

# Wil consument betalen voor duurzame voeding?

nieuws

Bayer en Boerenbond sloegen in 2015 al de handen in elkaar met een grootschalige enquête naar de perceptie van de consument omtrent de landbouw in ons land. Dit jaar herhaalden ze deze inspanning, maar nu met een duidelijke focus op de visie op duurzame landbouw. Iedereen heeft er immers de mond van vol, maar wil de consument ook zelf een inspanning leveren om duurzaam geproduceerd voedsel te kopen? De enquête toont alvast aan dat prijs en uiterlijke kenmerken nog steeds primeren voor de Vlaamse gezinnen.

🕒 16 SEPTEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:29

Lees meer over:

handel

voedingsindustrie

economie

milieu

energie

consument

landbouw algemeen



Bayer en Boerenbond sloegen in 2015 al de handen in elkaar met een grootschalige enquête naar de perceptie van de consument omtrent de landbouw in ons land. Dit jaar herhaalden ze deze inspanning, maar nu met een duidelijke focus op de visie op duurzame landbouw. Iedereen heeft er immers de mond van vol, maar wil de consument ook zelf een inspanning leveren om duurzaam geproduceerd voedsel te kopen? De enquête toont alvast aan dat prijs en uiterlijke kenmerken nog steeds primeren voor de Vlaamse gezinnen.

Uit de bevraging van 600 consumenten en 450 landbouwers blijkt dat de Vlaming duurzaamheid erg hoog in het vaandel draagt, met voedselveiligheid, eerlijke prijzen, dierenwelzijn en milieu-impact als belangrijkste aspecten daarvan. Helaas vertelt het koopgedrag een ander verhaal. Bij de aankoop van groenten en fruit zijn het vooral de prijs, houdbaarheid en het uitzicht die de keuze beïnvloeden. Productiemethode, verpakking en plaats van herkomst, nochtans cruciale voorwaarden voor een duurzaam geproduceerd product, komen niet in de top drie voor.

Marc Sneyders, hoofd Duurzaamheid bij Bayer Crop Science, wijt dat aan een vertekend beeld van de kostprijs van voedsel. “De consument denkt dat maar liefst 34 procent van zijn gezinsbudget naar voedsel gaat, terwijl dit in werkelijkheid maar 12 procent is.” “En dat terwijl een prijsstijging van amper enkele eurocenten voor bijvoorbeeld een varkenskotelet ervoor zou zorgen dat de boer een eerlijk inkomen kan verdienen”, aldus Anne-Marie Vangeenberghe, woordvoerder van Boerenbond.

Wanneer de landbouwers aan de tand gevoeld worden blijkt dat 86 procent van hen duurzaamheid in hun bedrijf erg belangrijk vindt. Tegelijkertijd blijven eerlijke prijzen wel primeren. Boeren zijn dus, zoals de laatste jaren al bewezen is, zeker te vinden voor het nemen van duurzame maatregelen op hun bedrijf. Maar het betreft dan wel vooral ingrepen die naast een ecologische ook een economische meerwaarde kunnen bieden, zoals bijvoorbeeld waterbesparing en groene energie.

84 procent van de landbouwers geeft aan dat nog meer investeringen in duurzaamheid enkel mogelijk zijn als de voedselprijzen stijgen naar een stabiel en eerlijk niveau. Anne-Marie Vangeenberghe besluit dat er zowel langs aanbod- als aan vraagzijde veel goede wil aanwezig is: “Maar er is nog veel werk aan de winkel aangaande bewustwording. Het komt er nu op aan om samen met alle partijen in de voedselketen te werken aan het informeren en sensibiliseren van de consument. We hopen zo dat hij bereid zal zijn iets meer te betalen, wat de boer de nodige investeringsruimte biedt.”

Gevraagd naar de rol van de overheid op het vlak van duurzame landbouw antwoordt 78 procent van de boeren dat de overheid de focus moet leggen op het garanderen van eerlijke prijzen, strengere voorwaarden voor import en export (42%), en op ruimtelijke ordening (37%). Meer subsidies vindt minder dan een kwart van de boeren een prioriteit voor het verbeteren van hun situatie. “Dit toont aan dat de boer liever een inkomen verdient vanuit de prijs voor zijn product dan vanuit subsidies”, verklaart Vangeenberghe. Consumenten volgen de boer grotendeels in deze visie, al pleiten zij – meer dan de boer zelf – voor subsidies om die eerlijke prijzen te realiseren.

Tot slot stelden Bayer en Boerenbond de consument de volgende hypothetische vraag: “Stel, we leven in het jaar 2050 en de landbouw is niet meer in staat om voldoende te produceren om iedereen te voeden. Welke van onderstaande maatregelen bent u zelf bereid te treffen?” Een aantal antwoorden verrassen, en er blijkt uit dat de consument zeker bereid is tot een inspanning. Het merendeel (59%) zou dan zelf voeding gaan produceren of groenten en fruit met een afwijkende vorm kopen. Ook producten kopen met een minder lange houdbaarheidsdatum (34%) is voor de Vlaming een optie. Ongeveer één op de vijf wil wel heel ver gaan: zij zouden een één-kind-politiek wel zien zitten. 18 procent zou ook een stuk van zijn tuin willen afstaan en zeven procent wil wel leven op astronautenvoeding.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](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