



Marktberichten

Piek seizoen nadert



"Ook bij de Greenery was voor Pasen het aanbod redelijk groot," aldus Sjraar Hulsman. "Het volume is toen goed opgepakt door de markt. Ook door supermarkten.

In week 17 is het aanbod goed geweest en is voor de beste kwaliteit, dubbel A extra wit, 4 euro per kilo betaald.

In Duitsland en België is de vraag afgenomen naar het Nederlandse product, omdat daar de eigen producties voor grote volumes zorgden.

Naar Duitsland zijn nog wel de wat mindere sorteringen gegaan zoals de dubbel A violet voor een prijs van 2,50 euro per kilo.

De groene en paarse asperge uit de Nederlandse teelt zijn ook in week 17 gestart. De hoeveelheden waren redelijk en het product is goed ontvangen door de markt. De Nederlandse groene asperge heeft een prijs opgebracht van 3,50 tot 4 euro per kilo. Op dit moment is er nog enige concurrentie met de spaanse groene asperge met een prijs van 1,50 euro per kilo.

We gaan steeds meer toe naar de piek in het seizoen gezien de volumes, de kwaliteit is goed en de klanten zijn tevreden."

Aceera actueel: Floyd Andriessen is 'Aspergekid 2009'

Tijdens de Nationale Opening van het Kids-Aspergeseizoen 2009 is op 23 april Floyd Andriessen van basisschool De Ortolaan uit Heythuysen gehuldigd als 'Aspergekid 2009'.

De opening van het Kids-aspergeseizoen in attractiepark Toverland werd vooraf gegaan door een aspergequiz, welke gepresenteerd werd door Tim Murck (o.a. bekend als Barry in de jeugdserie 'SpangaS'). De aanwezigen waanden zich even op het aspergeveld door de aanwezigheid van een écht aspergebed en een tractor. De hele dag werden er lekkere aspergehapjes geserveerd door 'meester'kok Christ Manders.



Het was een drukte van jewelste rond het podium waar de asperge kennisquiz werd georganiseerd. De 4 deelnemende scholen aan de quiz hadden zich goed voorbereid en de spanning was af te lezen van de gezichten van de deelnemers. Wie had de zenuwen het meest onder controle en mag zich Aspergekid 2009 noemen? Floyd mocht uiteindelijk de hoofdprijs van € 500,- in ontvangst nemen voor zijn school.

Asperges zijn voor elke dag!

De kids-opening is een leuke, maar vooral interessante aangelegenheid. Bart Benders (Aceera): "Het doel van dit initiatief is om kinderen te laten zien, ruiken en proeven dat de groente asperge een groente is die op veel verschillende manieren te bereiden en te eten is. Bovendien is het een gezonde groente met veel vitaminen en gezonde inhoudsstoffen."

Agenda

3 mei

**Aspergemarkt
Walbeck**

walbeck.net

21 mei

**Open dag Brabantse
aspergetelers (BAG)**

brabantseasperge.nl

21 mei

**Aspergemarkt
Arcen**

uitzinnig.nl

Thema

Het belang van kindermarketing

40% van de Nederlandse huishoudens betreft een huishouden met kinderen. Deze kinderen kunnen al vanaf hun tweede jaar een deel van de aankopen bepalen. Ook het menu wordt vaak samengesteld aan de hand van de wensen van de kinderen. Na spinazie is asperge het minst kindvriendelijk in de profilering. Ouders denken vaak dat hun kinderen geen asperge lusten, maar veelal is het onbekend zijn met of het zelf niet lusten een groter struikelblok om tot aankoop over te gaan. Om dit te doorbreken is inzet van de media van groot belang. Hierbij valt te denken aan internet waarmee 61% van de jeugd te bereiken is, 28% door TV, en overige kanalen zoals mobiel, sms, muziek en lezen.

Teelt & Markt

Stimuleren van groenteconsumptie

Spelenderwijs aan de asperge

Uit onderzoek door het RIVM blijkt dat peuters en kleuters in Nederland te weinig groente, fruit, vis en vezelrijke voedingsmiddelen eten.

Bij 63% van de gezinnen is het eten van groente een probleem. Als kinderen bij vriendjes eten, blijkt dat ze wel gewoon met de pot mee eten. Ook zijn kinderen goed in het bedenken van smoezen: "als ik vijf ben ga ik dat wel eten".



Het gebruiken van een "bijzondere" naam voor een groente, zoals superdoperwten, dinosaurusbroccoli of kabouterkool(voor spruitjes), deed vierjarige kinderen meer groente eten. Ook de dagen er na bleef de consumptie verhoogd, zo blijkt uit Amerikaans onderzoek.

Om kinderen te stimuleren om meer groente te eten heeft het [Voedingscentrum](#) een digitaal spel ontwikkeld om jongeren van acht tot veertien jaar op een leuke manier te wijzen op de voordelen van groente en fruit op hun gezondheid. In het spel wordt een aapje door het te laten eten van groente en fruit steeds gezonder en krijgt de speler meer levels.

In Duitsland heeft ook de [Landwirtschaftskammer](#) Niedersachsen (LWK) het belang onderkent van kindermarketing. Het merkbewustzijn is bij kinderen sterk aanwezig en daarmee de bewuste beslissing voor of tegen waar en of iets gekocht wordt.

De LWK heeft een concept bedacht voor een, in dit geval, aspergepuzzel voor kinderen om de consumptie van asperge te verhogen. Elke week wordt er bij aankoop van asperges een puzzelstukje meegegeven. Deze puzzel wordt uiteindelijk een antwoordkaart met een raadsel dat opgelost moet worden. Informatie over de aspergeteelt wordt zo meegegeven en kinderen worden betrokken bij het "platteland". Daarnaast wordt er op deze manier aan klantenbinding gedaan.

Droogte

Van de arealen waar dit jaar voor het eerst gestoken wordt, waarschuwt Hub Rooijackers van de Boerenbond Helden, om niet te veel te steken. Dit kan anders ten koste gaan van de plant voor het volgende jaar.

De aspergebedden zijn droog dus regen of beregening is welkom. Te droge bedden geven een mindere kwaliteit asperge.

Aankoopgedrag naar leeftijd

Wist u dat van de jongeren in de leeftijd van 18-24 jaar 38% wel eens verse witte asperges koopt? Naarmate de leeftijd vordert worden er door meer mensen asperge gekocht. Bij de leeftijdsgroep van 35 tot en met 54 jaar is dat 45%. Met 57% aandeel is de asperge het meest geliefd bij de consumenten van 55-65 jaar.

Weer

maandag overdag 06 - 18 uur

Eerst regen, van het zuidwesten uit opklaringen

17°C

4

KNMI

April:
warm, zonnig, weinig neerslag

Maart:
zacht, zonnig en droog.