzoek is uitgevoerd in een bepaalde periode, dit kan invloed hebben op de uitkomsten van het onderzoek. De Coronacrisis brak uit in Maart 2020, de enquête en interviews zijn afgelegd in september en oktober 2021. Hierdoor kan het zijn dat de respondenten hun aanschaf en gebruik van honing niet meer helemaal helder op hun netvlies hebben staan. De Coronacrisis heeft een grote impact gehad op het aankoopgedrag van de consument, 83% van de consumenten laat een ander aankoopgedrag zien (Growth from Knowledge, 2021). Het kan zijn dat de consument hier zelf niet bewust van is. Daarnaast is niet de gehele bevolking ondervraagd, er was sprake van een steekproef. De enquête is door heel Nederland verspreid. Echter, de meeste respondenten komen uit Zuid-Holland. Hoewel Zuid-Holland de provincie is met de meeste inwoners van Nederland zal dit hoge percentage voornamelijk komen door mijn netwerk in Zuid-Holland.

In de enquête zijn niet alle demografische gegevens van de respondent gevraagd. Over bepaalde aspecten, zoals geslacht en inkomen, kunnen daarom geen conclusies worden getrokken.

Om de eerste deelvraag te beantwoorden zijn de bedrijfsactiviteiten van De Traay onderzocht. Hieruit bleek dat er in maart 2020 winkelacties (kortingen voor de consument) waren. Hierdoor zouden mensen misschien extra honing hebben gekocht. Echter, elk jaar lopen in dezelfde maand over het algemeen dezelfde winkelacties. De invloeden die de winkelacties op de verkoop hebben zijn ook meegenomen in de cijfers van de jaren zonder Coronacrisis. Omdat de cijfers met de voorgaande jaren worden vergeleken wordt hier al automatisch rekening mee gehouden.

Om tweede en derde deelvraag te beantwoorden is een enquête afgenomen en zijn interviews gehouden. Uit de enquête bleek dat 50% van de respondenten honing gebruikte voor zijn/haar gezondheid. Van de respondenten die meer honing zijn gaan gebruiken tijdens de Coronacrisis gaf 45,5% de gezondheid als reden hiervoor. Echter, uit de interviews bleek dat het merendeel van de ondervraagden honing niet zien als ondersteuning voor hun gezondheid. Er heerst onduidelijkheid over de werking van honing op de gezondheid.

Met behulp van de enquête is onderzocht welke aspecten de consument belangrijk vindt bij het kopen van honing. Hierbij werd het aspect 'de soort' als tweede belangrijke aspect genoemd. Wat opvallend is gezien het kleine aanbod van verschillende soorten honing in de supermarkt. Deze vraag kan door de respondent op twee manieren geïnterpreteerd worden.

Als je kijkt naar verschillende soorten honing kan je kijken naar verschillende bloemsoorten honing zoals Tijmhoning en Lavendelhoning. Echter, je kan ook kijken naar soorten honing wat betreft de substantie zoals vloeibare honing, crème honing of raathoning.

Uit het onderzoek is verder niet af te leiden op welke manier deze vraag geïnterpreteerd is bij de respondent. In het vervolg zou de vraag op een andere manier gesteld moeten worden zodat de uitkomsten meer valide zijn.

Het percentage (9,6%) van de aanschaf van honing vanaf de Coronacrisis (figuur 3.8) ligt lager dan het percentage (12%) van het gebruik van honing vanaf de Coronacrisis (figuur 3.4). Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de respondenten van de enquête zelf niet de honing gekocht hebben, maar het wel meer zijn gaan gebruiken. Bijvoorbeeld jongeren die bij hun ouders wonen of mensen die zelf geen boodschappen doen voor hun huishouden (en dus niet meer honing gekocht hebben) maar wel meer honing zijn gaan gebruiken.

4.4 Overeenkomsten literatuur

De omzet van honing was in 2020 met 8% gestegen ten opzichte van 2019. De Year to Date cijfers van 2020 (januari tot en met oktober) waren ten opzichte van 2019 zelfs met 11% gestegen. Uit dit onderzoek is gebleken dat 9,6% van de mensen die wel eens honing koopt meer honing is gaan kopen sinds de Coronacrisis. Hierbij moet vermeld worden dat er sprake is van een steekproef en dat niet iedere consument op de hoogte is van zijn/haar veranderde consumentengedrag, dit kan van invloed zijn op de uitkomsten van het onderzoek.

Uit het onderzoek is gebleken dat de consument weinig inspanning wil doen om het product te kopen. Dit komt overeen met de goederenindeling van Copeland waarin het product geplaatst is. Het product honing valt onder de Convenience-goederen, wat inhoudt dat het een product is dat veelvuldig en met weinig inspanning van de consument gekocht wordt.

H5. Conclusie

Binnen dit hoofdstuk zullen de hoofd- en deelvragen beantwoord worden en zal er een conclusie gegeven worden op de resultaten die zijn gekomen uit het onderzoek.

Het onderwerp van deze afstudeerscriptie is 'De verkoop van honing tijdens de Coronacrisis in Nederland'. De doelstelling van deze afstudeerscriptie is te achterhalen wat de oorzaak van de stijging van de verkoop van honing. Waardoor in de toekomst beter op het consumentengedrag kan worden ingespeeld door bedrijven en ondernemers uit de sector.

5.1 Conclusies op de deelvragen

5.1.1 Welke bedrijfsactiviteiten van een honing producent hebben mogelijk invloed op de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis?

Een bedrijf kan met haar activiteiten invloed hebben op de verkoopcijfers van het verkopende product. Om de oorzaak van de stijging van de verkoop van honing te kunnen achterhalen moet naast de externe invloeden ook worden gekeken naar de interne invloeden. De honing producent die ik voor dit onderzoek heb ondervraagd is het bedrijf De Traay uit Lelystad, de Nederlandse marktleider van honing.

Activiteiten die mogelijk invloed hadden kunnen hebben op de verkoop zijn prijsverandering van het product, een stijging in het aantal verkooppunten, verandering in medewerkers of investeringen van bedrijf.

Van bovenstaande aspecten is geen sprake geweest in de desbetreffende periode. "Er is wel sprake geweest van wisseling van productsoorten maar dat heeft meestal geen effect op het volume van verkoop" aldus Kristel van der Voorn van het bedrijf De Traay.

Een andere activiteit dat kan leiden tot een verandering in de verkoopcijfers zijn kortingen en acties. De zogenoemde winkelacties (kortingen voor de consument) waren aanwezig in de supermarkt in de periode van Maart 2020, hierdoor zouden mensen misschien extra hebben ingekocht. Echter, elk jaar lopen in dezelfde maand over het algemeen dezelfde winkelacties. De invloeden die de winkelacties op de verkoop hebben zijn ook meegenomen in de cijfers van de jaren zonder Coronacrisis. Omdat de cijfers met voorgaande jaren worden vergeleken wordt hier al automatisch rekening mee gehouden.

Er kan worden geconcludeerd dat de bedrijfsactiviteiten van het bedrijf De Traay geen invloed hebben gehad op de stijging van de verkoop van honing tijdens de Coronacrisis.

5.1.2 Welke koopargumenten van de consument hebben invloed gehad op de aankoop van honing tijdens de Coronacrisis?

Het product wordt voornamelijk gebruikt als zoetmiddel in de thee en/of koffie (58,7%), voor gezondheid bij een zere keel (50%) en bij het koken en bakken (45,7%). Zo'n 12% van de honinggebruikers zegt meer honing te zijn gaan gebruiken tijdens de Coronacrisis, de redenen hiervoor zijn door meer gebruik in de thee en/of koffie en voor de gezondheid.

Daarnaast zeggen een aantal consumenten in de interviews meer te zijn gaan bakken en hierbij honing als gezonde vervanging te zijn gaan gebruiken in plaats van geraffineerde suiker.

Toch blijft het merendeel van de geïnterviewden sceptisch over de ondersteuning van honing bij de gezondheid.

Uit de afgenomen interviews is gebleken dat de consument het belangrijk vindt dat de honing vloeibaar en zacht is. Daarnaast worden de smaak (46,6%), de soort (39,7%) en de prijs (37%) in de enquête als belangrijke aspecten door de consument gekenmerkt. Er is een verschil in wensen en behoefte te zien wanneer wordt gekeken naar de verschillende leeftijdscategorieën. De groep van 18 tot 25 jaar vindt prijs van het product belangrijk terwijl dit door de groep van 40 tot 60-jarigen weinig genoemd wordt. Deze groep vindt het belangrijk dat het product biologisch is terwijl dit juist niet als belangrijk wordt gezien door de jongere doelgroep.

5.1.3 In hoeverre is het aankoopgedrag en consumptie van honing bij de consument veranderd ten opzichte van voor de Coronacrisis?

Er is tijdens de Coronacrisis meer honing gekocht door de consument dan in de voorgaande jaren. Honing wordt het meest gekocht in de supermarkt, dit is gemakkelijk voor de consument. Zo'n 28,8% van de respondenten koopt honing 1 keer per half jaar. Dit gebeurt meestal in de kleinst mogelijke verpakking en hoeveelheid zodat de honing bij gebruik zo vloeibaar mogelijk is, omdat honing na verloop van tijd kristalliseert en dat als vervelend wordt ervaren.

De respondent die meer honing is gaan kopen (9,6%) tijdens de Coronacrisis zegt dit te hebben gedaan omdat zij meer honing zijn gaan gebruiken en niet omdat honing een houdbaar product is dat niet bederft. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de consument het product niet is gaan hamsteren tijdens de lockdown.

De consumptie van honing in de toekomst is lastig in te schatten. Het gebruik kan afnemen door de heropening van de horeca waardoor de honing thuis minder snel op gaat. Het gebruik kan stabiel blijven door het vasthouden en blijven kopen van producten waar de consument tevreden over is. Het gebruik kan ook gaan stijgen vanwege de afname van de invloed van Corona waardoor thuis meer visite wordt ontvangen, waardoor meer honing wordt gebruikt.

5.2 Conclusies op de hoofdvraag: Wat is de oorzaak van de stijging van verkoop van honing in supermarkten tijdens de Coronacrisis?

Er is vastgesteld dat er een stijging in de verkoop van honing in de supermarkt tijdens de Coronacrisis was. De bedrijfsactiviteiten van het bedrijf de Traay zijn niet van invloed geweest op de stijging van de verkoop van honing in supermarkten tijdens de Coronacrisis. De oorzaak van de stijging van verkoop is omdat de consument meer honing is gaan gebruiken en daarom meer honing heeft moeten kopen.

De consument is meer honing gaan gebruiken als zoetmiddel in de thee en/of koffie en met oog op de gezondheid (ondersteuning bij een zere keel). De consument was meer thuis vanwege de lockdown, er gold een thuiswerk-advies en horeca en scholen werden gesloten. Hierdoor werd er thuis meer gekookt en gebakken, daarbij werd vaker honing gebruikt. De consument is meer bewust bezig geweest met de gezondheid, geraffineerde suiker werd vervangen door honing.

De resultaten van dit onderzoek zijn relevant voor bedrijven en ondernemers uit de sector. Met behulp van de resultaten kan beter ingespeeld worden op de behoeftes en wensen van de consument om de verkoop van honing ook na de Coronacrisis in een stijgende lijn te houden.

H6. Aanbevelingen

Op basis van het onderzoek van deze afstudeerscriptie zijn er zes aanbevelingen uitgewerkt. Deze aanbevelingen kunnen toegepast worden door bedrijven uit de desbetreffende sector.



Afbeelding 6.1 Top 6 aanbevelingen

De aanbevelingen uit de bovenstaande afbeelding zullen hieronder verder worden toegelicht.

Een product wordt meer verkocht als deze aansluit op de wensen en behoeftes van de klant. Voor deze afstudeerscriptie is onderzoek gedaan naar de koopargumenten en de aspecten die de Nederlandse consument belangrijk vindt bij het kopen van honing. Er zal op deze aspecten moeten worden ingespeeld om zo goed mogelijk in de wensen van de klant te voorzien, hierdoor zal een product sneller gekocht worden. Een voorbeeld hiervan is het tegengaan van kristallisatie. De consument heeft graag honing dat zacht is en niet snel kristalliseert. Door een verpakking te maken waarin de honing zo lang mogelijk zacht blijft wordt op de wensen van de klant ingespeeld.

Uit het onderzoek is gebleken dat per leeftijdscategorie verschillende aspecten als belangrijk worden beschouwd. Om een succesvolle marketingcampagne te voeren zal per doelgroep een andere marketingstrategie moeten worden gehanteerd. Daarnaast verschillen de manieren van hoe een doelgroep het best bereikt kan worden. De consumenten uit de jongere leeftijdscategorie kunnen bereikt worden door sociale media platformen zoals TikTok en Instagram.

De consument uit de wat oudere leeftijdscategorie zal hiermee niet bereikt worden, omdat deze niet actief is op deze platformen. Deze doelgroep zou bijvoorbeeld wel bereikt kunnen worden door middel van reclame op tv of recepten met honing in tijdschriften en kranten.

Samenwerkingen met waardevolle bedrijven en influencers zorgt ervoor dat een groter deel van de doelgroep bereikt wordt. Bedrijven van bladen zoals de Allerhande en programma's zoals 24 kitchen hebben vaak een groot bereik.

Influencers op sociale media hebben veel volgers en kunnen daardoor het product aan veel meer mensen laten zien dan wanneer het bedrijf op haar eigen kanaal, met minder volgers, zou posten.

De consument is tijdens de Coronacrisis meer gaan koken en bakken met honing. Bedrijven kunnen hierop inspelen door de consument te laten zien wat de voordelen zijn van het gebruik van honing en waar de consument het product allemaal bij kan gebruiken. Honing wordt voornamelijk als zoetmiddel gebruikt, maar er kan veel meer mee gedaan worden. Door middel van het verspreiden van recepten wordt de consument op de hoogte gebracht van de vele manieren waarop honing gebruikt kan worden. Daarnaast kan het waardevol zijn om de consument te laten zien dat honing een vervanger kan zijn voor andere zoetmiddelen. Het opzetten van een campagne voor bakken met honing kan hierbij helpen.

Om ervoor te zorgen dat de consument jouw product koopt moet je je als bedrijf onderscheiden van de concurrent. Dit kan door de verpakking van het product een opvallende uitstraling te geven. Daarnaast kan naamsbekendheid hierbij een waardevolle rol spelen. Het imago en de naamsbekendheid van het product en bedrijf kan verbeterd worden door mee te werken aan sociale projecten zoals een "Red de bij-actie" en het planten van bloemen.

Bibliografie

- Bartels, J., Onwezen, M., Ronteltap, A., Fischer, A., Kole, A., van Veggel, R., & Meeusen, M. (2009). *Eten van Waarde Peiling Consument en Voedsel*. Wageningen: LEI.
- CBS. (2020, 5 15). CBS. Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/20/coronacrisis-drukt-stempel-op-detailhandel-in-eerste-kwartaal>
- CBS. (2020, 8 4). CBS. Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/32/coronacrisis-jaagt-online-winkelen-aan-in-het-tweede-kwartaal>
- CBS. (2020, 3 31). CBS. Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/14/omzet-bouwmarkten-piekt-omzet-supermarkten-nog-steeds-hoog>
- CBW-MITEX. (2010). *Retail 2020 - Re'Structure'*. Zeist: Hoofdbedrijfchap Detailhandel (HBD).
- Copeland, M. T. (1924). *Principles of Merchansing*. Chicago: A.W. Shaw Company.
- De Traay. (2020). *Verkoopplan De Traay*. Lelystad.
- De Traay Honing. (2020). Lelystad.
- detraayhoning*. (sd). Opgehaald van detraay: <https://www.detraayhoning.com/onze-honing>
- encyclo*. (sd). Opgehaald van [https://www.encyclo.nl/begrip/honing#:~:text=Honing%20\(of%20verouderd%3A%20honing\),door%20verdamping%20omgezet%20naar%20honing](https://www.encyclo.nl/begrip/honing#:~:text=Honing%20(of%20verouderd%3A%20honing),door%20verdamping%20omgezet%20naar%20honing).
- Erven, R., & van der Laan, D. (2013). *Statistiek in de business*. Zwolle: BOOMLEMMMA.
- examenoverzicht. (2021, 12 6). *Examenoverzicht*. Opgehaald van Examenoverzicht: <https://www.examenoverzicht.nl/economie/prijselasticiteit-van-de-vraag>
- Garnier, T. (2021, september 1). *AD*. Opgehaald van Algemeen Dagblad: <https://www.ad.nl/geld/kosten-in-transportwereld-gaan-fors-stijgen-woorden-onze-boodschappen-flink-duurder~a7820263/>
- Ghebreyesus, T. A. (sd). Opgehaald van <https://nos.nl/artikel/2326765-corona-uitbraak-nu-officieel-pandemie-wat-betekent-dat.html>
- Growth from Knowledge . (2021). *Insight Summit GfK Netherlands*. Nederland: GfK.
- H. Holly WANG, H. N. (2020). *Panic buying? Food hoarding during the pandemic period with city lockdown*. China: Elsevier.
- Hayona. (2022, 1 3). *Marketingportaal*. Opgehaald van Marketingportaal: <https://www.marketingportaal.nl/product-marketing/personeel-als-marketinginstrument/>
- Heemert, K. v. (2014). Internationale honinghandel. *Bijenhouden*, 3.
- Index, E. F. (2020). De consument van 2021: Bezorg, en gefocust op gezondheid. *WHO-CARES*, 22,23.
- Irene Joris, M. p. (2019). *Rapportage schapvisie honing*. Eindhoven: Markteffect B.V.

IRI . (2020).

IRI . (2020). *De consument van 2021: Bezorg, en gefocust op gezondheid*.

IRI. (2021).

Jumbo. (2021, 12 11). *Jumbo*. Opgehaald van Jumbo:

<https://www.jumbo.com/zoeken?SynchronizerToken=c8442c7fb2e3e23837edfd6732a7af091018973f556fc6d38ff8f8c0d826bd85&searchTerms=honing>

Kerkvliet, J. (2003). *Cursusboek Honingkunde* .

knab. (2021, 11 8). *knab*. Opgehaald van knab: <https://bieb.knab.nl/inkomsten-uitgaven/modaal-en-gemiddeld-inkomen-per-leeftijd-opleidingsniveau-en-branche>

Kristina Rogers, A. C. (2020, 4 16). *EY Global Consumer*. Opgehaald van https://www.ey.com/nl_nl/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior

Lauri Saarinen, L. L. (2020). *Agile planning: avoiding disaster in the grocery supply chain during COVID-19 crisis*. Aalto University School of Science .

Lieke Michaela Hoekman, M. M. (2020, 8 27). *National Center for Biotechnology Information*. Opgehaald van The Dutch COVID-19 approach: Regional differences in a small country: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7450952/>

Marco Ciotti, M. C.-C. (2020). The COVID-19 pandemic.

Marco Ciotti, M. C.-C. (2020). The COVID-19 pandemic. *Critical Reviews in Clinical Laboratory Sciences*.

Montesclaros, J. M. (2020). *COVID-19: Health Pandemic to Food Crisis?* Singapore : RSIS Commentary .

Noordhoff Uitgevers bv. (sd). Opgehaald van http://hoadd.noordhoff.nl/sites/7779/_assets/7779d02.pdf

NU.nl. (2020, Maart 19). *Nog steeds druk in supermarkten ondanks oproepen tegen hamstergedrag*. Opgehaald van NU.nl: <https://www.nu.nl/coronavirus/6038875/nog-steeds-druk-in-supermarkten-ondanks-oproepen-tegen-hamstergedrag.html>

Picnic. (2021, november). *Picnic*. Opgehaald van Picnic: <https://picnic.app/nl/>

Pingwin Online Marketing bureau . (2022, 1 3). *marketing en management*. Opgehaald van marketing en management: <https://marketing-en-management.nl/marketingmix-de-4-ps/>

Richard Blundell, R. G. (2020). *Could COVID-19 Infect the Consumer Prices Index?* John Wiley & Sons.

Rijksoverheid. (2020, 3 23). *rijksoverheid*. Opgehaald van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/03/23/aangescherpte-maatregelen-om-het-coronavirus-onder-controle-te-krijgen>

RIVM. (2020, 11 8). Opgehaald van <https://coronavirus.nl/grafiek-coronavirus/>

RIVM. (2020). *coronavirus*. Opgehaald van rivm.nl: <https://www.rivm.nl/coronavirus-covid-19/grafieken>

RIVM. (2020). *Coronavirus*. Opgehaald van RIVM: <https://www.rivm.nl/coronavirus-covid-19/ziekte>

Saeed Samarghandian, T. F. (2017). *Honey and Health: A Review of Recent Clinical Research*. Opgehaald van US National Library of Medicine:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5424551/#:~:text=According%20to%20modern%20scientific%20literature,of%20antioxidant%20are%20present%20in>

Voorn, K. v. (2021, september 30). (N. Gruiters, Interviewer)

WHO. (2020). Opgehaald van World Health Organisation : https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

Yee, A. W.-H. (2019). *Een onderzoek naar de positionering van Melvita*. Lelystad.

Bijlagen

Bijlage 1. Interview Kristel van der Voorn

30 september 2021 10:00 Lelystad

1. Is er vanuit het bedrijf extra geïnvesteerd in marketing (budget) ten opzichte van voorgaande jaren?

Nee, dit is gelijk gebleven.

2. Is er een verandering geweest op het gebied van marketing waardoor de verkoop mogelijk is gaan stijgen? Of is er juist minder aan marketing gedaan? (Bijvoorbeeld het fysiek proeven in supermarkten)

Niet op het gebied van marketing. Er is wel een wisseling van productsoorten geweest maar dat heeft meestal geen effect op het volume van verkoop. Het product 'Melvita 500 gram Premium' lag nieuw in het schap bij de Albert Heijn. De cijfers van de stijging in de verkoop van honing zijn van alle producten in het algemeen dus misschien dat een ander product dan iets minder verkocht is.

3. Is er een verandering geweest op het gebied van medewerkers dat invloed zou kunnen hebben gehad? (meer/minder medewerkers, training van medewerkers, thuiswerken)

Wij hebben in die periode dezelfde medewerkers in dienst gehad, er is weinig verloop van medewerkers bij het bedrijf. Er is (deels) thuisgewerkt maar dit heeft geen invloed op de verkoop gehad.

4. Is er sprake geweest van een prijsverandering van het product tijdens corona of is dit gelijk gebleven?

Er was geen prijsverandering van de producten tijdens Corona, achteraf is de prijs wel gaan stijgen maar dit heeft andere oorzaken. In de wereld is er een toenemende vraag naar honing maar het aanbod of de beschikbaarheid blijft hetzelfde of misschien wel lager door weersinvloeden en mislukte oogsten. Een hogere vraag en een lager aanbod zorgt voor een stijgende prijs. Daarnaast zijn de transportkosten door Corona hoger geworden, handel is duurder en dat moet worden doorgevoerd in de prijs.

5. Waren er meer acties en/of kortingen in vergelijking tot andere jaren? Zo ja, welke?

Er waren acties in de supermarkt in maart 2020 waardoor mensen misschien extra hebben ingekocht. Over het algemeen zijn ieder jaar in dezelfde maand vaste acties. De cijfers worden vergeleken met voorgaande jaren dus dan zou dit automatisch gecorrigeerd worden.

6. Is het aantal verkooppunten gelijk gebleven tijdens Corona of is dit gegroeid/gedaald? Welke supermarkten zijn nieuwe klanten geworden/hoeveel?

Nee, niet perse. De online verkoop van de grote supermarkten is wel gestegen, dit zal ook zo blijven. Ons product kan ook online besteld worden bij deze supermarkten. De supermarkten die dit doen zijn Albert Heijn, Jumbo en bijvoorbeeld Picnic.

7. Zijn er nieuwe producten opgenomen in het assortiment van supermarkten tijdens Corona?

Zie vraag 2, Melvita Premium 500 gram.

8. Heeft u nog aanvullingen of andere aspecten die mogelijk invloed hebben kunnen gehad op de verkoop van honing tijdens Corona vanuit de Traay?

Wij hebben vanuit De Traay niet iets extra's gedaan wat betreft promotie ten opzichte van voorgaande jaren.

9. Welke activiteiten van concurrenten zou mogelijk invloed hebben kunnen gehad op de stijging van producten van de Traay?

Er zijn weinig concurrenten in Nederland en voor zo ver ik weet hebben deze ook niet iets extra's gedaan wat van invloed zou kunnen geweest.

10. De Traay BV en Meli NV zijn in februari 2021 gebundeld, heeft dit invloed op mijn onderzoek?

Meli NV verkoopt honing in België en Melvita van De Traay in Nederland. Verder blijven de merken losstaand van elkaar en dit heeft geen invloed op de marktcijfers van honing in supermarkten. Er is nu een samenwerking in kennis en productsoorten.

Bijlage 2. Enquête Nederlandse consument

Beste heer/mevrouw,

Bedankt dat u deze vragenlijst wil invullen en mij helpt bij het afstuderen! De enquête gaat over de koopargumenten en het gebruik van honing. Het invullen van deze enquête duurt ongeveer 2-3 minuten.

Vraag 1. In welke leeftijdscategorie bevindt u zich?

- a. Jonger dan 18 jaar
- b. Tussen de 18- en 25 jaar
- c. Tussen de 25- en 40 jaar
- d. Tussen de 40- en 60 jaar
- e. Tussen de 60- en 80 jaar
- f. Ouder dan 80 jaar

Vraag 2. In welke provincie woont u?

- a. Noord-Holland
- b. Zuid-Holland
- c. Zeeland
- d. Noord-Brabant
- e. Utrecht
- f. Flevoland
- g. Friesland
- h. Groningen
- i. Drenthe
- j. Overijssel
- k. Gelderland
- l. Limburg

Vraag 3. Wat is uw werksituatie?

- a. Ik werk fulltime (>36 uren per week)
- b. Ik werk parttime
- c. Ik werk niet
- d. Gepensioneerd / AOW
- e. Anders, namelijk:

Vraag 4. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?

Vraag 5. Doet u boodschappen voor uw eigen huishouden?*

- a. Ja
- b. Nee
- c. Soms

Vraag 6. Koopt u wel eens honing?*

- a. Ja
- b. Nee

Vraag 7. Welke aspecten vindt u belangrijk bij het kopen van honing? (meerdere opties mogelijk)

- a. De smaak
- b. De soort honing
- c. De verpakking
- d. De prijs
- e. Dat de honing een lokaal product is
- f. Dat de honing biologisch is
- g. Anders, namelijk:

Vraag 8. Hoe vaak koopt u honing in de supermarkt?

- a. Wekelijks
- b. 1 keer per maand
- c. 1 keer per 3 maanden
- d. 1 keer per half jaar
- e. 1 keer per jaar
- f. Minder dan 1 keer per jaar
- g. Ik koop honing niet in de supermarkt

Vraag 9. In welke hoeveelheid koopt u honing in de supermarkt?

- a. 250 gram
- b. 365 gram
- c. 500 gram
- d. Weet ik niet
- e. Anders, namelijk:

Vraag 10. Bent u sinds de Coronacrisis meer honing gaan kopen?

- a. Ja, ik ben meer honing gaan gebruiken
- b. Ja, omdat honing toch een houdbaar product is
- c. Nee

Vraag 11. Hoe vaak gebruikt u honing?*

- a. Dagelijks
- b. Wekelijks
- c. Maandelijks
- d. Paar keer per jaar
- e. Ik gebruik geen honing

Vraag 12. Waarvoor gebruikt u honing? (meerdere opties mogelijk)

- a. Voor mijn gezondheid (zere keel, verkoudheid, zalf)
- b. Bij het koken en/of bakken
- c. Als zoetmiddel (bijvoorbeeld in de thee of koffie)
- d. Als broodbeleg
- e. Anders, namelijk:

Vraag 13. Bent u sinds de Coronacrisis meer of minder honing gaan gebruiken?

- a. Minder
- b. Meer
- c. Ik gebruik evenveel honing

Vraag 14. Waarom bent u meer of minder honing gaan gebruiken? (meerdere opties mogelijk)

- a. Voor mijn gezondheid
- b. Meer gebruik bij het koken en/of bakken
- c. Meer gebruik in de thee en/of koffie
- d. Meer gebruik als broodbeleg
- e. Ik ben niet meer honing gaan gebruiken
- f. Anders, namelijk:

*De enquête zal worden ingericht zodat respondenten alleen bepaalde secties te zien krijgen op basis van hun antwoorden.

Bij het beantwoorden van vraag vijf met “Nee” zullen vraag 6, 7, 8, 9 en 10 niet gesteld worden. Bij het beantwoorden van vraag zes met “Nee” dan zullen vraag 7, 8, 9 en 10 niet gesteld worden. Bij het beantwoorden van vraag 11 met “Ik gebruik geen honing” zullen vraag 12, 13 en 14 niet gesteld worden.

Bijlage 3. Resultaten enquête Nederlandse consument

Resultaten van de enquête per leeftijd categoriseert.

Doet u boodschappen voor uw eigen huishouden? (Meerdere items) ▼

Koopt u wel eens honing?

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels		
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal
A. Tussen 18- en 25 jaar	21	8	29
B. Tussen 25- en 40 jaar	7	2	9
C. Tussen 40- en 60 jaar	29	5	34
D. Tussen 60- en 80 jaar	13	3	16
E. Ouder dan 80 jaar	3	1	4
Eindtotaal	73	19	92

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

Hoe vaak koopt u honing in de supermarkt?

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels							
Rijlabels	A. Wekelijks	B. 1 keer per maand	C. 1 keer per 3 maanden	D. 1 keer per half jaar	E. 1 keer per jaar	F. Minder dan 1 keer per jaar	G. Ik koop honing niet in de supermarkt	Eindtotaal
A. Tussen 18- en 25 jaar		4	3	8	2		1	3
B. Tussen 25- en 40 jaar		1	1	2	2			1
C. Tussen 40- en 60 jaar		5	6	8	5	2		3
D. Tussen 60- en 80 jaar		2	4	3	2			2
E. Ouder dan 80 jaar	1				2			3
Eindtotaal	1	12	14	21	13	3		9

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

Biologisch

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	4	17	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar	3	4	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	14	15	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar	4	9	13	
E. Ouder dan 80 jaar		3	3	
Eindtotaal	25	48	73	

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

Lokaal product

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	4	17	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar		7	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	11	18	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar	4	9	13	
E. Ouder dan 80 jaar		3	3	
Eindtotaal	19	54	73	

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

De prijs

Telling van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	12	9	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar	5	2	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	8	21	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar	1	12	13	
E. Ouder dan 80 jaar		3	3	
Eindtotaal	26	47	73	

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

De verpakking

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	7	14	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar	2	5	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	3	26	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar		13	13	
E. Ouder dan 80 jaar	1	2	3	
Eindtotaal	13	60	73	

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

De smaak

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	10	11	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar	4	3	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	15	14	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar	3	10	13	
E. Ouder dan 80 jaar	2	1	3	
Eindtotaal	34	39	73	

Koopt u wel eens honing? Ja ▼

De soort

Aantal van Tijdstempel	Kolomlabels			
Rijlabels	Ja	Nee	Eindtotaal	
A. Tussen 18- en 25 jaar	9	12	21	
B. Tussen 25- en 40 jaar	1	6	7	
C. Tussen 40- en 60 jaar	11	18	29	
D. Tussen 60- en 80 jaar	6	7	13	
E. Ouder dan 80 jaar	2	1	3	
Eindtotaal	29	44	73	

Bijlage 4. Interview Nederlandse consument

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbraak? Waarom wel/niet?

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbraak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbraak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbraak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Tijdens een lock-down mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lock-down invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lock-down invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbraak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Bijlage 5. Resultaten interviews Nederlandse consument

Vrouw (23) werkt parttime/student, samenwonend zonder kinderen, Emmen

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Wel eens in de supermarkt, maar over het algemeen op de markt. Honing op de markt is best prijzig, daarom ook wel eens in de supermarkt. Dan kies ik specifiek een verpakking met spuitdop want dat is praktisch. Als ik er een aantal aan moet hangen dan denk ik dat ik honing 1 keer in het half jaar in de supermarkt kopen.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Omdat het goedkoper is dan op de markt. Het is daarnaast ook praktisch want ik ben vaak in de supermarkt, vanwege werk. Heel veel keus in de supermarkt.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Als ik op de markt honing koop dan is 1 pot 10 euro, dat is echt wel duur. In de supermarkt kijk ik eigenlijk niet naar de prijzen, zal wel rond de euro zijn.

Waarom zou je dan honing kopen op de markt?

Omdat daar altijd een soort imker staat met een heel leuk schattig tentje, met echt 101 soorten honing. Daarnaast is de honing erg lekker, lijkt wel anders dan in de supermarkt. Ook vind ik het gewoon erg gezellig op de markt en dan leuk om iets te kopen.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Ja, ik weet alleen geen naam. Ik vind honing met raat heel erg lekker. En volgens mij heet dat heidehoning wat ik op de markt koop.

Ik leg uit dat deze soort honing ook te koop is in natuurvoedingswinkels, daar zal het goedkoper zijn dan op de markt. Dus dat ze dat misschien een keer kan proberen.

Vind je het belangrijk dat de honing biologisch is?

Ja, ik denk dat dit wel iets voor mij toegevoegd omdat je dan redelijk zeker weet dat er geen pesticiden of dat soort rommel erin zit. Ik heb het idee dat biologisch meer natuurlijk is.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee niet perse.

Koop je dan voornamelijk huismerken?

Nee, denk dat ik voornamelijk afga op de look van het product en verpakking. Of de honing er vloeibaar uit ziet en of de verpakking er mooi uit ziet.

Kan je dan ook honing merken noemen?

Nee, ik weet dan alleen de supermarktmerken en De Traay omdat jij daar stage hebt gelopen.

Vervolgens leg ik uit dat het merk De Traay niet verkocht wordt in supermarkten, maar in natuurvoedingswinkels. En dat Melvita het merk is dat in de supermarkten ligt.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

De look van de verpakking ben ik gevoelig voor.

Vind je het belangrijk dat de honing een lokaal product is?

Nee daar kan je van een supermarkt product niet van uit gaan. Als dat zou kunnen zou dat wel mooi zijn.

Ver nog iets anders dat belangrijk is bij de aanschaf van het product?

Nee niet echt, misschien het formaat en de grootte van de verpakking. Omdat ik niet heel veel honing eet moet het geen liter pak zijn. Het is fijn dat als je specifiek voor een recept honing koopt dat je dan een kleine verpakking kan kopen hiervoor.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Voornamelijk in de thee, ik koop ook honing voor mijn vriend want die doet het op zijn brood. En ik gebruik honing voor sommige recepten.

Zijn dit dan bakrecepten of meer recepten voor koken als avondeten?

Over het algemeen bedoelde ik voor avondeten zoals marinades.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, ik ben meer thuisgebleven want ik studeerde en dat ging niet meer op school maar vanuit huis.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Goede vraag, ik ben wel meer gaan experimenteren met eten en kookte niet meer standaard iedere keer hetzelfde. Het werd wel iets uitgebreider en ik at meer andere dingen dan normaal. Niet perse anders qua kwaliteit.

Ik gaf wel meer uit aan groente, fruit en speciale sappen en bestelde bijvoorbeeld vaker pizza.

Vind je dat honing valt onder de kwalitatief hogere producten?

Ik denk dat dat ligt per soort honing want je hebt natuurlijk goedkope supermarkthoning, wat heel standaard en laag in kwaliteit is. Maar je hebt ook luxe honing met gekke smaken.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Ja, ik ben veel meer thee gaan drinken. Daar gebruikte ik voornamelijk honing in. En doordat ik andere recepten uit probeerde en luxer at ben ik ook meer honing gaan kopen omdat in deze recepten ook toevallig honing zat.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Zie bovenstaand antwoord.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Bij goede kwalitatieve honing kan je daar denk ik wel gezondheidsvoordelen uit halen ja. Het is sowieso gezonder dan suiker in je eten doen, het is een goed alternatief als zoetmiddel.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ja ik denk het wel, als het een strengere lockdown is dan dat we hebben gehad in Nederland. Dan is het wel fijn als je gewoon alles in huis hebt. Verse producten die kan je heel snel niet meer eten omdat ze bederven. Ik heb nu sowieso altijd al veel houdbare producten in huis. Ik ga niet graag naar de supermarkt en het is fijn als er altijd iets te eten in huis is.

Waar denk je aan bij houdbare producten?

Dan denk ik echt aan blikvoer zoals bonen en soep in blik. Het zijn natuurlijk veel meer dingen.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ja op zich wel, honing gaat niet over de datum. Dat kan je gewoon inkopen en na lange tijd nog prima gebruiken.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Voornamelijk omdat mensen thuis zitten en mensen meer zijn gaan snacken en snoepen en honing gaan gebruiken in eten en drinken.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Meer klanten krijgen.

En hoe krijgen ze deze klanten?

Zichzelf onderscheiden van wat er al is. Je staat voor het honig schap en voor mij is alles hetzelfde, als iets uniek is of er echt uit springt dan pak je dat product toch eerder.

*Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Wisselend. Ik drink nu ook thee zonder honing maar de nieuwe recepten met honing die ik lekker vond die maak ik nog steeds. Het is wel meer geworden dan dat het was voor Corona en dat zal ook nog wel zo blijven.

Man & vrouw (55) werken fulltime, gezin met uitwonende kinderen, Bergschenhoek

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Niet vaak, misschien -gemiddeld genomen- twee keer per jaar.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

We moeten toch naar de supermarkt dus het is vooral gemak. Ik zou niet weten waarom ik het ergens anders zou kopen.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Geen idee, ik denk zo'n 4/5 euro per stuk. Ik koop niet de goedkoopste, maar biologische honing en het liefst uit een land die ik vertrouw.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Vloeibare honing in een knijpfles is makkelijk bij het maken van dressings. Ik koop voornamelijk bloemenhoning. Honing uit een knijpfles is makkelijker dan in een pot, daarbij moet je met een lepel werken en vaak gaat dan alles plakken.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee als het maar biologische honing is.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

De verpakking moet een fles zijn, de honing moet vloeibaar en biologisch zijn. Een bepaalde soort zou ik alleen kopen als dit specifiek in een recept staat.

Maakt het nog uit of de honing lokaal is?

Lokale honing zou wel leuk zijn maar bij een product in de supermarkt kijk ik daar niet naar.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

We gebruiken honing voornamelijk bij het koken in dressings, marinades (voor bij de BBQ) en mijn moeder doet het in haar thee.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, omdat we nergens heen mochten.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Niet echt, we deden altijd al uitgebreid koken en bakken. Misschien dat dit tijdens Corona zelfs minder was omdat we geen bezoek meer kregen en er geen feestjes meer waren.

En vindt u dat honing een kwalitatief hoger product is?

Ik vind dat honing daar wel onder valt, een goedkope optie is suiker, suikerwater of stroop.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Nee, dit kwam echt omdat we minder visite en feestjes hadden.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Nee.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Ik geloof wel dat dat kan, maar ik geloof niet dat ik dat nodig heb nu. Ik weet wel dat mensen met een bepaalde allergie erg veel baat kunnen hebben bij het nemen van lokale honing.

En bij een verkoudheid of keelpijn?

Nee ook niet echt, eet eerder drop, wel honingdrop toevallig. Ik doe het dan ook niet in de thee omdat ik dat niet echt lekker vind.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Je zorgt dan wel dat je iets meer voorraad hebt, maar we hebben meestal wel voorraad staan. Het ligt er ook aan hoe streng de regels van de lockdown zijn natuurlijk, maar hoe we die in Nederland hadden zou ik niet gaan hamsteren.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, daarvoor gebruiken we het niet genoeg. Het is toch suiker en we proberen minder suiker te eten.

Ook niet omdat honing een houdbaar product is en het dus niet bederft?

Nee ook niet. We gebruiken het echt alleen als het specifiek in een recept staat en niet standaard dus dan ga je het product ook niet direct hamsteren.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Mensen gebruiken het meer bij het koken en als ze bijvoorbeeld eerst een muntthee met honing buiten de deur dronken gingen ze dit nu thuis maken omdat de horeca dicht was. Daarnaast gebruiken veel mensen als ondersteuning bij keelpijn. En met bakken van taarten wordt ook steeds vaker honing gebruikt in plaats van suiker.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Ik denk dat ze de jeugd moeten aanspreken omdat dit de toekomst is, honing heeft toch een beetje een oudbollig imago. Ze moeten recepten bedenken en adverteren in bijvoorbeeld de Allerhande van de Albert Heijn. Dit zagen wij pas geleden en wij halen hier vaak inspiratie uit. Het zou ook waardevol zijn als ze zouden samenwerken met programma's als 24 kitchen, andere influencers of bijvoorbeeld een ijsfabrikant.

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Ik denk dat wij honing na Corona meer gaan gebruiken omdat we nu weer meer mensen te eten krijgen en daardoor we vaker uitgebreid koken en dus meer honing gebruiken in recepten.

Vrouw (21) bijbaan/student, woont gedeeltelijk thuis/studentenhuis, de Krim (Overijssel)

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Ja, ik koop wel eens honing in een supermarkt. Maar dat is denk ik 1 keer in de twee jaar want ik koop vaker honing op markten.

En waarom koop je het dan op de markt in plaats van op de supermarkt?

Ja, dat is eigenlijk een goede vraag. Ik vind het mooi als ze de bijen mee hebben en dat laten zien. Daarnaast vind ik de smaak goed en de honing wordt minder snel hard (kristallisatie) omdat het in een potje zit.

Vraag 2. Waarom koop je soms dan wel honing in de supermarkt?

Omdat er niet altijd een markt is als mijn honing op is. Als ik dan honing nodig heb dan haal ik het wel in de supermarkt. Ik eet wel denk ik twee keer in de week honing.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Ja, hoeveel kost zo'n pot? Ik denk 5 euro? Maar omdat ik er lang mee doe vind ik dat geen grote uitgave.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Nee, gewoon eigenlijk de normale (standaard bloemenhoning). Ik heb wel eens bijvoorbeeld de ontbijthoning geprobeerd maar ik vind dat toch echt minder.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee, omdat ik geen bepaalde merken ken. Ik pak niet de goedkoopste (in de supermarkt) omdat ik dan het idee heb dat het sneller kristalliseert, dan liever de iets duurdere honing. Daarnaast koop ik liever een pot honing dan een tube zodat ik met een lepeltje kan werken, want dat gaven ze als tip op de markt.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Ik vind het belangrijk dat de honing in een pot zit, niet snel hard wordt (kristalliseert) en het een normale soort heeft (bloemenhoning). Ik heb niks met biologisch dus dat hoeft voor mij niet.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Ik eet graag honing met walnoten en brie als broodbeleg. Daarnaast vind ik het lekker als garnering bij courgette en in bepaalde gerechten met avondeten. Ik doe ook honing in de thee als ik een zere keel heb.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja ik ben meer thuisgebleven, normaal at ik meer buiten de deur. Maar omdat dit nu allemaal dicht was heb ik meer thuis gegeten.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Ja, want ik had nu meer tijd door thuisstudie. Ik ging daardoor vaker experimenteren en uitgebreider of apartier koken. Daardoor ga je ook vaker honing gebruiken omdat dat vaak in deze recepten zit. Ik vind dat de honing een toevoeging geeft maar dat het geen luxeproduct is. Ik vind het niet belangrijk om gebruik te maken van kwalitatief hogere producten.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Ja, omdat de honing sneller op was omdat ik vaker honing gebruikte in gerechten. Ik keek vaak op de websites van de Jumbo of Albert Heijn om inspiratie op te doen en daar staan veel recepten waar honing in zit. Daardoor moest ik ook vaker honing kopen.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Ja, zie bovenstaande. Dat komt echt door corona omdat ik meer tijd had om uitgebreider te koken.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Nou ja, ze zeggen wel altijd dat als je last van je keel hebt, je honing moet eten of dit in je thee moet doen. Maar voordereest merk ik daar niet zo veel van.

Merk je zelf echt verbetering als je honing in je thee doet voor je zere keel?

Nou het is even wat zachter, maar als de thee weer op is dan niet denk ik.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ja, want je mag niet buiten de deur. Als je wel naar de supermarkt mag dan niet want dan zou ik juist extra vaak naar de supermarkt gaan als uitje. Maar ik zou wel bepaalde dingen aanschaffen die voor lange tijd meegaan. Beetje dubbel dus.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ik hoef niet meer dan 1 pot honing te hebben, ik koop pas weer honing als het op is. Zo blijft de honing zacht en ik hou toch maar van 1 smaak. Dit doet mijn moeder ook thuis.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Mensen hebben meer tijd om te gaan koken en apartere gerechten te gaan maken. Als je dan op websites van supermarkten kijkt dan kom je recepten met honing tegen waarmee je gaat experimenteren. Ik heb bijvoorbeeld laatst gevulde courgette gemaakt met geitenkaas en toen dacht ik dat honing er ook wel goed bij zou passen.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Zorgen dat het niet kristalliseert. Liever honing in een pot verkopen dan honing in een tube.

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Ik blijf nu evenveel honing gebruiken omdat ik de honing in de nieuwe gerechten lekker vind. Ik heb in de afgelopen periode meer leren koken waardoor ik vaker honing gebruik in gerechten.

Vrouw (74), gepensioneerd, alleenstaand, Barendrecht

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

In de supermarkt, hoog uit een keer per jaar.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Omdat ik daar ben voor mijn andere boodschappen, dan vind ik dat wel makkelijk.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Dat zou ik niet weten.

Pakt u dan de goedkoopste honing of wat duurder?

Nee, waar ik naar kijk is het kleinste potje, omdat ik honing niet zo vaak gebruik en ik wil niet dat het versuikert.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Nee.

Geen speciale of aparte smaken honing?

Nee.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee, ook niet.

Kunt u merken van honing opnoemen?

Nee, eigenlijk niet.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom?
(lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Het belangrijkste criterium vind ik dat het een kleine verpakking heeft zodat het niet hard wordt omdat ik zelf niet erg vaak honing gebruik.

Vind u het nog belangrijk dat de honing lokaal of biologisch is?

Niet bepaald, als ik honing nodig heb en het wordt verkocht op een braderie of markt dan koop ik het wel maar ik ga daar niet speciaal voor naartoe.

Heeft u nog een bepaalde voorkeur voor verpakking?

Ik koop altijd honing in een pot, zodat ik die kan opwarmen in de magnetron als die hard is geworden of versuikerd is.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Voor visite als die honing in de thee willen en op bijvoorbeeld brie. Daarnaast in bepaalde gerechten waar honing in moet. Dit zijn dan voornamelijk gerechten voor het avondeten.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbraak? Waarom wel/niet?

Ja ik ben meer thuisgebleven, voor mijn eigen veiligheid.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbraak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Nee, omdat ik een hekel aan koken heb. Als het kwalitatief hogere product in het recept staat wel, maar ik vind honing daar niet bepaald onder vallen. Ik vind honing snel te zoet. Ik let niet speciaal op kwalitatief hogere producten.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbraak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Nee, maar ik heb het ook niet minder gekocht.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbraak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Nee.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Niet speciaal, ik zou hiervoor ook geen voorbeeld kunnen noemen.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, dit is omdat ik boodschappen doen wel even prettig vindt. Je bent er even uit (in het oogpunt van de lockdown).

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, omdat ik zo weinig honing gebruik. Ik doe met een pot al een jaar dus dan hoef ik er niet een voorraad van te kopen.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbraak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Misschien dat mensen denken dat het gezond is en dat het iets toevoegt voor hun gezondheid. Ik weet niet of dat zo is, maar ik kan me wel voorstellen dat mensen dat kunnen denken.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Reclame maken, vooral grappige reclame en de nadruk leggen op wat honing voor een mens doet.
Als het iets toevoegt voor het welzijn of de gezondheid van mensen.

Zou u in de toekomst meer honing gaan gebruiken?

Nee, ik hou niet zo heel erg van honing. Ik koop het meer voor de visite als die het in de thee wil en af en toe in een recept.

Vrouw (56), werkt parttime, heeft een gezin met uitwonende kinderen, Dirksland

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Ja, ik koop wel eens honing in de supermarkt. Niet vaak, misschien twee keer per jaar.

Koop je wel eens ergens anders honing?

Ja op vakantie, in Frankrijk, bij kraampjes die biologische honing verkopen.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Meestal omdat als je keelpijn hebt of als je verkouden bent dan is het lekker met citroen in de thee. Of voor in de pap, maar dat doe ik nu niet meer omdat ik probeer af te vallen. Mijn man maakt vaak marinades in de zomer en daar doet hij dan ook honing in.

Wat is dan de reden om honing in de supermarkt te kopen en niet ergens anders?

Gemakzucht, omdat ik toch al in de supermarkt ben. Ze hebben trouwens ook honing bij de kaasboer, en dat zou ik eigenlijk leuker of beter vinden omdat ik dan het idee heb dat het meer ambachtelijk is. Ik koop het liefst biologische producten, ik heb het idee dat daar minder rotzooi in zit.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Nou niet echt veel, ik zou niet eens weten hoe duur het is? Ik denk 4 euro, misschien 2 euro? Ik koop meestal biologische honing van de Albert Heijn, dat is niet heel duur. Dan geef ik denk ongeveer 10 euro uit per jaar.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Toevallig heb ik pasgeleden tijmhoning gekocht, voor in de winter/keel. Ik probeer alles uit. Het liefst heldere vloeibare honing, geen pasta. Sterke smaken vind ik lekker.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Toevallig heb ik pasgeleden tijmhoning gekocht, ik dacht dat dat lekker zou zijn voor het winterseizoen als je keelpijn hebt. Maar in principe heb ik geen voorkeur voor smaak, ik probeer alles uit. Maar het liefst helder honing, niet die wittige vaste honing. Kastanje honing met een sterke smaak vind ik altijd wel lekkerder.

Nog voorkeur voor een merk honing?

Als ik bij de Albert Heijn honing koop dan is dat meestal van het huismerk en dan de biologische honing. Ze hebben niet heel veel keuze in smaak, ik geloof dat dat gewoon bloemenhoning is. Die tijmhoning zal wel van een ander merk zijn, maar ik zou het merk niet weten. Dat zit in een knijpfles met de dop aan de onderkant, ik dacht dat dat handig was voor over de pap en in de thee maar dat is het niet echt want het lekt en alles plakt. Eigenlijk was dat gewoon gemakzucht omdat ik anders een lepeltje moet pakken.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Dat het biologisch is, zodat er zo min mogelijk gifstoffen in zitten. En ik zou ook eerder een glazen pot kopen omdat een fles vaak van plastic is en dat vind ik dan weer een nadeel.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

In de thee, marinades en havermoutpap eventueel.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Nee, ik heb een hond dus ik moet daarvoor de deur uit en natuurlijk om boodschappen te doen. Werken deed ik toch al veel thuis dus daarvoor is niets veranderd.

En omdat de horeca gesloten was?

Ik ging niet echt vaak in Nederland uiteten, meer als we op vakantie zijn. Omdat ik niet echt een uitgaanstype ben.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Nee, ik kook altijd wel luxe en uitgebreid.

Ik vind het wel belangrijk om gebruik te maken van kwalitatief hogere producten, maar misschien komt dit wel door mijn leeftijd en omdat ik meer te besteden heb. Als je weinig geld hebt kan je niet echt hoogwaardige producten kopen. Ik vind het belangrijk dat producten van goede kwaliteit zijn, geen gif, kleurstof en conserveringsmiddelen bevatten. Een product moet zo natuurlijk mogelijk zijn, daar let ik op. Maar ik denk dat dit niet met de Coronacrisis te maken heeft, dit heb ik al jaren.

Vind u dat honing valt onder een kwalitatief hoger product?

Ja, ik vind dat honing daar wel onder valt, het is beter dan gewone suiker en het schijnt beter voor je gezondheid te zijn. Honing smaakt lekker, ook op toast met boter.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Nee, waarom zou ik? Misschien omdat mensen het dan vaker in de thee doen, alleen ik doe geen suiker of honing in de thee zonder keelpijn. Eigenlijk ben ik minder verkouden geweest, waarschijnlijk door de anderhalve meter regeling en omdat je vaker je handen ging wassen.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Nee, zie bovenstaande.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Dat weet ik eigenlijk niet. Ze zeggen wel dat Manuka honing zorgt voor allerlei genezende dingen, maar daar weet ik eigenlijk te weinig van. Je leest dan ook weer dat honing suiker is en suiker is suiker.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ja, omdat je altijd dan een voorraadje hebt. Dat geeft een veilig gevoel, ik koop dan bijvoorbeeld houdbare melk of pasta.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ik gebruik het eigenlijk zo weinig, dus ik denk het niet. Ik heb nu al 3 potten staan omdat ik net terug van vakantie ben en ik doe daar al heel lang mee. Ik zou dan niet nog meer gaan kopen.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Echt? Dat mensen een beetje raar bezig, een soort van hamsteren, hetzelfde als dat ze wc-papier gaan inslaan. Dat mensen graag een grote voorraad hebben in onzekere tijden, van dingen die niet bederven. Of dat als je keelpijn hebt of niet helemaal lekker bent dat je dan meer honing gaat gebruiken. Vooral met citroen en heet water is dat dan lekker.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Moeilijke vraag. Ik denk dat ze misschien moeten proberen om mensen van suiker af te krijgen en dan in plaats van suiker honing te gebruiken. Bijvoorbeeld in de thee en koffie of op een pannenkoek in plaats van stroop. Of een marketingcampagne met recepten zoals honing cake of koeken. Maar misschien is honing daar te duur voor. En hoeveel honing moet je er dan in gooien in plaats van de suiker?

Waar moeten ze dit dan laten zien?

Tegenwoordig zie je natuurlijk veel vloggers en bloggers of kookvideo's op YouTube.

En misschien is een proeverij leuk. Ik ben een keer in Frankrijk bij een boer geweest en die verkocht allemaal verschillende soorten honing en daar kon je een honingproeverij doen, dat was heel leuk omdat je dan alle verschillende smaken kan proberen. En dan zou je het ook meer als broodbeleg gebruiken. Ik heb daar toen kastanje honing geproefd, dat is de sterkste smaak. Als honing verder niet heel veel smaak heeft en gewoon zoet is dan is het meer een vervanging voor suiker maar als het echt sterke smaak heeft dan ga je het product op andere manieren gebruiken. Dit is meer iets voor in biologische winkeltjes met andere smaken natuurlijk dan voor een merk in de supermarkt met weinig aparte smaken.

Daarnaast vind ik de potten vaak te groot. Als je verschillende smaken wil proeven dan zijn deze potten te groot en wil je liever een klein potje om te proberen. Het is veel te duur om meerdere grote potten te kopen als je verschillende smaken wil proeven. Ook zijn kleine verpakkingen fijner en handiger voor alleenstaande mensen of kleine gezinnen.

Zou je in de toekomst meer honing gaan gebruiken ?

Als ik 80 jaar ben dan misschien wel, dan in de thee en op toast als ik niet meer op de lijn hoeft te letten. Nee ik heb geen idee. Misschien heb ik dan meer last van mijn keel en honing als verzachting wil.

Vrouw (62), werkt niet, gezin met uitwonende kinderen, Bergschenhoek

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Ja, ik koop het altijd in de supermarkt, een keer in de 4-6 weken denk ik.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Omdat het erg makkelijk is, want ze hebben daar van die knijpflesjes en die vind ik handig in gebruik.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Dat weet ik echt niet, ik let daar eigenlijk niet zo op.

Koopt u dan honing van het huismerk of een ander bepaald merk?

Geen idee, ik zal eens kijken.

Lenny gaat kijken in de kast en komt vervolgens terug met een knijpfles van Langnese

Deze vind ik fijn en lekker, ik eet ook wel andere honing, bijvoorbeeld als we die krijgen van andere mensen.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Ik vind de Wilde bloemenhoning zacht.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Langnese, puur omdat het makkelijk is. Met honing is het vaak klieren, het plakt.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Allereerst de verpakking, dit moet een knijpfles zijn. En daarnaast moet de honing zacht van smaak zijn.

Vind u het belangrijk dat het product biologisch of lokaal is?

Nee, eigenlijk niet. Ik denk dat als dit merk (Langnese) iets biologisch zou hebben, ik dan wel die zou nemen. Of nou ja eigenlijk hoeft het niet eens dit merk te zijn, als het maar Wilde bloemenhoning is in zo'n soort verpakking.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Ik gebruik het in de kwark met walnoten. Ik gebruik het in de sla met mosterd-honing dressing en voor de zalm saus.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, in het begin wel. Ik ben meer bewust van wanneer ik de deur uitga, ik wil de drukte in winkels vermijden. Normaal deed ik op vrijdag mijn boodschappen maar die doe ik nu op donderdag omdat het dan rustiger is. Voor de veiligheid van mijn gezondheid.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Ja, omdat de restaurants dicht waren. Wij houden van lekker en uitgebreid eten en toen de restaurants dicht gingen hebben wij wat vaker thuis uitgebreid gekookt. Deden we voorheen ook wel maar toen wat meer.

Maakt u ook gebruik van kwalitatief hogere producten? En vind u dat honing hieronder valt?

Zeker, maar ik vind niet dat honing daaronder valt. Honing vind ik gemakkelijk vanwege de verpakking.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Ik denk het wel, omdat we vaker uitgebreid gekookt hebben.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Ja, zie bovenstaande.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Ik heb er nooit zo over nagedacht maar ik denk het eigenlijk wel nu jij het zegt. Maar ik vind het gewoon lekker dat is de reden waarom ik honing eet.

Op welke manier kan honing helpen bij de ondersteuning van de gezondheid?

Ik denk omdat het een natuurproduct is?

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee ik denk het niet. Ik denk dat ik toch manieren zou vinden om op een rustig tijdstip verse producten te kopen.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, ook niet.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Nou misschien wel omdat er meer gekookt wordt. En inderdaad omdat men zich meer met de gezondheid is gaan bezighouden.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

De honing in een makkelijke verpakking doen, een knijpfles dus.

En vind u het dan fijn dat de dop onder of bovenaan zit?

Bovenaan, deze dop zit onderaan en dat kan nog wel eens plakken in de la.

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Ik blijf het gewoon kopen en gebruiken.

Ook nu de horeca weer opengaat?

Ja ik denk het wel. Ik vind het toch wel erg lekker. Ik heb nu ook ontdekt dat als ik een sausje zoeter wil maken, ik er honing in moet doen in plaats van poedersuiker. Ik denk dat dit dan gezonder is dan suiker.

Vrouw (83) gepensioneerd, woont samen met man, Gouda

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Nee, ik koop eigenlijk nooit honing in de supermarkt. Wel een keer bij de imker.

Waarom koopt u geen honing in de supermarkt?

Ik kocht het toen bij de imker omdat we toen daar op vakantie waren. Vroeger wel eens een potje in de supermarkt gekocht, maar dat is jaren geleden.

Dus u gebruikt niet zo heel vaak honing?

Nee, ik gebruik wel yoghurt met honing erin uit de supermarkt. Dat zit er al standaard in. Dat doe ik ook met saus uit een flesje, daar zit ook vaak al honing in. Ik wou vanmiddag honing kopen maar dat ben ik weer vergeten.

Vraag 2. Waarom zou u honing in de supermarkt kopen?

Ik wilde de Lavendel honing in de aanbieding bij Lidl kopen om uit te proberen. Maar ik kon het niet zo snel vinden en ik had weinig tijd.

Vraag 3. Weet u hoeveel honing ongeveer kost?

Bij de imker heb ik het toen voor 6 euro gekocht, in een pot.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Nee dat niet. Ik wist niet dat er veel soorten honing waren. Het was dat ik zag dat er Lavendelhoning was, anders had ik dat niet geweten.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Ik zou wel een merkhoning nemen, geen eigen merk uit de supermarkt. Ik denk dat dat beter is dan merkloos.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Dat het gezond kan zijn, het is goed voor je keel als je verkouden bent. Dat het vloeibaar is, dat vind ik beter dan harde honing.

Vind u het belangrijk dat het product lokaal of biologisch is?

Nee, dat maakt mij niet uit.

Heeft u nog een voorkeur voor een bepaalde verpakkingsoort? Een pot een spuitfles?

Een pot.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Voor in de yoghurt met maanzaad, dat hebben we een keer in Griekenland gegeten.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, we zijn meer thuisgebleven. Omdat we heel voorzichtig zijn wat betreft gezondheid, daarom zijn we ook niet op vakantie geweest.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Nee hoor, als je uit eten gaat dan eet je wel luxe maar thuis niet echt. We lieten wel af en toe eten bezorgen maar verder niet.

Maakt u nog gebruik van de wat duurdere speciale producten tijdens het koken? Is honing kwalitatief goed?

Nee niet echt. Honing schijnt wel goed te zijn. Wordt honing eigenlijk veel verkocht?

Dat verschilt eigenlijk per persoon.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Nee, ik heb geen honing gekocht.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Nee, ook niet.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Waarschijnlijk wel, voor de verkoudheid.

En bijvoorbeeld tijdens Corona?

Nee dat geloof ik niet, voor Corona helpt dat niet denk ik.

Ook niet als verzachting bijvoorbeeld?

Misschien als verzachting voor de keel.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, ik heb eigenlijk altijd wel een kleine voorraad. Ik zou dan niet speciaal extra gaan inkopen.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, een pot is wel genoeg. Het wordt al gauw zo hard.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Ja, dat zou ik niet weten.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Meer reclame maken voor het product.

Waar moeten ze reclame maken?

Op tv of in een tijdschrift. Laten zien dat ze goed zijn voor de bloemen en bijen.

Denkt u dat u in de toekomst meer honing gaat gebruiken?

Nee, ik denk het eigenlijk niet. Omdat ik dat nooit gedaan heb, misschien dat als ik nu een potje koop ik het wel meer ga gebruiken.

Weet u waar je honing allemaal voor kan gebruiken?

In de saus en in de yoghurt natuurlijk.

Want u gaf eerder aan dat u producten koopt waar al honing in zit, waarom koopt u dat?

Omdat dat makkelijker is.

Vrouw (37) werkt parttime, woont samen met vriend en 2 jonge kinderen, Oegstgeest

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Een keer per jaar, ik koop het eigenlijk niet in de supermarkt maar ik bestel het online.

Waar bestel je het dan?

Ja, is eigenlijk ook wel een supermarkt trouwens. Bij Pieter Pot (dat is verpakkingsvrij, je krijgt alles in glazen potten, het heeft een beperkt assortiment) of bij Picnic.

Vraag 2. Waarom koopt u honing dan online bij de supermarkt?

Om mee te koken of om in de thee te doen.

En waarom dan niet bij een imker of natuurvoedingswinkel?

Het is te veel moeite om ergens anders heen te gaan, als het dichtbij was dan zou ik dat wel doen.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Ik denk dat 1 pot ongeveer 4 of 5 euro is, ik heb geen idee. Maar ik koop het een keer per jaar dus dat is heel weinig.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Als ik dan kijk naar het assortiment dan heb ik niet echt een duidelijke voorkeur, meestal kies ik dan iets bloemigs zoals Weide Bloemenhoning. Als iets biologisch is dan kies ik dat. Het hangt er vanaf wat er allemaal is maar ik heb geen specifieke voorkeur.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee, ik ga meestal op de vormgeving van het product af. Ik ga voor gebruiksgemak, ik zou eigenlijk wel bij een imker willen kopen zodat het er zelfgemaakt en lokaal geproduceerd uit ziet. Maar daar ben ik te lui voor dus dan ga ik naar de supermarkt en kies ik wat er het meest lokaal en het minst grote merk uitziet. Ik zou niet het goedkoopste kiezen, iets duurder en het liefst dat het er lokaal uitziet.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Lokaal zou leuk zijn, maar gebruiksgemak gaat zeker voor. Ik moet er niet teveel extra moeite voor doen, dus het moet al in de supermarkt zijn waar ik sowieso al ben. Als ik ergens langs een imker fiets en ik heb het toevallig nodig dan zou ik het kopen, maar ik moet er niks extra's voor hoeven doen. Als er een biologische optie is dan zou ik dat nemen. Het liefst een glazen verpakking.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

Ik gebruik honing om mee te koken en in de thee. Vooral bij brood en brie met de lunch of avondeten, maar ik gebruik honing niet standaard.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Bijna niet, omdat ik op mijn werk moet werken. Ik werk in het ziekenhuis.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Nee, dit is hetzelfde gebleven. Mijn leven is niet zo heel erg veranderd.

Ook niet omdat de horeca bijvoorbeeld dicht ging?

Nee, met kleine kinderen ga je sowieso niet zo vaak buiten de deur eten of uitgebreid koken. Je kookt gewoon dingen die zij lekker vinden. Corona heeft dus niet zo veel invloed gehad op dit moment in mijn leven, misschien als ik 10 jaar jonger of ouder was geweest wel.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Nee, ook niet.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Zie bovenstaande.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Nee, het kan wel enige wondverbetering eigenschappen hebben. Maar ik denk niet dat als ik honing in mijn thee of voeding doe ik daar heel veel gezonder van word.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee ik denk het niet, ik heb nooit iets anders ingekocht toen er een lockdown was. Ik doe mijn boodschappen laten bezorgen en ik wil gewoon verse producten.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, omdat ik merk dat je nu nog steeds verse producten kan halen dus er is geen reden voor mij om dat te doen. Als er geen verse producten meer zijn dan zou ik wel houdbare producten moeten kopen.

Is er een versproduct dat voor jou honing vervangt?

Nee, eigenlijk zijn de vervangers ook houdbare producten. Zoals basterdsuiker. Een zoetstof heeft niet echt een vers iets wat dat vervangt naar mijn weten.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Ik denk dat mensen meer thuiszitten en het blijktbaar dan toch in hun eten willen stoppen en meer zelf zijn gaan koken.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Het gebruiksgemak bevorderen. Als een lokale imker het bij de supermarkt of bij Picnic zou aanbieden, dan zou ik dat kopen. Ik wil al mijn eten zo veel mogelijk bij dezelfde plek kopen en niet overal vandaan hoeven halen.

Denk je dat je in de toekomst meer honing zou gaan gebruiken en/of kopen?

Ik denk het niet. Ik zat trouwens ook te denken bij de vorige vraag; als het meer in kookboeken zou staan dan zou ik het ook meer gebruiken. Ze moeten meer receptinspiratie geven. Maar ik denk niet dat ik in de toekomst meer honing zou gebruiken, maar misschien wordt het wel heel hip.

Ook niet als de kinderen ouder zijn?

Voorlopig nog niet denk ik, misschien als ik gepensioneerd ben.

Vrouw (29) werkt fulltime, woont samen met vriend, Rotterdam

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Ja, ik koop zeker honing in de supermarkt. Niet super vaak, ik denk een keer in de 2-3 maanden gemiddeld.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Omdat dat praktisch is, ik doe daar ook grotendeels mijn andere boodschappen.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Volgens mij is het meestal zo rond de 3 euro ergens.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Uhm, nee. Maar ik denk dat als ik meer zou weten over wat de verschillen zijn dan wel. Nu pak ik altijd bloemenhoning omdat dat lekker klinkt. Maar ik weet er te weinig van om echt een goede keuze te maken.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee, voor supermarkthoning heb ik niet echt een sterke voorkeur. Ik vind het wel leuk dat als ik ergens in het buitenland ben om dan een lokaal product te kopen.

Waarom maakt het merk dan niet uit?

Supermarkt honing voelt allemaal niet heel bijzonder aan. Ik zie niet direct waarom ik meer zou betalen voor een bepaald merk, want wat is de toegevoegde waarde van een merk.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Het belangrijkste voor mij is hoe makkelijk de verpakking is, ik vind het heel erg fijn als het een spuitvatje heeft zodat je geen lepel hoeft te pakken om het uit de pot te halen. Prijs vind ik belangrijk, het moet niet te duur zijn. Dat komt ook omdat ik honing zelden in kleine hoeveelheden gebruik, dus als ik bijvoorbeeld ga bakken dan moet daar best wel veel honing in en dat wordt het te duur. Dit ben ik trouwens wel echt meer gaan doen tijdens Corona, zelf granola bakken met honing.

Duurzaamheid vind ik eigenlijk wel altijd belangrijk bij producten, maar bij honing niet zo. Ik geloof niet zo in biologische honing, ik bedoel die bijen vliegen toch gewoon overal. Ik denk dat als ze duidelijker het verschil tussen biologisch en gangbare honing zouden uitleggen dit wel een verschil in mijn keuze zou kunnen maken.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

In baksels, meestal als ik zelf granola maak. Met keelpijn in de thee en heel af en toe in de yoghurt.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, ik moest thuis werken in plaats van op kantoor en de horeca was dicht.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Ja, omdat ik heel erg van lekker eten hou en ik kon minder naar de horeca dus ben ik dit thuis gaan doen. Ik ben ook bewuster bezig geweest met voeding qua gezondheid.

Maak je bij koken of bakken gebruik van kwalitatief hogere producten?

Soms ja, maar ook niet altijd perse. Het licht aan de complexiteit van de gerechten en hoeveel.

Vind je dat honing een kwalitatief hoger product is?

Ik vind wel dat er duidelijk verschil zit in honing qua smaak, dus ook kwaliteit dan voor mij. Maar honing als basisproduct vind ik niet een kwalitatief hoger product.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Ja, omdat ik in plaats van dat ik cruesli kocht zelf granola ben gaan maken. Dit is zo lekker en heel makkelijk. Ik maak het met havermout, honing, maple syrup, kaneel en kokos.

Hoe kwam je op dat idee of wat was de aanleiding hiervoor?

Ik zag wat recepten daarvoor voorbijkomen en ik dacht dat ziet er eigenlijk heel makkelijk uit dus laat ik het eens proberen. Het hele huis ruikt heel lekker als je het maakt en het is ook gewoon erg lekker.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Ja, zie bovenstaande.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Nee, ik denk dat het meer schade aanricht aan je gezondheid dan dat het echt gezond is. Het is misschien wel iets beter dan geraffineerde suiker maar het blijft wel suiker.

Tijdens een lockdown mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lockdown invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Nee, omdat ik niet geloof dat ze de supermarkten dicht gaan gooien. Ik ben niet gaan hamsteren in de eerste lockdown of iets dergelijks.

Vraag 14. Stel je zou gaan hamsteren, zou je dan honing meer inkopen omdat het een niet bederfelijk product is?

Ja, als ik een voorraad moet aanleggen om de komende maanden te moeten overleven dan wel.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Mensen gingen echt veel meer bakken, en honing wordt veel gebruikt in minder ongezonde baksels. Ik denk dat dit er wel mee te maken heeft, dit is voor mij wel de reden. Ik denk toch dat het ook iets te maken heeft met de sluiting van de horeca. Mensen gingen lekkerdere dingen in huis halen, mensen bestellen in de horeca een verse muntthee met honing en dit gingen ze nu meer thuis doen.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Ten opzichte van concurrenten moeten ze uitleggen waarom hun honing kwalitatief beter is. Nu voelt het een beetje alsof alles hetzelfde is in de supermarkt. Als honing branche moeten zij de voordelen ten opzichte van suiker uitleggen en meer inspireren waar je honing allemaal voor kan gebruiken.

Waar moeten ze dit laten zien?

Ligt eraan wie je wil bereiken. Op de verpakking is het belangrijk om je te onderscheiden van concurrenten en dat daarop uit te leggen. Via sociale mediakanalen kan je laten zien waar je honing voor kan gebruiken.

Zou je zelf dit soort sociale mediakanalen volgen?

Ik denk dat ze meer samenwerkingen moeten aangaan met kanalen die veel volgers hebben, Tasty bijvoorbeeld. Ik denk niet dat ik een speciaal honing kanaal zou gaan volgen. De plek in de supermarkt is ook belangrijk, ik denk dat het ouderwets is om honing bij het broodbeleg te plaatsen. Honing kan wel op brood, maar ik denk niet dat veel mensen dit nog doen omdat het zo ongezond is.

Waar zou het product dan moeten staan in de supermarkt?

Op meerdere plekken denk ik, bij relevante producten zoals in het thee schap of bij de bakproducten.

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Ja wel meer dan eerst, want daarvoor gebruikte ik bijna geen honing. Ik had wel een potje honing in huis maar die versuikerde altijd. Maar ook buiten Corona om blijf ik zelf granola bakken omdat het gewoon erg lekker is.

Vrouw (32) Werkt als freelancer, woont samen met haar man en 2 jonge kinderen, Berkel en Rodenrijs

Vraag 1. Koopt u wel eens honing in de supermarkt? Zo ja, hoe vaak?

Ja, ik denk 1 à 2 keer per jaar ongeveer. Niet super regelmatig in ieder geval.

Vraag 2. Waarom koopt u honing in de supermarkt?

Vooraf gemak, zeker nu wij bij de Jumbo bestellen en het laten bezorgen. We zijn wel bezig om meer producten uit de omgeving te kopen (lokaal). Maar ik merk toch dat uiteindelijk veel producten uit de supermarkt komen. Ik weet niet zo goed waar ik hier in de buurt lokale honing zou moeten kopen.

Vraag 3. Hoeveel geeft u uit aan honing?

Ik weet het niet uit mijn hoofd maar ik gok tussen de 3 en de 5 euro. Ik neem meestal niet de kleinste verpakking omdat het toch best wel lang goed blijft. Ik denk dat ik het afgelopen jaar meer honing heb gekocht dan daarvoor.

En weet je ook waarom je meer hebt gekocht?

Ik denk omdat ik nu meer theedrink thuis. Ik koos voorheen altijd muntthee met honing als ik ergens uit ging lunchen, maar dat doe ik nu meer thuis. Als ik keelpijn heb gebruik ik dus ook honing in de thee en eigenlijk overal in omdat dat goed werkt. Ik ben dan sneller van mijn keelpijn af en ik wil zo min mogelijk hoesten en met keelpijn lopen voor het geval dat mensen naar mij gaan kijken met betrekking tot Corona. Ik denk dat dat ook wel daarbij heeft geholpen.

Vraag 4. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een soort honing?

Volgens mij hebben wij meestal Bloemenhoning, de zoete in ieder geval.

Vraag 5. Heeft u een bepaalde voorkeur voor een merk honing? Waarom wel/niet?

Nee, dat eigenlijk niet. Ik zou niet weten wat een goed honingmerk is en wat niet.

Koop je dan het huismerk van de Jumbo?

Ja dat denk ik wel. Of wat een leuk etiket heeft of wat er in de aanbieding is. Ik ga denk ik niet voor het premium merk maar als het er heel erg smerig of chemisch uitziet dan kies ik dat ook niet. Het moet eruitzien als honing.

Vraag 6. Wat vindt u belangrijk bij de aanschaf van het product honing? Waarom? (lokaal/biologisch/soort/smaak/prijs/verpakking, is biologische honing gezonder?)

Ik kijk bij sowieso de meeste boodschappen of er zo min mogelijk plastic omheen zit. Dus dan zou ik eerder kiezen voor een pot. Maar eigenlijk is dat ook niet helemaal waar want ik weet dat ik de laatste keer een plastic spuitfles heb gekocht omdat dat makkelijker is dan ergens een lepel in te moeten doen. Ik zou wel graag lokaal honing kopen maar door onwetendheid doe ik dat niet, en misschien ben ik ook een beetje lui want het is gemakkelijk om in de supermarkt te kopen.

Vind je het belangrijk dat de honing biologisch is?

Ja, ik koop wel graag biologische producten. Als het er niet biologisch is dan koop ik het product ook wel. Het moet ook niet vijf keer zo duur zijn dan.

Vraag 7. Waar gebruikt u honing voor?

In de thee en als ik dingen bak. Vooral in cake of koekjes, dan gebruik ik het als vervanger voor suiker omdat het een gezonder gevoel geeft. Ik weet niet of het echt gezonder is.

Vraag 8. Bent u meer thuisgebleven sinds de Coronacrisis uitbrak? Waarom wel/niet?

Ja, ik ben wel meer thuisgebleven. Sowieso omdat we eigenlijk geen keus hadden maar ik werkte ook altijd al thuis, dus dat is niet heel erg veranderd. Toch ging ik wel vaak zakelijk lunchen of gezellig een dagje uit en dat is wel heel veel minder nu. Over het algemeen blijven we wel heel veel meer thuis, of dat er mensen hier op visite komen of wij bij mensen op visite gaan.

En de reden hiervoor was voor de gezondheid of omdat de horeca gesloten werd?

Voor een deel gezondheid en de afstand die we moesten houden, maar ook een hele tijd dat alles dicht was. Toen alles net openging was ik niet diegene die meteen naar het restaurant ging, wij waren best afwachting hierin. De kleine kinderen die niet lang op een stoel kunnen stilzitten was ook wel een reden hiervoor.

Vraag 9. Bent u sinds de Coronacrisis uitbrak zelf thuis uitgebreider of luxer gaan koken/bakken? Waarom wel/niet? (Maakt u bijvoorbeeld meer gebruik van kwalitatief hogere producten, en valt honing daaronder? Vindt u het belangrijk om bij het koken gebruik te maken van kwalitatief hogere producten?)

Ja, ik geef ook een stuk meer geld daaraan uit omdat er nu zoveel minder dingen kunnen dus dan is dit wel leuk om meer uitgebreid te doen. Ik koop nu ook veel meer kerstspullen om het meer gezellig in huis te maken. Het bakken vinden de meisjes hier in huis ook leuk om te doen, het is nu ook een leuke activiteit geworden. Met het bakken ben ik dan ook bezig met de gezondere variant uitzoeken, dus honing gebruiken in plaats van suiker. Dit zal er ook voor zorgen dat we meer hebben gekocht het afgelopen jaar.

Vraag 10. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak vaker honing gekocht dan normaal? Zo ja, waarom?

Ja, zie bovenstaande.

Vraag 11. Heeft u sinds de Coronacrisis uitbrak meer honing gebruikt dan normaal? Zo ja, waarvoor?

Ja, zie bovenstaande.

Vraag 12. Kan honing u helpen bij de ondersteuning van uw gezondheid? Waarom wel/niet?

Ja ik denk het wel.

Zou dat dan ook een reden zijn om meer honing te gebruiken tijdens Corona?

Ja, dat ook. Kinderen hebben trouwens ook veel verkoudheden, daarvoor merk ik ook dat ze gaan vragen of ze honing in de thee mogen. Ik denk ook dat we steeds meer zijn gaan letten op of je verkouden bent of je keelpijn hebt, je bent er nu zo veel mee bezig. Je bent dus ook meer bezig om het te verhelpen.

Tijdens een lock-down mag zo goed als niemand naar buiten. Enkel verplaatsingen voor voeding, medicijnen, werk (als je niet vanuit huis kunt werken) of essentiële zaken zijn toegestaan. Kom je zonder een gegronde reden op straat, dan riskeer je een zware boete en je gezondheid.

Vraag 13. Stel de Nederlandse overheid zou een lock-down invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan houdbare producten meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ik heb dat de eerste keer wel gedaan. Ik heb toen een voorraadje aangelegd, ik ben niet gaan hamsteren maar ik ben wel gaan nadenken over wat blijft lang goed. Stel je voor je moet 1 week in quarantaine wat blijft dan goed. Ik zorg ook graag zelf dat ik minder vaak naar de supermarkt moet, ik probeer dan wel een klein voorraadje te hebben voor het geval dat er iets aan de hand is.

Vraag 14. Stel de Nederlandse overheid zou een lock-down invoeren tegen de bestrijding van het Corona virus. Zou u dan honing, een houdbaar product, meer inkopen? Waarom wel/niet?

Ja, ik denk het wel. Ik weet van de eerste lockdown dat ik overdreven veel pakken bloem heb gekocht omdat we zoveel aan het bakken waren. Op een gegeven moment hadden we dus wel een voorraad en omdat we honing bij het bakken gebruikte was dat ook wel fijn om in huis te hebben.

Vraag 15. De verkoop van honing in de supermarkten is vanaf het moment dat de Coronacrisis uitbrak enorm gestegen, wat zou volgens u de reden hiervan kunnen zijn?

Ik denk voor keelpijn en dat soort dingen. En net als dat ik meer ben gaan bakken denk ik dat dit voor heel veel mensen zo is. Maar ook wel omdat honing – niet perse een luxeproduct – maar wel een verwen-product dat mensen nu meer in huis hebben omdat ze het er graag bij willen hebben. Dan koop je meer dingen die je niet standaard kocht, omdat je nu jezelf moet verwennen want het kan niet buiten de deur. Ik drink bijvoorbeeld nu thuis meer muntthee omdat dit in de horeca niet kon.

Vraag 16. Wat zou een honing leverancier moeten doen om meer honing te verkopen?

Ik vind het wel lekker als het product een biologisch of ambachtelijk gevoel geeft. Ik denk dat als een product zo'n uitstraling heeft dat mensen al heel snel denken: dat wil ik hebben. Daarnaast denk ik dat veel mensen met het milieu bezig zijn, dus er worden meer duurzame keuzes gemaakt.

Wij hebben veel geleerd van de red de bij-acties voor kinderen. Dat heeft hier thuis wel veel gespeeld waardoor wij meer honing zijn gaan kopen. We zijn zo veel met bijen bezig geweest en het is leuk om hierover te leren.

Wat hielden deze redt de bij acties allemaal in?

Er zaten recepten bij en wat je allemaal nog meer met honing kan doen. Daarnaast hoe je honing met suiker kon vervangen. Er waren hier ook kinderprogramma's op tv over waarin veel weetjes over honing en bijen zaten. Hierin hadden we ook geleerd over de verschillende soorten honing.

Op de basisschool leerden de kinderen hier ook over en dan heb je de ouders ook vaak automatisch mee, ik denk dat zulk soorten dingen wel echt helpen.

Bij het beantwoorden van vraag 10 en 11 met ja:

Vraag 17. Blijft u nu vaker of meer honing kopen en/of gebruiken ondanks dat de invloed van Corona afneemt? Waarom wel/niet?

Ik denk het wel, ik denk wel met meer producten hoor. Maar ik denk dat als je dit eenmaal zo hebt je dit blijft gebruiken. Zeker omdat het kleine dingen kunnen zijn die je blij maken, ik denk dat je dat dan wel een tijdje blijft vasthouden. Misschien als mensen meer uit huis gaan werken ze thuis minder honing gaan gebruiken en de voorraad minder snel op gaat, maar ik denk niet dat ze dan helemaal stoppen met honing kopen.

Geld dit ook voor jou?

Ja, ik denk ook vooral met bakken. Er zijn vast meer met mensen met gezonde voeding bezig gegaan omdat je wil dat je lichaam fit is. En het suiker vervangen, ik denk dat dat ook zeker iets blijvends is.