nieuws

Beleidsbenadering op maat doet duurzamer consumeren

nieuws

De overheid kan duurzame consumptie het best stimuleren door groepen consumenten gericht te benaderen. Dat blijkt uit het rapport 'Denken, doen en duurzame voeding. Verschillen tussen consumentengroepen' dat het Landbouweconomisch Instituut (LEI) heeft uitgevoerd in opdracht van het Nederlands ministerie van Landbouw.

25 MAART 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:59

Lees meer over:
consument
marketing

De overheid kan duurzame consumptie het best stimuleren door groepen consumenten gericht te benaderen. Dat blijkt uit het rapport 'Denken, doen en duurzame voeding. Verschillen tussen consumentengroepen' dat het Landbouweconomisch Instituut (LEI) heeft uitgevoerd in opdracht van het Nederlands ministerie van Landbouw.
De overheid voert actief beleid ter bevordering van het gebruik van duurzame voeding en heeft daarbij behoefte aan inzicht in het denken en doen van consumenten. Om het nog vrij jonge en dynamische begrip duurzame voeding goed te omvatten, heeft het ministerie in Nederland dit gekoppeld aan enkele voedselwaarden.
De belangrijkste daarvan zijn: productkwaliteit, gezondheid, voedselveiligheid, milieuvriendelijkheid, dierenwelzijn, rechtvaardigheid en ambachtelijkheid. Deze waarden - en enkele andere voedselwaarden die belangrijk zijn bij de keuze die consumenten maken zoals smaak, betaalbaarheid, gemak en bekendheid - zijn nu voorgelegd aan een representatieve groep. Het belang dat consumenten aan deze waarden hechten en de manier waarop ze er in de praktijk mee omgaan, vormen het indelingscriterium voor zes groepen consumenten die verschillend tegen voedsel aankijken.

Het blijkt dat deze groepen consumenten verschillende waarden belangrijk vinden bij de aankoop van voedsel. In de groep 'maatschappelijk georiënteerd' zitten consumenten die duurzaamheidswaarden zoals dierenwelzijn, rechtvaardigheid en milieuvriendelijkheid belangrijk vinden. Tegelijkertijd vinden zij de meer egoïstische waarden als, gebruiksgemak, betaalbaarheid en smaak minder belangrijk.
'Maatschappelijk, maar betaalbaar en gezond' is een groep consumenten die duurzaamheidswaarden belangrijk vinden, maar die tegelijkertijd ook hechten aan meer egoïstische waarden zoals betaalbaarheid en gezondheid.
De groep 'gevoelsmensen' vindt vertrouwdheid en bekend zijn met voedsel erg belangrijk, terwijl de ‘middenmoters’ niet zo uitgesproken zijn in hun voorkeuren. Ook zijn er consumenten te onderscheiden die vooral de prijs van voedsel belangrijk vinden. Zij gaan voor goedkoop en makkelijk voedsel. Terwijl de laatste groep consumenten juist van gezond en gemakkelijk voedsel houdt en betaalbaarheid geen issue vindt.
Het LEI beveelt aan om de verschillende consumentengroepen in de toekomst met specifieke informatie te benaderen. Per groep worden uiteenlopende aanbevelingen gedaan. "Zorg dat er duurzame producten zijn die ook lekker, betaalbaar en gezond zijn", is het advies bij de groep die het stempel 'maatschappelijk georiënteerd, mits betaalbaar en gezond' heeft meegekregen.
Bij de 'middenmoters' wordt het advies gegeven om geen specifieke strategie toe te passen en hoogstens kleine aanknopingspunten te gebruiken. Voor het segment dat getypeerd wordt als 'goedkoop en makkelijk', wordt daarentegen weer een heel andere aanpak aangeraden. "Maak het ze gemakkelijk en neem hun de beslissing uit handen. Laat ze duurzaam eten zonder dat het veel van hen vraagt", zo verwoorden de onderzoekers de aangewezen strategie.
Meer info: LEI-rapport rapport 'Denken, doen en duurzame voeding. Verschillen tussen consumentengroepen'

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
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada