

BioForum ontdekt marktkansen bij 'cultural creatives'

nieuws

BioForum, de koepelorganisatie van de biologische sector, organiseerde deze week een duurzaamheidscongres. Gastspreker was de Amerikaanse socioloog Paul Ray die uit de doeken deed hoe de zogeheten 'cultural creatives' een nieuwe cultuur creëren waarin ecologie, authenticiteit en sociaal engagement centraal staan. Dit bevolkingssegment kan nog groeien: in ons land zegt meer dan de helft duurzaam te willen winkelen, maar slechts 9 procent doet het.

🕒 13 OKTOBER 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:34

BioForum, de koepelorganisatie van de biologische sector, organiseerde deze week een duurzaamheidscongres. Gastspreker was de Amerikaanse socioloog **Paul Ray** die uit de doeken deed hoe de zogeheten 'cultural creatives' een nieuwe cultuur creëren waarin ecologie, authenticiteit en sociaal engagement centraal staan. Dit bevolkingssegment kan nog groeien: in ons land zegt meer dan de helft duurzaam te willen winkelen, maar slechts 9 procent doet het.

"Vooraf de vrouwen die deel uit maken van de cultural creatives hebben deze thema's op de culturele en de politieke agenda gezet", zegt Ray. "Dit is de eerste keer in de geschiedenis dat de waarden en bekommernissen van vrouwen een hot item worden in de politieke arena". Staatssecretaris Els Van Weert van Duurzame Ontwikkeling wil haar beleid laten aansluiten bij de toenemende belangstelling voor een aantal nieuwe waarden.

"We willen een eind maken aan de wildgroei van labels. Er zijn degelijke labels, maar ook inhoudsloze", aldus Van Weert. Met als gevolg dat veel consumenten de bomen door het bos niet meer zien en nauwelijks nog een duurzame keuze kunnen maken. Dat is een echte plaag aangezien steeds meer mensen op zoek gaan naar het verhaal achter een product vooraleer het te consumeren. "De stichting Labeling waar ook de collega's van Leefmilieu en Consumentenzaken deel van uitmaken, maakt hier werk van".

Net als Paul Ray gelooft ook Staatssecretaris Van Weert dat duurzame producten een groot klantenpotentieel hebben. Volgens het trendonderzoek dat van Weert liet uitvoeren door het onderzoeksbureau Bekx&X en Wegener DM wil 59 procent van de Belgen duurzaam winkelen, maar slechts 9 procent doet het systematisch. "Die kloof moet kleiner", zegt Van Weert.

Ook Paul Ray geeft aan dat de cultural creatives vaak niet beseffen dat ze met velen zijn en dat ze invloed hebben. "Als cultural creatives elkaar vinden, zoals tijdens het protest tijdens de WTO-top in Seattle in 1999, kunnen ze een enorme impact hebben", aldus de socioloog.

Meer informatie: [Cultural Creatives](#)

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)