

Eco-consument met zichzelf in conflict

09-04-2008 00:00

Consumenten worden zich steeds meer bewust van het belang van ecologische en biologische producten. Niettemin zorgt dit proces voor conflictgedrag. Mensen leven dan wel bewust, men schroomt niet vier keer in het jaar het vliegtuig te pakken voor een vakantie. Deze trend komt naar voren in een onderzoek van TNS Nipo in opdracht van Capgemini, waarvan woensdag voorlopige resultaten zijn gepubliceerd.

De nieuwe 'eco-levensstijl' heeft volgens de onderzoekers vaste grond onder de voeten gekregen. "Nu is de vraag nog hoe we hiermee omgaan", aldus Bert Keizer van Capgemini. En dat blijkt lastiger dan gedacht. Zo blijkt uit het onderzoek dat mensen spaarlampen gebruiken, maar in een auto rijden zonder roetfilter.

Naast het 'eco-bewustzijn' signaleren de onderzoekers dat de samenstelling van de bevolking steeds complexer wordt. Enerzijds is er de vergrijzing en anderzijds is er een 'Generatie C' die alles met de muisknop aan elkaar knoopt en elkaar zo beïnvloedt, aldus Keizer. "Het is daarom voor retailers lastig te bepalen wat hun doelgroep is in 2015."

In mei komt het definitieve onderzoeksrapport. Het onderzoek wordt jaarlijks uitgevoerd onder 55.000 huishoudens.