

Waarom kopen we lokaal?

nieuws

Wat zorgt ervoor dat consumenten lokale voeding kopen? Zijn er verschillen zichtbaar tussen verschillende Europese regio's? "Lokale handelaars ondersteunen en de goede kwaliteit van de producten zijn de belangrijkste redenen waarom consumenten kiezen om lokaal voedsel te kopen", zegt onderzoeker Jesper Kwant.

12 MAART 2021 – LAATST BIJGEWERKT OM 12 MAART 2021 13:25

Lees meer over:

onderzoek

lokaal



De vergelijkende studie, uitgevoerd binnen het Europees project REFRAME, met de steun van het PDPO-project Farmer Business+, onderzocht de houding van consumenten ten opzichte van lokaal voedsel en de intenties om lokaal voedsel te kopen. De vijf Europese focusregio's waren West-Vlaanderen, Västra Götaland in Zweden, Wesermarsch District in Duitsland, Denemarken en Noord-Nederland.

Lokale handelaars ondersteunen

Bij de uitbouw van een strategie ter ondersteuning van de korte keten is het belangrijk om te weten wat de consumenten motiveert tijdens hun aankoopproces. "Zo kan het beleid hierop worden afgestemd", zegt Nederlands onderzoeker Jesper Kwant die de studie uitvoerde. "Redenen voor lokale aankoop zijn bijvoorbeeld bezorgdheid om het milieu, bezorgdheid om de lokale economie, goede productkwaliteit en voedselveiligheid." Uit het onderzoek blijkt dat de factor 'bezorgdheid om de lokale economie' en de factor 'waargenomen kwaliteit' de belangrijkste parameters zijn om lokaal voedsel te kopen. Hoewel de bezorgdheid om de lokale economie in de meeste regio's een belangrijke rol speelt, bleek het zowel in West-Vlaanderen als in het Wesermarsch District (Duitsland) de meest prominente factor te zijn. Dit geldt ook voor de waargenomen kwaliteit, die in drie van de REFRAME-regio's een belangrijke factor is.

Enkele factoren kwamen in de ene regio sterk naar voor, terwijl ze in de andere nauwelijks werden vermeld. "Zo is de zorg voor het milieu in West-Vlaanderen een belangrijk motief om lokaal te kopen en is het gezondheidsbewustzijn een belangrijke factor in Denemarken", weet Jesper Kwant.

Tips voor marketeers en beleidsmakers

Als het gaat om beleidsvorming en marketing van lokale voedselproducten, schuift de studie vier adviezen naar voor.

- Laat de consument zien hoe de aankoop van lokaal voedsel de lokale handelaar ondersteunt. Bijvoorbeeld door te tonen hoe het geld dat aan lokale voedselproducten wordt uitgegeven, weer terugvloeit naar de lokale economie.
- Onderzoek en breng de barrières in kaart die verbonden zijn aan het kopen van lokaal voedsel, zodat deze inzichten gebruikt kunnen worden om de consumptie van lokaal voedsel te bevorderen.

- Creëer een gunstige context voor de aankoop van lokaal voedsel, bv. door lokaal voedsel duidelijk te etiketteren zodat het gemakkelijk herkenbaar is, door te laten zien hoe de klant waar voor zijn geld krijgt en door aan te tonen waarom de aankoop van lokale voedselproducten, al dan niet tegen een meerprijs, de moeite waard is.
- Breng in beeld welke impact de aankoop van het voedselproduct heeft op het milieu, zodat het de consumenten aanspreekt die bezorgd zijn om het milieu.

Het volledig rapport kan je [hier](#) vinden.

Bron: Eigen verslaggeving

Beeld: LokaalMarkt

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](#)