

'Duurzame keuzes worden steeds belangrijker voor retailers'

16-09-2019 15:00



Bijna de helft van de Nederlandse consumenten vindt duurzaamheid belangrijk voor de keuze van een product. Toch laten de meeste consumenten zich tijdens het winkelen nog niet leiden door duurzaamheidsaspecten, blijkt uit het onderzoek 'Retail richting 2030' van ABN Amro en Q&A.

In de foodbranche worden de meeste duurzame keuzes gemaakt. Veertig procent van de ondervraagden zegt in deze categorie 'vaak' bewust te kiezen. In de categorie mode is dat 27 procent, bij wonen dertig procent en bij elektronica 32 procent.

71 procent zegt negatief of neutraal te staan tegenover de geloofwaardigheid van winkels en merken wanneer zij zeggen dat hun product duurzaam is. De belangrijkste redenen hiervoor zijn ontbrekende of ontoereikende informatie over de gebruikte materialen of ingrediënten en over de productieketen. Zonder deze informatie wordt een duurzaamheidsclaim al snel gezien als greenwashing, stelt het onderzoek.

ABN verwacht dat Nederlandse consumenten in de toekomst hogere eisen gaan stellen aan retailers op het gebied van duurzaamheid. De meesten vinden dat retailers leidend moeten zijn bij keuzes op het gebied van inkoop, productie en duurzaamheid. Duidelijke keuzes durven maken en laten zien dat het anders kan, helpt hierbij.