



## Verantwoord consumeren

Juli - September 2019

iVOX



## 1. Onderzoeksopzet

## 2. Key facts

## 3. Verantwoord consumeren

## 4. Belang van productkenmerken

## 5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten

## 6. Kennis van producttypes

## 7. Attitudes en percepties van producttypes

## 8. Aankoop van producttypes

## 9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)

## 10. Conclusies

## Doel van het onderzoek

Het Trade for Development Centre (TDC), een programma van het Belgisch Ontwikkelingsagentschap Enabel, ondersteunt en promoot verschillende vormen van eerlijke en duurzame handel en coördineert de Week van de Fair Trade.

In dat kader heeft TDC een kwantitatieve enquête laten uitvoeren over de kennis, de attitudes en percepties, en het aankoopgedrag van de Belgische bevolking inzake:

- Fair trade producten (producten uit eerlijke handel)
- Ecologische producten
- Ethische producten
- Biologische producten
- Lokale producten

Het doel van de studie is:

- De kennis, de houding en het gedrag van de Belgische bevolking inzake verantwoord consumeren in kaart brengen
- De verschillen en overeenkomsten op dit vlak tussen de vijf genoemde producttypes bestuderen, op zoek naar mogelijke synergieën
- Aanbevelingen formuleren om de Belgische bevolking te sensibiliseren en te stimuleren tot verantwoord consumeren en de aankoop van deze producten, op basis van die synergieën



## Doelgroep

- Belgische bevolking 16j+

## Methode

- Online enquête op basis van het iVOX research panel.
- Proportioneel gestratificeerde toevalsteekproef van N=3.000 Belgen 16j+
- Representatief naar taal, geslacht, leeftijd en opleiding
- Veldwerk van 26 juli 2019 t.e.m. 19 augustus 2019
- Maximale foutenmarge bij steekproef van N=3000 Belgen: 1,65% (bij 95% betrouwbaarheidsinterval)
- Vijf socio-demografisch identiek samengestelde groepen van telkens 600 respondenten kregen voor een deel van de vragenlijst vragen gesteld over één van de vijf producttypes die het voorwerp vormen van het onderzoek. De maximale foutenmarge bij 600 respondenten is 4%.

## Significante verschillen

- Significante verschillen (95%-betrouwbaarheidsinterval) worden steeds aangeduid met  of 
- Als in tabellen in een kolom (bv. A) een cel oranje gemarkeerd is en gevolgd wordt door een letter (bv. B), betekent dit dat het % in kolom A (bv. geslacht = man) significant hoger ligt dan het overeenkomstige % in kolom B (bv. geslacht = vrouw).

## Taal



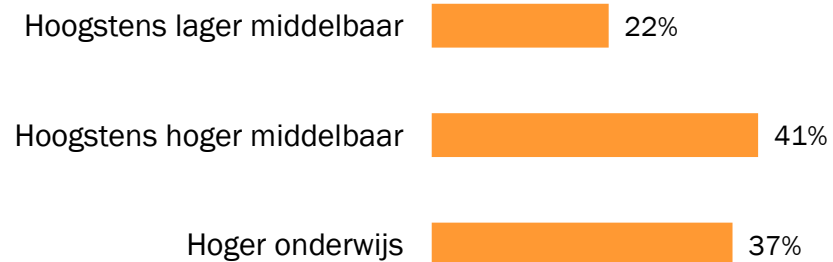
## Geslacht



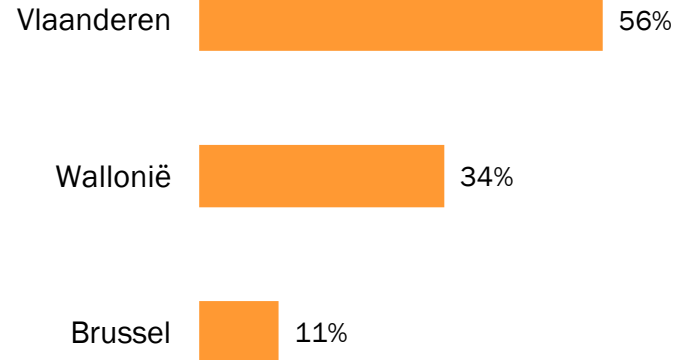
## Leeftijd



## Opleiding



**Gewest**



**Urbanisatie**



**Professionele  
activiteit**



1. Onderzoeksopzet

2. Key facts

3. Verantwoord consumeren

4. Belang van productkenmerken

5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten

6. Kennis van producttypes

7. Attitudes en percepties van producttypes

8. Aankoop van producttypes

9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)

10. Conclusies

1

**Verantwoord consumeren** wordt vooral geassocieerd met het kopen van **seizoensgebonden producten en lokale producten** enerzijds en met **hergebruik en het verminderen van verpakking en afval** anderzijds. De link met ecologische producten en fair trade producten en vooral met biologische en ethische producten wordt minder gelegd dan met lokale producten uit de korte keten.

2

Meer **verantwoorde consumptie** is volgens 2 op de 3 Belgen nodig, wat wijst op een **collectief draagvlak en bewustzijn**. Minder dan de helft is ervan overtuigd dat het individuele aankoopgedrag een echte impact heeft. 1 op de 3 van de Belgen vindt dat de verantwoordelijkheid in de eerste plaats bij de consument ligt, maar er wordt ook verwezen naar zowel de overheid als de producenten en distributeurs.

3

De spontane bekendheid van of **vertrouwdheid met ethische en ecologische producten is eerder laag**. Ook na definiëring blijven deze producttypes het minst duidelijk afgeijnd.

4

Kwaliteit, prijs en gezondheid primeren bij aankoopkeuzes en -beslissingen. De **typische onderscheidende kenmerken** van eerlijke, ethische, ecologische, biologische én lokale producten hebben een **relatief gelijklopend belang**.



5

**Lokale producten** hebben de sterkste en **meest uitgesproken identiteit**. Het concept 'ethisch' is minder bekend en ligt gedeeltelijk vervat in "eerlijk". De milieugerelateerde aspecten van 'biologisch' overlappen met 'ecologisch', maar 'biologisch' roept daarnaast de connotatie op van gezonde en seizoensgebonden lokale producten, zij het aan een relatief hoge prijs.

6

Qua **specifieke producten** bestaat er een **overlapping tussen eerlijke en ethische producten** enerzijds en **tussen lokale en biologische voedingsproducten** anderzijds. In tegenstelling tot de andere productcategorieën waar de Top 3 telkens uit voedingsproducten bestaat, komen bij ecologische producten ook niet-voedingsproducten in beeld.

7

**Lokale producten** hebben een **beter imago dan andere producttypes**, vooral dankzij de **prijs-kwaliteitverhouding, geloofwaardigheid en veronderstelde impact**. Op die drie vlakken hebben biologische producten het meest de perceptie tegen, hoewel ze het best scoren op het vlak van gezondheid en gevarieerd aanbod.

8

**Belgen geven aan het vaakst lokale producten te kopen**, gevolgd door biologische en ecologische producten, en vervolgens fair trade en ethische producten. De tevredenheid over lokale producten is ook groter dan bij alle andere productcategorieën. Jongeren zeggen vaker ecologische producten te kopen, ouderen vaker lokale producten en eerlijke producten.

9

**Certificatie door labels** zet mensen niet meteen aan tot kopen, maar het is een belangrijk **verificatiemiddel** dat zorgt voor meer zekerheid en herkenbaarheid van de producten.

10

De prijs is vooral een drempel voor de aankoop van biologische producten en in mindere mate fair trade producten. Voor lokale producten zou een grotere keuze en beschikbaarheid een stimulans zijn, voor de andere producttypes in eerste plaats een **lagere prijs maar ook meer garanties over de impact**. Hoe lokaler het product, hoe groter de stimulans om biologische, ecologische, eerlijke en ethische producten te kopen.

11

Wanneer moet gekozen worden tussen de vijf productcategorieën, zijn **lokale producten** voor de Belg veruit het **belangrijkst**. Jongeren zeggen meer belang te hechten aan het ethische en het ecologische dan ouderen, terwijl voor de oudere leeftijdsgroep vooral het lokale aspect, en ook eerlijke handel, relatief belangrijker is.

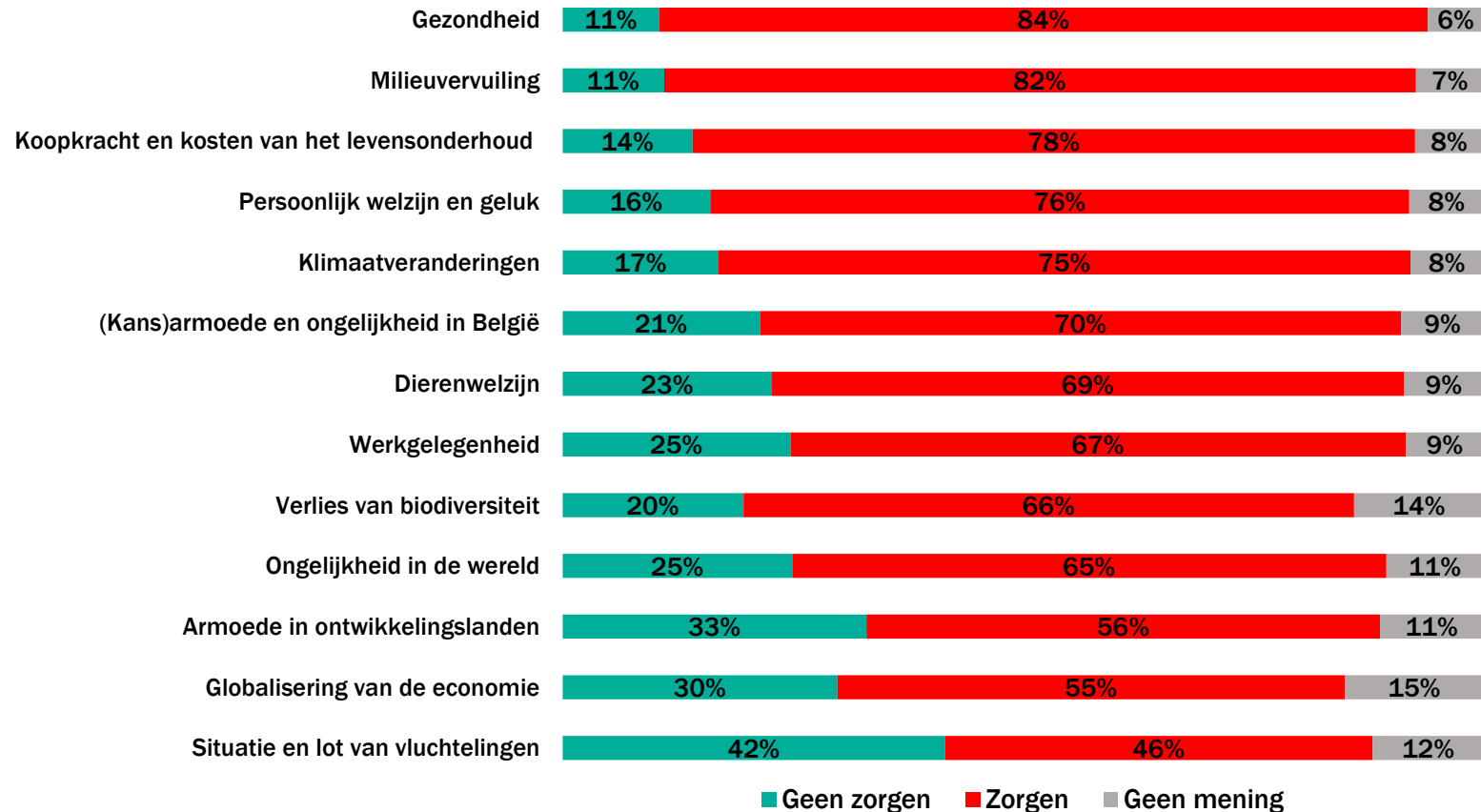
12

Over het algemeen tekent zich een **2-deling** af tussen **biologische en ecologische producten** enerzijds en **eerlijke en ethische producten** anderzijds, maar lokale producten dragen de voorkeur van de Belgen weg.

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

In welke mate maakt u zich **zorgen** over elk van onderstaande zaken?

**De Belgen geven aan zich het meest zorgen te maken over hun (persoonlijke) gezondheid, welvaart en welzijn, en over het milieu/klimaat, in grotere mate dan over armoede en ongelijkheid in de wereld en de (gevolgen van) globalisering.**



In welke mate maakt u zich **zorgen** over elk van onderstaande zaken?

**Franstaligen, vrouwen en oudere mensen maken zich in grotere mate zorgen over de voorgelegde maatschappelijke problemen en ontwikkelingen dan Nederlandstaligen, mannen en jongere mensen.**

|  |             | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|  |             | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| Gezondheid                                   | Geen zorgen | 12.7% B     | 7,6%        | 12.7% B     | 8,2%        | 15.7% B C  | 9,5%        | 6,7%        | 9,3%                       | 9,9%                       | 11,7%           |
|  | Zorgen      | 81,4%       | 86.1% A     | 80,5%       | 86.4% A     | 75,8%      | 83.9% A     | 90.0% A B   | 82,6%                      | 83,3%                      | 84,2%           |
|  | Geen mening | 5,9%        | 6,2%        | 6,7%        | 5,4%        | 8.5% C     | 6.6% C      | 3,3%        | 8.1% C                     | 6.8% C                     | 4,1%            |
| Milieuvervuiling                             | Geen zorgen | 11,9%       | 10,0%       | 12.6% B     | 9,5%        | 14.2% C    | 11.5% C     | 7,7%        | 11,0%                      | 12.7% C                    | 9,3%            |
|  | Zorgen      | 80,1%       | 83.5% A     | 79,9%       | 83.3% A     | 75,7%      | 81.3% A     | 87.2% A B   | 79,0%                      | 79,2%                      | 85.7% A B       |
|  | Geen mening | 8,0%        | 6,6%        | 7,5%        | 7,2%        | 10.1% C    | 7,2%        | 5,1%        | 10.0% C                    | 8.1% C                     | 5,0%            |
| Koopkracht en kosten van het levensonderhoud | Geen zorgen | 18.4% B     | 8,7%        | 16.6% B     | 11,6%       | 16.9% C    | 14.7% C     | 11,1%       | 9,0%                       | 11,2%                      | 20.3% A B       |
|  | Zorgen      | 73,3%       | 84.7% A     | 76,0%       | 80.8% A     | 72,2%      | 77.8% A     | 84.6% A B   | 81.5% C                    | 80.7% C                    | 74,0%           |
|  | Geen mening | 8,2%        | 6,6%        | 7,4%        | 7,6%        | 10.9% B C  | 7.6% C      | 4,4%        | 9.5% C                     | 8,1%                       | 5,6%            |
| Persoonlijk welzijn en geluk                 | Geen zorgen | 20.4% B     | 10,5%       | 18.9% B     | 13,2%       | 18,1%      | 14,2%       | 16,1%       | 13,3%                      | 16,1%                      | 17,5%           |
|  | Zorgen      | 71,5%       | 81.3% A     | 72,8%       | 78.8% A     | 72,2%      | 78.1% A     | 76,7%       | 75,1%                      | 75,4%                      | 76,7%           |
|  | Geen mening | 8,1%        | 8,2%        | 8,3%        | 8,0%        | 9,7%       | 7,7%        | 7,2%        | 11.6% C                    | 8.5% C                     | 5,7%            |
| Klimaatveranderingen                         | Geen zorgen | 18.7% B     | 14,6%       | 20.2% B     | 13,6%       | 14,6%      | 18,5%       | 17,3%       | 19.2% C                    | 18.4% C                    | 13,9%           |
|  | Zorgen      | 72,7%       | 78.1% A     | 71,7%       | 78.4% A     | 75,1%      | 73,7%       | 76,6%       | 70,4%                      | 71,9%                      | 81.3% A B       |
|  | Geen mening | 8,6%        | 7,3%        | 8,1%        | 8,0%        | 10.4% C    | 7,9%        | 6,1%        | 10.4% C                    | 9.8% C                     | 4,8%            |
| (Kans)armoede en ongelijkheid in België      | Geen zorgen | 23.9% B     | 18,3%       | 27.1% B     | 15,8%       | 26.2% C    | 23.1% C     | 15,5%       | 16,0%                      | 20,0%                      | 26.3% A B       |
|  | Zorgen      | 66,9%       | 72.9% A     | 64,0%       | 75.1% A     | 63,6%      | 68,2%       | 76.4% A B   | 72,0%                      | 70,1%                      | 67,6%           |
|  | Geen mening | 9,2%        | 8,7%        | 8,8%        | 9,1%        | 10,2%      | 8,7%        | 8,2%        | 12.0% C                    | 9.9% C                     | 6,1%            |
| Dierenwelzijn                                | Geen zorgen | 27.3% B     | 17,0%       | 27.0% B     | 18,5%       | 23,6%      | 23,3%       | 21,4%       | 16,8%                      | 20,5%                      | 28.7% A B       |
|  | Zorgen      | 63,7%       | 74.6% A     | 64,0%       | 73.1% A     | 65,4%      | 68,4%       | 71.6% A     | 71.6% C                    | 69,8%                      | 65,4%           |
|  | Geen mening | 9,0%        | 8,3%        | 9,0%        | 8,4%        | 11.0% C    | 8,3%        | 7,1%        | 11.6% C                    | 9.7% C                     | 6,0%            |

In welke mate maakt u zich **zorgen** over elk van onderstaande zaken?

**Franstaligen, vrouwen en oudere mensen maken zich in grotere mate zorgen over de voorgelegde maatschappelijke problemen en ontwikkelingen dan Nederlandstaligen, mannen en jongere mensen.**

|                                   |             | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|                                   |             | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| Werkgelegenheid                   | Geen zorgen | 29.9% B     | 18,2%       | 28.2% B     | 21,3%       | 29.3% C    | 27.2% C     | 18,0%       | 19,7%                      | 23,2%                      | 29.3% A B       |
|                                   | Zorgen      | 61,4%       | 73.5% A     | 63,2%       | 70.3% A     | 60,8%      | 64,3%       | 74.8% A B   | 68,6%                      | 67,7%                      | 64,6%           |
|                                   | Geen mening | 8,7%        | 8,3%        | 8,7%        | 8,4%        | 9,9%       | 8,6%        | 7,3%        | 11.7% C                    | 9.0% C                     | 6,1%            |
| Verlies van biodiversiteit        | Geen zorgen | 23.9% B     | 14,2%       | 19,7%       | 19,5%       | 21,2%      | 20,4%       | 17,4%       | 18,5%                      | 21,4%                      | 18,4%           |
|                                   | Zorgen      | 59,5%       | 74.8% A     | 68.1% B     | 64,5%       | 64,8%      | 65,7%       | 68,2%       | 60,2%                      | 63,0%                      | 73.5% A B       |
|                                   | Geen mening | 16.6% B     | 11,0%       | 12,2%       | 16.0% A     | 14,0%      | 13,9%       | 14,5%       | 21.3% B C                  | 15.7% C                    | 8,2%            |
| Ongelijkheid in de wereld         | Geen zorgen | 24,5%       | 25,4%       | 30.4% B     | 19,5%       | 28.9% C    | 26.8% C     | 19,4%       | 21,7%                      | 23,9%                      | 27.8% A         |
|                                   | Zorgen      | 64,8%       | 64,1%       | 60,1%       | 68.9% A     | 58,9%      | 63,4%       | 70.7% A B   | 65,1%                      | 63,6%                      | 65,2%           |
|                                   | Geen mening | 10,7%       | 10,4%       | 9,5%        | 11,7%       | 12,2%      | 9,8%        | 9,9%        | 13.2% C                    | 12.5% C                    | 7,0%            |
| Armoede in ontwikkelingslanden    | Geen zorgen | 34,0%       | 31,6%       | 37.1% B     | 28,9%       | 38.6% C    | 38.0% C     | 22,6%       | 27,3%                      | 33.1% A                    | 36.1% A         |
|                                   | Zorgen      | 54,9%       | 56,9%       | 53,1%       | 58.4% A     | 49,2%      | 50,9%       | 66.9% A B   | 57,1%                      | 54,4%                      | 56,4%           |
|                                   | Geen mening | 11,1%       | 11,6%       | 9,8%        | 12.7% A     | 12,3%      | 11,1%       | 10,5%       | 15.6% C                    | 12.5% C                    | 7,5%            |
| Globalisering van de economie     | Geen zorgen | 35.0% B     | 23,4%       | 33.6% B     | 26,2%       | 38.7% B C  | 28.2% C     | 23,6%       | 23,2%                      | 28.4% A                    | 35.3% A B       |
|                                   | Zorgen      | 48,0%       | 64.0% A     | 55,0%       | 55,2%       | 44,3%      | 57.7% A     | 62.0% A     | 57,2%                      | 54,4%                      | 54,5%           |
|                                   | Geen mening | 17.0% B     | 12,6%       | 11,4%       | 18.7% A     | 17,0%      | 14,1%       | 14,4%       | 19.6% C                    | 17.2% C                    | 10,1%           |
| Situatie en lot van vluchtelingen | Geen zorgen | 39,7%       | 43.8% A     | 47.1% B     | 36,0%       | 43.6% C    | 43.9% C     | 37,1%       | 40,0%                      | 42,0%                      | 41,8%           |
|                                   | Zorgen      | 47,0%       | 45,6%       | 42,0%       | 50.7% A     | 43,9%      | 44,3%       | 50.8% A B   | 43,0%                      | 44,8%                      | 50.0% A B       |
|                                   | Geen mening | 13.4% B     | 10,6%       | 10,9%       | 13.3% A     | 12,6%      | 11,8%       | 12,1%       | 17.0% C                    | 13.1% C                    | 8,2%            |

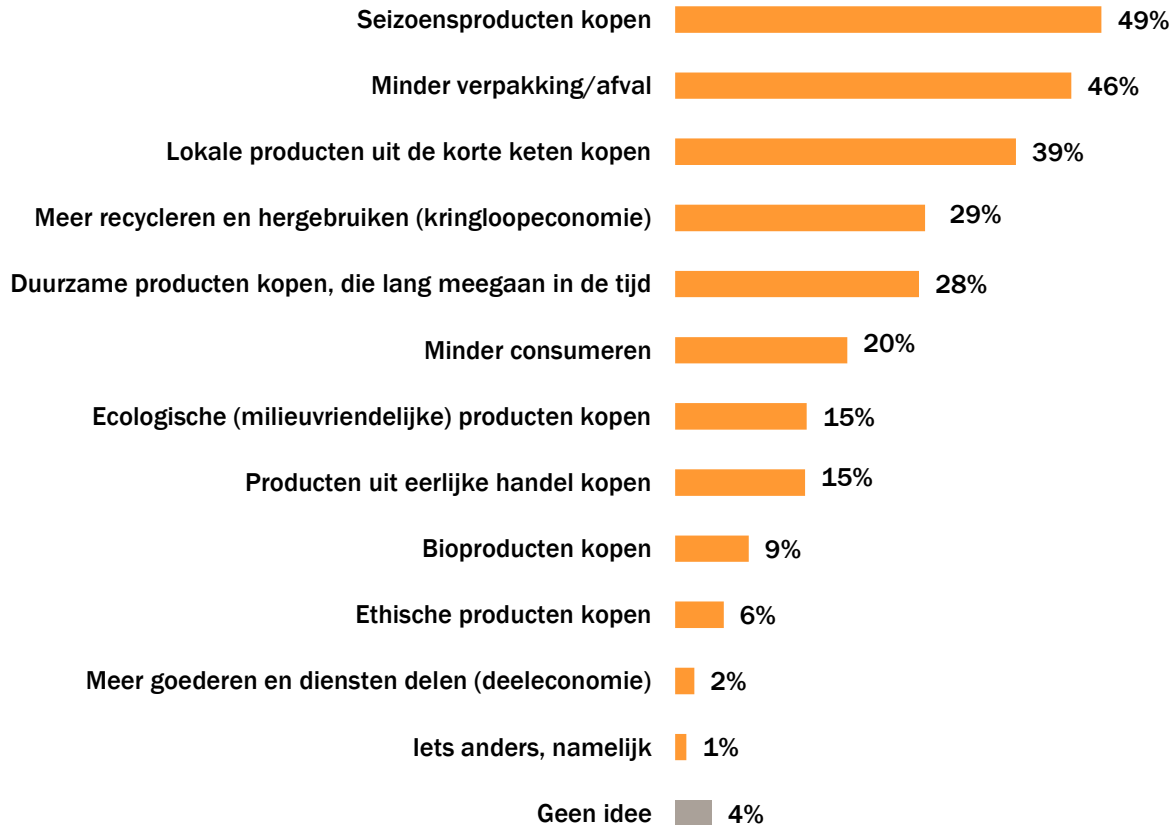
In welke mate bent u het eens of oneens met onderstaande uitspraken?

**2 op de 3 Belgen vinden dat ons consumptiegedrag anders en meer verantwoord moet, maar slechts een minderheid is ervan overtuigd dat zijn of haar aankoopgedrag een impact heeft en geeft aan bij aankopen daadwerkelijk rekening te houden met de productieomstandigheden.**



Wat betekent verantwoord consumeren voor u?

Verantwoord consumeren wordt vooral geassocieerd met het kopen van seizoensgebonden producten en lokale producten enerzijds en met hergebruik en het verminderen van afval anderzijds. De link met ecologische producten en fair trade producten en vooral met biologische en ethische producten wordt minder gelegd dan met lokale producten uit de korte keten.





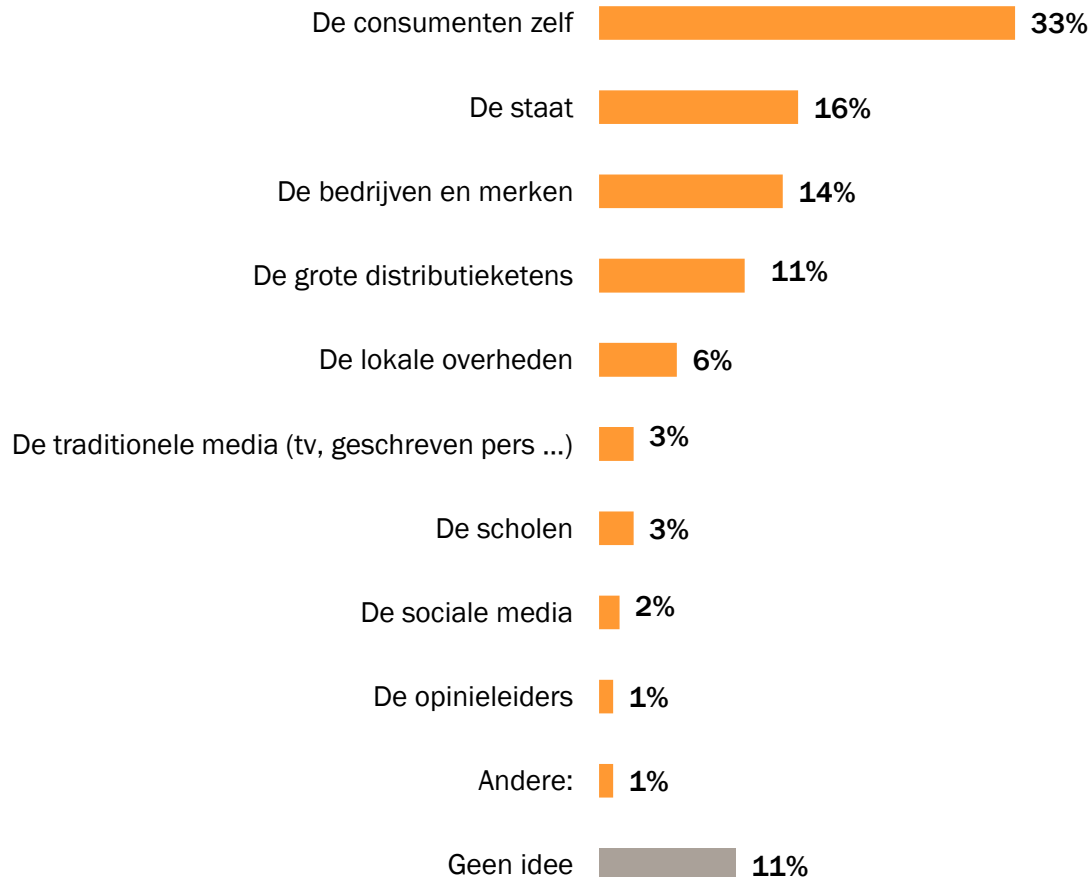
### Wat betekent verantwoord consumeren voor u?

Jongeren associëren verantwoord(elijk) consumeren relatief meer met consuminderen, kringlooeconomie en met bio- en ecologische producten, ouderen relatief meer met duurzaamheid (lange houdbaarheid), seizoensgebondenheid, en met lokale en fair trade producten. Franstaligen denken bij verantwoord consumeren vaker aan minder consumeren, bioproducten en korte keten, Nederlandstaligen leggen sterker de link met ecologie en duurzaamheid.

|   | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34        | 35-54       | 55+          | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|   | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915   | (B)<br>1069 | (C)<br>1015  | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| Seizoensproducten kopen                               | 48,7%       | 50,2%       | 46,4%       | 52,2% A     | 38,5%        | 44,7% A     | 64,0% A<br>B | 58,2% B<br>C               | 47,7%                      | 45,9%           |
| Minder verpakking/afval                               | 45,3%       | 46,4%       | 41,4%       | 50,1% A     | 49,0% C      | 45,5%       | 43,1%        | 46,5%                      | 45,4%                      | 45,7%           |
| Lokale producten uit de korte keten kopen             | 31,5%       | 49,3% A     | 38,1%       | 40,7%       | 34,3%        | 38,9%       | 44,5% A<br>B | 37,6%                      | 39,6%                      | 40,2%           |
| Meer recycleren en hergebruiken (kringlooeconomie)    | 29,1%       | 28,8%       | 28,2%       | 29,7%       | 30,9% C      | 30,4%       | 25,7%        | 25,9%                      | 28,5%                      | 31,3% A         |
| Duurzame producten kopen, die lang meegaan in de tijd | 34,5% B     | 20,3%       | 29,3%       | 27,1%       | 23,1%        | 28,4% A     | 32,7% A      | 26,5%                      | 28,4%                      | 29,1%           |
| Minder consumeren                                     | 16,1%       | 24,7% A     | 20,1%       | 19,8%       | 22,8% C      | 21,0% C     | 16,2%        | 15,2%                      | 20,1% A                    | 22,6% A         |
| Ecologische (milieuvriendelijke) producten kopen      | 17,9% B     | 11,8%       | 16,4%       | 14,0%       | 21,2% B<br>C | 14,8% C     | 10,2%        | 13,0%                      | 14,1%                      | 17,7% A<br>B    |
| Producten uit eerlijke handel kopen                   | 16,1%       | 13,6%       | 16,0%       | 14,1%       | 13,8%        | 12,5%       | 18,8% A<br>B | 18,9% C                    | 15,1%                      | 12,7%           |
| Bioproducten kopen                                    | 5,6%        | 12,2% A     | 9,0%        | 8,2%        | 11,2% B<br>C | 7,4%        | 7,4%         | 6,5%                       | 8,4%                       | 9,9% A          |
| Ethische producten kopen                              | 4,9%        | 6,4%        | 6,8% B      | 4,4%        | 6,7%         | 6,0%        | 4,2%         | 3,0%                       | 5,0%                       | 7,8% A B        |
| Meer goederen en diensten delen (deeleconomie)        | 2,7% B      | 1,6%        | 2,2%        | 2,2%        | 2,6%         | 2,5%        | 1,5%         | 1,7%                       | 2,0%                       | 2,7%            |
| Iets anders, namelijk                                 | 1,6%        | 1,0%        | 1,9% B      | 0,8%        | 1,0%         | 1,8%        | 1,2%         | 0,6%                       | 1,3%                       | 1,8%            |
| Geen idee   | 4,9% B      | 3,4%        | 5,0% B      | 3,5%        | 5,6% C       | 4,3%        | 2,9%         | 5,8% C                     | 4,5%                       | 3,0%            |

Wie zijn volgens u de **belangrijkste actoren** om de ontwikkeling van **verantwoord consumptiegedrag** concreet te bevorderen?

**Evolueren naar meer verantwoord consumptiegedrag is volgens 1 op de 3 Belgen in de eerste plaats de verantwoordelijkheid van de consumenten zelf.**



Wie zijn volgens u de **belangrijkste actoren** om de ontwikkeling van **verantwoord consumptiegedrag** concreet te bevorderen?

**Jongeren verwijzen in significant mindere mate dan ouderen naar zichzelf als consument om de ontwikkeling van verantwoord consumptiegedrag te bevorderen.**

|   | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|   | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| De consumenten zelf                             | 29,1%       | 36,9% A     | 32,2%       | 32,9%       | 24,2%      | 30,2% A     | 42,6% A B   | 34,0%                      | 31,1%                      | 33,3%           |
| De staat  | 13,6%       | 18,2% A     | 17,2% B     | 14,1%       | 17,2% C    | 17,2% C     | 12,6%       | 14,6%                      | 15,0%                      | 16,9%           |
| De bedrijven en merken                          | 16,5% B     | 11,7%       | 13,6%       | 15,2%       | 15,6%      | 15,6%       | 12,0%       | 13,1%                      | 14,7%                      | 14,8%           |
| De grote distributieketens                      | 14,2% B     | 7,8%        | 11,5%       | 11,3%       | 13,2% C    | 12,4% C     | 8,8%        | 10,3%                      | 10,6%                      | 12,9%           |
| De lokale overheden                             | 7,2% B      | 4,8%        | 5,7%        | 6,6%        | 7,1%       | 6,8%        | 4,6%        | 4,7%                       | 7,6% A                     | 5,4%            |
| De traditionele media (tv, geschreven pers ...) | 2,3%        | 3,2%        | 2,9%        | 2,6%        | 2,2%       | 1,9%        | 4,1% A B    | 3,1%                       | 2,9%                       | 2,3%            |
| De scholen                                      | 1,6%        | 4,2% A      | 2,8%        | 2,7%        | 3,0%       | 1,6%        | 3,8% B      | 2,1%                       | 2,4%                       | 3,5%            |
| De sociale media                                | 2,3% B      | 0,6%        | 1,6%        | 1,5%        | 1,6%       | 1,5%        | 1,5%        | 1,8%                       | 1,7%                       | 1,2%            |
| De opinieleiders                                | 1,0%        | 1,2%        | 1,0%        | 1,2%        | 1,5%       | 0,8%        | 1,0%        | 1,7% B                     | 0,5%                       | 1,4%            |
| Andere  | 0,9%        | 1,3%        | 1,5% B      | 0,6%        | 1,1%       | 1,1%        | 1,0%        | 0,5%                       | 1,1%                       | 1,4%            |
| Geen idee                                       | 11,1%       | 10,1%       | 10,0%       | 11,3%       | 13,4% C    | 10,9%       | 8,0%        | 14,1% C                    | 12,3% C                    | 6,9%            |

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

Behalve de prijs, met welke **elementen** houdt u nog rekening wanneer u **boodschappen** doet?

**Naast de prijs, zegt men het meest rekening te houden met de houdbaarheid van producten en met kwaliteits- en gezondheidsaspecten, veel eerder dan met lokale productie, ecologische aspecten en respect voor producenten en werknemers.**

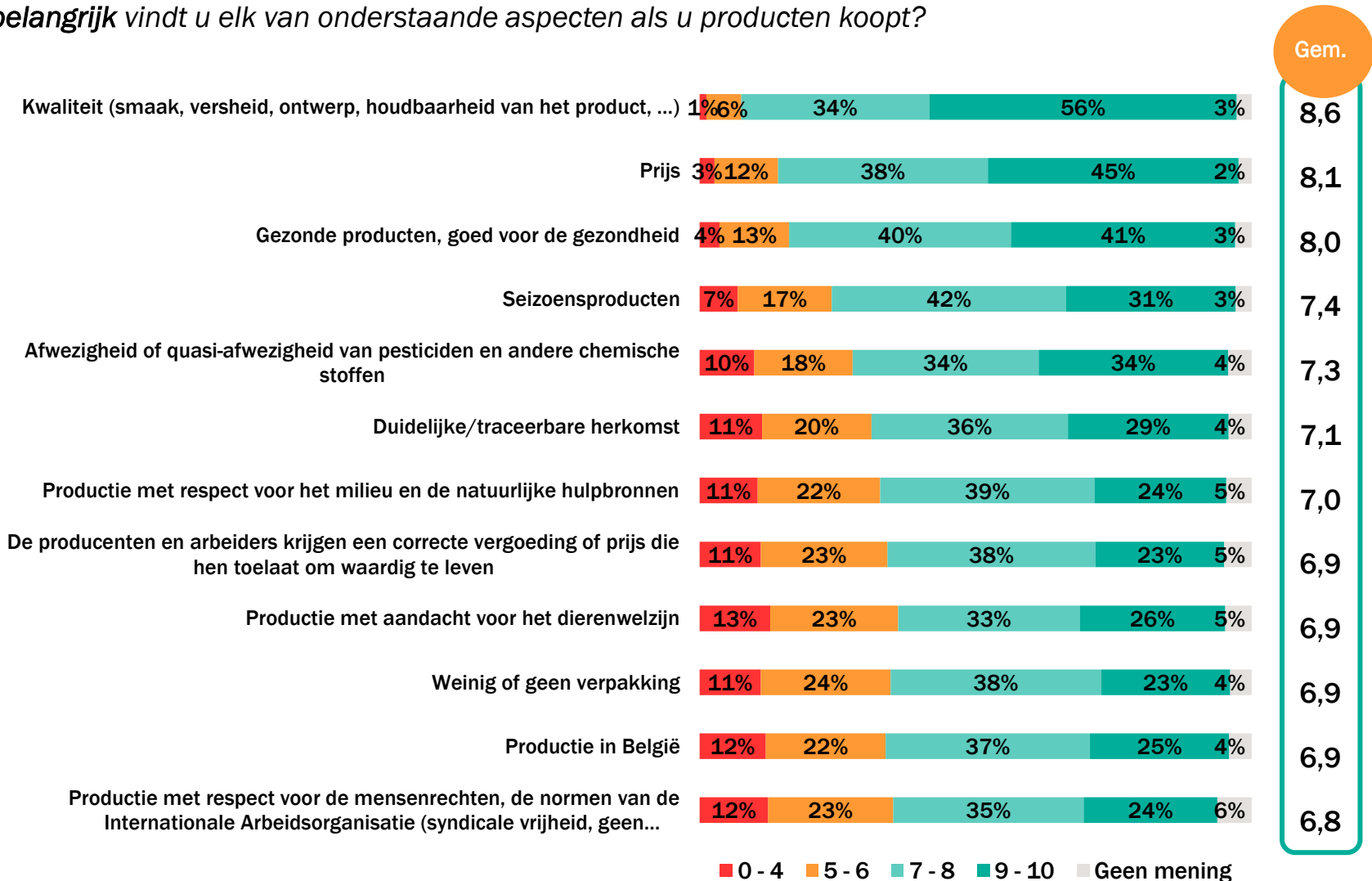


Behalve de prijs, met welke **elementen** houdt u nog rekening wanneer u **boodschappen** doet?

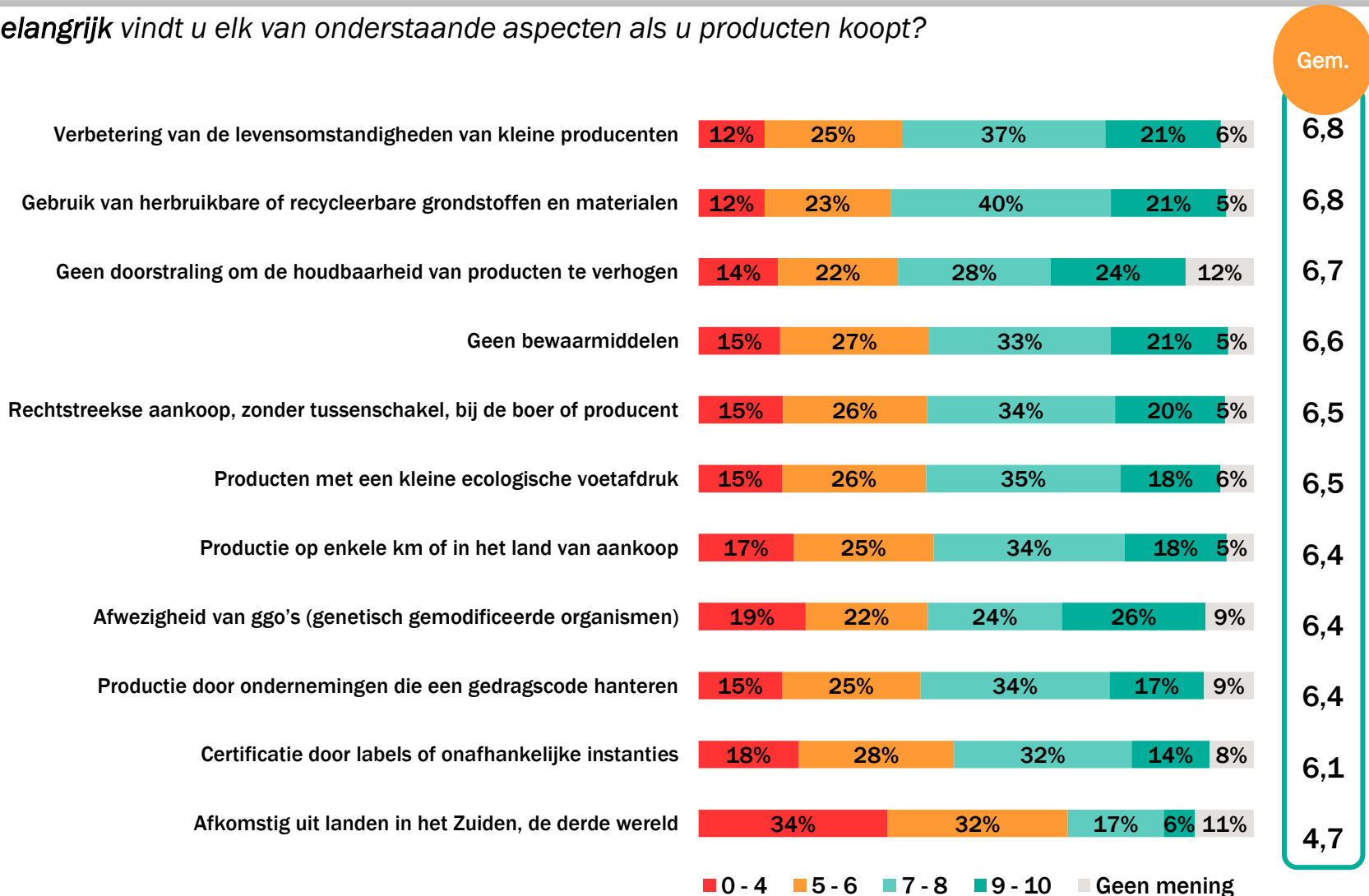
**Nederlandstaligen** geven vaker aan rekening te houden met de **houdbaarheid en de kwaliteit van de producten**, **Franstaligen** vaker met andere aspecten. **Jongeren** kijken in sterkere mate naar **kwaliteit**, **ouderen** naar **houdbaarheid, gezondheid, lokale productie en respect voor producenten en werknemers**.

|  | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|  | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| De houdbaarheid van de producten   | 73.0% B     | 41,5%       | 59,1%       | 59,1%       | 55,7%      | 59,1%       | 62.2% A     | 62.7% C                    | 61.0% C                    | 54,9%           |
| De kwaliteitsaspecten, eigen aan de producten (smaak, ontwerp enz.)  | 53.4% B     | 41,2%       | 51.4% B     | 44,7%       | 51.7% C    | 48,2%       | 44,5%       | 42,6%                      | 44,4%                      | 55.2% A B       |
| Het feit of de producten gezond zijn (zonder stoffen die als gevaarlijk voor de gezondheid worden beschouwd: pesticiden, bepaalde kleurstoffen of bewaarmiddelen...)               | 33,6%       | 45.9% A     | 37,6%       | 40,4%       | 35,3%      | 35,9%       | 45.6% A B   | 35,3%                      | 36,0%                      | 44.5% A B       |
| Het feit dat er minder verpakking is en dat deze recycleerbaar is  | 24,3%       | 24,7%       | 21,6%       | 27.4% A     | 26,8%      | 22,6%       | 24,5%       | 21,0%                      | 23,3%                      | 27.9% A B       |
| De nabijheid van de productie- of fabricatielocatie (lokaal verbruik, korte ketens, lokale tewerkstelling enz.)  | 14,6%       | 30.5% A     | 21,1%       | 22,1%       | 17,6%      | 21,1%       | 25.7% A B   | 19,4%                      | 19,8%                      | 24.8% A B       |
| Het respect voor het milieu tijdens de productie of fabricatie van de producten (biologische landbouw, kleine ecologische voetafdruk, afvalbeheer, behoud van de hulpbronnen enz.) | 13,2%       | 21.8% A     | 18.5% B     | 15,5%       | 19,7%      | 16,0%       | 15,6%       | 15,2%                      | 14,4%                      | 20.9% A B       |
| Respect voor dierenwelzijn   | 12,3%       | 21.0% A     | 13,2%       | 19.0% A     | 14,1%      | 16,6%       | 17,5%       | 18.9% C                    | 17.2% C                    | 13,3%           |
| Respect voor de producenten en de werknemers (geen kinderarbeid, waardige arbeidsomstandigheden, eerlijke vergoeding voor de producten, respect voor de producenten, enz.)         | 11,8%       | 20.0% A     | 16,4%       | 14,4%       | 12,8%      | 12,8%       | 20.5% A B   | 18.6% C                    | 16,0%                      | 12,9%           |
| Geen van deze aspecten   | 3,2%        | 4.6% A      | 4,4%        | 3,2%        | 4.9% C     | 4,2%        | 2,4%        | 4.2% C                     | 5.1% C                     | 2,1%            |

Hoe **belangrijk** vindt u elk van onderstaande aspecten als u producten koopt?



Hoe **belangrijk** vindt u elk van onderstaande aspecten als u producten koopt?



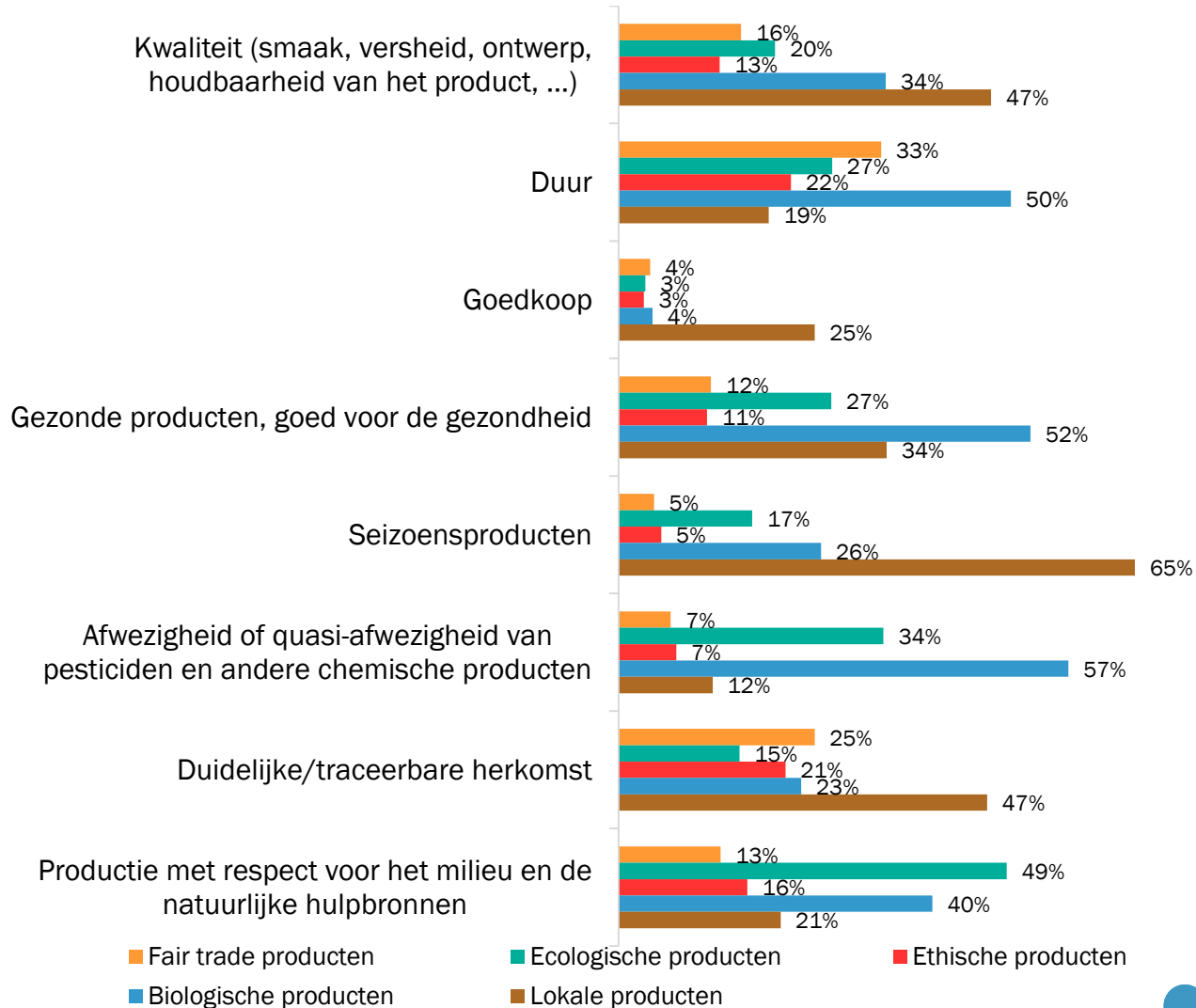
Filter: geen

N: 3000

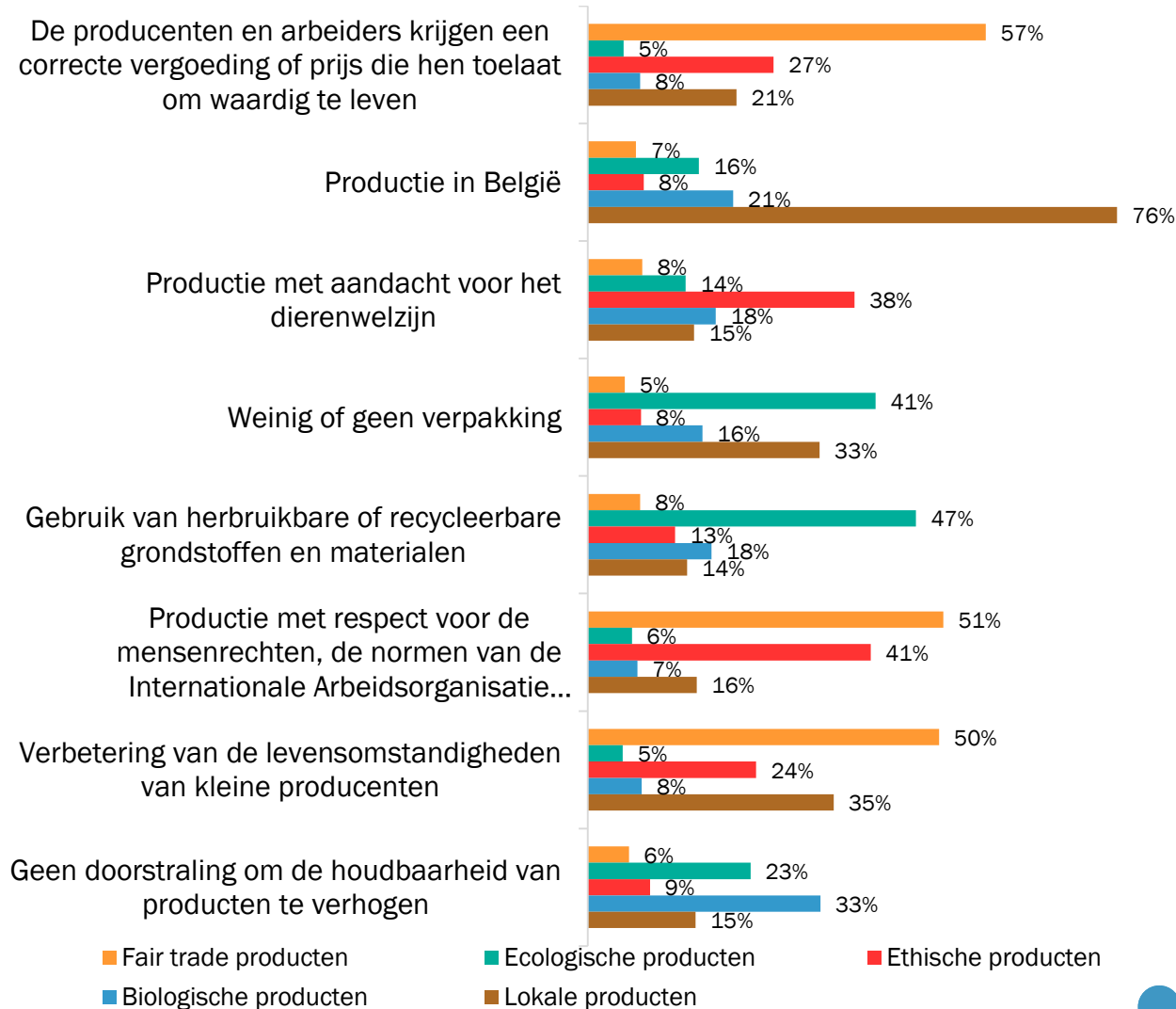


1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

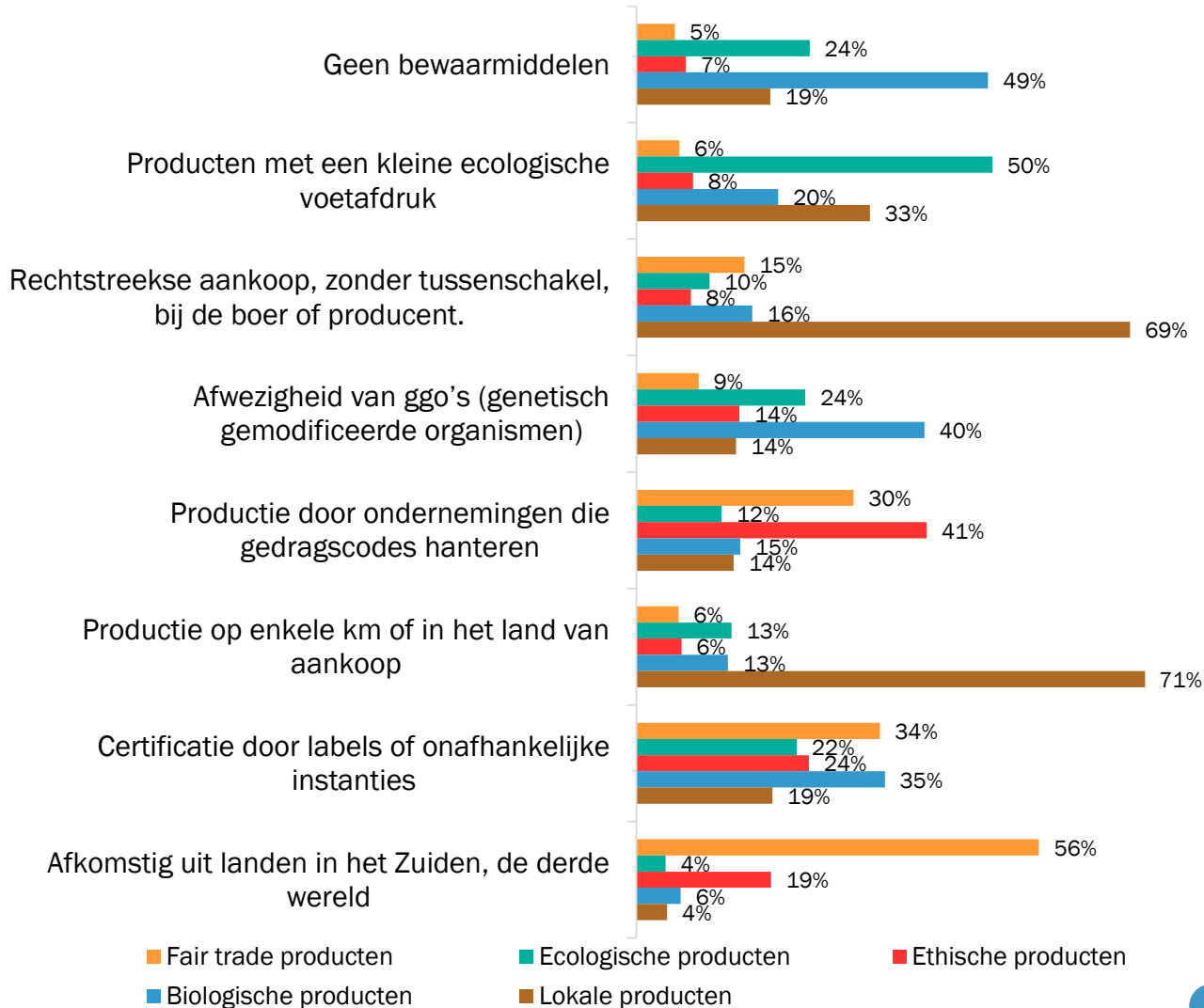
Welke van de volgende kenmerken zijn volgens u van toepassing op onderstaande (types van) producten die u kan kopen?



Welke van de volgende kenmerken zijn volgens u van toepassing op onderstaande (types van) producten die u kan kopen?



Welke van de volgende kenmerken zijn volgens u van toepassing op onderstaande (types van) producten die u kan kopen?

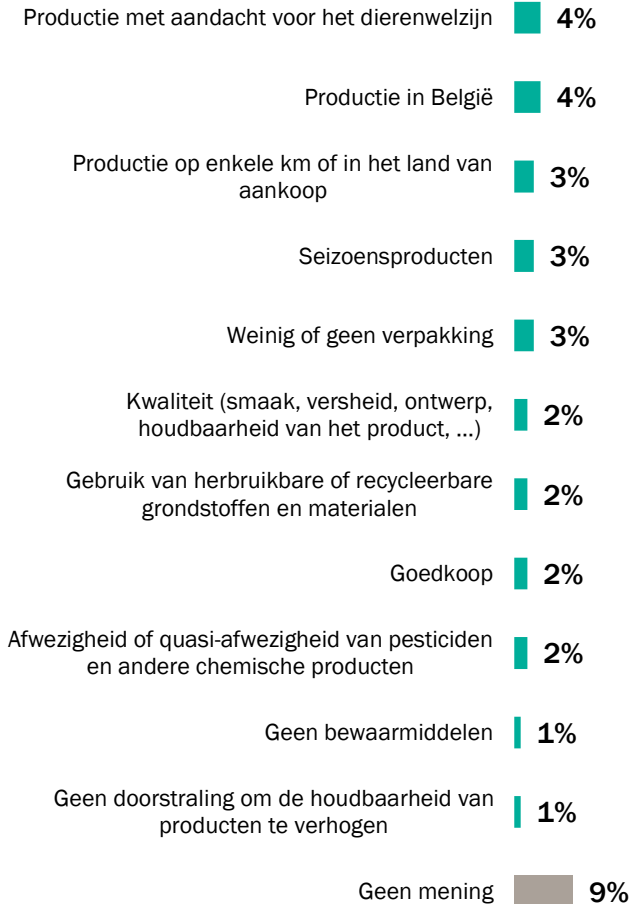
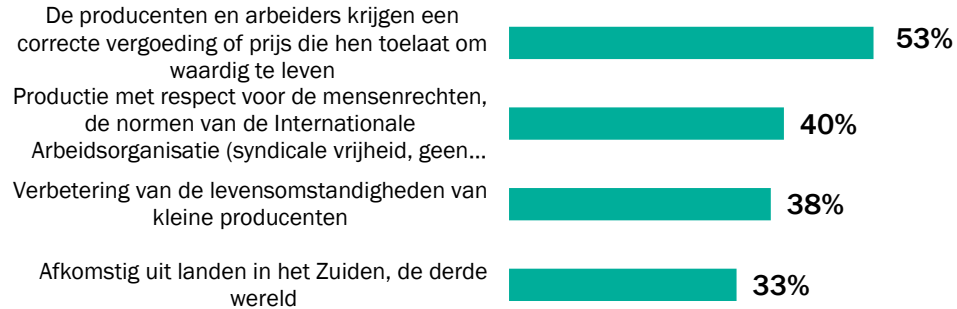


|   | Fair trade producten | Ethische producten | Ecologische producten | Biologische producten | Lokale producten |
|---|----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| Kwaliteit (smaak, versheid, ontwerp, houdbaarheid van het product, ...)   |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Duur  | √                    |                    |                       | √                     |                  |
| Goedkoop  |                      |                    |                       |                       | √                |
| Gezonde producten, goed voor de gezondheid  |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Seizoensproducten   |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Afwezigheid of quasi-afwezigheid van pesticiden en andere chemische producten   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Duidelijke/traceerbare herkomst   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Productie met respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| De producenten en arbeiders krijgen een correcte vergoeding of prijs die hen toelaat om waardig te leven  | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Productie in België   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Productie met aandacht voor het dierenwelzijn   |                      | √                  |                       |                       |                  |
| Weinig of geen verpakking   |                      |                    | √                     |                       | √                |
| Gebruik van herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen  |                      |                    | √                     |                       |                  |
| Productie met respect voor de mensenrechten, de normen van de Internationale Arbeidsorganisatie (syndicale vrijheid, geen discriminatie, niet gemaakt door kinderen enz.) | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten  | √                    | √                  |                       |                       | √                |
| Geen doorstraling om de houdbaarheid van producten te verhogen  |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Geen bewaarmiddelen   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Producten met een kleine ecologische voetafdruk   |                      |                    | √                     |                       | √                |
| Rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer of producent   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Afwezigheid van ggo's (genetisch gemodificeerde organismen)   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Productie door ondernemingen die gedragscodes hanteren  | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Productie op enkele km of in het land van aankoop   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Certificatie door labels of onafhankelijke instanties   | √                    |                    |                       | √                     |                  |
| Afkomstig uit landen in het Zuiden, de derde wereld   | √                    | √                  |                       |                       |                  |

|   | Fair trade producten | Ethische producten | Ecologische producten | Biologische producten | Lokale producten |
|---|----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| Kwaliteit (smaak, versheid, ontwerp, houdbaarheid van product, ...)   | 16%                  | 13%                | 20%                   | 34%                   | 47%              |
| Duur  | 33%                  | 22%                | 27%                   | 50%                   | 19%              |
| Goedkoop  | 4%                   | 3%                 | 3%                    | 4%                    | 25%              |
| Gezonde producten, goed voor de gezondheid  | 12%                  | 11%                | 27%                   | 52%                   | 34%              |
| Seizoensproducten   | 5%                   | 5%                 | 17%                   | 26%                   | 65%              |
| Afwezigheid of quasi-afwezigheid van pesticiden en andere chemische producten   | 7%                   | 7%                 | 34%                   | 57%                   | 12%              |
| Duidelijke/traceerbare herkomst   | 25%                  | 21%                | 15%                   | 23%                   | 47%              |
| Productie met respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen   | 13%                  | 16%                | 49%                   | 40%                   | 21%              |
| De producenten en arbeiders krijgen een correcte vergoeding of prijs die hen toelaat om waardig te leven  | 57%                  | 27%                | 5%                    | 8%                    | 21%              |
| Productie in België   | 7%                   | 8%                 | 16%                   | 21%                   | 76%              |
| Productie met aandacht voor het dierenwelzijn   | 8%                   | 38%                | 14%                   | 18%                   | 15%              |
| Weinig of geen verpakking   | 5%                   | 8%                 | 41%                   | 16%                   | 33%              |
| Gebruik van herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen  | 8%                   | 13%                | 47%                   | 18%                   | 14%              |
| Productie met respect voor de mensenrechten, de normen van de Internationale Arbeidsorganisatie (syndicale vrijheid, geen discriminatie, niet gemaakt door kinderen enz.) | 51%                  | 41%                | 6%                    | 7%                    | 16%              |
| Verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten  | 50%                  | 24%                | 5%                    | 8%                    | 35%              |
| Geen doorstraling om de houdbaarheid van producten te verhogen  | 6%                   | 9%                 | 23%                   | 33%                   | 15%              |
| Geen bewaarmiddelen   | 5%                   | 7%                 | 24%                   | 49%                   | 19%              |
| Producten met een kleine ecologische voetafdruk   | 6%                   | 8%                 | 50%                   | 20%                   | 33%              |
| Rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer of producent   | 15%                  | 8%                 | 10%                   | 16%                   | 69%              |
| Afwezigheid van ggo's (genetisch gemodificeerde organismen)   | 9%                   | 14%                | 24%                   | 40%                   | 14%              |
| Productie door ondernemingen die gedragscodes hanteren  | 30%                  | 41%                | 12%                   | 15%                   | 14%              |
| Productie op enkele km of in het land van aankoop   | 6%                   | 6%                 | 13%                   | 13%                   | 71%              |
| Certificatie door labels of onafhankelijke instanties   | 34%                  | 24%                | 22%                   | 35%                   | 19%              |
| Afkomstig uit landen in het Zuiden, de derde wereld   | 56%                  | 19%                | 4%                    | 6%                    | 4%               |



Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van fair trade producten?





Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van ethische producten?

Productie met respect voor de mensenrechten, de normen van de Internationale... **39%**

De producenten en arbeiders krijgen een correcte vergoeding of prijs die hen toelaat om... **28%**

Productie door ondernemingen die gedragscodes hanteren **22%**

Productie met respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen **20%**

Verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten **19%**

Productie met aandacht voor het dierenwelzijn **15%**

Producten met een kleine ecologische voetafdruk **9%**

Afwezigheid van ggo's (genetisch gemodificeerde organismen) **9%**

Certificatie door labels of onafhankelijke instanties **8%**

Duidelijke/traceerbare herkomst **8%**

Afwezigheid of quasi-afwezigheid van pesticiden en andere chemische producten **7%**

Gezonde producten, goed voor de gezondheid **7%**

Afkomstig uit landen in het Zuiden, de derde wereld **6%**

Gebruik van herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen **6%**

Weinig of geen verpakking **6%**

Productie in België **5%**

Seizoensproducten **5%**

Rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer of producent, **5%**

Kwaliteit (smaak, versheid, ontwerp, houdbaarheid van het product, ...) **4%**

Geen doorstraling om de houdbaarheid van producten te verhogen **4%**

Duur **3%**

Productie op enkele km of in het land van aankoop **3%**

Geen bewaarmiddelen **3%**

Goedkoop **3%**

Geen mening **16%**

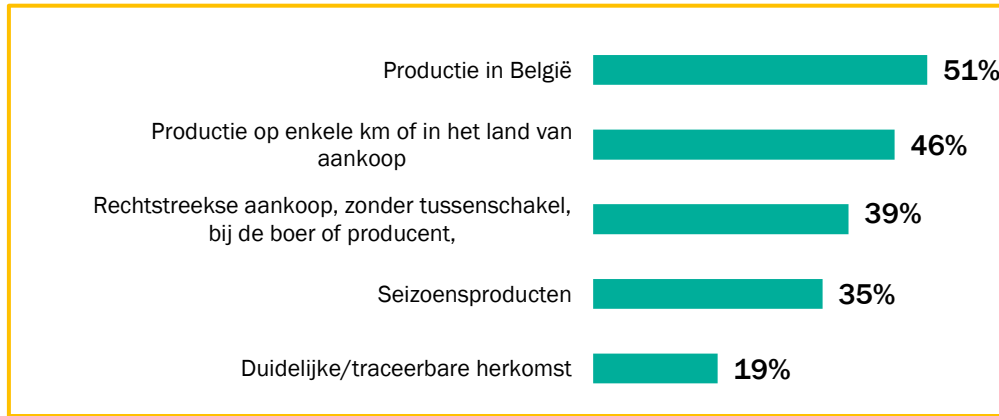
Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van ecologische producten?



Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van biologische producten?



Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van lokale producten?



Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van <XXX> producten?

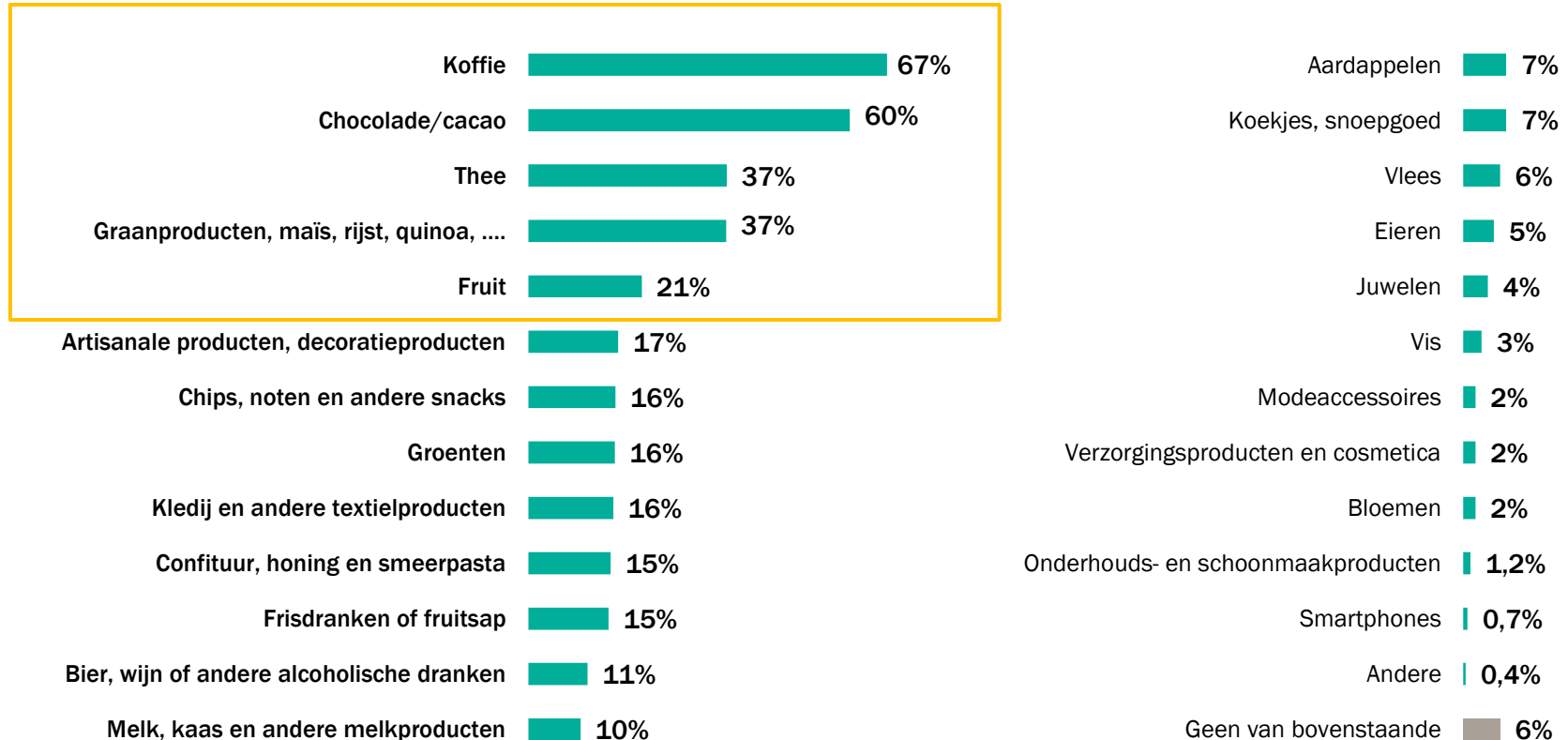
|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Productie met respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen   | 602    | 20,1% | 9.2% E               | 28.3% A C E           | 20.1% A E          | 38.2% A B C E         | 4,5%             |
| De producenten en arbeiders krijgen een correcte vergoeding of prijs die hen toelaat om waardig te leven  | 562    | 18,7% | 53.2% B C D E        | 2,2%                  | 27.6% B D E        | 2,7%                  | 7.9% B D         |
| Productie met respect voor de mensenrechten, de normen van de Internationale Arbeidsorganisatie (syndicale vrijheid, geen discriminatie, niet gemaakt door kinderen enz.) | 509    | 17,0% | 40.1% B D E          | 1,6%                  | 38.9% B D E        | 3,0%                  | 1,2%             |
| Afwezigheid of quasi-afwezigheid van pesticiden en andere chemische producten   | 487    | 16,2% | 1,8%                 | 51.9% A C D E         | 7.1% A E           | 17.4% A C E           | 2,8%             |
| Producten met een kleine ecologische voetafdruk   | 469    | 15,6% | 5,0%                 | 10.9% A               | 9,1%               | 39.9% A B C E         | 13.2% A          |
| Productie in België   | 428    | 14,3% | 3,5%                 | 5,2%                  | 4,9%               | 7.3% A                | 50.5% A B C D    |
| Verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten  | 420    | 14,0% | 38.2% B C D E        | 2,1%                  | 18.5% B D E        | 3,5%                  | 7.8% B D         |
| Rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer of producent,  | 417    | 13,9% | 12.0% B C            | 5,4%                  | 4,5%               | 8.7% C                | 38.9% A B C D    |
| Productie op enkele km of in het land van aankoop   | 405    | 13,5% | 3,2%                 | 3,7%                  | 3,0%               | 11.2% A B C           | 46.4% A B C D    |
| Seizoensproducten   | 405    | 13,5% | 3,2%                 | 13.7% A C             | 4,6%               | 11.4% A C             | 34.6% A B C D    |
| Afwezigheid van ggo's (genetisch gemodificeerde organismen)   | 327    | 10,9% | 3,8%                 | 24.4% A C D E         | 8.7% A E           | 14.7% A C E           | 2,8%             |

Wat zijn volgens u de **3** voornaamste kenmerken van <XXX> producten?

|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Gezonde producten, goed voor de gezondheid                              | 306    | 10,2% | 4,4%                 | 24.3% A C D E         | 6,8%               | 7,7%                  | 7,8%             |
| Duidelijke/traceerbare herkomst   | 304    | 10,1% | 10,0%                | 7,0%                  | 8,1%               | 6,7%                  | 18.9% A B C D    |
| Geen bewaarmiddelen   | 265    | 8,8%  | 1,4%                 | 26.8% A C D E         | 2,5%               | 9.4% A C E            | 4.1% A           |
| Productie door ondernemingen die gedragscodes hanteren                  | 262    | 8,7%  | 11.1% B D E          | 4.6% E                | 22.3% A B D E      | 4.4% E                | 1,3%             |
| Afkomstig uit landen in het Zuiden, de derde wereld                     | 254    | 8,5%  | 33.2% B C D E        | 0,5%                  | 6.2% B D E         | 1,8%                  | 0,5%             |
| Weinig of geen verpakking   | 246    | 8,2%  | 2,9%                 | 3,6%                  | 6,0%               | 23.0% A B C E         | 5,6%             |
| Gebruik van herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen    | 238    | 7,9%  | 2,2%                 | 4.8% E                | 6.2% A E           | 25.8% A B C E         | 0,6%             |
| Certificatie door labels of onafhankelijke instanties                   | 227    | 7,6%  | 10.5% D E            | 11.7% D E             | 8.2% E             | 5.7% E                | 1,9%             |
| Duur  | 206    | 6,9%  | 6,6%                 | 13.6% A C D E         | 3,2%               | 7.5% C E              | 3,5%             |
| Productie met aandacht voor het dierenwelzijn                           | 202    | 6,7%  | 3,8%                 | 6.0% E                | 15.4% A B D E      | 6.1% E                | 2,3%             |
| Kwaliteit (smaak, versheid, ontwerp, houdbaarheid van het product, ...) | 192    | 6,4%  | 2,3%                 | 9.2% A C D            | 4,4%               | 3,6%                  | 12.6% A C D      |
| Geen doorstraling om de houdbaarheid van producten te verhogen          | 143    | 4,8%  | 0,9%                 | 11.0% A C E           | 3.8% A             | 6.7% A E              | 1,4%             |
| Goedkoop  | 68     | 2,3%  | 2,2%                 | 1,1%                  | 2,5%               | 1,8%                  | 3.7% B           |
| Geen mening   | 268    | 8,9%  | 8,8%                 | 5,6%                  | 16.4% A B D E      | 8,7%                  | 5,1%             |

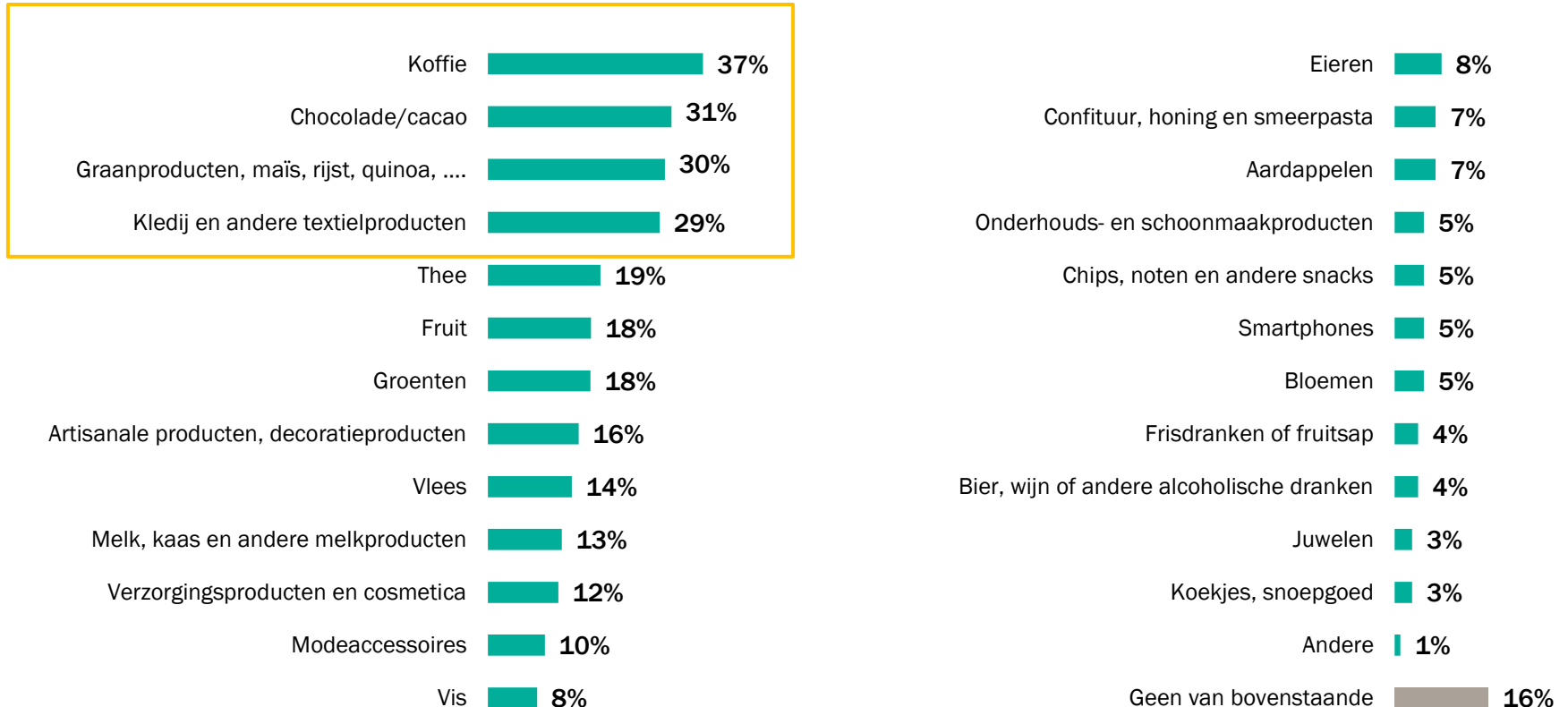
|   | Fair trade producten | Ethische producten | Ecologische producten | Biologische producten | Lokale producten |
|---|----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| Kwaliteit (smaak, versheid, ontwerp, houdbaarheid van het product, ...)   |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Duur  | √                    |                    |                       | √                     |                  |
| Goedkoop  |                      |                    |                       |                       | √                |
| Gezonde producten, goed voor de gezondheid  |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Seizoensproducten   |                      |                    |                       | √                     | √                |
| Afwezigheid of quasi-afwezigheid van pesticiden en andere chemische producten   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Duidelijke/traceerbare herkomst   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Productie met respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen   |                      | √                  | √                     | √                     |                  |
| De producenten en arbeiders krijgen een correcte vergoeding of prijs die hen toelaat om waardig te leven  | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Productie in België   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Productie met aandacht voor het dierenwelzijn   |                      | √                  |                       |                       |                  |
| Weinig of geen verpakking   |                      |                    | √                     |                       | √                |
| Gebruik van herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen  |                      |                    | √                     |                       |                  |
| Productie met respect voor de mensenrechten, de normen van de Internationale Arbeidsorganisatie (syndicale vrijheid, geen discriminatie, niet gemaakt door kinderen enz.) | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten  | √                    | √                  |                       |                       | √                |
| Geen doorstraling om de houdbaarheid van producten te verhogen  |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Geen bewaarmiddelen   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Producten met een kleine ecologische voetafdruk   |                      |                    | √                     |                       | √                |
| Rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer of producent   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Afwezigheid van ggo's (genetisch gemodificeerde organismen)   |                      |                    | √                     | √                     |                  |
| Productie door ondernemingen die gedragscodes hanteren  | √                    | √                  |                       |                       |                  |
| Productie op enkele km of in het land van aankoop   |                      |                    |                       |                       | √                |
| Certificatie door labels of onafhankelijke instanties   | √                    |                    |                       | √                     |                  |
| Afkomstig uit landen in het Zuiden, de derde wereld   | √                    | √                  |                       |                       |                  |

Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met fair trade producten?

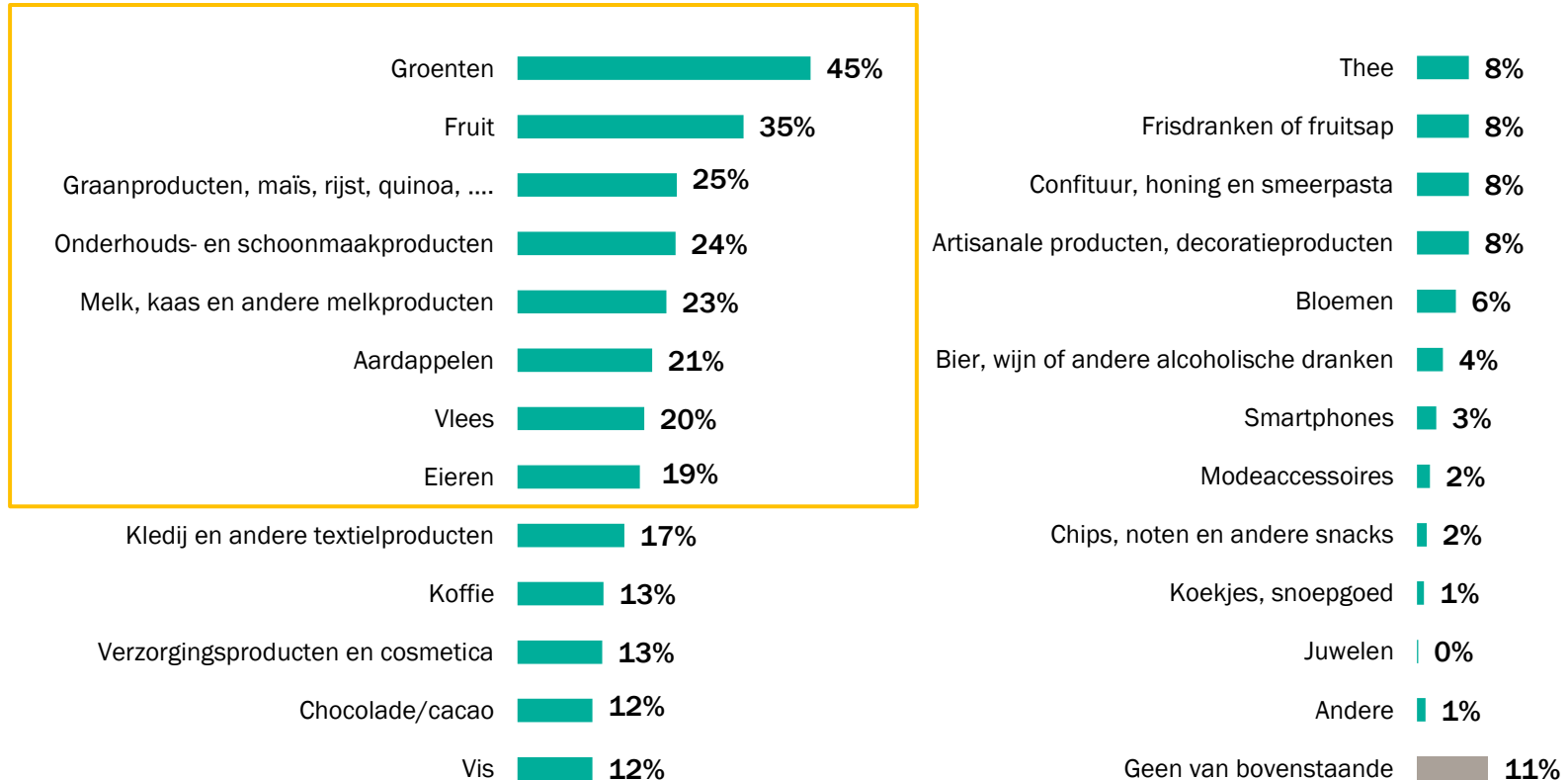




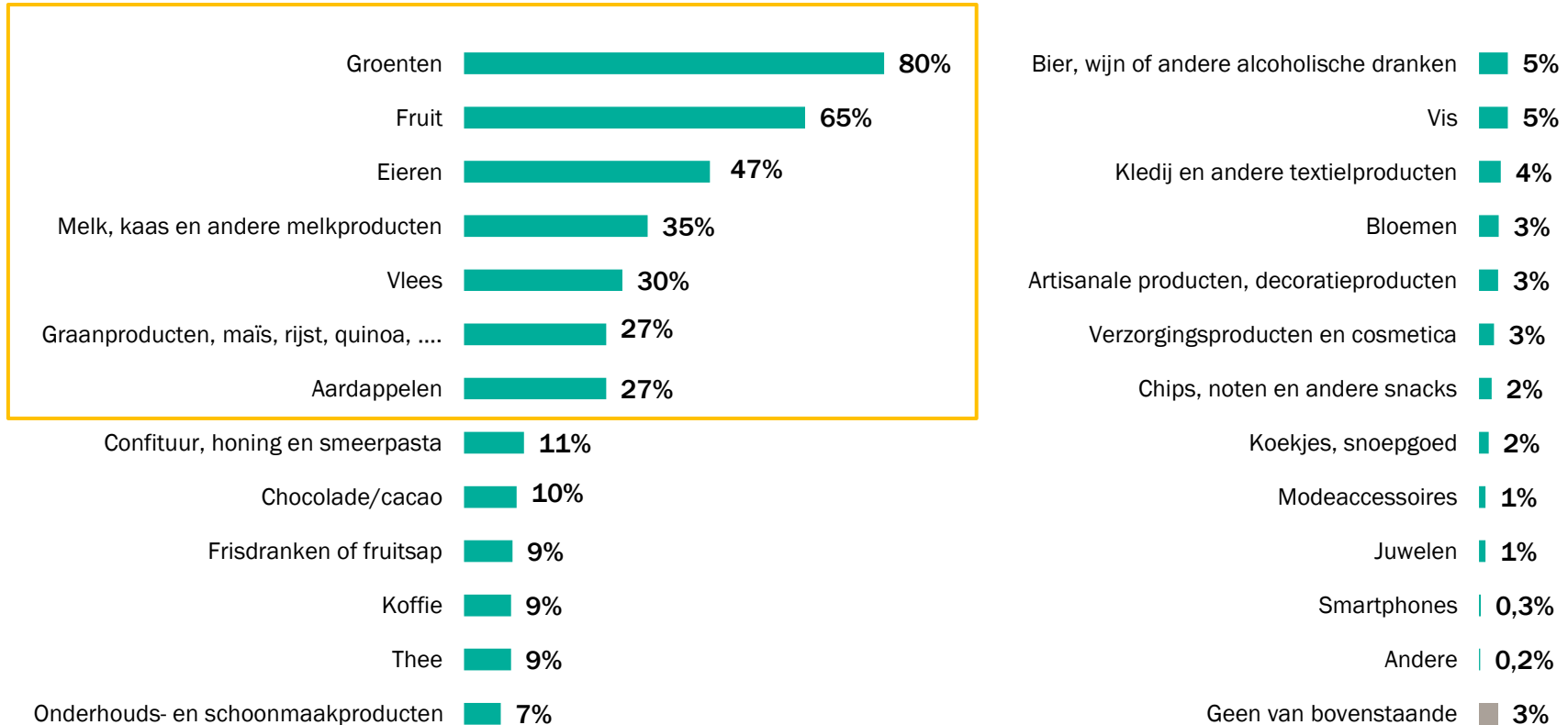
Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met ethische producten?



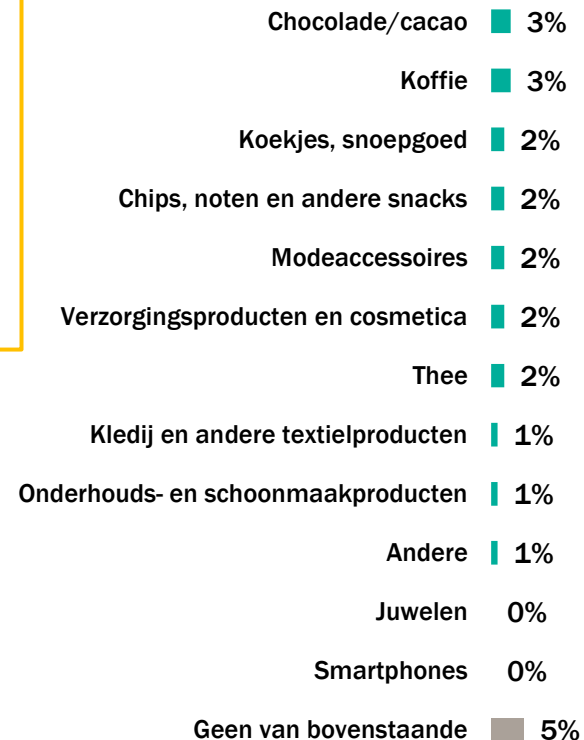
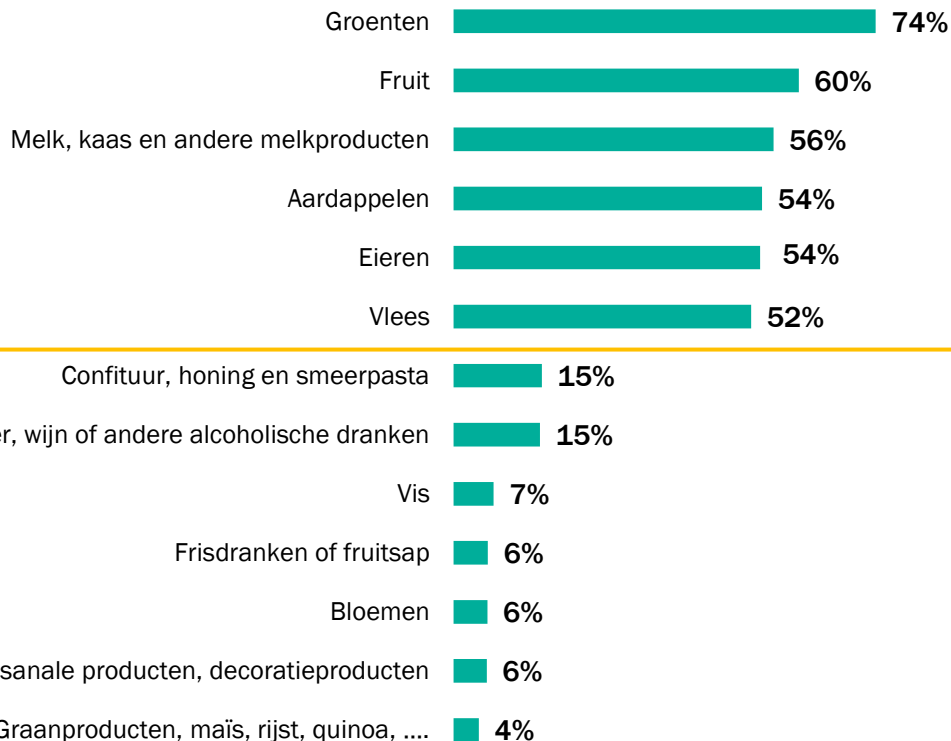
Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met ecologische producten?



Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met biologische producten?



Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met lokale producten?



Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met <XXX> producten?

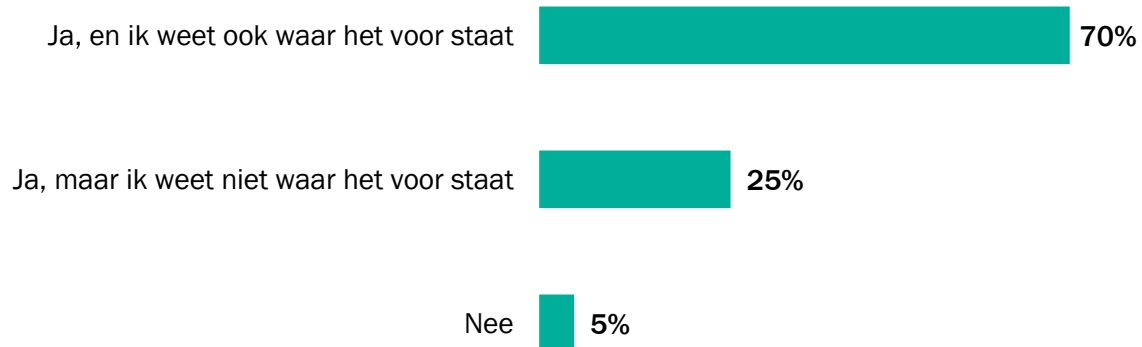
|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Groenten                                  | 1394   | 46,5% | 16,1%                | 79.8% A C D           | 17,5%              | 45.3% A C             | 73.6% A C D      |
| Fruit                                     | 1192   | 39,7% | 21,1%                | 64.8% A C D           | 17,6%              | 34.9% A C             | 60.2% A C D      |
| Melk, kaas en andere melkproducten        | 816    | 27,2% | 9,7%                 | 34.9% A C D           | 12,6%              | 23.0% A C             | 55.8% A B C D    |
| Eieren                                    | 794    | 26,5% | 5,2%                 | 46.7% A C D           | 8,0%               | 18.9% A C             | 53.5% A C D      |
| Koffie                                    | 770    | 25,7% | 66.7% B C D E        | 8.9% E                | 36.7% B D E        | 13.3% E               | 2,7%             |
| Graanproducten, maïs, rijst, quinoa, .... | 738    | 24,6% | 36.8% B D E          | 27.0% E               | 30.2% E            | 24.6% E               | 4,4%             |
| Vlees                                     | 732    | 24,4% | 6,2%                 | 30.1% A C D           | 14.3% A            | 19.6% A               | 51.9% A B C D    |
| Chocolade/cacao                           | 693    | 23,1% | 59.8% B C D E        | 10.0% E               | 31.3% B D E        | 11.6% E               | 2,8%             |
| Aardappelen                               | 694    | 23,1% | 6,9%                 | 27.0% A C             | 7,2%               | 20.8% A C             | 53.8% A B C D    |
| Thee                                      | 445    | 14,8% | 36.9% B C D E        | 8.9% E                | 19.2% B D E        | 7.8% E                | 1,5%             |
| Kledij en andere textielproducten         | 398    | 13,3% | 15.8% B E            | 3.6% E                | 29.3% A B D E      | 16.5% B E             | 1,1%             |
| Confituur, honing en smeerpasta           | 341    | 11,4% | 15.3% C D            | 11,4%                 | 7,3%               | 7,5%                  | 15.4% C D        |
| Artisanale producten, decoratieproducten  | 292    | 9,7%  | 16.7% B D E          | 3,2%                  | 15.5% B D E        | 7.5% B                | 5,8%             |

Welke specifieke (soorten) producten associeert u het meest met <XXX> producten?

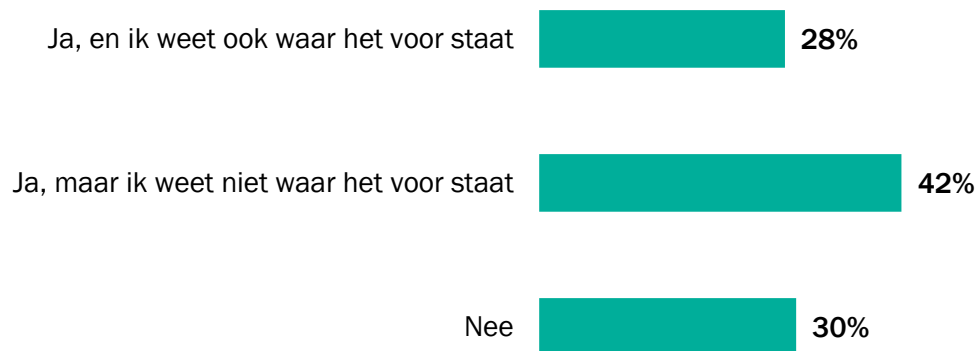
|   | Totaal |      | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000 | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Frisdranken of fruitsap                   | 251    | 8,4% | 14.9% B C D E        | 9.2% C                | 3,9%               | 7.8% C                | 6,0%             |
| Bier, wijn of andere alcoholische dranken | 234    | 7,8% | 11.0% B C D          | 4,8%                  | 3,9%               | 4,2%                  | 15.1% B C D      |
| Onderhouds- en schoonmaakproducten        | 229    | 7,6% | 1,2%                 | 7.0% A E              | 5.0% A E           | 24.4% A B C E         | 0,5%             |
| Vis                                       | 208    | 6,9% | 2,8%                 | 4,8%                  | 8.4% A             | 11.6% A B             | 7.0% A           |
| Verzorgingsproducten en cosmetica         | 188    | 6,3% | 1,9%                 | 2,5%                  | 12.0% A B E        | 13.1% A B E           | 1,8%             |
| Chips, noten en andere snacks             | 159    | 5,3% | 16.2% B C D E        | 2,1%                  | 4.7% D             | 1,5%                  | 2,0%             |
| Bloemen                                   | 127    | 4,2% | 1,8%                 | 3,3%                  | 4,5%               | 5.7% A                | 5.9% A           |
| Modeaccessoires                           | 103    | 3,4% | 2,0%                 | 1,1%                  | 9.7% A B D E       | 2,3%                  | 2,0%             |
| Koekjes, snoepgoed                        | 88     | 2,9% | 6.8% B C D E         | 1,6%                  | 2,7%               | 1,1%                  | 2,4%             |
| Smartphones                               | 50     | 1,7% | 0,7%                 | 0,3%                  | 4.7% A B E         | 2.7% B E              | 0,2%             |
| Juwelen                                   | 52     | 1,7% | 3.6% B D E           | 1,1%                  | 3.4% D E           | 0,2%                  | 0,4%             |
| Andere                                    | 20     | 0,7% | 0,4%                 | 0,2%                  | 0,9%               | 1,3%                  | 0,5%             |
| Geen van bovenstaande                     | 239    | 8,0% | 6,1%                 | 3,1%                  | 15.5% A B E        | 10.6% A B E           | 4,5%             |

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

Hebt u al **gehoord** over **fair trade producten**?



Hebt u al **gehoord** over **ethische producten**?

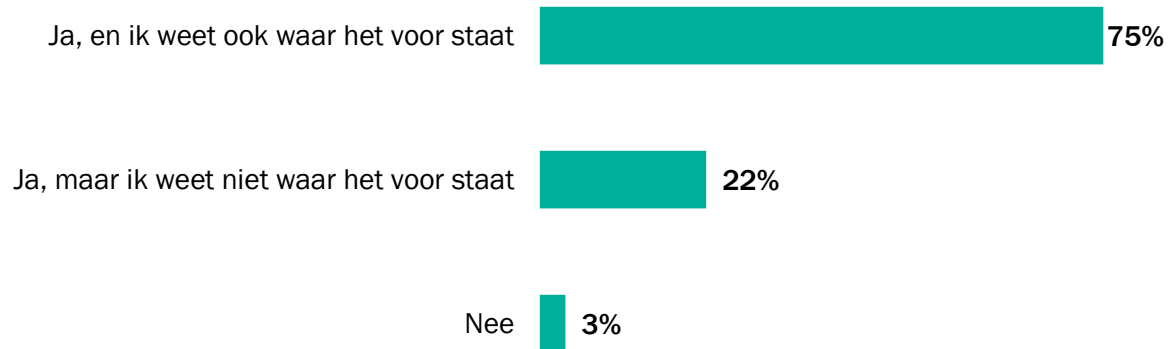




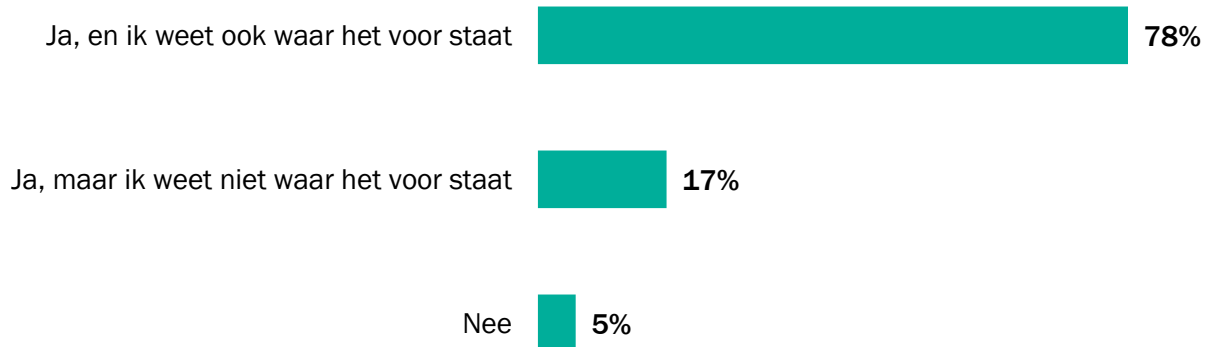
Hebt u al **gehoord** over **ecologische** producten?



Hebt u al **gehoord** over **biologische** producten?



Hebt u al **gehoord** over **lokale** producten?

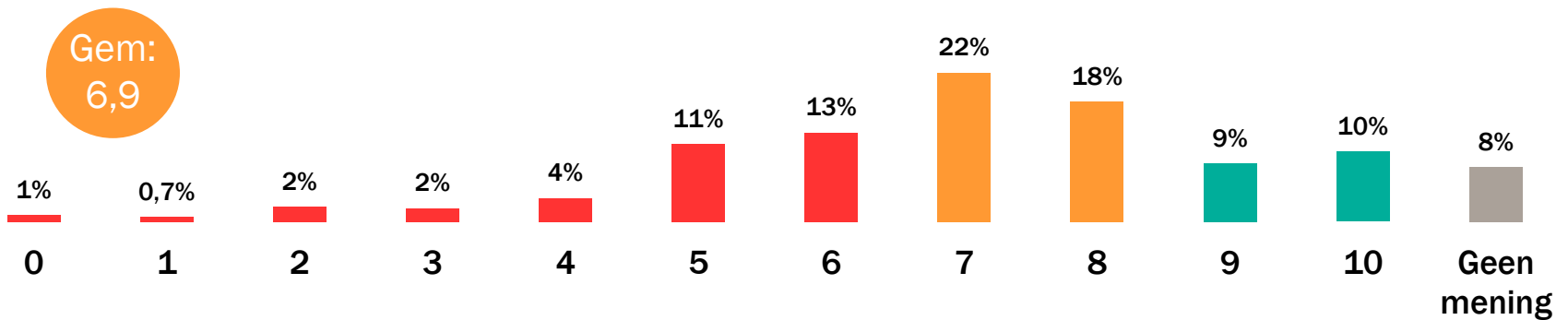


De Belg geeft aan duidelijker te weten wat met lokale, biologische en in iets mindere mate fair trade producten wordt bedoeld in vergelijking met ecologische en vooral ethische producten.

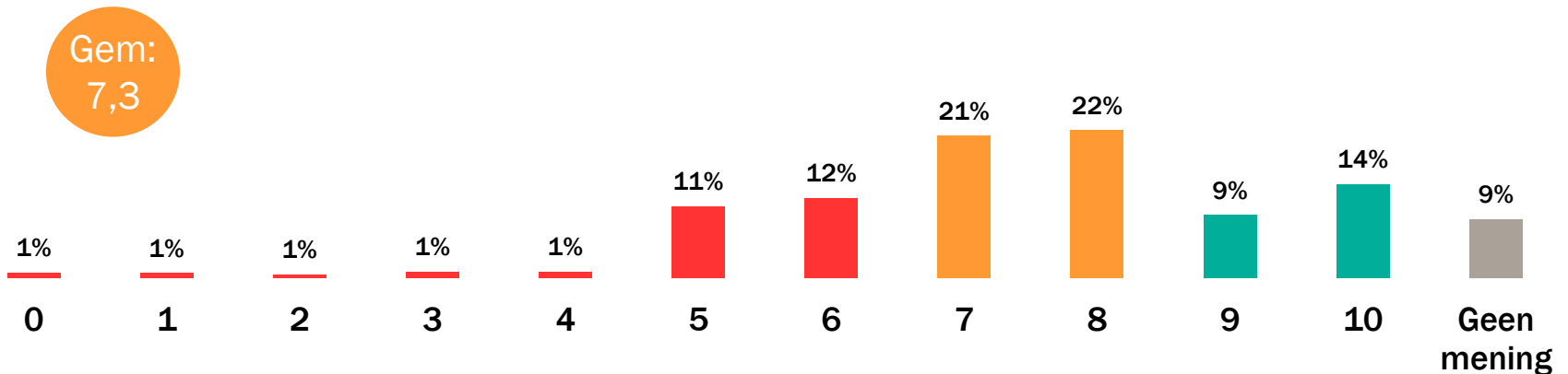
|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Ja, en ik weet ook waar het voor staat    | 1736   | 57,9% | 70.1% C D            | 74.7% C D             | 28,4%              | 38.3% C               | 78.0% A C D      |
| Ja, maar ik weet niet waar het voor staat | 916    | 30,5% | 25.3% E              | 22,0%                 | 41.9% A B E        | 46.5% A B E           | 17,0%            |
| Nee                                       | 347    | 11,6% | 4,6%                 | 3,4%                  | 29.7% A B D E      | 15.3% A B E           | 5,0%             |

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

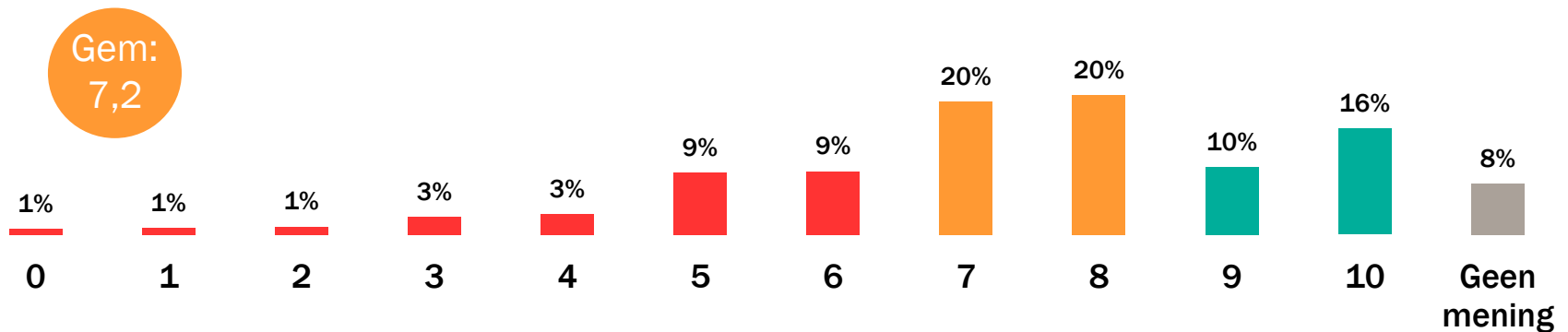
Hoe staat u in het algemeen tegenover fair trade producten? (0 = heel negatief, 10 = heel positief)



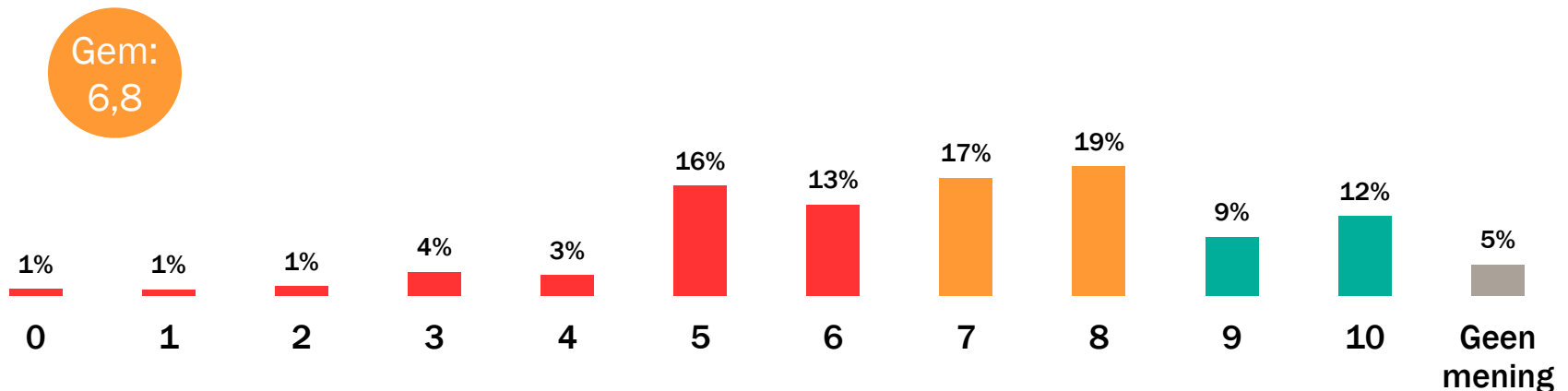
Hoe staat u in het algemeen tegenover ethische producten? (0 = heel negatief, 10 = heel positief)



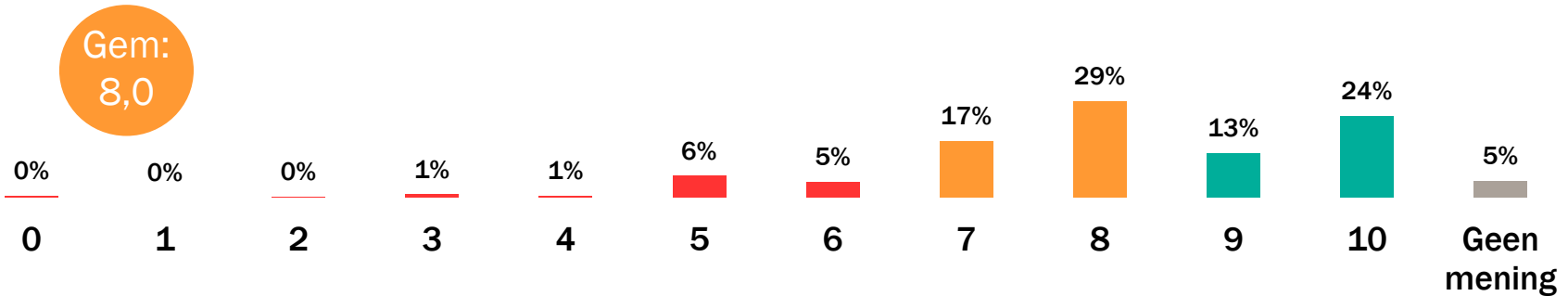
Hoe staat u in het algemeen tegenover ecologische producten? (0 = heel negatief, 10 = heel positief)



Hoe staat u in het algemeen tegenover biologische producten? (0 = heel negatief, 10 = heel positief)



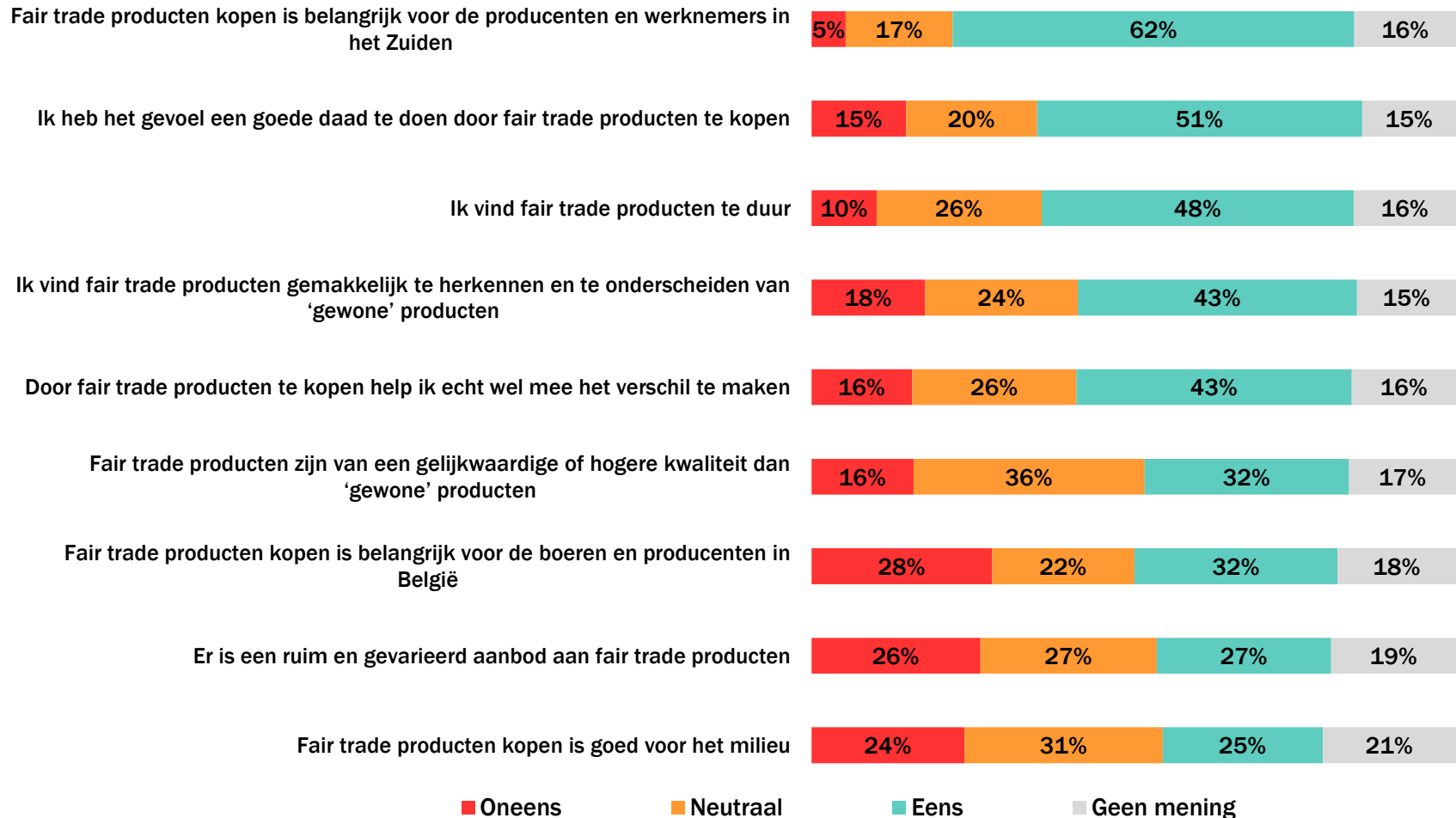
Hoe staat u in het algemeen tegenover lokale producten? (0 = heel negatief, 10 = heel positief)



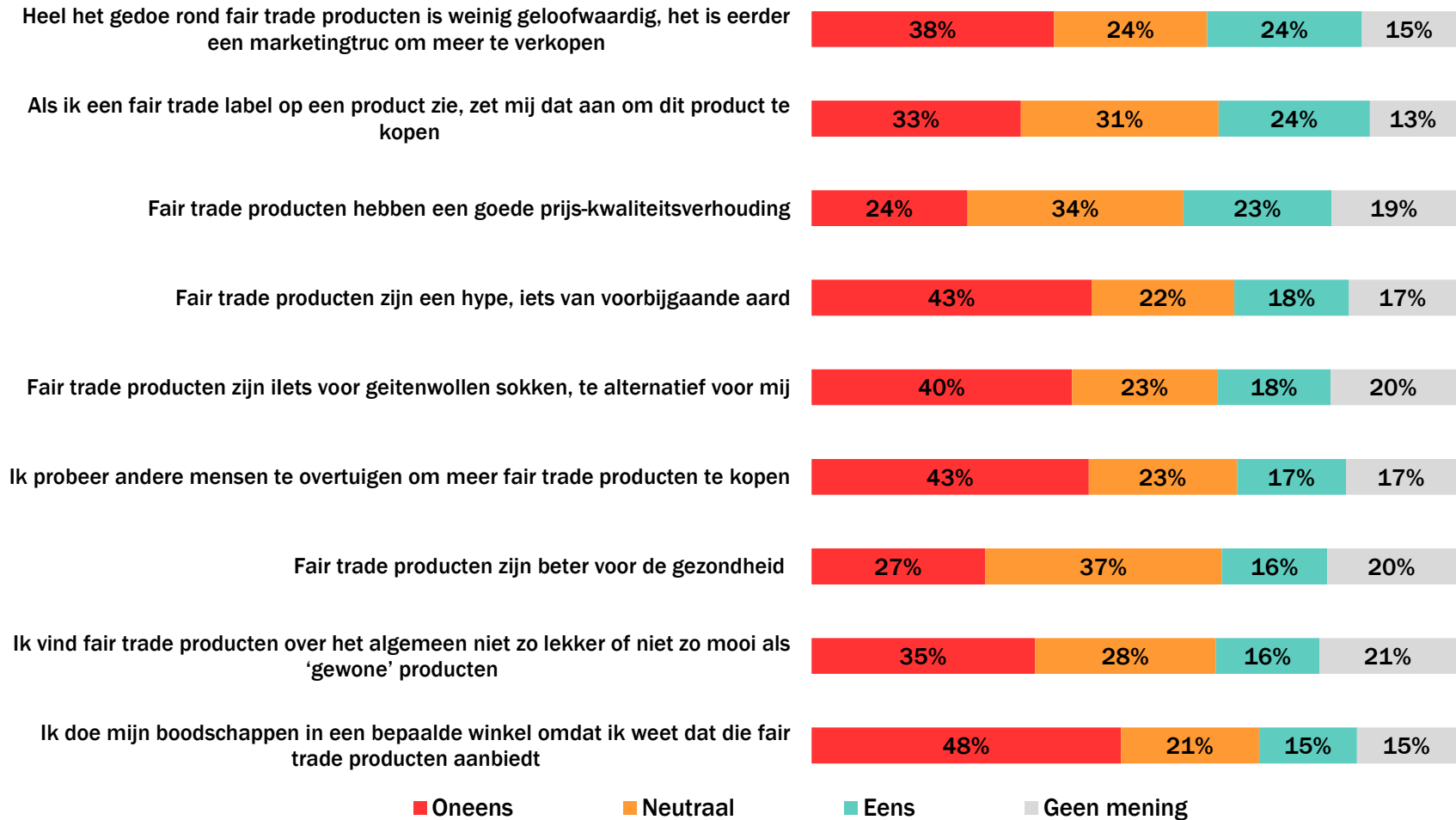
Lokale producten "scoren" het best. Ethische producten en ecologische producten liggen bij de Belgen significant beter dan fair trade producten en biologische producten.

|             | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|-------------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|             | N      | 3000  | (A) 600              | (B) 600               | (C) 600            | (D) 600               | (E) 600          |
| 0-4         | 202    | 6,7%  | 9.3% C E             | 9.8% C E              | 3,8%               | 8.7% C E              | 2,1%             |
| 5-6         | 633    | 21,1% | 24.6% E              | 29.4% C D E           | 22.2% E            | 18.4% E               | 10,9%            |
| 7-8         | 1217   | 40,6% | 39,4%                | 36,0%                 | 42,4%              | 39,9%                 | 45.1% B          |
| 9-10        | 746    | 24,9% | 18,8%                | 20,2%                 | 22,8%              | 25,5%                 | 37.0% A B C D    |
| Geen mening | 202    | 6,7%  | 8,0%                 | 4,6%                  | 8,6%               | 7,5%                  | 4,9%             |
| Gemiddelde  | 2798   | 7,3   | 6,9                  | 6,8                   | 7.3 A B            | 7.2 A B               | 8.0 A B C D      |

In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over fair trade producten?

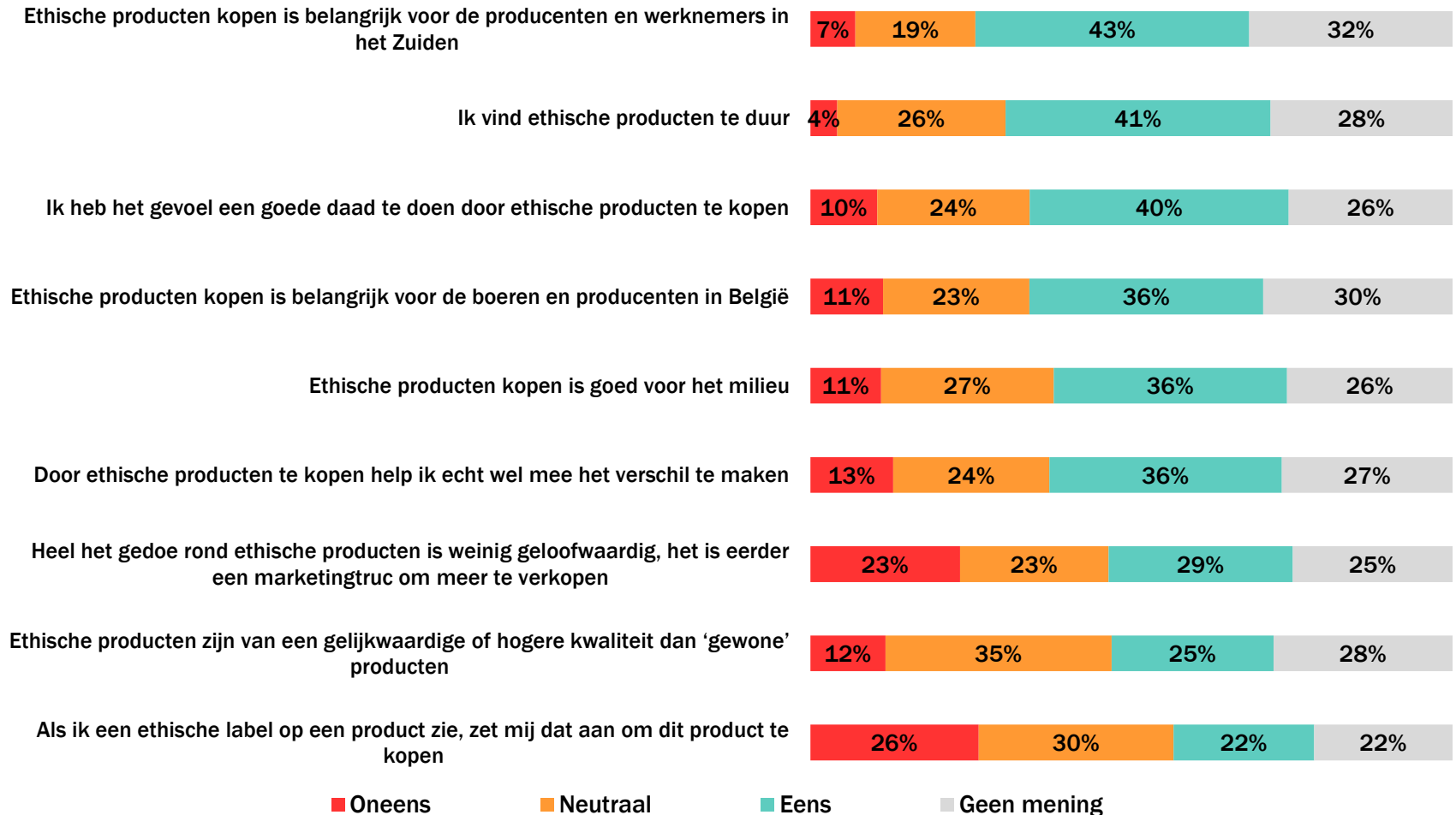


In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over fair trade producten?

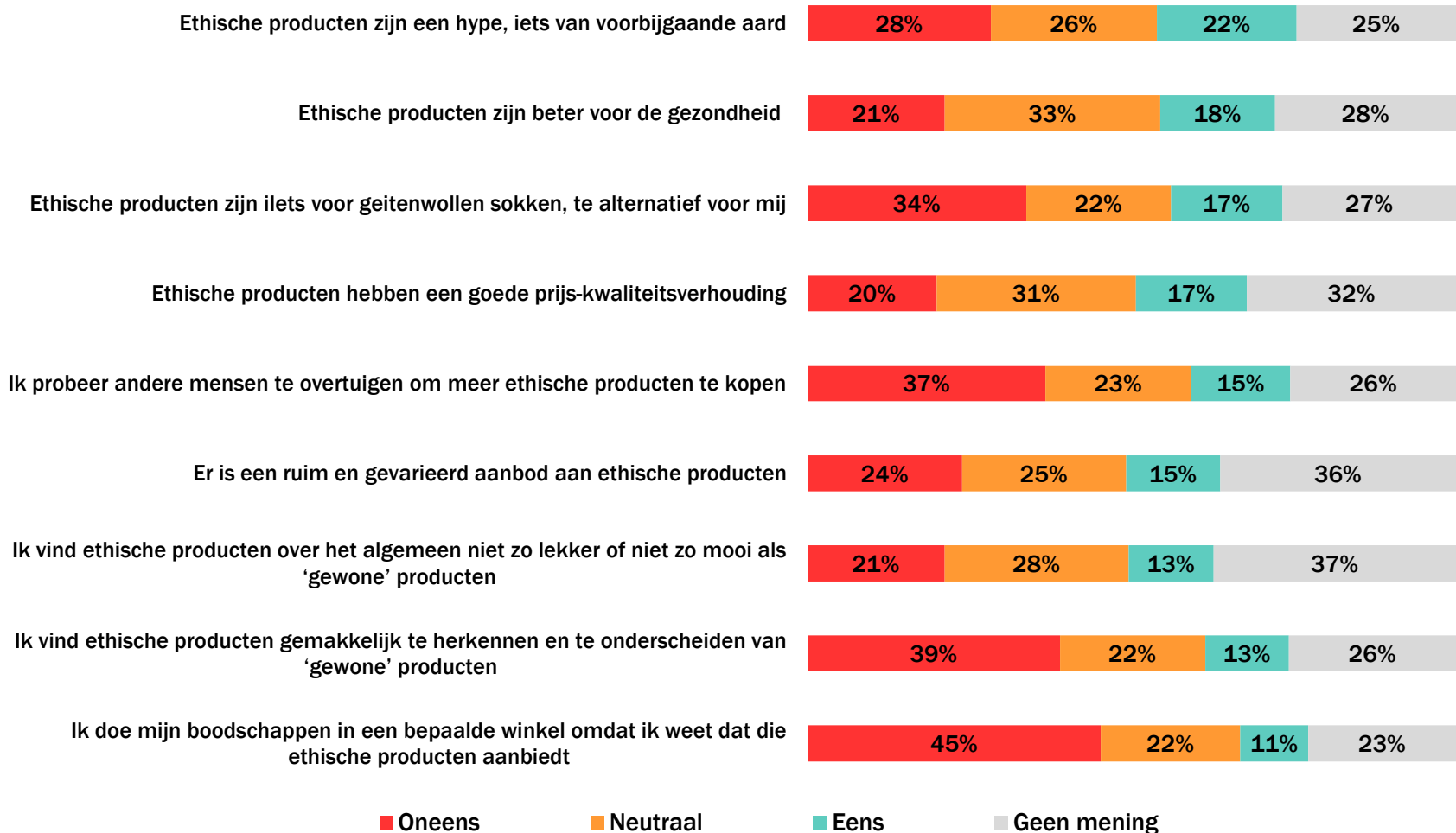




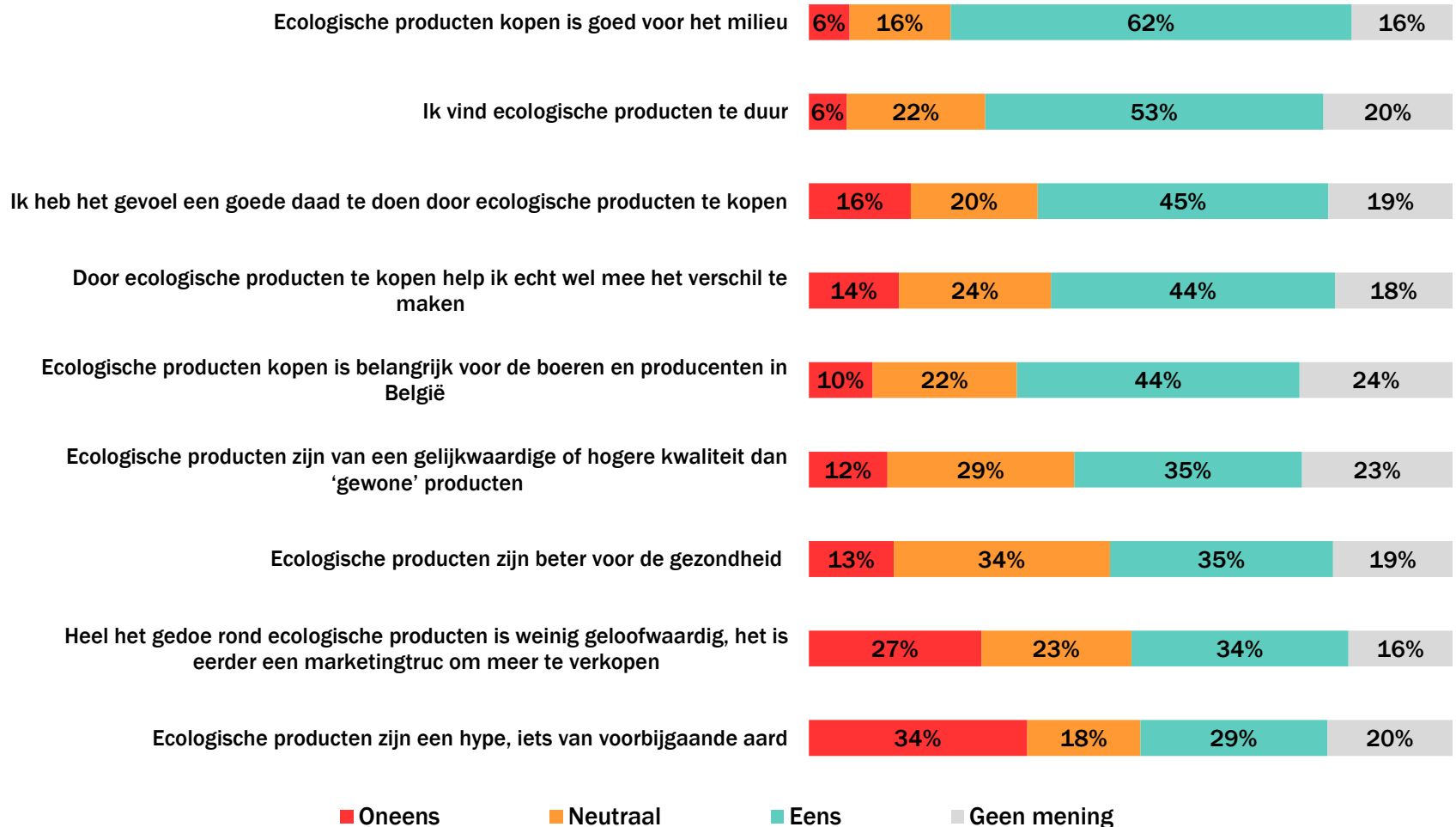
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over ethische producten?



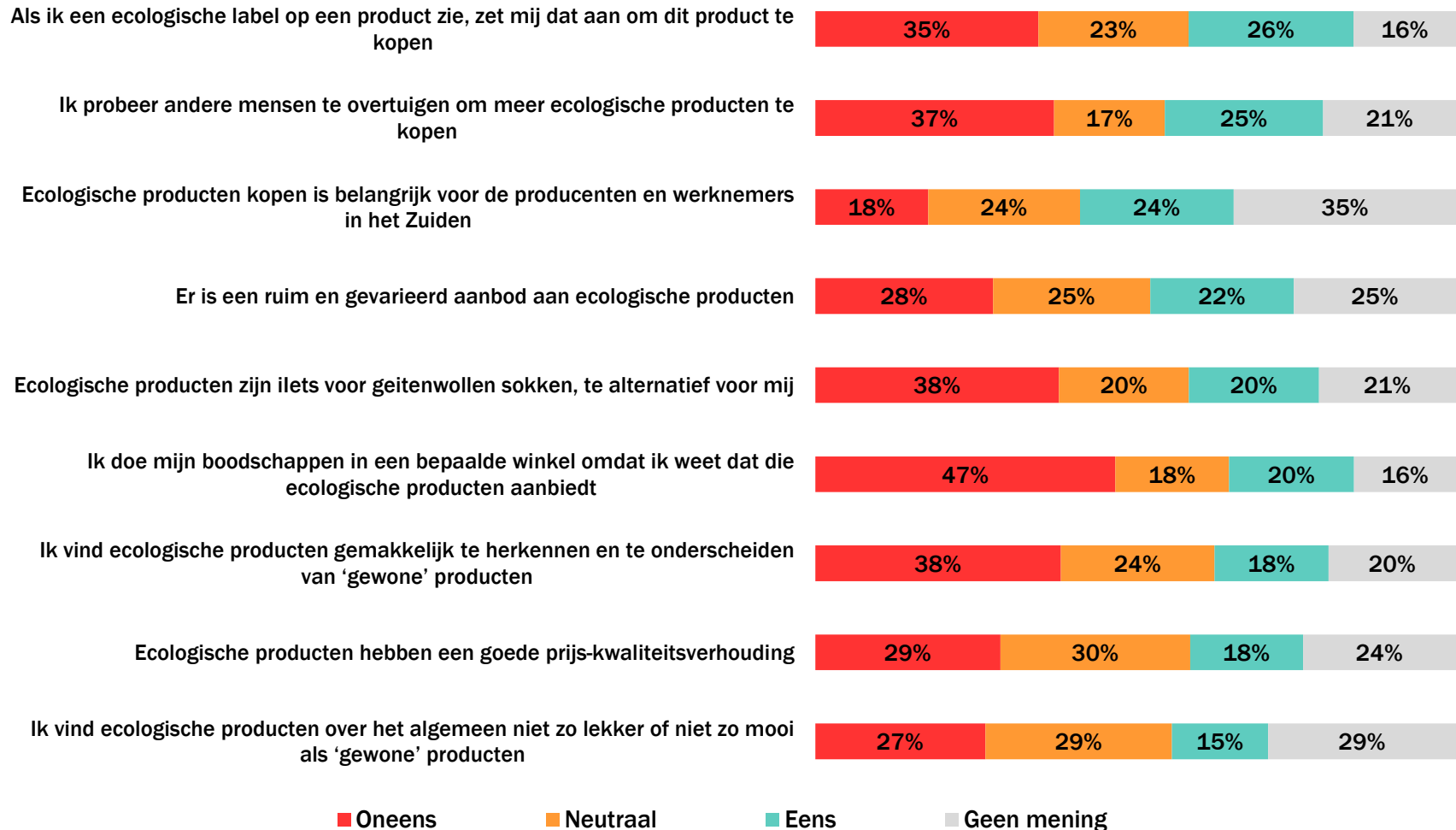
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over ethische producten?



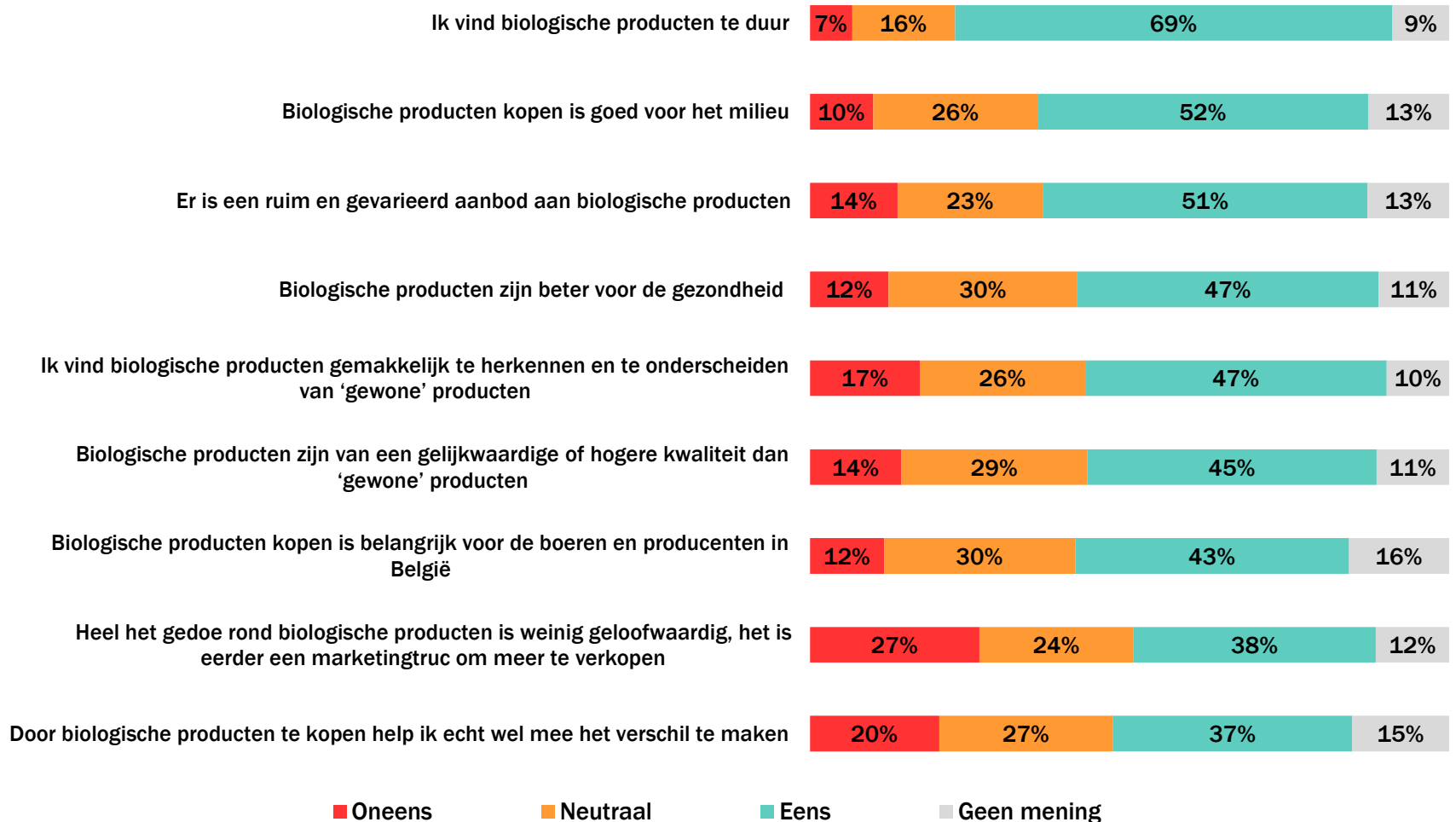
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over ecologische producten?



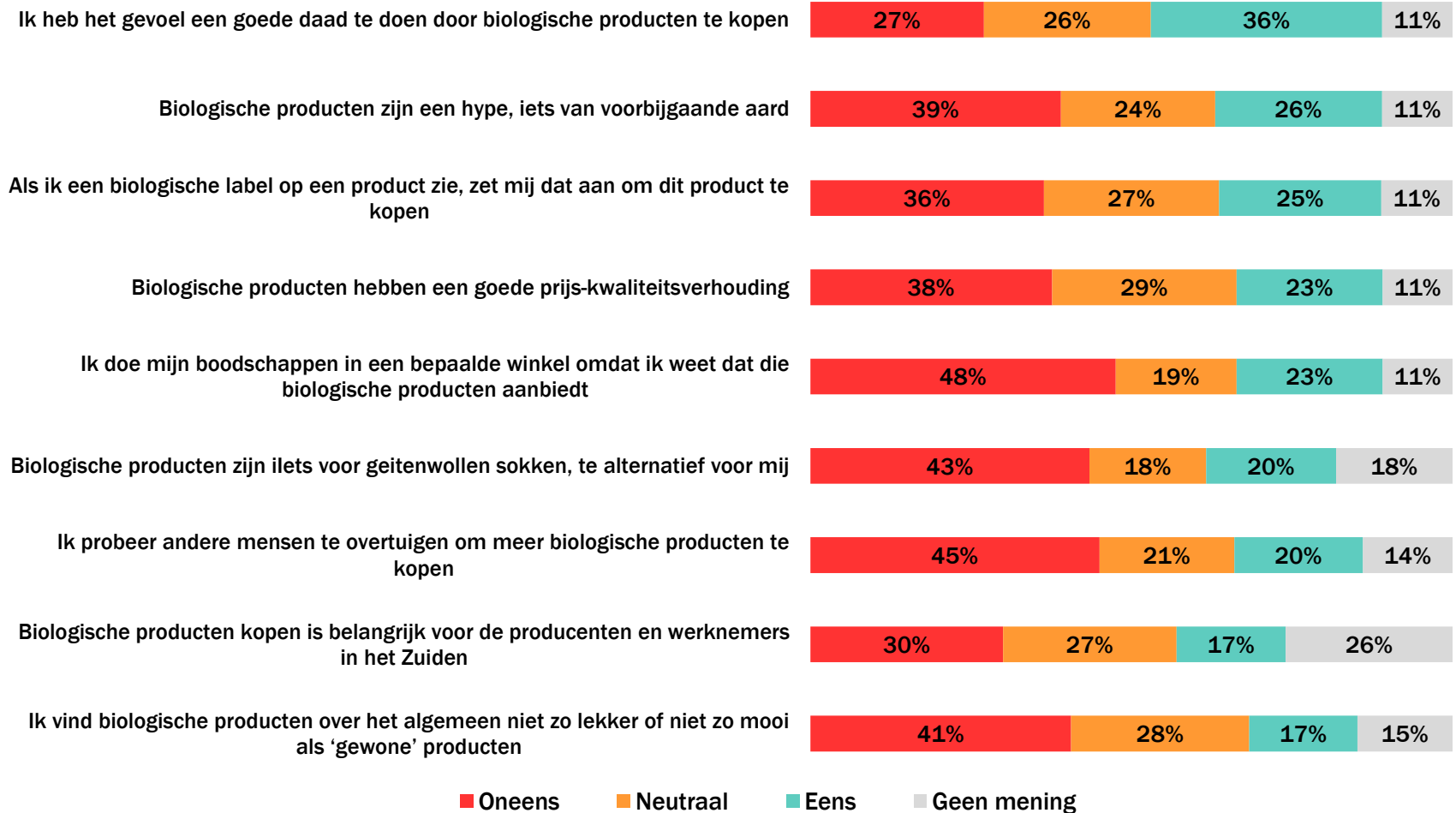
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over ecologische producten?



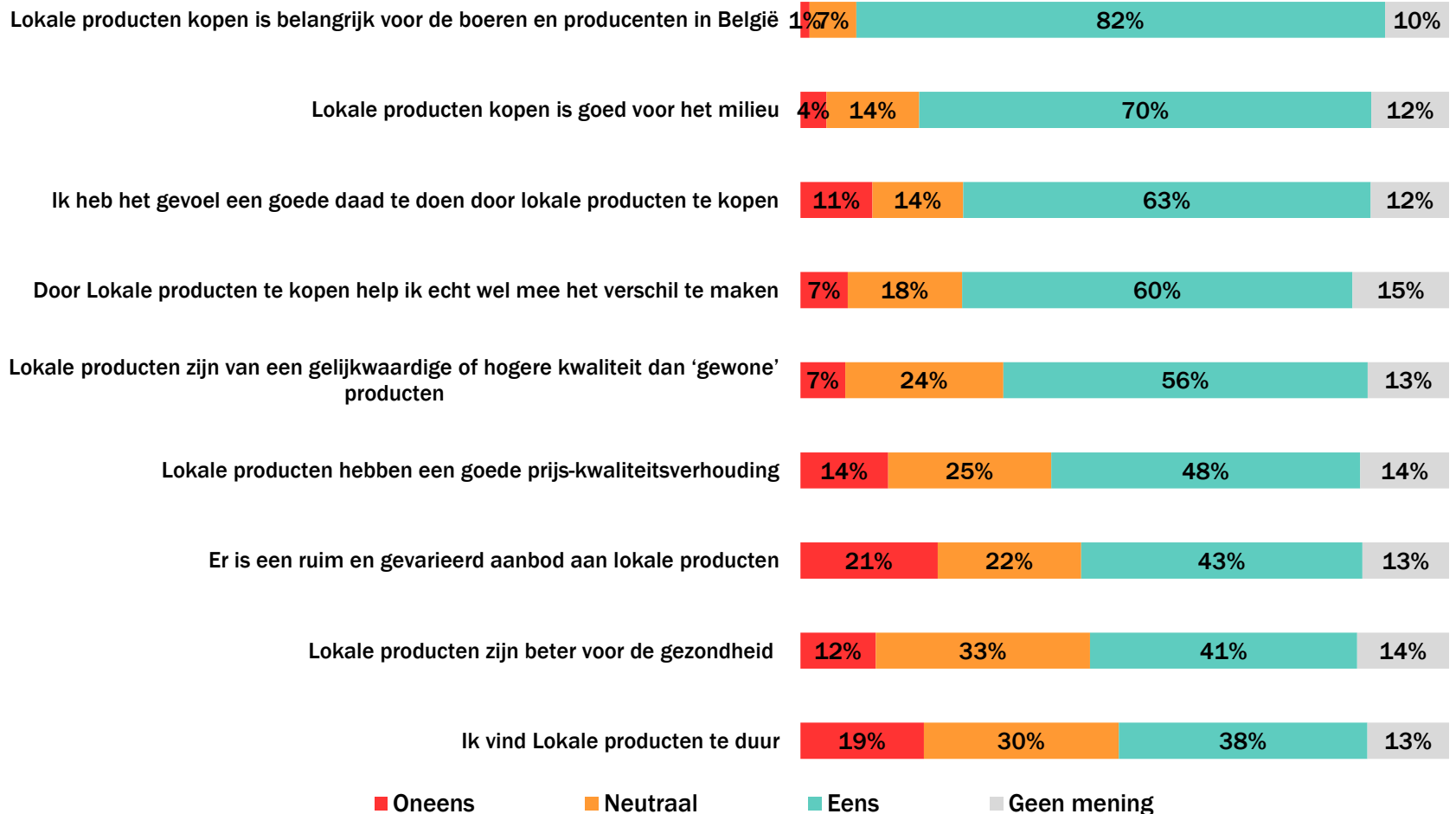
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over biologische producten?



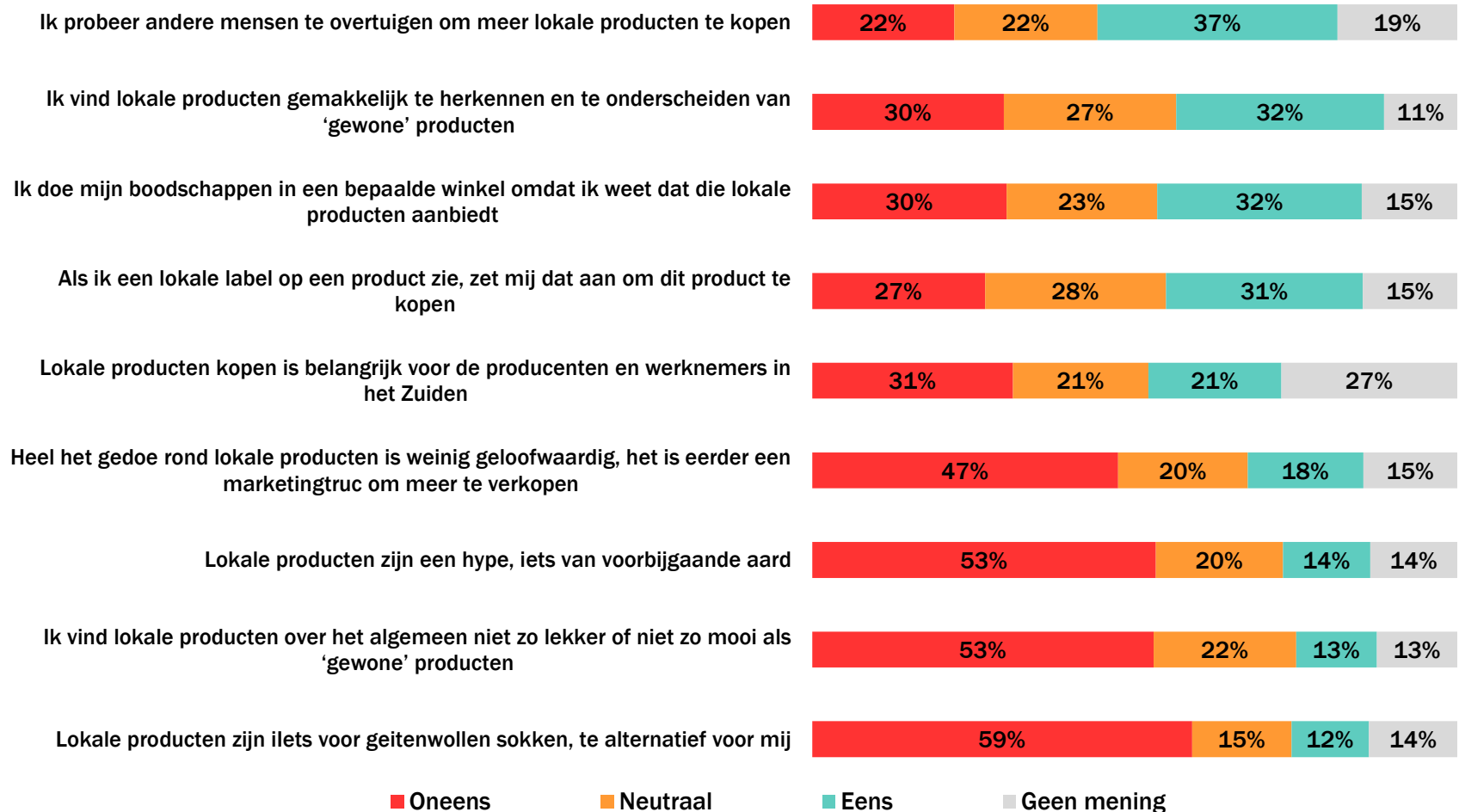
In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over biologische producten?



In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over lokale producten?



In welke mate bent u het **eens of oneens** met onderstaande uitspraken over lokale producten?





In welke mate bent u het eens of oneens met onderstaande uitspraken over <XXX> producten?

|  |             | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|-------------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  |             | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Ik vind XXX te duur  | Oneens      | 275    | 9,2%  | 10.1% C              | 6,6%                  | 4,2%               | 5,9%                  | 19.0% A B C D    |
|  | Neutraal    | 716    | 23,9% | 25.6% B              | 16,1%                 | 26.2% B            | 21,5%                 | 30.0% B D        |
|  | Eens        | 1494   | 49,8% | 48.4% E              | 68.5% A C D E         | 41,3%              | 52.5% C E             | 38,3%            |
|  | Geen mening | 515    | 17,2% | 15.9% B              | 8,9%                  | 28.4% A B D E      | 20.1% B E             | 12,6%            |
| XXX zijn van een gelijkwaardige of hogere kwaliteit dan 'gewone' producten | Oneens      | 365    | 12,2% | 15.8% E              | 14.3% E               | 11.7% E            | 12.2% E               | 6,9%             |
|  | Neutraal    | 920    | 30,7% | 35.8% E              | 29,1%                 | 35.2% E            | 29,0%                 | 24,4%            |
|  | Eens        | 1162   | 38,7% | 31,7%                | 45.2% A C D           | 25,2%              | 35.4% C               | 56.2% A B C D    |
|  | Geen mening | 552    | 18,4% | 16,6%                | 11,4%                 | 27.9% A B E        | 23.4% A B E           | 12,6%            |
| XXX hebben een goede prijs-kwaliteitsverhouding                            | Oneens      | 747    | 24,9% | 24.2% E              | 38.0% A C D E         | 19.9% E            | 28.9% C E             | 13,5%            |
|  | Neutraal    | 886    | 29,5% | 33.5% E              | 28,8%                 | 30,7%              | 29,6%                 | 25,1%            |
|  | Eens        | 768    | 25,6% | 23,0%                | 22,8%                 | 17,1%              | 17,6%                 | 47.6% A B C D    |
|  | Geen mening | 598    | 19,9% | 19.3% B              | 10,5%                 | 32.3% A B D E      | 23.9% B E             | 13,7%            |
| Er is een ruim en gevarieerd aanbod aan XXX                                | Oneens      | 676    | 22,5% | 26.2% B              | 13,7%                 | 23.8% B            | 27.7% B               | 21.2% B          |
|  | Neutraal    | 732    | 24,4% | 27,4%                | 22,7%                 | 25,3%              | 24,5%                 | 22,1%            |
|  | Eens        | 949    | 31,6% | 27.1% C              | 50.8% A C D           | 14,5%              | 22.4% C               | 43.4% A C D      |
|  | Geen mening | 644    | 21,5% | 19.4% B              | 12,8%                 | 36.4% A B D E      | 25.3% B E             | 13,4%            |
| Ik heb het gevoel een goede daad te doen door XXX te kopen                 | Oneens      | 474    | 15,8% | 14,7%                | 27.0% A C D E         | 10,4%              | 15,8%                 | 11,1%            |
|  | Neutraal    | 619    | 20,6% | 20.3% E              | 25.5% E               | 23.7% E            | 19,7%                 | 14,0%            |
|  | Eens        | 1409   | 47,0% | 50.5% B C            | 36,1%                 | 40,3%              | 45.1% B               | 62.8% A B C D    |
|  | Geen mening | 498    | 16,6% | 14,6%                | 11,4%                 | 25.5% A B E        | 19.3% B E             | 12,1%            |
| Ik probeer andere mensen te overtuigen om meer XXX te kopen                | Oneens      | 1106   | 36,9% | 43.0% E              | 45.4% C D E           | 36.7% E            | 37.3% E               | 22,0%            |
|  | Neutraal    | 638    | 21,3% | 23,0%                | 21,4%                 | 22,5%              | 17,3%                 | 22,2%            |
|  | Eens        | 681    | 22,7% | 16,9%                | 19,5%                 | 15,3%              | 24.7% A C             | 37.2% A B C D    |
|  | Geen mening | 575    | 19,2% | 17,1%                | 13,7%                 | 25.6% A B E        | 20.8% B               | 18,6%            |

In welke mate bent u het eens of oneens met onderstaande uitspraken over <XXX> producten?

|  |             | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|-------------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  |             | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Ik vind XXX over het algemeen niet zo lekker of niet zo mooi als 'gewone' producten                  | Oneens      | 1057   | 35,2% | 34.7% C D            | 40.9% C D             | 21,1%              | 26,5%                 | 52.9% A B C D    |
|  | Neutraal    | 811    | 27,0% | 28,0%                | 27,6%                 | 28,4%              | 29,1%                 | 22,1%            |
|  | Eens        | 440    | 14,7% | 16,1%                | 16,6%                 | 13,1%              | 15,0%                 | 12,5%            |
|  | Geen mening | 692    | 23,1% | 21.2% B E            | 14,9%                 | 37.4% A B D E      | 29.3% A B E           | 12,5%            |
| XXX zijn iets voor geitenwollen sokken, te alternatief voor mij                                      | Oneens      | 1286   | 42,9% | 40,4%                | 43.3% C               | 33,7%              | 38,0%                 | 58.8% A B C D    |
|  | Neutraal    | 592    | 19,7% | 22.6% E              | 18,0%                 | 22.3% E            | 20,3%                 | 15,4%            |
|  | Eens        | 523    | 17,4% | 17,5%                | 20.3% E               | 17,2%              | 20.3% E               | 12,0%            |
|  | Geen mening | 599    | 20,0% | 19,5%                | 18,4%                 | 26.8% A B E        | 21.4% E               | 13,7%            |
| XXX zijn een hype, iets van voorbijgaande aard   | Oneens      | 1188   | 39,6% | 43.4% C D            | 39.1% C               | 28,2%              | 33,9%                 | 53.2% A B C D    |
|  | Neutraal    | 654    | 21,8% | 22,1%                | 24,0%                 | 25.6% D            | 17,6%                 | 19,7%            |
|  | Eens        | 648    | 21,6% | 17,8%                | 26.2% A E             | 21.5% E            | 29.0% A C E           | 13,5%            |
|  | Geen mening | 510    | 17,0% | 16.6% B              | 10,7%                 | 24.6% A B E        | 19.5% B               | 13,5%            |
| Heel het gedoe rond XXX is weinig geloofwaardig, het is eerder een marketingtruc om meer te verkopen | Oneens      | 969    | 32,3% | 37.6% B C D          | 26,5%                 | 23,3%              | 26,8%                 | 47.4% A B C D    |
|  | Neutraal    | 686    | 22,9% | 23,7%                | 24,1%                 | 23,1%              | 23,3%                 | 20,1%            |
|  | Eens        | 854    | 28,5% | 24,0%                | 37.9% A C E           | 28.7% E            | 33.7% A E             | 17,9%            |
|  | Geen mening | 491    | 16,4% | 14,6%                | 11,5%                 | 24.9% A B D E      | 16,2%                 | 14,6%            |
| XXX zijn beter voor de gezondheid  | Oneens      | 511    | 17,0% | 27.0% B D E          | 12,3%                 | 21.1% B D E        | 13,2%                 | 11,6%            |
|  | Neutraal    | 996    | 33,2% | 36,7%                | 29,5%                 | 33,2%              | 33,6%                 | 33,0%            |
|  | Eens        | 942    | 31,4% | 16,4%                | 47.1% A C D           | 17,7%              | 34.7% A C             | 41.1% A C        |
|  | Geen mening | 551    | 18,4% | 20.0% B              | 11,1%                 | 27.9% A B D E      | 18.6% B               | 14,2%            |
| Als ik een label op een product zie, zet mij dat aan om dit product te kopen                         | Oneens      | 940    | 31,3% | 32,5%                | 36.3% C E             | 26,2%              | 34.8% C E             | 26,8%            |
|  | Neutraal    | 839    | 28,0% | 30.7% D              | 27,3%                 | 30,4%              | 23,4%                 | 28,1%            |
|  | Eens        | 759    | 25,3% | 23,5%                | 25,0%                 | 21,9%              | 25,7%                 | 30.5% C          |
|  | Geen mening | 462    | 15,4% | 13,4%                | 11,4%                 | 21.6% A B E        | 16,0%                 | 14,7%            |

Filter: geen

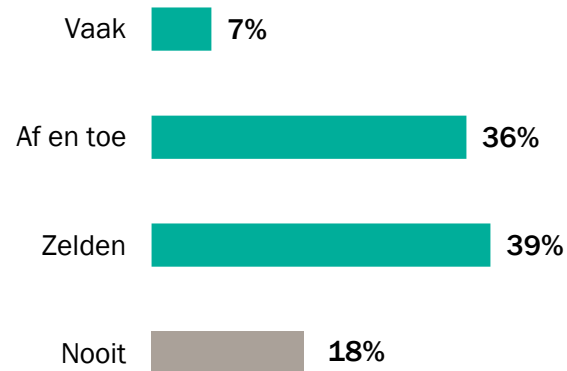
N: 3000 (600 per Split-run)

In welke mate bent u het eens of oneens met onderstaande uitspraken over <XXX> producten?

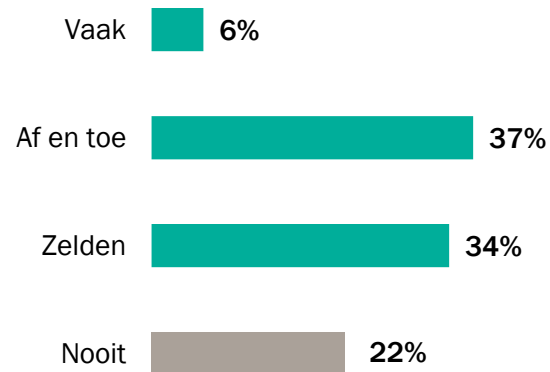
|  |             | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|-------------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  |             | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| XXX kopen is goed voor het milieu  | Oneens      | 330    | 11,0% | 23.7% B C D E        | 9.9% E                | 11.0% D E          | 6,3%                  | 4,0%             |
|  | Neutraal    | 681    | 22,7% | 30.8% D E            | 25.7% D E             | 26.9% D E          | 15,7%                 | 14,3%            |
|  | Eens        | 1469   | 49,0% | 24,8%                | 51.7% A C             | 36.3% A            | 62.3% A B C           | 69.7% A B C      |
|  | Geen mening | 521    | 17,4% | 20.7% B E            | 12,7%                 | 25.8% B D E        | 15,7%                 | 12,0%            |
| XXX kopen is belangrijk voor de producenten en werknemers in het Zuiden            | Oneens      | 545    | 18,2% | 5,3%                 | 29.9% A C D           | 7,0%               | 17.6% A C             | 31.1% A C D      |
|  | Neutraal    | 644    | 21,5% | 16,6%                | 27.4% A C             | 18,7%              | 23.7% A               | 21,0%            |
|  | Eens        | 997    | 33,2% | 62.3% B C D E        | 16,7%                 | 42.6% B D E        | 24.0% B               | 20,6%            |
|  | Geen mening | 813    | 27,1% | 15,8%                | 26.0% A               | 31.7% A            | 34.7% A B             | 27.3% A          |
| XXX kopen is belangrijk voor de boeren en producenten in België                    | Oneens      | 373    | 12,4% | 28.0% B C D E        | 11.6% E               | 11.3% E            | 9.9% E                | 1,4%             |
|  | Neutraal    | 627    | 20,9% | 22.1% E              | 29.9% A D E           | 22.8% E            | 22.4% E               | 7,2%             |
|  | Eens        | 1416   | 47,2% | 31,5%                | 42.8% A               | 36,4%              | 43.9% A               | 81.5% A B C D    |
|  | Geen mening | 584    | 19,5% | 18.4% E              | 15.7% E               | 29.5% A B E        | 23.8% B E             | 9,9%             |
| Door XXX te kopen help ik echt wel mee het verschil te maken                       | Oneens      | 420    | 14,0% | 15.6% E              | 20.2% C D E           | 12.9% E            | 14.0% E               | 7,3%             |
|  | Neutraal    | 709    | 23,6% | 25.5% E              | 27.2% E               | 24.3% E            | 23,6%                 | 17,6%            |
|  | Eens        | 1324   | 44,1% | 42,7%                | 37,4%                 | 36,2%              | 44,1%                 | 60.2% A B C D    |
|  | Geen mening | 547    | 18,2% | 16,2%                | 15,2%                 | 26.6% A B D E      | 18,3%                 | 14,9%            |
| Ik doe mijn boodschappen in een bepaalde winkel omdat ik weet dat die XXX aanbiedt | Oneens      | 1304   | 43,5% | 48.0% E              | 47.5% E               | 45.2% E            | 46.6% E               | 30,1%            |
|  | Neutraal    | 616    | 20,5% | 21,4%                | 18,6%                 | 21,5%              | 17,8%                 | 23,3%            |
|  | Eens        | 598    | 19,9% | 15,2%                | 22.6% A C             | 10,5%              | 19.6% C               | 31.7% A B C D    |
|  | Geen mening | 482    | 16,1% | 15,4%                | 11,3%                 | 22.8% A B D E      | 16,0%                 | 14,8%            |
| Ik vind XXX gemakkelijk te herkennen en te onderscheiden van 'gewone' producten    | Oneens      | 850    | 28,3% | 17,6%                | 17,2%                 | 38.9% A B E        | 38.3% A B E           | 29.7% A B        |
|  | Neutraal    | 735    | 24,5% | 23,7%                | 25,8%                 | 22,4%              | 24,0%                 | 26,7%            |
|  | Eens        | 920    | 30,7% | 43.3% C D E          | 47.1% C D E           | 12,9%              | 17,8%                 | 32.2% C D        |
|  | Geen mening | 494    | 16,5% | 15.4% B              | 9,8%                  | 25.8% A B E        | 19.9% B E             | 11,4%            |

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

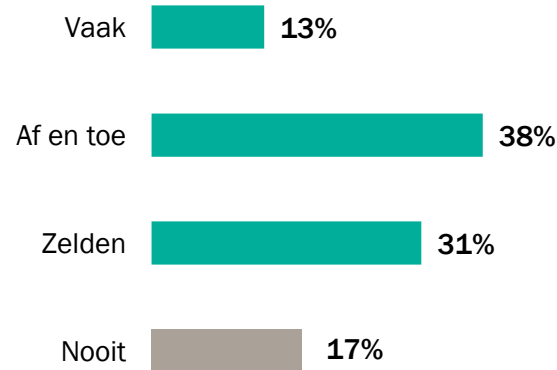
Hoe vaak koopt u **fair trade** producten?



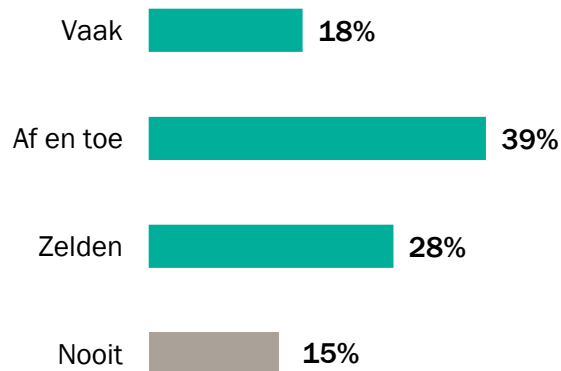
Hoe vaak koopt u **ethische** producten?



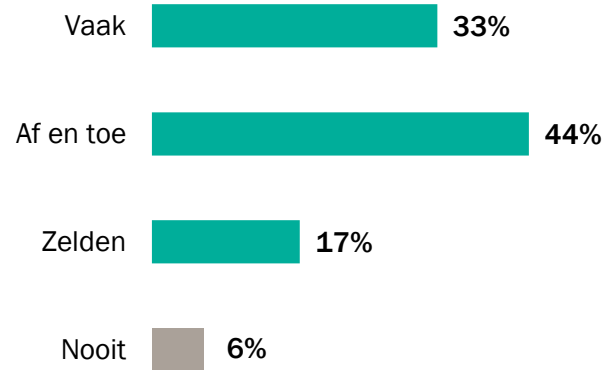
Hoe vaak koopt u **ecologische** producten?



Hoe vaak koopt u **biologische** producten?



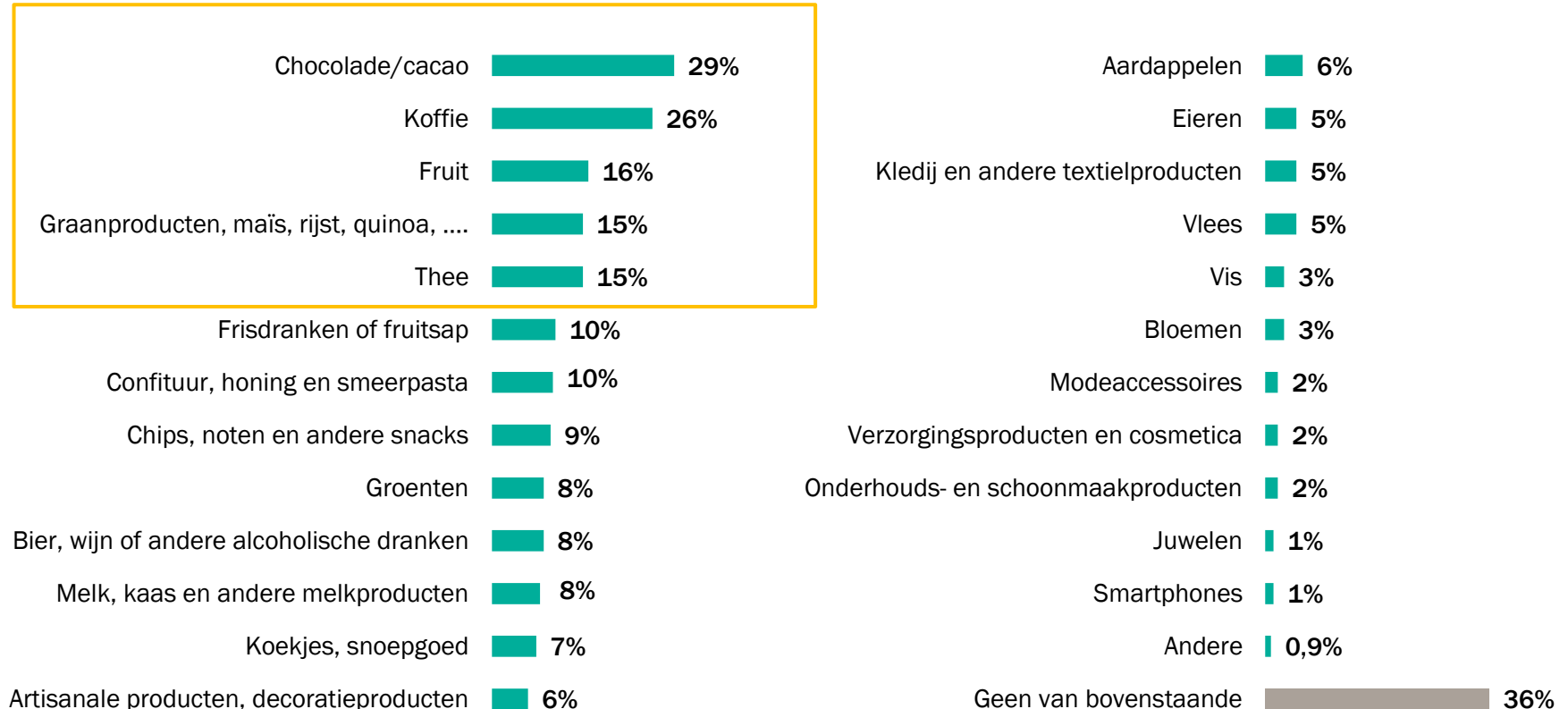
Hoe vaak koopt u lokale producten?



1 op de 3 Belgen zegt vaak lokale producten te kopen.

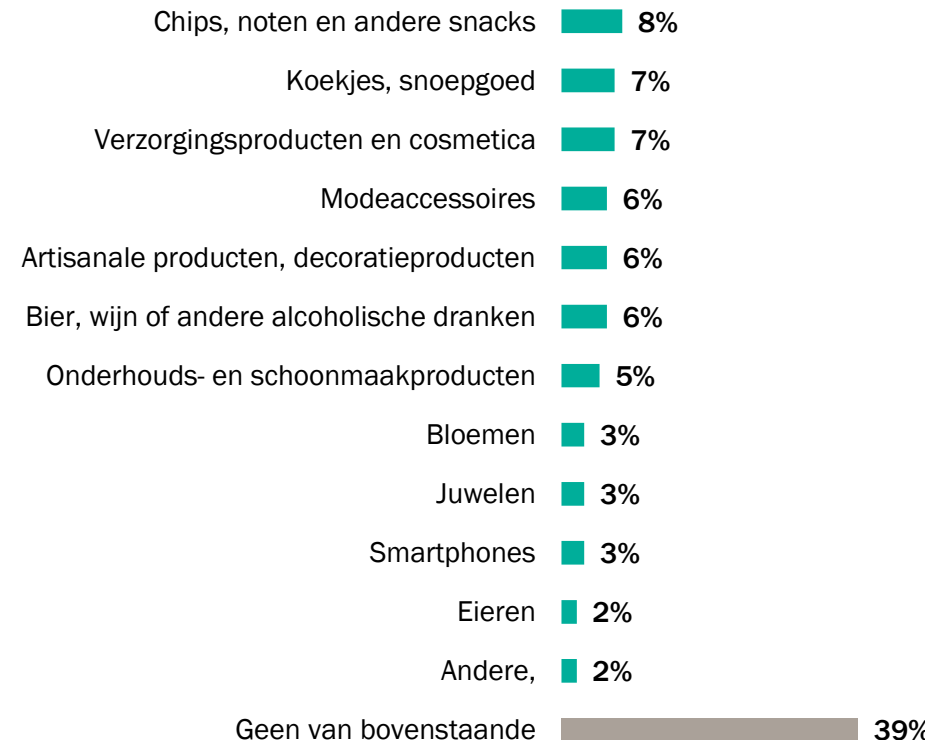
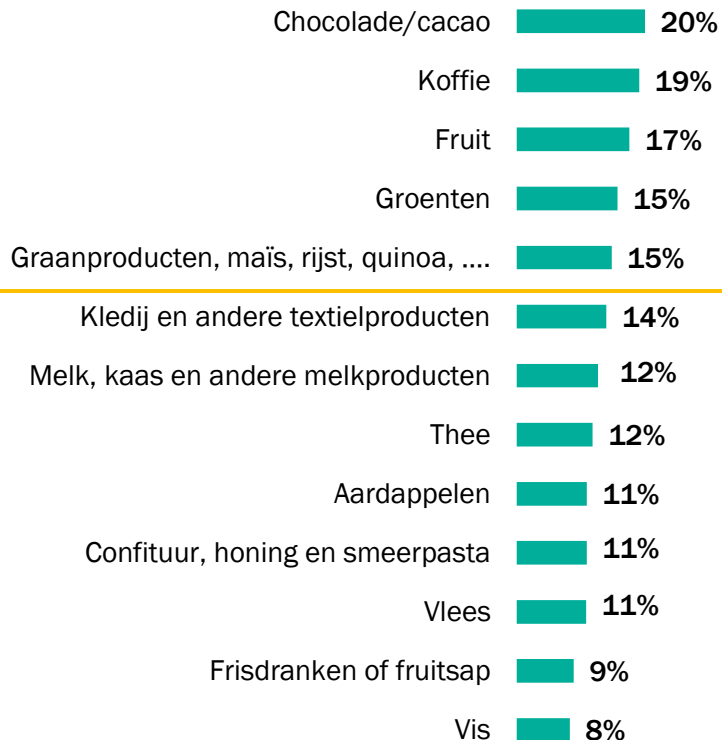
|           | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|-----------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|           | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Vaak      | 463    | 15,4% | 6,9%                 | 17,8% A C             | 6,0%               | 13,0% A C             | 33,4% A B C D    |
| Af en toe | 1167   | 38,9% | 36,4%                | 39,0%                 | 37,2%              | 38,3%                 | 43,6%            |
| Zelden    | 901    | 30,0% | 39,2% B D E          | 28,3% E               | 34,4% E            | 31,2% E               | 17,1%            |
| Nooit     | 469    | 15,6% | 17,6% E              | 15,0% E               | 22,4% B E          | 17,4% E               | 5,9%             |

Welke fair trade producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?

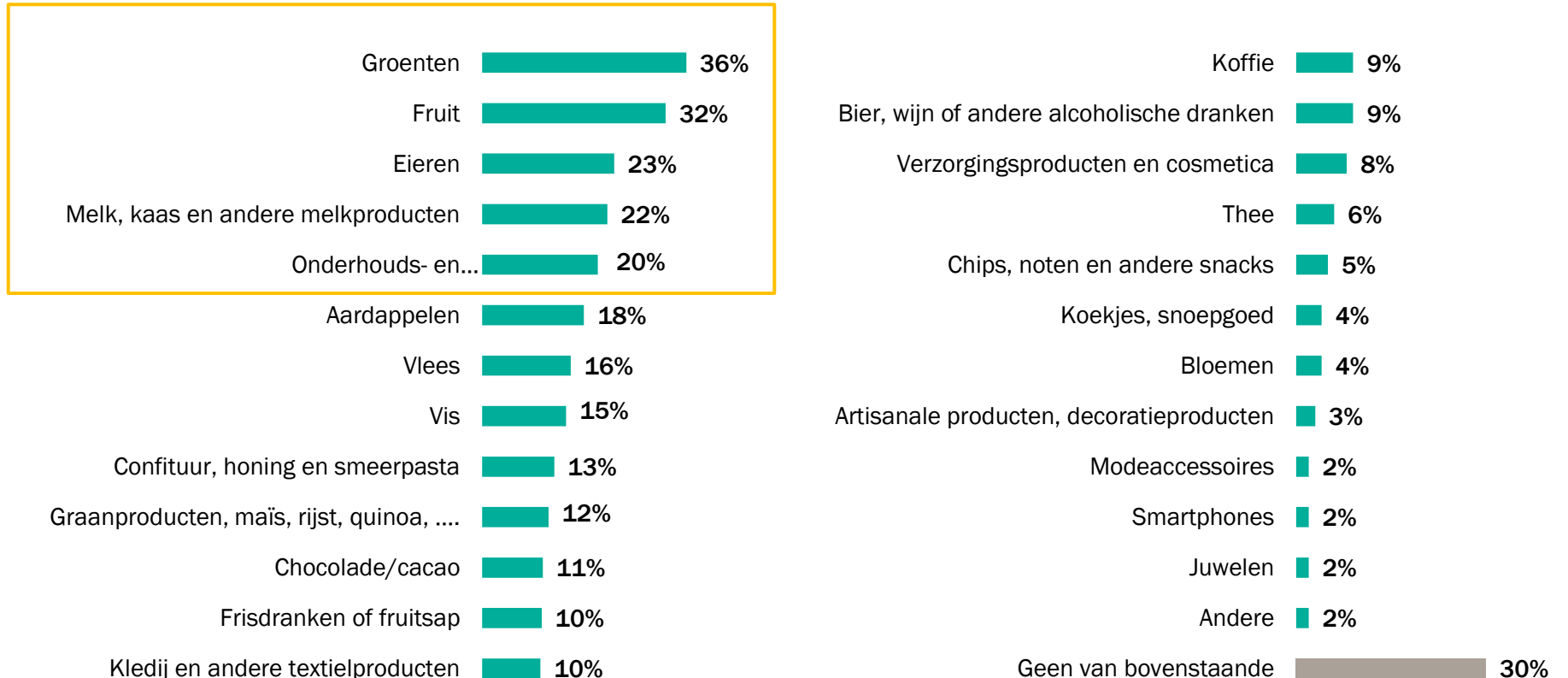




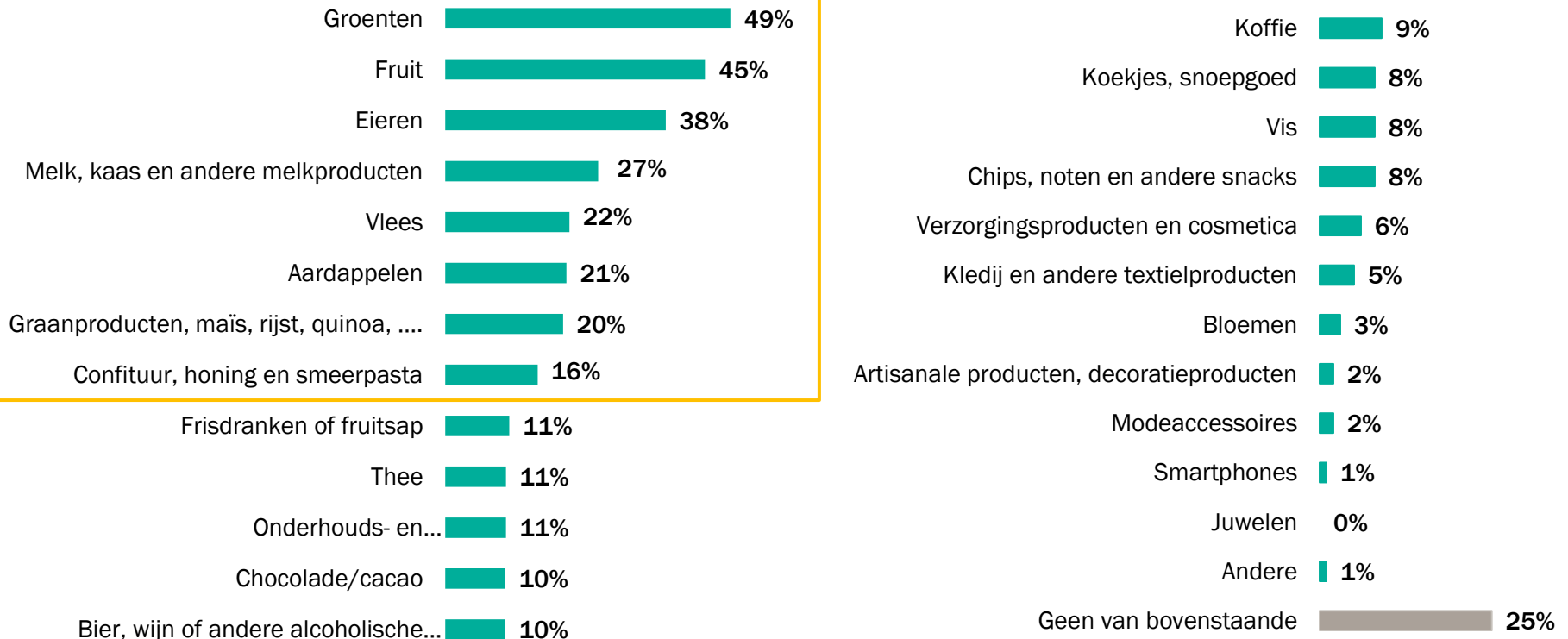
Welke ethische producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?



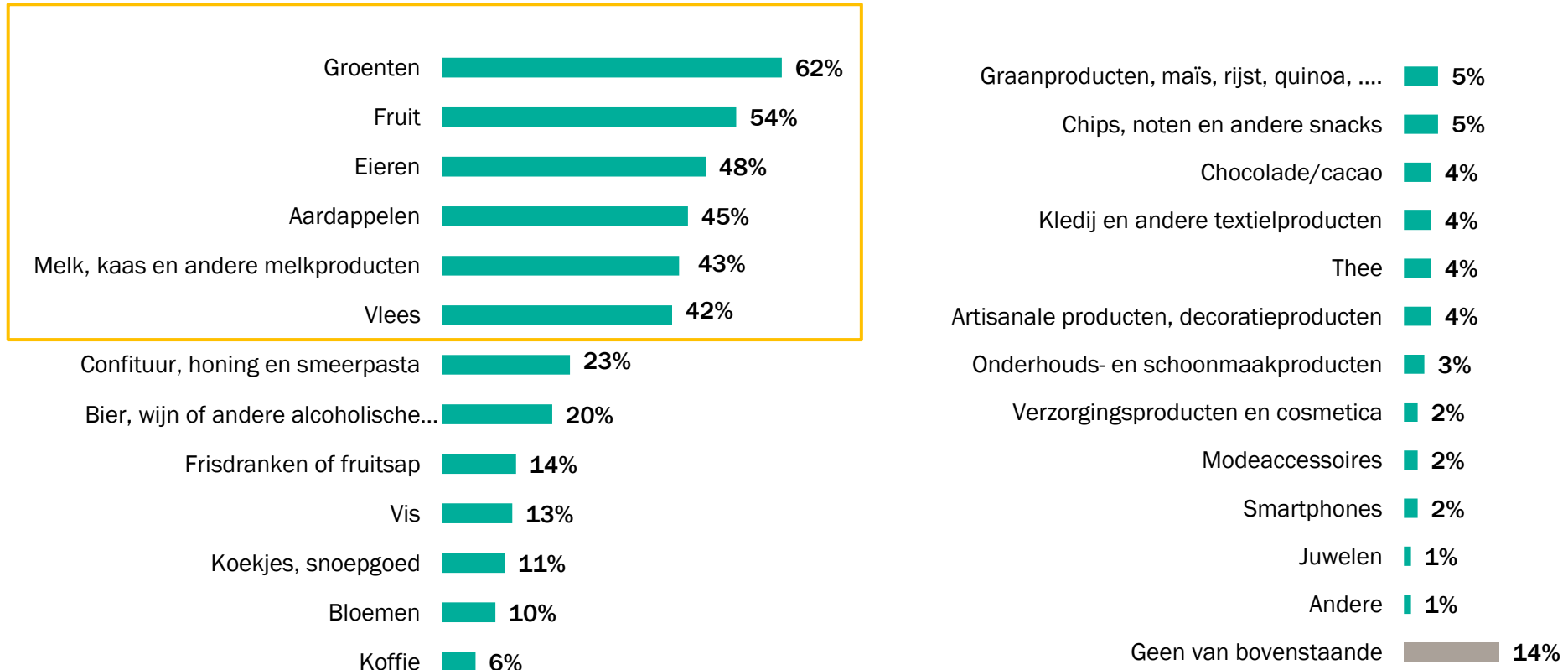
Welke ecologische producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?



Welke biologische producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?



Welke lokale producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?



Welke <XXX> producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?

|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Groenten                                  | 1024   | 34,1% | 8,3%                 | 49.4% A C D           | 15.4% A            | 35.7% A C             | 61.9% A B C D    |
| Fruit                                     | 980    | 32,7% | 15,5%                | 45.0% A C D           | 17,2%              | 32.1% A C             | 53.6% A B C D    |
| Eieren                                    | 752    | 25,1% | 5,3%                 | 38.2% A C D           | 10.8% A            | 23.1% A C             | 48.0% A B C D    |
| Melk, kaas en andere melkproducten        | 670    | 22,3% | 7,7%                 | 26.5% A C             | 12,4%              | 21.9% A C             | 43.2% A B C D    |
| Aardappelen                               | 599    | 20,0% | 5,6%                 | 21.0% A C             | 10.7% A            | 17.8% A C             | 44.8% A B C D    |
| Vlees                                     | 566    | 18,9% | 4,8%                 | 21.5% A C             | 10.6% A            | 15.5% A               | 41.9% A B C D    |
| Chocolade/cacao                           | 445    | 14,8% | 29.3% B C D E        | 10.4% E               | 19.6% B D E        | 10.6% E               | 4,3%             |
| Confituur, honing en smeerpasta           | 434    | 14,5% | 9,8%                 | 16.0% A               | 10,7%              | 12,6%                 | 23.3% A B C D    |
| Koffie                                    | 408    | 13,6% | 25.8% B C D E        | 8,6%                  | 18.7% B D E        | 8,8%                  | 6,1%             |
| Graanproducten, maïs, rijst, quinoa, ...  | 396    | 13,2% | 14.6% E              | 20.4% D E             | 14.5% E            | 11.6% E               | 4,9%             |
| Frisdranken of fruitsap                   | 324    | 10,8% | 10,2%                | 11,1%                 | 8,7%               | 10,4%                 | 13,5%            |
| Bier, wijn of andere alcoholische dranken | 317    | 10,6% | 8,3%                 | 10.4% C               | 5,7%               | 8,5%                  | 20.1% A B C D    |
| Thee                                      | 279    | 9,3%  | 14.6% D E            | 10.5% E               | 11.6% D E          | 6,1%                  | 3,6%             |

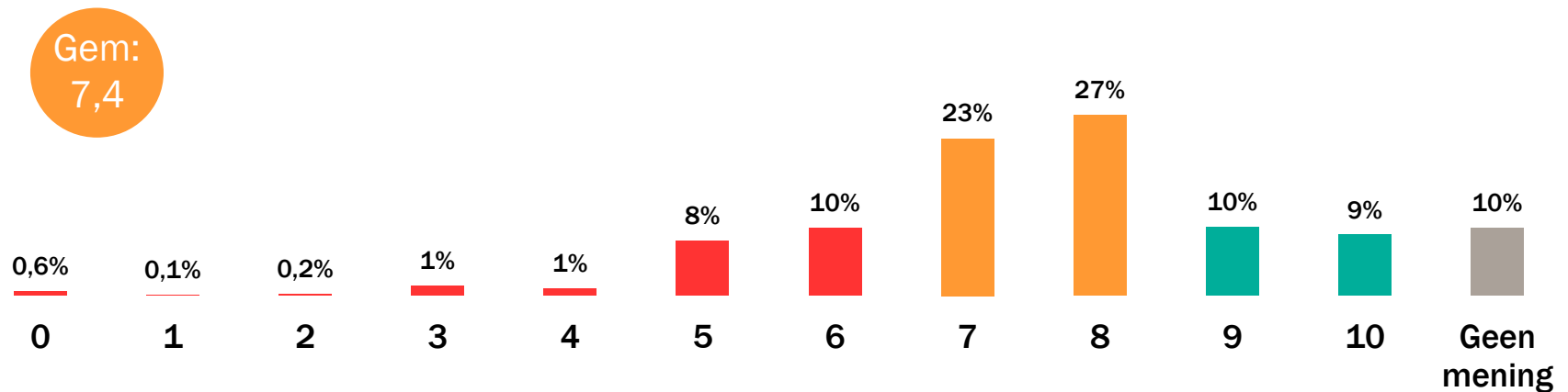
Welke <XXX> producten hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?

|  | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Vis                                      | 277    | 9,2%  | 2,8%                 | 7.7% A                | 8.1% A             | 14.7% A B C           | 12.8% A B        |
| Onderhouds- en schoonmaakproducten       | 243    | 8,1%  | 1,3%                 | 10.5% A C E           | 5.4% A             | 20.2% A B C E         | 3,2%             |
| Koekjes, snoepgoed                       | 225    | 7,5%  | 7,1%                 | 8.1% D                | 6,9%               | 4,0%                  | 11.4% D          |
| Kledij en andere textielproducten        | 225    | 7,5%  | 5,1%                 | 4,7%                  | 13.7% A B E        | 10.2% A B E           | 3,8%             |
| Chips, noten en andere snacks            | 207    | 6,9%  | 9.4% E               | 7,5%                  | 7,7%               | 5,3%                  | 4,7%             |
| Verzorgingsproducten en cosmetica        | 149    | 5,0%  | 1,8%                 | 5.7% A E              | 6.9% A E           | 8.2% A E              | 2,2%             |
| Bloemen                                  | 138    | 4,6%  | 2,6%                 | 3,4%                  | 3,4%               | 4,0%                  | 9.7% A B C D     |
| Artisanale producten, decoratieproducten | 122    | 4,1%  | 5.8% B               | 2,4%                  | 6.0% B D           | 2,7%                  | 3,5%             |
| Modeaccessoires                          | 79     | 2,6%  | 2,1%                 | 1,7%                  | 6.1% A B D E       | 1,8%                  | 1,5%             |
| Smartphones                              | 46     | 1,5%  | 0,9%                 | 0,8%                  | 3,0%               | 1,5%                  | 1,5%             |
| Juwelen                                  | 46     | 1,5%  | 1,3%                 | 0,3%                  | 3.4% B             | 1,5%                  | 1,2%             |
| Andere                                   | 43     | 1,4%  | 1,5%                 | 0,6%                  | 2,2%               | 1,7%                  | 1,3%             |
| Geen van bovenstaande                    | 868    | 28,9% | 36.4% B E            | 25.0% E               | 39.1% B D E        | 29.9% E               | 14,3%            |

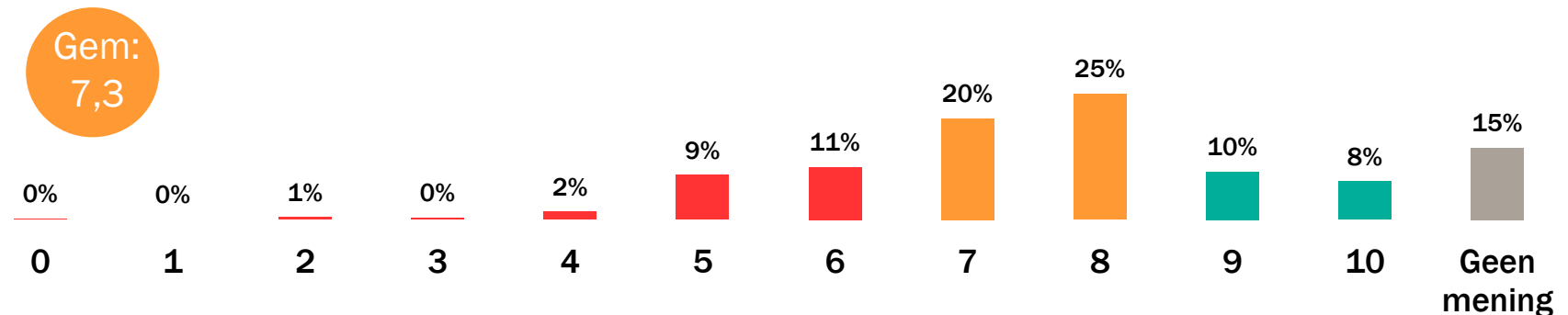
# Aankoop van producten

## Tevredenheid

Hoe tevreden bent u over de **fair trade** producten die u al eens gekocht hebt? (0 = heel ontevreden, 10 = heel tevreden)



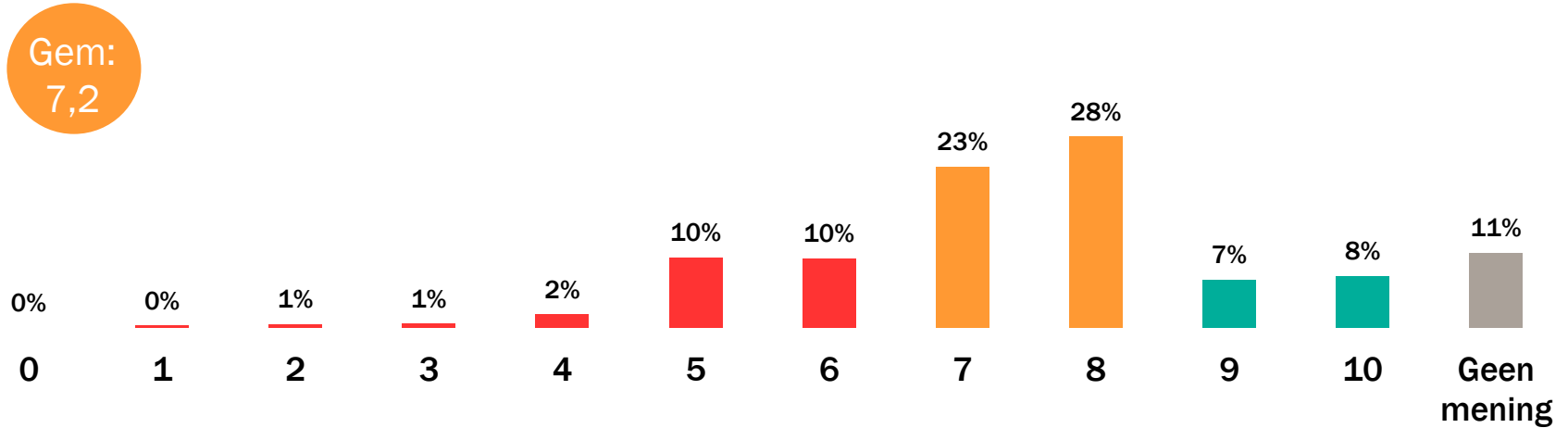
Hoe tevreden bent u over de **ethische** producten die u al eens gekocht hebt? (0 = heel ontevreden, 10 = heel tevreden)



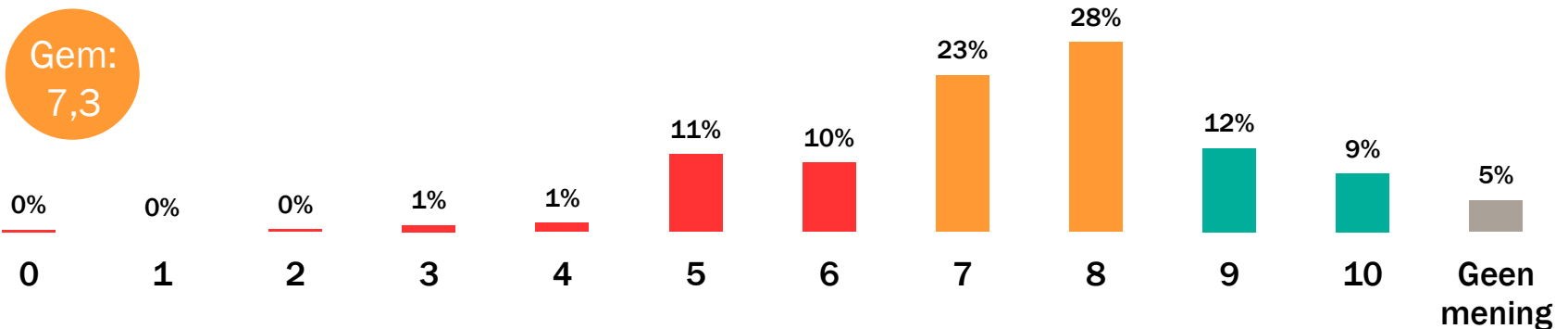
Filter: indien producttype wordt gekocht

N: 495 (fair trade producten) / N: 466 (ethische producten)

Hoe tevreden bent u over de **ecologische** producten die u al eens gekocht hebt? (0 = heel ontevreden, 10 = heel tevreden)



Hoe tevreden bent u over de **biologische** producten die u al eens gekocht hebt? (0 = heel ontevreden, 10 = heel tevreden)

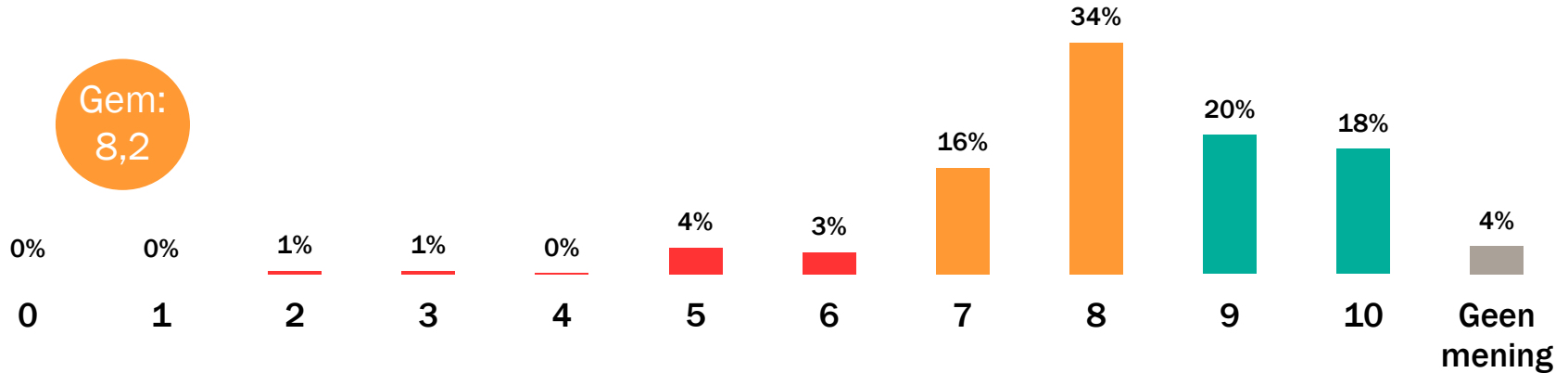


Filter: indien producttype wordt gekocht

N: 496 (ecologische producten) / N: 510 (biologische producten)



Hoe tevreden bent u over de lokale producten die u al eens gekocht hebt? (0 = heel ontevreden, 10 = heel tevreden)

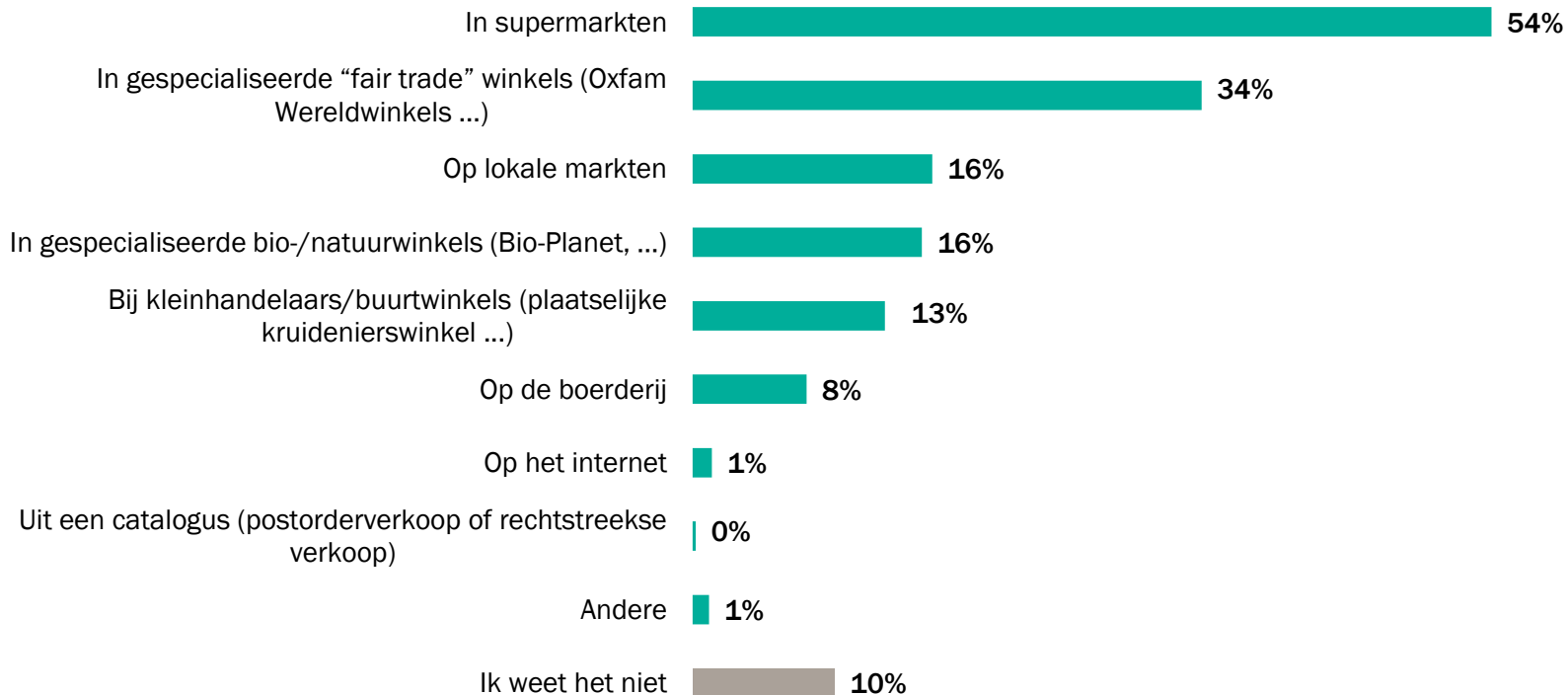


De tevredenheid over aankopen is vergelijkbaar voor 4 van de 5 producttypes, maar ligt gevoelig hoger als het gaat om lokale producten.

|             | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|-------------|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|             | N      | 2531  | (A) 495              | (B) 510               | (C) 466            | (D) 469               | (E) 565          |
| 0-4         | 68     | 2,7%  | 3,4%                 | 3,1%                  | 2,7%               | 3,3%                  | 1,2%             |
| 5-6         | 430    | 17,0% | 18,0% E              | 21,4% E               | 19,6% E            | 20,3% E               | 7,0%             |
| 7-8         | 1246   | 49,3% | 49,6%                | 50,3%                 | 45,7%              | 51,1%                 | 49,2%            |
| 9-10        | 569    | 22,5% | 19,0%                | 20,6%                 | 17,4%              | 14,4%                 | 38,4% A B C D    |
| Geen mening | 217    | 8,6%  | 9,9% B E             | 4,6%                  | 14,5% B E          | 10,9% B E             | 4,1%             |
| Gemiddelde  | 2314   | 7,5   | 7,4                  | 7,3                   | 7,3                | 7,2                   | 8,2 A B C D      |

Filter: indien producttype wordt gekocht  
N: 565 (lokale producten)

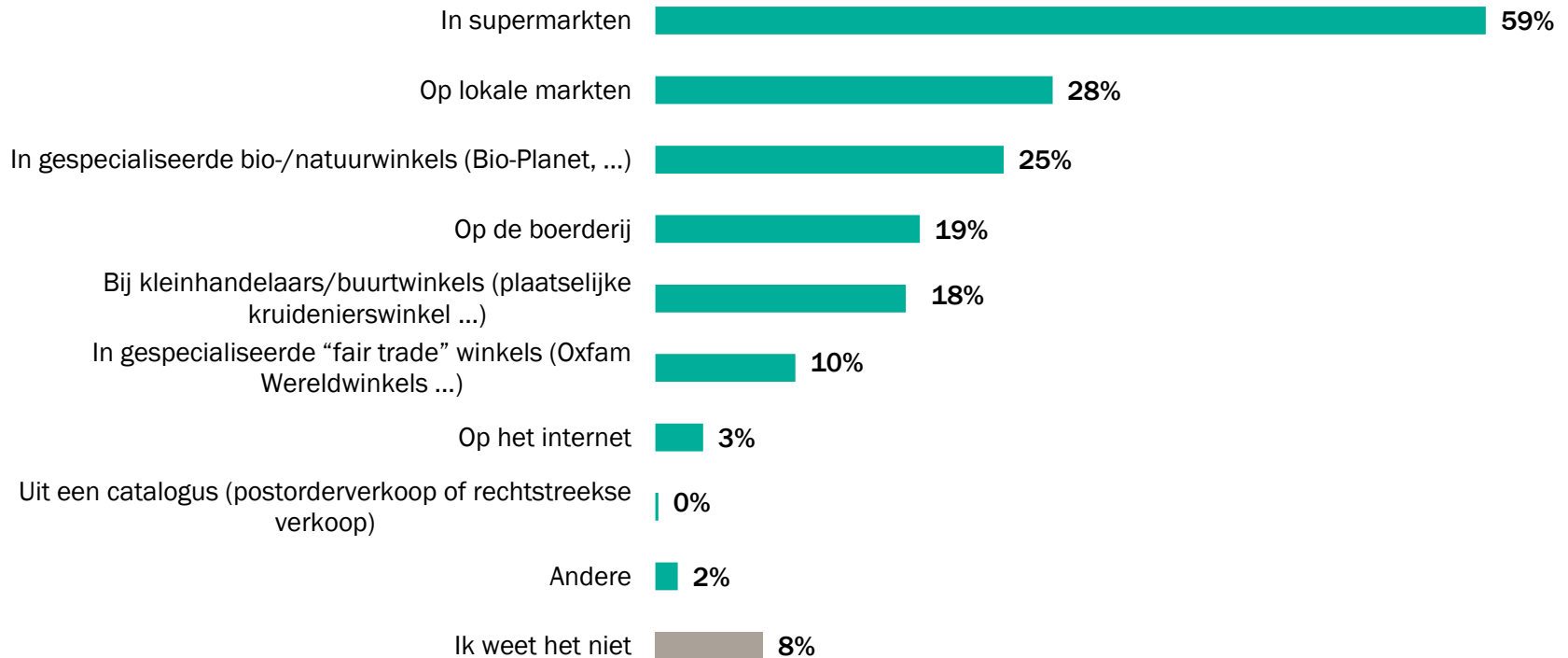
### Waar koopt u meestal fair trade producten?



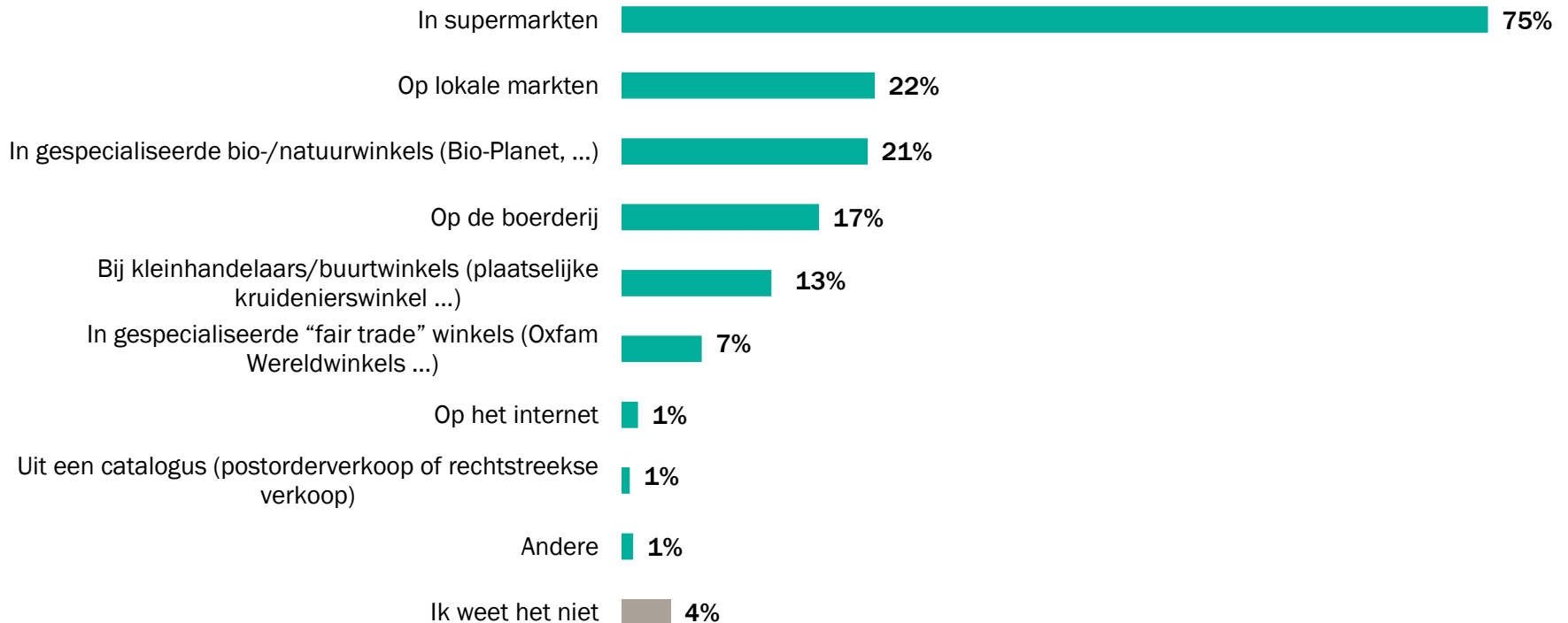
Waar koopt u meestal **ethische** producten?



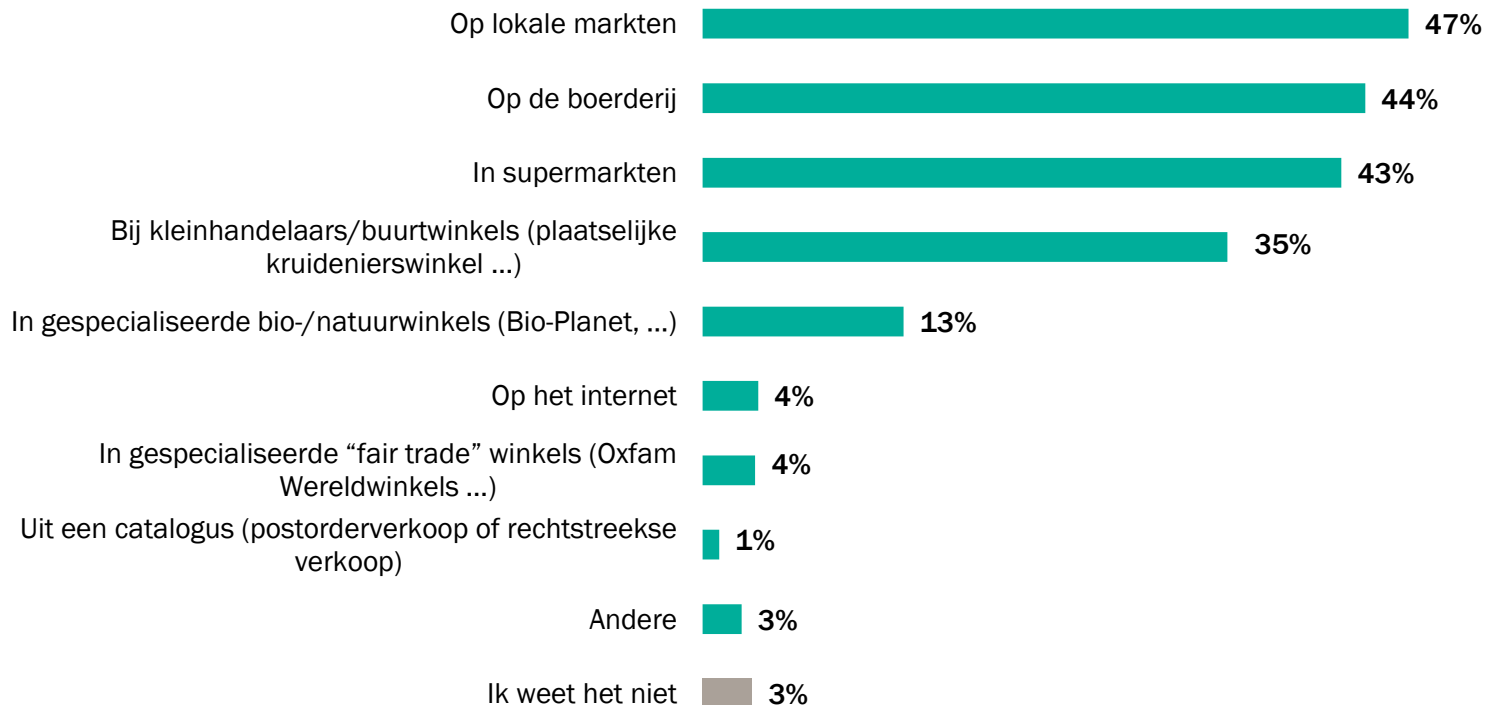
Waar koopt u meestal **ecologische** producten?



Waar koopt u meestal biologische producten?



Waar koopt u meestal lokale producten?

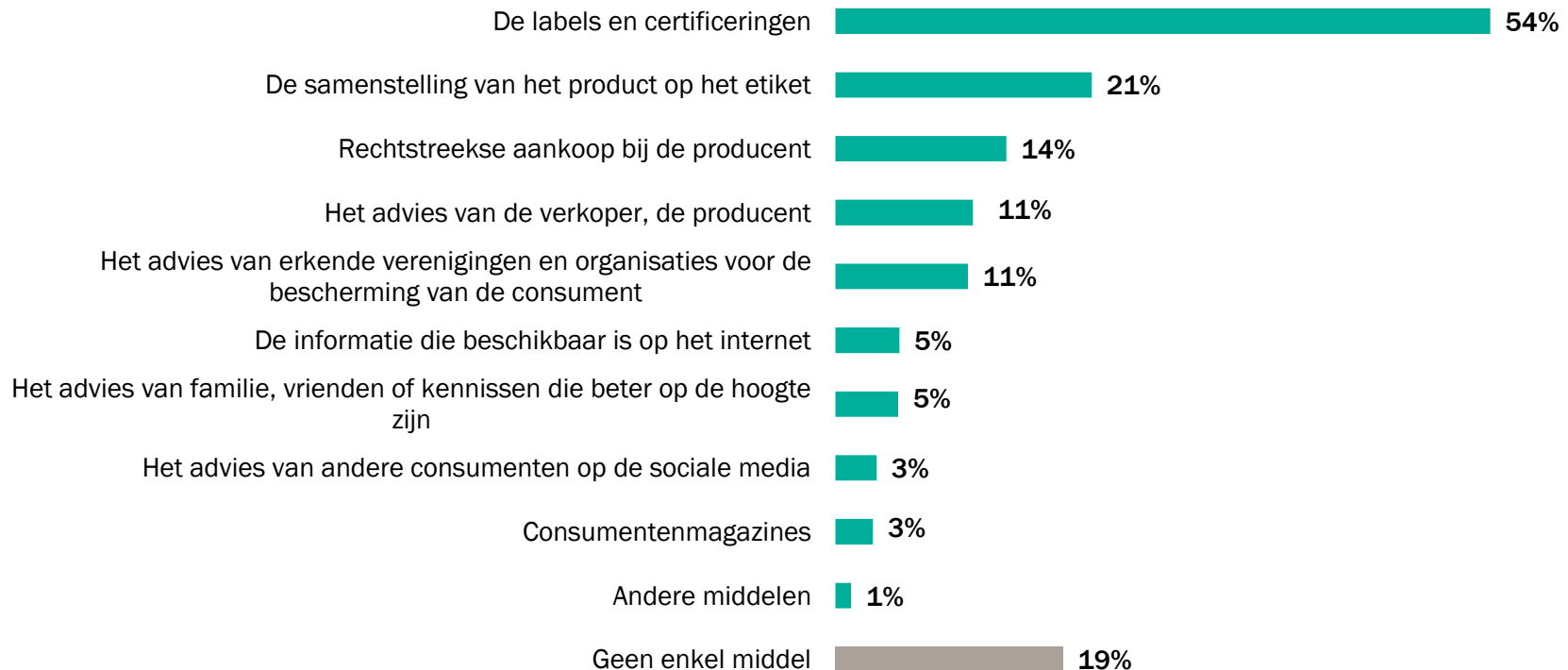


Waar koopt u meestal <XXX> producten?

Biologische producten worden het vaakst van alle producttypes in de supermarkt gekocht (75%), ethische (46%) en lokale (43%) producten het minst. Alleen lokale producten worden vaker via andere kanalen (boerderij, lokale markt, ...) gekocht dan in de supermarkt.

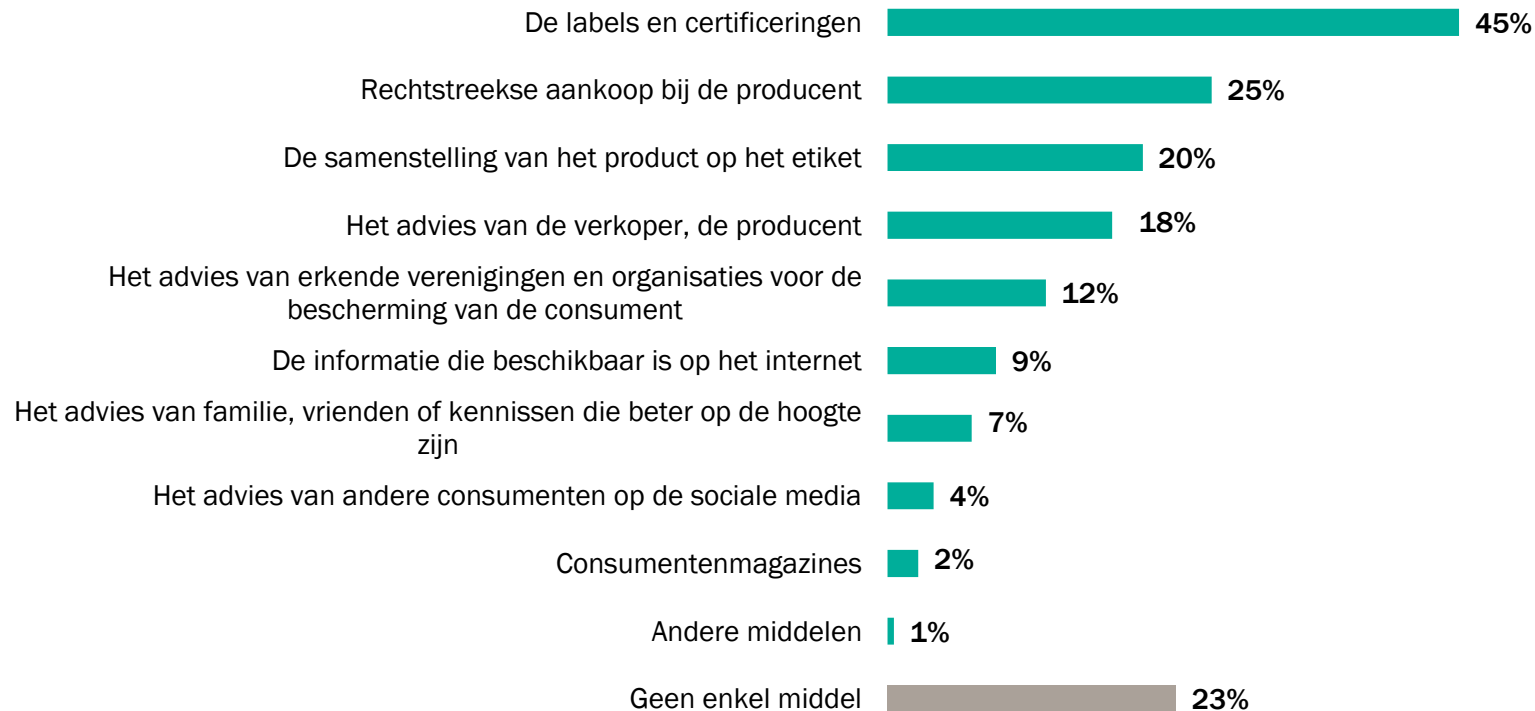
|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 2531  | (A)<br>495           | (B)<br>510            | (C)<br>466         | (D)<br>469            | (E)<br>565       |
| In supermarkten   | 1395   | 55,1% | 54.0% E              | 74.6% A C D E         | 45,5%              | 59.4% C E             | 42,6%            |
| Op lokale markten   | 715    | 28,2% | 16,2%                | 21,8%                 | 25.1% A            | 28.4% A               | 47.1% A B C D    |
| Op de boerderij   | 538    | 21,3% | 7,7%                 | 17.0% A               | 15.0% A            | 18.9% A               | 44.2% A B C D    |
| Bij kleinhandelaars/buurtwinkels (plaatselijke kruidenierswinkel ...) | 497    | 19,6% | 13,0%                | 12,9%                 | 17,2%              | 17,9%                 | 35.0% A B C D    |
| In gespecialiseerde bio-/natuurwinkels (Bio-Planet, ...)              | 464    | 18,4% | 15,5%                | 21.2% E               | 17,3%              | 24.9% A C E           | 13,4%            |
| In gespecialiseerde "Fair trade" winkels (Oxfam Wereldwinkels ...)    | 369    | 14,6% | 34.4% B C D E        | 6,9%                  | 20.3% B D E        | 10.0% E               | 3,5%             |
| Op het internet   | 78     | 3,1%  | 1,3%                 | 1,4%                  | 5.7% A B           | 3,4%                  | 3,7%             |
| Uit een catalogus (postorderverkoop of rechtstreekse verkoop)         | 17     | 0,7%  | 0,2%                 | 0,7%                  | 1,1%               | 0,2%                  | 1,1%             |
| Andere  | 38     | 1,5%  | 1,1%                 | 1,0%                  | 1,0%               | 1,6%                  | 2,6%             |
| Ik weet het niet  | 204    | 8,1%  | 9.6% B E             | 4,2%                  | 16.8% A B D E      | 7.7% E                | 3,3%             |

Welke middelen gebruikt u om er zeker van te zijn dat een product wel degelijk fair trade is?

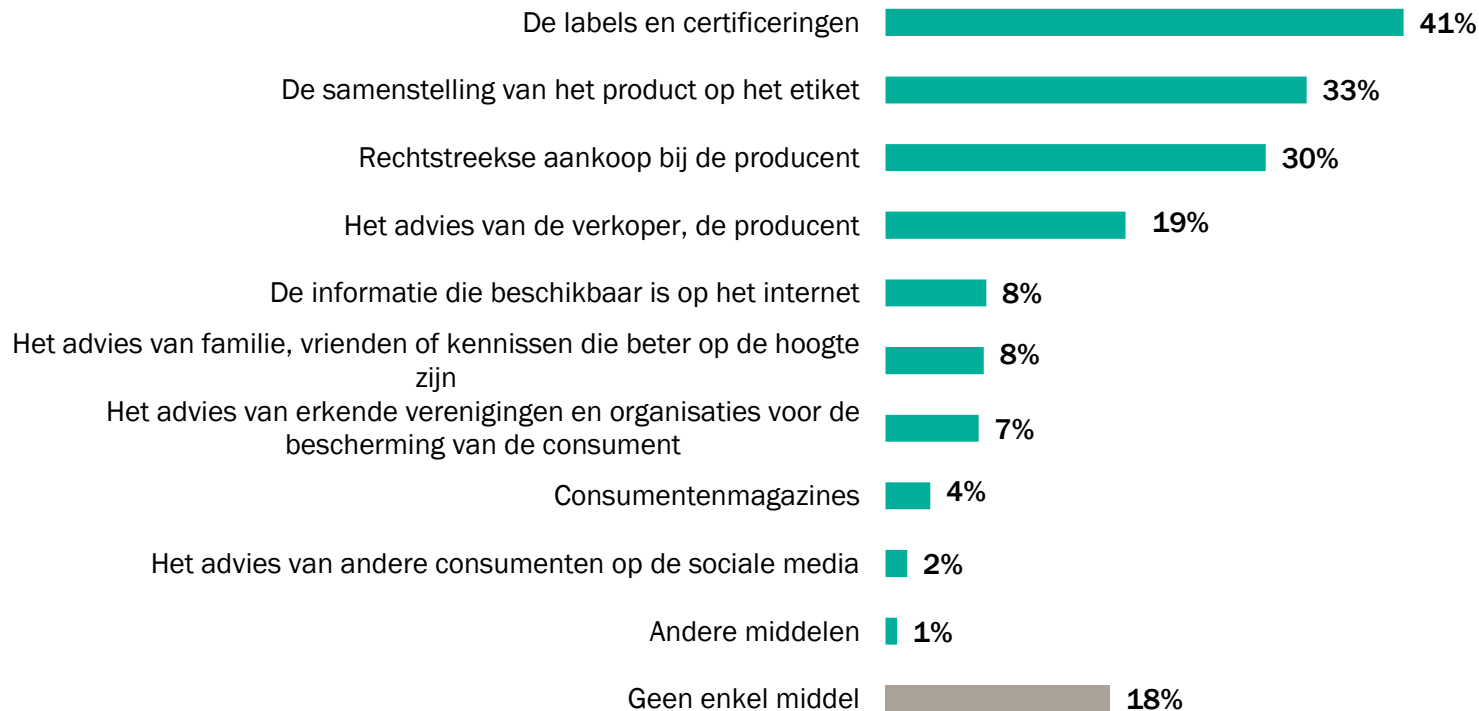




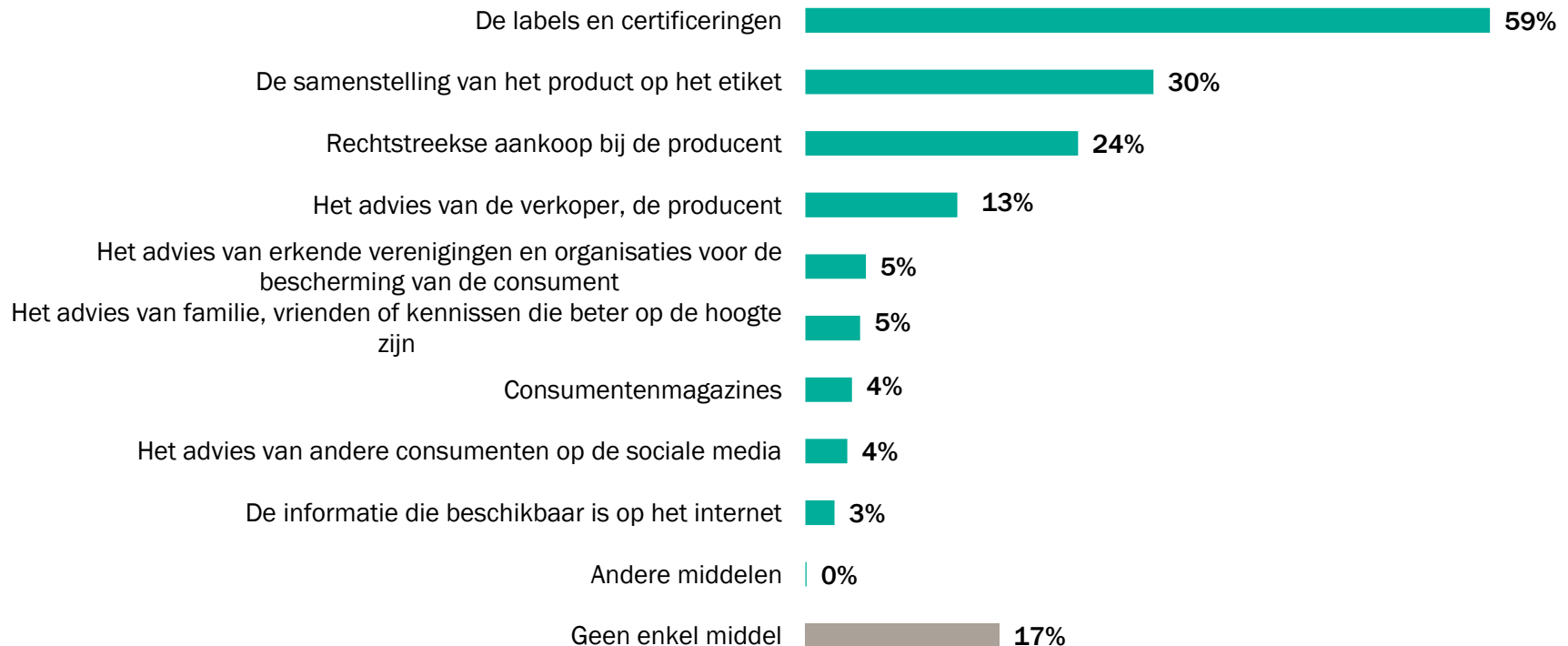
Welke middelen gebruikt u om er **zeker van te zijn** dat een product wel degelijk ethisch is?



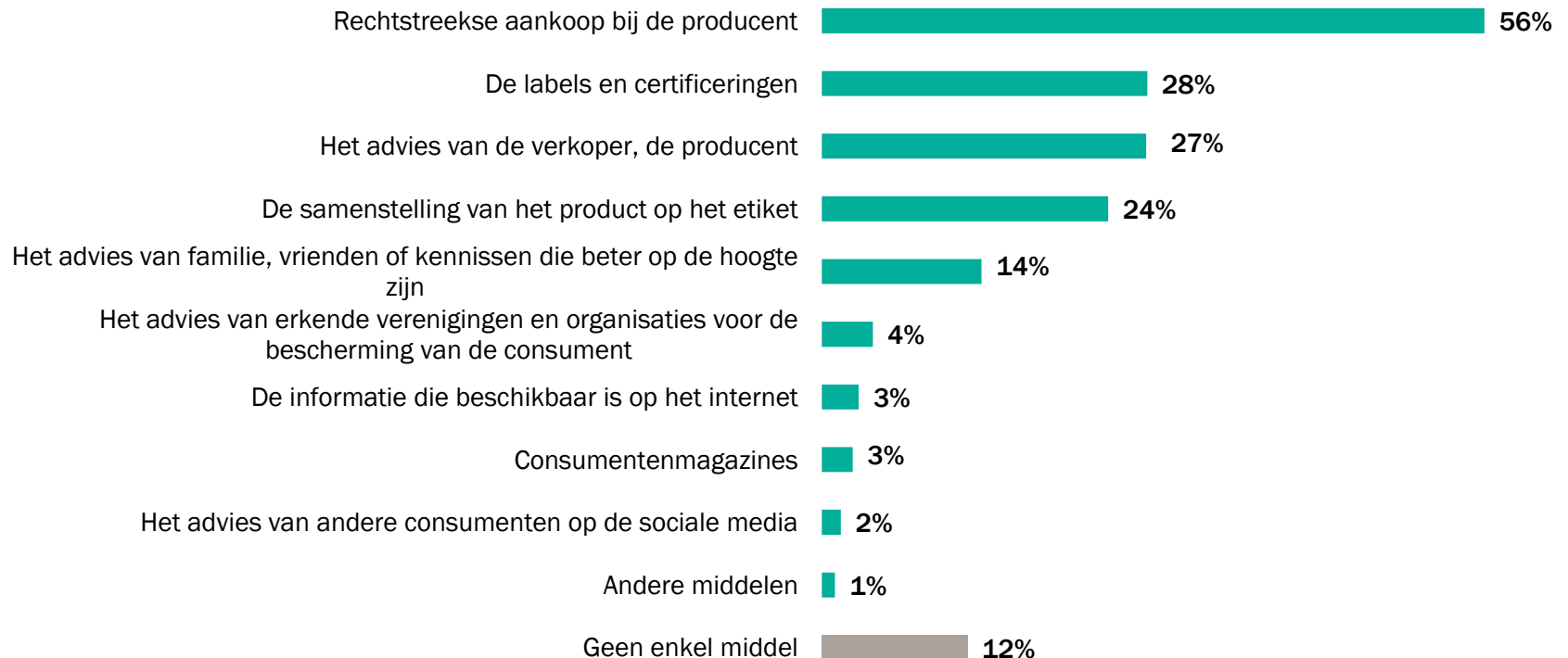
Welke middelen gebruikt u om er **zeker van te zijn** dat een product wel degelijk ecologisch is?



Welke middelen gebruikt u om er zeker van te zijn dat een product wel degelijk biologisch is?



Welke middelen gebruikt u om er zeker van te zijn dat een product wel degelijk lokaal is?



Welke middelen gebruikt u om er zeker van te zijn dat een product wel degelijk <XXX> is?

Voor 4 van de 5 producttypes, in het bijzonder fair trade producten en biologische producten, zijn labels en certificeringen het belangrijkste verificatiemiddel, voor lokale producten is dat de rechtstreekse aankoop en advies van de verkoper/producent. Voor biologische producten en ecologische producten is ook de informatie over de samenstelling van het product op het etiket van groot belang.

|  | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  | N      | 2531  | (A)<br>495           | (B)<br>510            | (C)<br>466         | (D)<br>469            | (E)<br>565       |
| De labels en certificeringen   | 1136   | 44,9% | 54.4% C D E          | 59.0% C D E           | 44.8% E            | 40.6% E               | 27,5%            |
| Rechtstreekse aankoop bij de producent   | 773    | 30,6% | 14,2%                | 23.5% A               | 25.4% A            | 29.8% A               | 56.3% A B C D    |
| De samenstelling van het product op het etiket   | 653    | 25,8% | 21,3%                | 30.2% A C             | 20,0%              | 33.0% A C E           | 24,2%            |
| Het advies van de verkoper, de producent   | 453    | 17,9% | 11,4%                | 13,1%                 | 17,6%              | 18.8% A               | 27.4% A B C D    |
| Het advies van erkende verenigingen en organisaties voor de bescherming van de consument | 199    | 7,8%  | 11.0% B E            | 5,2%                  | 12.4% B E          | 7,3%                  | 4,3%             |
| Het advies van familie, vrienden of kennissen die beter op de hoogte zijn                | 195    | 7,7%  | 5,2%                 | 4,7%                  | 6,6%               | 7,7%                  | 13.5% A B C D    |
| De informatie die beschikbaar is op het internet   | 135    | 5,3%  | 5,3%                 | 2,5%                  | 8.5% B E           | 7.9% B E              | 3,1%             |
| Consumentenmagazines   | 79     | 3,1%  | 3,1%                 | 4,0%                  | 2,4%               | 3,5%                  | 2,6%             |
| Het advies van andere consumenten op de sociale media                                    | 69     | 2,7%  | 3,4%                 | 3,6%                  | 3,6%               | 1,7%                  | 1,6%             |
| Andere middelen  | 20     | 0,8%  | 1,3%                 | 0,1%                  | 0,5%               | 0,9%                  | 1,1%             |
| Geen enkel middel  | 441    | 17,4% | 18.9% E              | 16,7%                 | 22.6% E            | 17,6%                 | 12,3%            |

Wat zijn de belangrijkste redenen **waarom u zelden of nooit fair trade producten koopt?**



Wat zijn de belangrijkste redenen **waarom u zelden of nooit ethische producten koopt**?

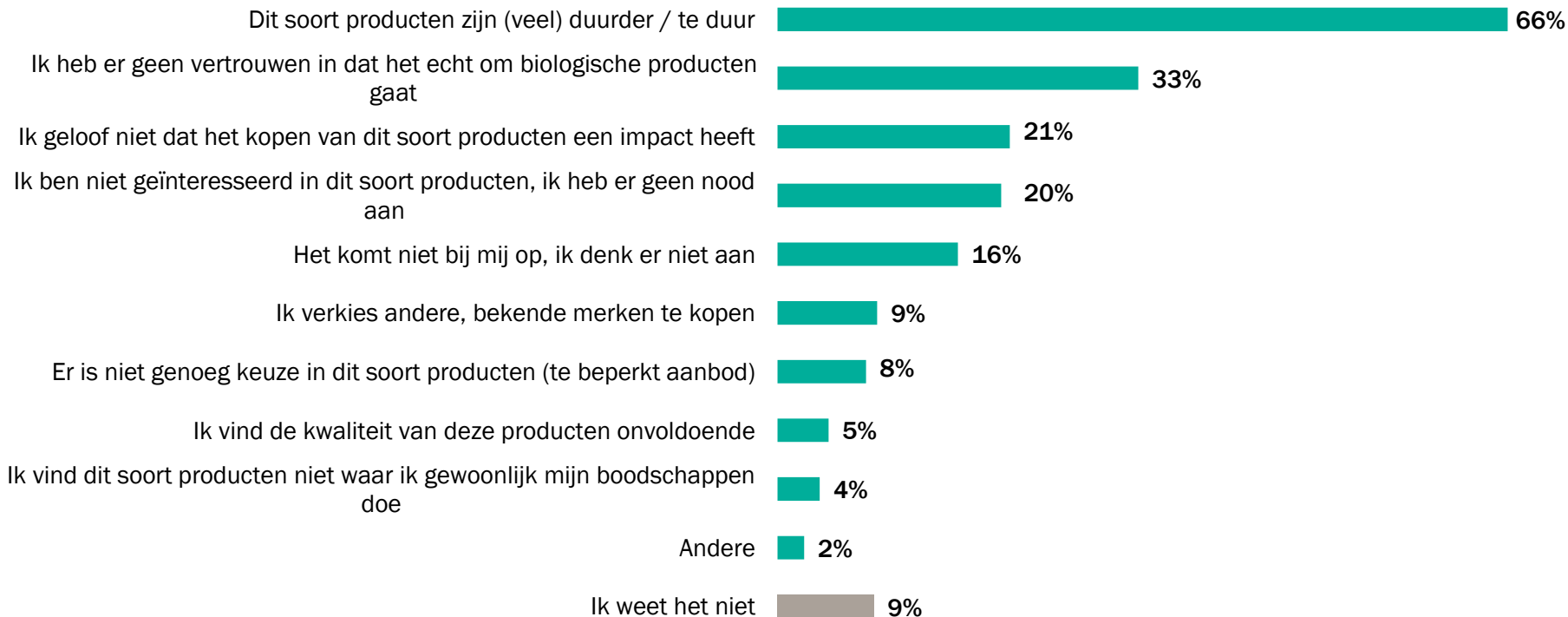


Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u zelden of nooit ecologische producten koopt?





Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u zelden of nooit biologische producten koopt?



Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u zelden of nooit lokale producten koopt?

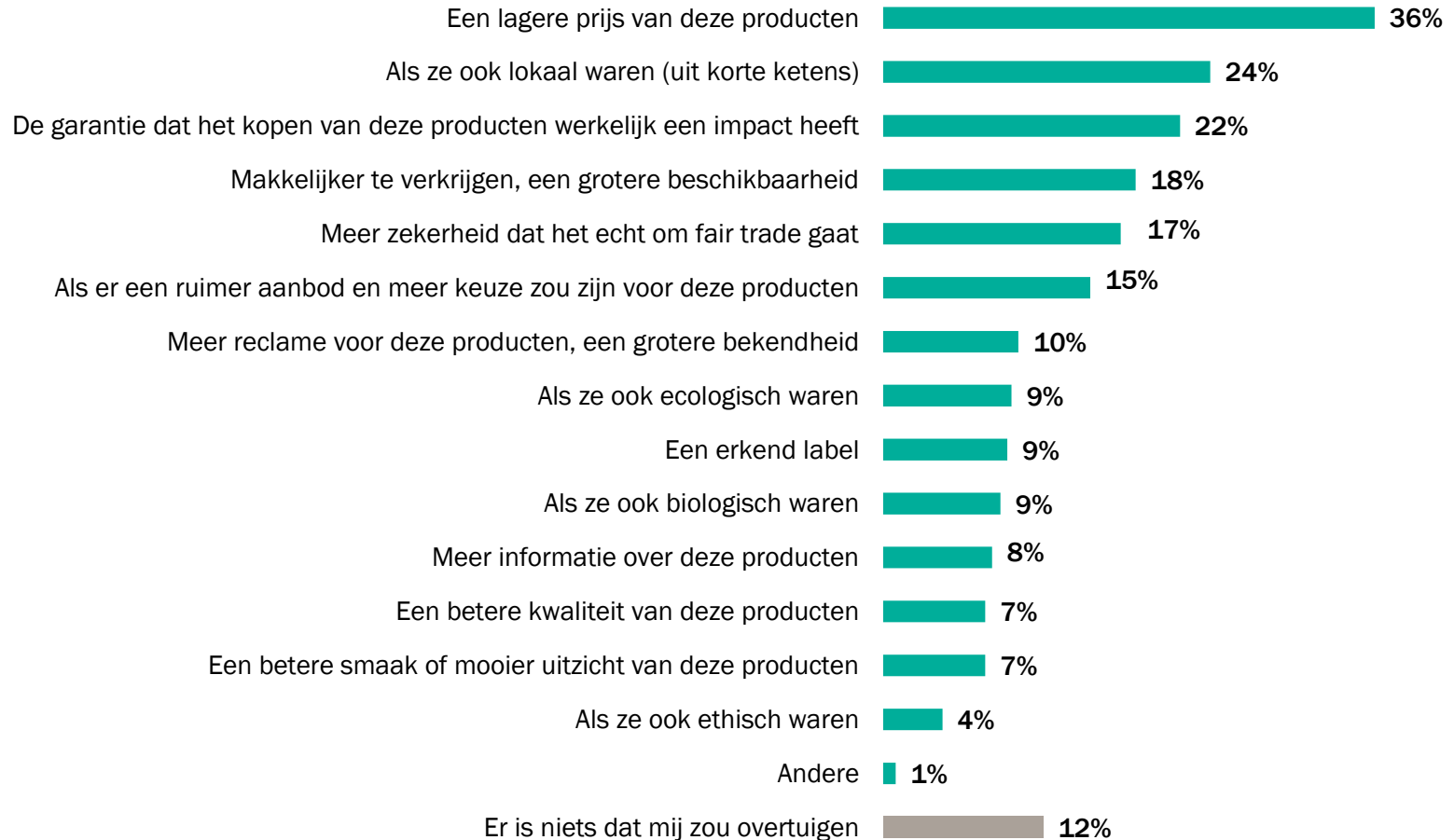


Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u zelden of nooit <XXX> producten koopt?

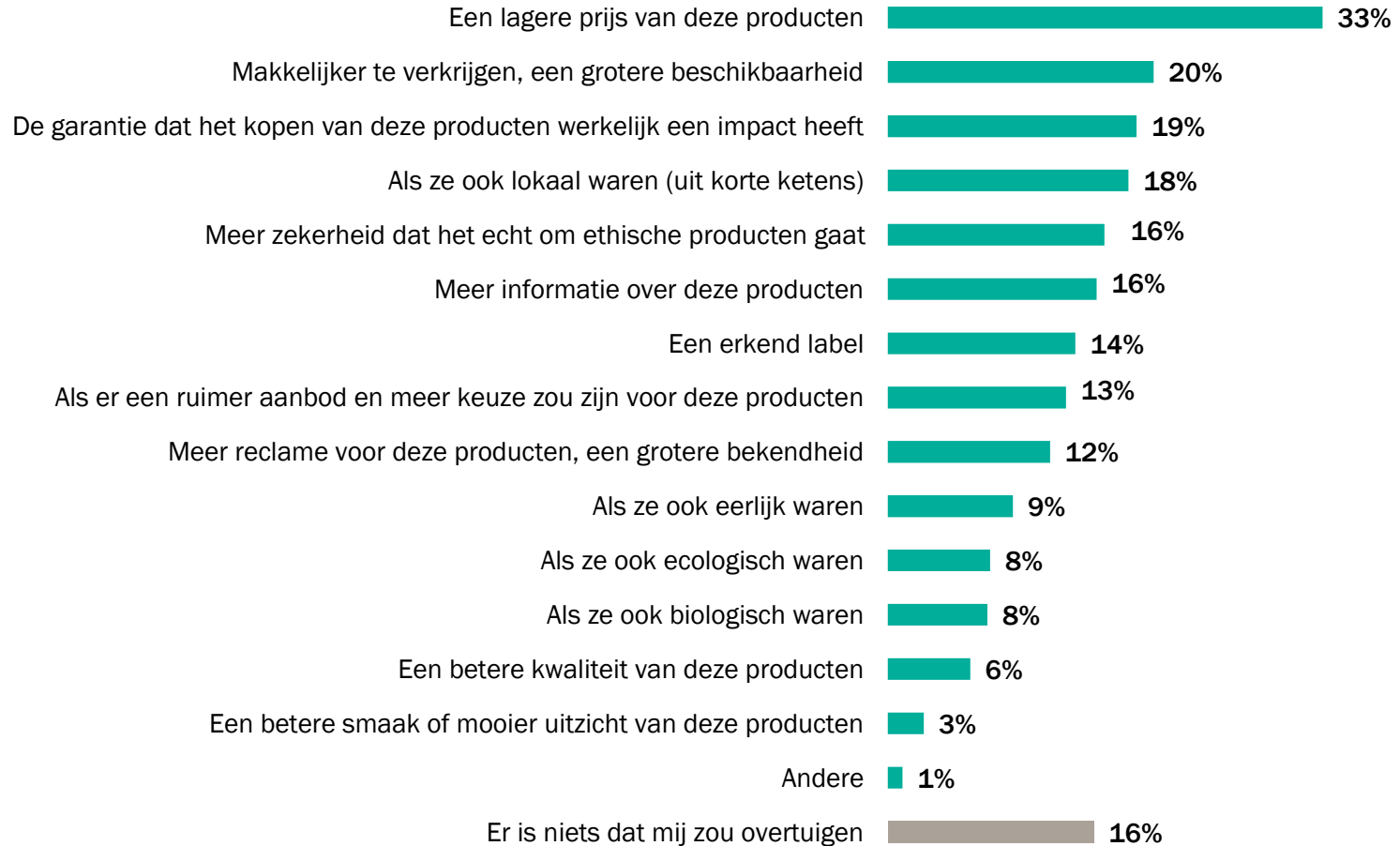
Voor de aankoop van fair trade en vooral biologische producten is de prijsperceptie de belangrijkste drempel. Gebrek aan vertrouwen speelt ook een rol, met name bij biologische, maar ook bij ecologische en fair trade producten. Voor lokale producten is beschikbaarheid en variatie van het aanbod een relatief belangrijke drempel, maar het is het enige producttype is waarvan de (maatschappelijke) impact niet in vraag wordt gesteld.

|  | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  | N      | 1370  | (A)<br>340           | (B)<br>260            | (C)<br>341         | (D)<br>292            | (E)<br>138       |
| Dit soort producten zijn (veel) duurder / te duur                          | 570    | 41,6% | 41.5% C              | 65.8% A C D<br>E      | 28,5%              | 38,2%                 | 35,9%            |
| Het komt niet bij mij op, ik denk er niet aan                              | 421    | 30,7% | 33.3% B              | 16,3%                 | 40.6% B D          | 29.4% B               | 29.8% B          |
| Ik heb er geen vertrouwen in dat het echt om XXX gaat                      | 277    | 20,2% | 17.8% E              | 32.6% A C E           | 16,2%              | 23.3% E               | 6,6%             |
| Ik ben niet geïnteresseerd in dit soort producten, ik heb er geen nood aan | 227    | 16,6% | 16,2%                | 20,2%                 | 12,8%              | 18,7%                 | 15,1%            |
| Ik vind dit soort producten niet waar ik gewoonlijk mijn boodschappen doe  | 216    | 15,8% | 19.6% B              | 3,8%                  | 17.2% B            | 15.4% B               | 25.9% B          |
| Ik geloof niet dat het kopen van dit soort producten een impact heeft      | 201    | 14,7% | 14.7% E              | 20.5% E               | 13.7% E            | 15.4% E               | 4,7%             |
| Er is niet genoeg keuze in dit soort producten (te beperkt aanbod)         | 187    | 13,7% | 18.5% B D            | 7,8%                  | 13,8%              | 10,5%                 | 18.9% B          |
| Ik verkies andere, bekende merken te kopen                                 | 152    | 11,1% | 14,7%                | 8,8%                  | 10,8%              | 9,8%                  | 9,9%             |
| Ik vind de kwaliteit van deze producten onvoldoende                        | 65     | 4,7%  | 6,6%                 | 4,6%                  | 4,5%               | 4,4%                  | 1,6%             |
| Andere, namelijk:  | 53     | 3,8%  | 3,7%                 | 2,4%                  | 3,4%               | 4,1%                  | 7,4%             |
| Ik weet het niet   | 192    | 14,0% | 12,1%                | 8,7%                  | 20.4% A B          | 12,8%                 | 15,5%            |

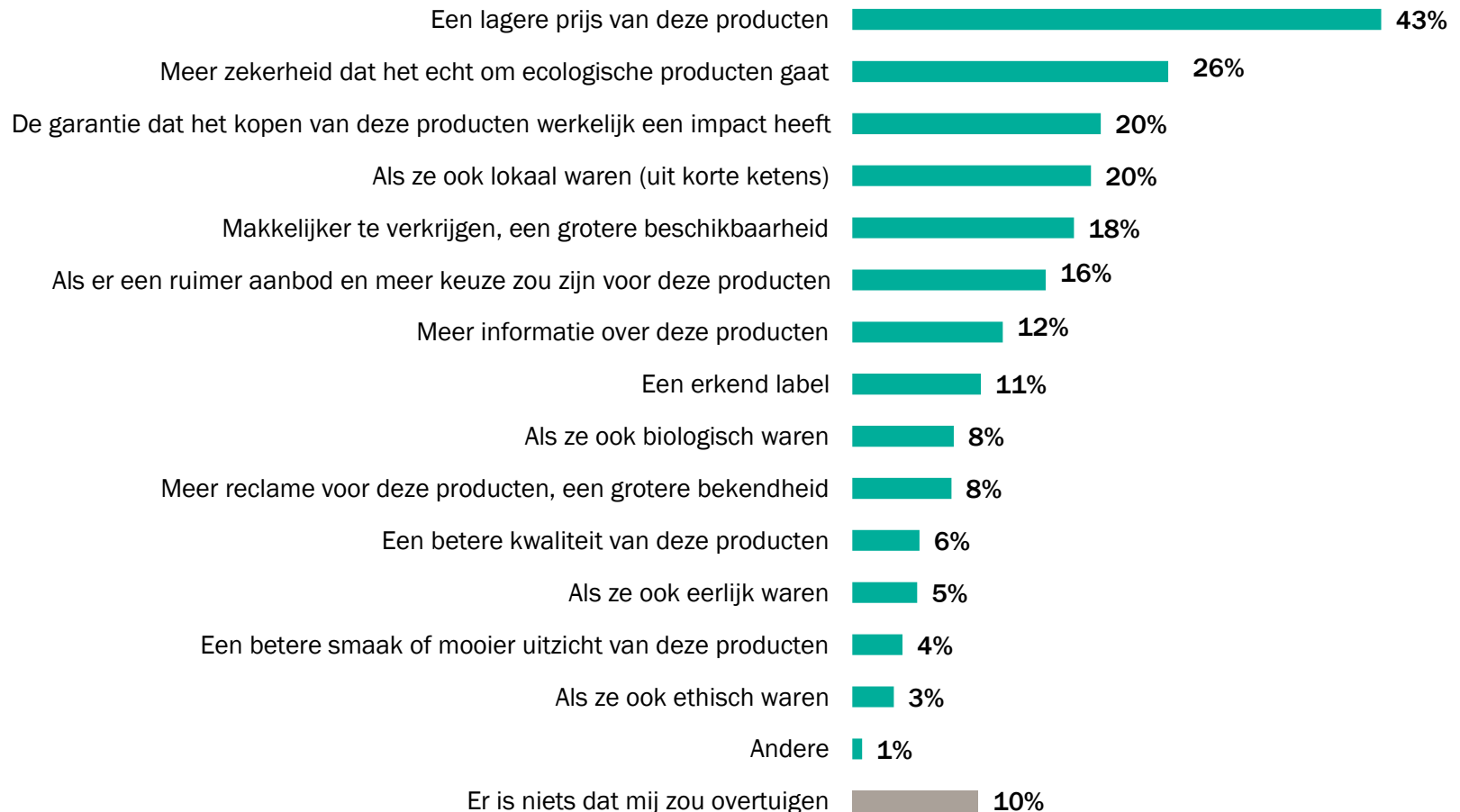
Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) **fair trade** producten te kopen?



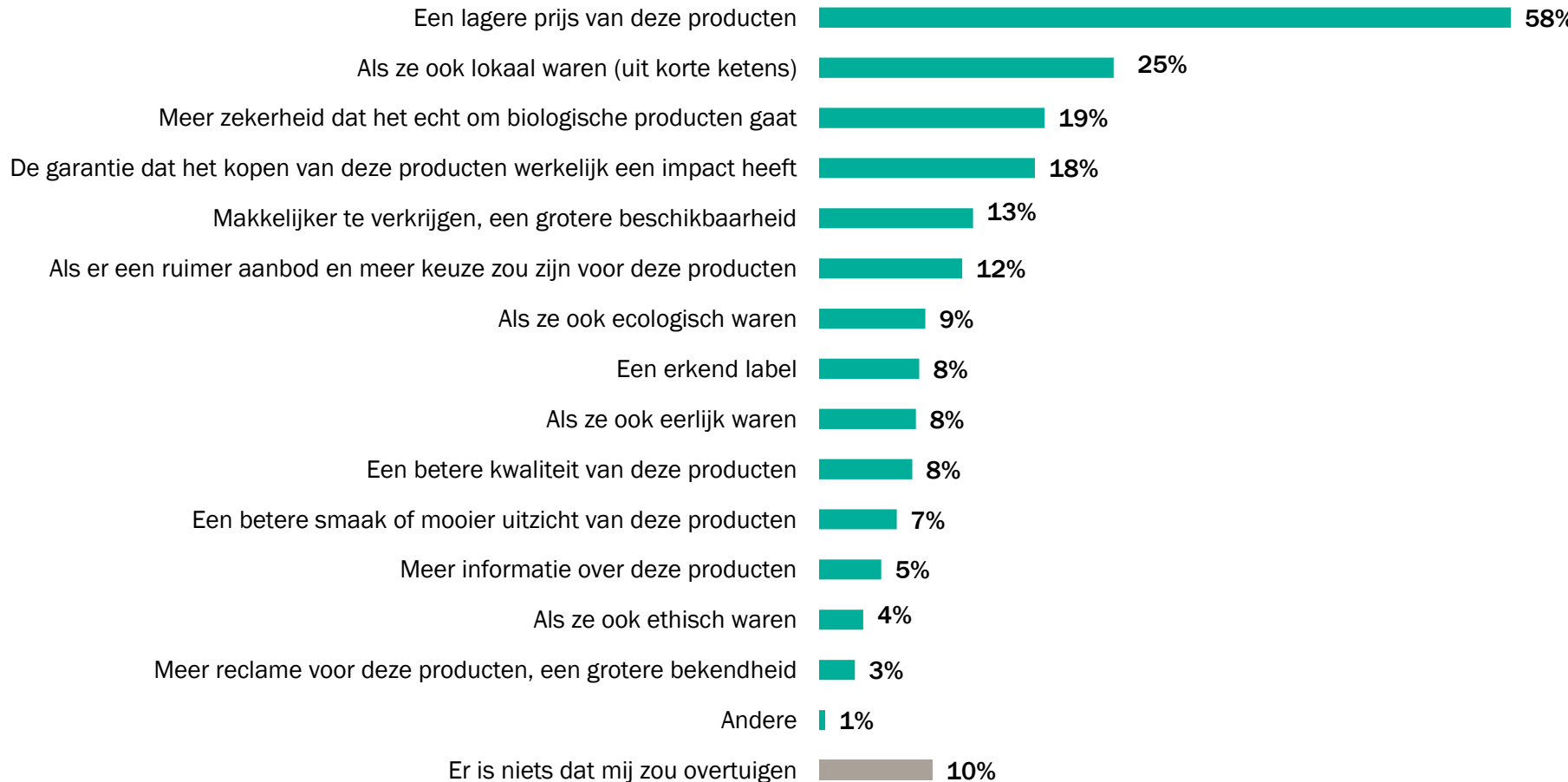
Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) **ethische** producten te kopen?



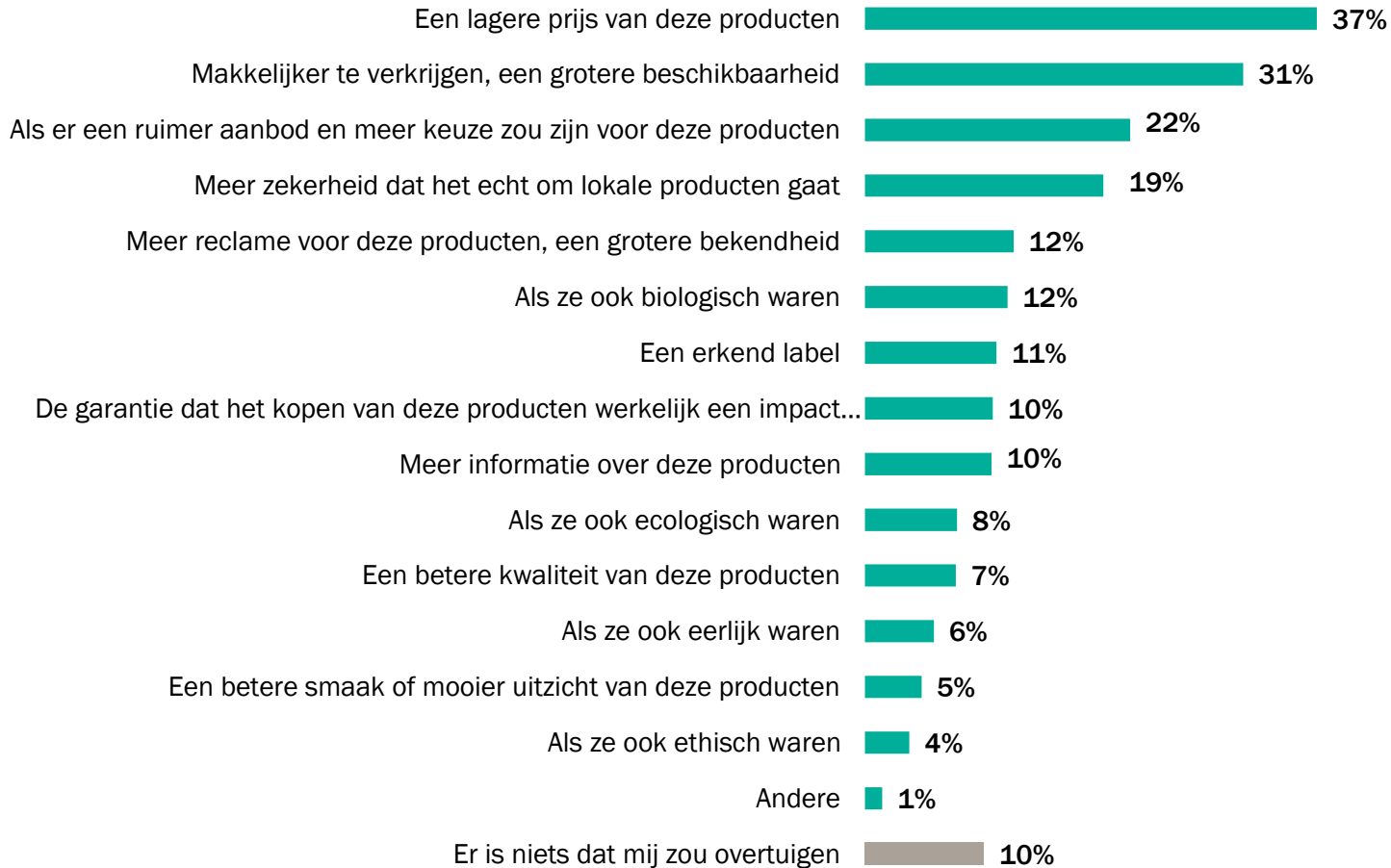
Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) ecologische producten te kopen?



Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) biologische producten te kopen?



Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) lokale producten te kopen?





Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) <XXX> producten te kopen?

Een lagere prijs is een key driver, vooral bij biologische en ecologische producten, terwijl de beschikbaarheid en keuze een grote rol speelt bij lokale producten. Meer garanties over de impact geldt voor alle producttypes (behalve lokale producten), terwijl het lokale karakter de verkoop van elk van de andere types potentieel een boost kan geven. Aan het aspect “ecologisch” wordt het meest getwijfeld. Een erkend label kan de verkoop het meest ondersteunen bij ethische producten.

|   | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Een lagere prijs van deze producten                                     | 1236   | 41,2% | 35,6%                | 57.7% A C D<br>E      | 32,7%              | 43.2% C               | 36,8%            |
| Als ze ook lokaal waren (uit korte ketens)                              | 517    | 21,5% | 23,7%                | 24.7% C               | 18,1%              | 19,5%                 | 0,0%             |
| Makkelijker te verkrijgen, een grotere beschikbaarheid                  | 600    | 20,0% | 18,3%                | 12,9%                 | 20.0% B            | 18,1%                 | 30.8% A B C<br>D |
| Meer zekerheid dat het echt om <XXX> gaat                               | 586    | 19,5% | 17,2%                | 18,9%                 | 16,3%              | 25.8% A B C           | 19,4%            |
| De garantie dat het kopen van deze producten werkelijk een impact heeft | 534    | 17,8% | 21.5% E              | 18.1% E               | 18.7% E            | 20.3% E               | 10,4%            |
| Als er een ruimer aanbod en meer keuze zou zijn voor deze producten     | 467    | 15,6% | 15,0%                | 12,0%                 | 13,4%              | 15,8%                 | 21.6% A B C      |
| Een erkend label  | 317    | 10,6% | 9,0%                 | 8,4%                  | 14.1% B            | 10,5%                 | 10,7%            |

Filter: geen

N: 3000 (600 per Split-run)

Wat zou er u het meest toe aanzetten om (vaker) <XXX> producten te kopen?

Meer informatie en promotie kan vooral de verkoop van ethische, ecologische en lokale producten ondersteunen. Uiteindelijk geeft slechts een kleine groep van Belgen (ca. 11%) aan dat er echt niets hen zou kunnen overtuigen om dit soort producten te kopen.

|  | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|--|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|  | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Meer informatie over deze producten                      | 309    | 10,3% | 7,9%                 | 5,2%                  | 15.7% A B E        | 12.3% B               | 10.3% B          |
| Meer reclame voor deze producten, een grotere bekendheid | 271    | 9,0%  | 9.8% B               | 3,0%                  | 12.2% B            | 8.1% B                | 12.1% B          |
| Als ze ook biologisch waren                              | 215    | 9,0%  | 8,5%                 | 0,0%                  | 7,5%               | 8,3%                  | 11,6%            |
| Als ze ook ecologisch waren                              | 201    | 8,4%  | 9,3%                 | 8,9%                  | 7,7%               | 0,0%                  | 7,5%             |
| Als ze ook eerlijk waren                                 | 171    | 7,1%  | 0,0%                 | 8,1%                  | 9.4% D             | 5,3%                  | 5,6%             |
| Een betere kwaliteit van deze producten                  | 206    | 6,9%  | 7,4%                 | 7,8%                  | 6,2%               | 5,5%                  | 7,4%             |
| Een betere smaak of mooier uitzicht van deze producten   | 152    | 5,1%  | 7.4% C               | 6.5% C                | 2,7%               | 4,1%                  | 4,6%             |
| Als ze ook ethisch waren                                 | 90     | 3,7%  | 4,3%                 | 3,7%                  | 0,0%               | 3,4%                  | 3,6%             |
| Andere   | 28     | 0,9%  | 0,9%                 | 0,5%                  | 1,1%               | 0,8%                  | 1,4%             |
| Er is niets dat mij zou overtuigen                       | 339    | 11,3% | 11,6%                | 9,5%                  | 15.5% B E          | 10,3%                 | 9,7%             |

Filter: geen

N: 3000 (600 per Split-run)

# Aankoop van producten

## Betalingsbereidheid fair trade producten

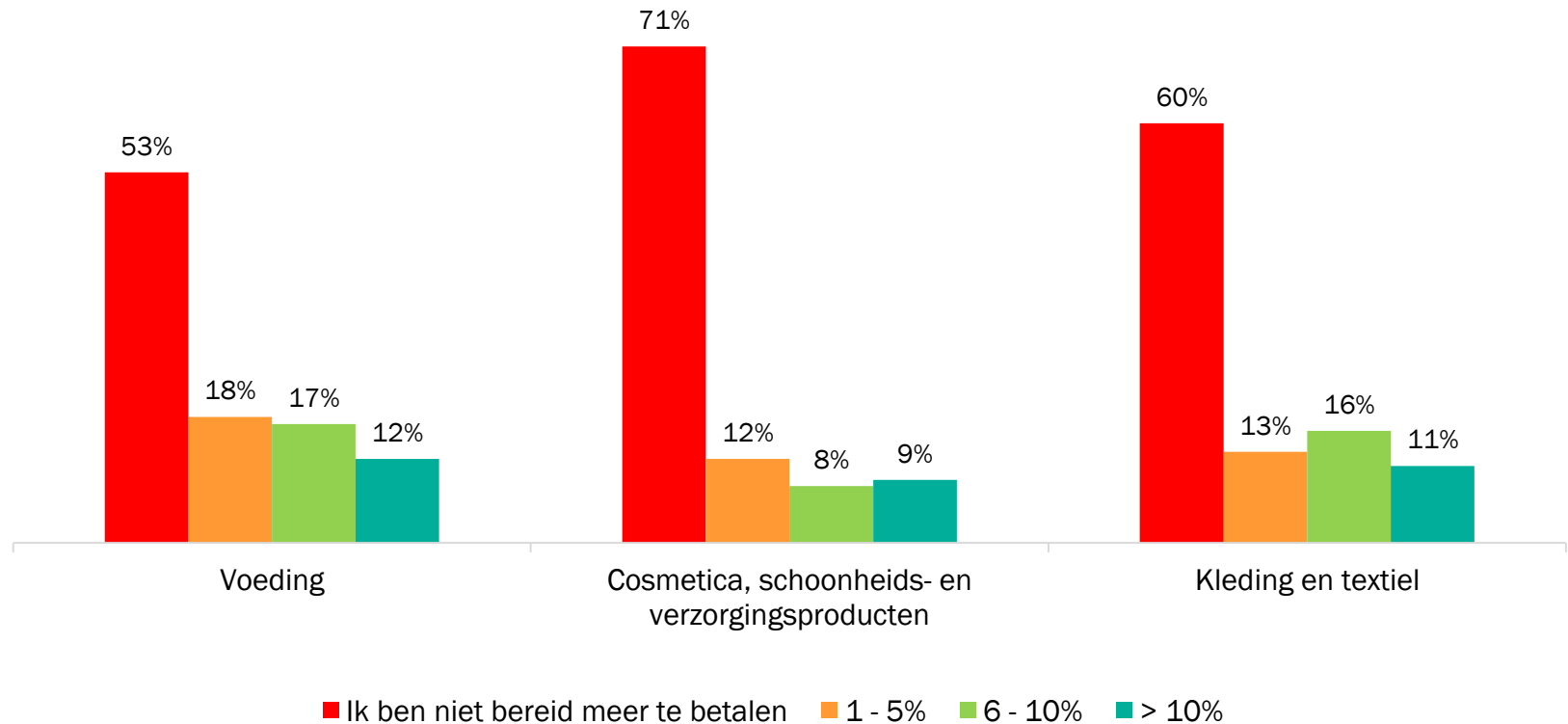
Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende fair trade producten?

Gemiddelde

11,7%

13,2%

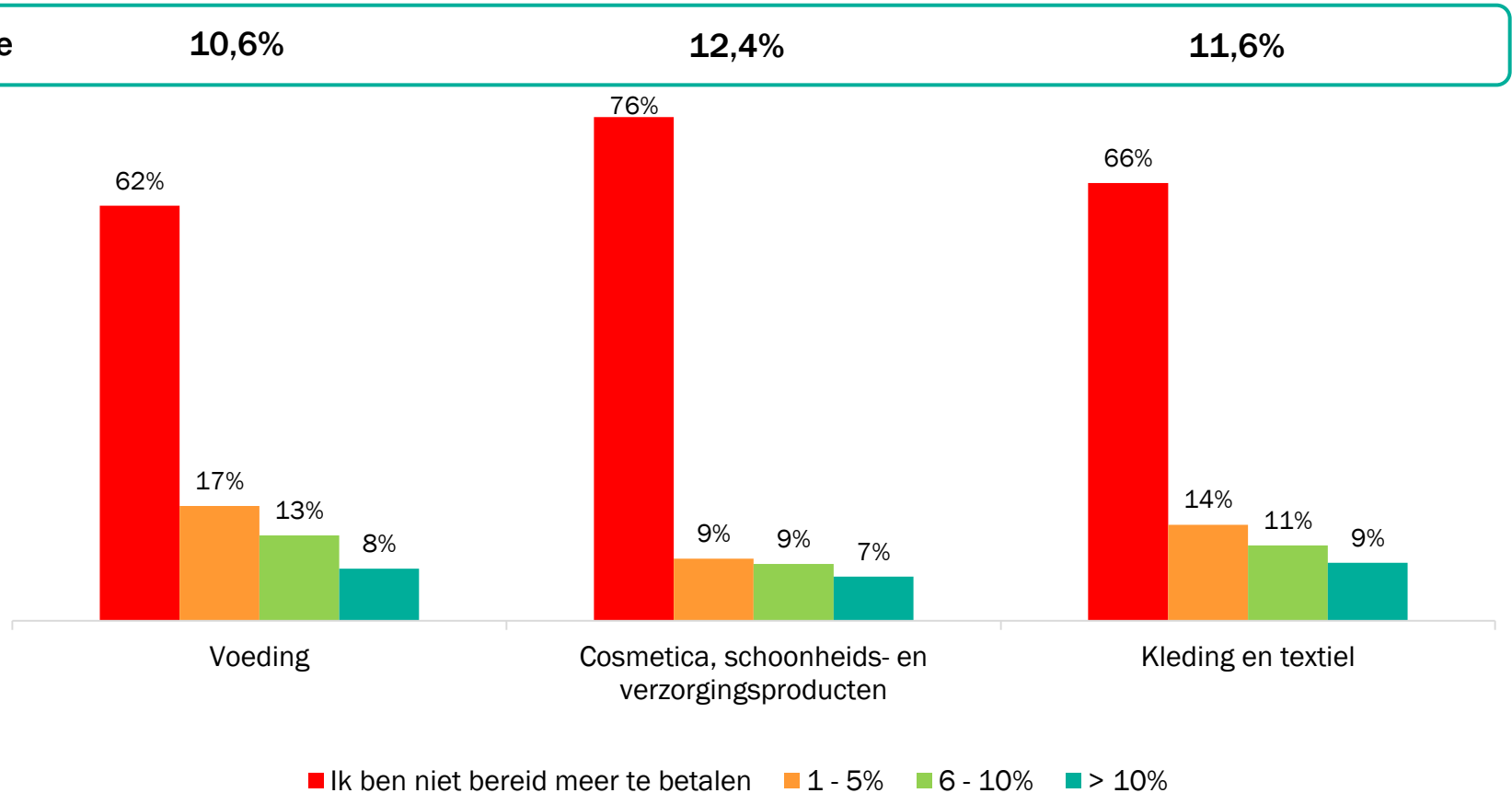
13,2%



# Aankoop van producten

## Betalingsbereidheid ethische producten

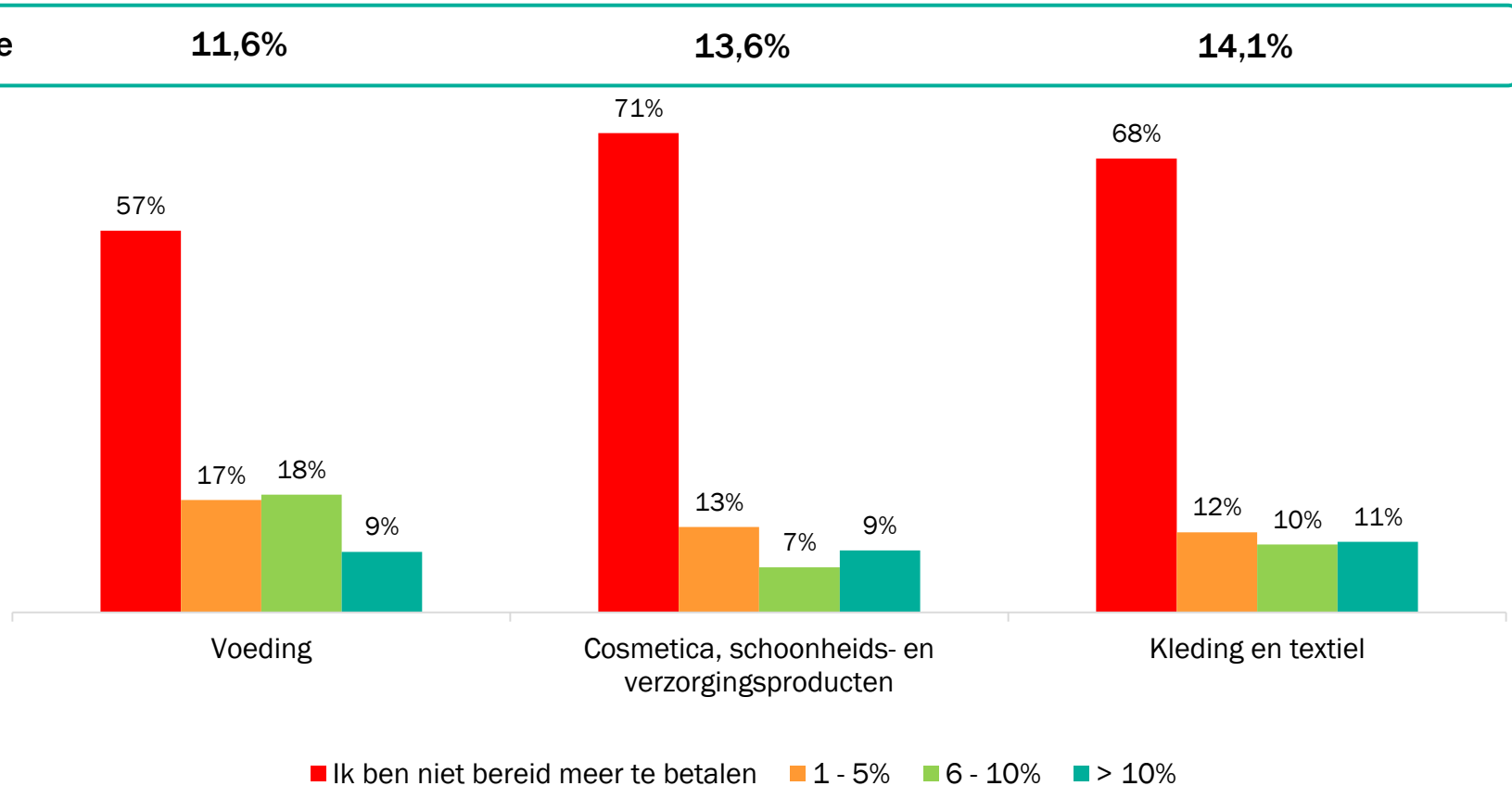
Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende ethische producten?



# Aankoop van producten

## Betalingsbereidheid ecologische producten

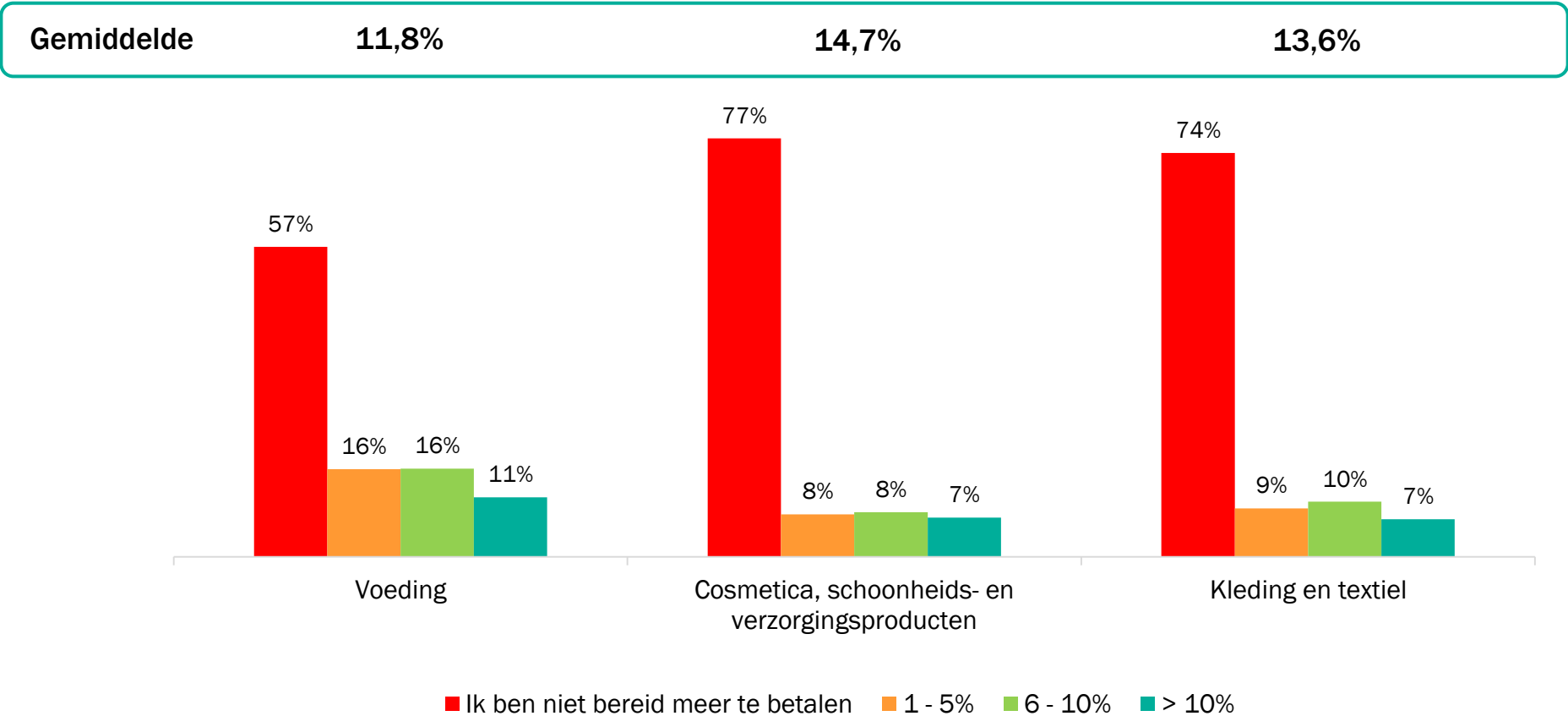
Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende ecologische producten?



# Aankoop van producten

## Betalingsbereidheid biologische producten

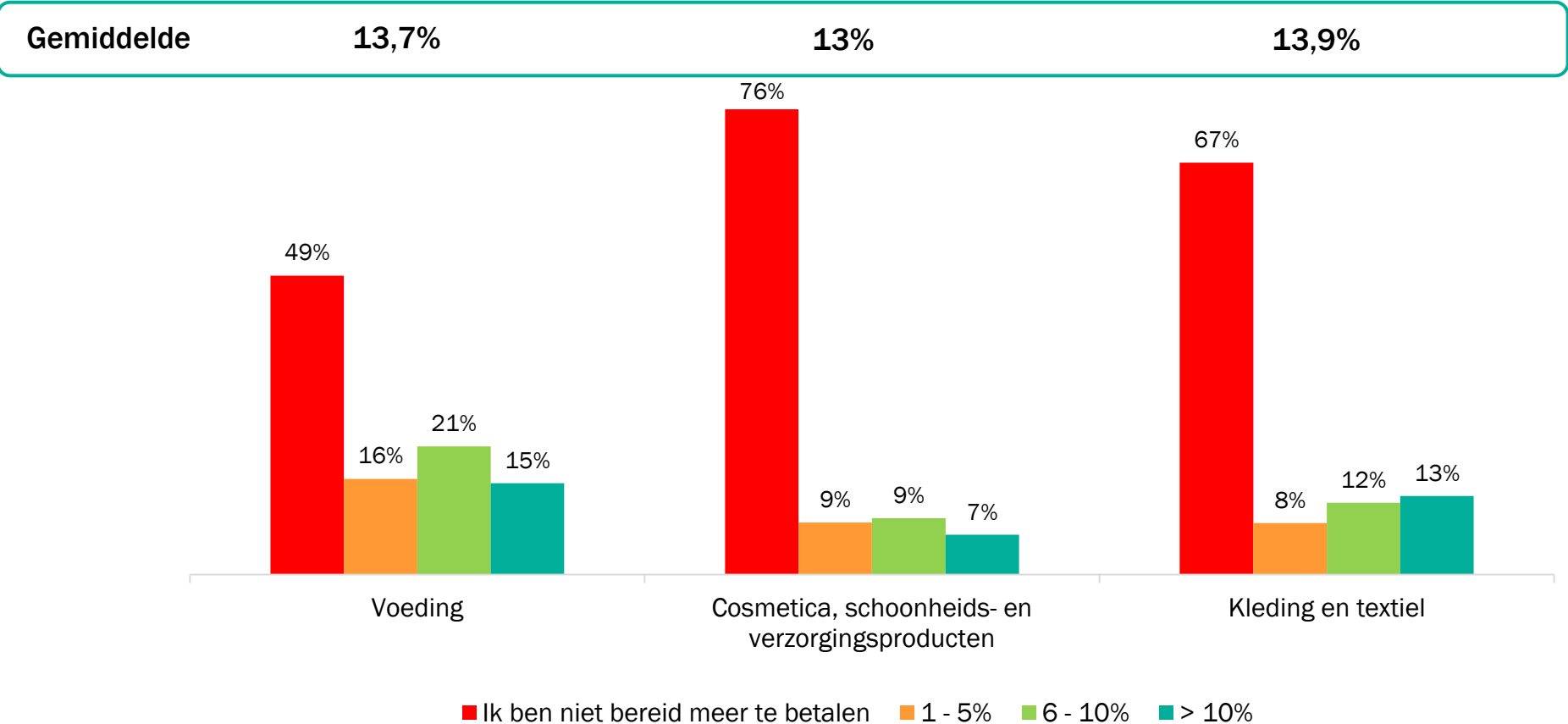
Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende biologische producten?



# Aankoop van producten

## Betalingsbereidheid lokale producten

Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende lokale producten?



Hoeveel procent zou u bereid zijn om **extra** te betalen voor elk van de volgende <XXX> producten?

De bereidheid om extra te betalen (gemiddeld 12% à 13%) is het grootst bij lokale en eerlijke voedingsproducten, en het kleinst bij cosmetica, schoonheids- en verzorgingsproducten en bij biologische textielproducten. Over alle producttypes heen is men het meest bereid om meer te betalen voor voeding.

|   |  | Totaal |       | Fair trade producten | Biologische producten | Ethische producten | Ecologische producten | Lokale producten |
|---|--|--------|-------|----------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------|
|   |  | N      | 3000  | (A)<br>600           | (B)<br>600            | (C)<br>600         | (D)<br>600            | (E)<br>600       |
| Voeding   | Ik zou niet bereid zijn om meer te betalen | 1666   | 55,5% | 52,9%                | 56.9% E               | 62.2% A E          | 56.8% E               | 48,7%            |
|   | 1-5%                                       | 501    | 16,7% | 18,0%                | 16,1%                 | 17,2%              | 16,7%                 | 15,6%            |
|   | 6-10%                                      | 507    | 16,9% | 17,1%                | 16,2%                 | 12,8%              | 17,5%                 | 20.9% C          |
|   | >10%                                       | 327    | 10,9% | 12,0%                | 10,9%                 | 7,8%               | 9,0%                  | 14.9% C D        |
| Cosmetica, schoonheids- en verzorgingsproducten | Ik zou niet bereid zijn om meer te betalen | 2224   | 74,1% | 71,3%                | 76,8%                 | 75,5%              | 71,3%                 | 75,8%            |
|   | 1-5%                                       | 304    | 10,1% | 12,2%                | 7,8%                  | 9,3%               | 12,7%                 | 8,5%             |
|   | 6-10%                                      | 243    | 8,1%  | 7,8%                 | 8,2%                  | 8,5%               | 6,7%                  | 9,2%             |
|   | >10%                                       | 230    | 7,7%  | 8,7%                 | 7,2%                  | 6,6%               | 9,2%                  | 6,5%             |
| Kleding en textiel                              | Ik zou niet bereid zijn om meer te betalen | 2005   | 66,8% | 59,9%                | 74.1% A C             | 65,6%              | 67,5%                 | 67,1%            |
|   | 1-5%                                       | 338    | 11,3% | 12,8%                | 8,9%                  | 14.4% B E          | 11,9%                 | 8,4%             |
|   | 6-10%                                      | 355    | 11,8% | 16.0% B D            | 10,1%                 | 11,3%              | 10,1%                 | 11,7%            |
|   | >10%                                       | 301    | 10,0% | 11,3%                | 6,9%                  | 8,7%               | 10,5%                 | 12.8% B          |



1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

## In de vragenlijst voorgelegde definities

### **Eerlijk product (fair trade product)**

*Een eerlijk product is een product, afkomstig van eerlijke handel (fair trade), d.w.z. een commercieel partnerschap dat steunt op dialoog, transparantie en respect om meer eerlijkheid te garanderen in de internationale handel. Eerlijke handel staat voor betere commerciële voorwaarden (bv. betere prijzen) en garandeert de rechten van achtergestelde producenten en werknemers, in het bijzonder in ontwikkelingslanden.*

### **Lokaal product**

*Een lokaal product is geproduceerd of gefabriceerd op enkele kilometers van de plaats waar het wordt gekocht of verbruikt.*

### **Ethisch product**

*Een ethisch product is gefabriceerd met respect voor de fundamentele rechten van de werknemers (vrijheid van vereniging, veiligheid, hygiëne, geen discriminatie enz.), gedefinieerd door de Internationale Arbeidsorganisatie.*

### **Ecologisch product**

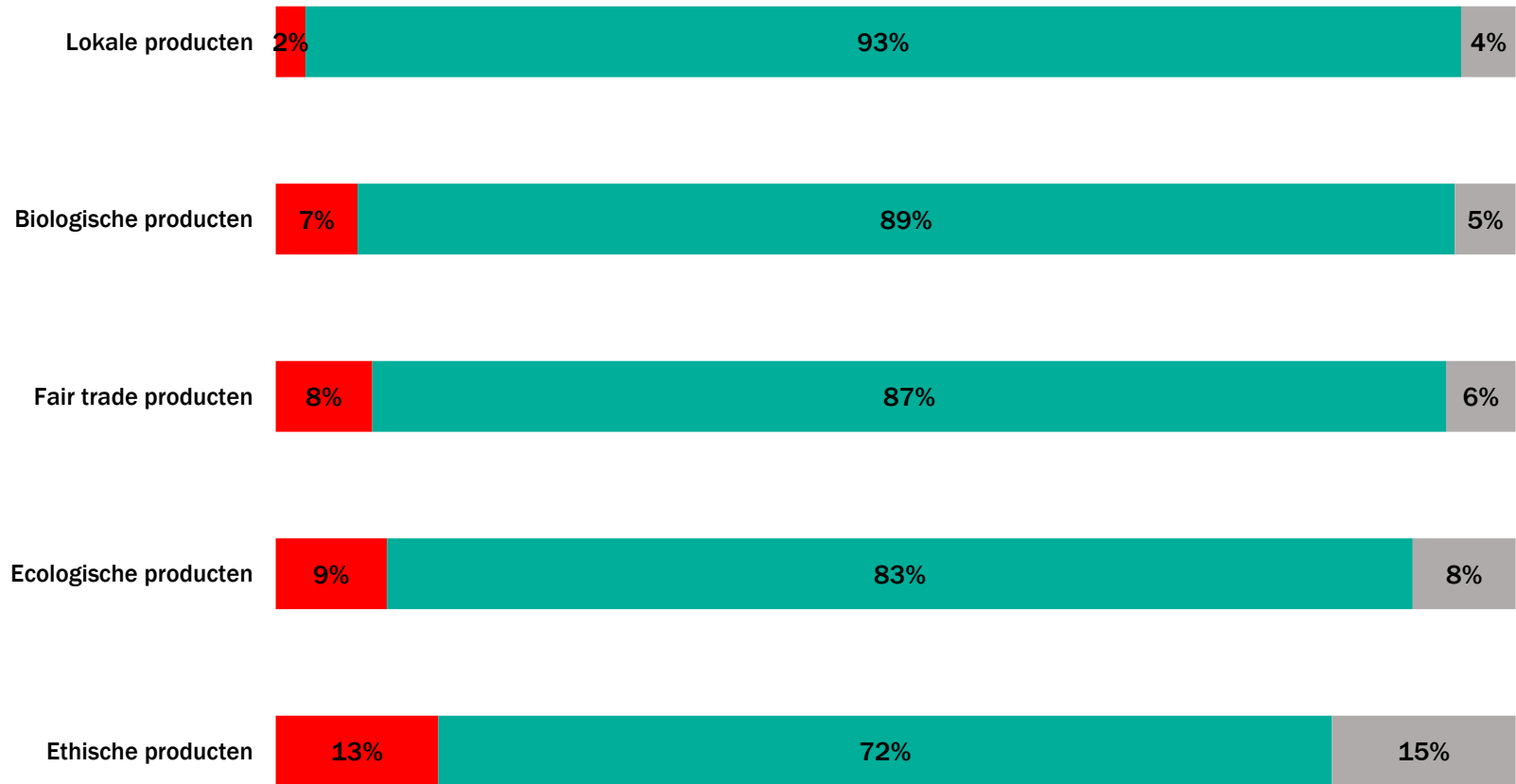
*Een ecologisch product is idealiter een product, gefabriceerd op basis van hernieuwbare natuurlijke hulpbronnen (die zichzelf herstellen), met zo weinig mogelijk transport, zonder de lucht, het water of de bodem te vervuilen, recycleerbaar en waarvan het dagelijks gebruik de planeet of de gezondheid niet schaadt.*

### **Biologisch product**

*De term 'bio' verwijst naar een product afkomstig uit de biologische landbouw, m.a.w. een landbouwproductiemethode die het gebruik van de meeste chemische producten, genetisch gemodificeerde organismen en de langere bewaartijd van teelten door doorstraling uitsluit.*

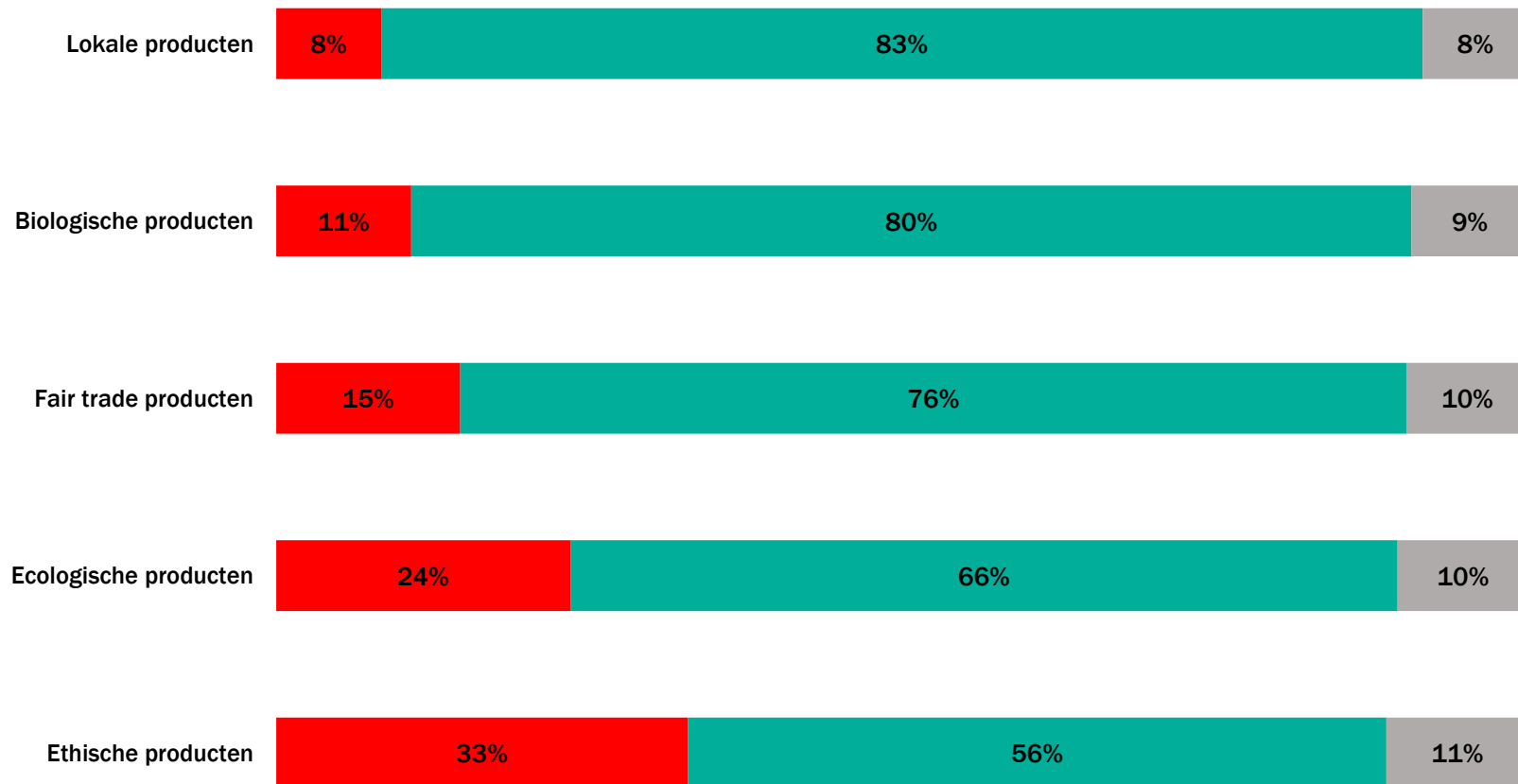
In welke mate **stemmen deze definities overeen** met wat u over dit type producten dacht voor u deze enquête invulde?

Voor de meeste producten stemmen de spontane interpretaties goed overeen met de definities. Alleen voor de ethische producten is dit minder het geval (72%).



In welke mate vindt u het **duidelijk** welk soort producten er telkens bedoeld wordt?

De volgorde van duidelijkheid van de “labels” van de producttypes is: (1) Lokaal – (2) Biologisch – (3) Fair trade – (4) Ecologisch – (5) Ethisch.



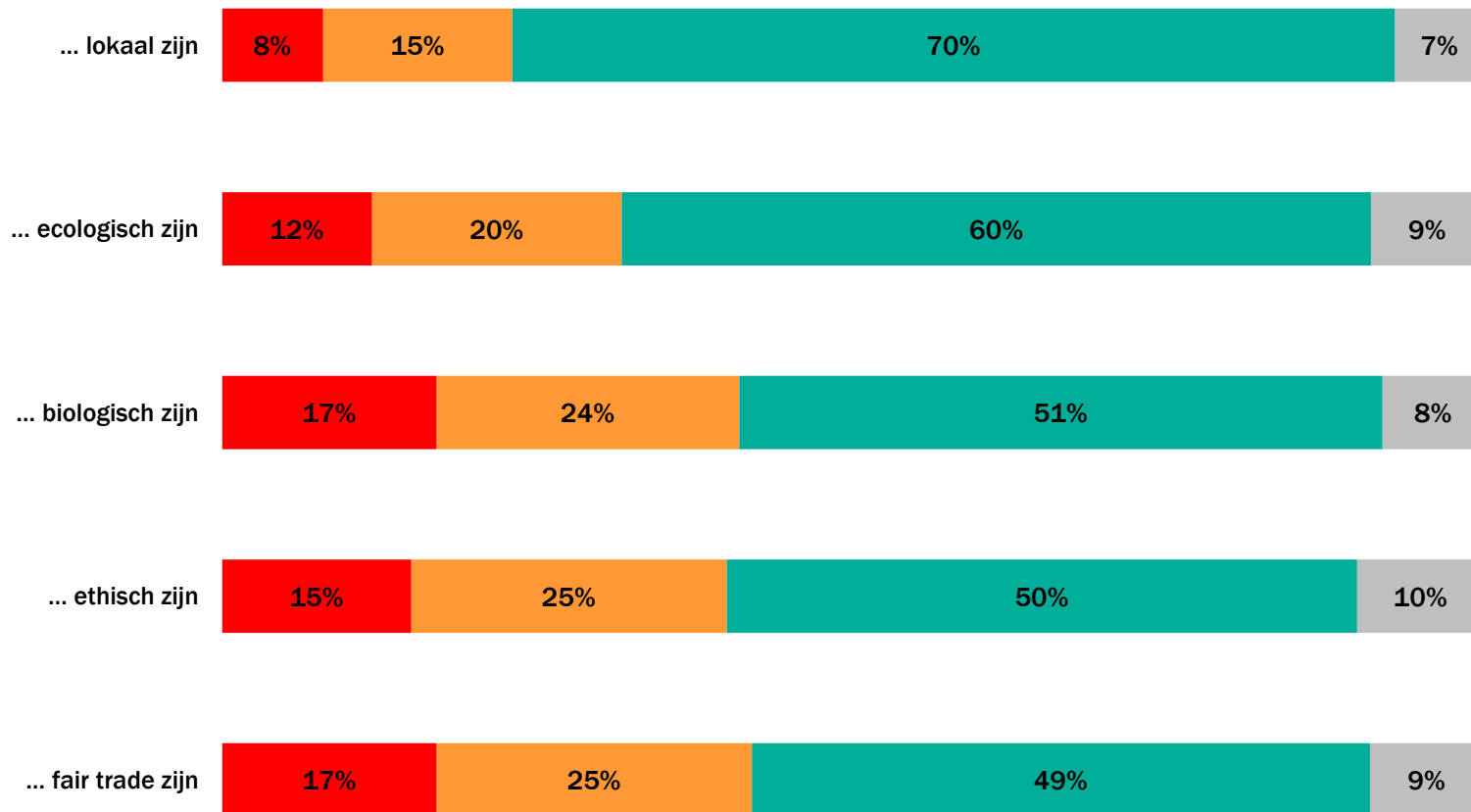
In welke mate vindt u het **duidelijk** welk soort producten er telkens bedoeld wordt?

**Nederlandstaligen vinden het duidelijker wat bedoeld is met “fair trade / eerlijke producten” en “biologische producten”, Franstaligen wat bedoeld is met “ethische producten”. De productdefinities zijn over het algemeen duidelijker voor de jongere leeftijdsgroepen, alleen voor “lokale producten” is er qua duidelijkheid geen leeftijdsverschil.**

|                       |                | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|-----------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|                       |                | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| Lokale producten      | Niet duidelijk | 7,9%        | 9,1%        | 9.5% B      | 7,3%        | 8,5%       | 8,6%        | 8,1%        | 10,5%                      | 8,3%                       | 7,4%            |
|                       | Wel duidelijk  | 83,4%       | 82,9%       | 80,9%       | 85.5% A     | 83,6%      | 82,8%       | 83,2%       | 75,2%                      | 82.4% A                    | 88.7% A B       |
|                       | Geen mening    | 8,7%        | 8,0%        | 9.6% B      | 7,2%        | 7,9%       | 8,6%        | 8,6%        | 14.4% B C                  | 9.3% C                     | 3,9%            |
| Biologische producten | Niet duidelijk | 8,9%        | 13.3% A     | 12.3% B     | 9,4%        | 10,9%      | 8,3%        | 13.5% B     | 15.4% B C                  | 9,4%                       | 9,7%            |
|                       | Wel duidelijk  | 81.8% B     | 77,5%       | 77,3%       | 82.4% A     | 80,3%      | 82.9% C     | 76,3%       | 69,2%                      | 80.7% A                    | 85.3% A B       |
|                       | Geen mening    | 9,3%        | 9,2%        | 10.4% B     | 8,2%        | 8,8%       | 8,8%        | 10,2%       | 15.5% B C                  | 9.9% C                     | 5,0%            |
| Fair trade producten  | Niet duidelijk | 8,9%        | 22.1% A     | 15,5%       | 14,0%       | 13,7%      | 13,2%       | 17.2% B     | 19.8% B C                  | 13,1%                      | 13,4%           |
|                       | Wel duidelijk  | 81.3% B     | 68,3%       | 74,1%       | 77,0%       | 77.0% C    | 77.7% C     | 72,0%       | 64,0%                      | 76.5% A                    | 81.4% A B       |
|                       | Geen mening    | 9,8%        | 9,6%        | 10,4%       | 9,0%        | 9,3%       | 9,1%        | 10,8%       | 16.2% B C                  | 10.4% C                    | 5,2%            |
| Ecologische producten | Niet duidelijk | 23,7%       | 23,3%       | 23,5%       | 23,5%       | 20,3%      | 22,4%       | 27.5% A B   | 27.3% B                    | 21,4%                      | 23,5%           |
|                       | Wel duidelijk  | 65,0%       | 67,5%       | 65,1%       | 67,1%       | 70.4% C    | 68.2% C     | 60,1%       | 55,3%                      | 67.2% A                    | 71.3% A         |
|                       | Geen mening    | 11.4% B     | 9,2%        | 11,4%       | 9,4%        | 9,3%       | 9,4%        | 12,5%       | 17.4% B C                  | 11.4% C                    | 5,2%            |
| Ethische producten    | Niet duidelijk | 34,2%       | 31,2%       | 32,3%       | 33,4%       | 32,4%      | 31,1%       | 35,2%       | 34,7%                      | 32,0%                      | 32,8%           |
|                       | Wel duidelijk  | 53,6%       | 58.7% A     | 55,5%       | 56,2%       | 57.7% C    | 58.2% C     | 51,6%       | 46,3%                      | 56.2% A                    | 61.1% A B       |
|                       | Geen mening    | 12,3%       | 10,1%       | 12,2%       | 10,4%       | 9,9%       | 10,7%       | 13,2%       | 19.0% B C                  | 11.9% C                    | 6,1%            |

Hoe belangrijk vindt u het dat producten die u kan kopen...?

De kwalificatie van producten als lokaal wordt het belangrijkste gevonden, gevolgd door “ecologisch”. De andere kwalificaties verschillen niet qua belang.



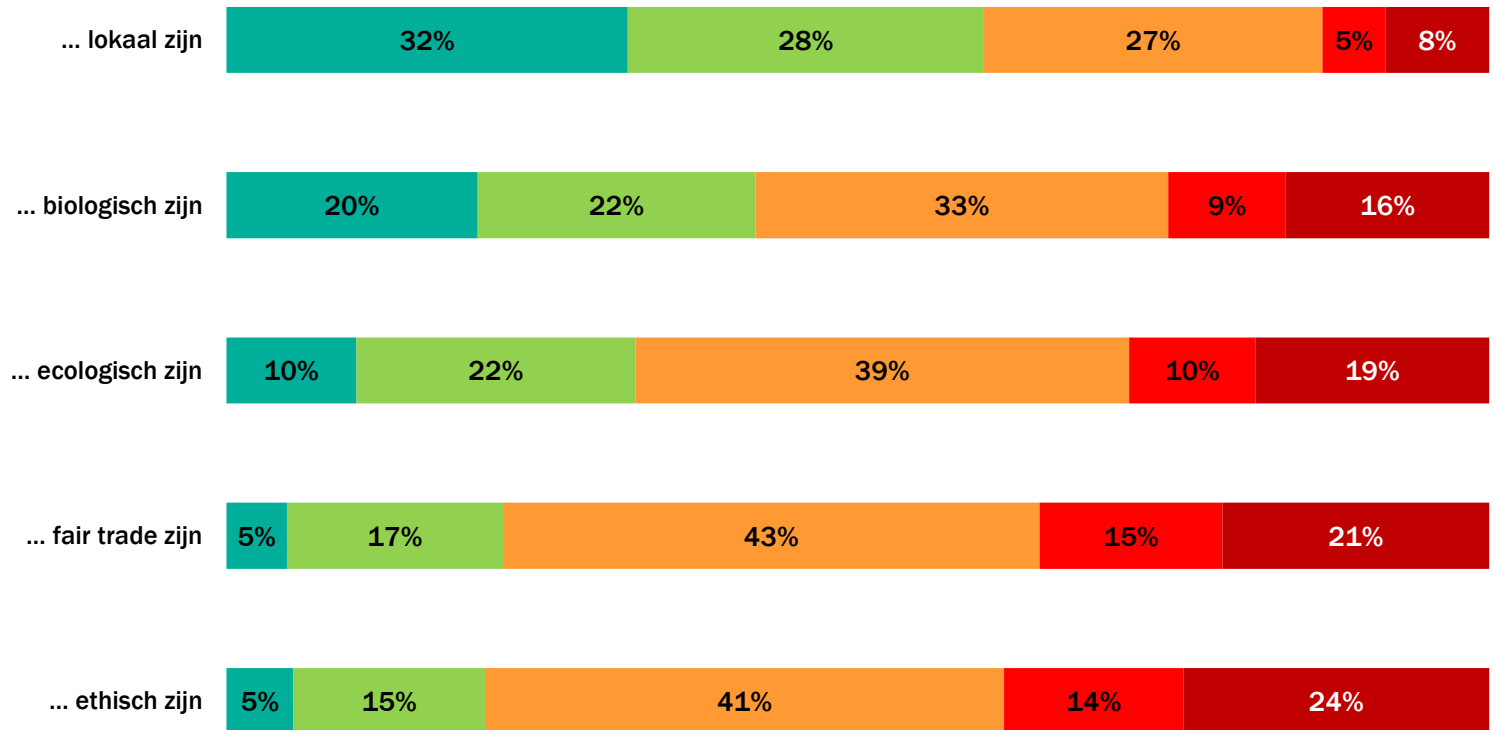
Hoe belangrijk vindt u het dat producten die u kan kopen...?

Ouderen vinden het belangrijker dan jongeren dat producten lokaal zijn, en ook fair trade.  
 Franstaligen vinden elk van de vijf types systematisch belangrijker dan Nederlandstaligen.

|                            |                 | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogste<br>ns lager<br>middelb<br>aar | Hoogste<br>ns hoger<br>middelb<br>aar | Hoger<br>onderwij<br>s |
|----------------------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------|
|                            |                 | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                            | (B)<br>1217                           | (C)<br>1122            |
| Lokale producten zijn      | Niet belangrijk | 10.9% B     | 3,2%        | 8,0%        | 7,0%        | 8.8% C     | 9.0% C      | 4,6%        | 7,8%                                  | 7,3%                                  | 7,5%                   |
|                            | Neutraal        | 18.8% B     | 9,7%        | 14,8%       | 14,8%       | 17.5% C    | 15,2%       | 11,9%       | 16.4% C                               | 16.3% C                               | 12,3%                  |
|                            | Wel belangrijk  | 63,1%       | 79.7% A     | 69,9%       | 71,0%       | 64,7%      | 69,2%       | 77.0% A B   | 64,8%                                 | 68,5%                                 | 75.8% A B              |
|                            | Geen mening     | 7,2%        | 7,4%        | 7,3%        | 7,3%        | 9,0%       | 6,6%        | 6,5%        | 11.0% C                               | 8.0% C                                | 4,4%                   |
| Ecologische producten zijn | Niet belangrijk | 15.1% B     | 7,0%        | 13.8% B     | 9,4%        | 11,1%      | 12,9%       | 10,6%       | 12,3%                                 | 12,2%                                 | 10,4%                  |
|                            | Neutraal        | 23.4% B     | 15,1%       | 20,4%       | 19,1%       | 17,7%      | 18,8%       | 22.5% A     | 24.5% C                               | 21.0% C                               | 15,5%                  |
|                            | Wel belangrijk  | 52,5%       | 69.7% A     | 57,5%       | 62.7% A     | 62,0%      | 61,0%       | 57,6%       | 49,5%                                 | 57.6% A                               | 69.1% A B              |
|                            | Geen mening     | 8,9%        | 8,1%        | 8,4%        | 8,8%        | 9,1%       | 7,3%        | 9,4%        | 13.7% B C                             | 9.1% C                                | 4,9%                   |
| Biologische producten zijn | Niet belangrijk | 23.8% B     | 8,8%        | 20.0% B     | 14,4%       | 17,3%      | 18,7%       | 15,4%       | 18,5%                                 | 15,8%                                 | 17,8%                  |
|                            | Neutraal        | 27.3% B     | 19,3%       | 22,6%       | 24,9%       | 25,5%      | 22,4%       | 23,6%       | 24,5%                                 | 26.5% C                               | 20,3%                  |
|                            | Wel belangrijk  | 40,5%       | 63.8% A     | 49,2%       | 52,3%       | 47,9%      | 51,7%       | 52,4%       | 44,2%                                 | 48,6%                                 | 57.0% A B              |
|                            | Geen mening     | 8,4%        | 8,2%        | 8,2%        | 8,5%        | 9,3%       | 7,2%        | 8,6%        | 12.7% B C                             | 9.1% C                                | 4,9%                   |
| Ethische producten zijn    | Niet belangrijk | 19.2% B     | 9,3%        | 17.6% B     | 12,1%       | 15,3%      | 17.2% C     | 11,9%       | 16,2%                                 | 15,8%                                 | 13,0%                  |
|                            | Neutraal        | 28.1% B     | 21,7%       | 25,3%       | 25,3%       | 26,5%      | 23,9%       | 25,6%       | 28.9% C                               | 26.4% C                               | 22,0%                  |
|                            | Wel belangrijk  | 41,8%       | 59.9% A     | 47,4%       | 52.1% A     | 48,3%      | 49,8%       | 51,1%       | 38,6%                                 | 47.1% A                               | 59.3% A B              |
|                            | Geen mening     | 10,9%       | 9,1%        | 9,6%        | 10,5%       | 9,9%       | 9,1%        | 11,3%       | 16.4% B C                             | 10.8% C                               | 5,6%                   |
| Fair trade producten zijn  | Niet belangrijk | 21.9% B     | 9,7%        | 18.8% B     | 14,3%       | 18.2% C    | 19.1% C     | 12,3%       | 16,9%                                 | 17,1%                                 | 15,6%                  |
|                            | Neutraal        | 29.7% B     | 19,9%       | 25,8%       | 25,0%       | 26,4%      | 24,7%       | 25,3%       | 28.7% C                               | 26.8% C                               | 21,9%                  |
|                            | Wel belangrijk  | 39,8%       | 61.6% A     | 47,1%       | 51.7% A     | 46,1%      | 48,3%       | 53.7% A B   | 41,1%                                 | 46,5%                                 | 57.5% A B              |
|                            | Geen mening     | 8,5%        | 8,8%        | 8,3%        | 9,0%        | 9,3%       | 7,9%        | 8,8%        | 13.3% B C                             | 9.6% C                                | 4,9%                   |

Hoe vaak koopt u producten die ...?

Lokale producten worden het vaakst gekocht: 60% van de Belgen zegt ze minstens één keer per maand te kopen.



■ Eén of enkele keren per week

■ Eén of enkele keren per maand

■ Eén of enkele keren per jaar

■ Minder vaak

■ Nooit



### Hoe vaak koopt u producten die ...?

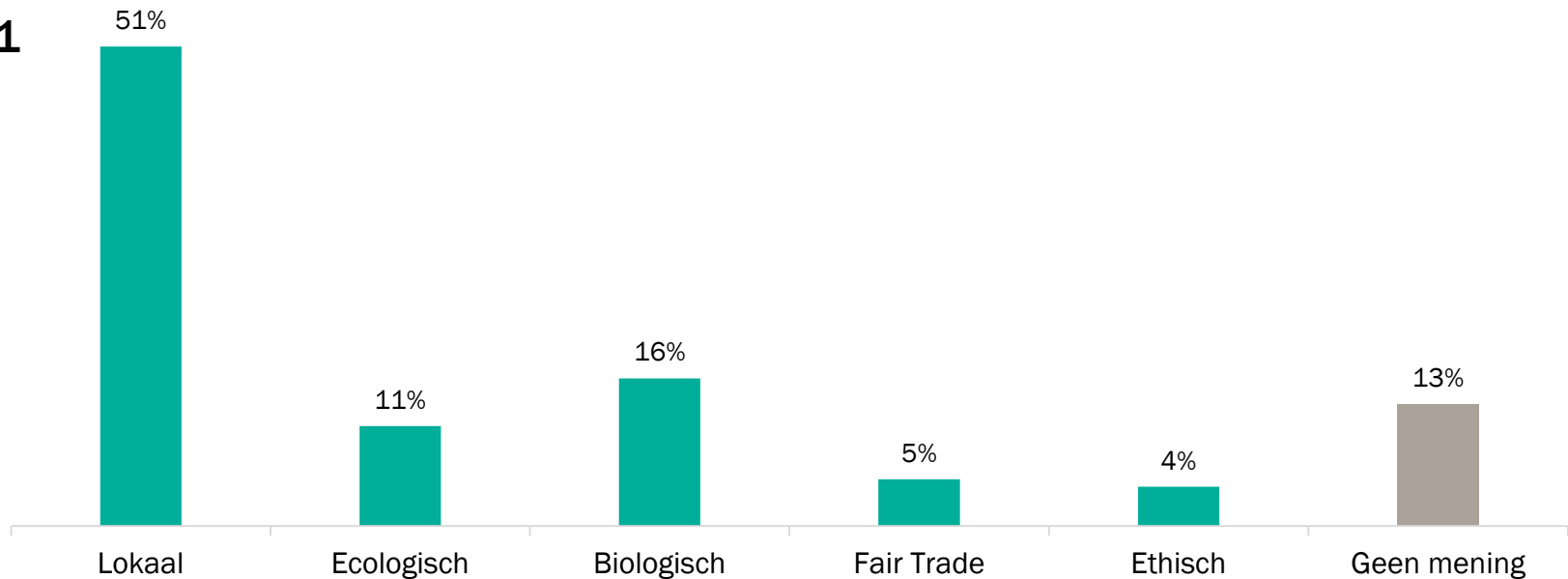
Lokale producten worden significant meer en vaker gekocht door oudere leeftijdsgroepen. Daarnaast zeggen jongeren vaker ecologische producten te kopen en ouderen relatief vaker fair trade producten. Franstaligen geven aan elk type producten frequenter aan te kopen dan Nederlandstaligen.

|                       |                               | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens lager middelbaar | Hoogstens hoger middelbaar | Hoger onderwijs |
|-----------------------|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
|                       |                               | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                 | (B)<br>1217                | (C)<br>1122     |
| Lokale producten      | Eén of enkele keren per week  | 29,5%       | 34.6% A     | 31,6%       | 32,0%       | 23,3%      | 30.7% A     | 40.5% A B   | 32,7%                      | 30,8%                      | 32,3%           |
|                       | Eén of enkele keren per maand | 29.7% B     | 26,2%       | 28,8%       | 27,6%       | 28,9%      | 26,0%       | 29,8%       | 29,0%                      | 25,2%                      | 30.9% B         |
|                       | Eén of enkele keren per jaar  | 26,6%       | 27,2%       | 27,0%       | 26,6%       | 30.9% C    | 29.3% C     | 20,6%       | 24,4%                      | 29,2%                      | 25,7%           |
|                       | Minder vaak                   | 5,0%        | 5,0%        | 4,6%        | 5,4%        | 6.3% C     | 5,2%        | 3,6%        | 3,6%                       | 6.4% A                     | 4,3%            |
|                       | Nooit                         | 9.1% B      | 7,1%        | 8,0%        | 8,4%        | 10.6% C    | 8.8% C      | 5,6%        | 10.2% C                    | 8,5%                       | 6,8%            |
| Biologische producten | Eén of enkele keren per week  | 15,4%       | 25.7% A     | 19,5%       | 20,3%       | 18,4%      | 20,9%       | 20,1%       | 16,0%                      | 17,5%                      | 24.9% A B       |
|                       | Eén of enkele keren per maand | 20,7%       | 23,6%       | 21,9%       | 22,0%       | 22,5%      | 20,9%       | 22,6%       | 20,9%                      | 20,9%                      | 23,7%           |
|                       | Eén of enkele keren per jaar  | 34.8% B     | 30,0%       | 33,2%       | 32,2%       | 34,3%      | 32,5%       | 31,3%       | 31,2%                      | 35.4% C                    | 30,5%           |
|                       | Minder vaak                   | 11.4% B     | 6,7%        | 8,4%        | 10,3%       | 9,3%       | 8,3%        | 10,4%       | 10.5% C                    | 10.9% C                    | 6,9%            |
|                       | Nooit                         | 17.7% B     | 14,1%       | 17,0%       | 15,2%       | 15,5%      | 17,2%       | 15,5%       | 21.5% B C                  | 15,3%                      | 13,9%           |
| Ecologische producten | Eén of enkele keren per week  | 8,7%        | 12.3% A     | 9,9%        | 10,7%       | 12.4% B    | 9,1%        | 9,7%        | 9,2%                       | 9,3%                       | 12,0%           |
|                       | Eén of enkele keren per maand | 20,8%       | 23.8% A     | 24.2% B     | 20,1%       | 24,1%      | 20,6%       | 22,0%       | 19,1%                      | 21,7%                      | 24.4% A         |
|                       | Eén of enkele keren per jaar  | 39,4%       | 38,7%       | 38,1%       | 40,1%       | 37,0%      | 40,5%       | 39,5%       | 37,5%                      | 38,1%                      | 41,2%           |
|                       | Minder vaak                   | 11.5% B     | 8,0%        | 9,8%        | 10,1%       | 8,9%       | 9,5%        | 11,4%       | 10,6%                      | 12.1% C                    | 7,4%            |
|                       | Nooit                         | 19,6%       | 17,1%       | 17,9%       | 19,0%       | 17,6%      | 20,3%       | 17,4%       | 23.6% B C                  | 18.9% C                    | 15,0%           |
| Fair trade producten  | Eén of enkele keren per week  | 4,0%        | 5.8% A      | 4,8%        | 4,8%        | 4,6%       | 4,6%        | 5,2%        | 5,1%                       | 4,6%                       | 4,8%            |
|                       | Eén of enkele keren per maand | 15,3%       | 19.4% A     | 18,1%       | 16,2%       | 14,9%      | 14,9%       | 21.4% A B   | 15,5%                      | 16,0%                      | 19,3%           |
|                       | Eén of enkele keren per jaar  | 41,4%       | 44,0%       | 41,9%       | 43,2%       | 44,3%      | 41,8%       | 41,7%       | 36,5%                      | 41,5%                      | 47.2% A B       |
|                       | Minder vaak                   | 17.3% B     | 10,9%       | 14,2%       | 14,7%       | 16,0%      | 14,2%       | 13,4%       | 14,8%                      | 15,3%                      | 13,5%           |
|                       | Nooit                         | 22,0%       | 19,9%       | 21,0%       | 21,1%       | 20,3%      | 24.4% C     | 18,2%       | 28.2% B C                  | 22.7% C                    | 15,2%           |
| Ethische producten    | Eén of enkele keren per week  | 4,2%        | 6.6% A      | 5,7%        | 4,8%        | 6,4%       | 4,5%        | 5,0%        | 4,5%                       | 5,0%                       | 6,0%            |
|                       | Eén of enkele keren per maand | 14,3%       | 16,3%       | 15,9%       | 14,6%       | 16,3%      | 13,5%       | 16,1%       | 11,8%                      | 15,0%                      | 17.5% A         |
|                       | Eén of enkele keren per jaar  | 39,2%       | 43.5% A     | 41,4%       | 40,8%       | 41,1%      | 42,0%       | 40,2%       | 38,0%                      | 39,1%                      | 45.2% A B       |
|                       | Minder vaak                   | 16.0% B     | 11,9%       | 13,9%       | 14,5%       | 13,0%      | 13,3%       | 16,1%       | 14,8%                      | 15,2%                      | 12,7%           |
|                       | Nooit                         | 26.2% B     | 21,7%       | 23,1%       | 25,4%       | 23,3%      | 26,7%       | 22,6%       | 30.9% C                    | 25.8% C                    | 18,7%           |

Geelieve de 5 types van producten te rangschikken volgens het belang dat u eraan hecht.

|       |     |     |     |     |     |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Score | 4,1 | 3,1 | 3,1 | 2,4 | 2,2 |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|

TOP1



Gelieve de 5 types van producten te rangschikken volgens het belang dat u eraan hecht.

**Dat producten biologisch zijn, is relatief belangrijker voor Franstaligen, het ethische en ecologische is belangrijker voor Nederlandstaligen. Jongeren hechten ook meer belang aan het ethische en het ecologische, terwijl voor de oudere leeftijdsgroep vooral het lokale aspect, en ook eerlijke handel, belangrijker is.**

|              | NL          | FR          | man         | vrouw       | 16-34      | 35-54       | 55+         | Hoogstens<br>lager<br>middelbaar | Hoogstens<br>hoger<br>middelbaar | Hoger<br>onderwijs |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------|
|              | (A)<br>1674 | (B)<br>1326 | (A)<br>1489 | (B)<br>1511 | (A)<br>915 | (B)<br>1069 | (C)<br>1015 | (A)<br>661                       | (B)<br>1217                      | (C)<br>1122        |
| <b>TOP1</b>  |             |             |             |             |            |             |             |                                  |                                  |                    |
| Fair trade   | 5,6%        | 4,2%        | 4,2%        | 5,7%        | 5,0%       | 3,7%        | 6.2% B      | 5,5%                             | 4,2%                             | 5,5%               |
| Ecologisch   | 12.3% B     | 8,7%        | 11,3%       | 10,1%       | 15.9% B C  | 9.9% C      | 6,9%        | 5,9%                             | 10.7% A                          | 13.6% A            |
| Ethisch      | 5.2% B      | 2,9%        | 4,2%        | 4,2%        | 5.4% C     | 4,6%        | 2,7%        | 2,2%                             | 4.3% A                           | 5.3% A             |
| Biologisch   | 12,0%       | 20.6% A     | 14,8%       | 16,8%       | 14,2%      | 18.3% A     | 14,6%       | 13,9%                            | 14,5%                            | 18.4% A B          |
| Lokaal       | 51,4%       | 51,3%       | 49,5%       | 53.1% A     | 43,4%      | 50.8% A     | 59.0% A B   | 54.0% C                          | 53.3% C                          | 47,7%              |
| Geen mening  | 13,5%       | 12,2%       | 15.9% B     | 10,1%       | 16.1% C    | 12,6%       | 10,5%       | 18.6% B C                        | 13.1% C                          | 9,5%               |
| <b>Score</b> |             |             |             |             |            |             |             |                                  |                                  |                    |
| Lokaal       | 4,1         | 4,2         | 4,1         | 4,1         | 3,9        | 4.1 A       | 4.3 A B     | 4.3 C                            | 4.2 C                            | 4,0                |
| Ecologisch   | 3.2 B       | 3,0         | 3,2         | 3,1         | 3.3 B C    | 3.1 C       | 3,0         | 3,0                              | 3.1 A                            | 3.2 A              |
| Biologisch   | 3,0         | 3.3 A       | 3,1         | 3,1         | 3,1        | 3,2         | 3,1         | 3,2                              | 3,1                              | 3,1                |
| Fair trade   | 2,4         | 2,4         | 2,4         | 2,4         | 2,3        | 2,3         | 2.6 A B     | 2,5                              | 2,4                              | 2,4                |
| Ethisch      | 2.2 B       | 2,1         | 2,2         | 2,2         | 2.3 C      | 2,2         | 2,1         | 2,1                              | 2,2                              | 2.3 A              |

1. Onderzoeksopzet
2. Key facts
3. Verantwoord consumeren
4. Belang van productkenmerken
5. Associatie van producttypes met kenmerken en producten
6. Kennis van producttypes
7. Attitudes en percepties van producttypes
8. Aankoop van producttypes
9. Vergelijking van producttypes (na definiëring)
10. Conclusies

## Verantwoord consumeren

Verantwoord consumeren wordt vooral geassocieerd met het kopen van seizoensgebonden producten en lokale producten enerzijds en met hergebruik en het verminderen van verpakking en afval anderzijds. De link met ecologische producten en fair trade producten en vooral met biologische en ethische producten wordt minder gelegd dan met lokale producten uit de korte keten.

Verantwoord consumeren betekent voor de Belg vooral het kopen van **seizoensgebonden producten (49%)** en **lokale producten uit de korte keten (39%)** enerzijds en het **verminderen van (verpakkings)afval (46%)** en hergebruik (kringlooeconomie) (29%) anderzijds. Het betekent ook opteren voor duurzame producten die lang meegaan in de tijd (28%). De link met het kopen van ecologische producten (15%) en fair trade producten (15%), en vooral met biologische producten (9%) en ethische producten (6%) wordt minder gelegd.

- **Jongeren** benadrukken eerder **ecologische aspecten** en associëren verantwoord consumeren relatief meer met minder verpakking/afval, meer recyclage en hergebruik en met het kopen van bio- en ecologische producten, terwijl **ouderen** het relatief meer associëren met het kopen van **lokale producten en seizoensgebonden producten**, met producten die **lang meegaan in de tijd** en met **eerlijke handel**.
- Franstaligen denken bij verantwoord consumeren vaker aan minder consumeren en het kopen van bioproducten en vooral lokale producten uit de korte keten, Nederlandstaligen leggen sterker de link met ecologie en duurzaamheid.

## Verantwoord consumeren

Meer verantwoorde consumptie is volgens 2 op de 3 Belgen nodig, wat wijst op een collectief draagvlak en bewustzijn. Minder dan de helft is ervan overtuigd dat het individuele aankoopgedrag een echte impact heeft. 1 op de 3 van de Belgen vindt dat de verantwoordelijkheid in de eerste plaats bij de consument ligt, maar er wordt ook verwezen naar zowel de overheid als de producenten en distributeurs.

De Belgen geven aan zich het meest zorgen te maken over hun (persoonlijke) gezondheid (84%), koopkracht (78%) en welzijn (76%), en over het milieu/klimaat (75%), in grotere mate dan over armoede (56%) en ongelijkheid (65%) in de wereld en de (gevolgen van) globalisering (55%).

**2 op de 3 Belgen (66%) vinden dat het consumptiegedrag en onze levensstijl anders en meer verantwoord moet, maar minder dan de helft (46%) is ervan overtuigd dat zijn of haar aankoopgedrag een impact heeft op het milieu of op de levensomstandigheden van producenten/werknemers.** Slechts 37% geeft aan bij aankopen daadwerkelijk rekening te houden met de productieomstandigheden (37%), al bevestigen bijna 6 op de 10 Belgen dat ze zich meer bewust zijn dan vroeger van de omstandigheden waarin sommige producten worden gemaakt.

- Ouderen (43%) zien verantwoorde consumptie meer dan jongeren (24%) als de **verantwoordelijkheid van de consument**.
- Voor Franstaligen is het eerder een verantwoordelijkheid van consument en overheid, terwijl Nederlandstaligen de verantwoordelijkheid relatief vaker leggen bij de producenten en distributeurs.

## Bekendheid van producttypes

De spontane bekendheid van of vertrouwdheid met ethische en ecologische producten is eerder laag. Ook na definiëring blijven deze producttypes het minst duidelijk afgelijnd.

**70% tot 80% van de Belgen** zegt te weten wat fair trade, biologische en lokale producten inhouden. Veel minder duidelijkheid en vertrouwdheid is er met de productcategorieën **'ecologisch' (38%)** en vooral met **'ethisch' (28%)** waarvan een quasi even grote groep (30%) aangeeft er nog nooit van gehoord te hebben. Na het voorleggen in de vragenlijst van een definitie over ethische producten die deze productcategorie uitdrukkelijk linkt aan respect voor de fundamentele rechten van de werknemers gedefinieerd door de Internationale Arbeidsorganisatie, geven 7 op de 10 Belgen (72%) aan dat hun idee vooraf strookte met deze definitie. Toch blijft, ook na het voorleggen van alle productdefinities, de volgorde van bekendheid van, vertrouwdheid met of duidelijkheid over de producttypes dezelfde: (1) lokale producten (waarbij 83% het duidelijk vindt wat wordt bedoeld), (2) biologische producten (80%), (3) fair trade producten (76%), (4) ecologische producten (66%) en (5) ethische producten (56%).

- De productdefinities zijn over het algemeen duidelijker voor de jongere leeftijdsgroepen. Alleen voor lokale producten is er qua duidelijkheid geen leeftijdsverschil.
- Nederlandstaligen vinden het duidelijker wat bedoeld wordt met fair trade/eerlijke producten en biologische producten, Franstaligen wat bedoeld wordt met ethische producten en ecologische producten.

## Belang van productkenmerken

Kwaliteit, prijs en gezondheid primeren bij aankoopkeuzes en -beslissingen. De typische, onderscheidende kenmerken van eerlijke, ethische, ecologische, biologische én lokale producten hebben een relatief gelijklopend belang.

Abstractie makend van de prijs zeggen de Belgen het meest rekening te houden met de **houdbaarheid van producten (59%)** en met **kwaliteits- en gezondheidsaspecten (48% respectievelijk 39%)** wanneer ze **boodschappen doen**, veel eerder dan met lokale productie/korte keten (22%), ecologische aspecten (respect voor het milieu: 17%) of eerlijke handel (respect voor de levensomstandigheden van producenten en arbeiders: 15%).

- **Ouderen** geven in vergelijking met jongeren (die zich sterker op kwaliteitsaspecten zeggen te richten) vaker aan rekening te houden met **de houdbaarheid en de impact van producten op de gezondheid**, maar ook met **lokale productie en eerlijke handel**.
- Franstaligen geven minder dan Nederlandstaligen de houdbaarheid en kwaliteit van producten aan en meer andere aspecten zoals gezondheid, ecologie, lokale productie en eerlijke handel.

Gevraagd naar het relatieve belang van 23 verschillende kenmerken van producten bij de aankoop ervan blijken **kwaliteitskenmerken** (smaak, ontwerp, versheid, houdbaarheid, ...) veruit het belangrijkste (8,6/10), gevolgd door de **prijs** (8,1) en het **gezondheidsaspect** (8,0). Na deze Top 3 gaat de meeste aandacht naar seizoensgebondenheid (7,4), de afwezigheid van pesticiden en chemische stoffen (7,3), een duidelijke herkomst (7,1) en respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen bij de productie (7,0). Met scores van 6,4 tot 6,9 op 10 zijn de **verschillen tussen diverse andere aspecten die te maken hebben met eerlijke, ethische, ecologische, biologische én lokale producten niet zo erg groot**. Het gegeven dat producenten en arbeiders een correcte vergoeding of prijs (moeten) krijgen die hen toelaat om waardig te leven, heeft bijvoorbeeld eenzelfde gewicht als 'productie met aandacht voor het dierenwelzijn' en 'weinig of geen verpakking' (telkens 6,9/10).



## Associatie met productkenmerken

Lokale producten hebben de sterkste en meest uitgesproken identiteit. Het concept 'ethisch' is minder bekend en ligt gedeeltelijk vervat in 'eerlijk'. De milieugerelateerde aspecten van 'biologisch' overlappen met 'ecologisch', maar 'biologisch' roept daarnaast de connotatie op van gezonde en seizoensgebonden lokale producten, zij het aan een relatief hoge prijs.

Ondanks de eerder beperkte differentiatie in het belang van de kenmerken bij productaankopen, zijn er vrij duidelijke associaties tussen een groot deel van de kenmerken en één of meerdere producttypes.

**Lokale producten** lijken de **sterkste en meest uitgesproken identiteit** te hebben. **Lokale productie** in de directe nabijheid / in België / in het land van aankoop, gekoppeld aan een rechtstreekse verkoop zonder tussenschakels (**korte keten**), is typisch wat men begrijpt onder 'lokale producten'. Daarnaast bestaat er een sterke associatie met **seizoensgebondenheid** en zijn lokale producten het enige producttype dat als **eerder goedkoop** wordt gepercipieerd. Lokale producten worden verder ook gezien als kwalitatief, gezond en tot op zekere hoogte milieuvriendelijk (weinig verpakking, kleinere ecologische voetafdruk) en eerlijk (respect voor de levensomstandigheden van kleinschalige producenten).

## Associatie met productkenmerken

**Eerlijke producten en ethische producten** hebben in de perceptie van de mensen onderling een groot raakvlak, al moet er rekening worden gehouden met een lagere bekendheid of vertrouwdheid met het concept 'ethisch'. Productie met **respect voor de mensenrechten** wordt mede daardoor nog net iets sterker gelinkt aan eerlijke handel dan aan ethische productie. Een **correcte vergoeding of prijszetting**, een **verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten**, en **herkomst uit de derde wereld** vervolledigen de topassociaties met fair trade. **Fair trade producten** worden als **eerder duur** beschouwd en delen met de categorie van biologische producten ook de bekendheid van certificatielabels. **Ethische producten** hebben, behalve de link met **gedragscodes** van producenten, een opvallende associatie met de **aandacht voor het dierenwelzijn**. Het dierenwelzijn wordt eerder gezien als een ethische discussie, niet als een ecologische. Ook productie met respect voor milieu en natuurlijke hulpbronnen wordt gezien als een kenmerk van ethische producten.

**Ecologische producten en biologische producten** blijken in de beleving van mensen ook vrij dicht bij elkaar te liggen, doordat ze qua gepercipieerde kenmerken **overlappen** in alles wat een **milieu-inslag** heeft: zowel de typische kenmerken van de biologische landbouw (geen pesticiden, geen ggo's, geen doorstraling, geen bewaarmiddelen) als van ecologische/milieuvriendelijke productie en consumptie (respect voor het milieu en de natuurlijke hulpbronnen, herbruikbare of recycleerbare grondstoffen en materialen, weinig verpakking, kleine ecologische voetafdruk) worden gezien als eigen aan beide producttypes. Meer dan bij de andere producttypes is er bij de **biologische producten** één kenmerk dat dominant is, namelijk de **(quasi-)afwezigheid van pesticiden of andere chemische producten**. Biologische producten worden in vergelijking met ecologische producten wel **in grotere mate als gezond, seizoensgebonden en van relatief goede kwaliteit ervaren**, aspecten die dit producttype dus eerder gemeenschappelijk heeft met **producten van lokale herkomst**. Biologische producten worstelen evenwel overduidelijk met een **hoge prijsperceptie**.

## Associatie met producten

De specifieke producten (koffie enz.) die geassocieerd worden met eerlijke producten zijn redelijk gelijkend aan diegene die geassocieerd worden met ethische producten. Eenzelfde overlapping zien we bij de specifieke producten geassocieerd met lokale producten enerzijds en met biologische producten anderzijds. Bij ecologische producten komen ook niet-voedingsproducten in beeld, in tegenstelling tot de andere productcategorieën waarbij de Top 3 telkens uit voedingsproducten bestaat.

**Koffie, chocolade/cacao en graanproducten (maïs, rijst, quinoa, ...)** zijn de typische producten die geassocieerd worden met **eerlijke producten**, maar ook, zij het minder uitgesproken, met **ethische producten**. De Top 4 wordt bij fair trade producten vervolledigd door thee, bij ethische producten door kledij en textiel.

Bij **biologische producten** denken mensen in de eerste plaats aan groenten (80%) en fruit (65%), gevolgd door zuivelproducten (eieren: 47%, melk en kaas(producten): 35%), vlees (30%) en aardappelen en graanproducten (beide 27%). Ook bij **lokale producten** denken mensen in de eerste plaats aan groenten (74%) en fruit (60%). Verder komen bij lokale producten **dezelfde productsoorten** terug als bij biologische producten, al is de associatie sterker: melk en kaas (56%), eieren (54%), aardappelen (54%) en vlees (52%). Alleen graanproducten (4%) vallen weg uit het rijtje.

Al deze producten die als lokaal en biologisch worden gezien, worden ook als belangrijkste **ecologische producten** gezien, maar in minder sterke mate: groenten (45%), fruit (35%), zuivel en vlees (20%) en graanproducten (25%). Bij de ecologische producten wordt evenwel ook vaak gedacht aan onderhouds- en schoonmaakproducten (24%) en in mindere mate kledij en textiel (17%) en cosmetica en verzorgingsproducten (13%). Terwijl bij lokale producten en biologische producten een 7-tal producten centraal staan, **is het productengamma dat als ecologisch wordt aanzien een stuk breder en omvat het ook diverse niet-voedingsproducten.**

## Perceptie van producttypes

Lokale producten hebben een beter imago dan andere producttypes, vooral dankzij de prijs-kwaliteitverhouding, geloofwaardigheid en veronderstelde impact. Op die drie vlakken hebben biologische producten het meest de perceptie tegen, hoewel ze het best scoren op het vlak van gezondheid en gevarieerd aanbod.

**De algemene attitudes t.o.v. de vijf producttypes verschillen significant.** De Belg staat het meest positief tegenover **lokale producten (8,0/10)**. Ethische producten (7,3) en ecologische (7,2) producten scoren gemiddeld. **Fair trade producten (6,9) en biologische (6,8) producten** roepen relatief meer weerstand op.

De (perceptie van) hogere prijzen vormt hiervoor, zeker in het geval van biologische producten, gedeeltelijk een verklaring. Bijna 7 op de 10 Belgen vindt **biologische producten te duur**, voor ecologische en ook fair trade producten is dat ongeveer 1 op de 2. Terwijl **biologische producten en ecologische producten** dan weer vaak worden geacht van **minstens gelijkwaardige kwaliteit** te zijn dan 'gewone' producten, wordt daar **bij fair trade producten en ook ethische producten meer aan getwijfeld**. Gevolg is dat elk van deze producttypes moet onderdoen voor **lokale producten** inzake de waardering van prijs en kwaliteit - samen met gezondheid de key drivers in aankoopgedrag - en inzake de uiteindelijke beeldvorming over een **goede prijs-kwaliteitverhouding**.

## Perceptie van producttypes

Biologische producten worden het meest positief geëvalueerd wat betreft zowel de breedte en variatie in het aanbod als de impact op de gezondheid, maar geven de consument duidelijk het minst van al (36%) **het gevoel een goede daad te doen** door ze te kopen. Dat gevoel is veel sterker **bij lokale producten (63%) en bij fair trade producten (51%)**. Zo is ook 70% van de Belgen het ermee eens dat lokale producten kopen goed is voor het milieu, dat is meer dan bij ecologische producten (62%) en biologische producten (52%). De veronderstelde impact van lokale producten is significant hoger dan van elk van de ander producten: **60% van de Belgen zegt door lokale producten te kopen echt wel mee het verschil te kunnen maken**. Fair trade producten (62%) en in veel mindere mate ethische producten (43%) scoren het best als categorie producten waarvan de aankoop belangrijk is voor de producenten en werknemers in het Zuiden, maar als het gaat om het **belang van boeren en producenten in België** moeten beide producttypes (32% respectievelijk 36%) het afleggen tegenover ecologische producten en biologische producten (beide 43%) en vooral tegenover **lokale producten (82%)**.

Mensen vinden **lokale producten en in mindere mate eerlijke producten geloofwaardiger** (geen marketing- of verkoopstruc) **dan ecologische, biologische en ethische producten**. Over deze laatste productcategorie hebben een groter aantal mensen “geen mening”, omdat ze minder vertrouwd zijn met dit concept. Fair trade producten en biologische producten zijn makkelijker te herkennen dan ethische producten en ecologische producten. Over de herkenbaarheid van lokale producten zijn de meningen verdeeld. Lokale producten zouden ook meer gekocht worden indien ze makkelijker verkrijgbaar, meer beschikbaar zouden zijn, met een ruimer aanbod en meer keuze. Uit het onderzoek blijkt overigens impliciet ook de vraag om **het aanbod of gamma van fair trade producten te verbreden**. 27% van de Belgen gaat akkoord met de stelling dat er een ruim en gevarieerd aanbod aan fair trade producten is, maar 26% vindt van niet, 27% antwoordt neutraal en 19% geeft aan dit niet te kunnen beoordelen.

## Aankoop van producttypes

Belgen geven aan het vaakst lokale producten te kopen, gevolgd door biologische en ecologische producten, en vervolgens fair trade en ethische producten. De tevredenheid over lokale producten is ook groter dan bij alle andere productcategorieën. Jongeren zeggen vaker ecologische producten te kopen, ouderen vaker lokale producten en eerlijke producten.

**Lokale producten worden het vaakst gekocht: 60%** van de Belgen koopt ze **minstens één keer per maand**. Op een afstand volgen **biologische producten (42%)** en **ecologische producten (32%)**. **Eerlijke producten (22%)** en **ethische producten (20%)** worden minder frequent gekocht.

- Lokale producten worden significant meer en vaker gekocht door oudere leeftijdsgroepen. Daarnaast zeggen jongeren frequenter ecologische producten te kopen en ouderen relatief vaker eerlijke producten.
- Franstaligen geven aan elk van de vijf types producten frequenter aan te kopen dan Nederlandstaligen.

De **tevredenheid over die aankopen** is significant **groter bij de aankoop van lokale producten (8,2/10)** dan bij de aankoop van de andere producttypes (+/- 7,3/10).

**Chocolade/cacao en koffie** zijn de vaakst gekochte **fair trade** producten (29% respectievelijk 26% van de Belgen in de afgelopen 12 maanden) en **ethische** producten (20% respectievelijk 19%). **Groenten, fruit en eieren** zijn de koplopers bij zowel de **ecologische** producten (36% respectievelijk 32% en 23%), de **biologische** producten (49% respectievelijk 45% en 38%) als de **lokale** producten (62% respectievelijk 54% en 48%).

Biologische producten worden het vaakst van alle producttypes in de **supermarkt** gekocht (75%), ethische (46%) en lokale (43%) producten het minst. Enkel lokale producten worden vaker via andere kanalen (boerderij, lokale markt, ...) gekocht dan in de supermarkt.

## Certificatie van producten

Certificatie door labels zet mensen niet meteen aan tot kopen, maar het is een belangrijk verificatiemiddel dat zorgt voor meer zekerheid en herkenbaarheid van de producten.

**Certificatie door labels** of onafhankelijke instanties is minder belangrijk (6,1/10) dan de meeste andere productkenmerken bij aankoopbeslissingen. Ze zetten niet direct aan tot kopen: 24% van de Belgen beaamt dat, als ze bijvoorbeeld een fair trade label op een product zien, hen dat aanzet om dat product te kopen, 33% is het oneens met deze stelling, 31% antwoordt neutraal en 13% heeft hierover geen mening. Ongeveer de helft van de Belgen vindt wel dat labels nuttige informatie bieden, maar een even grote groep stelt **door de bomen het bos niet meer te zien**, wat de waarde van de labels lijkt te ondermijnen.

Toch komen labels en certificeringen, zo blijkt uit dit onderzoek, nog steeds op de eerste plaats als middel voor de consument om er zich van te verzekeren dat een product 'ethisch', biologisch', ... is. De labels en certificeringen worden het vaakst **gebruikt als verificatiemiddel** bij biologische producten (59%) en fair trade producten (54%). Alleen bij lokale producten wordt een ander verificatiemiddel, namelijk de rechtstreekse verkoop bij de producent zelf (56%), vaker gebruikt als verificatiemiddel dan labels en certificeringen (28%). Voor biologische producten en ecologische producten is ook de informatie over de samenstelling van het product op het etiket van groot belang (gebruik door bijna 1 op de 3 kopers).

## Drivers & barriers van aankoop

De prijs is vooral een drempel voor de aankoop van biologische producten en in mindere mate fair trade producten. Voor lokale producten zou een grotere keuze en beschikbaarheid een stimulans zijn, voor de andere producttypes in eerste plaats een lagere prijs maar ook meer garanties over de impact. Hoe lokaler het product, hoe groter de stimulans om biologische, ecologische, eerlijke en ethische producten te kopen.

Voor de aankoop van **fair trade producten (42%)** en vooral **biologische producten (66%)** is de **prijisperceptie de belangrijkste drempel** om dit soort producten niet of niet vaker te kopen. Gebrek aan **vertrouwen** speelt ook een rol, met name **bij biologische, maar ook bij ecologische en fair trade producten**. Voor **lokale producten** is **beschikbaarheid en variatie van het aanbod** een relatief belangrijke drempel, maar het is het enige producttype waarvan de (maatschappelijke) impact eigenlijk niet in vraag wordt gesteld.



## Drivers & barriers van aankoop

Een **lagere prijs** is een key driver om consumenten ertoe aan te zetten producten te kopen, vooral bij **biologische producten (58%)** en **ecologische producten (43%)**, terwijl de beschikbaarheid (31%) en keuze (22%) een relatief grote rol speelt bij lokale producten. Meer garanties over de impact geldt voor alle producttypes (behalve lokale producten), terwijl **het lokale karakter de verkoop van elk van de andere producttypes potentieel een boost kan geven**. Aan het aspect 'ecologisch' wordt het meest getwijfeld: 26% zou zich gestimuleerd voelen als er **meer zekerheid** was over het **ecologische** gehalte van een product. Een **erkend label** zou de verkoop het meest kunnen ondersteunen bij **ethische** producten, het producttype waarmee consumenten het minst vertrouwd zijn. Meer informatie en promotie zou vooral de verkoop van ethische, ecologische en lokale producten kunnen ondersteunen. Uiteindelijk geeft slechts een kleine groep van Belgen (ca. 11%) aan dat er echt niets hen zou kunnen overtuigen om dit soort producten te kopen.

De **bereidheid om extra te betalen** (gemiddeld 12% à 13%) is het **grootst bij lokale (51%)** en **eerlijke (47%) voedingsproducten**, en het kleinst bij cosmetica, schoonheids- en verzorgingsproducten (25% à 30%, ongeacht of ze biologisch, ethisch, ... zijn) en bij biologische textielproducten (26%).

## Belang van producttypes

Wanneer moet gekozen worden tussen de vijf productcategorieën, zijn lokale producten voor de Belg veruit het belangrijkste. Jongeren hechten meer belang aan het ethische en het ecologische dan ouderen, terwijl voor de oudere leeftijdsgroep vooral het lokale aspect, en ook eerlijke handel, relatief belangrijker is.

De ondervraagde personen vinden het belangrijk dat de producten die ze kunnen kopen in eerste instantie 'lokaal' zijn, gevolgd door 'ecologisch', eerder dan 'biologisch', 'ethisch' en 'eerlijk' (de laatste drie staan op gelijke voet wat dat betreft). Concreet vindt 70% van de Belgen het belangrijk dat ze lokale producten kunnen kopen, 60% dat ze ecologische producten kunnen kopen, en 50% dat ze biologische, eerlijke en ethische producten kunnen kopen.

- Ouderen vinden het belangrijker dan jongeren dat ze lokale producten kunnen kopen, en in mindere mate ook fair trade producten.
- Franstaligen vinden het voor elk van de vijf producttypes systematisch belangrijker dan Nederlandstaligen dat ze deze producten kunnen kopen.

Bij een uitdrukkelijke ranking volgens belang, springen **(1) lokale producten** eruit, de helft van de Belgen vindt dit het belangrijkste van de vijf producttypes. Dan volgen **(2) ecologische producten en biologische producten**, en **(3) eerlijke producten en ethische producten**.

- Jongeren geven aan meer belang te hechten aan ethische en ecologische producten, terwijl ouderen eerder lokale producten en ook fair trade producten belangrijker vinden.
- Dat producten biologisch zijn, is van relatief belangrijker orde voor Franstaligen, ethische en ecologische producten staan hoger in de ranking naar belang bij Nederlandstaligen.

## Belang van producttypes

Over het algemeen tekent zich een 2-deling af tussen biologische en ecologische producten enerzijds en eerlijke en ethische producten anderzijds, maar lokale producten dragen veruit de voorkeur van de Belgen weg.

Zowel in termen van productkenmerken als specifieke productsoorten en drempels voor aankoop geeft dit onderzoek duidelijke **synergieën** aan tussen 'biologisch' en 'ecologisch' enerzijds en tussen 'eerlijk' en 'ethisch' anderzijds.

In termen van bekendheid of vertrouwdheid, attitudes, imago en percepties, concreet aankoopgedrag en veronderstelde impact scoren lokale producten het best. **Het lokale aspect in de verf zetten, lijkt zelfs een goede manier om de aankoop van de andere producttypes te ondersteunen.**

- Een breuklijn lijkt wel te zijn dat het biologisch-ecologisch verhaal relatief sterker aansluiting vindt bij de jongere leeftijdsgroep, terwijl de oudere leeftijdsgroep de grootste aanhanger is van lokale producten en, in mindere mate, fair trade producten.
- Bijkomend zijn er belangrijke accentverschillen tussen Nederlands- en Franstaligen. De eerste groep lijkt pragmatischer geleid door prijs-kwaliteitsaspecten, de tweede groep opener in attitude en gedrag naar vormen en producten van verantwoorde consumptie.

Roland Van Gompel  
Senior Researcher  
roland@ivox.be

iVOX  
Engels Plein 35/01.01  
3000 Leuven  
+32 16 22 62 14

