nieuws

Belg wil meer betalen voor duurzame voeding

nieuws

Het belang van duurzaamheid is in de afgelopen jaren enorm toegenomen. Zo ook het aantal duurzaamheidslabels op voeding. Een studie van professor Wim Verbeke van de faculteit Bio-ingenieurswetenschappen aan de Universiteit Gent onderzocht wat consumenten daar van vinden en of zij het bos nog door de bomen kunnen zien. Uit de studie blijkt dat Belgen wel degelijk bereid zijn om meer te betalen voor duurzaam voedsel. Toch weten ze niet goed waarvoor welk label precies staat. Betere informatieverspreiding en uitbreiding van de voedingsdriehoek met duurzame keuzes zouden hierop een antwoord kunnen bieden.

17 OKTOBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:37

Lees meer over:
consument
marketing



Het belang van duurzaamheid is in de afgelopen jaren enorm toegenomen. Zo ook het aantal duurzaamheidslabels op voeding. Een studie van professor Wim Verbeke van de faculteit Bio-ingenieurswetenschappen aan de Universiteit Gent onderzocht wat consumenten daar van vinden en of zij het bos nog door de bomen kunnen zien. Uit de studie blijkt dat Belgen wel degelijk bereid zijn om meer te betalen voor duurzaam voedsel. Toch weten ze niet goed waarvoor welk label precies staat. Betere informatieverspreiding en uitbreiding van de voedingsdriehoek met duurzame keuzes zouden hierop een antwoord kunnen bieden.
In de afgelopen jaren is de algemene belangstelling voor duurzaamheid aanzienlijk toegenomen bij zowel consumenten als producenten als gevolg van de toegenomen bezorgdheden over de manier waarop voedsel geproduceerd wordt. Consumenten houden hierbij steeds meer rekening met ethische overwegingen en de impact op het milieu.
Dit heeft geleid tot de opkomst van een aantal duurzaamheidslabels, zoals ‘bio’, ‘vrije uitloop’, ‘Fair Trade’, ‘Rainforest Alliance’ of ‘carbon footprint’. Dat zijn labels op de verpakking die duidelijk moeten maken welke inspanningen de producent doet op vlak van duurzaamheid. Zo richt Rainforest Alliance zich op bescherming van het regenwoud en het welzijn van de arbeiders. Fair Trade garandeert dat producten voldoen aan de normen voor eerlijke handel en het Europees biologisch keurmerk houdt rekening met natuur, milieu (geen pesticiden en kunstmest) en dierenwelzijn. Het aanbod en de verkoop van dergelijke producten groeit snel, maar zien de consumenten het bos nog door de bomen en weten ze wel wat de labels ook echt inhouden?
Dit werd onderzocht in een studie onder leiding van professor Wim Verbeke, consumentenexpert aan de faculteit Bio-ingenieurswetenschappen van de UGent. “Ellen Van Loo onderzocht in haar doctoraat de houding van consumenten ten opzichte van voedsel met een duurzaamheidslabel op de verpakking”, vertelt professor Verbeke. “Ze keek daarbij naar drie voedselcategorieën: zuivel (yoghurt) en vlees (kip) in Vlaanderen en koffie in de Verenigde Staten.” De eerste twee categorieën

omdat het dierlijke producten zijn die geassocieerd worden met een grotere milieubelasting, en koffie omdat die het grootste marktaandeel heeft in ‘Fair Trade’ producten. Bovendien is de koffie-industrie baanbrekend op vlak van duurzaamheidscertificering.
“In de resultaten zien we dat mensen steeds meer aandacht besteden aan de duurzaamheid van producten”, aldus de consumentenexpert. “En de cijfers liegen er niet om: we zagen dat maar liefst één derde van de bevraagden aangaf dat duurzaamheid een belangrijke rol speelt bij de keuze van hun voedingsproducten. Vlaamse consumenten zijn gemiddeld zelfs bereid om tot één vijfde extra te betalen voor biologische yoghurt.” Dat is weliswaar nog altijd een pak minder dan de huidige meerprijs op de markt voor bio-yoghurt.
Consumenten verkiezen het Belgische Biogarantie-logo boven het Europese logo voor biologisch voedsel en kiezen sneller voor labels over vrije uitloop en dierenwelzijn bij vlees dan voor ‘bio’ en ‘carbon footprint’. Zo bleek voor consumenten van kipfilet dat het ‘bio’-label minder populair is dan een claim over de uitloop van kippen, terwijl uitloop maar een klein deel uitmaakt van hoe biologisch een product is. Professor Verbeke: “Vermoedelijk weten veel consumenten nog altijd niet goed waarvoor ‘bio’ precies staat. De uitloop-claims daarentegen roepen bij consumenten een concreet beeld op van hoe een bepaald product tot stand is gekomen: kippen die vrij kunnen rondlopen. Ook al is dat beeld gebaseerd op perceptie, een dergelijke concrete beeldvorming heb je bij het ‘bio’-label veel minder.”
Aan de ene kant geven consumenten dus aan duurzaamheid hoog in het vaandel te hebben staan, maar aan de andere kant blijkt hun kennis over duurzaamheidslabels beperkt. Slechts één vijfde van de ondervraagden gaf correct antwoord op een reeks vragen over wat biologisch voedsel precies inhoudt. Het is ze dus niet helemaal duidelijk wat elk label betekent. Maar dat schept ook kansen. “Producenten die willen inzetten op duurzaamheid zonder aan alle voorwaarden voor het ‘bio’-label te moeten voldoen, kunnen ook goed scoren”, meent Wim Verbeke. “Wat telt is dat de consument duidelijk kan zien hoe de producent zich inzet voor bijvoorbeeld dierenwelzijn of ethische handel en dat hij zich daar iets tastbaars bij kan voostellen.”
“Duurzaamheidslabels moeten duidelijke en tastbare informatie verschaffen en kunnen een duurzame voedselkeuze stimuleren”, vindt de professor. “Consumenten hebben blijkbaar niet genoeg parate kennis over de labels om een weloverwogen, goede keuze te kunnen maken. Ze zouden beter geïnformeerd kunnen worden over duurzame keuzes in hun voeding.”
“Meer doeltreffende informatiecampagnes en marketingacties kunnen dit gat opvullen, evenals voedingsrichtlijnen, zoals de voedingsdriehoek, die naast gezondheid ook rekening houden met duurzaamheid.” Sommige overheden zetten hier reeds op in door middel van hun nationale voedingsrichtlijnen- en aanbevelingen. Duitsland en Zweden hebben hun nationale voedingsrichtlijnen alvast uitgebreid met informatie over duurzaamheid, en ook het Verenigd Koninkrijk en Nederland maken momenteel werk van duurzamere voedingsrichtlijnen. Ook op Europees vlak worden er stappen gezet in het voedselbeleid om duurzame voedselkeuzes te promoten.
De resultaten van dit onderzoek werden eveneens gepubliceerd in enkele wetenschappelijke vakbladen: Food Policy en Journal of Dairy Science.
Meer info: UGent-Crelan leerstoel landbouwinnovatie

Bron: |

In samenwerking met: UGent-Crelan leerstoel landbouwinnovatie

Beeld: Faculteit Bio-ingenieurswetenschappen UGent

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