nieuws

Label zorgt voor positievere perceptie van biovoeding

nieuws

Uit onderzoek van de Universiteit Gent blijkt dat consumenten producten met een biolabel lekkerder en gezonder vinden dan producten zonder label. Bovendien zijn ze ook bereid er meer voor te betalen, tot 30 procent meer zelfs. Volgens de onderzoekers wordt die positievere perceptie alleen al uitgelokt door het label. Sectororganisatie BioForum ziet eerdere positieve ervaringen met bioproducten en de garanties die het label biedt als een mogelijke verklaring voor deze goede score van bio in het onderzoek.

21 FEBRUARI 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:45



Uit onderzoek van de Universiteit Gent blijkt dat consumenten producten met een biolabel lekkerder en gezonder vinden dan producten zonder label. Bovendien zijn ze ook bereid er meer voor te betalen, tot 30 procent meer zelfs. Volgens de onderzoekers wordt die positievere perceptie alleen al uitgelokt door het label. Sectororganisatie BioForum ziet eerdere positieve ervaringen met bioproducten en de garanties die het label biedt als een mogelijke verklaring voor deze goede score van bio in het onderzoek.

Wat is de impact van een biolabel op de perceptie van consumenten? Met die vraag lieten onderzoekers van de UGent meer dan 150 personen proeven van yoghurt, fruitsap en chips. De testpersonen kregen telkens twee versies van hetzelfde bioproduct: één met label en één zonder. Het resultaat: bioproducten met een biolabel vielen bij het testpubliek duidelijk beter in de smaak. Afhankelijk van het product scoorden de versies met een biolabel zes tot tien procent beter op het vlak van smaak en aroma.

De testpersonen verklaarden ook dat ze meer positieve gevoelens ervaarden bij het consumeren van de producten met een biolabel. Zo gaven ze aan dat ze zich gelukkiger voelden wanneer ze de yoghurt of chips met een biologisch label hadden gegeten. Bovendien denken consumenten dat producten met een biolabel gezonder zijn dan die zonder biolabel. Consumenten schatten het aantal kilocalorieën van producten voorzien met een biolabel gemiddeld zo'n 15 procent lager in.

"Dat is een aandachtspunt voor beleidsmakers", merkt onderzoeker Joachim Schouteten op. "Producten met biolabel zijn niet noodzakelijk gezonder. We moeten vermijden dat biolabels andere eigenschappen van een voedingsproduct ten onrechte positief beïnvloeden." Volgens professor Hendrik Slabbinck kan een onterechte gezondheidsperceptie leiden tot overconsumptie. "Dat heeft nefaste gevolgen voor de gezondheid van de consument en voor de ecologische voetafdruk van onze voedingsgewoontes", stelt hij. Daarnaast zeiden de consumenten ook meer te willen betalen voor bio. "Al moet dat wel genuanceerd worden. De bereidheid meer te betalen uit zich niet automatisch in aankoopgedrag in de winkel", weten de onderzoekers.

Maar vanwaar komt die invloed van het label op de perceptie van consumenten, vroeg BioForum zich af. Volgens de sectorfederatie kan dat te maken hebben met het feit dat de consument in het verleden al bioproducten heeft gekocht die hij lekker vond en dus positiever staat tegenover gelabelde producten. "Bovendien biedt het biolabel bepaalde garanties. Zo komen biologische tomaten per definitie uit de volle grond waardoor de consument bio associeert met een smaakvolle tomaat. In de winkel bestaat het conventionele aanbod vaak uit tomaten van hydrocultuur. Op die manier creëert de ervaring over biologische producten een bepaald verwachtingspatroon", legt Marijke Van Ranst van BioForum uit.

BioForum is van mening dat het ook aantoont dat de maatschappij nood heeft aan voeding die gemaakt is volgens een eerlijk productieproces, met genoeg smaak en voedingswaarde van zichzelf en met zo weinig mogelijk onnodige toevoegingen. “Nood aan extra garanties dus”, aldus Van Ranst. “Het gebruik van additieven is in bio bijvoorbeeld veel strenger gereglementeerd. In niet-biologische chips zitten vaak synthetische aroma’s en smaakversterkers die bij biologische chips niet toegelaten zijn. Biologische fruityoghurt is gemaakt met veel echt fruit en nooit met synthetische aroma’s van fruit.”

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