

# Lokale producten

Van 8 februari tot 7 maart 2023 liep het onderzoek over de Achterhoekse productbeleving. In totaal hebben 654 inwoners de vragenlijst volledig ingevuld. De uitkomsten zijn daardoor betrouwbaar (betrouwbaarheidspercentage 95% met een foutmarge van 3,80%) om uitspraken te doen over de populatie. Graag delen wij enkele belangrijke resultaten en leest u wat we daarmee willen doen. In sommige gevallen konden deelnemers meerdere antwoorden geven. Hierdoor kan de som van de percentage boven de 100% uitkomen.

## Huidig koopgedrag

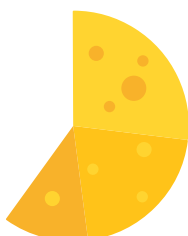
### Top 3 voorkeuren kazen

*Alleen een afbeelding zichtbaar*

Boerderijkaas **27%**

Biologische kaas **21%**

Milner kaas **12%**



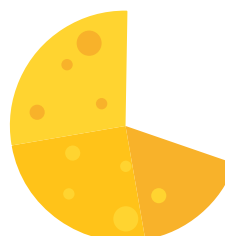
### Top 3 voorkeuren kazen

*Prijs ook zichtbaar*

**30%** Boerderijkaas

**25%** Prijsfavoriet

**17%** Biologische kaas



### Top 3 plekken waar boodschappen gedaan worden:

SUPERMARKT

**97%**

BAKKER

**56%**

MARKT

**37%**

### Top 3 aandachtspunten bij het kiezen van producten tijdens het boodschappen doen:

Kwaliteit  
**76%**

Prijs €€  
**73%**

Houdbaarheid  
**62%**

## Keurmerken



Een keurmerk is een hulpmiddel op de verpakking dat zegt of het een duurzame of gezonde keuze is. % (Helemaal) eens met de stelling

Een keurmerk zorgt dat ik makkelijker kan kiezen tussen producten: **48%**

Een keurmerk draagt bij aan mijn vertrouwen in producten: **44%**

Een keurmerk helpt mij de juiste keus te maken tussen producten: **40%**

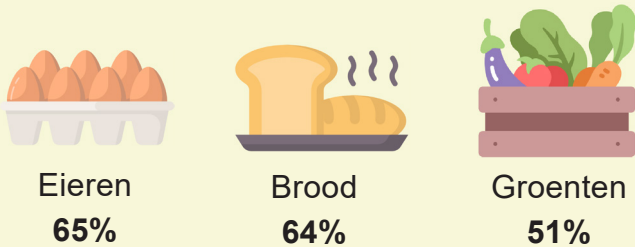
## Top 3 bekende keurmerken:



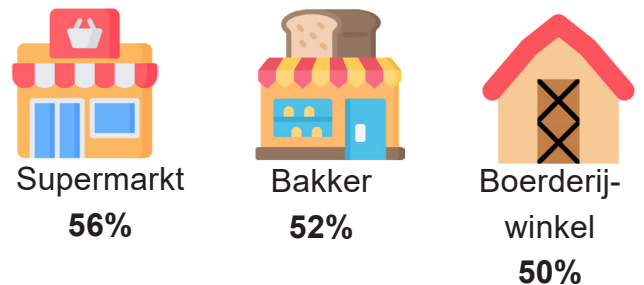
## Huidig koopgedrag lokale produc(en)ten

91% van de respondenten uit Lochem geeft aan wel eens lokale producten uit de gemeente of regio te kopen.

### Top 3 lokale producten die wel eens gekocht worden in de gemeente/regio:



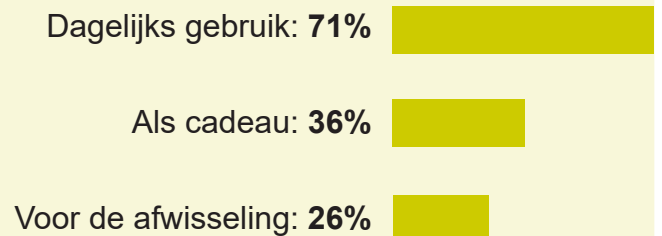
### Top 3 plekken om lokale producten te kopen in de gemeente/regio:



### Waarom koopt u geen producten gemaakt en verkocht in de gemeente/regio?



### Waarom koopt u producten gemaakt en verkocht in de gemeente/regio?



### Wat zorgt ervoor dat u wel lokale producten uit de gemeente/regio gaat kopen?



### Wat zorgt ervoor dat u meer lokale producten uit de gemeente/regio koopt?



# Belang lokale producten

Top 3 woorden die *beter* passen bij een lokaal dan niet-lokaal gemaakt product:

**SMAAK** 61%    **VERSHEID** 58%    **KWALITEIT** 53%

Top 3 woorden die *slechter* passen bij een lokaal dan niet-lokaal gemaakt product:

**VERKRIIG-BAARHEID** 67%    **PRIJS** 49%    **HOUDBAAR-HEID** 21%

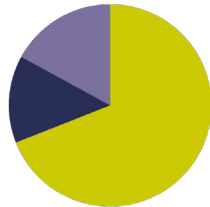
Top 3 % (zeer) belangrijke waarden bij het kopen van lokale producten:

**BETROUWBARE INFORMATIE** 88%    **DUURZAAMHEID** 75%    **DIEREN-WELZIJN** 76%

Top 3 % (zeer) belangrijke eigenschappen bij het kopen van lokale producten:

**KWALITEIT** 95%    **SMAAK** 95%    **VERSHEID** 91%

Wilt u vaker lokale producten kopen dan u nu doet?



Ja: 69%  
Nee: 14%  
Weet ik niet/geen mening: 17%

# Verkooppunten/informatie over lokale producten

Waar zoekt u informatie als u iets wilt weten over lokale producten?



Familie/  
vrienden  
37%

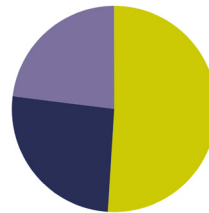


Google  
33%



Social Media  
30%

Wilt u meer weten over lokale producten en producenten?



Ja: 51%  
Nee: 26%  
Weet ik niet/geen mening: 23%

Wat wilt u weten?

Verkooppunten: 78%

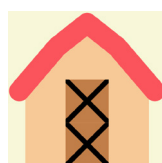
Locatie producenten: 68%

Nieuws & acties: 43%

Waar zou u 'lokale producten' willen kopen?



Supermarkt  
87%



Boerderijwinkel  
42%



Markt  
41%

Bij de vraag of men de voorkeur voor verkooppunten voor 'lokale producten' op volgorde wil zetten, blijkt men het liefst bij de kaaswinkel lokale producten te kopen

## Wat gebeurt er met de resultaten?

Het onderzoek laat zien dat een groot deel van de inwoners weleens lokale producten koopt. En ook dat meer inwoners deze producten willen kopen maar dat nu nog niet doen. Om deze mensen over de streep te trekken, gaan de gemeenten Bronckhorst, Lochem en Zutphen de afzet van lokale producten (de korte keten) helpen vergroten.

Hierbij werken ze samen met een aantal deskundige partijen, zoals Achterhoek Toerisme, Slow Food Achterhoek en Happyland. Deze samenwerking heet “De Achterhoekse Productbeleving”.

Samen met lokale ondernemers werken ze nieuwe creatieve ideeën uit. Zo zet Achterhoek Toerisme zich in om meer bezoekers naar de boerderijwinkels te trekken. Bijvoorbeeld door evenementen over voedsel en eten online samen te brengen en onder de aandacht te brengen via diverse media. Slow Food Achterhoek denkt aan het verbeteren van de deskundigheid van verkooppunten, en heeft het plan om met een digitaal platform winkels, horeca en consumenten te verbinden.

De gemeenten willen deze ontwikkelingen ondersteunen omdat het belangrijk is voor de leefbaarheid van het platteland en de lokale economie. Vooral in gebieden waar voorzieningen zoals winkels verdwijnen, kunnen lokale ondernemers voorzien in de vraag naar voedsel.

