

Impact van **Europese energielabel** op de aankoopintentie van consumenten

Inleiding



Eén van de oplossingen om de **klimaatopwarming** tegen te gaan is het verminderen van de **energieconsumptie**. Om consumenten te stimuleren energie-efficiënter om te gaan heeft de EU in 1992 het **Europese energielabel** ingevoerd.

Onderzoeksvraag

Wat is de impact van het **nieuwe** Europese energielabel op de aankoopintentie van consumenten?



Doelstellingen



1. Belangrijkheid **verschillende soorten** informatie op energielabel
2. Impact **herschaalde** energieklassen

Methodologie



- Discrete Choice Experiment
- Vragenlijst (2 versies)

Onderzoekresultaten

1. Belangrijkheid **verschillende soorten** informatie bij nemen aankoopbeslissing:

Geluid



Volume / Energieverbruik



Energieklasse



2. Impact **herschaalde** energieklassen: **positieve impact** op aankoopintentie



UHASSELT

Masterproef TEW – Beleidsmanagement – Brecht Milants

Promotor: Prof. dr. Wim Marneffe

Begeleider: De heer Wouter Bos