

Duurzaamheidk mpas



Vraag naar duurzame producten blijkt crisisproof

Duurzaamheidkompas #9 thema: Duurzaamheid in tijden van crisis

Inleiding

Duurzaamheidskompas

Antwoord op duurzaamheidsvragen

In deze tijd van milieu-, klimaat-, voedsel- en economische crises is het bepalen van de juiste strategische richting en het nemen van de daarbij horende beslissingen essentieel.

Is duurzaam kansrijk of niet? Besparen of investeren? Consuminderen of juist meer? Leiden of volgen? Dit zijn slechts enkele duurzaamheidsdilemma's waar vrijwel elke producent, retailer, beleidsmaker of maatschappelijke organisatie mee te maken krijgt.

Snelle en goede besluiten

Het Duurzaamheidskompas geeft aan welke kant het opgaat met de publieke opinie inzake duurzaamheid. Het levert de benodigde inzichten voor het ontwikkelen, implementeren of evalueren van duurzame beleidsalternatieven.

Inzicht in mening Nederlander

MarketResponse voert het onderzoek online uit onder een representatieve steekproef van Nederlanders en is samen met Schuttelaar & Partners verantwoordelijk voor de inhoudelijke analyse.

Met regelmaat

Het Duurzaamheidskompas is een initiatief van Schuttelaar & Partners en MarketResponse. Tweemaal per jaar bieden wij u inzicht en nieuwe inspiratie om effectieve en vooral duurzame beleidskeuzes te maken. Met steeds wisselende actuele thema's.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd onder n=614 respondenten in de periode van 6 tot en met 14 november 2012. *De Onderzoek Groep*, het consumentenpanel van MarketResponse, levert de deelnemers aan het onderzoek.

Definitie van duurzaamheid

Duurzaamheid is een breed begrip. Respondenten wordt de volgende definitie meegegeven:

Duurzaamheid is:

Zorgen voor een balans tussen de economische, sociale en milieuaspecten. Het doel daarvan is te voorzien in de behoeften van nu, zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien in gevaar te brengen.

Meer informatie? Neem contact op met:

Imre van Rooijen
MarketResponse

Mariëtte van Amstel
Schuttelaar & Partners

Samenvatting

Kompas #9: Duurzaamheid in tijden van crisis

Consument wenst aandacht voor duurzaam in tijden van crisis

De meerderheid van de consumenten (62%) is van mening dat de aandacht voor duurzaamheid dient toe te nemen de komende jaren. Consumenten zien met name voor het bedrijfsleven en de overheid een rol.

Consument ziet overheid als hoofdverantwoordelijke

De overheid wordt zelfs als hoofdverantwoordelijke gezien. De zorgplicht van de overheid komt overeen met het faciliteren van duurzame ontwikkeling, bijvoorbeeld door subsidies en heffingen, aldus de consument. Bovendien kan de overheid het goede voorbeeld geven, waardoor bedrijven en consumenten kunnen volgen. Vier van de tien consumenten verwachten juist minder aandacht voor duurzaamheid van de overheid, gelet op de economische crisis.

Bedrijfsleven gezien als belangrijke trekker

Zes van de tien consumenten hebben opgemerkt dat het aantal duurzame producten in de supermarkt de afgelopen jaren is toegenomen. Het bedrijfsleven wordt als een belangrijke trekker ervaren en consumenten waarderen dit als positief.

Duurzaam aanbod in supermarkten steeds normaler gevonden

Duurzaamheid wordt niet alleen steeds belangrijker gevonden door de consument, het kopen van duurzame producten is steeds meer de normale gang van zaken. Zeven van de tien consumenten geven aan dat zij het normaal vinden dat supermarkten het assortiment verbreden met duurzame varianten en ook steeds actiever adverteren over hun (onderscheidende) duurzame producten.

Beeld van duurzaam is aan het veranderen

Consumenten krijgen een ander beeld van duurzaamheid. Daar waar in 2009 consumenten duurzaam vooral met 'kwaliteit', 'zuinig' en 'langer meegaan' associeerden, worden nu vaak 'groene energie', 'duurzame producten', 'biologisch' en 'zonnepanelen' genoemd.

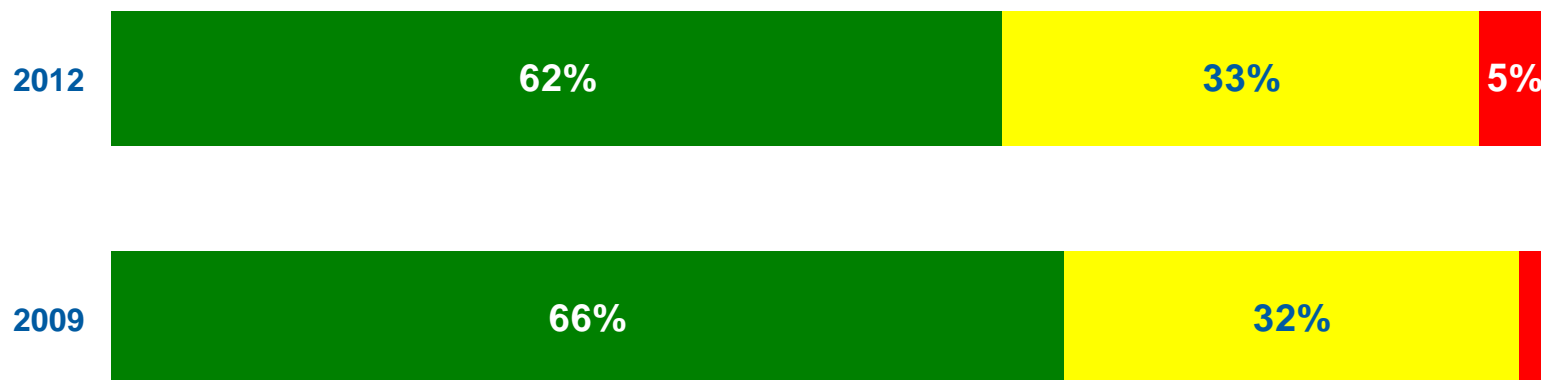
Thema Duurzaamheidkompas #9: Duurzaamheid in tijden van crisis



Duurzaamheid in tijden van crisis

Meer aandacht voor duurzaamheid blijft gewenst

Vindt u dat we de komende jaren meer, dezelfde of minder aandacht aan duurzaamheid moeten besteden?

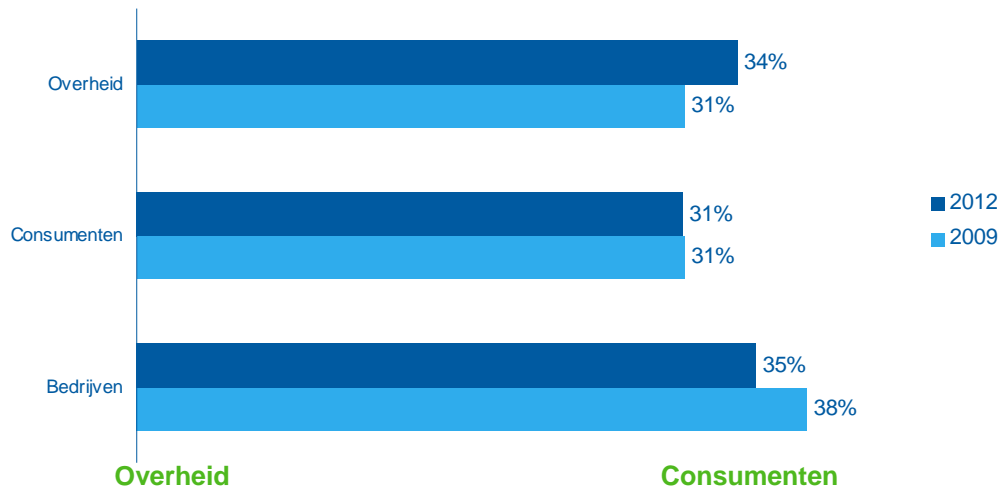


- We moeten de komende jaren meer aandacht aan duurzaamheid besteden
- We moeten de komende jaren dezelfde aandacht aan duurzaamheid besteden
- We moeten de komende jaren minder aandacht aan duurzaamheid besteden

Duurzaamheid in tijden van crisis

Meer aandacht voor duurzaamheid gewenst

Wie moeten er in uw ogen vooral meer aandacht aan duurzaamheid besteden?



“Middels regelgeving (en/of subsidies) duurzaamheid blijven stimuleren.”

“Door zelf het goede voorbeeld te geven, zodat bedrijven en consumenten hierin volgen.”

“Beter letten op wat men koopt!”

“Consumenten zouden bewuster moeten kiezen voor duurzame producten, in onze maatschappij bepalen namelijk uiteindelijk de consumenten wat de bedrijven en overheid doen, indien er genoeg steun/vraag voor is.”

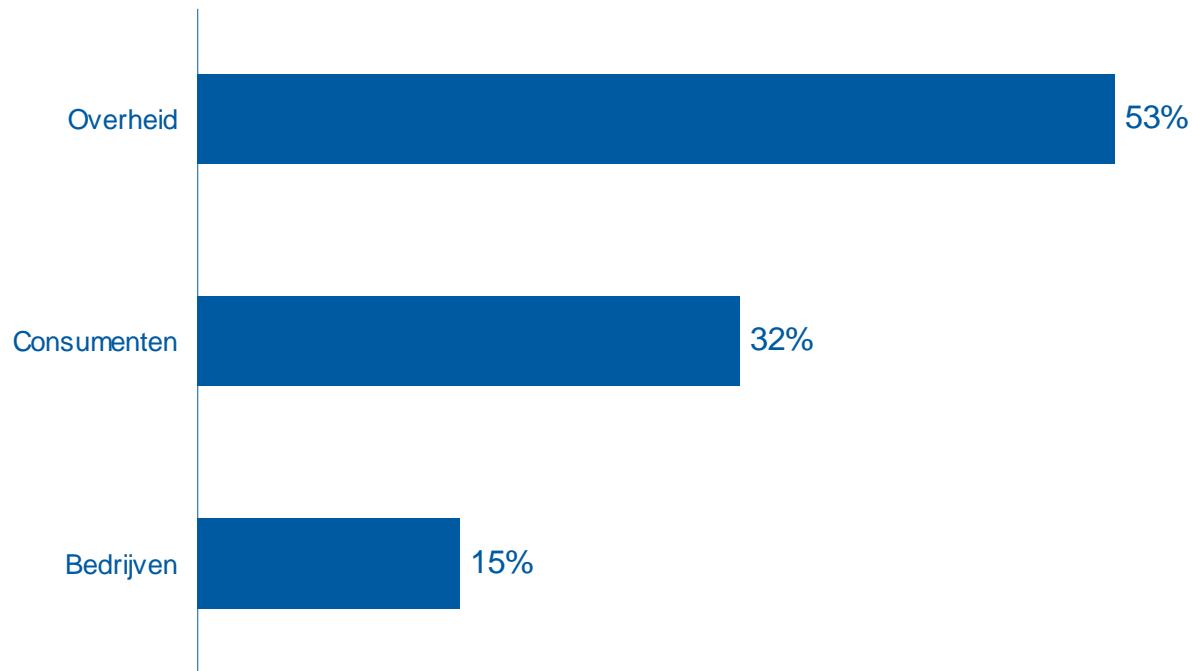
“Bedrijven kunnen zich profileren door meer aan duurzaamheid te doen. De consument gaat het steeds belangrijker vinden.”

“Producten maken van duurzame materialen. Productie op een duurzame manier.”

Duurzaamheid in tijden van crisis

Overheid wordt als hoofdverantwoordelijke gezien

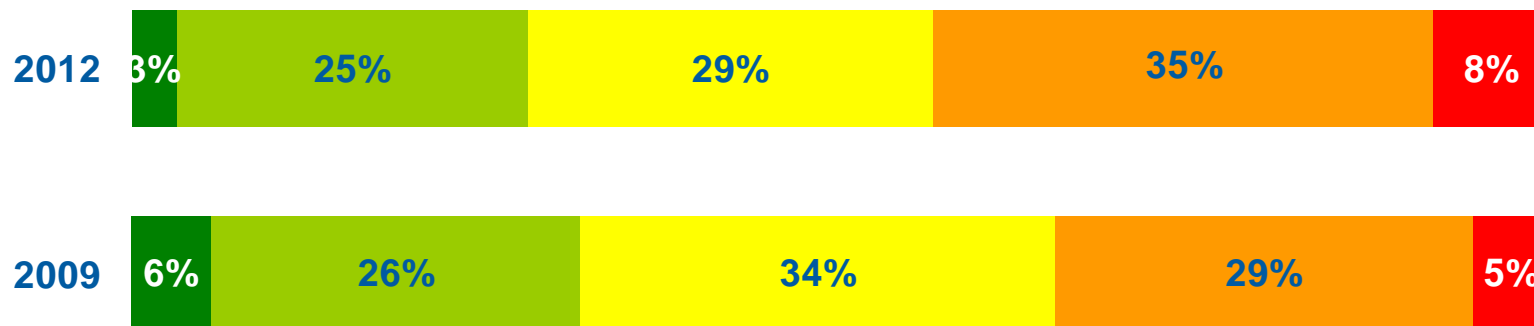
Wie is volgens u hoofdverantwoordelijk voor het thema duurzaamheid?



Duurzaamheid in tijden van crisis

Aandacht van overheid voor duurzaamheid zal afnemen

Als gevolg van de crisis zal de overheid...?



- Veel meer aandacht besteden aan duurzaamheid
- Meer aandacht besteden aan duurzaamheid
- Dezelfde aandacht besteden aan duurzaamheid als voorheen
- Minder aandacht besteden aan duurzaamheid
- Veel minder aandacht besteden aan duurzaamheid

Duurzaamheid in tijden van crisis

Consument zag duurzaam aanbod stijgen

Denkt u dat het aanbod van duurzame voedingsmiddelen in supermarkten de afgelopen jaren:



■ is toegenomen

■ hetzelfde is gebleven

■ is afgenomen

Uit onderzoek (de Monitor Duurzaam Voedsel) is gebleken dat er jaarlijks rond de 30% meer duurzame voedingsmiddelen worden gekocht. Hoe kijkt u hier tegen aan?

“Positief. Omdat ik op de kleintjes moet letten ben ik er zelf niet zo mee bezig.”

“Ik ben bewuster gaan leven, gezondheid is belangrijk, dat merk je voornamelijk met alle toevoegingen aan bijv. vlees. Biologische producten zijn misschien duurder, maar ik kies zo mogelijk daarvoor.”

“De PLUS supermarkt geeft echt de ruimte om duurzame producten aan te schaffen. Omdat ik daar de laatste jaren veel kom herken ik bovenstaande.”

“Dat is een goede zaak. Ik merk bij mezelf dat ik steeds vaker voor de duurzame variant kies. Het lijkt vaak ook lekkerder.”

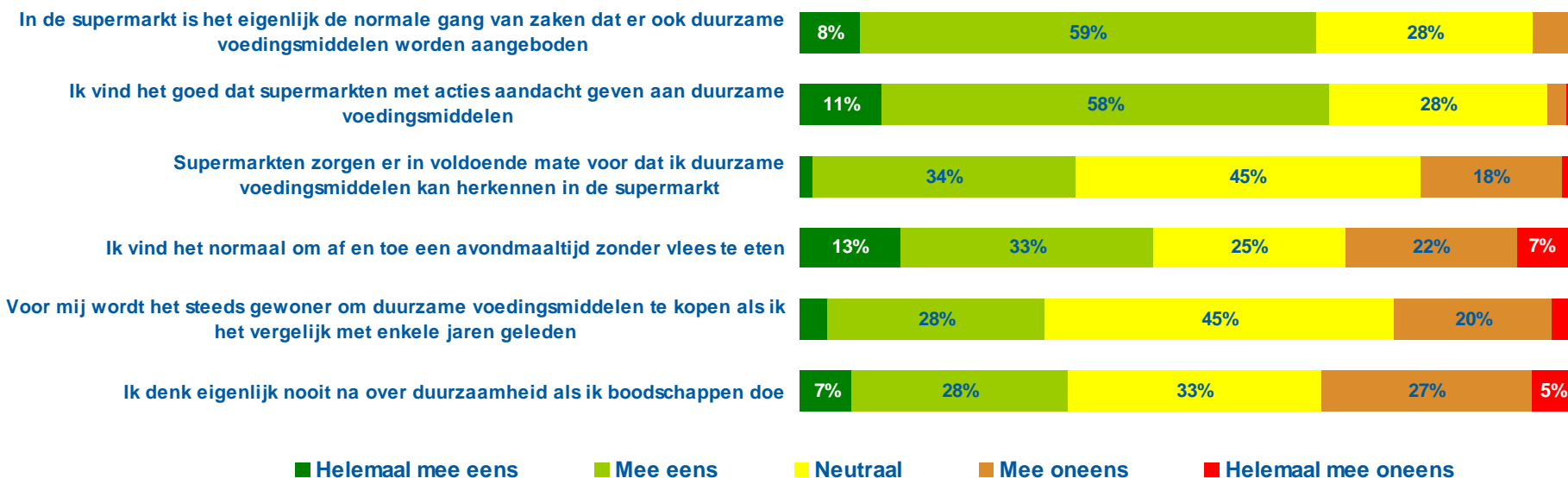
“Dit is een goede ontwikkeling. ik zou hier ook bewuster mee bezig moeten zijn.”

Selectie van de gegeven antwoorden

Duurzaamheid in tijden van crisis

Aanbod van duurzame producten is 'normaal'

Wilt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stellingen?



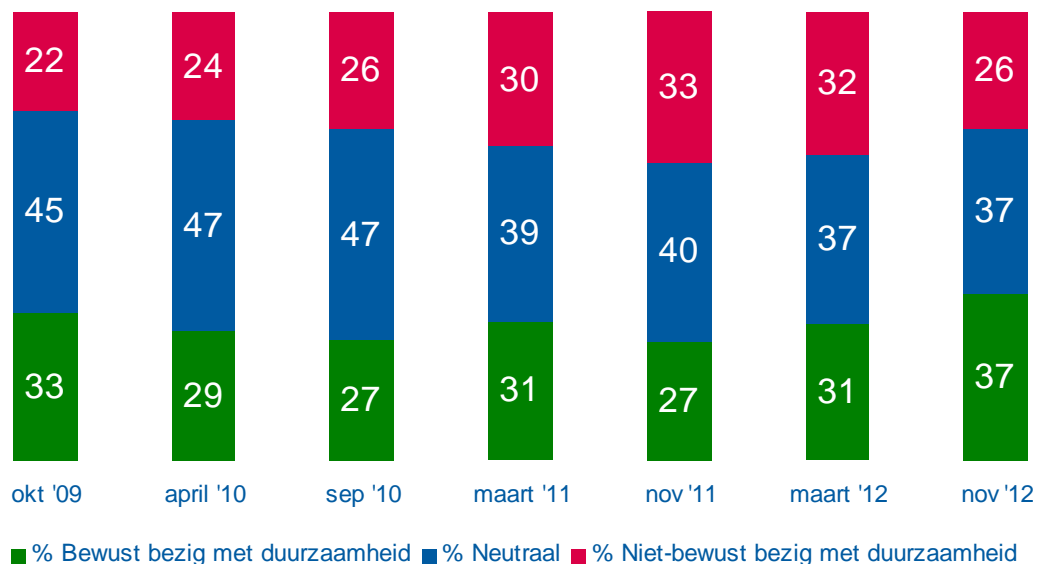
Duurzaamheidstrends



Belang van eigen duurzaam consumptiegedrag

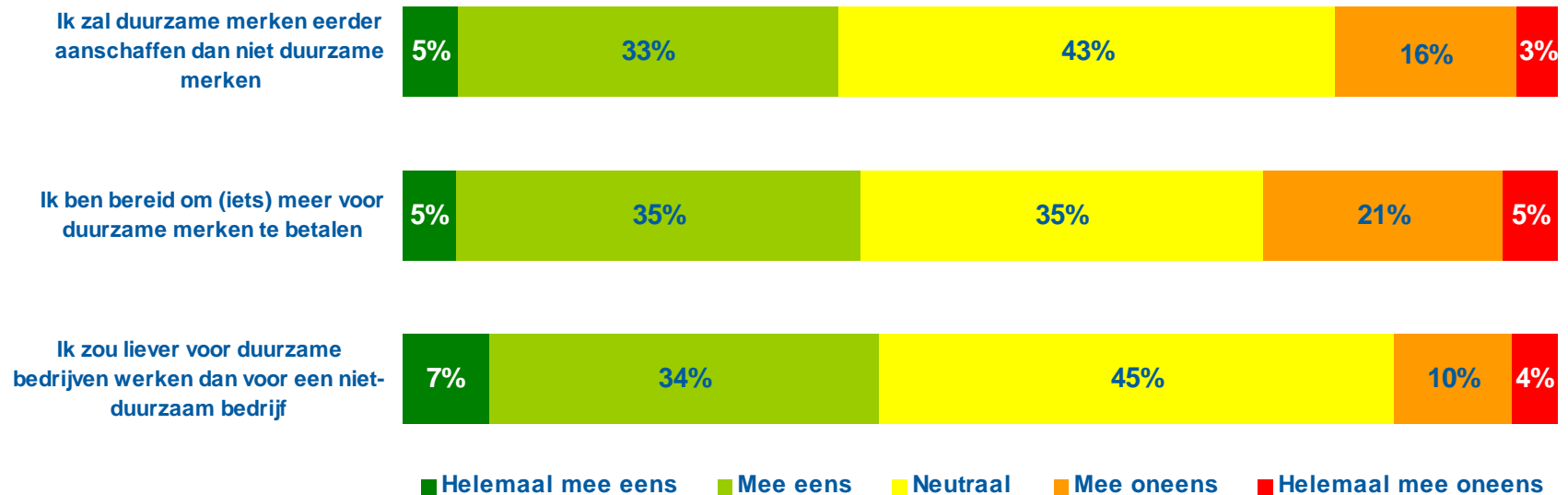
Omvang 'bewuste' consumenten toegenomen

Hoe bewust bent u zelf met duurzaamheid bezig als u kijkt naar uw eigen consumptiegedrag?



Positieve effecten van duurzaamheid

Duurzame merken hebben streepje voor



Het onderzoeksbureau Over MarketResponse

- ❖ **MarketResponse is één van de grootste onafhankelijke research consultancy bureaus van Nederland.**
- ❖ **MarketResponse streeft naar een zo groot mogelijke effectiviteit voor haar klanten. Op basis van kwantitatief en kwalitatief onderzoek helpen wij onze klanten maximaal rendement te halen uit het managen van klanten, medewerkers, portfolio en communicatie, zodat zij hun bedrijfsdoelstellingen kunnen realiseren.**
- ❖ **MarketResponse heeft 27 jaar ervaring in het faciliteren van besluitvorming op basis van marktonderzoek.**
www.marketresponse.nl

Het communicatieadviesbureau Over Schuttelaar & Partners

- ❖ Schuttelaar & Partners is het communicatieadviesbureau dat is gespecialiseerd in gezondheid en duurzaamheid. Wij zijn ervan overtuigd dat de wereld duurzamer en gezonder moet en kan worden. Maatschappelijke technologie kan daarbij een grote rol spelen. Om de grote vraagstukken waar de wereld nu voor staat op te lossen, is het noodzakelijk op een transparante manier samen te werken.
- ❖ We geven strategisch advies en communicatie-oplossingen op het terrein van voeding, gezondheid, technologie, landbouw, maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumentengedrag. Wij helpen onze klanten een aanpak te kiezen die oog heeft voor science, society & sense.
- ❖ www.schuttelaar.nl