

PERSBERICHT 30 mei 2011

Consument wil geloofwaardige en duurzame producten *Gat in de markt voor duurzame producten.*

REcentre, het Euregionaal centrum voor duurzaam design, maakt vandaag de resultaten van een groot marktonderzoek bekend. Deze studie gaat over de waardering van duurzaamheid en duurzaam design bij de consument in de Euregio Maas-Rijn (Belgisch en Nederlands Limburg en Luik). Er staat een massamarkt open voor de juiste duurzame producten. Deze markt wordt gekenmerkt door verschillende motivaties en socio-demografische eigenschappen. REcentre distilleerde bedrijfsstrategieën die gebruikt kunnen worden om alle consumenten te bedienen: degelijke producten die lang meegaan en waarbij de producent betrouwbare informatie over de duurzaamheid van het product meegeeft.

De studie concentreert zich vooral op producten met een lange levensduur en een zichtbaar designaspect zoals huishoudtoestellen, gereedschap, meubelen en andere interieur-objecten. Aan deze studie koppelt REcentre ook een begeleidingstraject om bedrijven en designers te helpen de juiste duurzame producten te ontwikkelen en ze op een goede manier in de markt te zetten.

Veel vraag voor het juiste aanbod

Het aankoopgedrag van een duizendtal consumenten uit de Euregio Maas-Rijn (Hasselt (BE), Luik (BE) en Maastricht (NL) werd onderzocht, verwachtingen en frustraties van consumenten werden bevraagd. Uit de studie blijkt dat er een massamarkt openstaat voor de *juiste* duurzame producten: met name 69 % van de consumenten. De meerderheid is zelfs bereid om meer te betalen voor het product. Maar weten de bedrijven hoe ze de inhoud van duurzame producten en diensten moeten invullen?

Verschillende aankoopmotivaties

De massamarkt die openstaat voor duurzame producten bestaat uit twee grote groepen, met afwijkende motivaties. Enerzijds is er een groep consumenten voor wie duurzaamheid de grootste drijfveer is bij de aankoop. Zij streven een ethisch doel na en hechten vooral belang aan de puurheid en eerlijkheid van een aankoop gecombineerd met de juiste informatieverstrekking door de producent. Deze groep van intrinsiek gemotiveerde consumenten wordt vooral gevonden bij de 50-plussers (52 % van dit segment) en bij huishoudens met kinderen. Anderzijds is er een grote groep consumenten die extrinsiek gemotiveerd zijn en die een duurzaam product enkel zullen kopen als er een persoonlijk voordeel aan vast hangt. Voor hen is duurzaamheid een versneller wanneer het product ook gelijke prijs en kwaliteit heeft. Hoe kunnen bedrijven nu beide doelgroepen zo goed mogelijk bedienen?

Goede, groene producten

Uit de resultaten van de marktstudie blijkt dat alle consumenten openstaan voor producten die lang meegaan; gewoon goede producten dus. Echte duurzaamheid, in de ogen van de consument, zijn producten die niet snel kapot gaan, niet snel uit de mode zijn en gemakkelijk herstelbaar of modulair zijn. Producten die voldoen aan bovenstaande behoeftes, voorzien zijn van voldoende informatie en op een milieuvriendelijke manier gemaakt zijn, hebben een duidelijke streep voor, wat de aankoopmotivatie van de consument dan ook mag zijn. Indien deze voorwaarden voldaan zijn zal het product snel geaccepteerd worden. En de consument is bovendien bereid er meer voor te betalen!

Duidelijke informatie over duurzaamheid

Goede informatievoorziening is noodzakelijk: 93 % van de consumenten geeft aan dat een label dat voldoende informatie biedt over de effectieve duurzaamheid van het product hun mogelijk overtuigt bij de aankoop, 47 % van de consument stelt zelfs dat ze bereid zijn door de aanwezigheid van een label van product of dienst te veranderen. Bedrijven moeten er op letten dat de informatie klopt en dat de duurzame boodschap wordt waargemaakt. Regionaal werden er namelijk verschillen vastgesteld in aankoopgedrag: verrassend genoeg is de vraag naar duurzaamheid het laagst bij de Nederlanders. Dit kan te wijten zijn aan sceptisme bij de Nederlandse consument. Hebben bedrijven die in Nederland al geruime tijd duurzame producten gelanceerd hebben niet de juiste informatie meegegeven? In ieder geval is verrijkende informatie verschaffen de juiste benadering voor bedrijven.

REcentre zoekt bedrijven met duurzame ideeën

Er is een gigantische markt voor de juiste duurzame producten. Het komt erop aan om de juiste producten op de juiste manier te definiëren. REcentre organiseert, bij wijze van pilootproject, sessies voor die bedrijven die een duurzaam product of dienst op de markt willen zetten, maar hulp nodig hebben bij de juiste invulling en positionering van hun product. Hun productidee(-ën) zullen door experts in design, marketing, communicatie of management geëvalueerd worden, met als resultaat een waardevoorstel en actieplan voor een geslaagde lancering. Het is daarbij mogelijk dit plan met een ondersteunend marktonderzoek te valideren.

REcentre investeert in een begeleidingstraject en is hiervoor op zoek naar vijf bedrijven. Van de bedrijven wordt een duurzaam concept verwacht, een symbolische bijdrage en een grote motivatie. Bedrijven die geïnteresseerd zijn sturen snel een mail naar info@recentre.org om zich in te schrijven voor dit project of om eventuele vragen te stellen.

Over REcentre

REcentre is een kennis- en promotiecentrum voor duurzaam design in de Euregio Maas-Rijn. Daarvoor stelt REcentre zijn netwerk en know-how ter beschikking aan bedrijven, ontwerpers en scholen. Anderzijds zet de organisatie ook zelf projecten op met een maatschappelijke agenda om duurzaam design onder de aandacht te brengen. REcentre wil de Euregio Maas-Rijn laten uitgroeien tot een voorbeeldregio op het raakvlak tussen ecologie en economie.

REcentre is een Interreg IVa project, gesteund door Wallonie Design (Luik, BE), Z33/Design Platform Limburg (Hasselt, BE) en NAIM/Bureau Europa (Maastricht, NL)

EXTRA INFORMATIE

Studiebureau

De markstudie werd uitbesteed aan C-change, Burat en HEC Consulting Group.

Aanvullende bron

C-change 2011 Sustainability Barometer

Samenwerking organisaties

Bedrijven die geïnteresseerd zijn om deel te nemen aan het begeleidingstraject dat georganiseerd wordt, sturen een e-mail naar info@recentre.org

Websites organisaties

REcentre – www.recentre.org

C-change – www.c-change.be

Burat – www.burat.biz

HEC Consulting Group – www.heccg.com

EINDE PERSBERICHT

Meer info en beeldmateriaal:

www.recentre.org/press

www.facebook.com/recentre

www.twitter.com/recentre

www.linkedin.com/in/recentre

Pers contact:

Veerle Verbakel / Verantwoordelijke Pers & Communicatie / veerle.verbakel@recentre.org / +32(0)479469431

