

'Consumenten hechten waarde aan keurmerken'

21-10-2016 10:21



Keurmerken spelen bij ruim zestig procent van de Nederlandse consumenten een rol bij het kopen van eten en drinken. Vooral dierenwelzijn staat hoog in het vaandel, blijkt uit de Smart Food Monitor van marktonderzoeker Multiscope.

Bijna vier op de tien consumenten vindt dierenwelzijnskeurmerken belangrijk. Ook eerlijke handel en keurmerken rondom natuur en milieu scoren met respectievelijk 32 en 27 procent hoog. Voor versproducten zoals vlees en vis worden vaak met keurmerk gekocht.

Max Havelaar is het keurmerk met de hoogste naamsbekendheid, blijkt verder uit het onderzoek. 84 procent van de consumenten kent het label voor fairtrade producten als koffie, thee en chocolade. Verder scoren het EKO-keurmerk en Beter Leven Keurmerk met respectievelijk zestig en 56 procent hoog op naamsbekendheid.

Het onderzoek is gehouden onder zeventuizend Nederlanders. Naast de duurzaamheidskeurmerken, blijkt eveneens zestig procent te letten op de bestanddelen van voedsel, zoals vetten of koolhydraten. Deze week werd bekend dat het Ik Kies Bewust-logo, dat informatie biedt over het gezondheidsaspect van

voedingsproducten, wordt afgeschaft.

Op [RetailWatching](#) wordt dieper ingegaan op de zin en onzin van keurmerken.