

Een derde van de Belgen is bereid meer te betalen voor milieuvriendelijkere diensten of producten

72% van de Belgen geeft aan dat consumptiegoederen duurder geworden zijn door de ecologische transitie en 66% houdt bij zijn aankopen rekening met de ecologische impact.

Brussel, 1 november 2023 – Uit een recente studie op vraag van Beobank bij 1.000 Belgen tussen 18 en 65 jaar, blijkt dat de ecologische transitie een belangrijke invloed heeft op het consumptiegedrag van de Belgen.

- Een grote meerderheid van de Belgen (85%) vindt de ecologische transitie belangrijk: 30% hecht er veel belang aan (score 8-10) en 39% enig belang (score 6-7).
- Twee derde van de Belgen vindt de ecologische voetafdruk van de bedrijven waarvan ze producten kopen belangrijk.
- 33% van de Belgen zegt bereid te zijn iets meer te betalen voor diensten of producten met een kleinere ecologische voetafdruk.
- 69% is van mening dat hun eigen acties belangrijk zijn om hun ecologische voetafdruk te verkleinen.

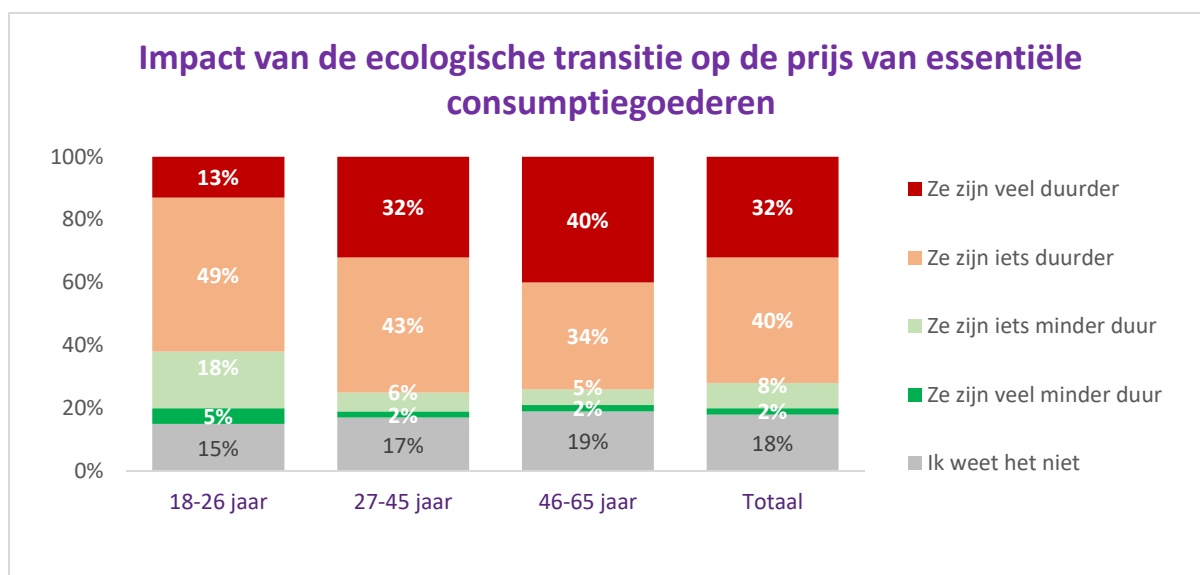
In een mondiale context waarin milieuvraagstukken steeds zichtbaarder en urgenter worden, blijft de consument niet onverschillig. In het licht van de klimaatuitdagingen, vervuiling en het verlies aan biodiversiteit speelt de ecologische impact een steeds grotere rol bij consumptiekeuzes, en dat geldt voor alle generaties. Deze trend maakt deel uit van een wereldwijd bewustzijn en duidt op een belangrijke evolutie in de mentaliteit en gewoontes van de consument.

Belang van de ecologische voetafdruk van bedrijven bij het nemen van aankoopbeslissingen

Uit de enquête blijkt dat Belgen geïnteresseerd zijn in de ecologische voetafdruk van de bedrijven waarvan ze producten en diensten kopen. Twee derde van de Belgen vindt deze factor belangrijk bij de aankoop van producten of diensten (15% 'zeer belangrijk' en 51% 'eerder belangrijk'). Voor slechts 22% van de ondervraagden is het ecologische aspect 'niet zo belangrijk' en 12% vindt het 'helemaal niet belangrijk'.

Hogere kostprijs door de ecologische transitie

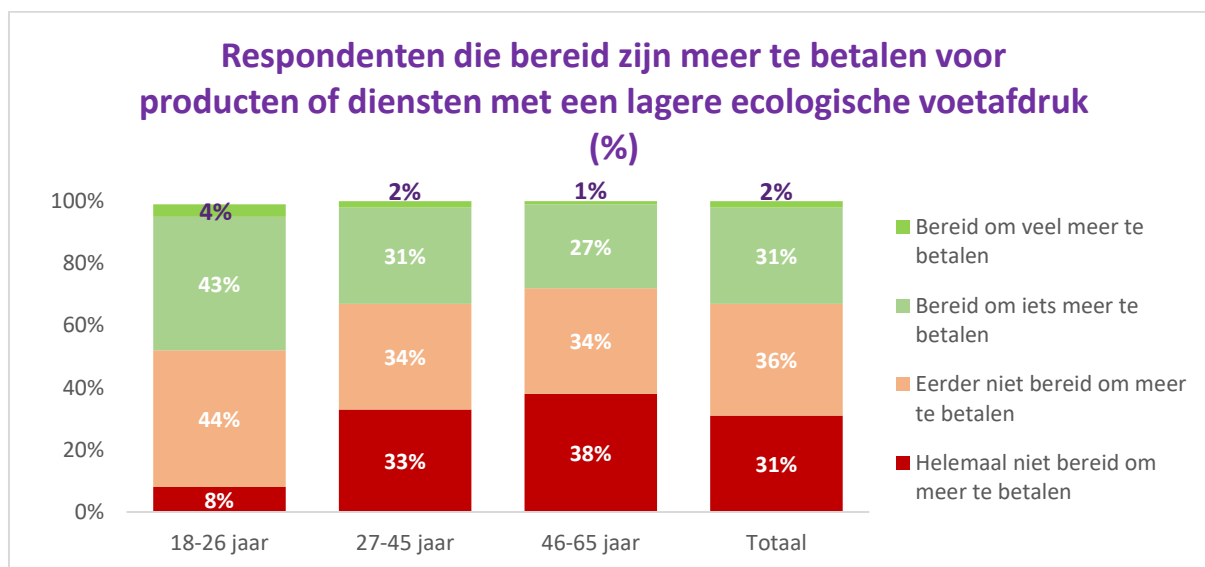
In de enquête werd ook gepeild naar de impact van de ecologische transitie op het gezinsbudget. Zo is een grote meerderheid (72%) van de Belgen van mening dat consumptiegoederen (zoals voeding, kleding en gezondheidsproducten) door de ecologische transitie duurder geworden zijn. Deze perceptie wordt groter met de leeftijd, wat wijst op een verschillend perspectief bij jongere generaties. De resultaten worden hieronder in detail weergegeven.



De jongere generaties zijn meer geneigd om meer te betalen

Het verschil in perspectief tussen jongere en oudere generaties op de impact van de ecologische transitie op de kostprijs van producten en diensten is opmerkelijk en gaat hand in hand met de neiging van de jongere generaties (< 27 jaar) om meer te betalen voor producten en diensten met een lagere ecologische voetafdruk, zoals blijkt uit de resultaten van de studie.

Terwijl ongeveer een derde van de Belgen tussen 27 en 65 jaar bereid is om meer te betalen voor producten en diensten met een lagere ecologische voetafdruk, zou bijna de helft van de Belgen tussen 18 en 26 jaar dat doen. De resultaten worden hieronder in detail weergegeven.



De Belgen nemen zelf maatregelen voor een groenere toekomst

De meerderheid van de Belgen is van mening dat hun eigen acties ook een belangrijke rol spelen bij het verkleinen van hun ecologische voetafdruk. 17% vindt eigen acties zeer belangrijk en 52% eerder belangrijk. Daarentegen is 21% van de Belgen van mening dat hun eigen acties niet zo belangrijk zijn om hun ecologische voetafdruk te verkleinen en 11% vindt dat helemaal niet belangrijk.

Deze mentaliteit vertaalt zich in concrete acties en een reeks investeringen die de Belgen al gedaan hebben of overwegen om hun impact op het milieu te verminderen: 34% plaatste al betere isolatie, 26% zonnepanelen, 9% een warmtepomp en 5% koos voor een elektrische auto.

“We zien een aanzienlijke toename van leningen voor energieverbeteringen aan woningen. Tussen 2021 en 2023 is het aantal toegekende leningen verdrievoudigd en het gemiddelde geleende bedrag kende een stijging van 13,6% dit jaar. Deze trend getuigt van de groeiende betrokkenheid van Belgische huishoudens bij de ecologische transitie.

In een context die de komende jaren meer en meer gekenmerkt zal zijn door toenemende wettelijke verplichtingen op het gebied van energierenovatie, spelen groene leningen een cruciale rol, waardoor de huishoudens een actieve bijdrage kunnen leveren aan de groene transitie.”

Dirk Verhaeghe, Retail Products Head bij Beobank



Persdienst:

Sandrine Roberti de Winghe
 +32 (0)478 828 729
sandrine.robortidewinghe@beobank.be

Over de enquête:

De enquête is in juli 2023 namens Beobank uitgevoerd door Ipsos, bij 1.000 Belgen tussen 18 en 65 jaar.

Over Beobank:

Beobank NV/SA is een Belgische bank die haar 742.000 klanten dagelijks bijstaat met haar producten en diensten voor particulieren, zelfstandigen en KMO's, en haar netwerk van 203 verkooppunten (Retail-verkooppunten en PRO Centers). Haar 1.435 medewerkers zetten zich in om het leven van de klanten te



vergemakkelijken met persoonlijke oplossingen. Daarbij bouwen ze een duurzame relatie uit om hen in elke levensfase optimaal te kunnen begeleiden. Beobank is een dochteronderneming van de Groep Crédit Mutuel (cijfers op 31/12/2022). — Meer info: www.beobank.be