

Vlaming koopt lokaal omwille van versheid

Brussel, 9 juni 2017

Astrid Demeulenaere en Michiel Heethem, studenten aan de Katholieke Universiteit van Leuven deden onderzoek naar de factoren die Vlamingen aanzetten om duurzaam en lokaal te consumeren. Uit hun onderzoek bleek dat vooral de versheid van producten hiertoe aanzet. Een trend die ook voelbaar is bij korte keten initiatieven.

Voor Demeulenaere en Heethem is klimaatopwarming een hot item en gelinkt aan onze voedselconsumptie. *“Zo is er een politieke trend die pleit voor een minder open economie, waarbij er dus minder geïmporteerd wordt en de focus komt te liggen op het produceren in eigen land. De Amerikaanse president Donald Trump is een voortrekker in het willen sluiten van de grenzen en het eigen land eerst te plaatsen,”* aldus Demeulenaere en Heethem. Het is deze politieke tendens die de studenten ertoe aanzette om het onderzoek te voeren, *“aangezien lokale productie en consumptie van noodzakelijk producten zoals voeding hierdoor belangrijker wordt.”*

Het onderzoek geeft aan dat 2 variabelen een significante invloed hebben op het wekelijkse budget voor lokale voeding. De eerste variabele is de leeftijd van de respondent. **Hoe ouder de Vlaming wordt, hoe meer hij geneigd blijkt te zijn om lokale voedingsproducten te kopen.** De tweede variabele toetst naar de houding ten opzichte van de versheid van aangekochte producten, en leek het aankoopgedrag het sterkst te bepalen. **Vlamingen kopen dus vooral lokaal omdat ze uitgaan van de garantie dat die voedingsproducten uiterst vers zijn.**

Het is een eerste onderzoek in zijn aard en werd afgelegd bij 150 respondenten. Demeulenaere en Heethem benadrukken dat verder onderzoek nodig is voor een wetenschappelijke conclusie maar geeft wel een tendens weer die korte keten initiatieven ook vaststellen.

“Duurzamer consumeren wordt vaak aangehaald als een van de mogelijke manieren om de opwarming van de aarde tegen te gaan. Het probleem ligt niet alleen bij de consument, ook bedrijven en organisaties krijgen te maken met het concept ‘duurzaamheid’. Langs de ene kant trachten bestaande organisaties en bedrijven zichzelf te herontdekken en zo een bijdrage te leveren aan deze problematiek, langs de andere kant ontstaan een aantal nieuwe initiatieven en organisaties die zich focussen op het duurzaam produceren en consumeren. Een voorbeeld hiervan is de organisatie ‘Boeren & Buren’: deze organisatie brengt de consument terug dichterbij de lokale producent door ‘Buurderijen’ te creëren,” verklaren de studenten.

“We stellen deze trend duidelijk vast bij ons doelpubliek,” zegt Hannes Van den Eeckhout, coördinator van Boeren & Buren. *“De Buren appreciëren het enorm dat de Buurderij-producten dagvers geoogst of bereid zijn.”* Het netwerk van Boeren & Buren bestaat vandaag twee jaar - en lanceert daarom een blog - en er zijn al 35 Buurderijen met 282 Producenten en meer dan 36000 Buren. De korte keten kent een steile opmars in Vlaanderen!

Boeren & Buren is een netwerk dat lokale producenten en consumenten samenbrengt. Via de innovatieve website kunnen consumenten rechtstreeks van lokale Boeren kopen. Als ‘Buur’ bestel je wat en wanneer je wil. Éénmaal per week kan je je bestelling afhalen op een vaste locatie, de Buurderij. *“Om ons tweejarig bestaan te vieren, lanceren we vandaag de blog ZIN! waar we alle verhalen van het netwerk nog beter gaan kunnen vertellen. Bovendien zijn we steeds op zoek naar nieuwe initiatiefnemers die hiermee aan de slag willen om ook hun buurt van lokaal lekkers te voorzien,”* voegt Van den Eeckhout nog toe.

Boeren & Buren

boerenenburen.be

blog.boerenenburen.be

Belinda Torres Leclercq

Communicatiecoördinator België

0472 29 41 02

Voor verdere informatie ivm het onderzoek:

Astrid Demeulenaere

astrid.demeulenaere@kuleuven.be

0498 62 37 31