

Pionier in biologische voeding blaast 25 kaarsjes uit

nieuws

Bio-Planet, de biologische duurzame supermarktketen van Colruyt Group, blaast dit jaar 25 kaarsjes uit. Het startte met een supermarkt in Kortrijk, in een tijd dat bio nog een niche was. De ontwikkeling van Bio-Planet en de groei naar 40 winkels in België en één in Luxemburg symboliseren de bredere interesse in bio. Om zich in deze veranderende markt te blijven onderscheiden, focust de keten sinds enkele jaren ook meer op gezondheid. “Vroeger was bio het doel, vandaag is het een middel.”

VANDAAG
VILT-redactie

Lees meer over:
supermarkt
bio



Toen Bio-Planet in 2001 de deuren opende met een filiaal in Kortrijk, was biologische voeding nog een niche. “Het was een tijd waarin bio te vinden was in kleinere zelfstandige winkeltjes, maar bijna niet in de supermarkt”, herinnert Jef Colruyt zich. Het ontstaan van Bio-Planet vindt plaats na de dioxinecrisis in 1999. “Hierdoor werden klanten kritischer en voorzichtiger. Ze wilden meer transparantie en wantrouwden de conventionele markt. Bio gaf een antwoord op de vraag naar gezonde en pure producten, zonder chemische meststoffen en andere stoffen die in voedingsproducten konden terechtkomen”, klinkt het. De supermarktketen bleek een gevoelige snaar te raken bij het publiek en maakte een gestage groei door. Inmiddels telt ons land 25 filialen en maakte het bedrijf in 2024 ook de overstap naar Luxemburg. Toch was niet alles rozegeur en maneschijn. De supermarktketen laat weten dat de ontwikkeling met vallen en opstaan gepaard ging.

Geslaagde en niet-geslaagde experimenten

Zo sloegen bepaalde biologische concepten minder goed aan. De keten experimenteerde tevergeefs met onder meer hybride burgers en producten op basis van insecten. De ‘krekeltkroket’ en de ‘bugsballs’ op basis van insecten, die een goede eiwitbron zijn met een lage ecologische voetafdruk, werden weer uit het assortiment gehaald. “Tot op vandaag zijn insecten geen ingeburgerd bestanddeel van ons voedingspatroon. De vraag blijft of dat ooit wel het geval zal zijn.”

Ook ‘hybride’ burgers, waarbij minstens een kwart van het vlees is vervangen door een plantaardige eiwitbron, werden een jaar na introductie weer afgevoerd. Voor alternatieve plantaardige eiwitten blijft de groep wel commerciële mogelijkheden zien. Zo wordt er momenteel gewerkt aan producten op basis van eendenkroos.

Andere producten, zoals kefir, kombucha en boekweitpasta, sloegen dan wel aan, raakten ingeburgerd bij het publiek en werden overgenomen door de conventionele retail. Ook het concept van vrac- of bulkverkoop werd een succes: de verkoop van losse, onverpakte producten in plaats van producten in voorgedoseerde verpakkingen. Klanten kunnen hiervoor ook hun eigen potjes, zakjes of flessen meebrengen naar de winkel.

Biologische voeding en de conjunctuur

De interesse in biologische producten kreeg een boost tijdens corona. “Mensen kookten vaker thuis en besteedden meer aandacht aan gezonde voeding. Daarbij ontdekten heel wat klanten dat ze voor hun volledige boodschappen terecht konden bij Bio-Planet”, klinkt het. Na die sterke groeiperiode volgde een moeilijkere periode. De energiecrisis en inflatie zorgden ervoor dat consumenten bewuster omgingen met hun budget. “Trouwe klanten bleven Bio-Planet bezoeken, maar gaven vaak wat minder uit.”

Anno 2026 is biologisch geen nichemarkt meer. Om zich opnieuw te onderscheiden, verlegde Bio-Planet enkele jaren geleden de focus naar gezonde voeding en nutritionele waarde. “Vroeger was bio het doel, vandaag is het een middel”, verduidelijkt Jan Van Holsbeke, Business Unit Manager van Bio-Planet. “Doorheen de jaren voegden we nieuwe lagen toe aan ons productcharter: eerst duurzaamheid, vandaag gezondheid. We willen klanten helpen om bewuste keuzes te maken voor zichzelf én voor hun omgeving – zonder onze biologische fundamenteën uit het oog te verliezen.”

Door deze heroriëntatie is Bio-Planet volgens eigen zeggen ook minder gevoelig geworden voor de conjunctuur van de markt, waarbij consumenten in slechtere economische tijden eerst bezuinigen op biologische voeding.

Ook door het gewijzigde bedrijfsmodel, de grotere nadruk op digitale folders, de optimalisatie van de logistiek en een constante herijking van het aanbod ziet Colruyt de toekomst met vertrouwen tegemoet voor Bio-Planet.

Bio-Planet trekt de stad in

Onderdeel van het gewijzigde bedrijfsmodel is ook de recente focus op de stadsomgeving. Bio-Planet-winkels zijn doorgaans redelijk grote winkels met een grote parking. Recent is een winkel in Sint-Gillis in Brussel opengegaan: een kleinere winkel met een kleinere parkeermogelijkheid en een licht aangepast assortiment, op maat van de stadsklant die kleinere hoeveelheden koopt. “Dat concept blijkt een echt succes te zijn: die winkel draait ongelooflijk goed en zorgt voor veel inzichten voor het Bio-Planet-team”, laat Colruyt weten. “Bio-Planet denkt dat het een tiental stadswinkels zou kunnen openen in de drie grote steden Antwerpen, Gent en Brussel en kijkt nu uit naar goede locaties.”



Uitgelicht

Meer bioboeren en bioareaal, maar groei blijft bescheiden

nieuws

De Vlaamse biosector zet zijn gestage groei voort. Er kwamen in 2025 opnieuw enkele bioboeren en bioareaal bij en ook de biologische veestapel nam toe, al blijven de biologisc...

🕒 1 OKTOBER 2026

[Lees meer](#)

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

[f](#) screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

[in](#) screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

[@](#) screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

[X](#) screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

[b](#) screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

