nieuws

"Duurzaamheid wordt steeds belangrijker voor consument"

nieuws

De motivatie van de koper en de kennis over duurzaamheidslabels beïnvloeden de voedselkeuze van de Belgische consument. Dat blijkt uit het doctoraatsonderzoek van Ellen Van Loo (Ugent). De meeste consumenten zijn bereid een hogere prijs te betalen voor duurzame alternatieven. Dierenwelzijn is daarbij één van de belangrijke factoren. Zo staat 90 procent van de consumenten positief tegenover een vrije uitloop voor dieren.

23 MEI 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:35

Lees meer over:
consument
marketing
dierenwelzijn



De motivatie van de koper en de kennis over duurzaamheidslabels beïnvloeden de voedselkeuze van de Belgische consument. Dat blijkt uit het doctoraatsonderzoek van Ellen Van Loo (Ugent). De meeste consumenten zijn bereid een hogere prijs te betalen voor duurzame alternatieven. Dierenwelzijn is daarbij één van de belangrijke factoren. Zo staat 90 procent van de consumenten positief tegenover een vrije uitloop voor dieren.

De Belgische consument houdt steeds meer rekening met duurzame alternatieven bij het kopen van voedingswaren. Daarvoor kijkt hij naar duurzaamheidslabels op de verpakking. De meeste consumenten zijn bereid daarvoor een hogere prijs te betalen, maar niet de huidige marktprijs. Dat schrijft Ellen Van Loo (UGent) in haar doctoraatsonderzoek toegepaste biologische wetenschappen.

"Er zijn twee voorwaarden om een duurzame keuze te maken", aldus Van Loo. "Allereerst is er de motivatie van de consument. Als die bewust rekening wil houden met anderen, de omgeving en de toekomst, dan koopt hij meer voeding die voorzien is van een duurzaamheidslabel. Een tweede voorwaarde is de kennis van de koper over duurzaamheid en de labels zelf. Beseft hij voldoende wat de negatieve gevolgen kunnen zijn van zijn eigen voedselkeuze? Is hij zelf in staat een duurzame keuze te maken?"

"We stelden vast dat dierenwelzijn erg belangrijk is voor de consument", gaat Van Loo verder. "90 procent staat positief tegenover een vrije uitloop voor dieren. Het wordt verkozen boven andere duurzaamheidslabels. Een vrije kip is een blije kip, zo oordeelt de consument. Daardoor zijn consumenten zelfs bereid nog meer te betalen dan voor producten met een biologisch label, die nochtans ook altijd vrije uitloop zijn. De overheid van zijn kant zou richtlijnen inzake duurzaamheid kunnen koppelen aan de al bestaande gezondheidsrichtlijnen."

Bron: De Standaard

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