

- [Homepage](#)
- [Nieuws](#)
- "Koopedrag maakt het verschil voor boer in Zuiden"

nieuws

"Koopedrag maakt het verschil voor boer in Zuiden"

nieuws

Wereldwijd geloven consumenten dat hun koopgedrag een verschil kan maken voor boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden. Bijna acht op tien consumenten ziet een belangrijke rol weggelegd voor bedrijven in het kader van armoedebestrijding. Dat blijkt uit een enquête bij 17.000 consumenten uit 24 landen, waaronder België, die uitgevoerd werd in opdracht van Fairtrade International.

14 oktober 2011 – Laatst bijgewerkt om 14 september 2020 14:16

Lees meer over:

- [consument](#)

Wereldwijd geloven consumenten dat hun koopgedrag een verschil kan maken voor boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden. Bijna acht op tien consumenten ziet een belangrijke rol weggelegd voor bedrijven in het kader van armoedebestrijding. Dat blijkt uit een enquête bij 17.000 consumenten uit 24 landen, waaronder België, die uitgevoerd werd door GlobeScan in opdracht van Fairtrade International.

Uit de peiling blijkt dat 59 procent van de ondervraagden overtuigd is dat zij via hun koopgedrag een verschil kunnen maken. Dat zijn evenveel positieve antwoorden als in 2008, toen het onderzoek voor het eerst is uitgevoerd. 79 procent van de consumenten denkt dat bedrijven een belangrijke rol kunnen spelen bij het terugdringen van armoede. Zij vinden het vooral belangrijk dat bedrijven boeren eerlijk vergoeden voor hun producten. Voorts verlangen ze dat bedrijven die zaken doen in ontwikkelingslanden de veiligheid van zowel hun werknemer als die van het product garanderen.

Consumenten geven aan dat het fairtrade-label een rol kan spelen in het vertalen van hun verwachtingen in het product. Het label helpt hen naar eigen zeggen om te kiezen voor eerlijke producten. Consumenten die het label kennen, beschouwen het in negen op de tien gevallen als betrouwbaar. Dat vertaalt zich ook in hun aankopen. Het onderzoeksbureau becijferde dat vorig jaar 4,36 miljard euro werd uitgegeven aan fairtrade-producten, een toename met 28 procent.

“Het onderzoek toont aan dat consumenten wel degelijk geven om het welzijn van de mensen in het Zuiden”, meent Rob Cameron, CEO van GlobeScan. Franse, Ierse en Zuid-Afrikaanse consumenten tonen zich het meest betrokken. Ook in België denkt 58 procent van de respondenten zelf het verschil te kunnen maken en is slechts zes procent het daar niet mee eens.

Meer info: [Shopping choices can make a positive difference](#)

Bron: agd.media/eigen verslaggeving

In samenwerking met: agd.media

Gerelateerde artikels



nieuws

[Jongeren gooien fors vaker eten weg dan 55-plussers](#)

30 juni 2026



nieuws

[Jongvolwassenen eten graag mosselen, maar vooral ouderen maken ze klaar](#)

22 juni 2026



Podcast tip

[Podcast over voedselverspilling: "De grootste winst tegen voedselverlies ligt niet alleen op het veld"](#)

8 juni 2026



nieuws

[VLAM lanceert campagne: "Smos alles, vlam gewoon groenten op je lunch"](#)

8 juni 2026



nieuws

[Wervel lanceert 'Mei Supermarktvrij'](#)

29 april 2026



Reportage

[Van waterlinzen tot bierkoekjes: VILT bezoekt de innovatieve voedselbeurs Food At Work](#)

23 april 2026



nieuws

[Les Engagés wil verbod op reclame voor producten met Nutri-Score D of E](#)

9 april 2026



nieuws

[Hoe beïnvloeden internationale conflicten ons winkelgedrag?](#)

9 april 2026

nieuws

[Versheid als strijdtoneel: woedt er een ‘versoorlog’ tussen supermarkten?](#)

7 april 2026

Reportage

[Van veld tot rek: hoeveel werk zit er in één asperge?](#)

2 april 2026

Analyse

[Onderzoek: Supermarkten doen te weinig tegen onrecht in toeleveringsketens](#)

2 april 2026

nieuws

[Weet wat je koopt: “De ene aardappel is de andere niet”](#)

30 maart 2026

nieuws

[Recordaantal klachten over voedselveiligheid bij het FAVV](#)

25 maart 2026

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

[Contacteer ons](#)

Contact

- M • info@vilt.be

Menu

- [Steun ons](#)
- [Partners](#)
- [Opinie](#)
- [Wegwijs in de sector](#)

Volg ons op:

- [screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/](https://www.facebook.com/vilt.nieuws/)
- [screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/](https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/)
- [screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws](https://www.instagram.com/vilt.nieuws)
- [screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws](https://x.com/vilt_nieuws)
- [screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social](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](#)