nieuws

Unilever betreedt dan toch biologische markt

nieuws

Twee jaar geleden liet het Brits-Nederlandse voedingsconcern Unilever nog verstaan geen heil te zien in biologische producten. "De consumenten geven nu echter aan dat ze graag biologisch willen", zegt Fleur van Bruggen, woordvoerster van Unilever Nederland in het Algemeen Dagblad. De producent van onder meer Knorr, Ola en Sun brengt in Nederland en Duitsland drie maaltijdmixen onder biologisch label op de markt. In België zullen de bioproducten van Unilever nog niet meteen opduiken in de winkelrekken.

10 MAART 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
voedingsindustrie

Twee jaar geleden liet het Brits-Nederlandse voedingsconcern Unilever nog verstaan geen heil te zien in biologische producten. "De consumenten geven nu echter aan dat ze graag biologisch willen", zegt Fleur van Bruggen, woordvoerster van Unilever Nederland in het Algemeen Dagblad.

De producent van onder meer Knorr, Ola en Sun brengt in Nederland en Duitsland drie maaltijdmixen onder biologisch label op de markt. "Als de bio-mixen aanslaan, gaan we ook kijken naar bijvoorbeeld soepen en pastasauzen". Bij Biologica, de Nederlandse organisatie voor biologische landbouw en voeding, vindt men de beslissing van Unilever "heel interessant". Het valt immers niet uit te sluiten dat het initiatief van Unilever zich als een olievlek uitbreidt naar andere voedingsreuzen, zoals bijvoorbeeld Heinz.

In ons land zullen de bioproducten van Unilever nog niet meteen op de markt komen. "Een belangrijke reden is dat de maaltijdmixen in Nederland veel populairder zijn", zegt Aurélie Gerth, woordvoerder van Unilever België, in Het Nieuwsblad. "In België zijn er maar vier soorten te krijgen, terwijl er in Nederland dertig variëteiten zijn".

Volgens Gerth is het wel zo dat consumenten het steeds belangrijker vinden dat producten aan diverse duurzaamheidscriteria voldoen, én dat ze bereid zijn daar meer voor te betalen. "Wij proberen bij Unilever sowieso altijd te werken met natuurlijke in plaats van kunstmatige producten. En met de nieuwe maaltijden die in Nederland op de markt komen, is het mogelijk om producten te leveren die tegelijkertijd goedkoop, biologisch en duurzaam zijn".
Volgens de Nederlandse marketingexpert Paul Moers kiest Unilever door de keuze voor bio voor een tegenoffensief. Supermarktketens zoals Albert Heijn zijn er de voorbije jaren in geslaagd om een eigen biologisch huismerk in de markt te zetten.

Bron: Algemeen Dagblad/Het Nieuwsblad

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
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
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy