



NC
DO

ONDERZOEK

NEDERLANDERS & FAIRTRADE 2012

ONDERZOEK NAAR AANKOOPGEDRAG BIJ FAIRTRADE LEVENSMIDDELEN

Het kopen van fairtrade levensmiddelen kan gezien worden als een uiting van betrokkenheid bij de wereld. Daarom onderzoekt NCDO sinds 2007 jaarlijks het aankoopgedrag van fairtrade levensmiddelen in Nederland. Hoeveel huishoudens in Nederland kochten in 2012 fairtrade levensmiddelen? Welke fairtrade levensmiddelen werden vooral gekocht? Wie zijn de voornaamste kopers van fairtrade levensmiddelen? En waar worden fairtrade levensmiddelen gekocht? NCDO onderzocht deze vragen in samenwerking met onderzoeksbureau GfK aan de hand van het aankoopgedrag van in totaal 6.000 Nederlandse huishoudens uit het consumentenpanel van GfK. Deze huishoudens scanden een jaar lang hun boodschappen, waardoor te zien is wie, wanneer, waar, welke fairtrade levensmiddelen kocht.

Groei in fairtrade aankopen houdt aan

Net als in voorgaande jaren was er ook in 2012 sprake van een forse groei in het aantal Nederlandse huishoudens dat één of meerdere keren per jaar fairtrade levensmiddelen koopt (van 46% in 2009 tot 60% in 2012).¹ In absolute aantallen gaat het om 4,5 miljoen huishoudens, waaronder 344.000 nieuwe huishoudens die fairtrade producten kopen ten opzichte van

2011 (+8%). Daarnaast kopen de huishoudens die fairtrade producten één of meerdere keren per jaar aanschaffen (60%) deze producten vaker en kopen zij meer. De gemiddelde aankoopfrequentie is gestegen van 5,9 keer naar 6,4 keer, het gemiddelde volume per huishouden van 3,4 kg naar 3,8 kg en de gemiddelde besteding per huishouden van €15,58 naar €16,86. Er is gedurende het jaar een geleidelijke toename te zien in het aantal huishoudens dat fairtrade levensmiddelen koopt met een piek tijdens de jaarlijkse Fairtrade Week (eind oktober / begin november) en tijdens de aanloop naar Sinterklaas (november en begin december). Daarnaast is er in deze periode een piek in het aantal huishoudens dat fairtrade chocoladeproducten en seizoenschokolade zoals chocoladeletters koopt.

Wie kopen vooral fairtrade levensmiddelen?

Alleenstaanden, zowel jonger als ouder dan 40 jaar, en gepensioneerden met een hoger inkomen zijn wat betreft de bestedingen oververtegenwoordigd in de groep mensen die fairtrade levensmiddelen kopen. Jongere alleenstaanden kopen vaker hun vruchtensappen, rijst en overige producten (waaronder

¹ Het percentage van 2009 valt hoger uit dan in voorgaande jaren gerapporteerd is. Dit komt doordat sinds 2012 een aantal fairtrade producten aan het onderzoek zijn toegevoegd die eerder niet zijn meegenomen in de berekeningen. De percentages over voorgaande jaren zijn met terugwerkende kracht aangepast.

groenten) fairtrade. Oudere alleenstaanden (40+) kopen in vergelijking met andere typen huishoudens relatief veel koffie en wijn en welgestelde gepensioneerden kopen relatief veel suiker, vruchtensap en wijn fairtrade. In lijn hiermee blijkt dat ook jongeren (<30 jaar) en 65-plussers oververtegenwoordigd zijn binnen de groep fairtrade kopers. Jongeren kopen relatief vaak fairtrade rijst en fairtrade levensmiddelen uit de categorie 'overig' en 65-plussers kopen vaker fairtrade vruchtensap.

In het westen van Nederland wonen relatief veel huishoudens die fairtrade kopen; zij schaffen relatief vaak fairtrade koffie, thee, rijst en wijn aan. Ten slotte zijn de kopers van fairtrade levensmiddelen relatief vaak afkomstig uit de hogere sociale klassen. Mensen met een hoger opleidingsniveau en/of werkniveau kopen vaker fairtrade producten en geven relatief meer uit aan fairtrade levensmiddelen.

De producten die zij relatief vaak fairtrade kopen zijn vruchtensap, rijst, wijn, culinaire producten (bijv. sauzen, kruidenmixen, oliën etc.) en fairtrade producten uit de categorie 'overig' (waaronder groenten).

Supermarkten belangrijkste afzetkanaal

In 2012 werd 90% van de totale fairtrade omzet bij supermarkten behaald. Van de supermarktformules heeft Albert Heijn met 29% van de bestedingen het grootste marktaandeel, maar inkooporganisatie Superunie maakte net als vorig jaar de grootste groei door. Vooral bij de categorieën fruit (+24%), vruchtensappen (+24%) en culinaire producten (+23%) valt op dat meer huishoudens in het afgelopen jaar fairtrade zijn gaan kopen. Alleen in de categorieën suiker (-2%) en rijst (-5%) is het percentage fairtrade kopende huishoudens licht gedaald. Andere eerlijke producten die in 2012 door meer huishoudens gekocht werden zijn wijn (+17%), chocoladeproducten (+11%), koffie (+9%) en thee (+2%). Net als in de voorgaande jaren heeft de categorie chocoladeproducten met 30% het hoogste percentage fairtrade kopende huishoudens.

'Zware' en 'lichte' fairtrade kopers

De huishoudens die fairtrade kopen kunnen worden onderscheiden in 'zware' kopers, 'gemiddelde' kopers en 'lichte' kopers. Onder 'zware' kopers vallen de 20% kopers die het grootste bedrag uitgeven aan fairtrade levensmiddelen. 'Gemiddelde' kopers zijn de volgende 30% kopers die daarna het grootste bedrag aan fairtrade levensmiddelen uitgeven en 'lichte' kopers zijn de 50% kopers die het minst aan fairtrade levensmiddelen uitgeven.

'Zware' fairtrade kopers zijn vooral welgestelde huishoudens met kinderen en welgestelde gepensioneerden. Gepensioneerden met een beperkt inkomen, huishoudens met kinderen en een beperkt inkomen en tweeverdieners zijn, binnen de totale groep fairtrade kopers, 'gemiddelde' en 'lichtere' kopers van fairtrade levensmiddelen. Daarnaast zijn jonge alleenstaanden relatief vaak 'lichtere' kopers van fairtrade levensmiddelen.

'Zware' kopers kopen fairtrade levensmiddelen relatief vaak bij PLUS en bij 'overige aankoopplaatsen', zoals Wereldwinkels en warenhuizen. Absoluut gezien (in daadwerkelijke aantallen huishoudens) kopen de meeste 'zware kopers' hun fairtrade levensmiddelen echter bij Albert Heijn (29%) die ook bij alle fairtrade kopers samen het grootste marktaandeel heeft (29%). 'Lichte' en 'gemiddelde' kopers besteden relatief veel aan fairtrade levensmiddelen bij Detailconsult, C1000 en Lidl en 'gemiddelde' kopers daarnaast ook bij Albert Heijn.

Bron

Goede, I., de (2013). *Nederlanders & Fairtrade 2012: Onderzoek naar aankoopgedrag bij fairtrade levensmiddelen*. Amsterdam: NCDO.

Medegefinancierd door

Fair Trade Original, Stichting Max Havelaar, Landelijke Vereniging van Wereldwinkels



Deze onderzoekssamenvatting is een uitgave van NCDO, mei 2013
NCDO, Postbus 94020, 1090 AD Amsterdam, tel +31 (0)20 568 87 55
onderzoek@ncdo.nl, www.ncdo.nl