

VOORAL VERSE BIOPRODUCTEN
GENIETEN DE VOORKEUR

Aankoopmotieven onderzocht

Wat is het maatschappelijk belang van de biologische landbouw? Onderbouwd door wetenschappelijke literatuur geven we in dertien factsheets aan waarin de meerwaarde kan liggen van biologische landbouw voor burgers, boeren en beleidsmakers. Deze maand, de sociale context. Waarom kiezen consumenten voor biologische producten? En misschien nog wel belangrijker: waarom niet?

TEKST | LEEN JANMAAT, FEITZE VAN DER HOEK & GOAITSKE IEPEMA

Van Doorn en Verhoef van de Rijksuniversiteit van Groningen onderzochten het aankoop gedrag van 1246 Nederlandse consumenten verdeeld over 28 productcategorieën. Het blijkt dat mensen die biologische producten kopen dit vooral doen in de categorie gezonde producten (zuivel, groenten en fruit) en minder in de zogenaamde 'guilty pleasures' (chocola, bier, wijn). Ook verse producten worden eerder 'biologisch' gekocht dan bewerkte producten.

Consumenten die oog hebben voor duurzaamheid en milieu (biospheric values) zijn eerder geneigd tot het kopen van biologische producten. Deze consumenten worden minder beïnvloed door een beperkt aanbod, zijn bereid een meerprijs te betalen en worden minder beïnvloed door reclamecampagnes voor gangbare, doorgaans goedkopere, alternatieven. Uit dit onderzoek bleek dat gezondheid en kwaliteit niet de doorslaggevende aankoopmotieven zijn. Wel krijgen verse producten duidelijk de voorkeur. Hier ligt een uitdaging voor de producenten van biologisch voedsel.

Uit een systematisch literatuuroverzicht van 89 empirische studies uit 20 landen blijkt dat 22 procent van de consumenten die vaak biologische producten kopen dit doen vanwege de hogere kwaliteit en mogelijke gezondheid bevorderende effecten. Uit bijna alle studies bleek dat voor het merendeel bezorgdheid om het milieu en klimaat de belangrijkste reden was voor de aankoop van biologische producten.

Consumenten die overwegend reguliere producten kopen, kijken aanzienlijk langer naar de prijzen van biologisch voedsel dan consumenten die wel frequent biologische producten kopen, blijkt uit een recent onderzoek van de universiteit van Kassel. De deelnemers aan het onderzoek moesten uit zes onbekende merken één product kiezen. Hoewel consumenten die die overwegend reguliere producten kopen gefocust waren op de prijs, kozen veel van hen een regulier product ook als dit product duurder was dan de biologische variant. Blijkbaar spelen naast prijs andere motieven een rol bij de keuze voor een product.

Wat de effecten zijn van het land van herkomst op de aankoop van biologische producten is onderzocht in een Deens onderzoek. De studie onderzocht de voorkeuren van biologische consumenten voor geïmporteerde biologische voedingsproducten van verschillende herkomst en de onderliggende redenen voor deze voorkeuren, waaronder hoe de 'country of origine' (COO)-voorkeuren van consumenten afhangen van de geografische afstand tot de COO. Dit is getest in drie Duitse steden. De interviews bevestigden de bekende voorkeur voor binnenlandse biologische producten. Het toonde ook een voorkeur aan voor geografisch nabij gelegen landen als herkomst voor geïmporteerde biologische producten. Als belangrijkste reden voor deze voorkeur werd aangegeven: negatieve milieu-impact van transport, gevolgd door vertrouwen in het land en het algemene landimago. ■

Foto: Freepik, aleks and arlittewolf