

Persbericht

Amsterdam, 3 april 2009

Meer fairtrade producten in de boodschappentas

In 2008 kocht 28% van de Nederlandse huishoudens één of meerdere fairtrade levensmiddelen. Dat zijn 740.000 huishoudens meer dan in 2006. Deze groei is met name te danken aan een breder assortiment en een grotere bekendheid van fairtrade producten. Het merendeel van de huishoudens koopt fairtrade producten uit ideële motieven, maar vindt ook de goede smaak een belangrijk argument.

Dit blijkt uit representatief onderzoek van NCDO in samenwerking met Max Havelaar en Fair Trade Original naar koopgedrag en -motieven bij fairtrade levensmiddelen. Van totaal 6000 Nederlandse huishoudens werd bijgehouden welke fairtrade boodschappen ze waar kochten. Daarnaast werden 300 huishoudens ondervraagd over hun redenen om aldanniet fairtrade levensmiddelen aan te schaffen.

De meest verkochte producten zijn koffie-, fruit- en cacao-producten. De kopersgroep van fairtrade cacao-producten groeide van 1,8% van de huishoudens in 2006 naar 8,8% in 2008. Belangrijke reden hiervoor is dat in 2008 Verkade het fairtrade keurmerk is gaan voeren. Dit leidde tot een boost in de verkoop van fairtrade chocolade-producten. Het aantal kopers van koffie en fruit stegen in 2008 licht. Uit het onderzoek bleek ook dat Nederlandse huishoudens hun fairtrade producten steeds vaker bij supermarkten kopen. De verkoop via de Wereldwinkels en Fairtrade Shops bleef stabiel.

De meeste huishoudens die fairtrade producten kopen, doen dit uit ideële motieven. Zij willen voornamelijk boeren en producenten in armere landen steunen, bijdragen aan eerlijke handel en iets voor het goede doel doen. De lekkere smaak is een belangrijke tweede reden voor de aankoop van fairtrade levensmiddelen. De smaak van deze producten wordt door 85% van de respondenten als evengoed of als beter ervaren. De belangrijkste reden om geen fairtrade boodschappen te doen is voor bijna de helft (48%) van de groep die geen fairtrade producten koopt dat ze er niet bewust mee bezig zijn. Een kleiner deel (22%) koopt geen fairtrade boodschappen omdat ze die te duur vinden.

NCDO betreft mensen in Nederland bij internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling en ondersteunt hen daarbij met informatie, subsidie en adviezen. NCDO laat regelmatig onderzoek uitvoeren naar de betrokkenheid binnen de Nederlandse samenleving bij Internationale Samenwerking.

Noot:

In opdracht van NCDO onderzocht GfK Panel Services Benelux het koopgedrag en -motieven van fairtrade-producten door Nederlandse huishoudens in 2008. Dit onderzoek kijkt naar de producten van Fair Trade Original en producten met een fairtrade keurmerk. Het volledige onderzoeksrapport en een overzicht van de onderzoeken van NCDO kunt u vinden op www.ncdo.nl

Persvragen:

NCDO, Junia Floor(Persvoorlichter) 06 -24746935
