

Famous: Coca-cola bio (Honest)

20180164
16 april 2018

Kristof Boghe





|  |
| --- |
| **Over het onderzoek**Online onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van Famous tussen 3 en 16 april 2018 bij 1.000 Belgen, representatief op geslacht, regio (Vlaanderen/Brussel/Wallonië), leeftijd en diploma. Voor de vergelijking tussen bio en niet-bio ‘Belgen’\*, werden er 500 bio-respondenten en 585 non-bio respondenten verzameld die **representatief** werden gewogen in de steekproef. De maximale foutenmarge bij 1.000 Belgen bedraagt 3,02%.* Met **Bio-mensen of Bio-Belgen** bedoelen we Belgen die minstens 5 (van de 11) van de volgende productcategorieën “af en toe” of “(bijna) altijd” in bio-vorm kopen:
* Fruit
* Groenten
* Melk en andere melkproducten
* Eieren
* Vlees
* Vis
* Brood
* Koekjes en snoep
* Frisdrank
* Wijn
* Bereide maaltijden
* Met **non-bio consumenten** bedoelen we Belgen die minder dan 5 van de 11 productcategorieën “af en toe” of “(bijna) altijd” in bio-vorm kopen.
 |

|  |
| --- |
| Key conclusions* Kwart Belgen koopt geregeld Bio
* Helft Belgen vertrouwt bio-labels niet.
* Gebrek aan pesticiden sterkste drijfveer bio-consumptie
* Belg heeft duidelijk beeld bij “de bio-consument”
* “Mensen die bio kopen hebben een lange baard” (en andere nonsens over het ‘bio-uiterlijk’)
* Bio-consumenten kopen vaker duurzame kleding
* Beter een bio-consument als buur dan een verre vriend
* Bio-consumenten heilige naïeve boontjes? Niets van aan!
* Neen, je hoeft niet tussen de koeien te leven om bio te kopen; noch in een primitief rommelhok
* Bio-consumenten zijn niet vaker vegetarisch of veganistisch (maar geven wel meer om moeder aarde)
* De mythe van de rijke bio-bakfiets-hipster
* Stereotype van bio-consument als wereldverbeteraar achterhaald
 |

Kwart Belgen koopt geregeld Bio

***Iets meer dan 1 op 4 Belgen kopen geregeld bio-producten. Vooral eieren, groenten en fruit belanden vaak in bio-vorm in de Belgische winkelkar. Zowat 9 op 10 Belgen beweert dan ook op zijn minst ongeveer te weten wat de term ‘bio-product’ inhoudt. Opvallend: het zijn niet de jongere consumenten die vaker bio kopen.***

* 28% van de Belgen kan men beschouwen als **bio-consument**[[1]](#footnote-1).
* Opvallend: het is **niet de jongere generatie** die vaker in het bio-consumenten segment terecht komen (Aandeel bio-consumenten: <= 34: 24%; 35-54: 29%; 55+: 32%). Ook geslacht (M: 25%; V: 31%) en diploma (Laag opgeleid: 29%; Hoog opgeleid: 28%) heeft slechts een geringe impact op de kans dat men al dan niet bio is. Er lijken wel meer bio-consumenten aanwezig te zijn in de Brusselse regio, hoewel dit verschil niet statistisch significant is (Vlaanderen: 27%; Wallonië: 29%; Brussel: 36%).
* 27% van de Belgen beweert **‘exact’ te weten wat de term ‘bio’ inhoudt**. 63% beweert ‘ongeveer’ te weten wat deze term inhoudt. 9% beweert niet zo goed te weten wat deze term inhoudt, terwijl 1% aangeeft nog nooit van bio gehoord te hebben.
* Vooral Walen beweren exact te weten wat de term ‘bio’ inhoudt (Vlaanderen: 23%; Wallonië: 34%; Brussel: 26%). Vlamingen geven dan weer vaker aan dat ze ‘ongeveer’ weten wat de term inhoudt (Vlaanderen: 67%; Wallonië: 55%; Brussel: 61%).
* **Opvallend: iets meer dan de helft van de bio-consumenten (52%) geeft aan dat ze (slechts) ‘ongeveer’ weten wat de term ‘bio’ inhoudt.** 45% van de bio-consumenten geeft aan dat ze exact weten wat ‘bio’ inhoudt.
* 13% van de Belgen die reeds van de term ‘bio’ hebben gehoord (= 99% van de Belgen heeft al gehoord van de term ‘bio’), **geeft foutief aan dat bio-producten sowieso lokaal zijn geproduceerd**. 3% geeft foutief aan dat er geen dierlijke producten in bio-producten zouden zitten. Quasi niemand (0,3%) geeft aan dat er geen vlees in bio-producten zou zitten. 89% van de Belgen geeft correct aan dat er geen pesticiden in bio-producten zitten, 41% weet dat bio-producten niet werden geproduceerd met kunstmest. 35% van de Belgen schat correct in dat bio-vlees met meer respect voor het dierenwelzijn werd gekweekt.
* **49% van de Belgen koopt minstens af en toe zijn groenten in bio-vorm.** Eieren (48%), fruit (44%) en melk en andere melkproducten (31%) sluiten de top vier af. Wijn (14%), koekjes en snoep (10%), bereide maaltijden (9%) en **frisdrank** (8%) worden het minst vaak in bio-vorm gekocht.
* Vooral vrouwen kopen – in vergelijking met mannen - groenten in bio-vorm (M: 44%; V: 53%). Oudere Belgen kopen dan weer vaker eieren in bio-vorm in vergelijking met jongere generaties (<= 34: 42%; 35-54: 48%; 55+: 53%).

Helft Belgen vertrouwt bio-labels niet

***Zowat de helft van de Belgen geeft aan dat producenten op eender welk product een bio-label kunnen kleven, ook al is het product niet bio. Het herkennen van bio-producten op zich vormt niet een sterke barrière: slechts 1 op 4 Belgen geeft aan dat ze moeite hebben om bio-producten te herkennen in de winkel. De gebrekkige kennis over wat ‘bio’ juist inhoudt is daarentegen wel hét pijnpunt: meer dan 4 op 10 Belgen geeft aan dat ze (nog meer) bio zouden kopen indien ze beter weten wat een product nu juist 'bio’ maakt. De Belg wil bewuster consumeren ook liever niet te sterk voelen in de portemonnee: maar liefst 3 op 4 Belgen geeft aan dat de hoge kostprijs voor bio-producten hem of haar nog tegenhoudt om (nog meer) bio te kopen.***

* 49% van de Belgen die al hebben gehoord van de term ‘bio’ ( = 99% van de Belgen heeft al gehoord van de term ‘bio’) beweren dat **producenten op eender welk product een bio-label kunnen kleven, ook al is het product niet bio.** 38% van de Belgen gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 13% geen mening heeft.
* Vooral hoger opgeleiden geven aan *niet* akkoord te gaan met deze stelling ( niet akkoord: Laag opgeleid: 33%; Hoger opgeleid: 47%). Het wantrouwen omtrent bio-labels is groter onder mannen (akkoord met stelling: M: 55%; V: 43%) en Vlamingen (akkoord met stelling: Vlaanderen: 55%; Wallonië: 43%; Brussel: 34%).
* Opvallend: 38% van de bio-consumenten gaat eveneens akkoord met deze stelling.
* 27% van de Belgen geeft aan dat ze het **moeilijk vinden om bio-producten te herkennen in de supermarkt**. 63% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 10% geen mening heeft.
* Vooral mannen geven aan moeite te hebben met het herkennen van bio-producten in de supermarkt (M: 31%; V: 23%).
* 35% van de Belgen geeft aan dat ze **(nog meer) bio zouden kopen indien ze beter bio-producten zouden herkennen**. 53% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 12% geen mening heeft.
* Vooral 55+’ers geven aan dat een betere herkenning van bio-producten een positieve impact zou hebben op hun consumptie van bio-producten (<= 34: 33%; 35-54: 30%; 55+: 41%).
* 44% van de Belgen die al heeft gehoord van de term ‘bio’ beweert dat ze (**nog meer) bio zouden kopen indien ze zouden weten wat een product nu juist ‘bio’ maakt.** 43% geeft aan dat dit geen impact zou hebben, terwijl 13% geen mening heeft.
* **Opvallend: deze gerapporteerde impact van een hogere kennis over ‘bio’ verschilt niet naargelang eender welke socio-demografische variabele**: mannen en vrouwen, jongeren en ouderen, lager- en hoger opgeleiden geven allemaal even sterk aan dat een hogere kennis een positieve impact zou hebben op hun bio-consumptie. Belgen die momenteel niet bio consumeren, geven wel minder vaak aan dat een betere kennis zou leiden tot een hogere bio-consumptie (Geen bio-consument: 35%; bio-consument: 66%).
* 74% van de Belgen geeft aan dat **de hoge kostprijs van bio-producten hen momenteel nog tegenhoudt om (nog meer) bio te consumeren**. 20% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 6% geen mening heeft.
* **Vooral jongere Belgen** (<= 34 jaar) geven aan dat de hoge kostprijs voor hen momenteel een barrière vormt om (nog meer) bio-producten te kopen (<= 34: 80%; 35-54: 73%; 55+: 70%).
* Opvallend: **Inkomen heeft echter geen impact** op het al dan niet aangeven dat de hoge kostprijs van bio-producten een barrière vormt voor een (nog hogere) bioconsumptie (Netto gezinsinkomen: minder dan €2000: 76%; €2000-€3000: 75%; €3000+: 72%).

Gebrek aan pesticiden sterkste drijfveer bio-consumptie

***Belgen die regelmatig bio consumeren, doen dit in bijna 7 op de 10 gevallen vooral omdat deze producten geen pesticiden bevatten. Dat bio-producten meer voedingsstoffen bevatten blijkt de minst belangrijke factor om voor bio te kiezen. Consumenten die nog niet regelmatig bio consumeren, wijzen het vaakst naar de hoge kostprijs als de belangrijkste barrière. Dat bio-producten een slechtere smaak zouden hebben, is echter geen belangrijke reden om niet bio te consumeren: slechts 3% van de consumenten die niet regelmatig bio kopen, verwijzen naar deze factor als een barrière.***

* 68% van de Belgische bio-consumenten ( = 28% van de Belgen is bio-consument) geeft aan dat **de afwezigheid van pesticiden** in bio-producten één van de drie belangrijkste redenen is om bio te consumeren. Ook het feit dat bio-producten eten **beter is voor het milieu** is een belangrijke drijfveer voor bio-consumptie (in top 3: 42%). De **hogere veiligheid** van bio-producten (in top 3: 37%) sluit de top drie van de belangrijkste drijfveren af. De **lekkerdere smaak** van bio-producten (in top 3: 20%) en dat bio-producten **meer voedingsstoffen** zouden bevatten (in top 3: 7%) zijn de minst belangrijke drijfveren.
* 72% van de Belgische consumenten die niet regelmatig bio kopen (= 72% van de Belgen koopt niet regelmatig bio), geeft aan dat **de kostprijs** (“bio-producten zijn te duur”) één van de drie belangrijkste redenen is om bio niet te consumeren. 38% geeft aan dat ze **niet geloven dat bio-producten beter zijn**. 16% geeft aan dat ze bang zijn dat er **te weinig controle is op bio-producten** (voedselveiligheid). 6% geeft aan dat ze **moeilijk bio-producten kunnen herkennen** in de winkel en 4% geeft aan dat bio-producten **niet lekker smaken**. Deze twee laatste elementen vormen de minst belangrijke barrières om niet bio te consumeren.
* **Mannen** die geen bio consumeren geven in vergelijking met vrouwen vaker aan niet te geloven dat bio-producten beter zijn (M: 43%; V:33%). Vrouwen die geen bio consumeren verwijzen dan weer vaker naar de hogere kostprijs als barrière (M: 66%; V: 78%).
* 83% van de Belgen die al heeft gehoord van de term ‘bio’, **verwacht van supermarkten dat ze een aanbod aan bio-producten hebben**. Samen met **hoevewinkels** (verwacht hier aanbod bio-producten: 85%) vormen deze twee verkooppunten de plekken waar de Belg het sterkst een aanbod bio-producten verwacht. 70% verwacht ook een bio-aanbod bij **de kruidenier of lokale buurtwinkel**. **Shops aan benzinestations** (verwacht hier aanbod bio-producten: 15%) en **nachtwinkels** (verwacht hier aanbod bio-producten: 12%) moeten minder vaak volgens de Belg een aanbod aan bio-producten in de rekken hebben.

Belg heeft duidelijk beeld bij “de bio-consument”

***De Belg koestert stereotypen over mensen die bio consumeren. 4 op 10 Belgen die niet regelmatig bio-producten consumeren, zeggen meteen een idee te hebben van hoe personen die ‘bio’ consumeren zijn op andere vlakken. Bijna 1 op 5 zegt dat mensen die bio consumeren gewoonweg te veel tijd hebben. Bijna 4 op 10 zegt zelfs ‘het niet zo te hebben’ op mensen die bezig zijn met bio. Slechts 2 op 10 Belgen die niet regelmatig bio consumeren zeggen dat iemand die bio consumeert ‘gewoonweg iemand is zoals ik’. Toch geeft de helft van de Belgen die geen bio consumeren aan dat ze eigenlijk meer bio zouden moeten kopen.***

* 40% van de Belgen die niet regelmatig bio consumeren, zegt **een beeld te hebben van iemand die zegt dat hij of zij vaak bio consumeert op andere vlakken.**
* Opvallend: **vooral Belgen die aangeven niet exact te weten wat de term ‘bio’ betekent**, hebben een beeld van hoe bio-consumenten zijn op andere vlakken (Weet niet wat bio inhoudt: 44%; Weet wat bio inhoudt: 26%).
* 17% van de non-bio consumenten geven aan dat mensen die bezig zijn met bio **gewoonweg te veel tijd hebben.**
* Dit idee leeft vooral onder 35-54 jarigen (<= 34: 11%; 35-54: 26%; 55+: 12%) en Belgen met een lager netto gezinsinkomen (< €2000: 27%; €2000-€3000: 17%; €3000: 10%).
* 37% zegt **het ‘niet zo te hebben’ op mensen die bezig zijn met bio**. 50% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 14% aangeeft geen mening te hebben.
* Dit idee leeft vooral onder Walen (Vlaanderen: 16%; Wallonië: 70%; Brussel: 61%) en gezinnen met een lager gezinsinkomen dan €3000 (< €2000: 44%; €2000-€3000: 47%; €3000: 25%) die geen bio consumeren.
* 57% van de Belgische non-bio consumenten geeft aan dat het **op zich goed is dat er mensen zijn die bewust bio consumeren**, maar dat het hen persoonlijk gewoonweg niet interesseert. 32% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 12% geen mening heeft hierover.
* Vooral 55+’ers die geen bio consumeren geven aan dat het op zich goed is dat mensen bio consumeren, ondanks hun eigen desinteresse (<=34: 49%; 35-54: 55%; 55+: 68%).
* 23% van de non-bio consumenten geeft aan dat **iemand die vaak bio consumeert gewoon “iemand is zoals ik”.** 35% geeft aan dat deze persoon “toch een ander type persoon (is) dan mezelf”. 42% staat geheel neutraal in deze kwestie.
* **Vooral jongere non-bio consumenten** (<=34 jaar) geven aan dat iemand die vaak bio consumeert gewoon “iemand is zoals ik”. ( <=34: 37%; 35-54: 19%; 55+: 14%).
* 50% van de non-bio consumenten geeft aan **dat ze eigenlijk meer bio-producten zouden moeten consumeren.** 35% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 15% hier geen mening over heeft.
* **Vooral de jongere non-bio consumenten** (<=34 jaar) vinden van zichzelf dat ze eigenlijk meer bio moeten consumeren (<=34: 63%; 35-54: 45%; 55+: 42%).

“Mensen die bio kopen hebben een lange baard” (en andere nonsens over het ‘bio-uiterlijk’)

***Meer dan 1 op 5 Belgen die geen bio-producten consumeren, meent bio-consumenten te kunnen herkennen aan bepaalde uiterlijke kenmerken. Bijna de helft hiervan geeft aan dat een lange baard of sikje een typisch kenmerk is van een bio-consument. Niet is minder waar: bio-consumenten hebben niet vaker een lange baard of sikje dan consumenten die geen bio consumeren. Ook zonder dreadlocks kan je bio kopen. En neen, bio-consumenten laten niet hun lichaamshaar langer staan dan mensen die geen bio kopen.***

* 23% van de Belgen die geen bio consumeren, geven aan dat **ze bio-consumenten kunnen herkennen aan hun uiterlijk.**
* Vooral mannen die geen bio consumeren menen dat ze bio-consumenten kunnen herkennen aan hun uiterlijk (M: 29%; V: 16%).
* Onder diegenen die beweren dat ze bio-consumenten kunnen herkennen aan hun uiterlijk, is **een lange baard of sikje** (43%) de meest populaire uiterlijke associatie die men heeft over bio-consumenten. Ook **sandalen met sokken** (33%) en **dreadlocks** (32%) zijn populaire keuzes.
* Nochtans blijkt dit **niet te kloppen met de realiteit:** 11% van de non-bio consumenten heeft een lange baard of een sikje, tegenover 12% van de bio-consumenten. Hetzelfde geldt voor de overige uiterlijke associaties: 16% van de non-bio consumenten ziet geen probleem met het dragen van sokken in sandalen, tegenover 20% van de bio-consumenten (een niet-significant verschil). 1,1% van de non-bio consumenten hebben dreadlocks, tegenover 2,8% van de bio-consumenten. Eveneens een niet-significant verschil.
* Bio-consumenten **verschillen voor het overige op quasi geen enkel uiterlijk kenmerk** van Belgen die (nog) geen bio consumeren. Ze dragen niet meer sandalen buitenhuis (non-bio: 24%; bio: 29%), dragen niet vaker trendy sneakers (non-bio: 30%; bio: 35%), hebben niet vaker piercings dan non-bio consumenten (non-bio: 8%, bio: 10%) of hebben niet vaker ongeschoren benen (non-bio: 47%; bio: 43%).
* 1 op 5 non-bio consumenten meent dat bio-consumenten het **minder belangrijk vinden om er piekfijn uit te zien.**
* **Vooral** **mannen** zijn deze mening aangedaan (M: 24%; V: 14%).
* **Ook dit vooroordeel blijkt niet te kloppen:** 26% van de non-bio consumenten geeft aan dat ze gewoonweg aandoen waar ze zich goed in voelen, ook al lopen ze er dan wat slordiger bij. Een quasi evenwaardig percentage, 33%, van de bio-consumenten geeft aan dat dit op hen van toepassing is.
* Dit vooroordeel wordt verder ontkracht door hoe beide consumentengroepen met **lichaamshaar** omgaan: 32% van de non-bio consumenten zegt een hekel te hebben aan overmatig lichaamshaar; terwijl 34% van de bio-consumenten hetzelfde beweert.
* 3 op 10 non-bio consumenten geeft aan dat bio-consumenten het **minder belangrijk vinden om zich te kleden zoals anderen.**
* Ook **dit vooroordeel blijkt niet te kloppen:** 22% van de non-bio consumenten geeft aan dat ze een eigen stijl hebben en zich niet kleden zoals anderen. Eenzelfde percentage (22%) van de bio-consumenten geeft hetzelfde aan.

Bio-consumenten kopen vaker duurzame kleding

***Zowat de helft van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten vaker Fairtrade of duurzame kleding kopen. Hoewel de meeste stereotypen over het uiterlijk en de kledingstijl van de bio-consument helemaal niet klopt, zit er wél een grond van waarheid in dit specifiek vooroordeel. Daarnaast staan bio-consumenten ook meer open voor het kopen van tweedehandskleding. Terwijl 6 op 10 van de non-bio consumenten eerder aangeeft nog geen tweedehandskleding te hebben gekocht, is dit slechts het geval voor 4 op 10 bio-consumenten.***

* 46% van de Belgen die geen bio consumeren, denken dat bio-consumenten **vaker ‘duurzame’ of Fairtrade-kleding kopen.**
* **Dit specifieke stereotype kenmerk blijkt te kloppen:** 11% van de non-bio consumenten geven eerder aan dat ze Fairtrade of duurzame kleding kopen. Onder bio-consumenten stijgt dit percentage naar 24%. 59% van de non-bio consumenten geeft eerder aan geen Fairtrade of duurzame kleding te kopen. Dit percentage ligt significant lager onder bio-consumenten (44%).
* 33% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker tweedehandskleding kopen.**
* **Ook dit vooroordeel bevat een grond van waarheid:** terwijl 61% van de non-bio consumenten eerder aangeeft nog nooit tweedehandskleding te hebben gekocht, geeft 50% van de bio-consumenten hetzelfde aan. 27% van de bio-consumenten geeft eerder aan tweedehandskleding te kopen, terwijl dit percentage lager ligt onder non-bio consumenten (20%).

Beter een bio-consument als buur dan een verre vriend

***Bio-consumenten blijken betere buren en meer begaan te zijn met hun medemens. Zo geven bio-consumenten vaker aan dat ze een extra oogje in het zeil houden wanneer hun buren op vakantie gaan. Ook geeft men vaker aan dat we met zijn allen in de eerste plaats begaan moeten zijn met onze medemens. Deze bezorgdheid uit zich daarentegen niet in een betweterige houding. Het cliché van de prekende bio-consument die iedereen in zijn of haar omgeving probeert te overtuigen van het eigen grote gelijk gaat immers niet op: bio-consumenten geven even vaak als non-bio consumenten aan dat ze liever hun mening voor zichzelf houden. Ze geven zelfs vaker aan open te staan voor nieuwe ideeën dan Belgen die geen bio-producten consumeren.***

* Slechts 16% van de non-bio consumenten geven aan dat **bio-consumenten betere buren zijn.** 36% gaat niet akkoord met deze stelling, terwijl 49% geen mening heeft.
* **Nochtans kan je beter maar een bio-consument als buur hebben:** terwijl 63% van de non-bio consumenten aangeven dat ze een oogje in het zeil houden indien hun buren op vakantie zijn, geeft 70% van de bio-consumenten hetzelfde aan. Een significant verschil.
* 39% van de non-bio consumenten denkt dat **bio-consumenten begaan zijn met hun medemens.** 15% denkt dat bio-consumenten enkel aan zichzelf denken, terwijl 46% neutraal staat in deze kwestie.
* **Het stereotype van de meelevende bio-consument lijkt te kloppen**: terwijl 47% van de non-bio consumenten aangeven dat we in de eerste plaats begaan moeten zijn met onze medemens, geeft 61% van de bio-consumenten hetzelfde aan.
* 33% van de non-bio consumenten geeft aan dat bio-consumenten **personen zijn die anderen proberen te overtuigen van hun ideeën**. Slechts 15% geeft expliciet aan dat bio-consumenten eerder personen zijn die luisteren naar anderen zonder te (ver)oordelen. 52% heeft geen mening over deze kwestie.
* **Dit stereotype blijkt niet te kloppen:** terwijl 30% van de bio-consumenten aangeven dat ze eerder van het principe zijn “leef en laat leven” en hun mening voor zichzelf houden, geeft 35% van de bio-consumenten hetzelfde aan.
* Bio-consumenten geven ook vaker aan dan non-bio consumenten dat ze **open staan voor nieuwe ideeën en snel van mening kunnen veranderen** (non-bio consumenten: 36%; bio-consumenten: 48%). **Non-bio consumenten daarentegen geven vaker aan een duidelijke mening te hebben over zaken en moeilijker van mening te veranderen** (non-bio consumenten: 32%; bio-consumenten: 22%).
* Bio-consumenten **geven niet vaker aan kritischer te zijn ten aanzien van anderen dan non-bio consumenten** (non-bio consumenten: 31%; bio-consumenten: 30%).

Bio-consumenten heilige naïeve boontjes? Niets van aan!

***Het beeld van de bio-consument als een zachtgekookt eitje en heilig boontje blijkt niet te kloppen. Mensen die vaak bio consumeren slagen niet vaker een goed glas wijn of bier af en hebben een even hoge kans om op zijn minst sporadisch een sigaret op te steken. Ook het beeld van de eerder introverte en teruggetrokken bio-consument mag in de vuilbak belanden; zo geven mensen die bio consumeren even vaak als non-bio consumenten aan dat ze op zoek zijn naar spanning en actie. Ook beoordelen ze zichzelf even vaak als een extravert persoon dan mensen die geen bio consumeren. Naïef over de harde realiteit zijn ze evenmin: bio-consumenten geven zelfs vaker aan dat je best rekening houdt met de zaken die mis kunnen lopen in het leven dan de non-bio consumenten.***

* 30% van de non-bio consumenten denkt dat **mensen die vaak bio consumeren minder alcohol drinken.** 44% denkt dat bio-consumenten ook **minder roken.**
* **Dit blijkt echter niet overeen te stemmen met de realiteit:** bio-consumenten geven niet aan minder frequent **alcohol** te drinken dan non-bio consumenten. 23% van de non-bio consumenten aangeeft meerdere keren per week alcohol te drinken, een percentage dat niet verschilt onder de subgroep van bio-consumenten (22%).

Ook het aandeel **rokers** verschilt niet tussen de twee subgroepen: daar waar 16% van de non-bio consumenten aangeeft op zijn minst sporadisch te roken, ligt dit percentage even hoog onder de bio-consumenten (17%).

* 35% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten eerder de **rust en kalmte** opzoeken. 10% denkt dat ze net eerder op zoek gaan naar spanning en actie. 55% van de non-bio consumenten staat neutraal in deze kwestie.
* **Nochtans geven bio-consumenten even vaak aan op zoek te gaan naar spanning en actie als de non-bio consumenten** (non-bio: 12%; bio: 14%).
* Bio-consumenten geven eveneens even vaak aan een **extravert en uitgesproken persoon** te zijn als non-bio consumenten (non-bio: 31%; bio: 33%).
* Meer dan 1/4de van non-bio consumenten (26%) denkt dat bio-consumenten **naïef** zijn. Vooral onder mannelijke non-bio consumenten is dit een gangbaar stereotype (M: 32%; V: 20%).
* **Dit stereotype blijkt nochtans niet te kloppen**: bio-consumenten geven vaker aan dan non-bio consumenten dat het verstandig is om rekening te houden met de zaken die mis kunnen lopen in het leven (non-bio: 19%; bio: 27%).

Neen, je hoeft niet tussen de koeien te leven om bio te kopen; noch in een primitief rommelhok

***Hoe gaat een echte bio-consument op vakantie volgens u? Eerder met de tent in de wijde natuur? Niets is minder waar. Onder bio-consumenten gaat de voorkeur even vaak als bij non-bio consumenten uit naar een vijfsterrenhotel. De idee dat bio-consumenten leven in rommelige en slecht onderhouden rijhuisjes gaat evenmin op. De bio-consument is eveneens niet verknocht aan de boerderij: ze beschouwen zich immers niet meer of minder ‘een echte stadsmens’ dan Belgen die geen bio consumeren.***

* 52% van de non-bio consumenten denkt dat iemand die bewust bio-producten koopt het **liefst op vakantie zal gaan waarbij men gaat kamperen met een tent in de natuur**. Slechts 10% denkt dat ze het liefst lekker liggen te zonnen aan een zwembad in een vijfsterrenhotel. 23% denkt dat bio-consumenten het liefst met de rugzak door een exotisch land trekken. 16% vermoedt dat ze eerder zouden kiezen voor het huren van een eigen appartementje of studio.
* **Dit stereotype staat in contract met de werkelijke keuze van de bio-consument,** die geen enkel type vakantie meer of minder vaak prefereert dan de non-bio consumenten. Zo huren ze net zoals de non-bio consumenten het liefst een eigen appartementje of studio (non-bio: 42%; bio: 47%), staat het vertoeven aan een zwembad in een vijfsterrenhotel bij beide subgroepen op de tweede plaats (non-bio: 33%; bio: 27%), en staat het kamperen met een tent (non-bio: 13%; bio: 13%) en het backpacken door een exotisch land (non-bio: 12%: bio: 13%) bij beide doelgroepen op de derde en vierde plaats.
* Mensen die geen bio consumeren **associëren bio-consumenten eerder met een eenvoudige woning dan een grote vrijstaande woning:** terwijl 10% van de non-bio consumenten eerder een grote vrijstaande houding vindt passen bij de bio-consument, associeert 22% de bio-consument eerder met een eenvoudige woning. Ook wordt de bio-consument eerder geassocieerd met een huis zonder al te veel technologie in plaats van met een huis vol met **technologische snufjes** (zonder al te veel technologie: 23%; met veel technologie: 12%)
* **Nochtans geven bio-consumenten even vaak als non-bio consumenten aan dat ze in een eenvoudige woning wonen** (non-bio: 51%; bio: 49%). Ze zijn **eveneens niet meer afwachtend tegenover technologie in huis** (Kabel TV, snel internet, smartphone,…) (non-bio: 31%; bio: 32%) en **vinden het even belangrijk als de non-bio consument dat er thuis nergens een vuil vlekje te bespeuren valt** (non-bio: 48%; bio: 52%).
* 48% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **eerder liever in de natuur vertoeven dan in de stad**. 11% beweert het tegendeel en denkt dat bio-consumenten liever in de stad vertoeven. 41% heeft geen mening over deze kwestie.
* **Nochtans verschilt het aandeel personen die aangeven liever in de stad te wonen dan op het platteland niet tussen non-bio en bio-consumenten** (non-bio: 31%; bio: 29%). Ook even veel non-bio als bio-consumenten **vinden van zichzelf dat ze een echte stadsmens zijn** (non-bio: 26%; bio: 27%) en dat de stad intrekken voor hen ‘pure ontspanning’ is (non-bio: 34%; bio: 34%).

Bio-consumenten zijn niet vaker vegetarisch of veganistisch (maar geven wel meer om moeder aarde)

***6 op 10 Belgen die geen bio-producten consumeren, denken dat bio-consumenten vaker bezig zijn met milieu en hun gezondheid op andere vlakken. Zo zegt een even groot percentage dat bio-consumenten vaker met de fiets of te voet ergens naartoe gaan. Dit stereotype blijkt hout te snijden: bio-consumenten geven vaker aan een deel van hun comfort te willen opgeven om energiezuiniger te wonen, kijken vaker bewust naar het energielabel wanneer ze huishoudtoestellen kopen en ze zijn minder snel geneigd om de auto te nemen voor korte afstanden. Ze geven in vergelijking met non-bio consumenten dan ook dubbel zo vaak aan dat ze zelf actie ondernemen in de strijd tegen de klimaatopwarming . En toch: bio-consumenten zijn niét vaker vegetariër of veganist!***

* 62% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker bezig zijn met milieu (en gezondheid) op andere vlakken.** 10% denkt het tegendeel, terwijl 28% neutraal staat in deze kwestie.
* **Dit blijkt op zijn minst deels te kloppen:** 32% van de non-bio consumenten geeft aan dat ze **bereid zijn om een deel van hun comfort op te geven om energiezuiniger te wonen**, terwijl 53% van de bio-consumenten hetzelfde aangeeft.
* 74% van de non-bio consumenten zegt **bewust naar het energielabel te kijken** wanneer ze huishoudtoestellen aankopen. 85% van de bio-consumenten geeft aan dit ook te doen.
* 35% van de non-bio consumenten geeft aan dat ze **voor afstanden onder de tien kilometer bewust gebruikmaken van de fiets of het openbaar vervoer**, terwijl 48% van de bio-consumenten hetzelfde aangeven.
* 30% van de non-bio consumenten geven aan dat ze **zelf actie ondernemen in de strijd tegen klimaatopwarming**, terwijl 60% van de bio-consumenten beweert hetzelfde te doen.
* Zelf geven bio-consumenten aan vaker flexitariër te zijn en af en toe maaltijden zonder vlees of vis te eten (non-bio: 29%; bio: 49%). Ze **zijn echter niet vaker veganistisch** (non-bio: 0.4%; bio: 0,4%) **of vegetariër** (non-bio: 3%; bio: 5%) **dan non-bio consumenten.**

De mythe van de rijke bio-bakfiets-hipster

***De mythe van de hippe geprivilegieerde bio-consument leeft weldegelijk onder de Belgen. Weinig Belgen zien de bio-consument rondrijden met een doordeweekse wagen. 4 op 10 Belgen die geen bio consumeren denken namelijk dat bio-consumenten vaker rijden met een elektrische of hybride wagen. Bio-consumenten worden ook eerder geassocieerd met de hogere sociale klasse: zo zouden ze vaker hoogopgeleid en rijk zijn. Toch blijkt dit stereotype niet te kloppen: bio-consumenten hebben niet vaker een bakfiets en rijden even vaak rond met kleine en luxueuze wagens als de Belg die geen bio consumeert. Ze zijn ook niet hoger opgeleid of rijker dan de non-bio consument.***

* 38% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker rijden met een elektrische of hybride wagen**. 31% denkt dat dit niet het geval is, terwijl 31% geen mening heeft over deze kwestie.
* 38% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten vaker **geen of een kleinere wagen** hebben. 32% denkt dat dit niet het geval is, terwijl 30% geen mening heeft over deze kwestie.
* 34% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten vaker **een bakfiets** hebben. 28% gaat hier niet mee akkoord, terwijl 38% geen mening heeft over deze kwestie.
* **Nochtans heeft de bio-consument geen hogere kans om een elektrische of hybride wagen te bezitten** (onder auto-eigenaars: non-bio: 3%; bio: 6%), om een **kleinere auto** te bezitten (non-bio: 52%; bio: 54%), of om **een** **bakfiets** (non-bio: 0.4%; bio: 0.6%) in hun bezit te hebben. **Bio-consumenten bezitten ook even vaak een luxueuze wagen dan de non-bio consumenten** (non-bio: 7%; bio: 8%).
* De non-bio consument associeert de bio-consument eerder met iemand die **hoogopgeleid** (32%) dan laagopgeleid (7%) is. 61% staat hier neutraal tegenover. De bio-consument wordt eveneens meer geassocieerd met iemand die **rijk** is (28%) dan met iemand die arm is (11%). Ook hier heeft 61% geen mening over deze kwestie.
* Nochtans **zijn bio-consumenten niet vaker hooggeschoold** dan non-bio consumenten (non-bio: 36%; bio: 37%). Ze **behoren ook niet vaker tot de hogere inkomensklassen** dan de non-bio consumenten (Gezinsinkomen van meer dan €3000: non-bio: 38%; bio: 40%).

Stereotype van bio-consument als wereldverbeteraar achterhaald

***Dat Belgen die bio kopen meer linkse en radicale ideeën hebben, is een stereotype dat voorgoed de vuilbak in mag. Meer dan de helft van de Belgen die geen bio consumeren, denkt dat bio-consumenten eerder wereldverbeteraars zijn. Hoewel bio-consumenten wel vaker op linkse partijen stemmen en iets vaker naar betogingen gaan, zijn ze niet meer gekant tegen het kapitalisme dan non-bio consumenten. Meer nog: bio-consumenten geven nog vaker aan dan consumenten die geen bio consumeren dat ze houden van nuance in politieke ideeën en dat er voor elk idee wel iets te zeggen valt.***

* 56% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten eerder **wereldverbeteraars** zijn. 14% denkt dat dit niet het geval is, terwijl 30% geen mening heeft.
* 45% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker stemmen op een linkse partij**. 12% denkt dat dit niet het geval is, terwijl 43% geen mening heeft.
* 40% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker gekant zijn tegen het kapitalisme**. 16% denkt dat dit niet het geval is, terwijl 44% geen mening heeft.
* 31% van de non-bio consumenten denkt dat bio-consumenten **vaker naar betogingen gaan.** 24% denkt dat dit niet geval is, terwijl 44% geen mening heeft.
* Bio-consumenten blijken wel **vaker op linkse partijen te stemmen** dan non-bio consumenten (non-bio: 24%; bio: 32%), maar stemmen quasi even vaak op een expliciet rechtse partij (non-bio: 40%; bio: 36%).
* Bio-consumenten gaan ook vaker naar **betogingen** (non-bio: 8%; bio: 14%), hoewel het blijft gaan om een kleine minderheid van de bio-consumenten.
* Bio-consumenten zijn **niet vaker gekant tegen het kapitalisme** dan non-bio consumenten. 37% van de non-bio consumenten geeft aan dat het kapitalisme voor hen gelijk staat aan uitbuiting en ongelijkheid, terwijl 40% van de bio-consumenten hetzelfde aangeeft.
* Bio-consumenten geven aan **te houden van nuance in politieke ideeën** en dat elk idee zijn voor- én nadelen heeft (non-bio: 37%; bio: 44%).
1. Deze Belgen kopen minstens 4 van de 11 productcategorieën “af en toe” of “(bijna) altijd” in bio-vorm (*zie ook pagina 2)* [↑](#footnote-ref-1)