



VOEDSELVERSPILLING 1-METING

Marcel Temminghoff en Niek Damen
November 2013

1. Achtergrond en doelstelling
2. Resultaten
3. Samenvatting en conclusies
4. Onderzoeksverantwoording
5. Contact



1. Achtergrond en doelstelling

Jaarlijks gooien consumenten ruim 50 kilo eetbaar voedsel per persoon in de afvalbak. Dat is in totaal € 2,4 miljard. Enerzijds is dit zonde van het goede voedsel en het geld, anderzijds is dit ook schadelijk voor het milieu.

Het Voedingscentrum bevordert gezonde, veilige en duurzame voeding bij consumenten. Minder voedsel verspillen is daar een belangrijk onderdeel van. Met de campagne: 'hoezo 50 kilo? Zoveel wil je niet verspillen. Maar hoe?' zet het Voedingscentrum in op het vergroten of veranderen van de volgende gedragsdeterminanten:

- Bewustzijn
- Kennis
- Vaardigheden
- Gewoonten



Achtergrond (vervolg)

In 2011 heeft GfK reeds een onderzoek uitgevoerd naar de effecten van de vorige campagne: 'Eten is om op te eten' van Voedingscentrum en Milieu Centraal. Dit betrof de 0-meting.

Het Voedingscentrum heeft aangegeven een consumentenonderzoek uit te willen voeren ten einde een inzicht te verkrijgen in de huidige stand van zaken en daaraan gerelateerde gedragsdeterminanten. Dit betreft het onderzoek: Voedselverspilling 1-meting.



“Inzicht verkrijgen in de huidige stand van zaken en daaraan gerelateerde gedragsdeterminanten om:

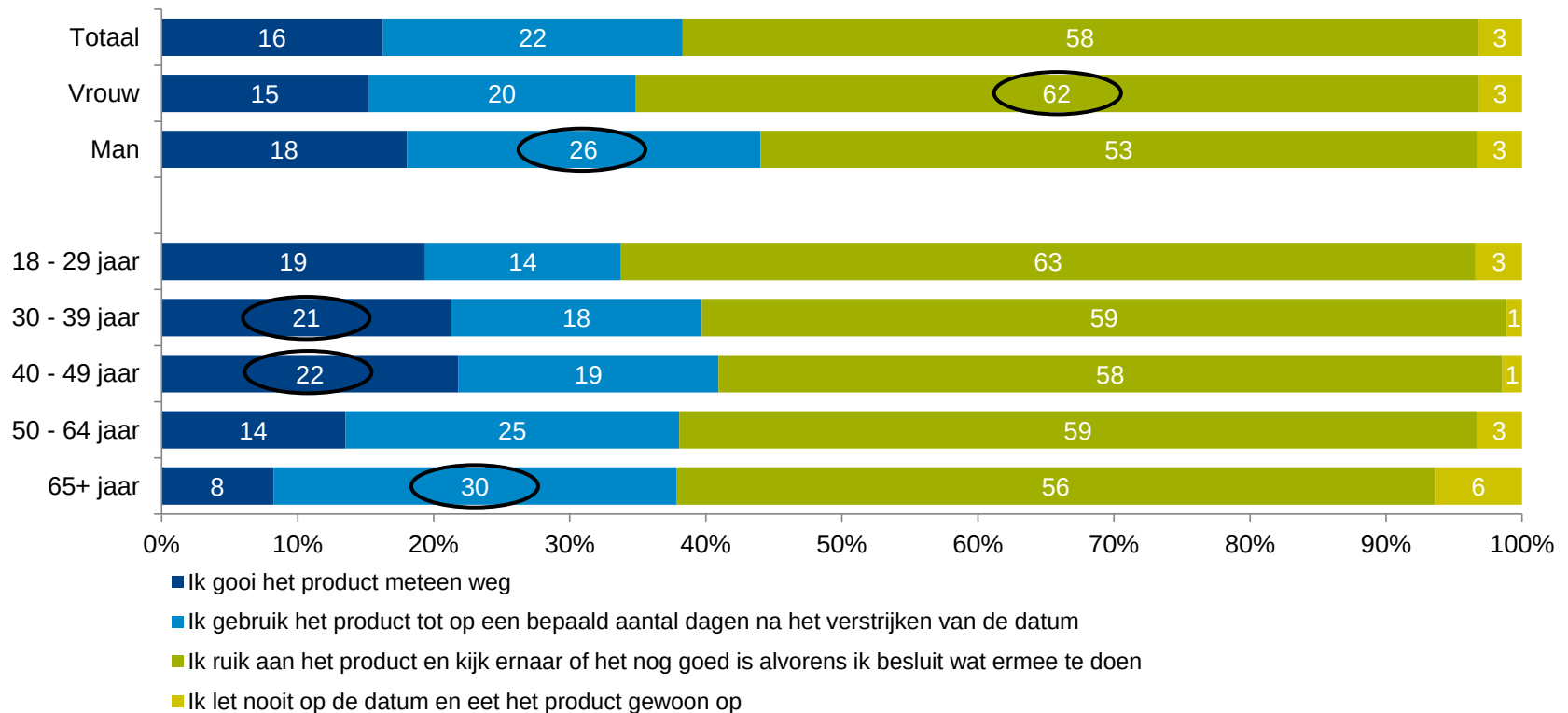
- Veranderingen ten opzichte van 2011 te meten en te verklaren*
- Activiteiten van het Voedingscentrum te kunnen aanscherpen*



2. Resultaten

Houdbaarheidsdatum

58% van de shoppers 'inspecteert' het voedingsproduct bij het verstrijken van de houdbaarheidsdatum alvorens men besluit wat ermee te doen. 16% gooit het product direct weg.

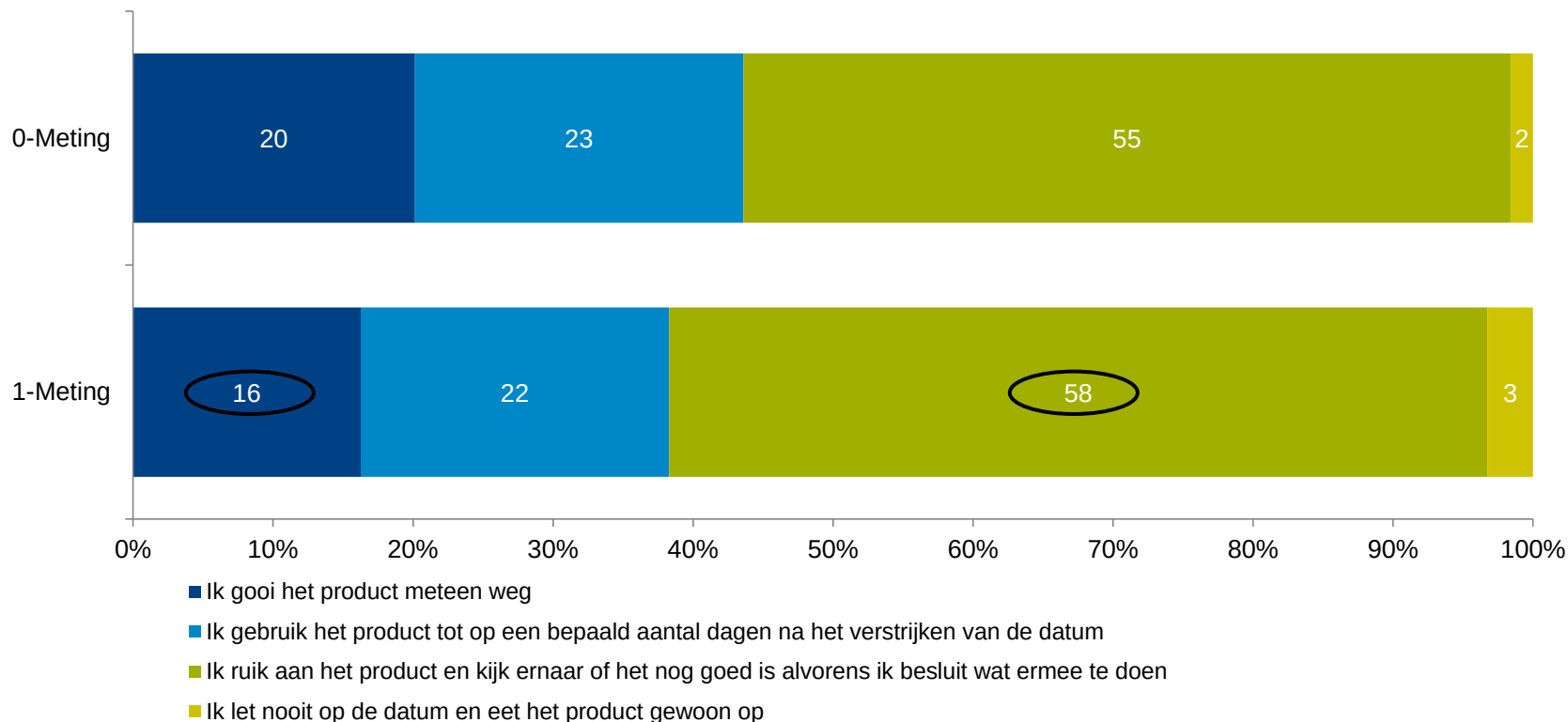


- ✓ Vrouwen 'inspecteren' het voedingsproduct relatief vaker na verstrijken van de houdbaarheidsdatum dan mannen (62% vs. 53%).
- ✓ 30-49 jarigen gooien voedingsproducten relatief vaker direct weg dan andere leeftijdsgroepen. Ouderen, 65+, gooien minder vaak direct weg (8%).
- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) gooien producten relatief vaker meteen weg (24%), alleenstaanden jonger dan 35 jaar 'inspecteren' vaker (67%) en alleenstaanden van 35 jaar en ouder gebruiken het product vaker tot een paar dagen na het verstrijken van de houdbaarheidsdatum (29%).

Wat doet u doorgaans met een product waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken is?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

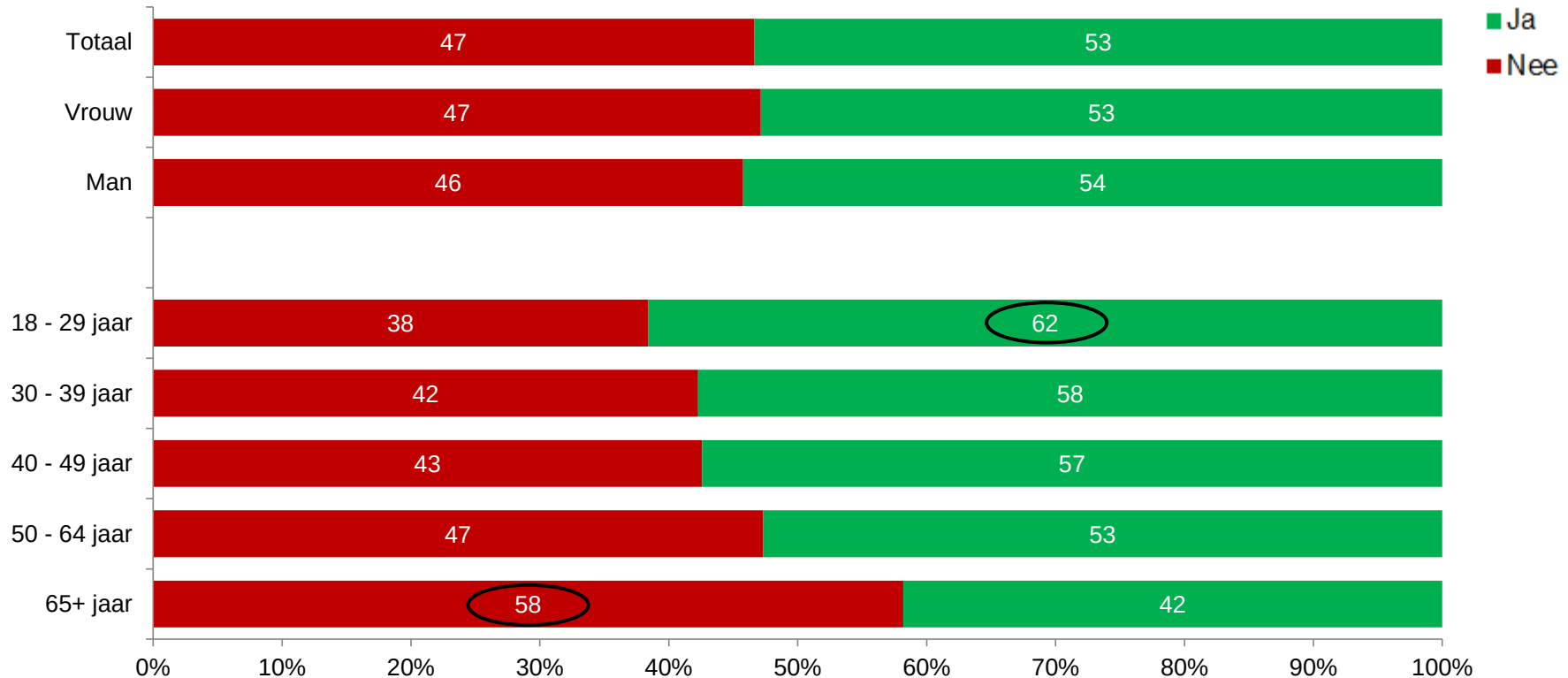
Shoppers gooien relatief minder vaak voedingsproducten direct weg na het verstrijken van de houdbaarheidsdatum dan in de meting van 2011 (16% vs. 20%). Producten worden nu iets vaker 'geïnspecteerd' voordat men besluit wat er mee te doen.



Wat doet u doorgaans met een product waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken is?

Alle respondenten (n=4.228, in %)

Een kleine meerderheid (53%) van de shoppers geeft aan het verschil tussen de THT- en TGT-datum te weten.

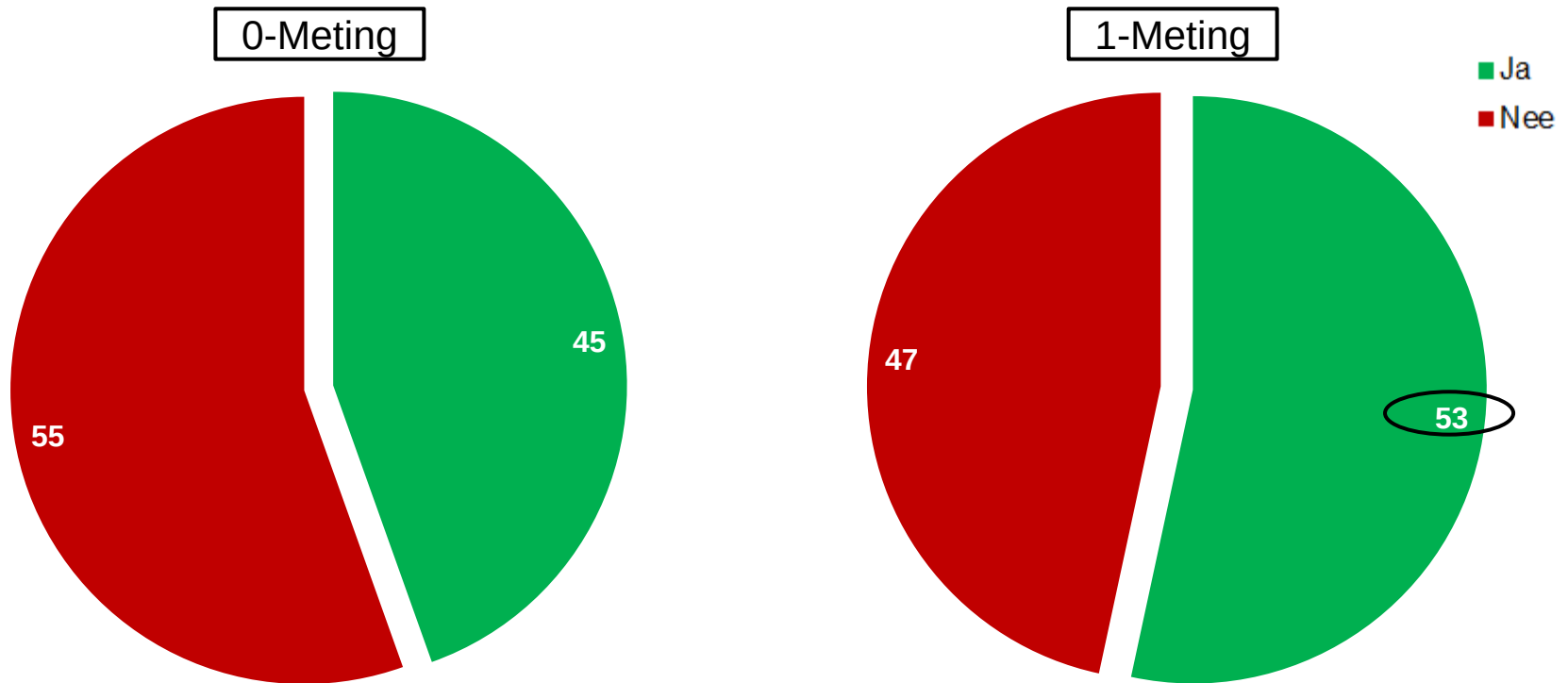


- ✓ Jongeren (18-29 jarigen) geven relatief vaker aan het verschil tussen beide houdbaarheidsdata te weten (62%) dan ouderen van 65 jaar en ouder (42%).
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven relatief vaker het verschil te weten (63%).
- ✓ Shoppers met een hoge welstand geven relatief vaker aan het verschil tussen de THT- en TGT-datum te weten (63%). Onder shoppers met een lage welstand zegt 45% het verschil te weten.

Weet u het verschil tussen de THT- en TGT-datum?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

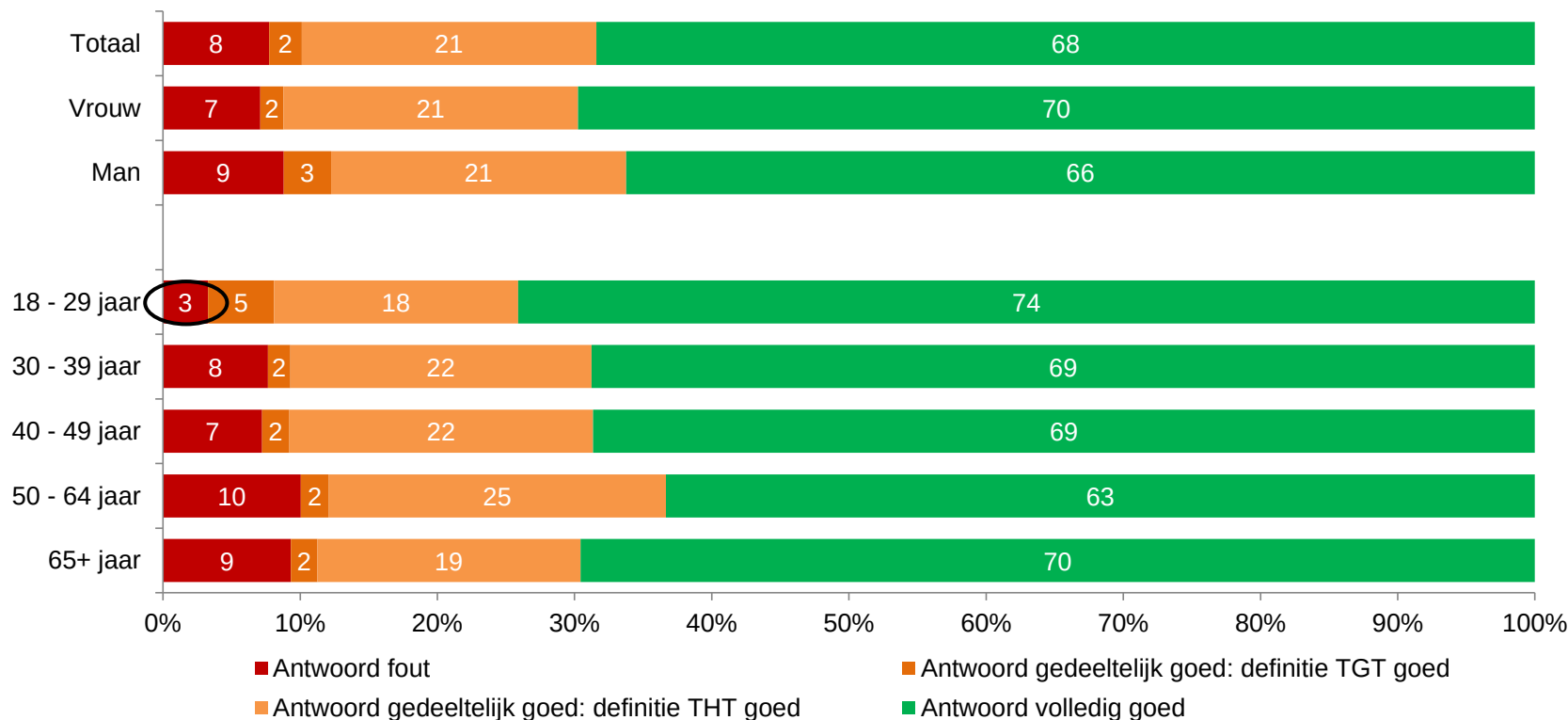
Vergeleken met de meting van 2011 geven shoppers nu relatief vaker aan het verschil te weten tussen de THT- en TGT-datum. De bekendheid is toegenomen van 45% naar 53%.



Weet u het verschil tussen de THT- en TGT-datum?

Alle respondenten (n=4.228, in %)

53% van de shoppers geeft aan het verschil tussen THT en TGT te weten. Van deze groep kan 2 op de 3 daadwerkelijk ook het verschil aangeven. In totaliteit kan 37% het verschil dus ook volledig goed omschrijven.



- ✓ 18-29 jarigen gaven relatief vaker aan het verschil te weten (62%). Dit lijkt ook feitelijk het geval. Alhoewel 18-29 jarigen niet significant vaker een juiste uitleg geven, hebben zij het wel relatief minder vaak volledig fout (3%).
- ✓ Gezinnen zonder kinderen geven relatief vaker een volledig foutief antwoord (10%) en alleenstaanden van 35 jaar en ouder weten relatief vaker de THT datum juist te definiëren (28%).
- ✓ Ook shoppers met een lage welstand weten relatief vaker de THT datum juist te definiëren (28%).

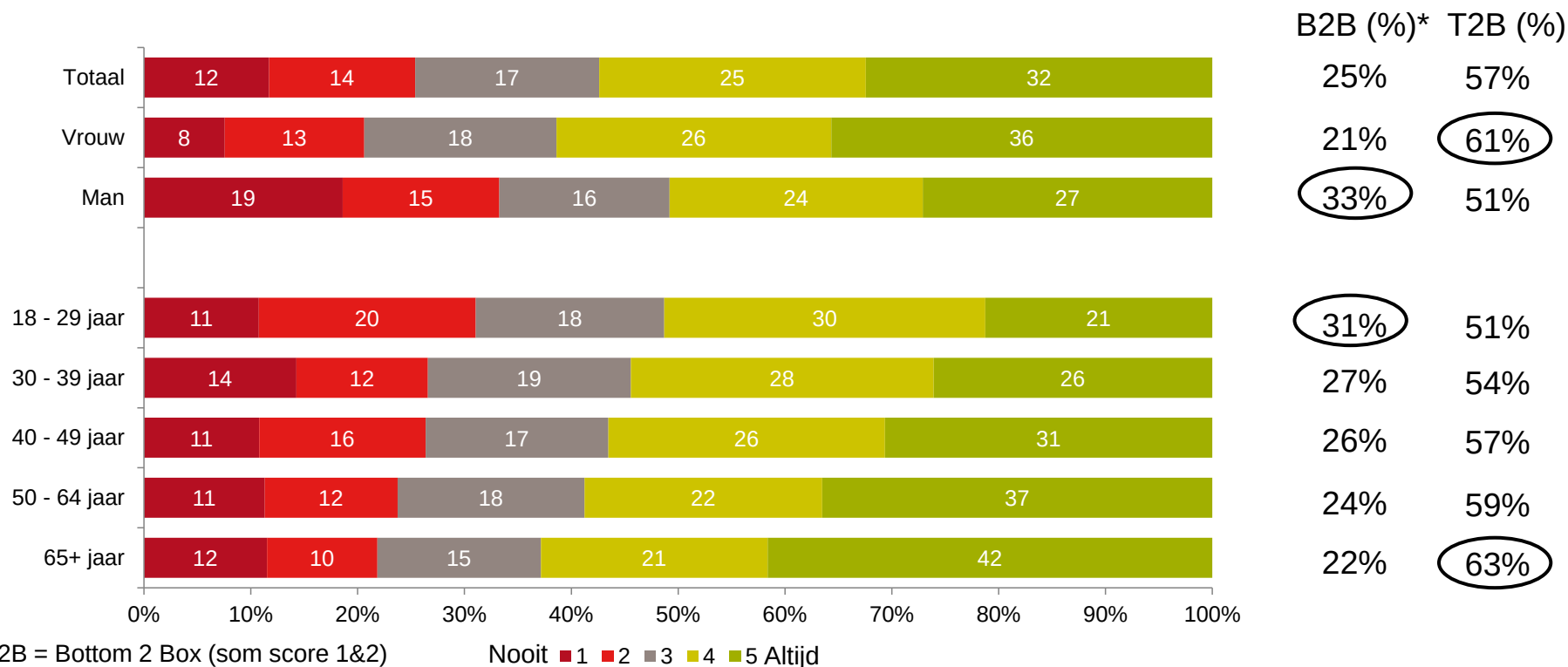
Wat is volgens u het verschil tussen de THT- en TGT-datum?

Alle respondenten die aangeven het verschil te kennen (n=1.097, in %)

Boodschappenlijstje



Een meerderheid van de shoppers doet vaak tot altijd boodschappen met behulp van een boodschappenlijstje (57%).

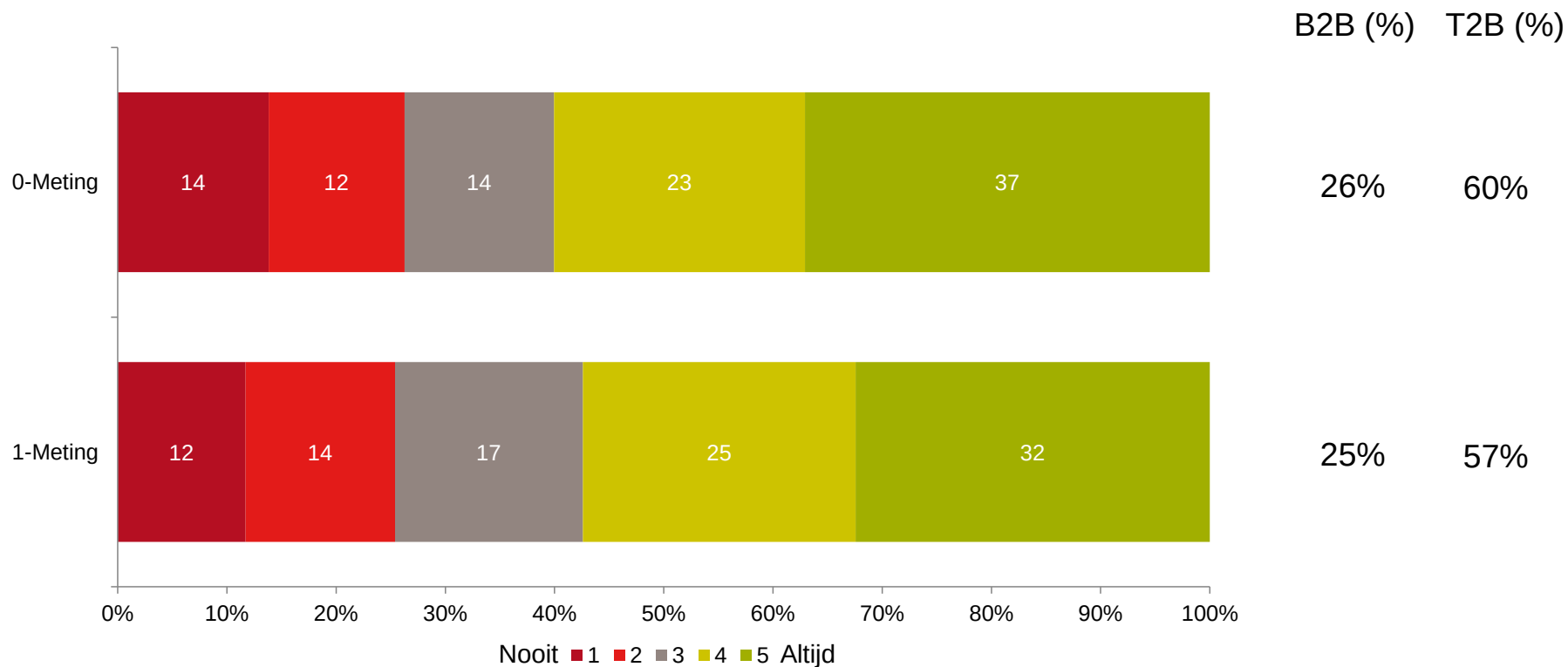


- ✓ Vrouwen gebruiken relatief vaker een boodschappenlijstje dan mannen. 61% van de vrouwen geeft aan dit vaak tot altijd te gebruiken, van de mannen geeft 'slechts' 51% dit aan.
- ✓ 65-Plussers (63%) geven relatief vaker aan vaak tot altijd een boodschappenlijstje te gebruiken dan andere leeftijdsgroepen. 18-29 jarigen geven het minst vaak aan een boodschappenlijstje te gebruiken (51%); van de jongeren geeft 31% aan nooit een boodschappenlijstje te gebruiken.
- ✓ Alleenstaanden geven relatief vaker aan zelden tot nooit een boodschappenlijstje te gebruiken. Gezinnen zonder kinderen geven daarentegen relatief vaker aan dit vaak tot altijd te gebruiken (61%).

Hoe vaak doet u boodschappen met een boodschappenlijstje?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Het aandeel shoppers dat meestal tot altijd een boodschappenlijstje gebruikt bij het doen van de boodschappen is ten opzichte van 2011 gelijk gebleven (57% vs. 60%).



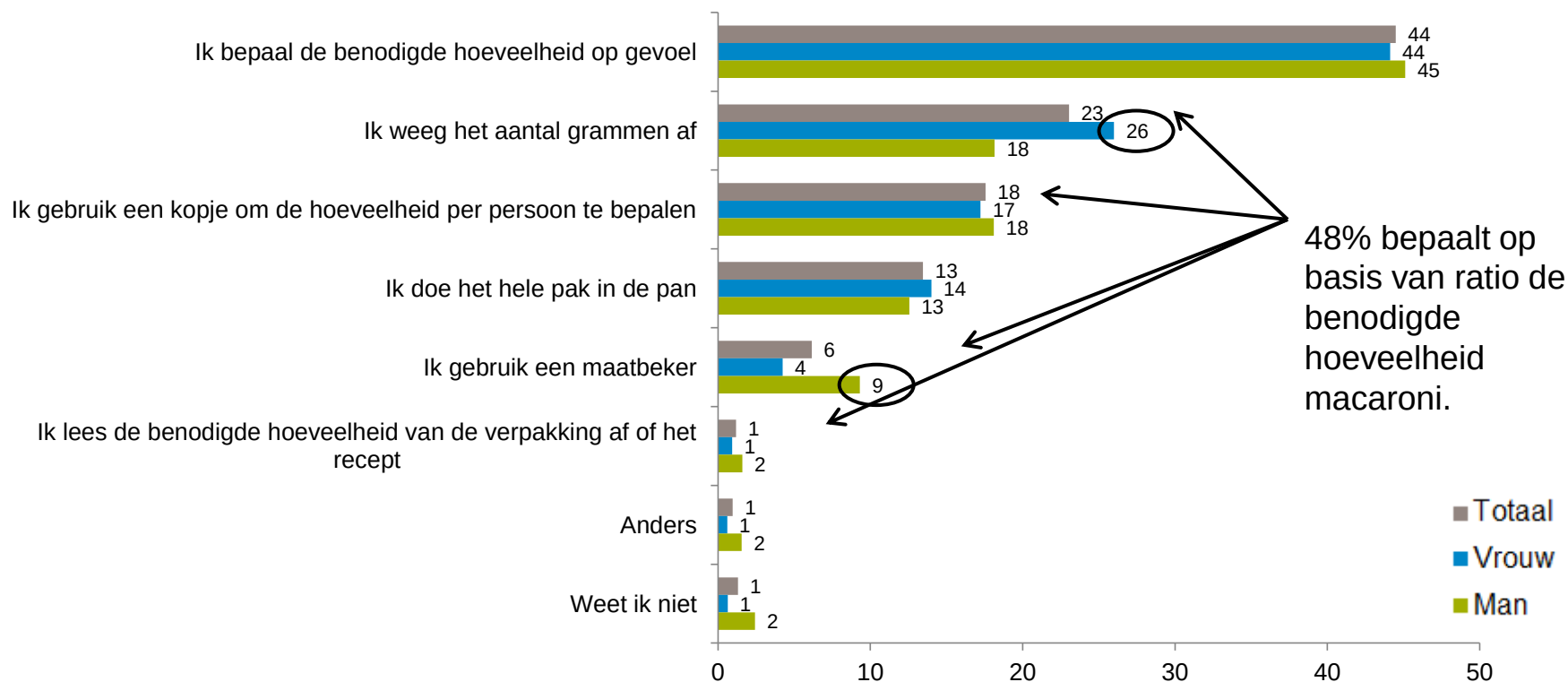
Hoe vaak doet u boodschappen met een boodschappenlijstje?

Alle respondenten (n=4.228, in %)

Op maat koken



44% van de shoppers bepaalt op gevoel de benodigde hoeveelheid macaroni bij het koken voor 4 personen. 13% geeft aan hiervoor een volledig pak te gebruiken.

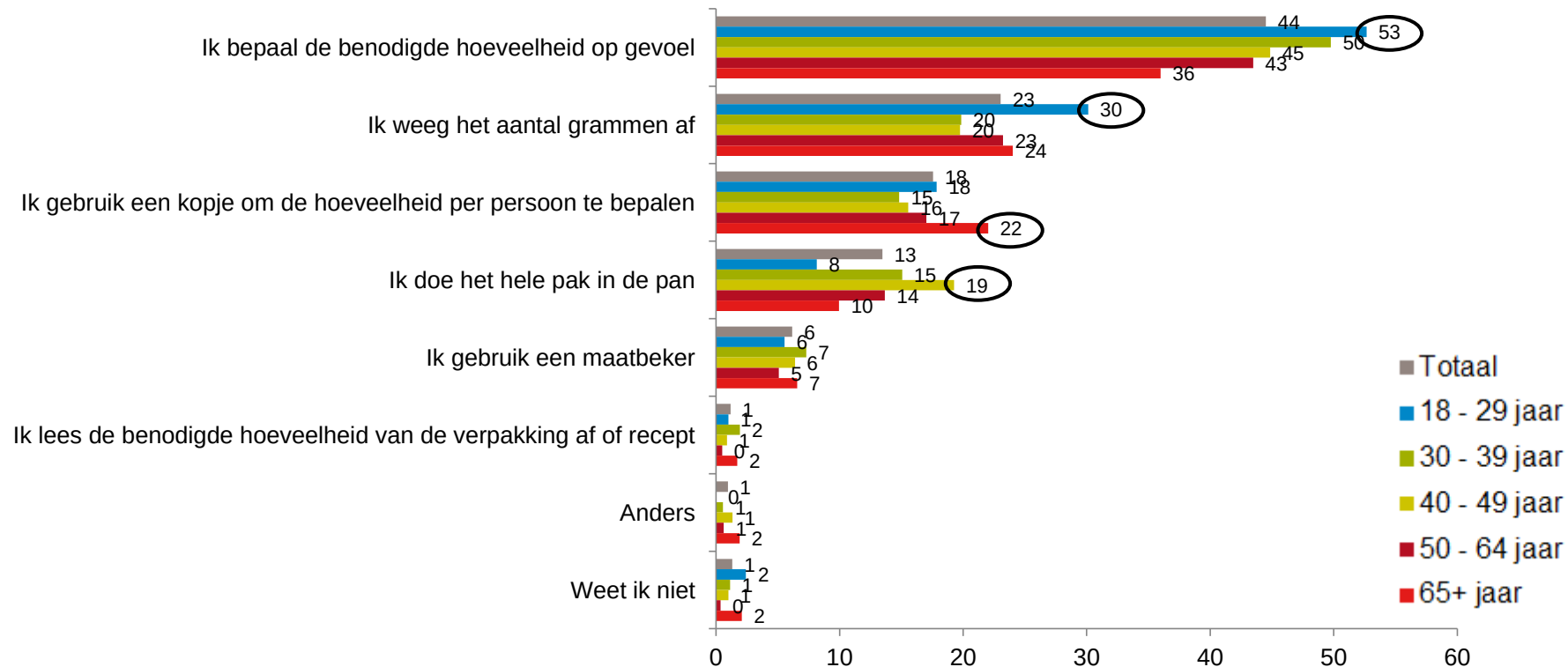


- ✓ Vrouwen wegen relatief vaker het aantal grammen af dan mannen (26% vs. 18%). Mannen gebruiken vaker een maatbeker dan vrouwen (9% vs. 4%).
- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) bepalen de benodigde hoeveelheid macaroni relatief vaker op gevoel (55%). Gezinnen met oudere kinderen doen relatief vaker de volledige inhoud van het pak in de pan. Alleenstaanden van 35 jaar en ouder gebruiken vaker een kopje om de benodigde hoeveelheid te bepalen.

Stel u kookt macaroni voor 4 personen. Hoe bepaalt u hoeveel u nodig heeft?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

18-29 jarigen bepalen relatief vaker de benodigde hoeveelheid macaroni op gevoel (53%) maar wegen tevens ook vaker het aantal grammen af (30%) dan andere leeftijdsgroepen.



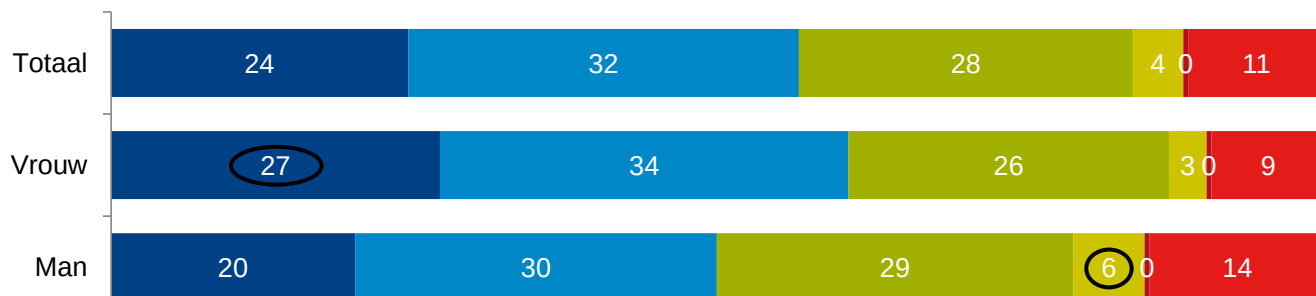
- ✓ Senioren (65+) gebruiken relatief vaker een kopje om de hoeveelheid per persoon te bepalen (22%) en 40-49 jarigen doen vaker de volledige inhoud van het pak in de pan (19%). Dit zijn ook vaker huishoudens met oudere kinderen.
- ✓ Shoppers met hoge welstand wegen relatief vaker het aantal grammen af (27%), lage welstand doet dit relatief juist minder vaak (18%). Shoppers met een midden-lage welstand doen vaker de volledige inhoud van een pak in de pan (18%).

Stel u kookt macaroni voor 4 personen. Hoe bepaalt u hoeveel u nodig heeft?

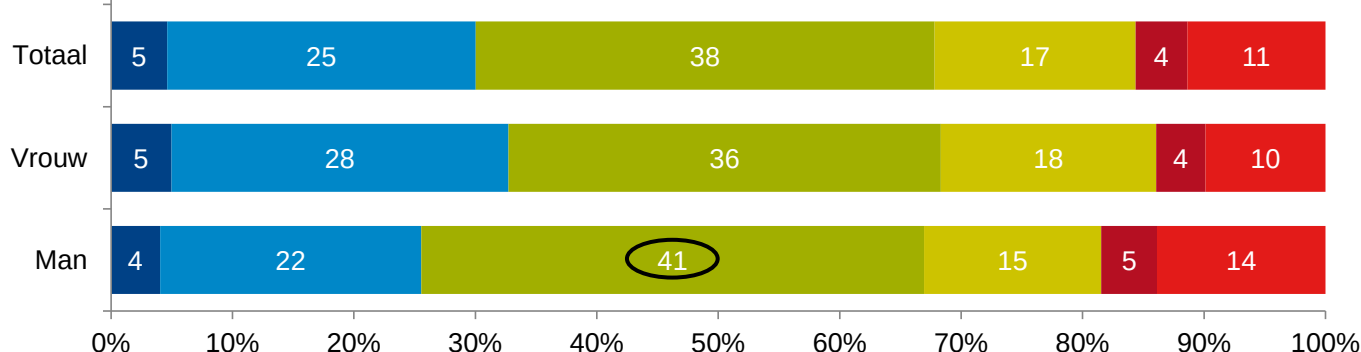
Alle respondenten (n=2.055, in %)

De gemiddelde hoeveelheid rijst voor een vrouw ligt lager dan dat van een man. Gemiddeld wordt 75 gram voor een vrouw voldoende gevonden (32%) en 100 gram voor een man (38%).

Gemiddelde hoeveelheid voor een vrouw



Gemiddelde hoeveelheid voor een man



- 50 gram (0.5 kopje)
- 75 gram (0.75 kopje)
- 100 gram (1 kopje)
- 150 gram (1.5 kopje)
- 200 gram (2 kopjes)
- Weet ik niet

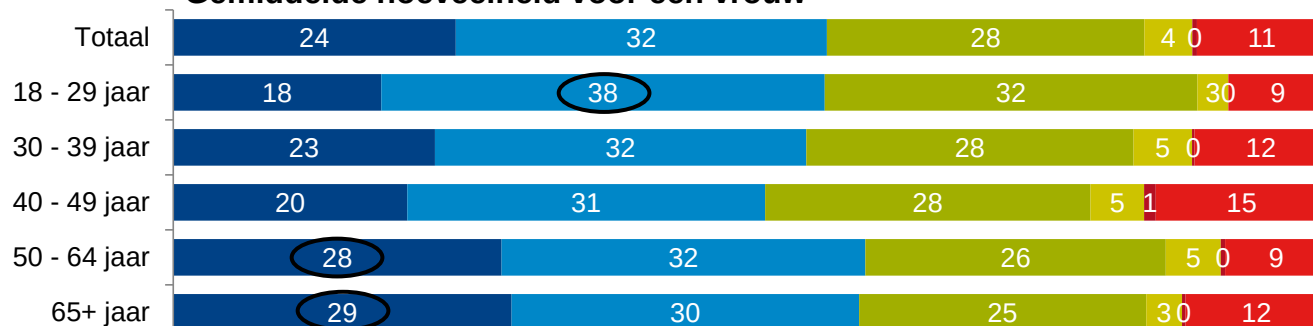
- ✓ Mannen delen vrouwen gemiddeld een grotere hoeveelheid rijst toe dan vrouwen zelf.
- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) delen zowel vrouwen als mannen gemiddeld vaker een grotere hoeveelheid rijst toe. Gezinnen zonder kinderen delen gemiddeld vrouwen en mannen vaker een lagere hoeveelheid rijst toe.

Hoeveel rijst is gemiddeld voldoende voor een vrouw en hoeveel voor een man?

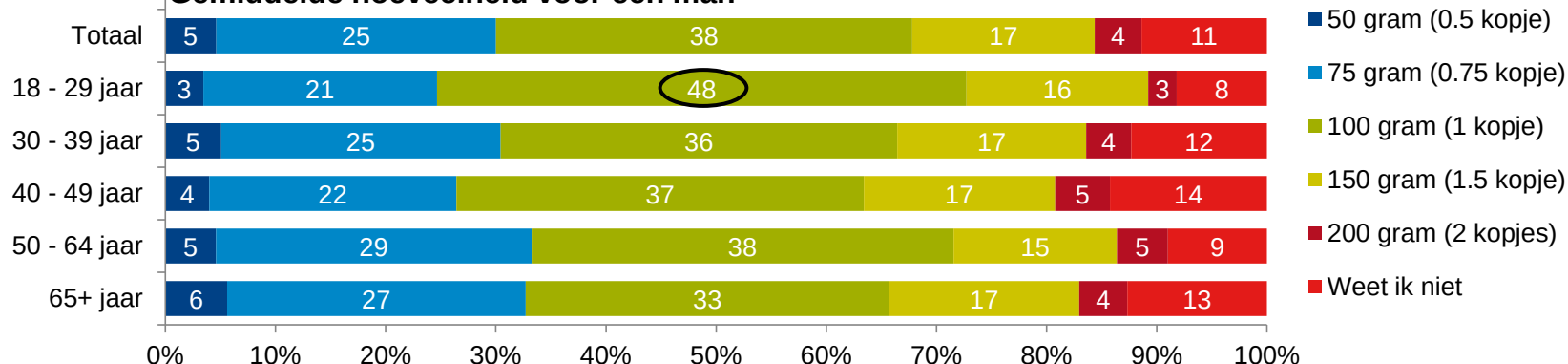
Alle respondenten (n=2.055, in %)

40-49 jarigen delen zowel vrouwen als mannen gemiddeld vaker een grotere hoeveelheid rijst toe.

Gemiddelde hoeveelheid voor een vrouw



Gemiddelde hoeveelheid voor een man



- ✓ Senioren (65+) delen gemiddeld vrouwen een lagere hoeveelheid rijst toe.
- ✓ Shoppers met een hoge welstand delen vrouwen en mannen gemiddeld een kleinere hoeveelheid rijst toe. Shoppers met een midden-lage welstand delen vrouwen en mannen gemiddeld de grootste hoeveelheid rijst toe.

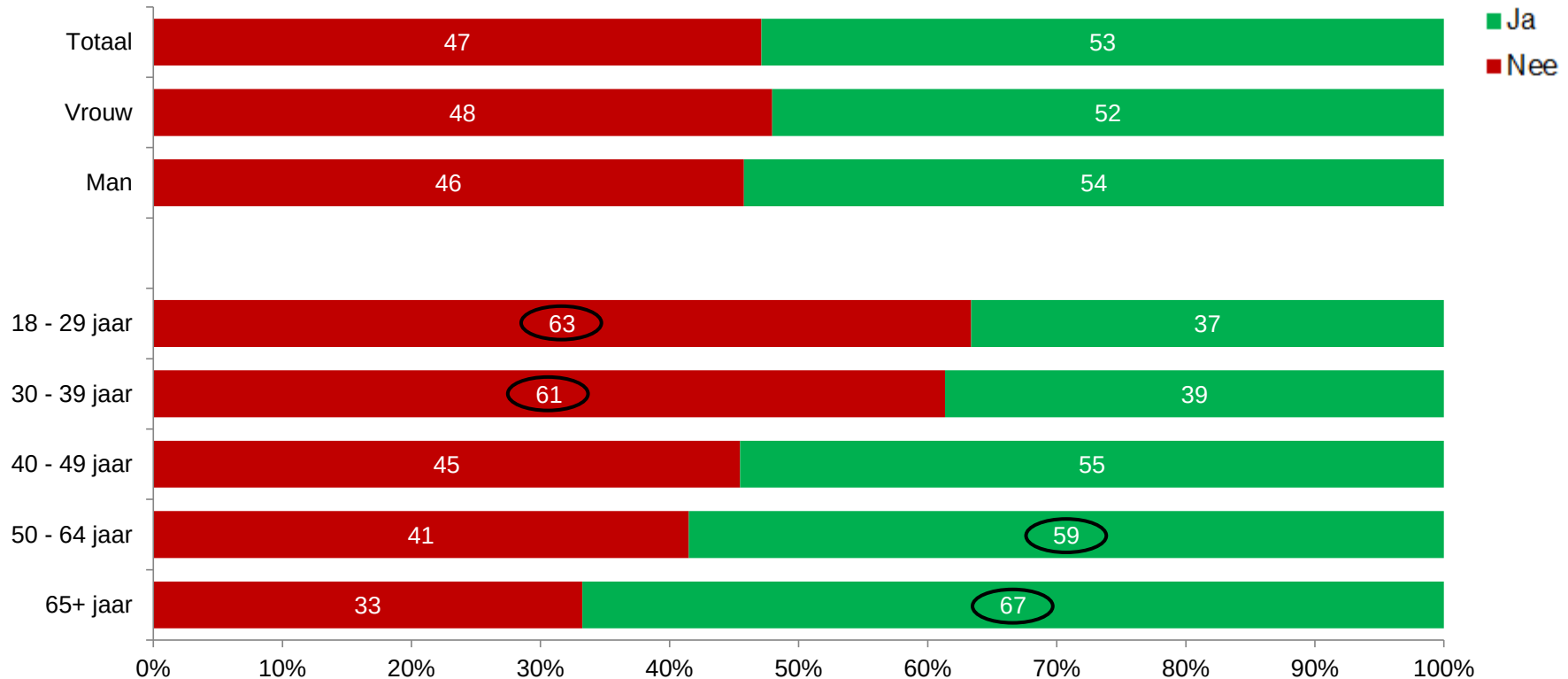
Hoeveel rijst is gemiddeld voldoende voor een vrouw en hoeveel voor een man?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Koelkasttemperatuur



Een meerderheid van de shoppers (53%) geeft aan wel eens de temperatuur van de koelkast te controleren.

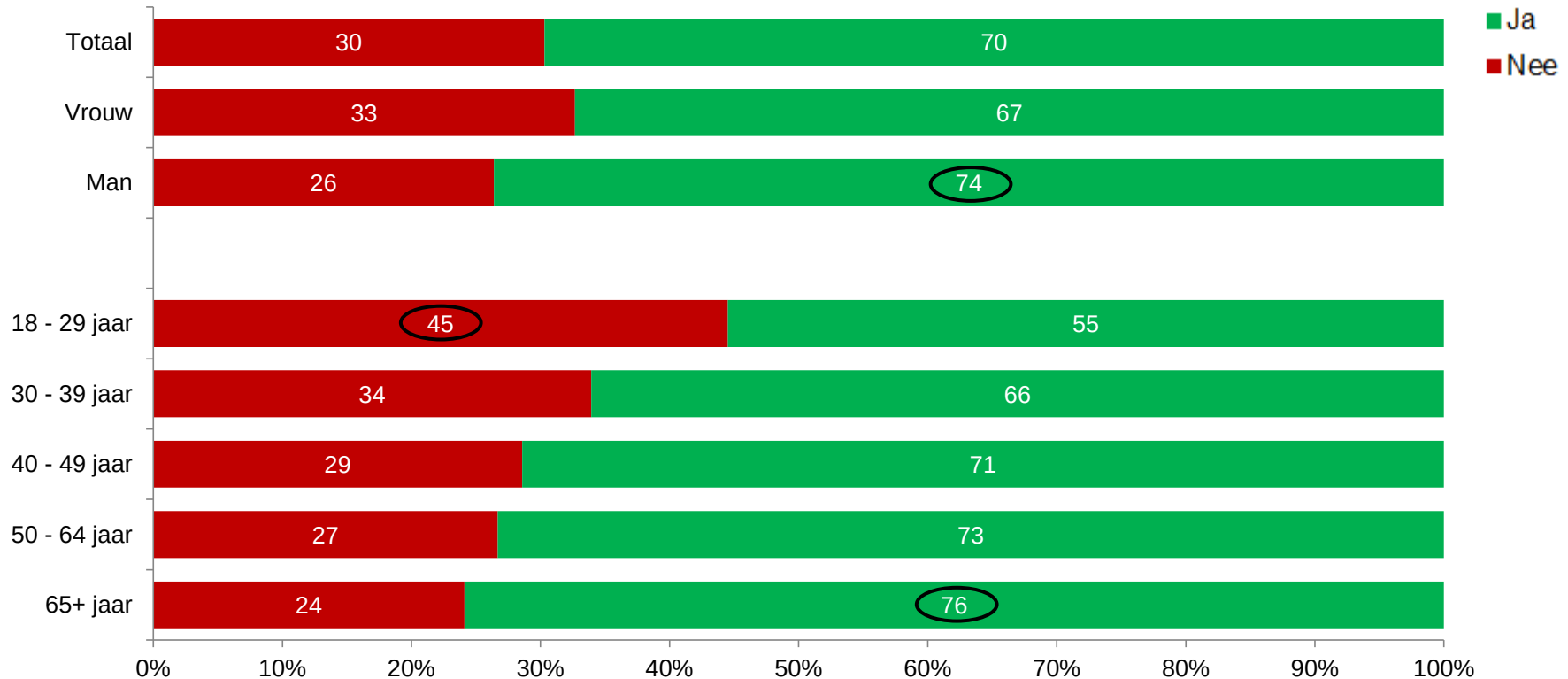


- ✓ Jonge volwassenen (18-39 jarigen) controleren relatief minder vaak de temperatuur van de koelkast (37% en 39%). 50-64 jarigen en 65 plussers controleren relatief vaker de temperatuur (59% en 67%).
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan de temperatuur van de koelkast te controleren (60%). Alleenstaanden jonger dan 35 jaar en gezinnen (kind 0-5 jaar) doen dit minder vaak (35% vs. 40%).

Controleert u wel eens de temperatuur van uw koelkast?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

70% van de shoppers geeft aan te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan.



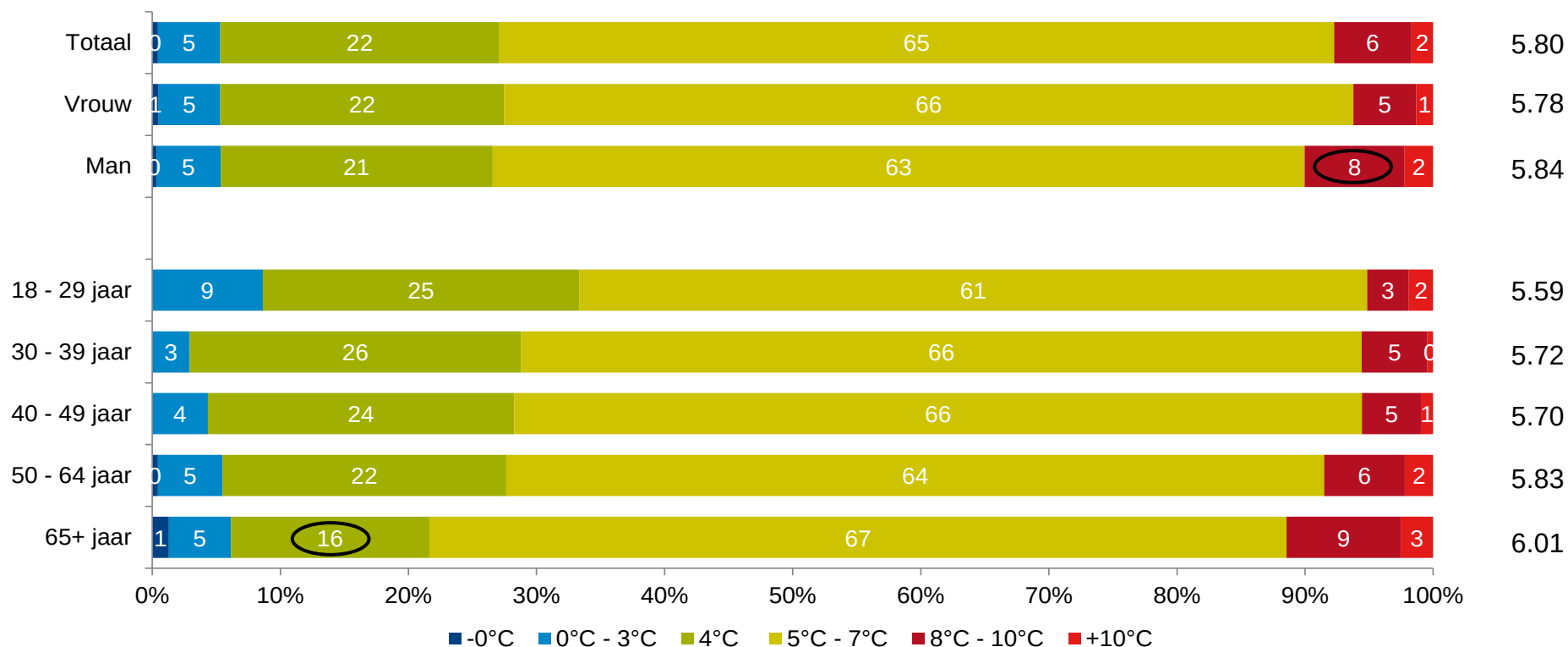
- ✓ Mannen geven relatief vaker aan te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan dan vrouwen (74% vs. 67%).
- ✓ Senioren (65+) geven ook vaker aan te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan (76%). 18-29 jarigen geven minder vaak aan dit te weten (55%).
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven relatief minder vaak aan te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan (54%).

Weet u op welke temperatuur de koelkast moet staan?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

22% van de shoppers weet daadwerkelijk op welke temperatuur de koelkast moet staan (4°C). Senioren (65+) weten relatief minder vaak dat de koelkast op deze temperatuur moet staan (16%).

Gemiddelde

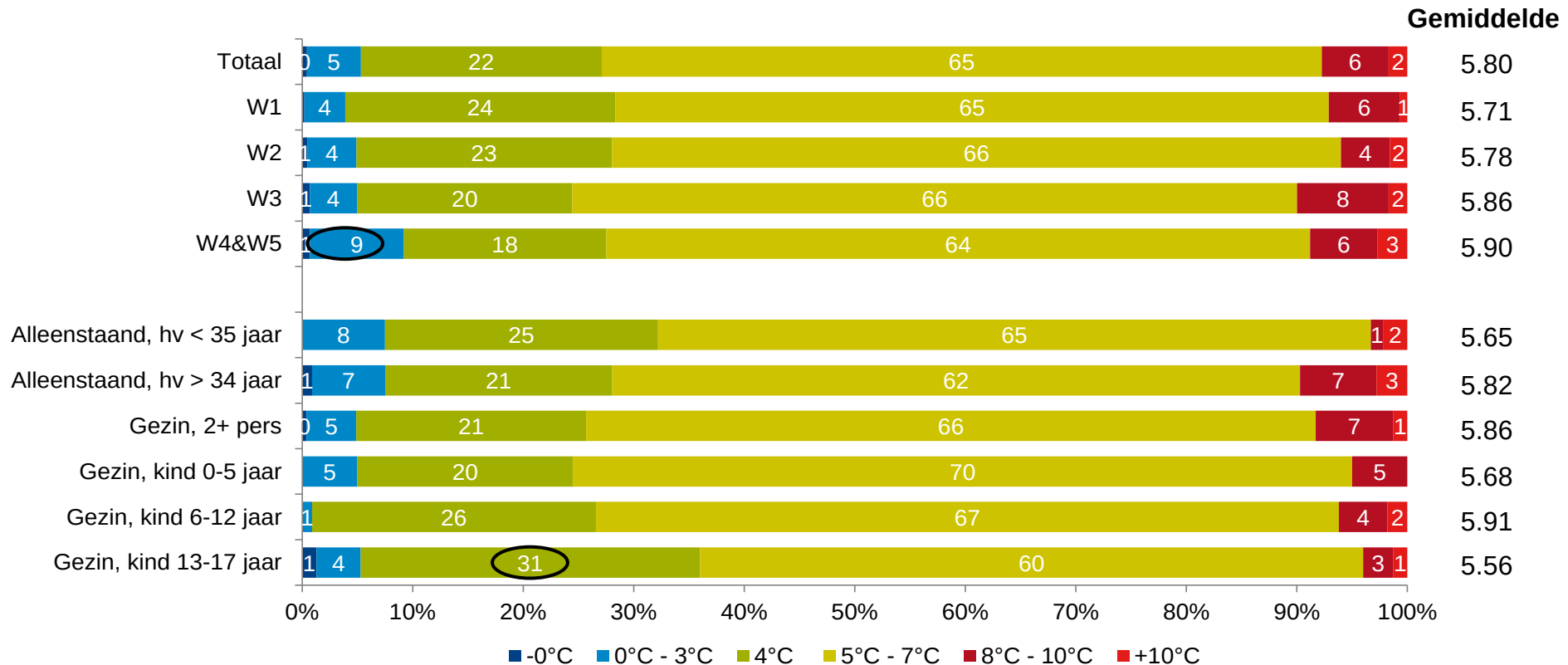


- ✓ Mannen denken relatief vaker dan vrouwen dat de koelkasttemperatuur op 8°C - 10°C (8%) moet staan.
- ✓ 18-29 jarigen denken relatief vaker dat de temperatuur van de koelkast op 0°C - 3°C moet staan (9%). Senioren (65+) noemen relatief vaker 8°C - 10°C als juiste temperatuur stand van de koelkast (9%).

Op welke temperatuur moet de koelkast staan volgens u?

Alle respondenten die aangeven te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan (n=1.432, in %)

Gezinnen met kinderen van 13-17 jaar weten relatief vaker dat de temperatuur van de koelkast op 4°C moet staan (31%).

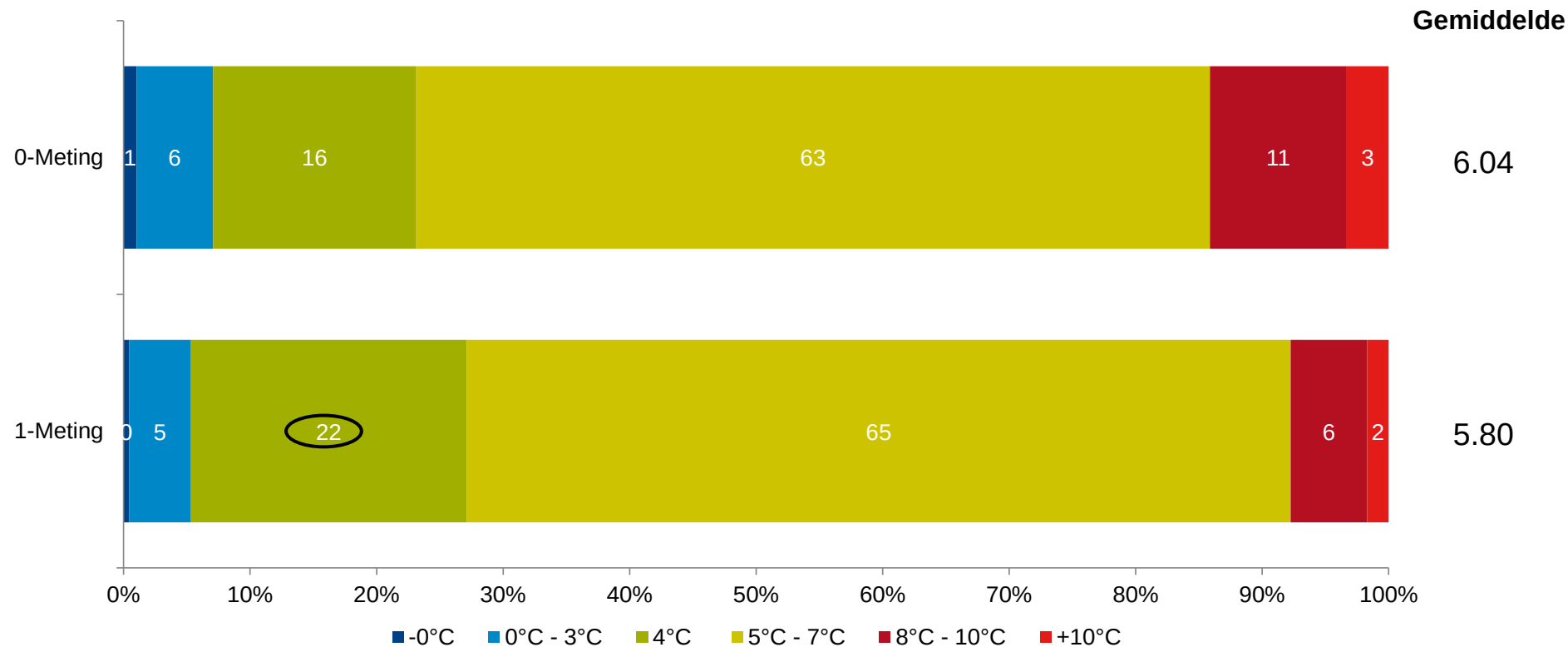


- ✓ Shoppers met lage welstand denken relatief vaker dat de temperatuur van de koelkast van 0°C - 3°C moet staan (9%).

Op welke temperatuur moet de koelkast staan volgens u?

Alle respondenten die aangeven te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan (n=1.432, in %)

Het aandeel shoppers dat bekend is met de aanbevolen temperatuur van de koelkast (4°C) is in 2013 vergeleken met de meting van 2011 gestegen van 16% naar 22%.



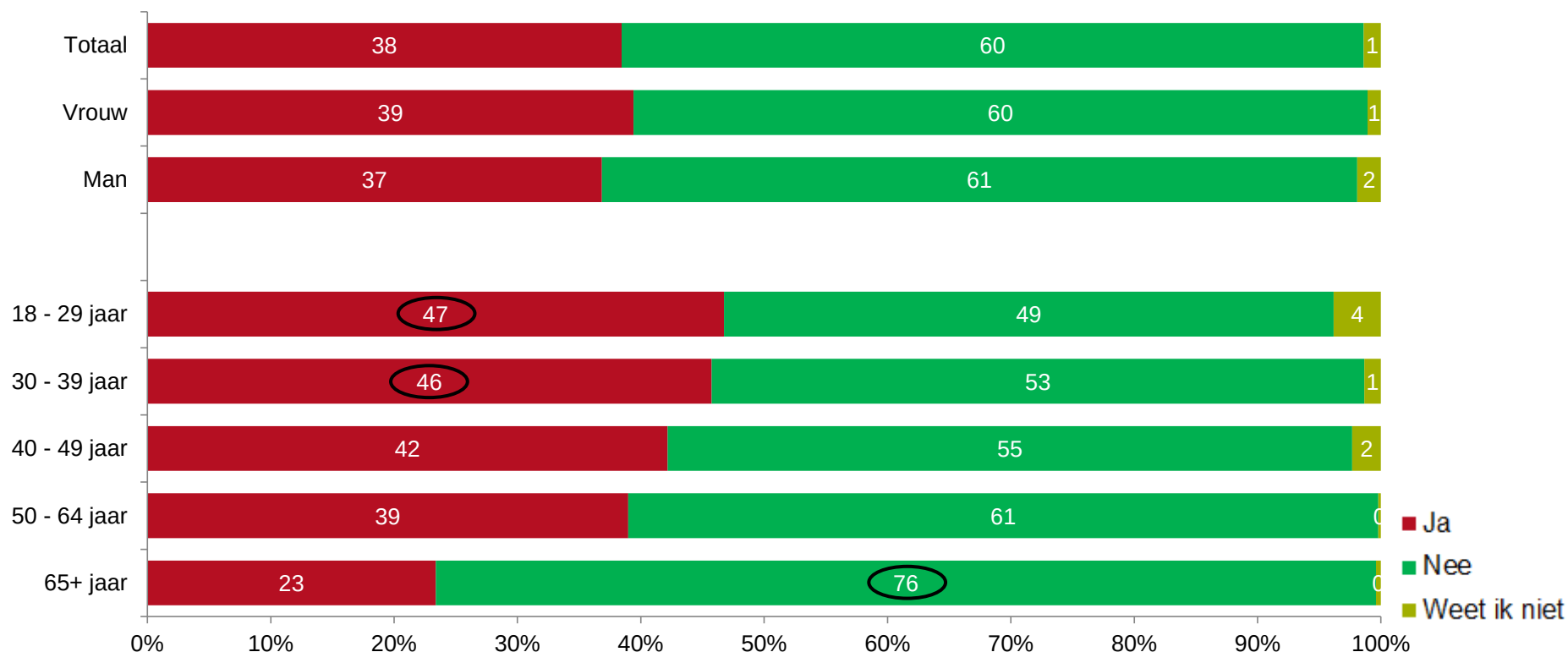
Op welke temperatuur moet de koelkast staan volgens u?

Alle respondenten (0-meting) / Alle respondenten die aangeven te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan (1-meting)
(n=3.605, in %)

Verspilgedrag



38% van de shoppers geeft aan in de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid te hebben. Jongeren gooien vaker iets weg dan ouderen.

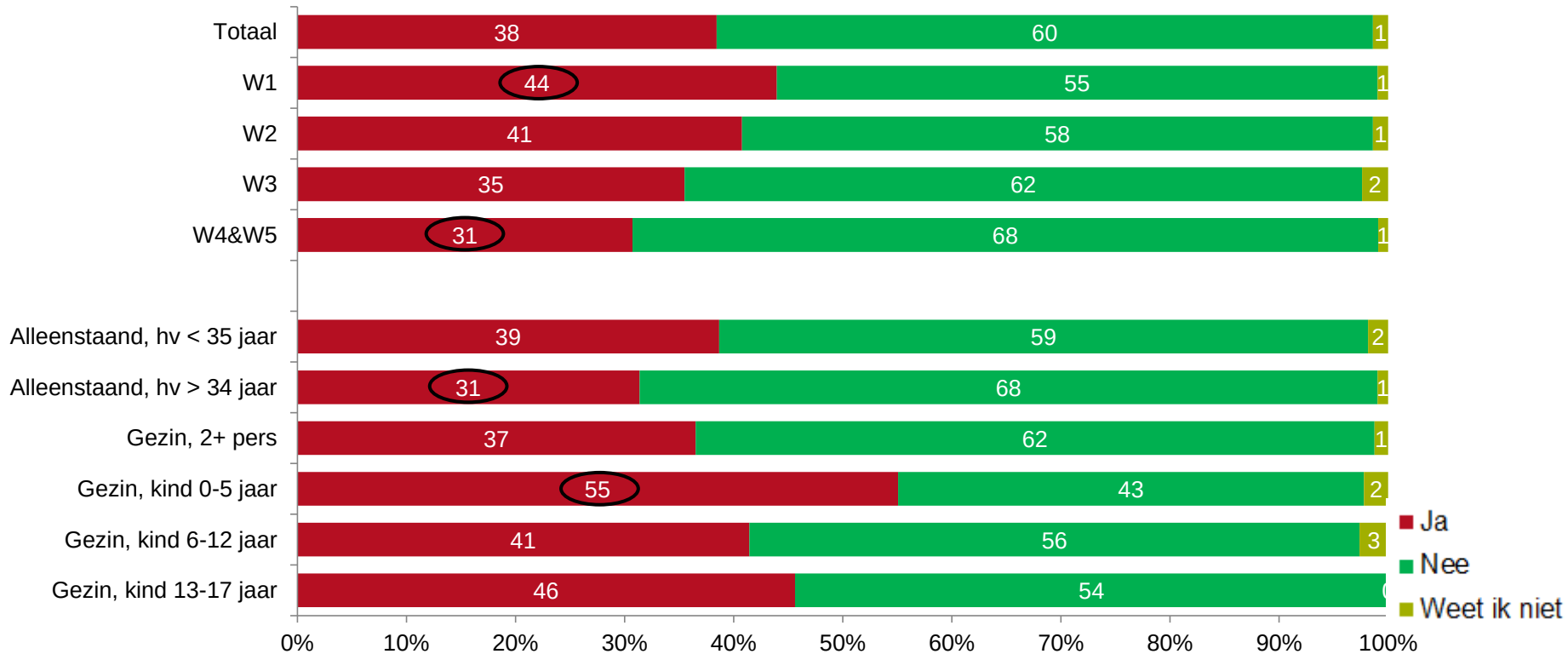


- ✓ 18-39 jarigen geven relatief vaker aan eten of drinken in de afgelopen twee dagen weggegooid te hebben (47% en 46%). Senioren (65+) doen dit minder vaak (23%).

Heeft u in de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Gezinnen (kind 0-5 jaar) geven relatief vaker aan eten of drinken weggegooid te hebben (55%). Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven dit relatief minder vaak aan (31%).

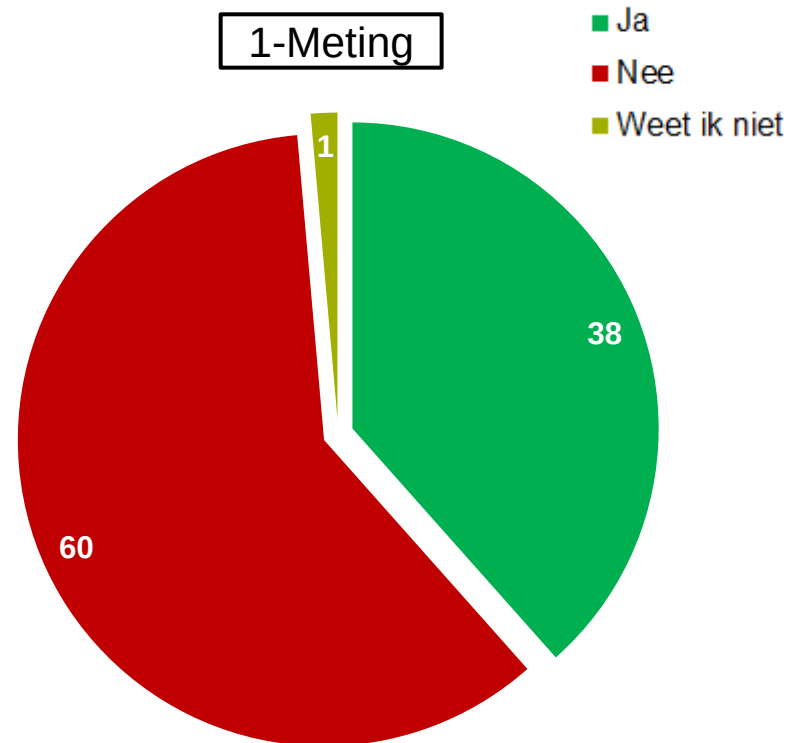
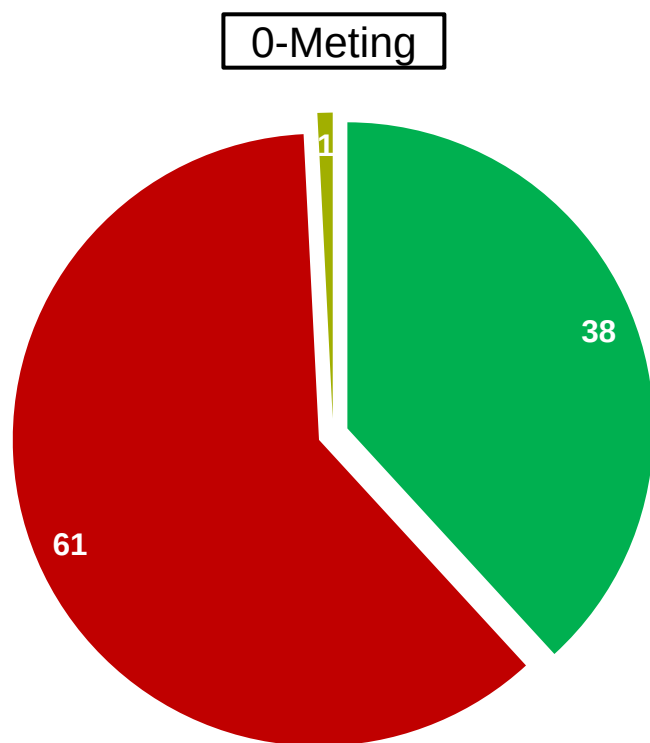


- ✓ Shoppers met hoge welstand geven relatief vaker aan in de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid te hebben (44%), shoppers met lage welstand deden dit relatief minder vaak (31%).

Heeft u in de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

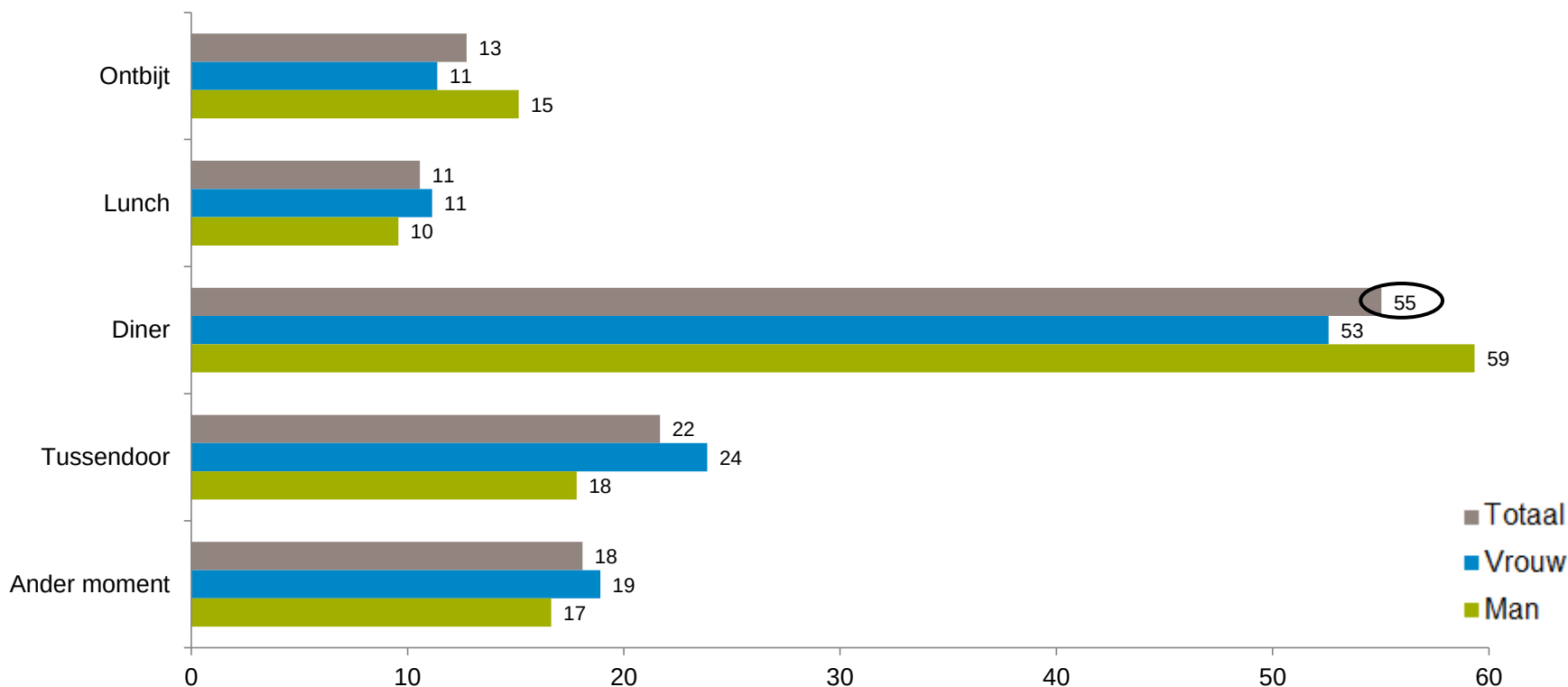
Het aandeel shoppers dat in de afgelopen twee dagen eten of drinken heeft weggegooid is in 2013 gelijk aan dat van 2011 (38%).



Heeft u in de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten (n=4.228, in %)

Het diner is het voornaamste eetmoment waarbij shoppers in de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid. 55% van de shoppers gooide bij dit moment eten of drinken weg.

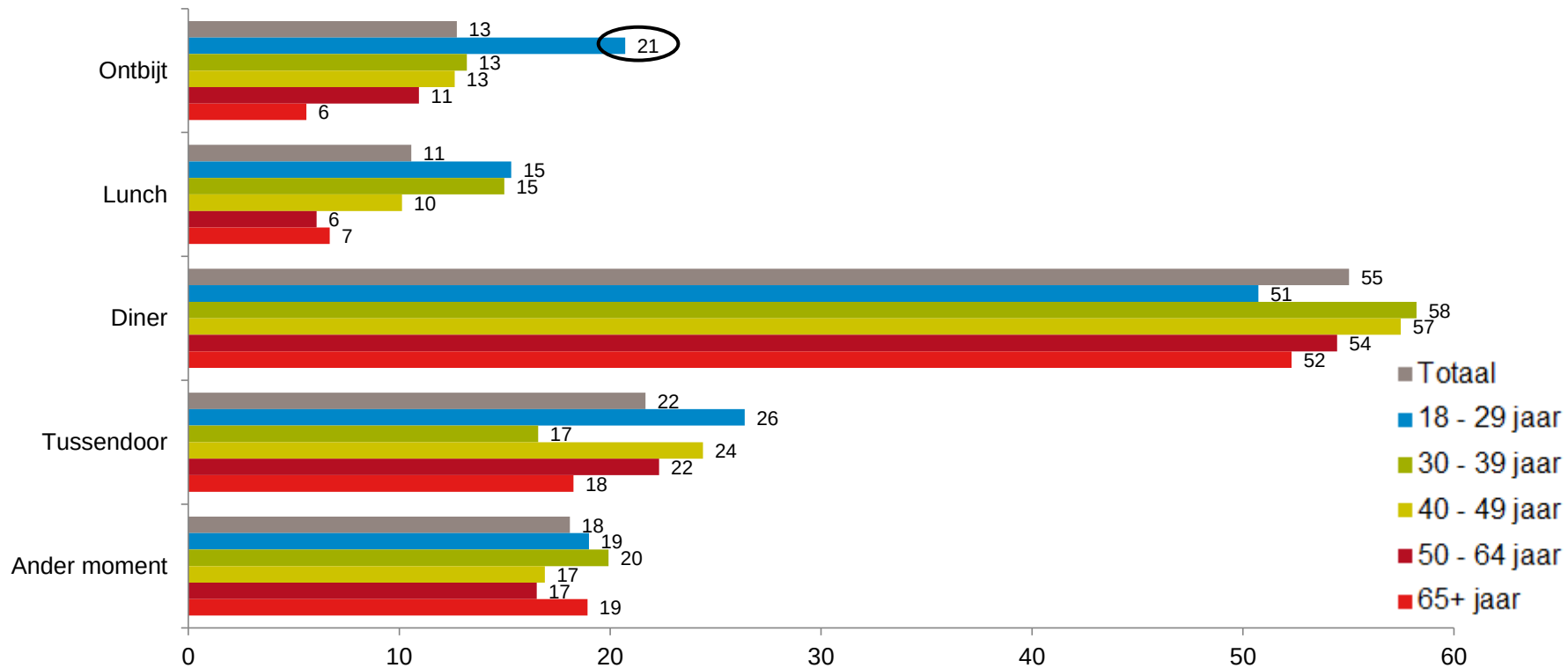


- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) gooien vaker iets weg rondom het diner (72%); mogelijk restanten van kleine kinderen die niet alles hebben opgegeten.
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar, gezinnen (kind 0-5 jaar) en gezinnen (kind 13-17 jaar) gooien relatief vaker bij het ontbijt eten of drinken weg (resp. 23%, 23% en 22%). Gezinnen (kind 0-5 jaar) deden dit ook relatief vaker bij de lunch (24%).

Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=790, in %)

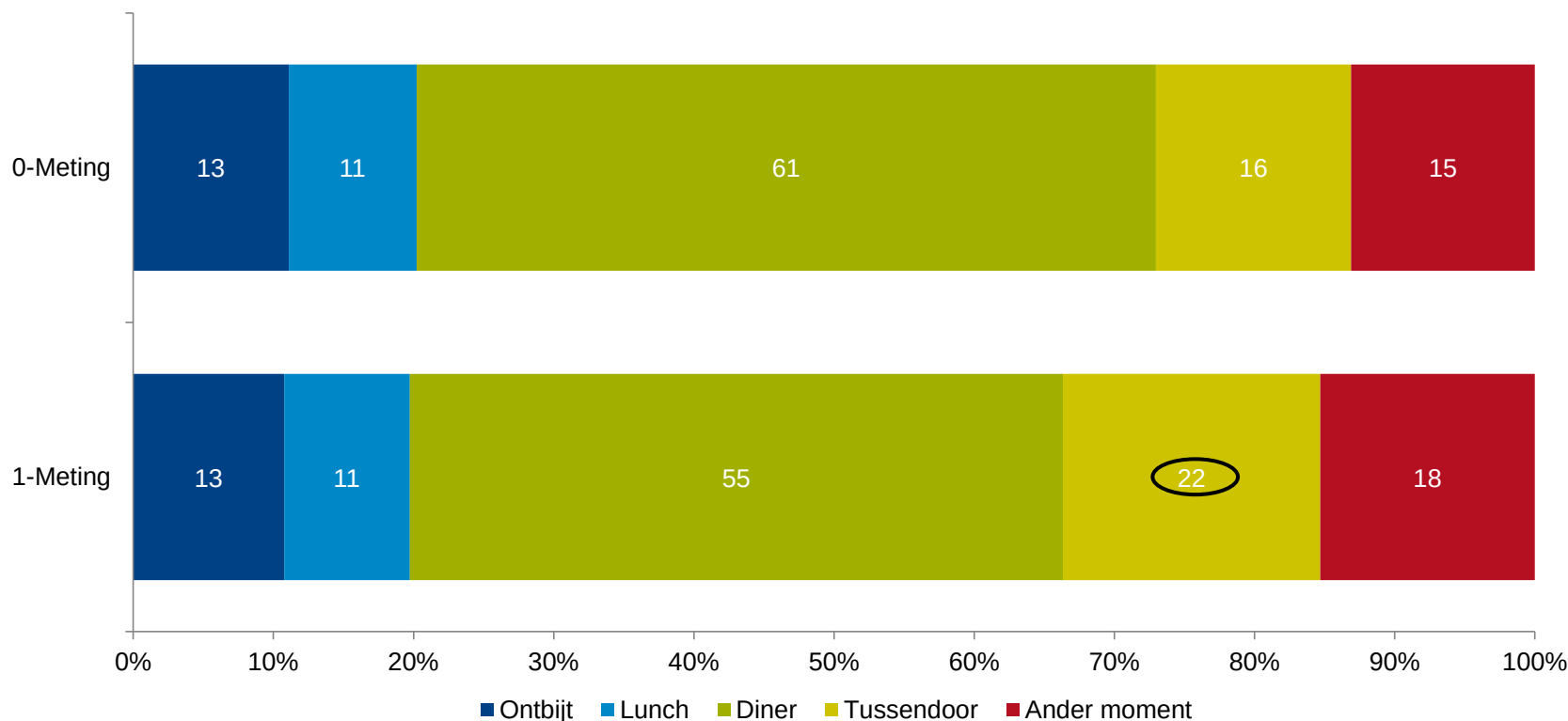
18-29 jarigen (21%) gooiden bij het ontbijt relatief vaker eten of drinken weg dan andere leeftijdsklassen.



Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=790, in %)

In vergelijking met 2011 gooien shoppers in 2013 relatief vaker eten en drinken weg bij een eetmoment tussendoor (22% vs. 16%).

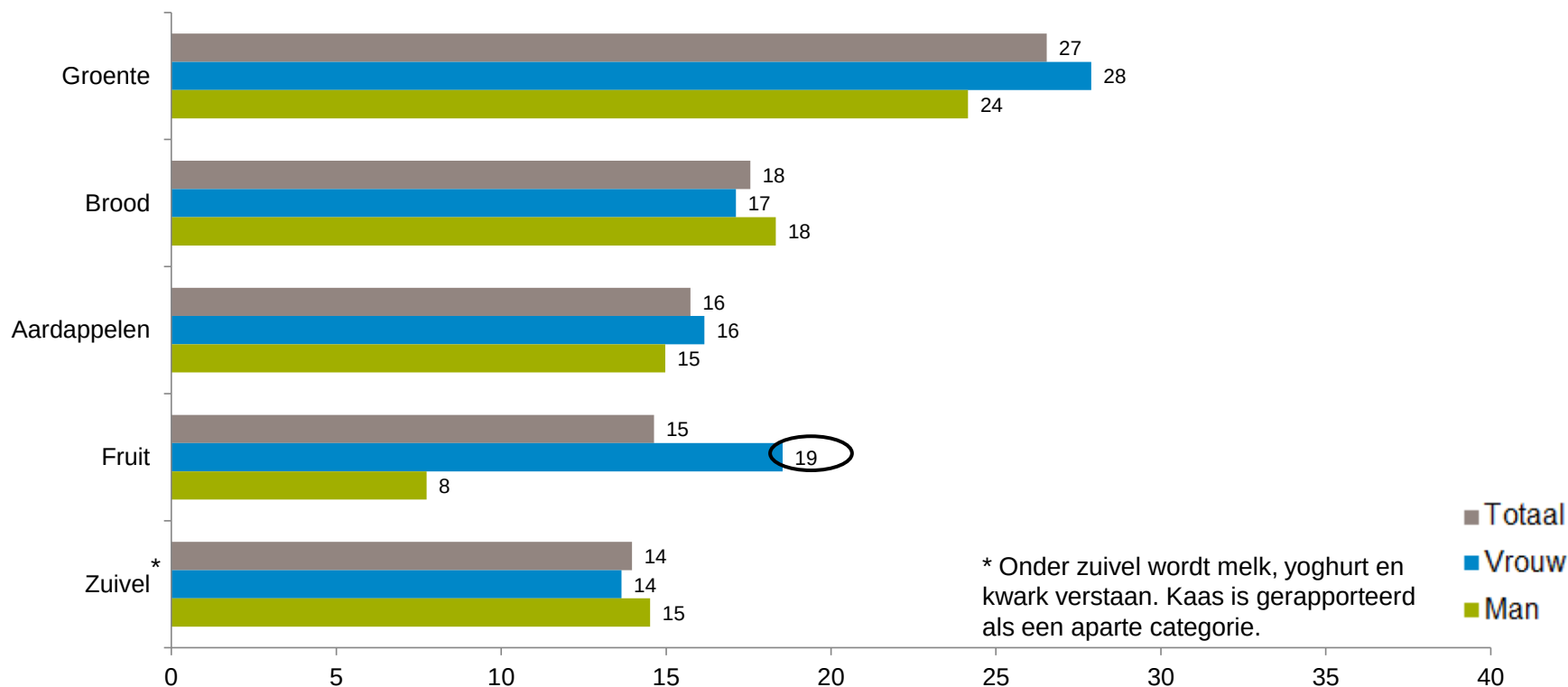


- ✓ Buiten het tussendoormoment is het weggooien van eten of drinken rondom de momenten niet significant veranderd.

Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=1.620, in %)

27% van de shoppers die in de afgelopen twee dagen voedingsproducten hebben weggegooid, gooiden groente weg, 18% brood, 16% aardappelen en 15% fruit.

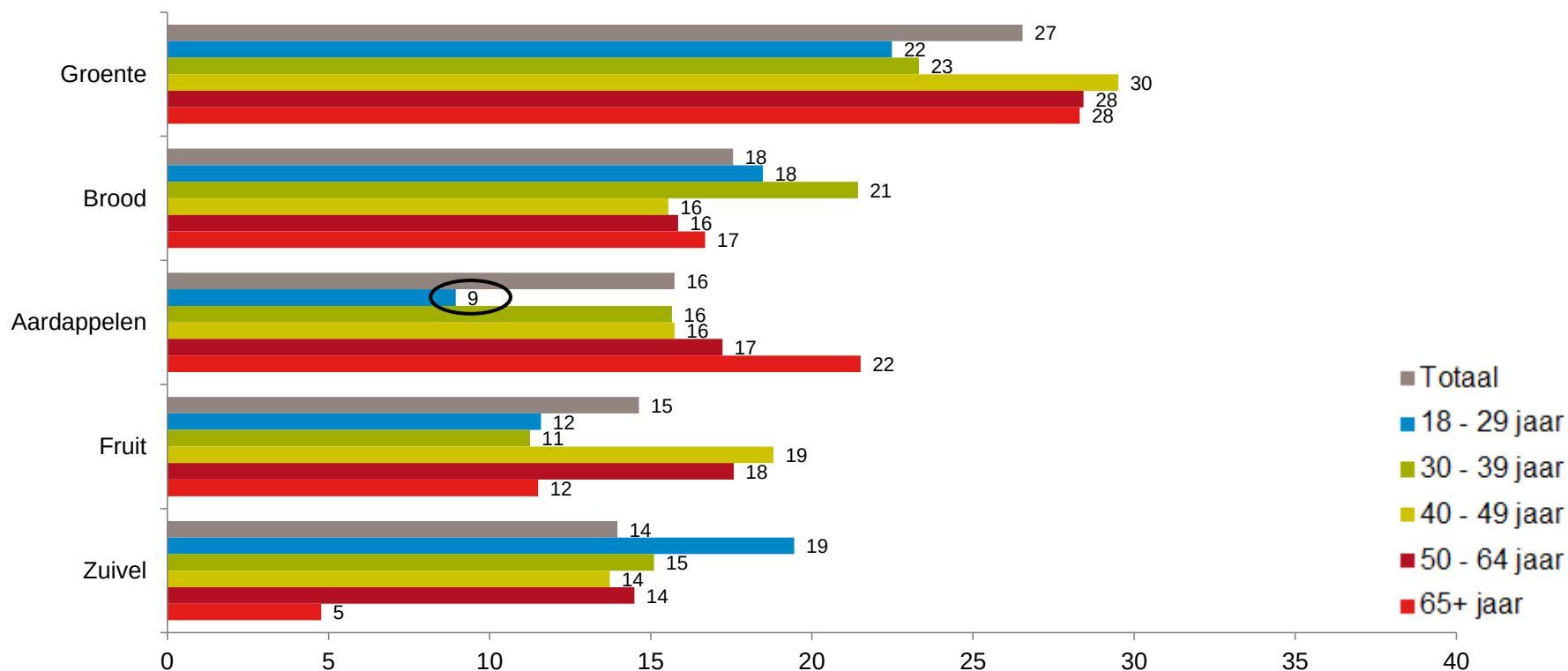


- ✓ Vrouwen hebben in de afgelopen twee dagen relatief vaker fruit weggegooid (19%). Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat vrouwen mogelijk ook vaker fruit eten.
- ✓ Gezinnen met kinderen lijken vaker eten en drinken weg te gooien. Gezinnen (kind 0-5 jaar) gooiden in de afgelopen twee dagen relatief vaker brood en zuivel weg (30% en 15%). Gezinnen (kind 6-12 jaar) gooiden relatief vaker groente weg en gezinnen (kind 13-17 jaar) relatief vaker aardappelen (28%).

Wat heeft u precies weggegooid?
(top 5)

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid
(n=790, in %)

18-29 jarigen hebben in de afgelopen twee dagen relatief minder vaak aardappelen weggegooid dan andere leeftijdsklassen. Zij eten echter ook minder vaak aardappelen.

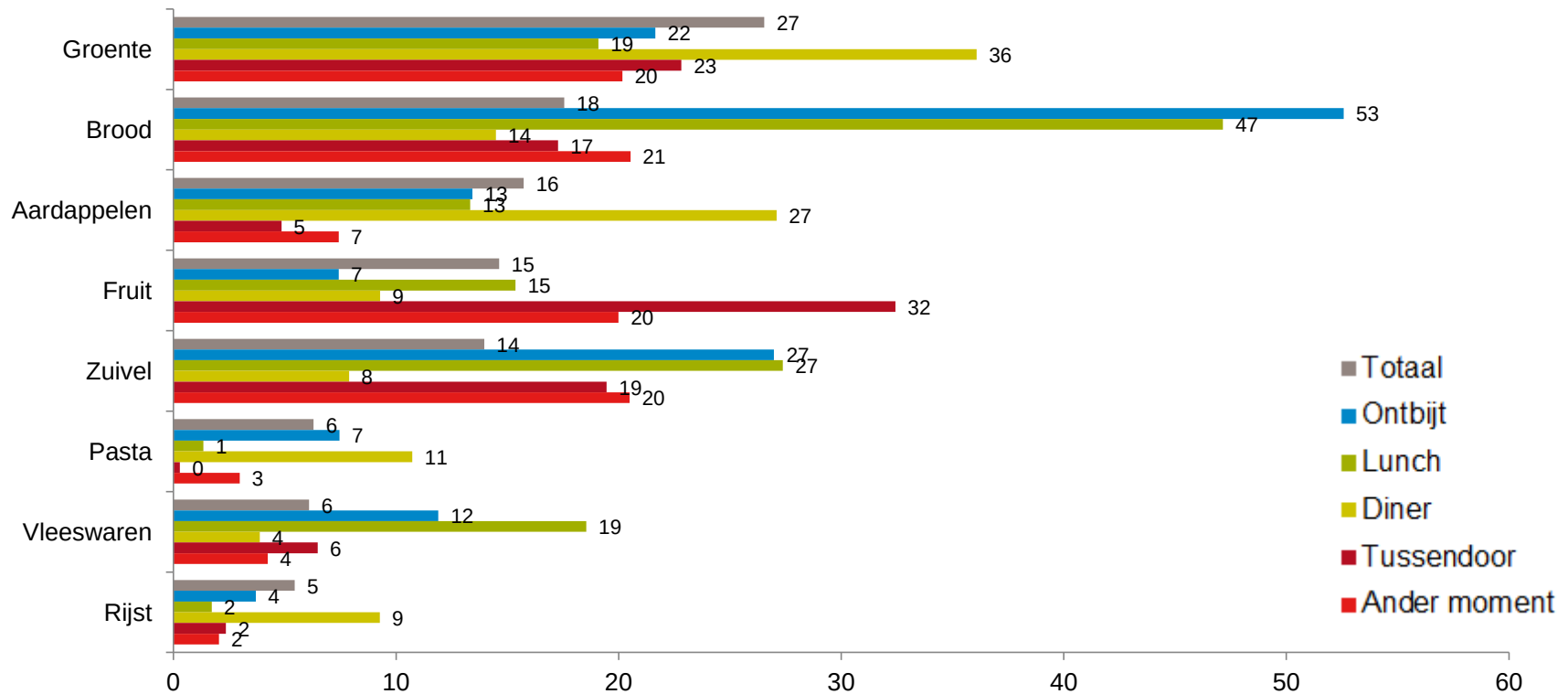


- ✓ De mate waarin producten worden weggegooid weerspiegelt deels ook de frequentie waarmee de producten door de diverse doelgroepen worden gegeten. Zo eten ouderen vaker aardappelen en dan neemt de kans dat men aardappelen weleens weggooit toe, ten opzichte van de andere leeftijdsgroepen.

Wat heeft u precies weggegooid?
(top 5)

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid
(n=790, in %)

Er is een duidelijke relatie tussen hetgeen wat weggegooid wordt en er op het betreffende moment wordt geconsumeerd. Zo wordt brood vooral rondom ontbijt en lunch weggegooid.

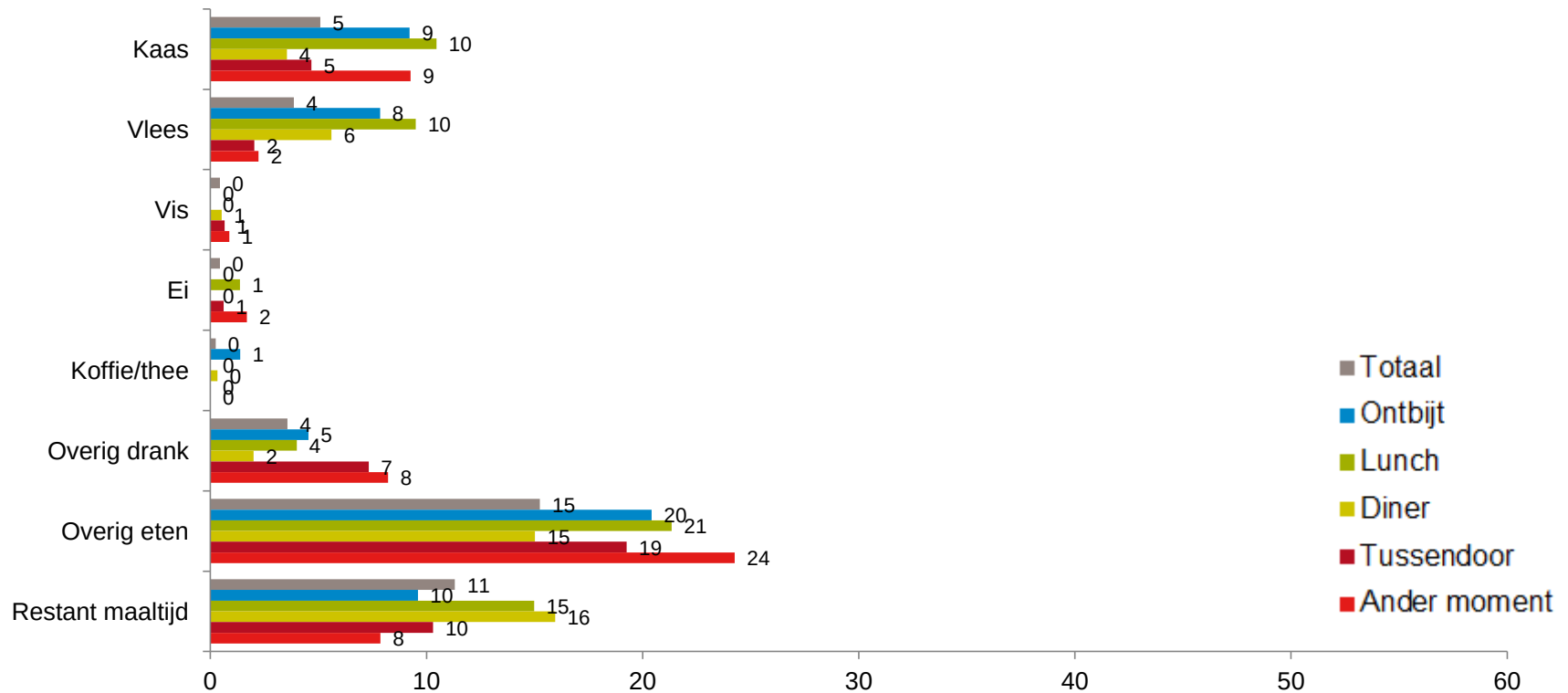


- ✓ Shoppers gooien relatief vaker groente, aardappelen en rijst rondom het diner (warme maaltijd) weg.
- ✓ Fruit voornamelijk rond het tussendoormoment.
- ✓ Brood werd voornamelijk bij het ontbijt en de lunch weggegooid.
- ✓ Vleeswaren (en kaas) worden relatief vaker weggegooid bij de broodmaaltijden tijdens ontbijt en lunch.
- ✓ Al met al wordt er weggegooid rondom het belangrijkste consumptiemoment voor dat product.

Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid? *
Wat heeft u precies weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid
(n=790, in %)

Voedingsproducten die beduidend minder vaak weggegooid werden (in relatie tot andere producten) in de afgelopen twee dagen zijn; kaas, vlees en vis.

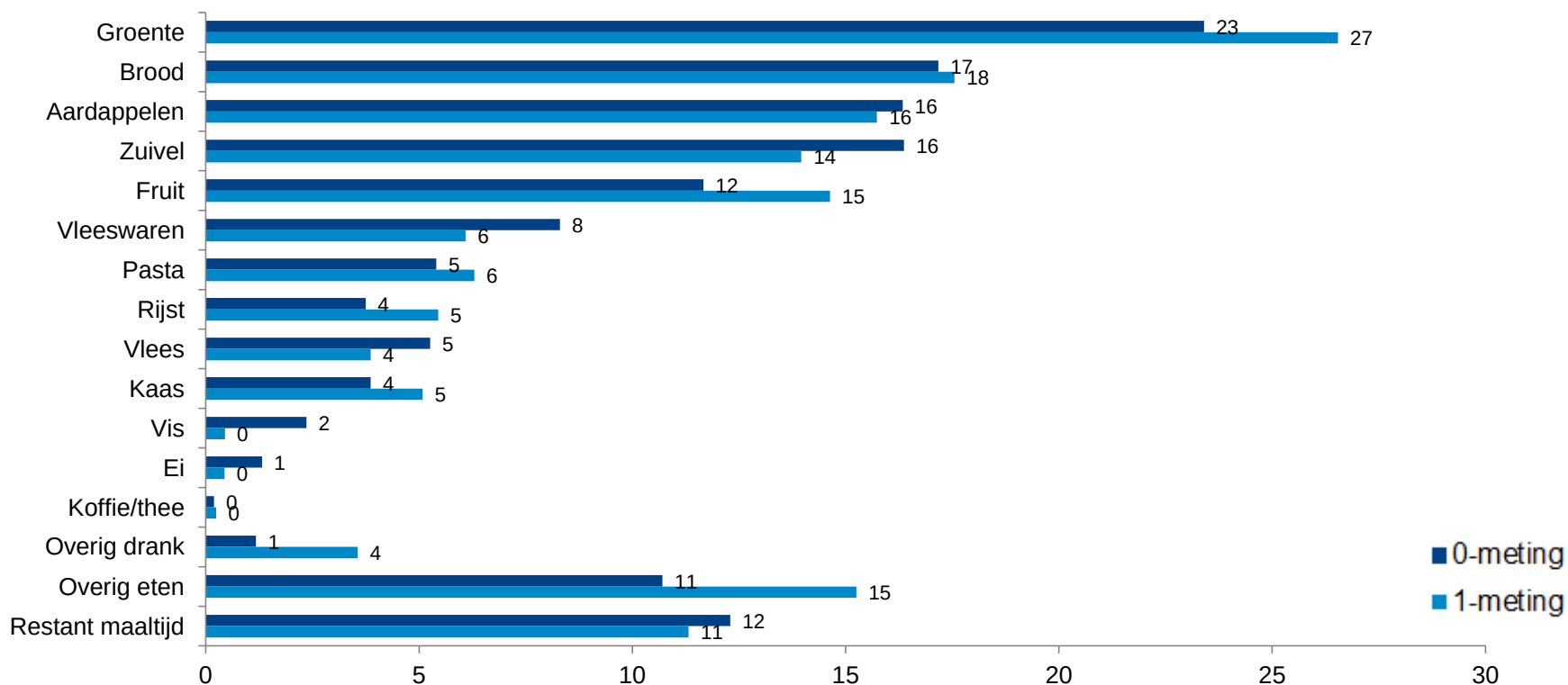


✓ Opvallend dat koffie/thee weinig wordt genoemd.

Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid? *
Wat heeft u precies weggegooid? (vervolg)

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid
(n=790, in %)

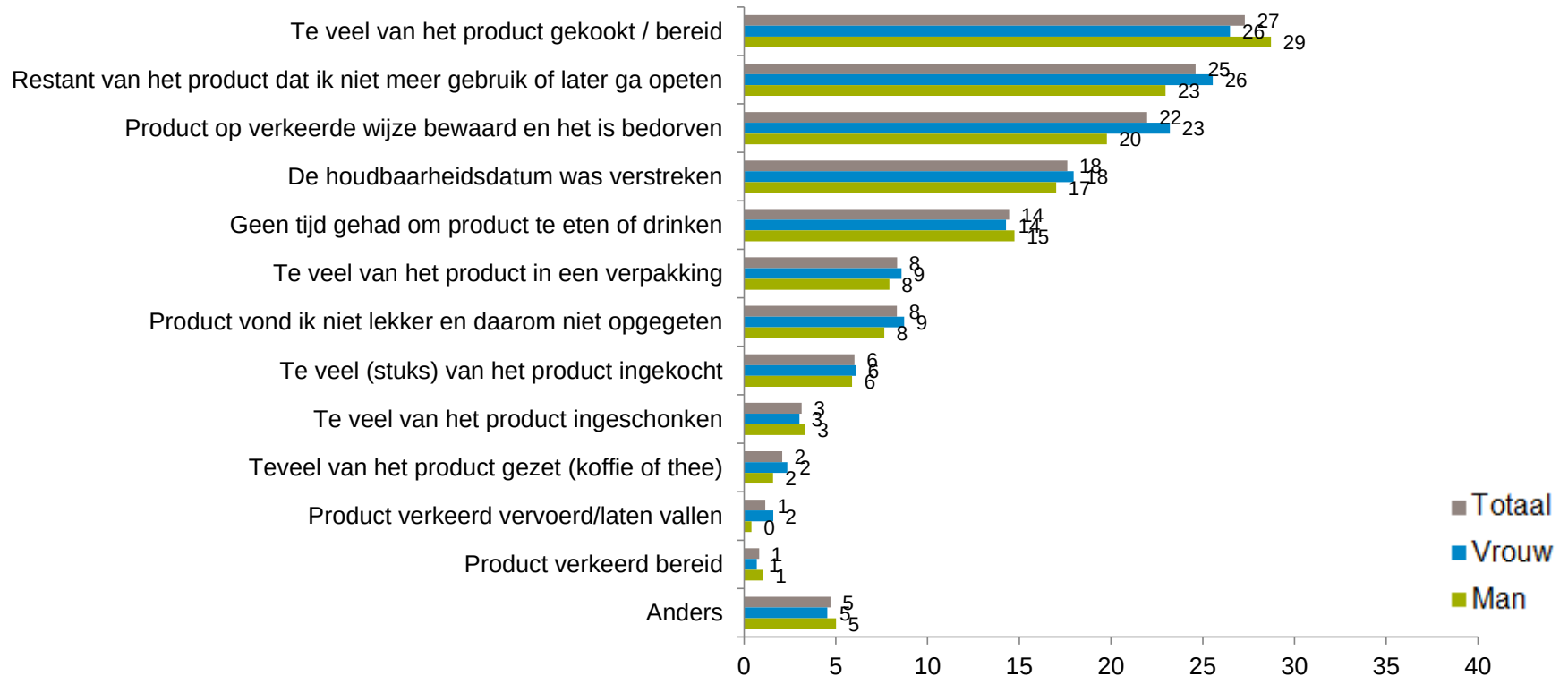
Het ingeschatte verspilgedrag van voedingsproducten in 2013 is qua producten vrijwel gelijk aan dat van 2011.



Rondom welk(e) moment(en) heeft u de afgelopen twee dagen eten of drinken weggegooid? *
Wat heeft u precies weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid
(n=1.620, in %)

De voornaamste reden waarom shoppers in de afgelopen twee dagen voedingsproducten hebben weggegooid, is dat zij van het product teveel gekookt / bereid hadden (27%).

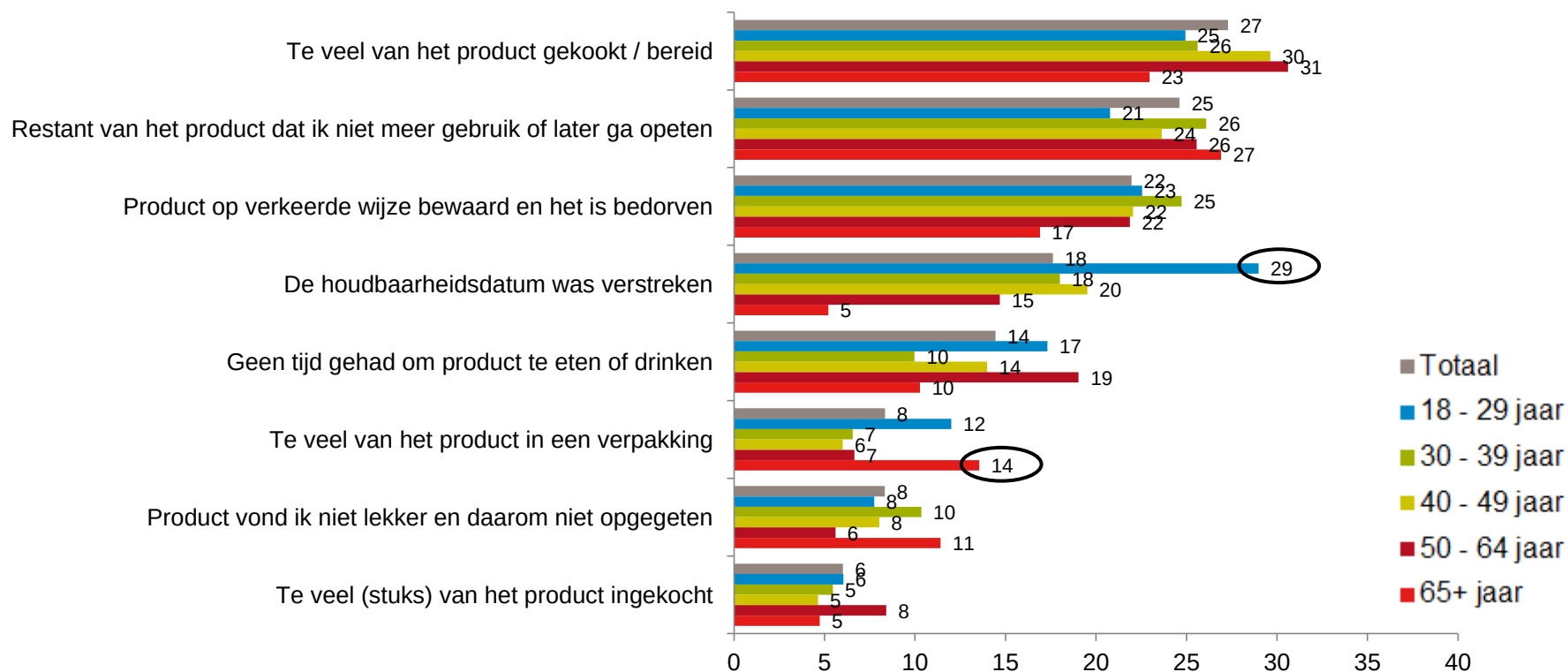


- ✓ Er zijn geen significante verschillen in argumentatie tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder gooiden relatief vaker eten en drinken weg omdat er te veel van in een verpakking zat (15%). Gezinnen (kind 0-5 jaar) gooiden vaker drinken weg omdat er te veel van was ingeschonken (15%).

Wat waren de redenen dat u in de afgelopen twee dagen deze producten heeft weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=790, in %)

18-29 jarigen gooiden relatief vaker dan andere leeftijdsgroepen eten en drinken weg omdat de houdbaarheidsdatum was verstreken (29%).

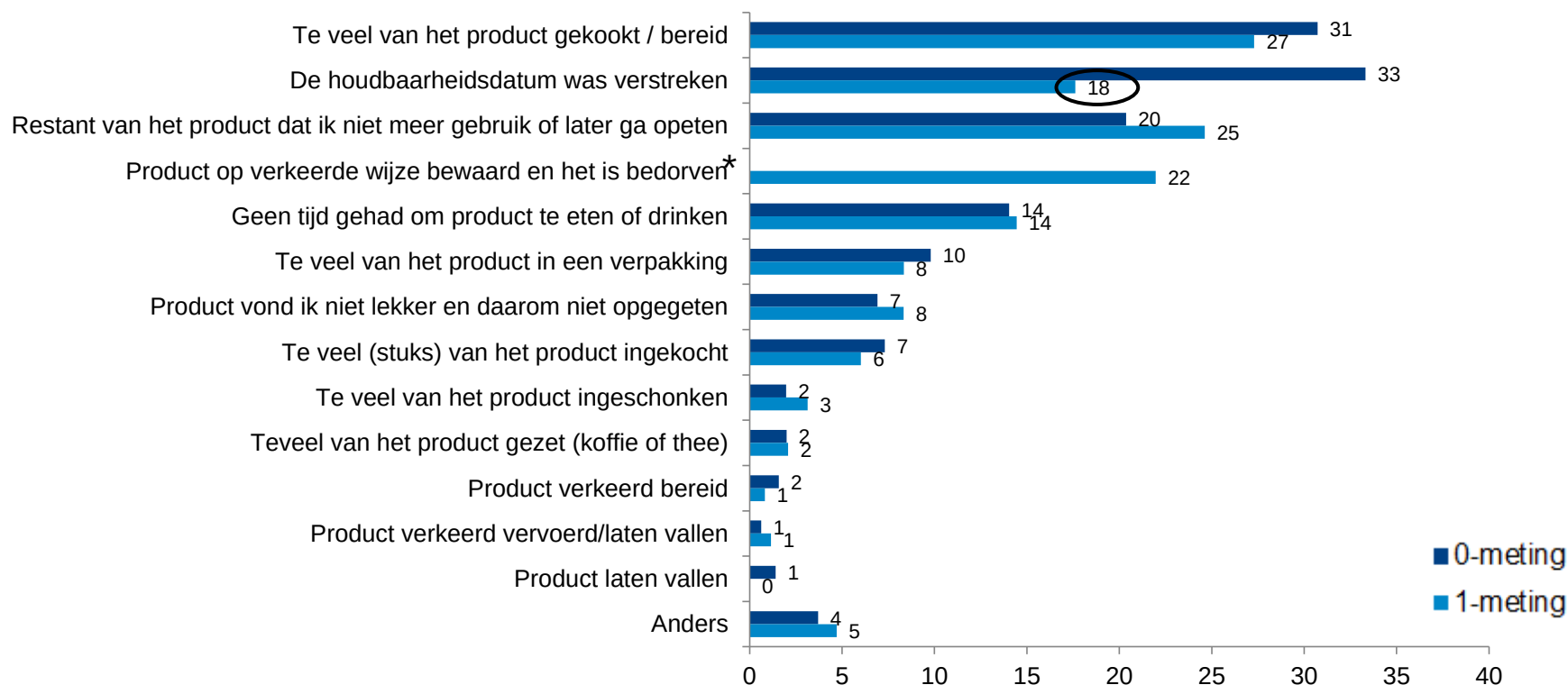


- ✓ Senioren (65+) gooiden relatief vaker eten en drinken weg omdat er te veel van het product in de verpakking zat.
- ✓ Shoppers met een lage welstand gooiden om dezelfde reden vaker eten en drinken weg (17%).

Wat waren de redenen dat u in de afgelopen twee dagen deze producten heeft weggegooid? (top 8)

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=790, in %)

In 2013 werd relatief minder vaak eten en drinken weggegooid omdat de houdbaarheidsdatum verstreken was dan in 2011 (33% vs. 18%).

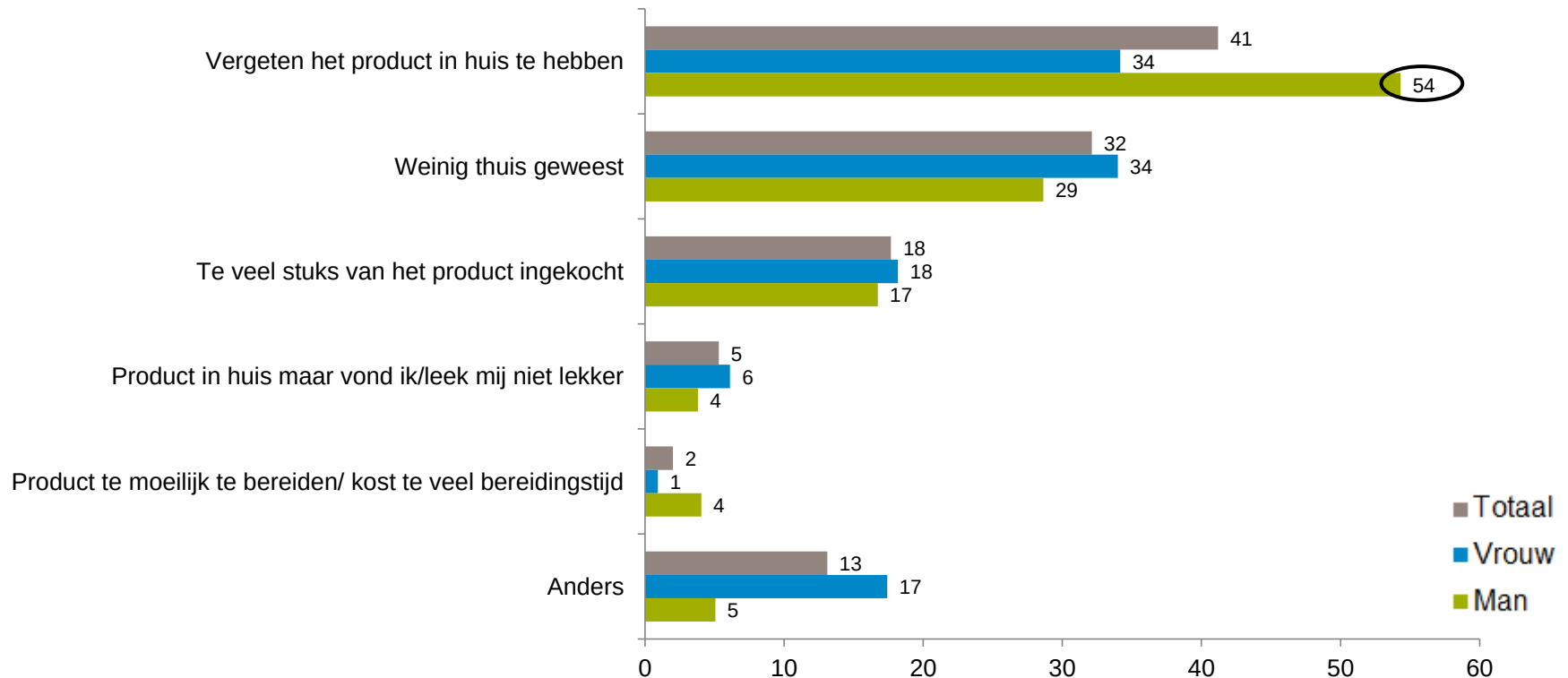


* In 2011 was de antwoordcategorie anders geformuleerd nl.: Product te lang bewaard / houdbaarheidstermijn verstreken. Resultaten zijn op deze antwoordcategorie zodoende niet te vergelijken.

Wat waren de redenen dat u in de afgelopen twee dagen deze producten heeft weggegooid?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid (n=1.620, in %)

“Vergeten het voedingsproduct in huis te hebben” (41%) en “weinig thuis geweest” (32%), zijn de voornaamste redenen voor shoppers dat de houdbaarheidsdatum verstreken was.

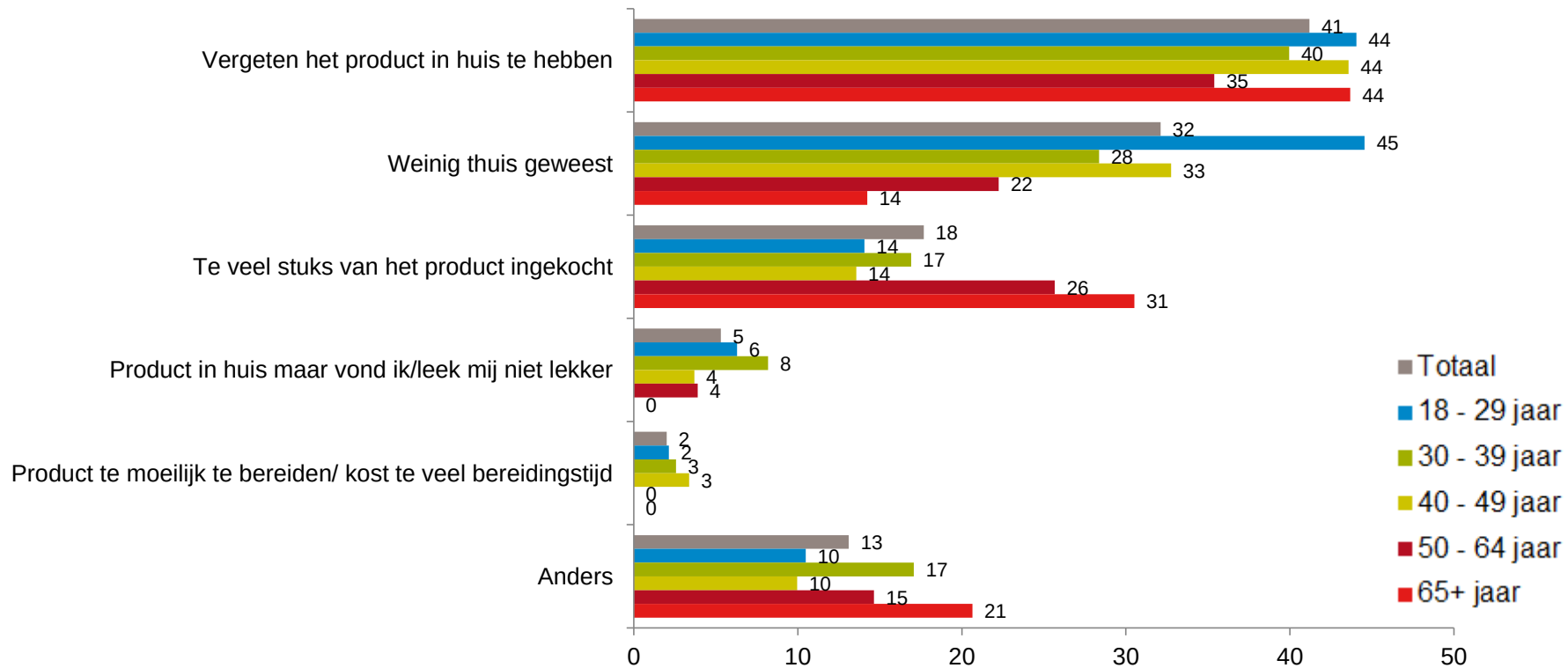


✓ Mannen vergaten relatief vaker het product in huis te hebben dan vrouwen (54% vs. 34%).

Wat is de reden geweest dat de houdbaarheidsdatum verstreken was?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken was (n=139, in %) 43

De voornaamste reden voor 18-29 jarigen dat producten over datum waren, was dat zij weinig thuis waren geweest.

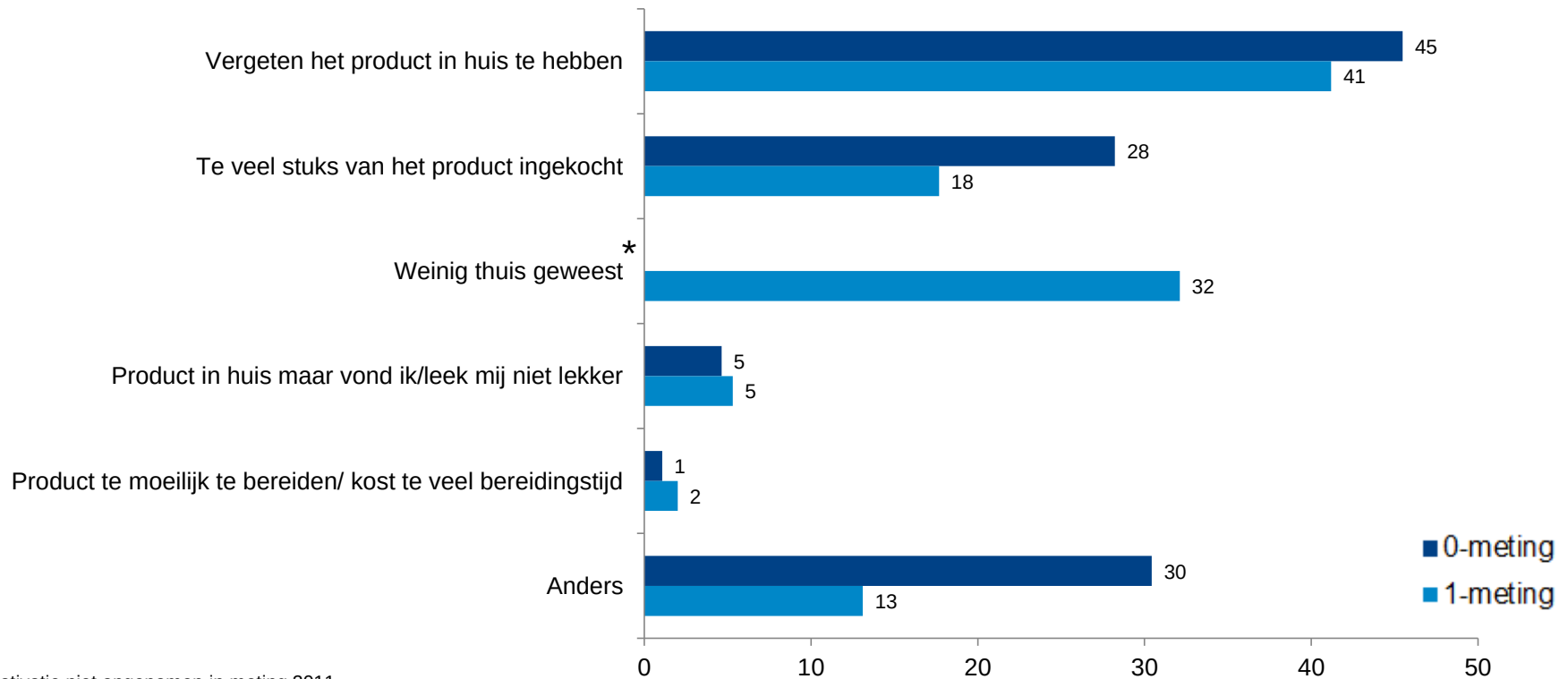


✓ Resultaten zijn door kleine aantallen slechts indicatief.

Wat is de reden geweest dat de houdbaarheidsdatum verstreken was?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken was (n=139, in %) 44

Net als in 2011 is in 2013: “vergeten het product in huis te hebben”, de voornaamste reden dat de houdbaarheidsdatum verstreken is.



- ✓ Op basis van de resultaten uit de “anders, namelijk categorie” van 2011 is in de meting van 2013 de reden “weinig thuis geweest” toegevoegd.

Wat is de reden geweest dat de houdbaarheidsdatum verstreken was?

Alle respondenten die de afgelopen twee dagen eten of drinken hebben weggegooid waarvan de houdbaarheidsdatum verstreken was (n=416, in %) 45

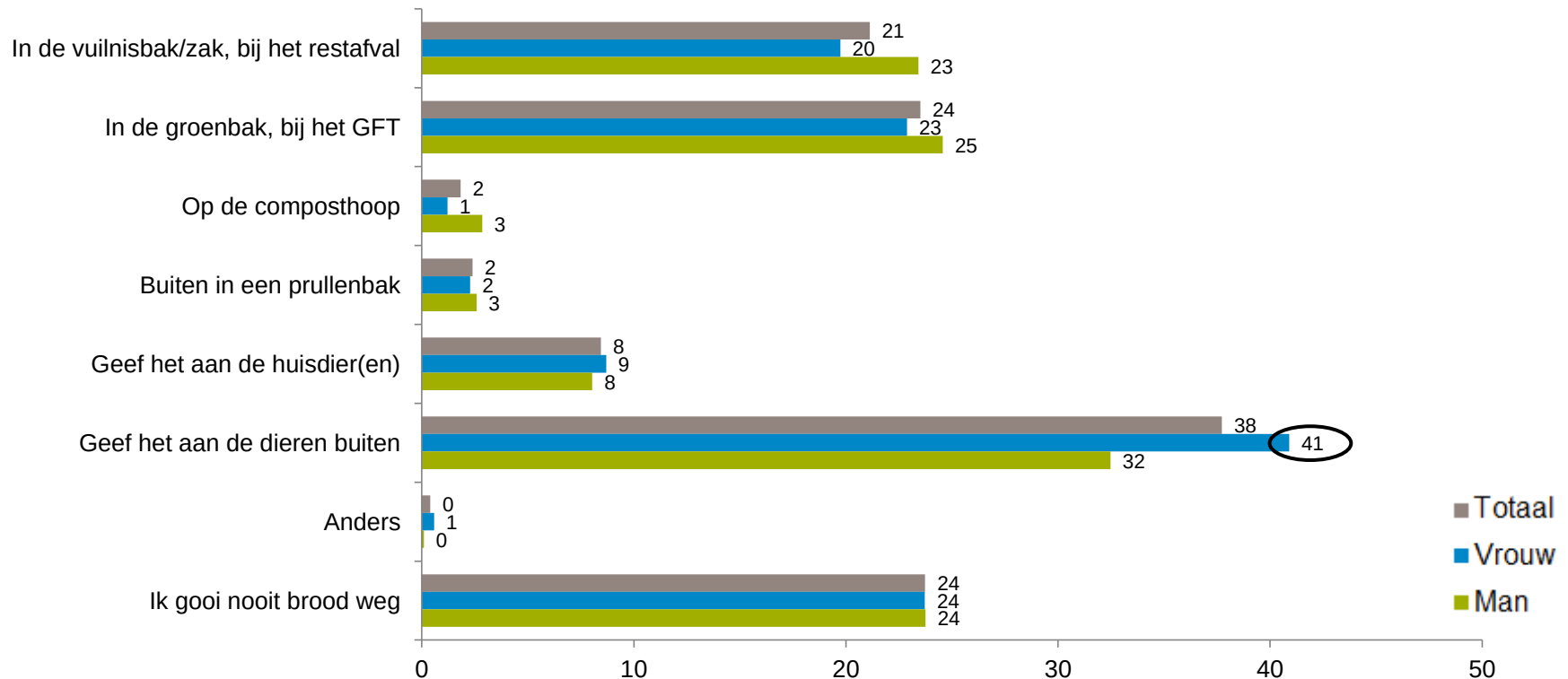


Alternatieve routes van weggooien*

* Resultaat is op basis van het eigen inzicht van respondenten in hun verspilgedrag.



38% van de shoppers geeft aan brood niet weg te gooien maar het aan de dieren buiten te geven, 24% geeft aan brood in de groenbak weg te gooien en 21% bij het restafval. 24% geeft aan nooit brood weg te gooien.

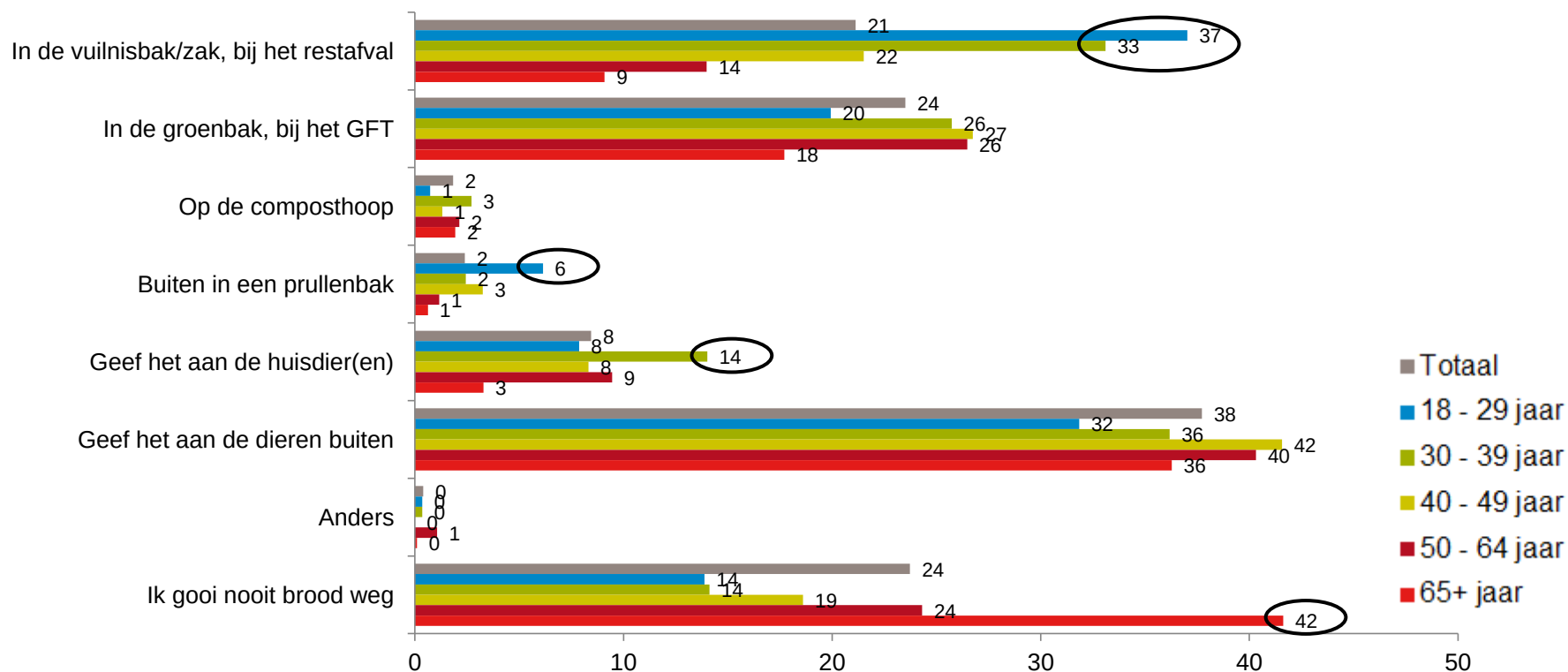


- ✓ Vrouwen geven relatief vaker dan mannen het brood dat zij weggooien aan de dieren buiten te geven (41% vs. 32%)
- ✓ Gezinnen (kind 0-12 jaar) geven ook relatief vaker dan andere leeftijdsklassen aan het brood aan de dieren buiten te geven. Gezinnen (kind 6-12 jaar) geven relatief vaker aan brood in de groenbak (35%) weg te gooien en alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven vaker aan het brood bij het restafval weg te gooien (48%). Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven vaker aan nooit brood weg te gooien (36%).

Als u brood weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

18-39 jarigen geven relatief vaker aan brood weg te gooien bij het restafval (37% en 33%). Senioren (65+) geven relatief vaker aan nooit brood weg te gooien (42%).

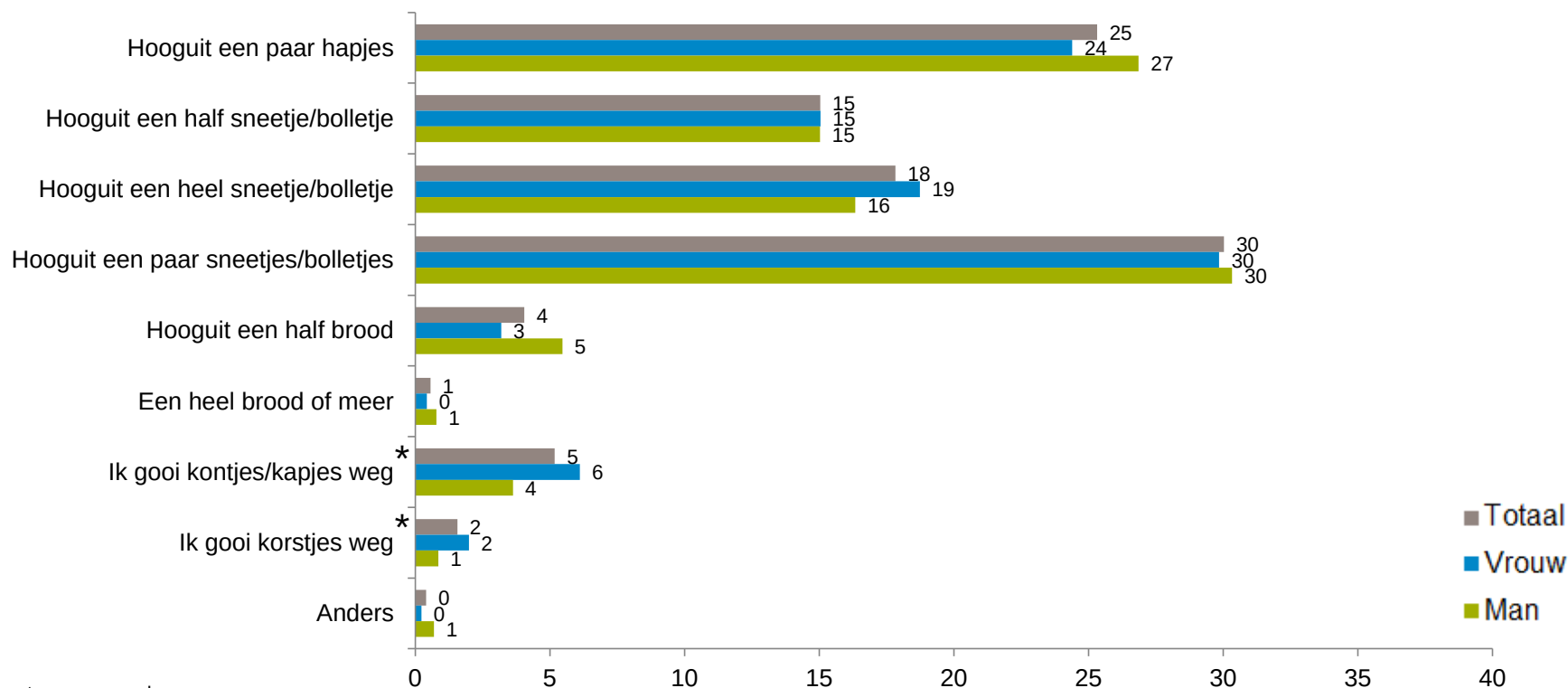


✓ Shoppers met een lage welstand geven relatief vaker aan nooit brood weg te gooien (30%).

Als u brood weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

30% van de shoppers die aangeven dat ze brood weggooien, geeft aan dat zij nooit een paar sneetjes/bolletjes per week weggooien, 25% geeft aan hooguit een paar hapjes.

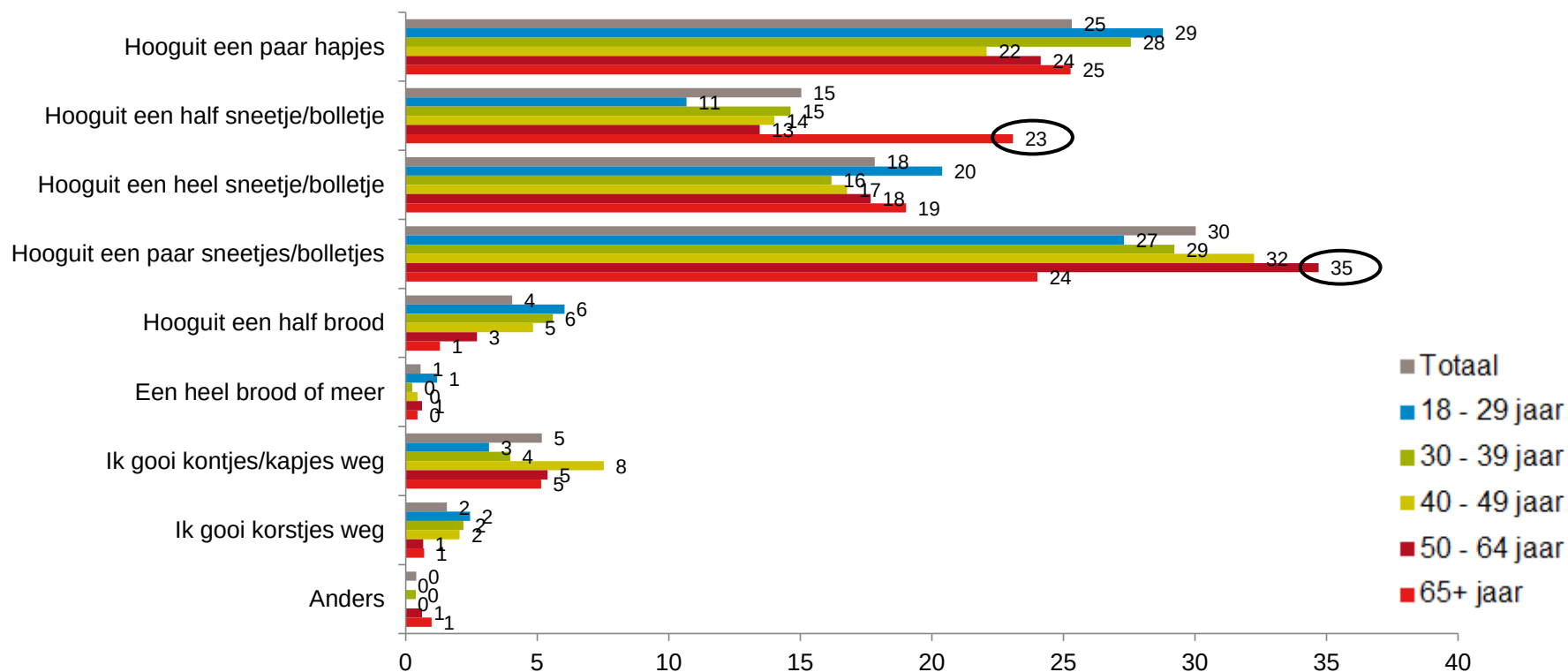


- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven relatief vaker aan hooguit een paar hapjes brood per week weg te gooien (37%). Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan een half sneetje/bolletje per week weg te gooien (21%).

Om welke hoeveelheid brood gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die brood weggooien (n=1.567, in %)

50-64 jarigen geven relatief vaker aan een paar sneetjes/ bolletjes per week weg te gooien (35%). Senioren (65+) geven relatief vaker aan hooguit een half sneetje/bolletje weg te gooien (23%).

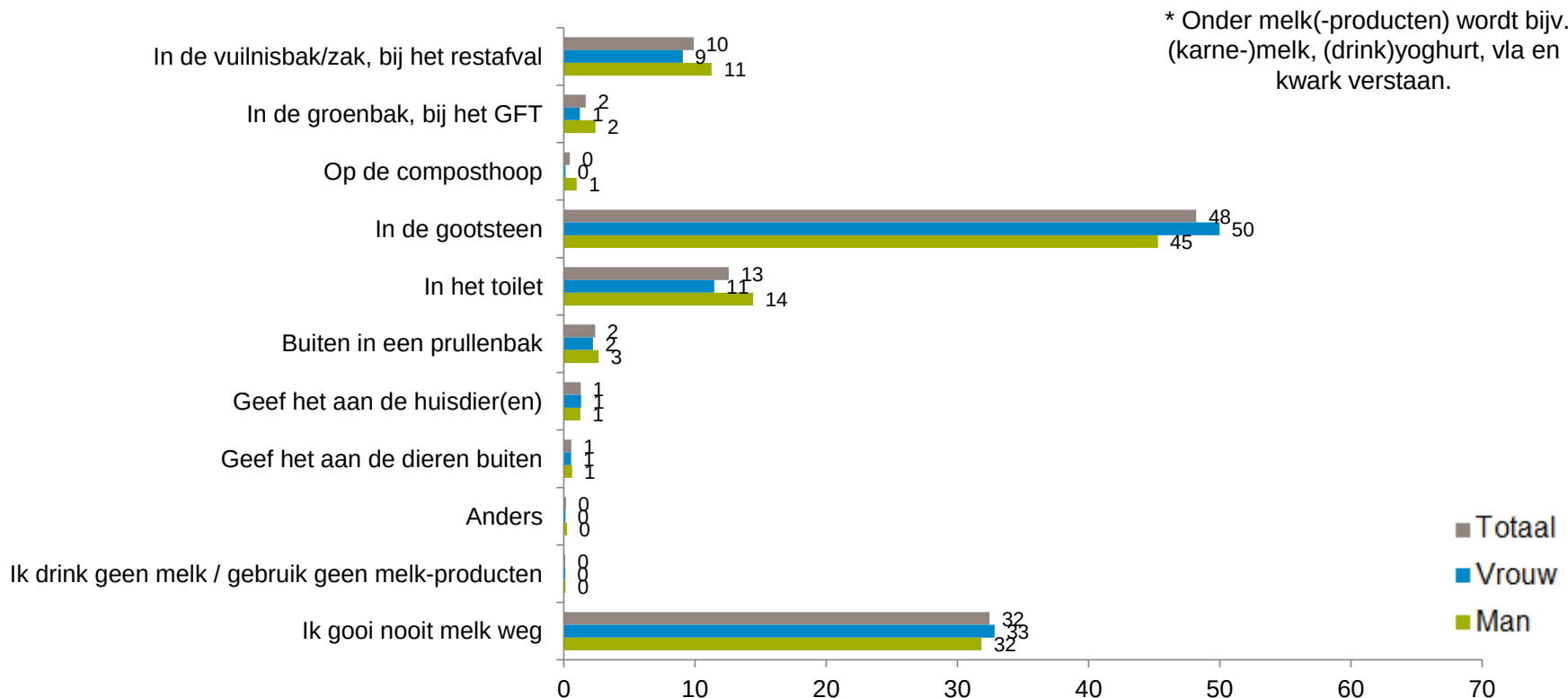


- ✓ Shoppers met een lage welstand geven relatief vaker aan wekelijks hooguit een paar hapjes aan brood weg te gooien (31%).

Om welke hoeveelheid brood gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die brood weggooien (n=1.567, in %)

Shoppers die aangeven dat ze melk(-producten)* weggooien, geven aan dat ze voornamelijk melk weg gooien in de gootsteen (48%). 32% van de shoppers geeft aan nooit melk(-producten) weg te gooien.

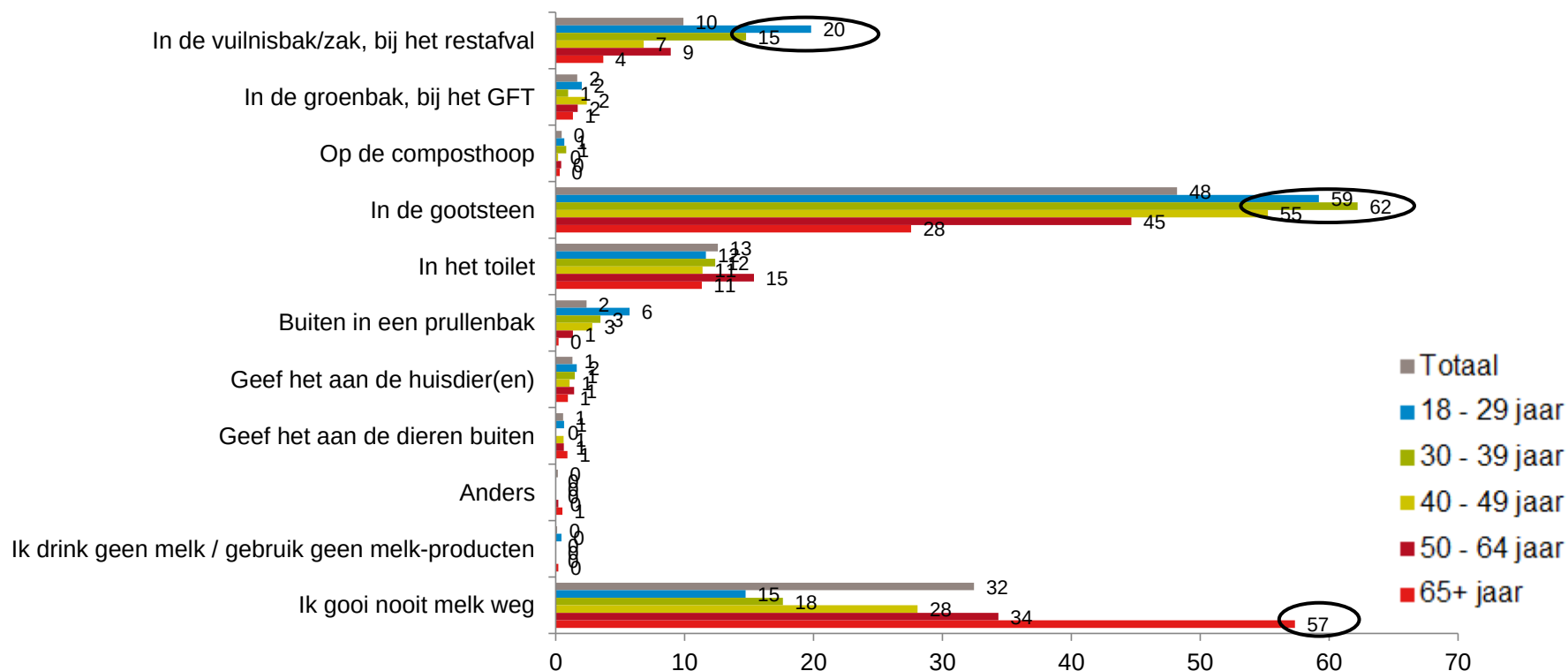


- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven relatief vaker aan melk(-producten) bij het restafval weg te gooien (19%), alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan geen melk(-producten) weg te gooien (45%). Gezinnen (kind 0-12 jaar) die aangeven dat ze melk(-producten) weggooien, geven aan dit relatief vaker in de gootsteen te doen (63% en 64%).

Als u melk(-producten) weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

18-49 jarigen geven relatief vaker aan melk(-producten) weg te gooien in de gootsteen (resp. 59%, 62% en 55%) en senioren (65+) geven relatief vaker aan geen melk(-producten) weg te gooien (57%).

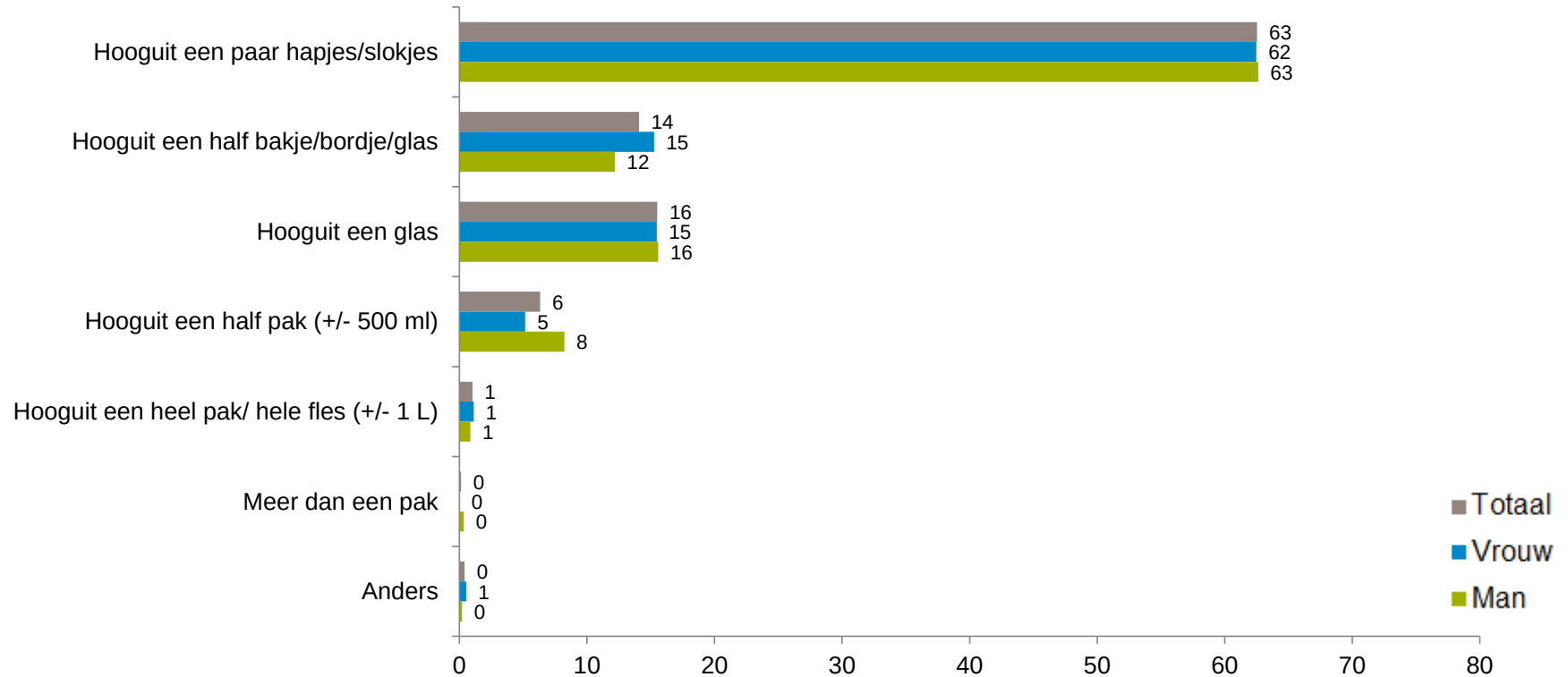


- ✓ 18-39 jarigen gooien relatief vaker melk(-producten) weg bij het restafval (20% en 15%).
- ✓ Shoppers met een hoge welstand gooien relatief vaker in de gootsteen melk(-producten) weg (53%). Shoppers met een lage welstand geven relatief vaker aan nooit melk weg te gooien (43%).

Als u melk(-producten) weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

63% van de shoppers die melk(-producten) weggooien, geeft aan hooguit een paar hapjes/slokjes weg te gooien.

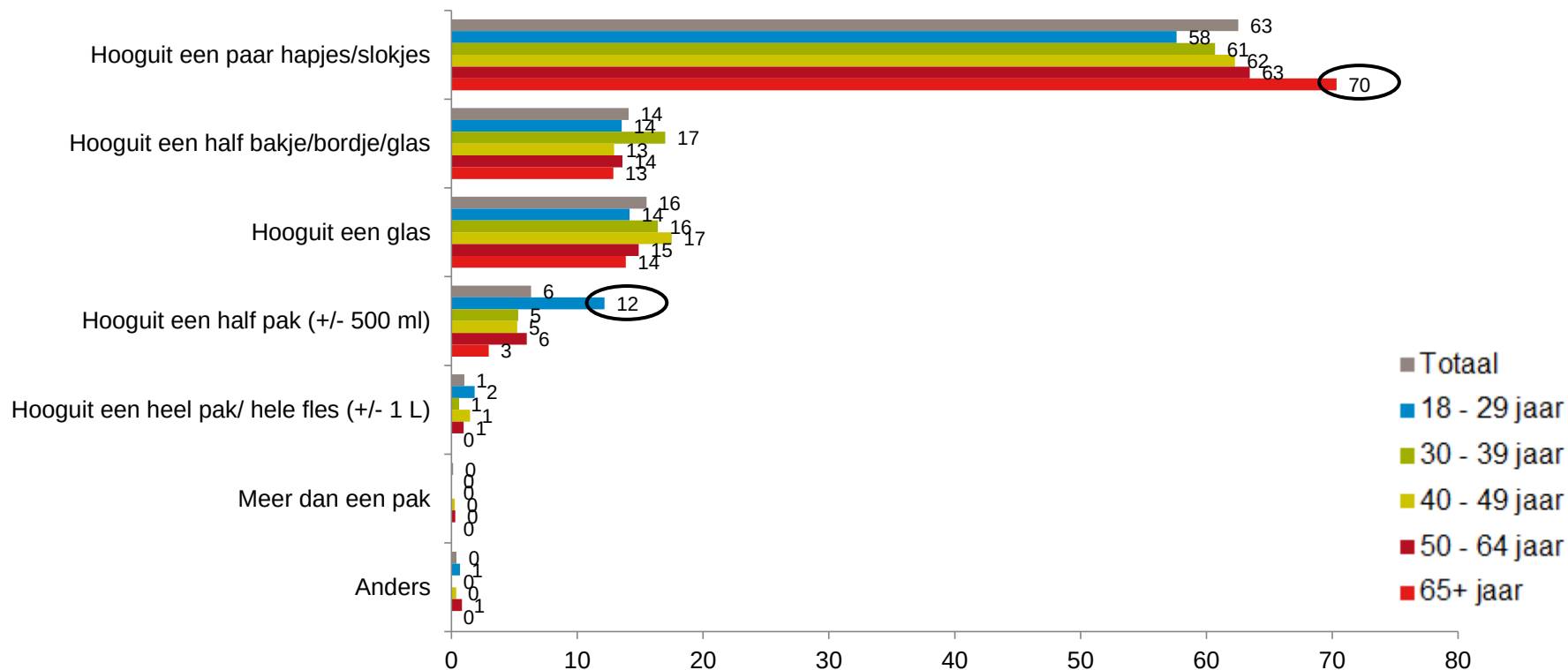


- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen alleenstaanden en gezinnen met of zonder kinderen.

Om welke hoeveelheid melk(-producten) gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die melk(-producten) weggooien (n=1.388, in %)

Senioren (65+) geven relatief vaker hooguit een paar hapjes /slokjes aan melk(-producten) per week weg te gooien (70%).

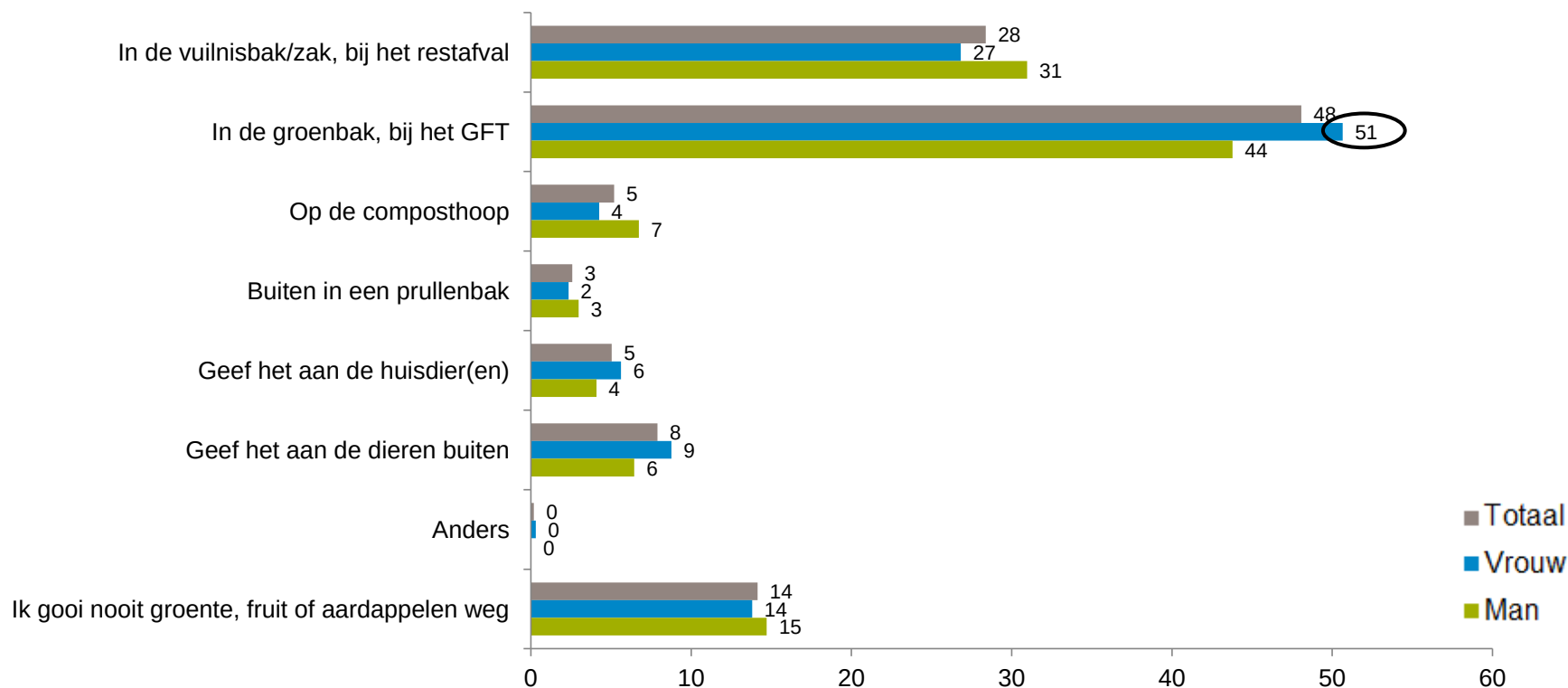


- ✓ 18-29 jarigen geven relatief vaker dan andere leeftijdsklassen aan een half pak melk per week weg te gooien (12%).
- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen de welstandsklassen.

Om welke hoeveelheid melk(-producten) gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die melk(-producten) weggooien (n=1.388, in %)

48% van de shoppers geeft aan groente, fruit en aardappelen in de groenbak weg te gooien en 28% bij het restafval. 14% geeft aan nooit groente, fruit of aardappelen weg te gooien.

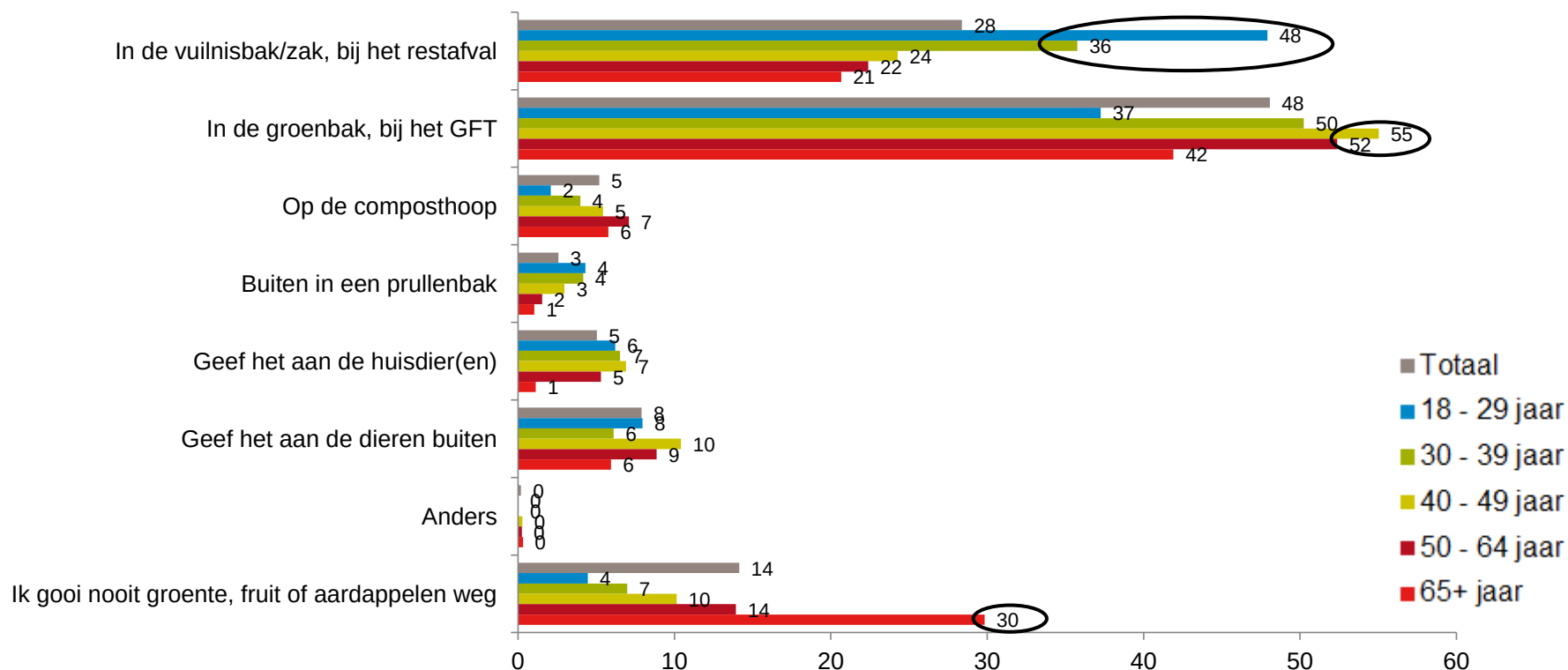


- ✓ Vrouwen geven relatief vaker dan mannen aan groente, fruit en aardappelen in de groenbak weg te gooien (51% vs. 44%).
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar geven relatief vaker aan groente, fruit en aardappelen weg te gooien bij het restafval (60%). Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan geen van deze producten weg te gooien (25%). Gezinnen met kinderen (0-17 jaar) zeggen relatief vaker groente, fruit en aardappelen in de groenbak weg te gooien (resp. 60%, 64% en 62%).

Als u groente, fruit of aardappelen weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

18-39 jarigen geven relatief vaker aan groente, fruit en aardappelen bij het restafval weg te gooien (48% en 36%).
40-64 jarigen geven relatief vaker aan dit in de groenbak weg te gooien (55% en 52%).

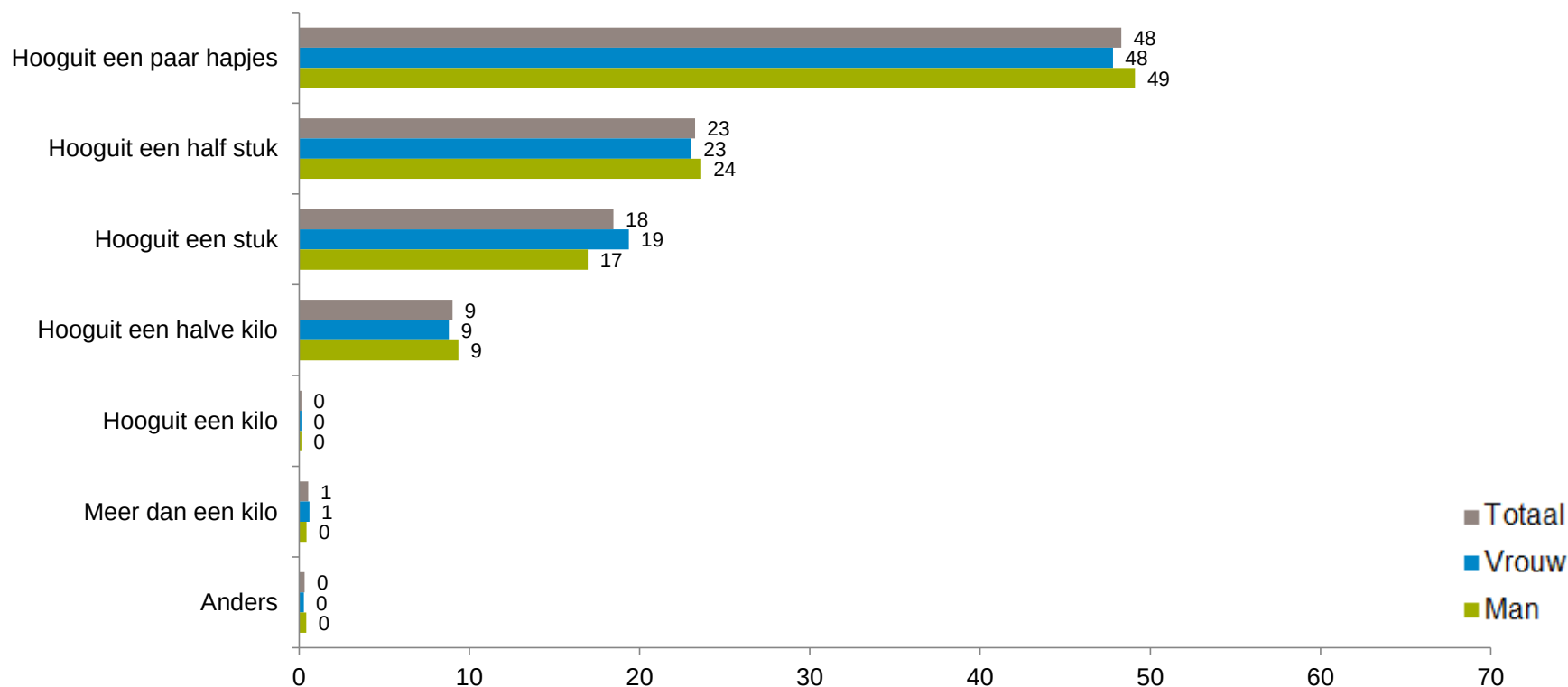


- ✓ Senioren (65+) geven relatief vaker aan nooit groente, fruit of aardappelen weg te gooien.
- ✓ Shoppers met een hoge welstand geven relatief vaker aan groente, fruit en aardappelen in de groenbak weg te gooien (55%). Shoppers met een midden-lage en lage welstand daarentegen, geven relatief vaker aan nooit groente, fruit of aardappelen weg te gooien (19% en 23%).

Als u groente, fruit of aardappelen weggooit, waar gooit u het product dan meestal weg?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

48% van de shoppers die groente, fruit en aardappelen weggooien, geeft aan wekelijks hooguit een paar hapjes weg te gooien. 23% hooguit een half stuk en 18% een heel stuk.

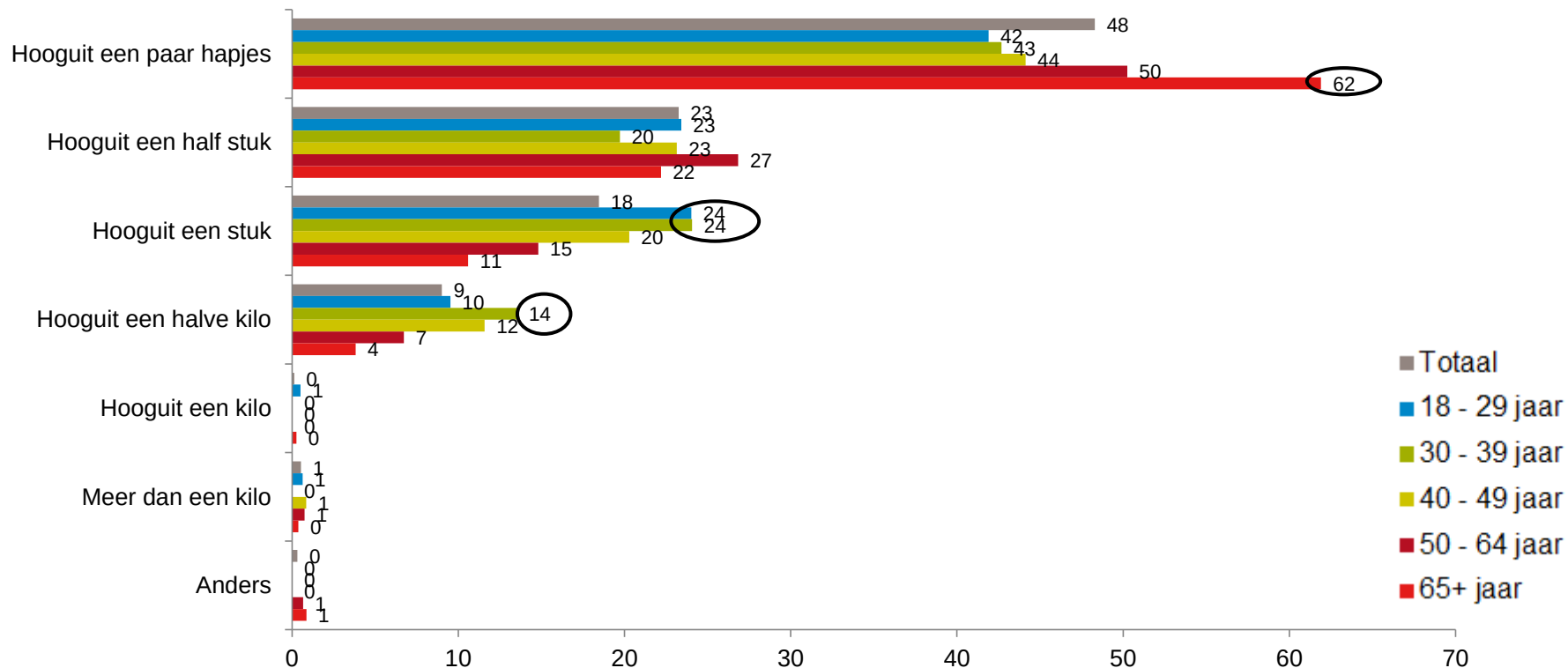


- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan wekelijks hooguit een paar hapjes aan groente, fruit en aardappelen weg te gooien (58%).
- ✓ Gezinnen zonder kinderen geven relatief vaker aan hooguit een half stuk groente, fruit of aardappel weg te gooien (27%). Gezinnen (kind 0-12 jaar) geven relatief vaker aan wekelijks een halve kilo aan groente, fruit en aardappelen weg te gooien (14%) en gezinnen (kind 6-12 jaar) geven relatief vaker aan wekelijks één stuk weg te gooien (28%).

Om welke hoeveelheid groente, fruit of aardappelen gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die groente, fruit of aardappelen weggooien (n=1.764, in %)

Senioren (65+) geven relatief vaker aan wekelijks hooguit een paar hapjes groente, fruit of aardappelen weg te gooien (62%). 18-39 jarigen geven relatief vaker aan wekelijks één stuk weg te gooien (24%).

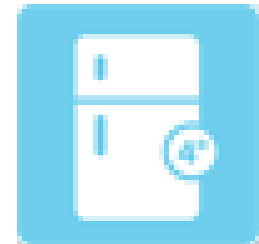


- ✓ Shoppers met een lage welstand geven relatief vaker aan wekelijks hooguit een paar hapjes groente, fruit of aardappelen weg te gooien (62%). Shoppers met een midden-hoge welstand zeggen relatief vaker één stuk weg te gooien (23%) terwijl shoppers met een hoge welstand relatief vaker een halve kilo groente, fruit of aardappelen weggooien (12%).

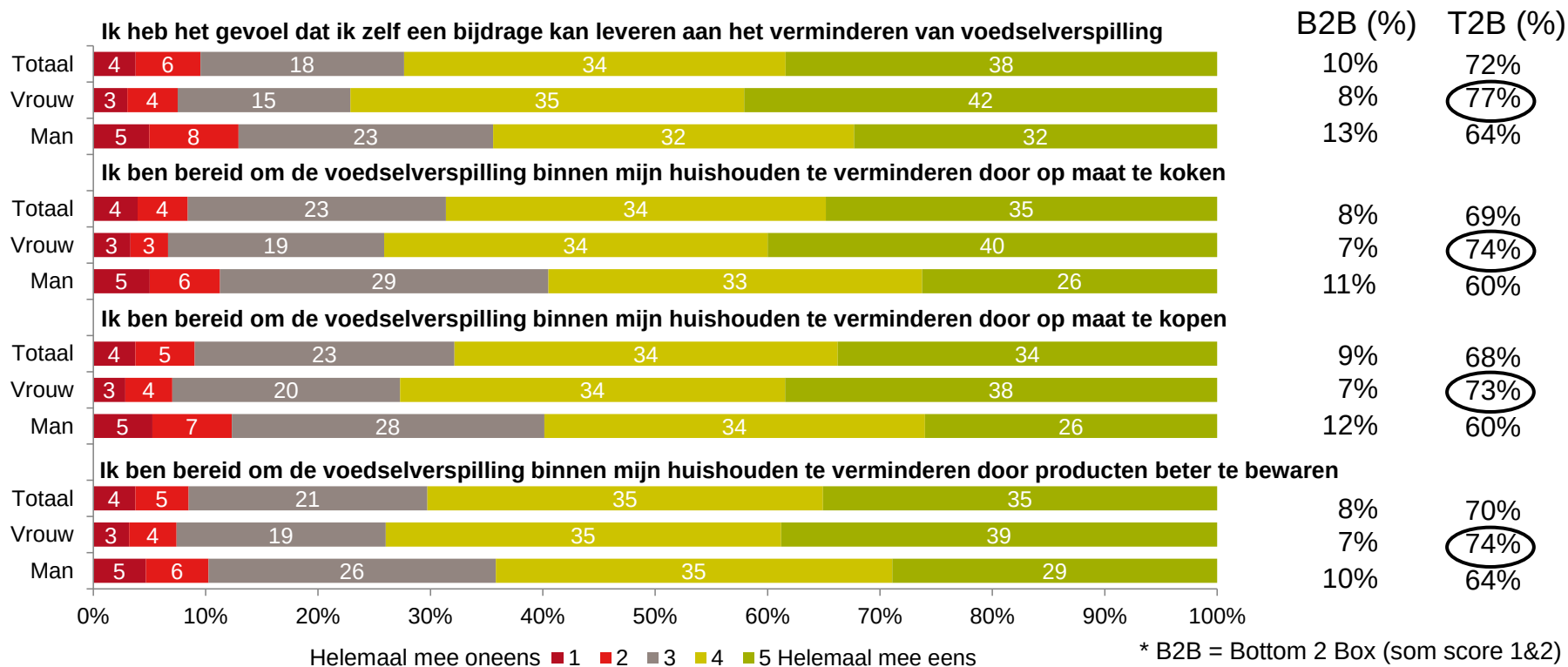
Om welke hoeveelheid groente, fruit of aardappelen gaat het meestal (per week)?

Alle respondenten die groente, fruit of aardappelen weggooien (n=1.764, in %)

Voorkomen verspilling



72% van de shoppers heeft het gevoel zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling. Shoppers zijn bereid dit in gelijke mate te doen middels op maat koken, kopen of beter bewaren (resp. 69%, 68% en 70%).

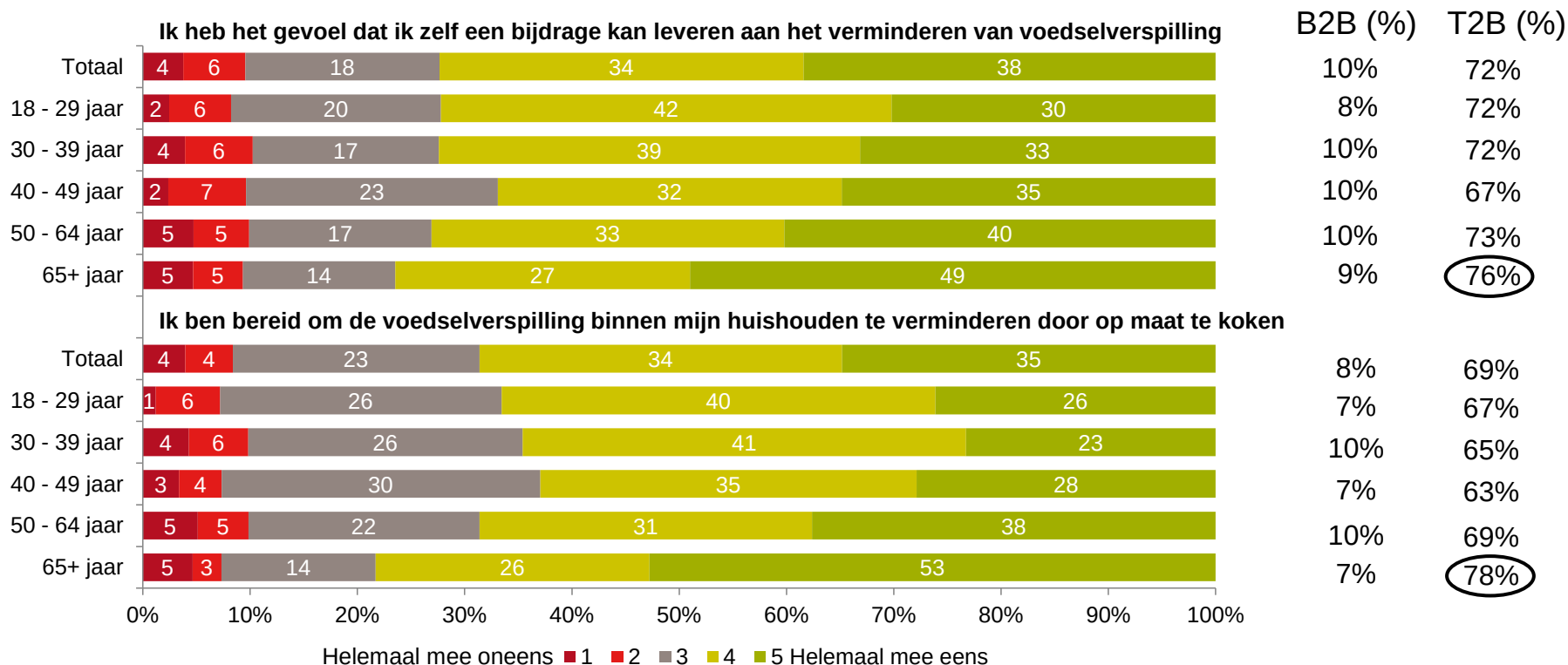


- ✓ Vrouwen hebben relatief vaker het gevoel een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling dan mannen (77% vs. 64%). Vrouwen zijn relatief vaker bereid deze bijdrage te leveren door op maat te koken, kopen of beter te bewaren (resp. 74%, 73% en 74%).
- ✓ De bereidheid zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling binnen het huishouden door op maat te koken, kopen of beter te bewaren is relatief hoger onder alleenstaanden van 35 jaar en ouder (resp. 74%, 74% en 75%).

Geef u voor onderstaande uitspraken aan in welke mate u het met de uitspraak eens dan wel oneens bent.

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Senioren (65+) hebben relatief vaker het gevoel zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling (76%). De bereidheid deze bijdrage te leveren door op maat te koken is voor onder hen ook het hoogst (78%).

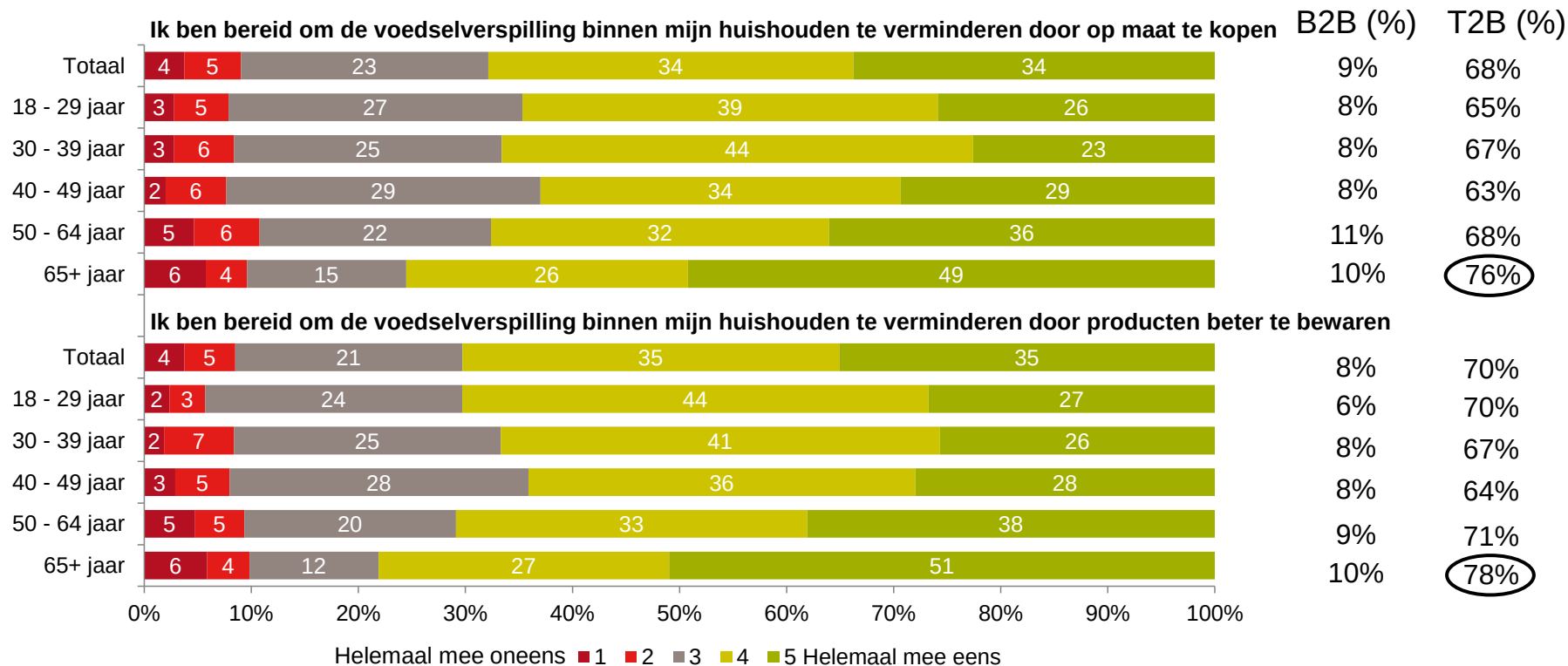


- ✓ De shoppers met een hoge welstand hebben relatief vaker het gevoel zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling (77%) dan de lagere welstandsklassen.

Geef u voor onderstaande uitspraken aan in welke mate u het met de uitspraak eens dan wel oneens bent.

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Ook de bereidheid voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen door op maat te kopen en beter te bewaren is onder de senioren (65+) het hoogst (76% en 78%).

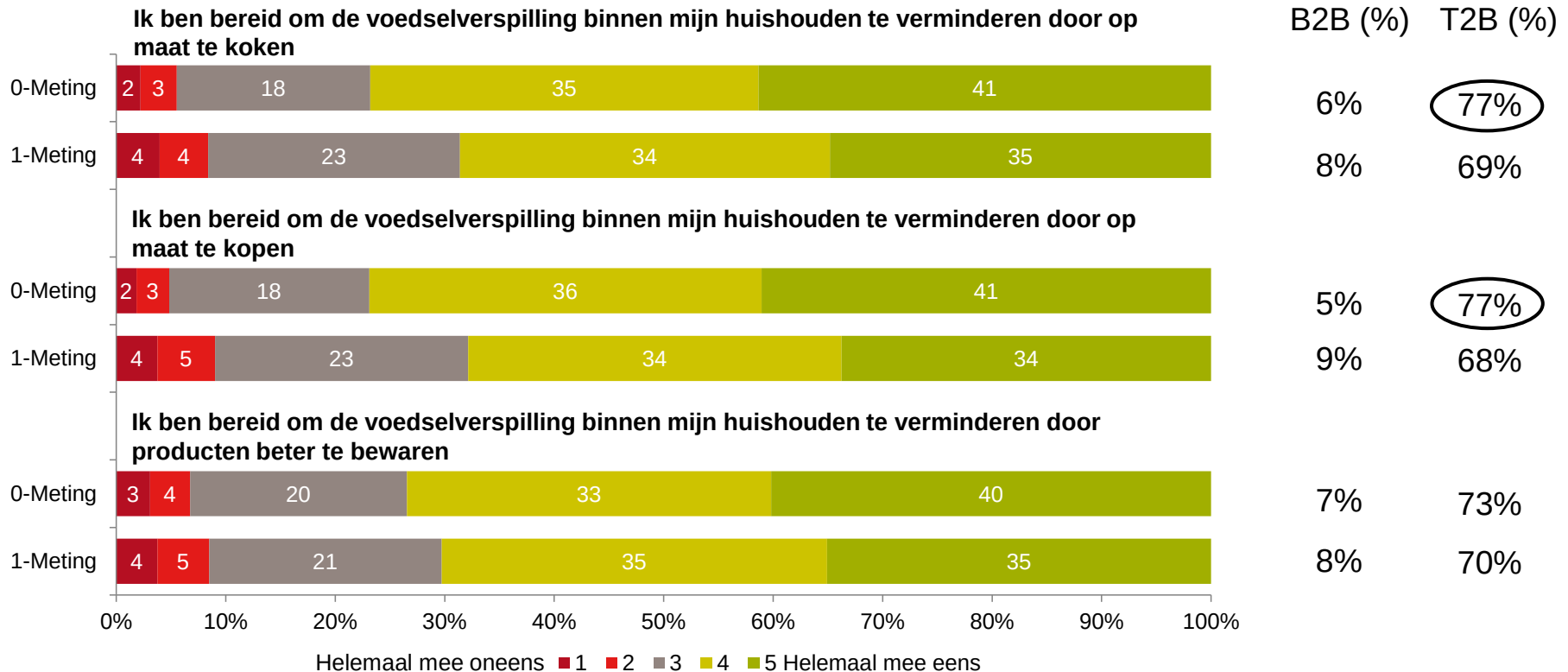


✓ Er zijn geen significante verschillen tussen de welstandsklassen.

Geef u voor onderstaande uitspraken aan in welke mate u het met de uitspraak eens dan wel oneens bent.

Alle respondenten (n=2.055, in %)

2 van de 3 shoppers is in de meting van 2013 nog altijd bereid om iets aan voedselverspilling te doen.

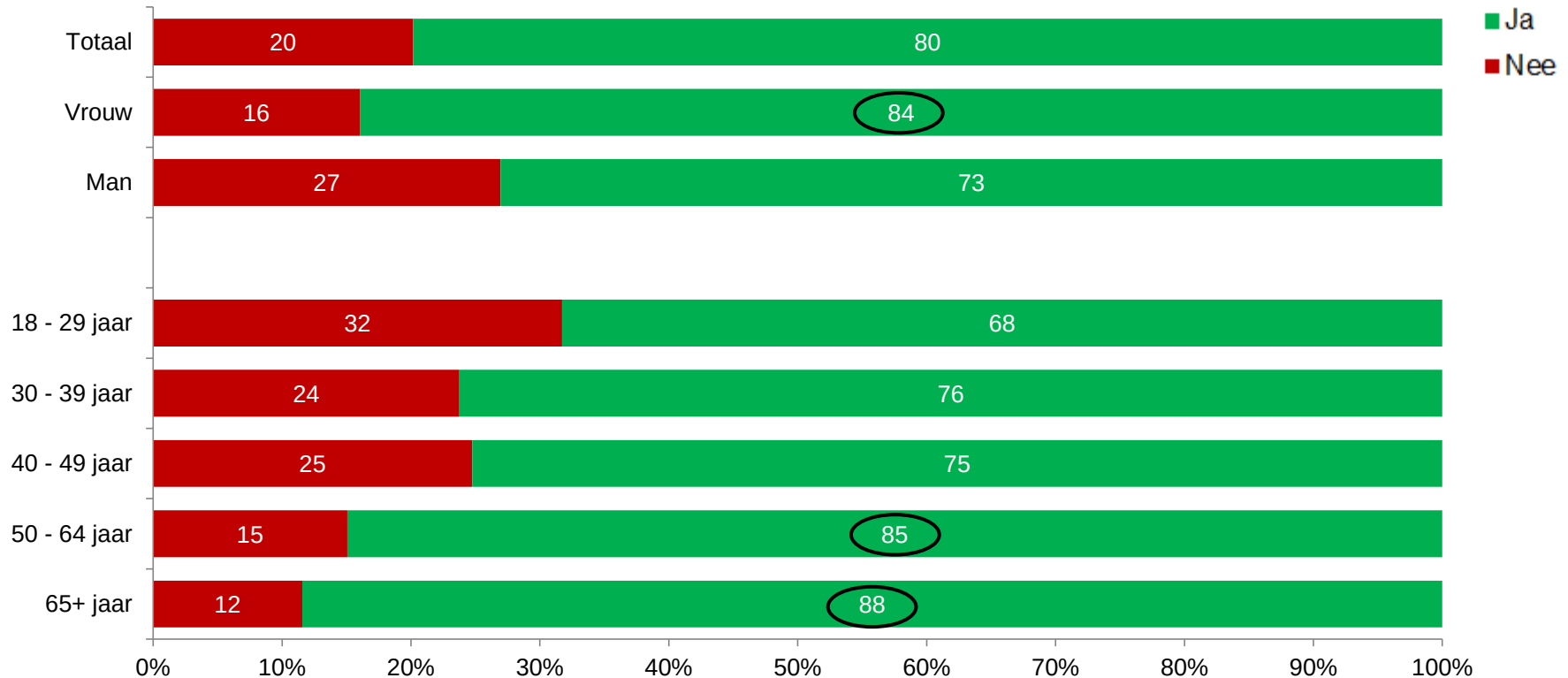


- ✓ De bereidheid onder shoppers om de voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen door op maat te koken en kopen is in vergelijking met 2011, in 2013 gedaald (resp. van 77% naar 69% en van 77% naar 68%).
- ✓ Een mogelijke reden hiervoor is dat een deel van de shoppers al meer op maat zijn gaan kopen en /of koken.

Geeft u voor onderstaande uitspraken aan in welke mate u het met de uitspraak eens dan wel oneens bent.

Alle respondenten (n=4.228, in %)

80% van de shoppers geeft aan zelf al iets te doen om voedselverspilling te voorkomen.

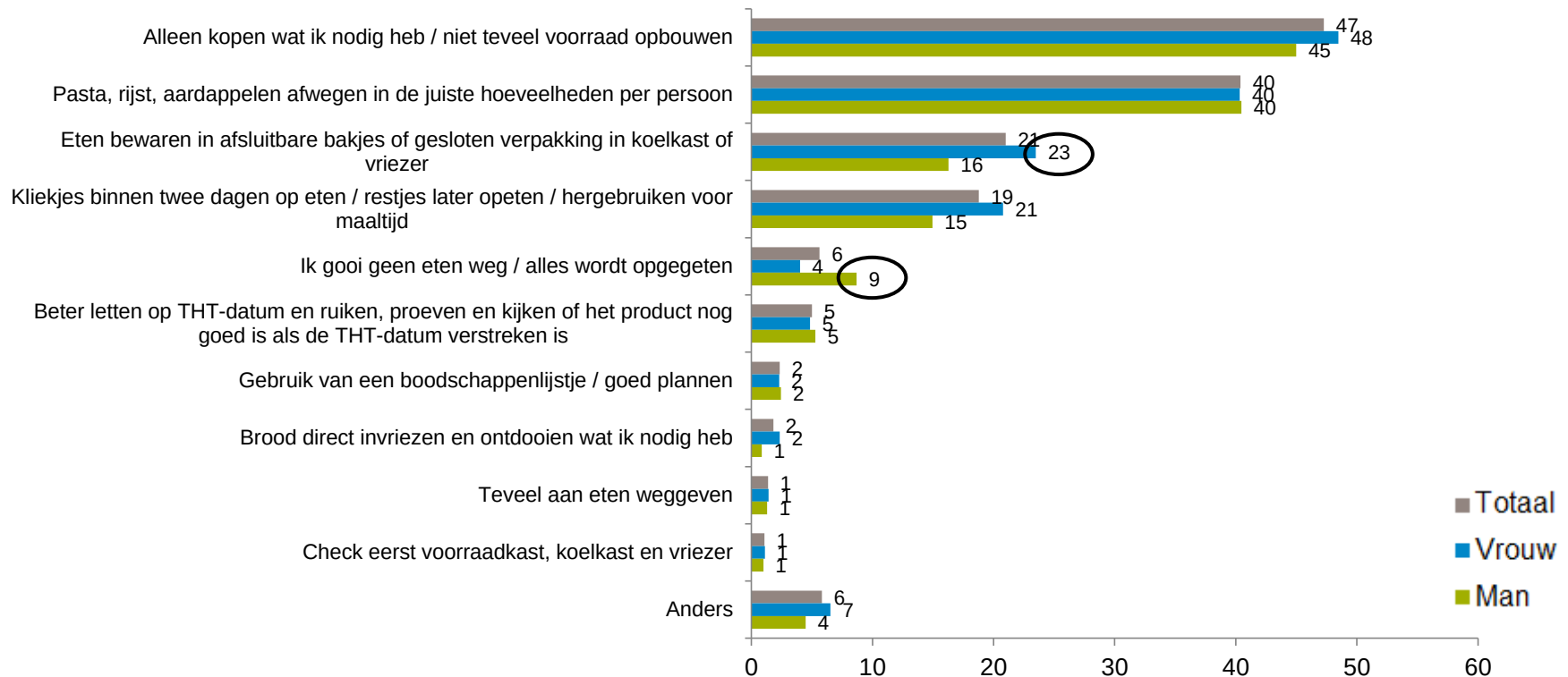


- ✓ Vrouwen geven relatief vaker dan mannen aan iets te doen om voedselverspilling te voorkomen (84% vs. 73%).
- ✓ 50 Plussers geven relatief vaker aan iets te doen om voedselverspilling te voorkomen dan andere leeftijdsklassen (85% en 88%).

Doet u zelf al iets om voedselverspilling te voorkomen?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

De voornaamste manieren waarop shoppers zelf thuis al voedselverspilling voorkomen, is op maat kopen (47%), op maat koken (40%), beter bewaren (21%) en de restjes opeten (19%).

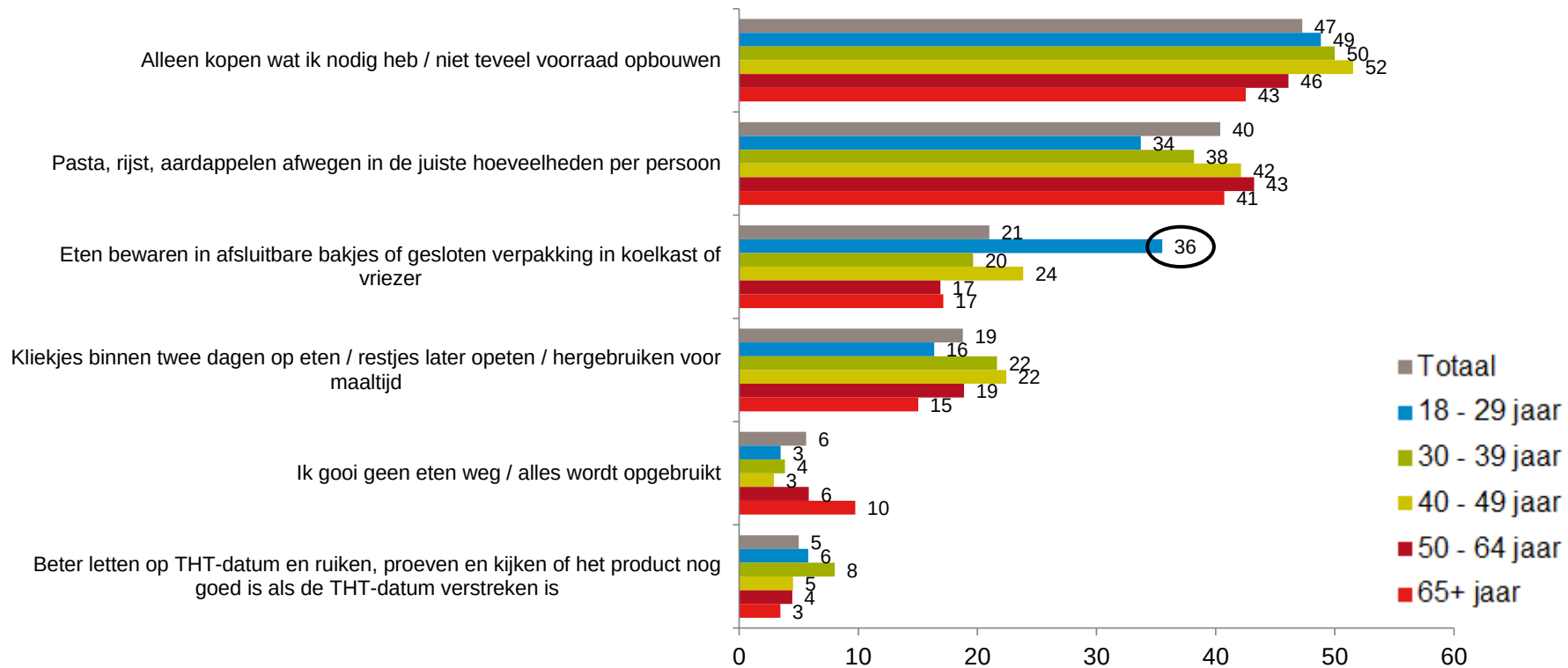


- ✓ Vrouwen geven relatief vaker als manier op; “eten te bewaren in afsluitbare bakjes op gesloten verpakking in koelkast of vriezer”, dan mannen (23% vs. 16%). Mannen geven relatief vaker als manier op; “ik gooi geen eten weg / alles wordt opgebruikt” (9% vs. 4%).
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder geven relatief vaker aan op maat te kopen (52%), gezinnen zonder kinderen zeggen relatief vaker op maat te koken (44%) en gezinnen met kinderen (6-17 jaar) eten vaker restjes op een ander moment nog op (31% en 33%).

Doet u zelf al iets om voedselverspilling te voorkomen?
Ja, namelijk...

Alle respondenten (n=1.641, in %)

18-29 jarigen geven relatief vaker aan voedselverspilling te voorkomen door eten beter te bewaren in afsluitbare bakjes of gesloten verpakking in koelkast of vriezer (36%).

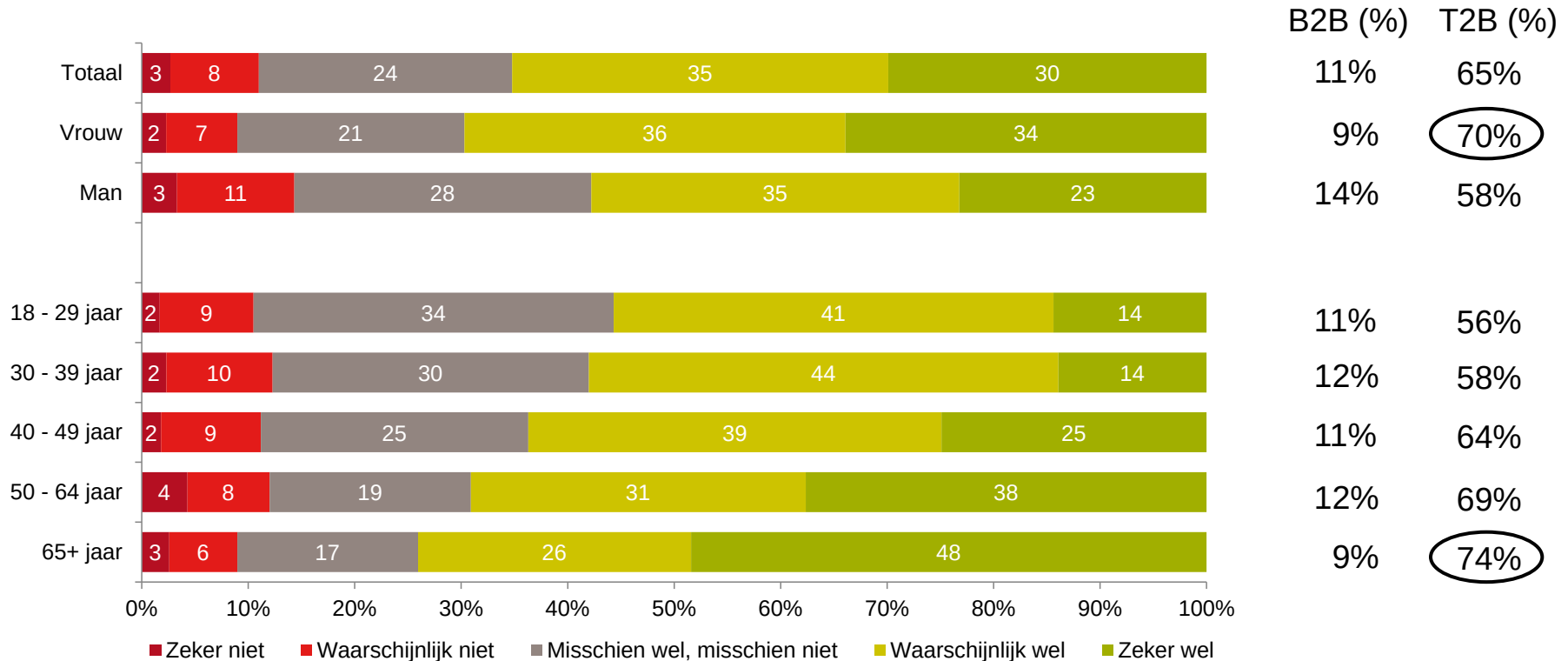


✓ Er zijn geen significante verschillen tussen de welstandsklassen.

Doet u zelf al iets om voedselverspilling te voorkomen?
Ja, namelijk... (top 6)

Alle respondenten (n= 1.641, in %)

65% van de shoppers geeft aan de intentie te hebben om voedselverspilling binnen het huishouden (verder) te verminderen. 11% van de shoppers waarschijnlijk tot zeker niet.

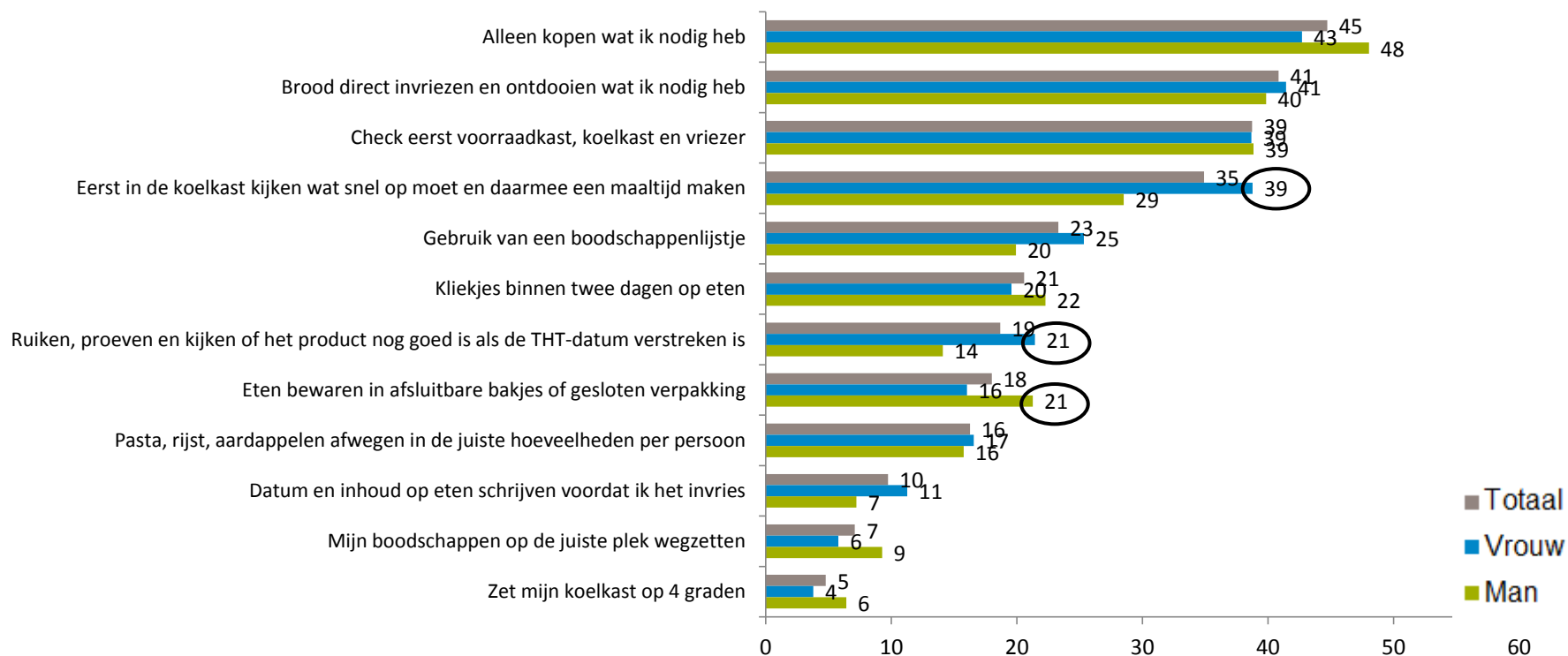


- ✓ Vrouwen geven relatief vaker dan mannen aan (waarschijnlijk tot zeker) de intentie te hebben om voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen (70% vs. 58%).
- ✓ Senioren (65+) hebben ook relatief vaker (waarschijnlijk tot zeker) de intentie tot vermindering van voedselverspilling (74%). 18-39 jarigen hebben relatief minder vaak die intentie (56% en 58%).
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar zijn relatief minder vaak van plan om de voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen (51%).

In hoeverre bent u op dit moment van plan om voedselverspilling binnen uw huishouden (verder) te verminderen?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Op maat kopen (45%), brood invriezen (41%), vooraf checken van voorraadkast e.d. (39%) en maaltijd samenstellen van producten die het dichtst tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten (35%), zijn de meest aansprekende manieren om voedselverspilling tegen te gaan.

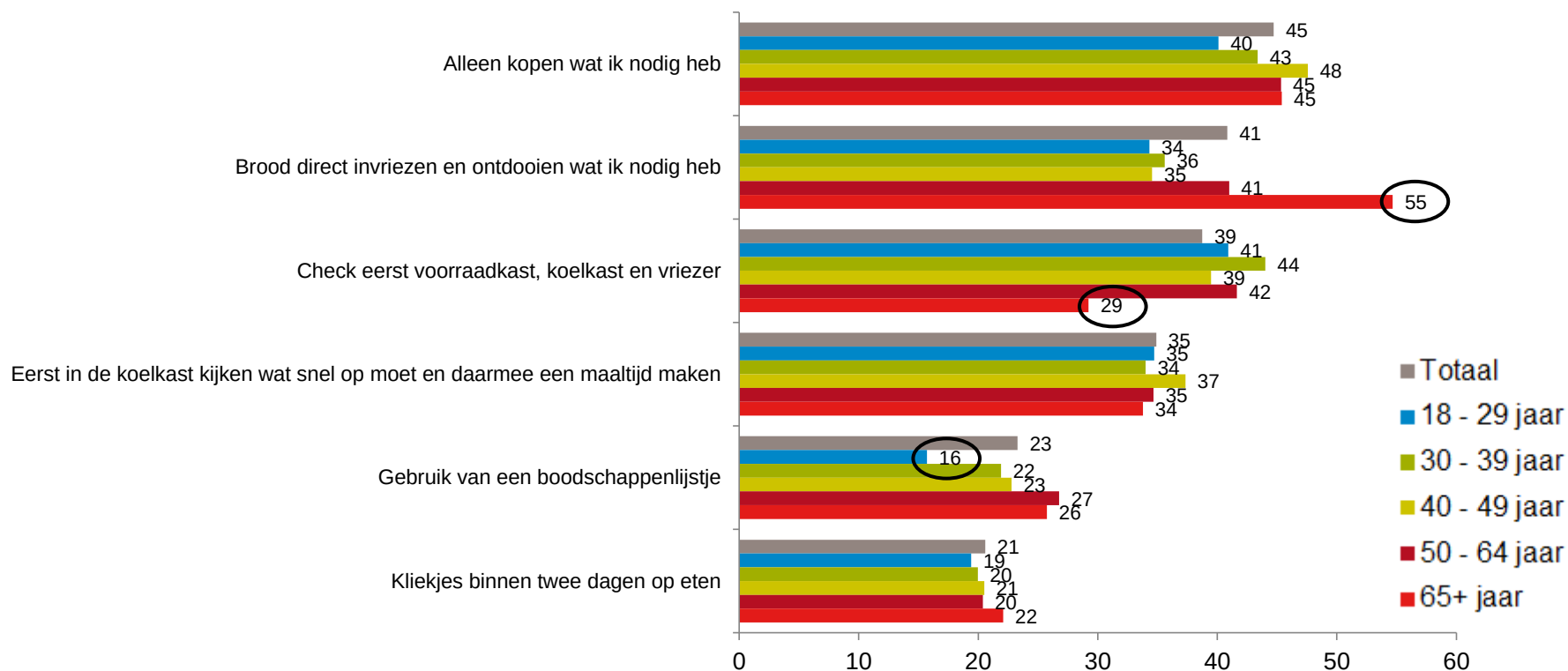


- ✓ Vrouwen spreekt een maaltijd samenstellen o.b.v. producten die het dichtst tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten (39%) en het inspecteren van producten die over deze datum zijn (21%) relatief vaker het meeste aan. Het beter bewaren van voedingsproducten spreekt mannen relatief vaker aan (21%).
- ✓ Op maat kopen wordt relatief vaker door alleenstaanden van 35 jaar en ouder als meest aansprekend genoemd (52%). Gezinnen (kind 6-12 jaar) spreekt het samenstellen van de maaltijd o.b.v. producten die het dichtst tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten relatief vaker aan (45%).

Welke van onderstaande mogelijkheden om minder voedsel te verspillen spreken u het meeste aan?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

Senioren noemen relatief vaker beter bewaren (22%) en brood invriezen (55%) als meest aansprekende manier. Het gebruik van een boodschappenlijstje wordt door 18-29 jarigen minder vaak aansprekend gevonden (16%).

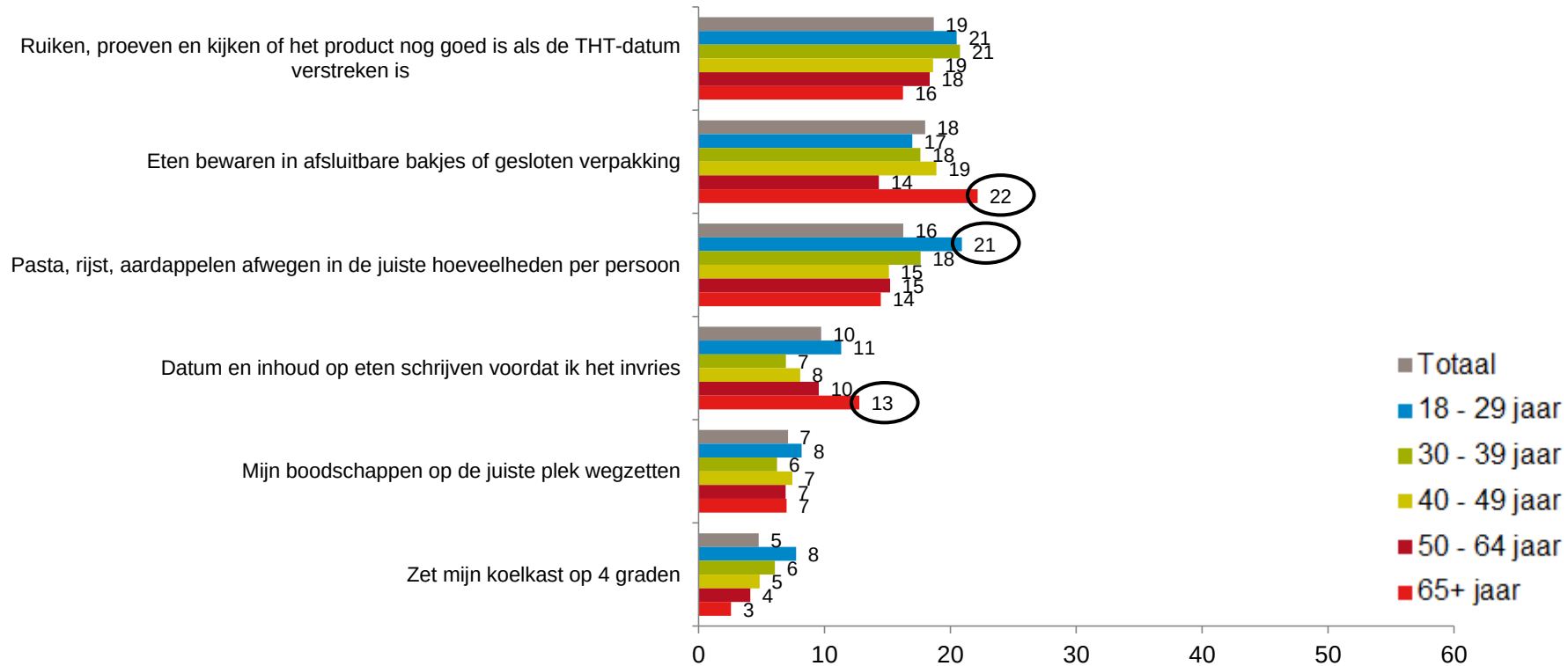


- ✓ Brood invriezen spreekt shoppers met een lagere welstand relatief vaker het meeste aan als manier om minder voedsel te verspillen (46%).

Welke van onderstaande mogelijkheden om minder voedsel te verspillen spreken u het meeste aan? (top 6)

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

Op maat koken wordt relatief vaker door 18-29 jarigen aansprekend gevonden (21%). Senioren spreekt beter bewaren (22%) en datum/inhoud notatie op verpakking bij invriezen vaker aan.



Welke van onderstaande mogelijkheden om minder voedsel te verspillen spreken u het meeste aan? (Bottom 6)

Alle respondenten (n=2.055, in %)

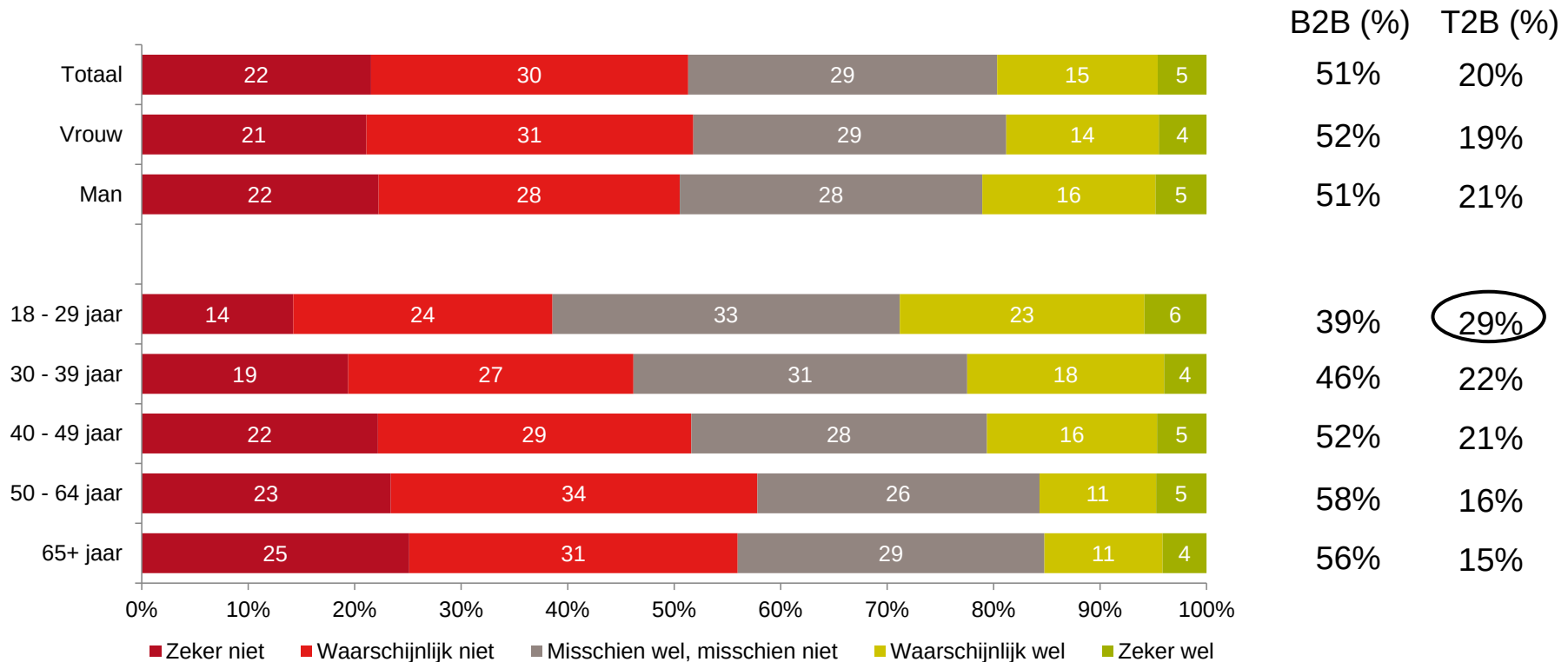
Informatie behoefte



eerlijk over eten
Voedingscentrum



20% van de shoppers geeft aan (waarschijnlijk tot zeker) behoefte te hebben aan informatie en/of tips met betrekking tot het verminderen van voedselverspilling. Jongeren hebben hier vaker behoefte aan dan ouderen.

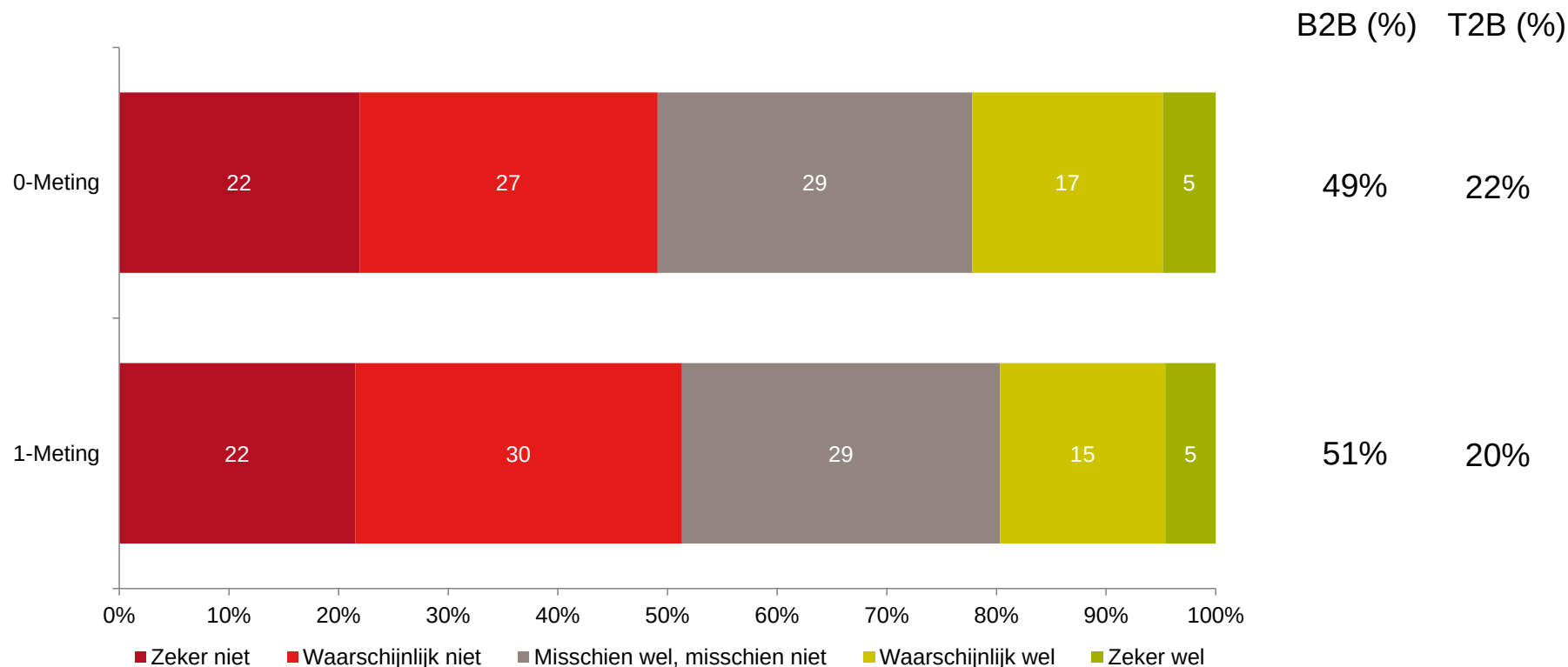


- ✓ 18-29 jarigen geven relatief vaker aan (waarschijnlijk tot zeker) behoefte te hebben aan informatie en/of tips (29%). 50+ hebben hier minder vaak behoefte aan (15%).
- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) geven relatief vaker aan behoefte te hebben aan informatie en/of tips (26%).

In welke mate heeft u behoefte aan informatie en/of tips met betrekking tot het verminderen van voedselverspilling?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

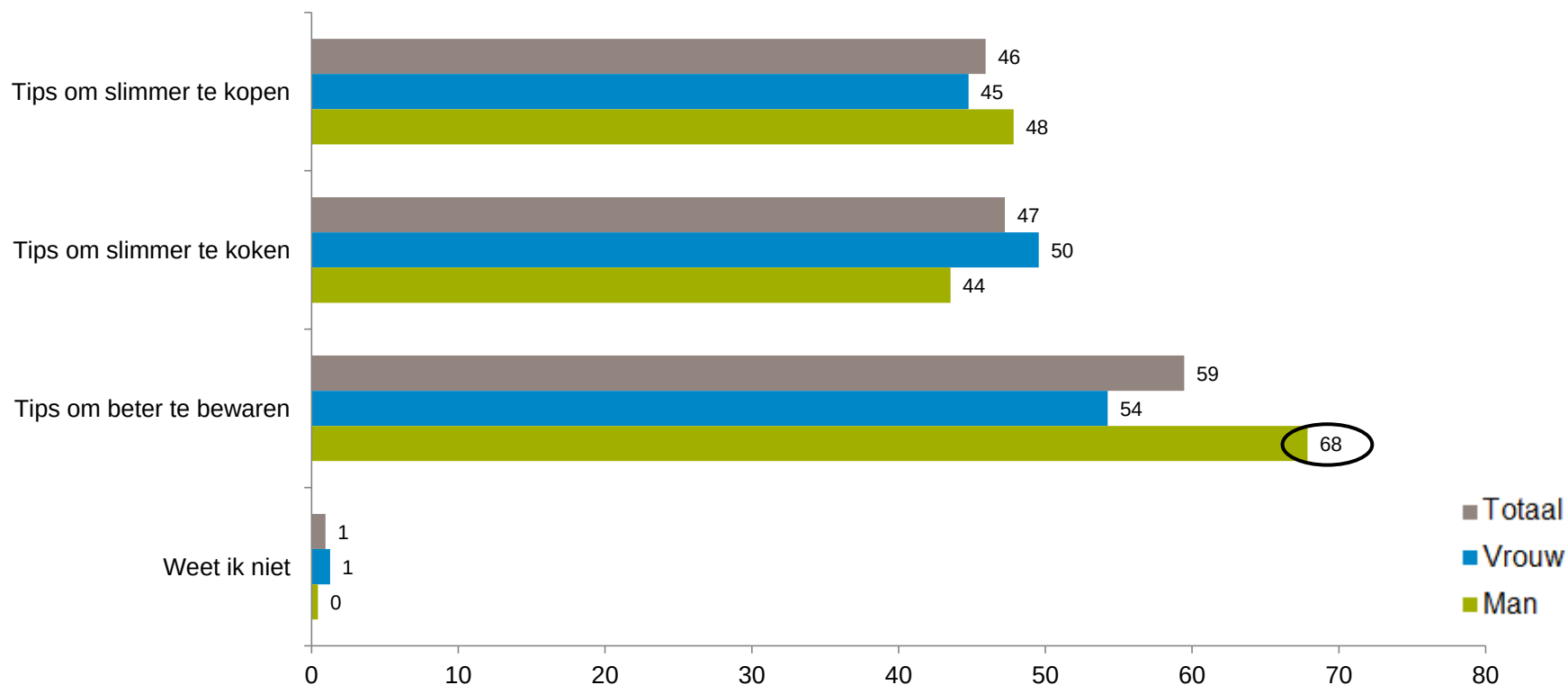
De behoefte onder shoppers naar informatie en/of tips met betrekking tot het verminderen van voedselverspilling is in 2013 in vergelijking met 2011 gelijk gebleven (20% vs. 22%).



In welke mate heeft u behoefte aan informatie en/of tips met betrekking tot het verminderen van voedselverspilling?

Alle respondenten (n= 4.228, in %)

De informatiebehoefte onder shoppers is het hoogst voor tips om beter te bewaren (59%).

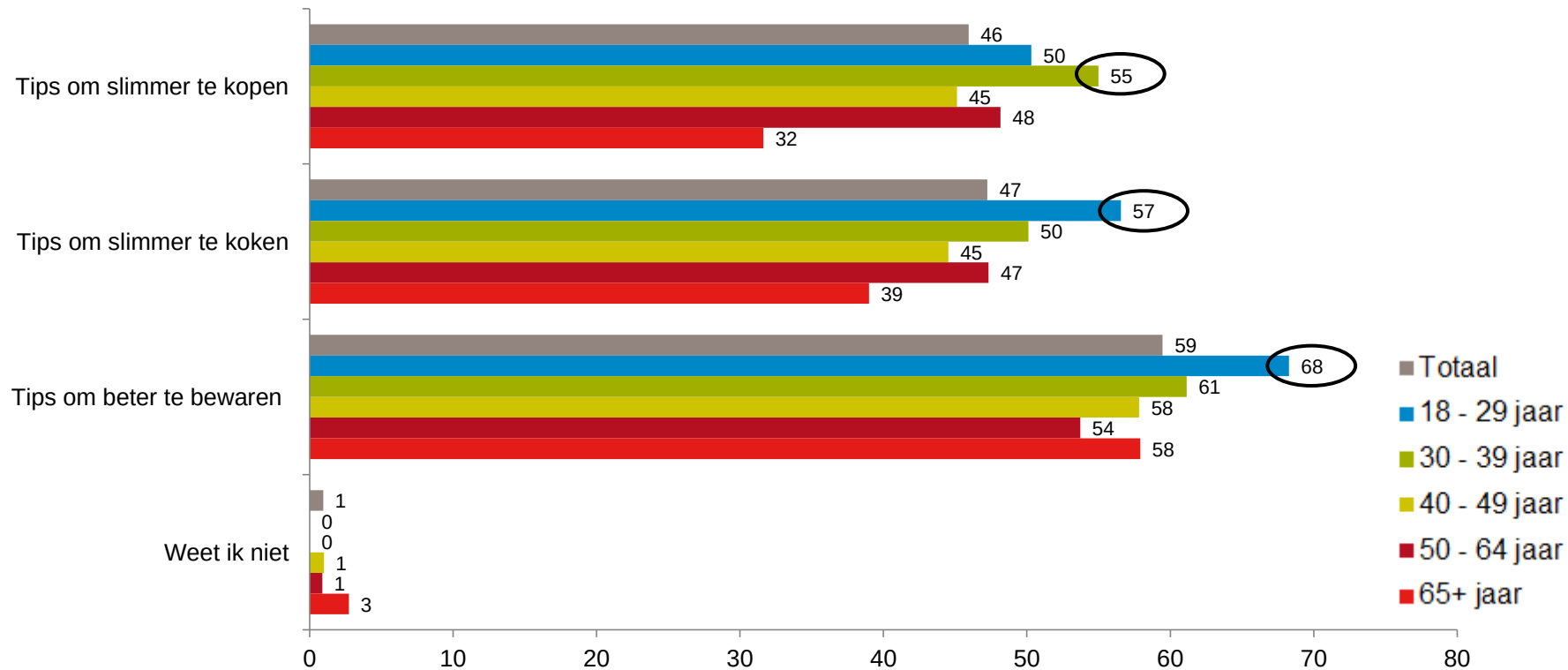


- ✓ Mannen hebben relatief vaker behoefte aan tips om beter te bewaren (68% vs. 54%).
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder hebben relatief vaker behoefte aan tips om beter te bewaren (66%).

Aan welke informatie en/of tips m.b.t het verminderen van voedselverspilling heeft u behoefte?

Alle respondenten die misschien tot zeker wel behoefte hebben aan informatie en/of tips m.b.t voedselverspilling (n=1.000, in %)

18-29 jarigen hebben relatief vaker behoefte aan tips om slimmer te koken (57%) en om beter te bewaren (68%).
30-39 jarigen relatief vaker aan tips om slimmer te kopen (55%).

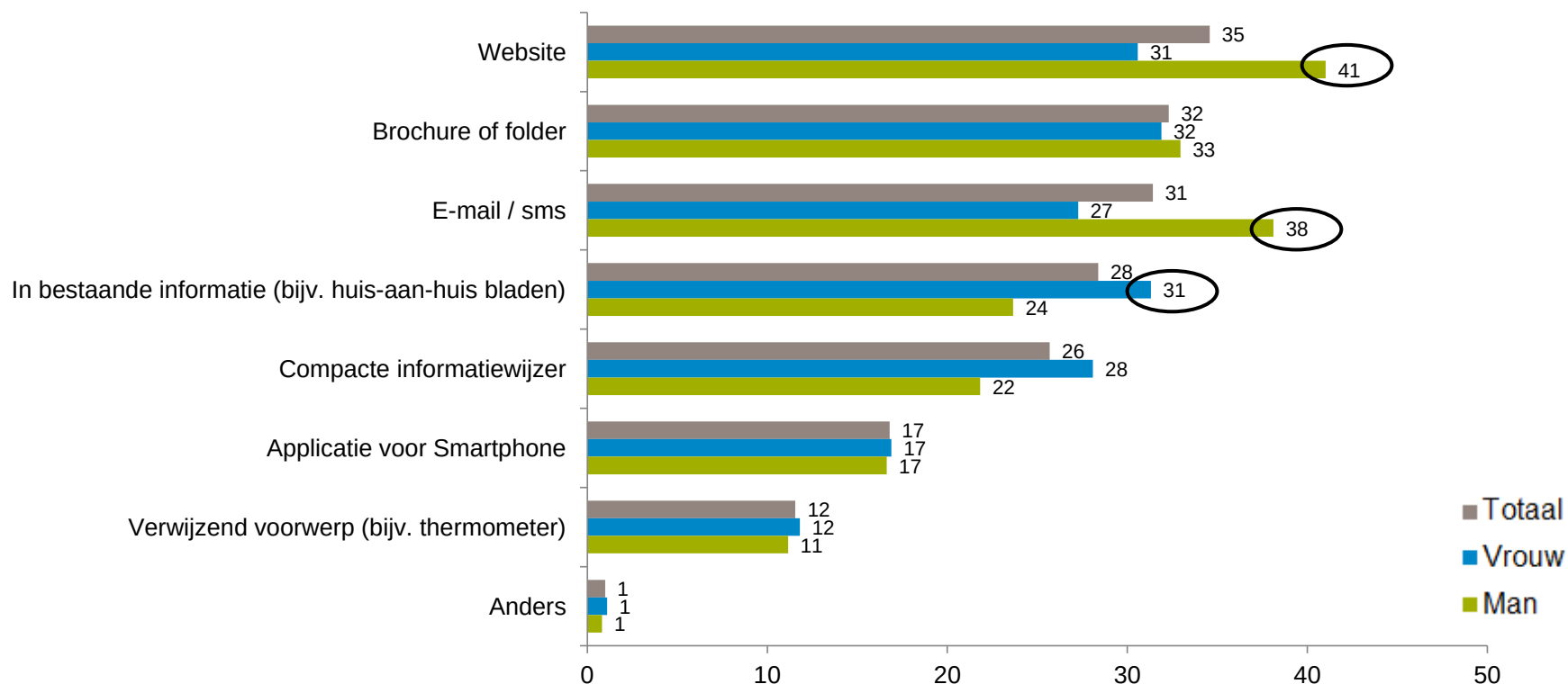


- ✓ Shoppers met een midden-hoge welstand geven relatief vaker aan behoefte te hebben aan tips om slimmer te kopen (53%).

Aan welke informatie en/of tips m.b.t het verminderen van voedselverspilling heeft u behoefte?

Alle respondenten die misschien tot zeker wel behoefte hebben aan informatie en/of tips m.b.t voedselverspilling (n=1.000, in %)

Shoppers met een behoefte aan informatie en/of tips met betrekking tot voedselverspilling verkrijgen deze bij voorkeur via website (35%), brochure of folder (32%) of email/sms (31%).

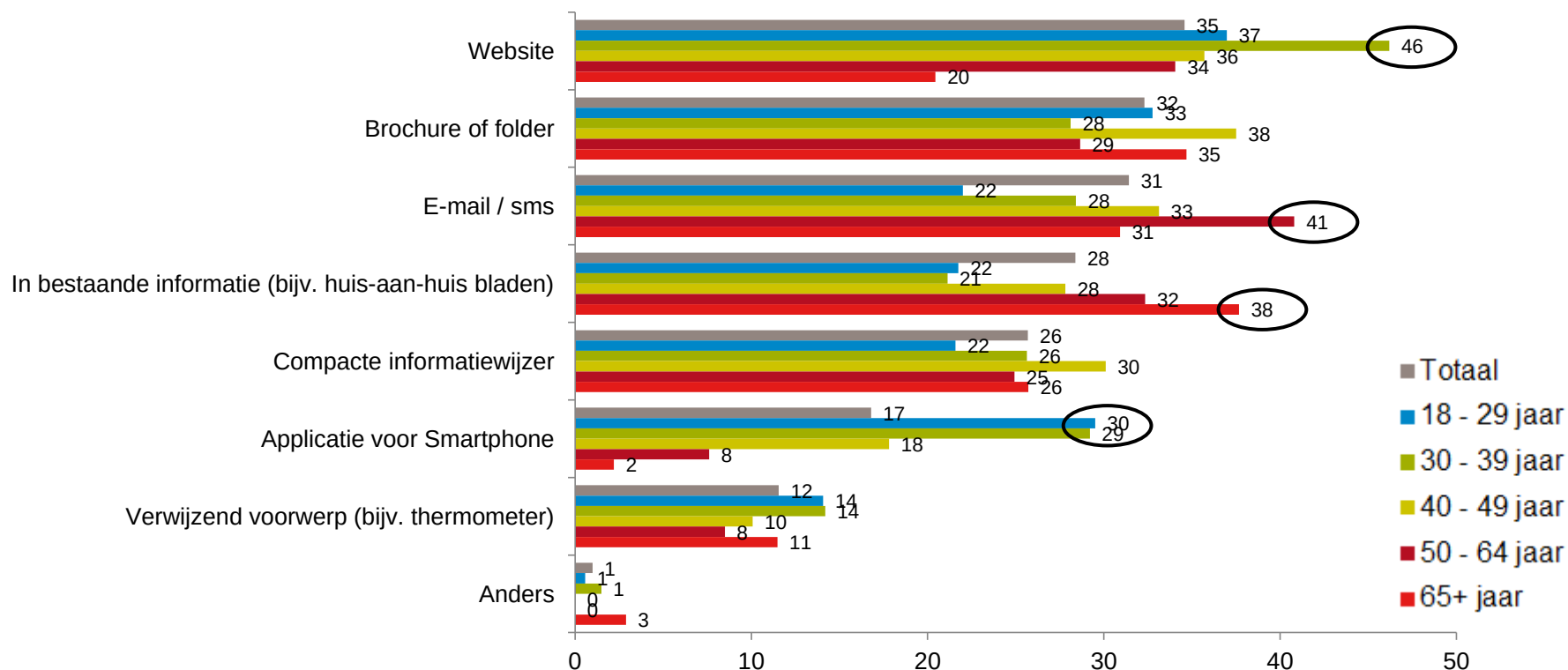


- ✓ Mannen hebben relatief vaker een voorkeur voor website en/of email/sms dan vrouwen (41% vs. 31% en 38% vs. 27%). Vrouwen kiezen relatief vaker bestaande informatie (bijv. huis-aan-huis bladen) (31%).
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar en gezinnen (kind 0-5 jaar) verkrijgen bij voorkeur relatief vaker de informatie via een applicatie op de smartphone (beiden 27%). Website wordt door gezinnen (kind 0-5 jaar) ook relatief vaker genoemd (45%). Alleenstaanden van 35 en ouder kiezen relatief vaker email/sms (38%) en gezinnen (kind 6-12 jaar) brochure of folder (44%).

Op welke manier zou u deze informatie willen verkrijgen?

Alle respondenten die misschien tot zeker wel behoefte hebben aan informatie en/of tips m.b.t. voedselverspilling (n=1.000, in %)

18-39 jarigen zouden relatief vaker informatie willen verkrijgen via een applicatie voor de smartphone (30% en 29%). 30-39 jarigen hebben daarnaast ook relatief vaker een voorkeur voor website (46%).

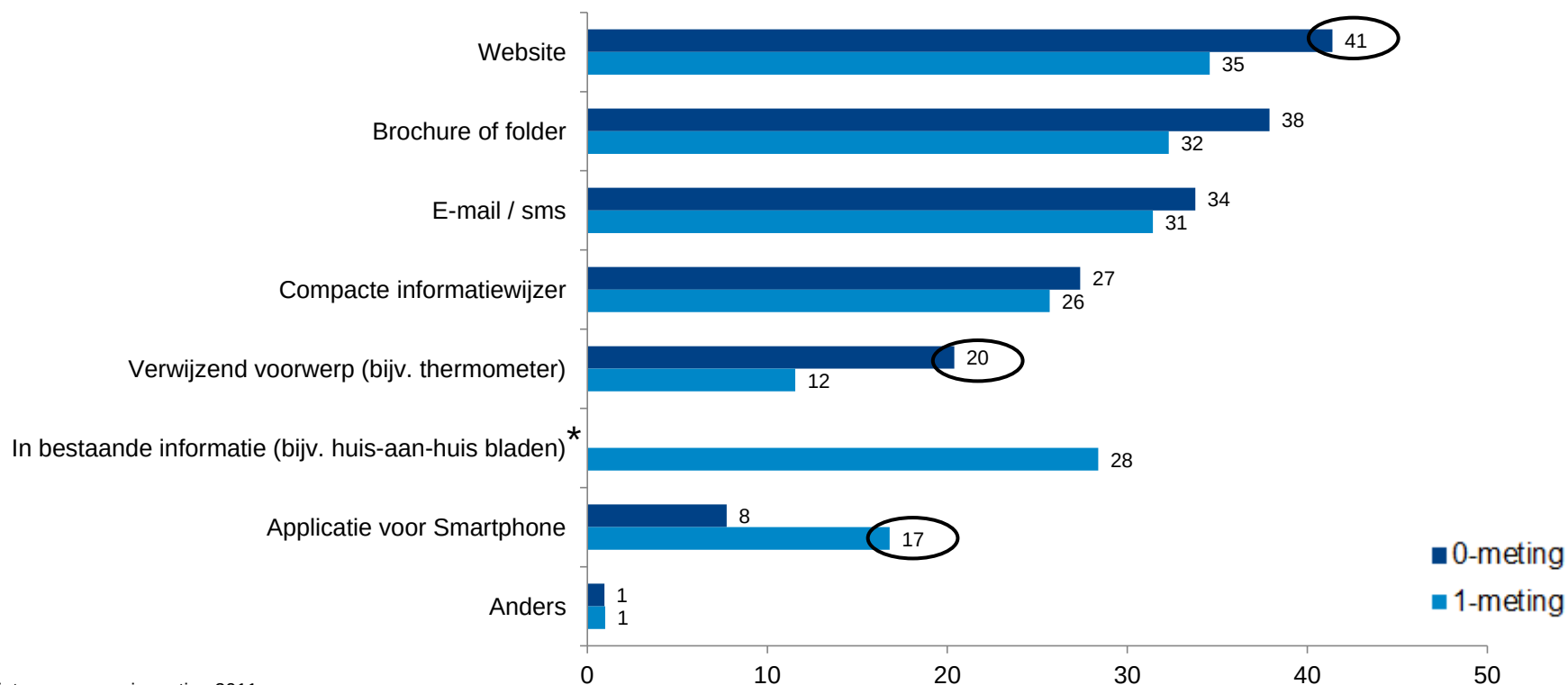


- ✓ 50-64 jarigen wensen relatief vaker informatie per email/sms te verkrijgen (41%) en senioren (65+) vaker via bestaande informatie (38%).
- ✓ Shoppers met een hoge welstand verkrijgen de informatie bij voorkeur relatief vaker via website (42%) en shoppers met een midden-hoge welstand via een applicatie op de smartphone (25%).

Op welke manier zou u deze informatie willen verkrijgen?

Alle respondenten die misschien tot zeker wel behoefte hebben aan informatie en/of tips m.b.t voedselverspilling (n=1.000, in %)

Vergeleken met 2011 geven shoppers in 2013 relatief vaker aan de informatie via een applicatie op de smartphone te willen verkrijgen (17% vs. 8%). Minder vaak dan in 2011 kiest de shopper voor website of verwijzend voorwerp.



* Niet opgenomen in meting 2011.

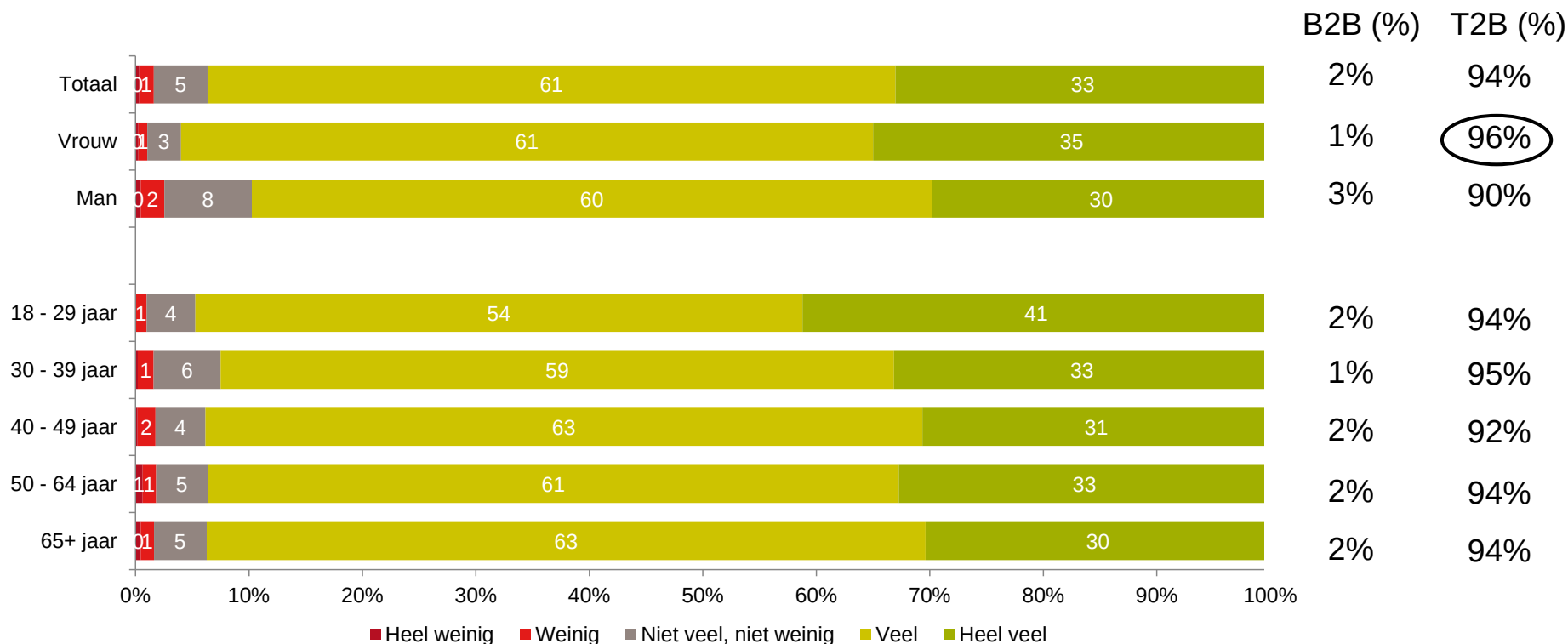
Op welke manier zou u deze informatie willen verkrijgen?

Alle respondenten die misschien tot zeker wel behoefte hebben aan informatie en/of tips m.b.t voedselverspilling (n=2.106, in %)

Kennis en bewustwording over omvang en gevolgen voedselverspilling



94% van de shoppers denkt dat er in Nederlandse huishoudens jaarlijks veel tot heel veel eten weggegooid en daarmee verspild wordt.

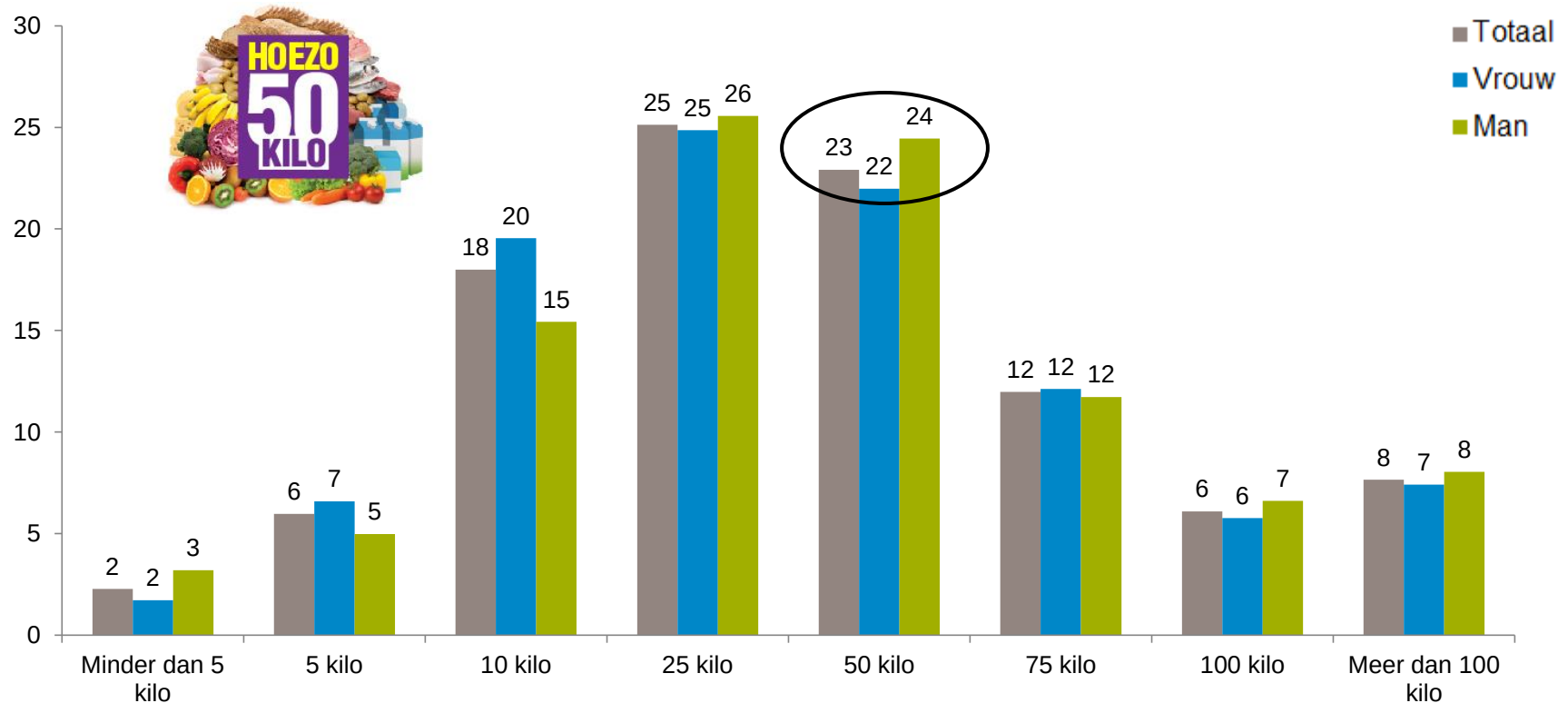


✓ Vrouwen zijn deze mening relatief vaker aangedaan dan mannen (96% vs. 90%).

Hoeveel eetbaar voedsel denkt u dat consumenten per jaar in Nederland thuis weggooiën?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

23% van de shoppers gaf het juiste antwoord van 50 kilo aan eetbaar voedsel dat er gemiddeld per persoon in elk huishouden in Nederland jaarlijks verspild wordt. 51% schatte een lager aantal kilo's aan voedselverspilling per persoon in.

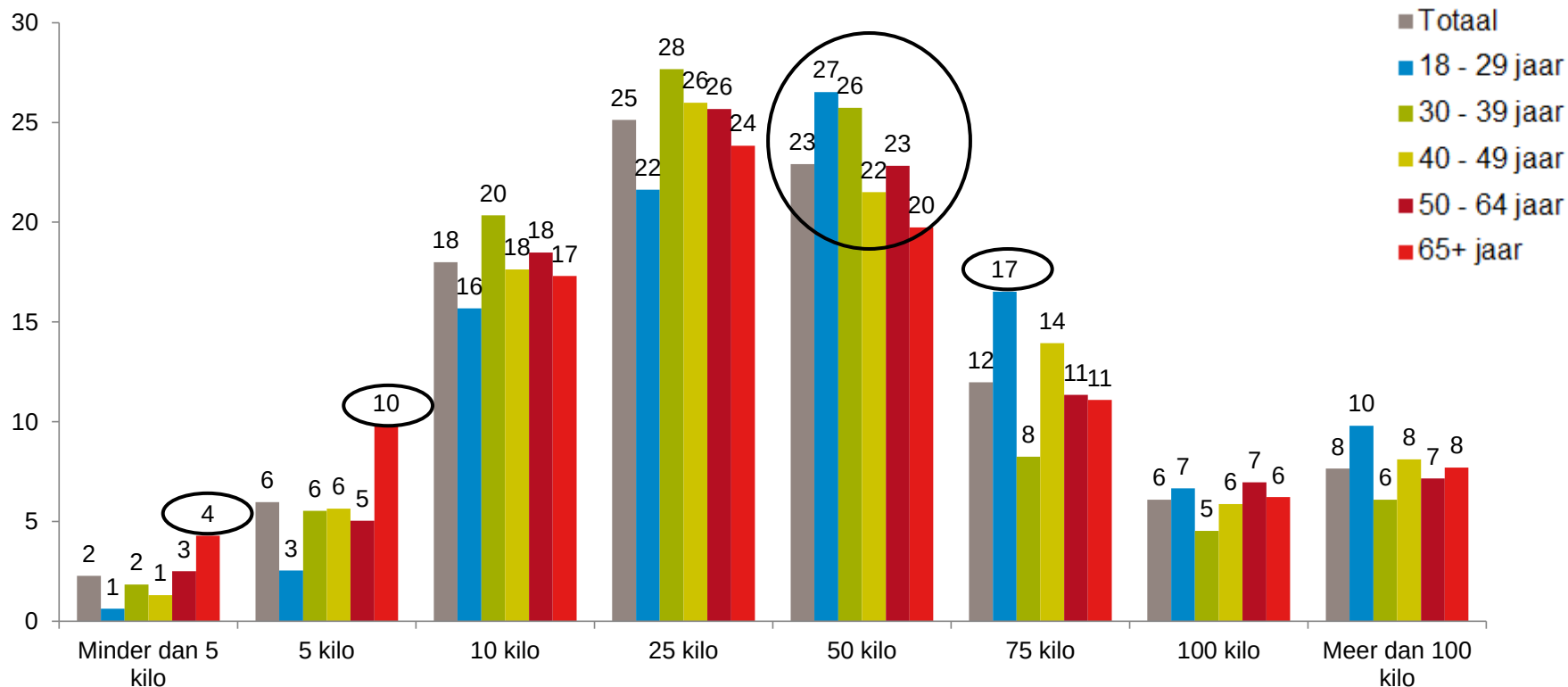


- ✓ Er zijn geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen.
- ✓ Alleenstaanden jonger dan 35 jaar schatten relatief vaker 50 kilo als gemiddeld verspild eetbaar voedsel per persoon per jaar. (32%).
- ✓ In 2011 schatte een vergelijkbaar percentage van 27% het bedrag goed in dat per persoon jaarlijks aan eetbaar voedsel wordt verspild (100-150 euro per persoon).

Hoeveel kilo eetbaar voedsel schat u dat er gemiddeld per persoon per jaar in Nederland thuis wordt weggegooid?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

18-29 jarigen schatten relatief vaker een hoger aantal kilo aan verspild eetbaar voedsel in per persoon per jaar (+50 kilo is 33%).

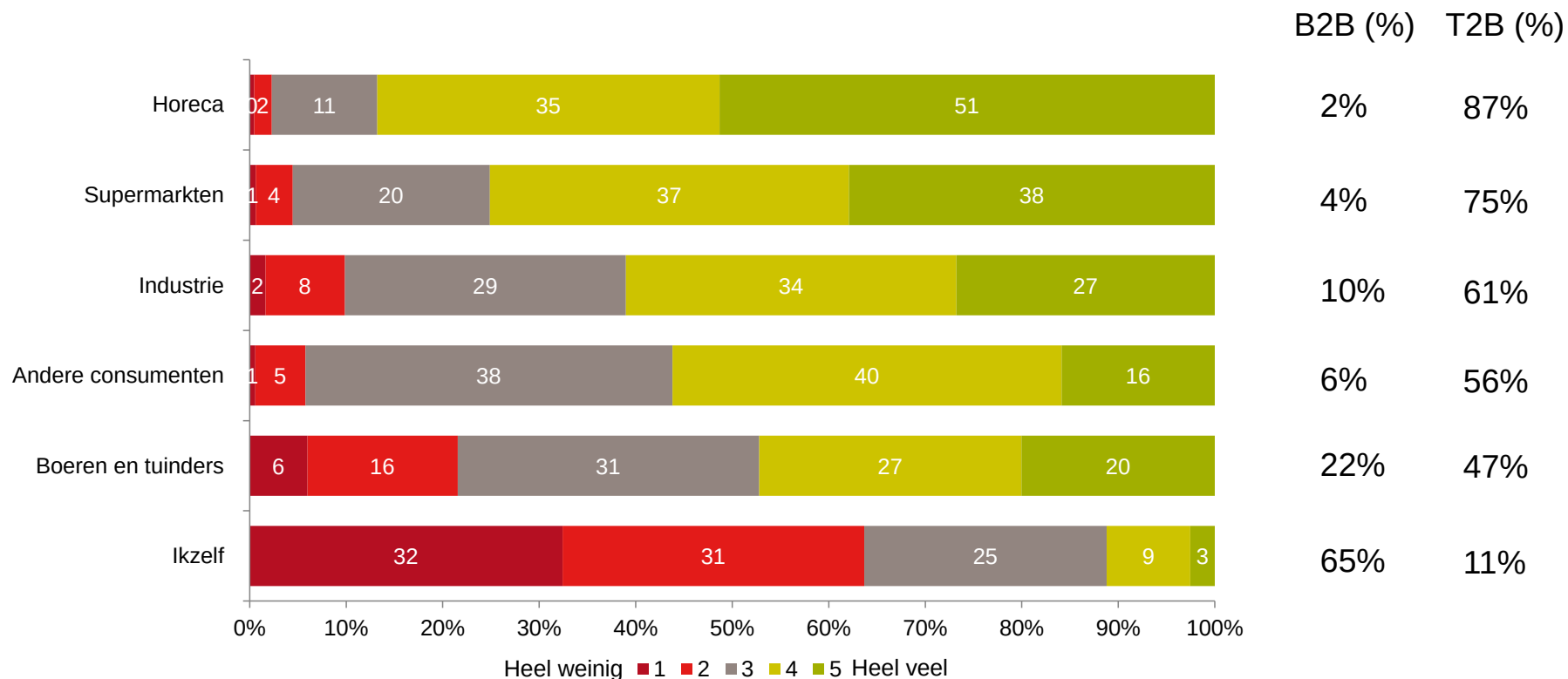


- ✓ Senioren (65+) schatten relatief vaker het aantal kilo aan verspild eten in op 5 kilo (10%) of minder dan 5 kilo (4%).
- ✓ Shoppers met een lage welstand schatten relatief vaker het aantal kilo aan verspild voedsel per persoon per jaar hoger in dan 50 kilo (30%).

Hoeveel kilo eetbaar voedsel schat u dat er gemiddeld per persoon per jaar in Nederland thuis wordt weggegooid?

Alle respondenten (n=2.055, in %)

Horeca en supermarkten worden door shoppers gezien als de grootste verspillers van voedsel. Opmerkelijk is dat andere consumenten (56%) veel vaker worden genoemd als verspiller dan “ikzelf” (11%).



Hoeveel eetbaar voedsel wordt er door onderstaande partijen per jaar in Nederland weggegooid?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

Vrouwen zijn relatief vaker van mening dan mannen dat horeca en industrie (heel) veel voedsel verspillen (89% vs. 83% en 64% vs. 55%).

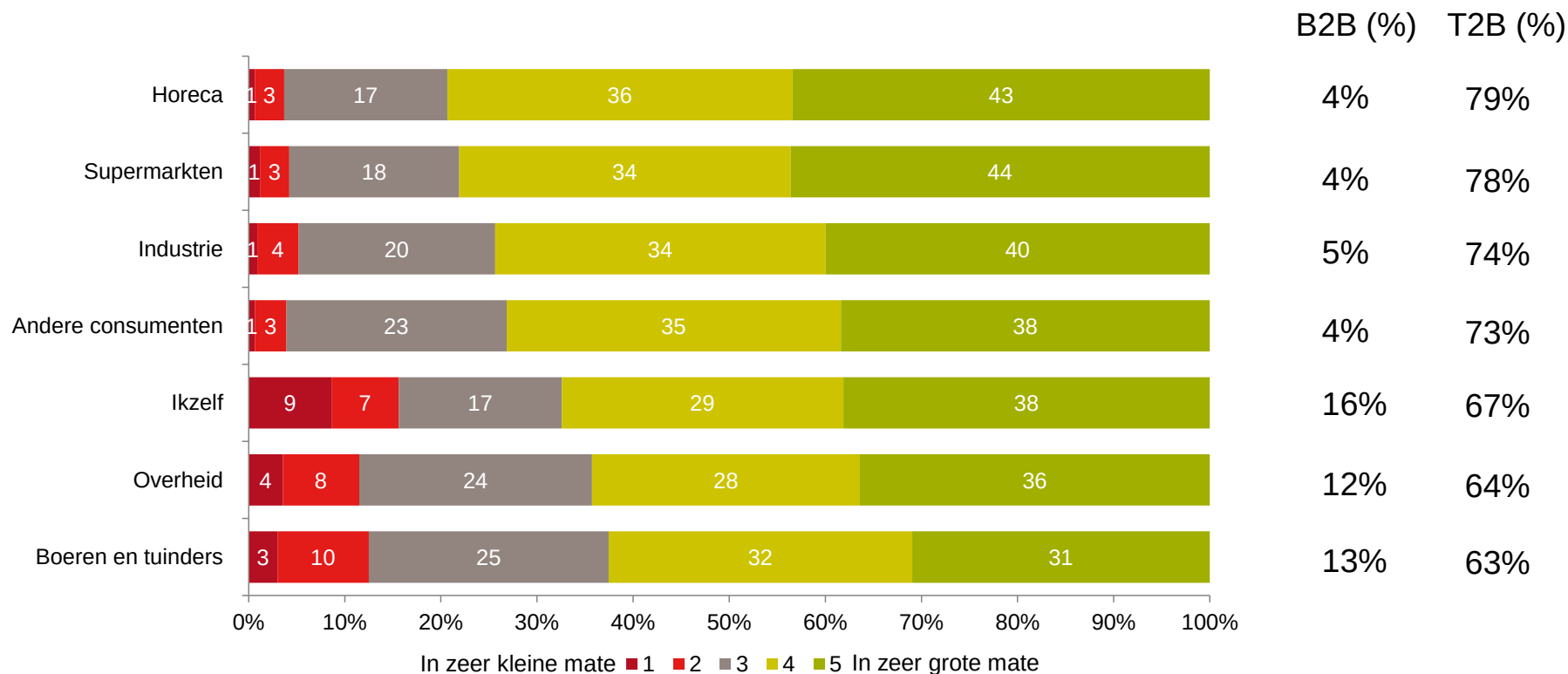
TOP 2 BOX	Totaal		Vrouw	Man		18-29	30-39	40-49	50-64	65+
Horeca	87		89	83		87	89	86	86	86
Supermarkten	75		77	72		83	79	77	75	65
Industrie	61		64	55		65	61	61	60	60
Boeren en tuinders	47		47	48		43	46	48	48	48
Ikzelf	11		12	10		22	16	13	9	2
Andere consumenten	56		58	54		62	60	56	58	48

- ✓ 18-29 jarigen vinden relatief vaker dat supermarkten jaarlijks (heel) veel eetbaar voedsel weggooien. Daarnaast vinden 18-29 jarigen maar ook 30-39 jarigen relatief vaker dat zichzelf (heel) veel eetbaar voedsel verspillen op jaarbasis.
- ✓ Alleenstaanden van 35 jaar en ouder vinden relatief vaker dat boeren en tuinders (heel) veel voedsel weggooien (52%). Alleenstaanden jonger dan 35 jaar en gezinnen (kind 0-5 jaar) vinden relatief vaker dat zichzelf (heel) veel voedsel verspillen (16% en 22%).
- ✓ Shoppers met een hoge welstand vinden relatief vaker dat horeca, supermarkten en zichzelf (heel) veel eetbaar voedsel verspillen (91%. 80% en 15%).

Hoeveel eetbaar voedsel wordt er door onderstaande partijen per jaar in Nederland weggegooid?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

Een ruime meerderheid van de shoppers vindt dat elke partij een verantwoordelijkheid heeft als het gaat om vermindering van voedselverspilling. Horeca en supermarkten hebben volgens consumenten echter de grootste verantwoordelijkheid (79% en 78%).



- ✓ De shoppers dichten zowel zichzelf als andere consumenten meer verantwoordelijkheid toe dan de overheid en de boeren en tuinders.

In welke mate vindt u onderstaande partijen verantwoordelijk om voedselverspilling te verminderen?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

Vrouwen zijn relatief vaker van mening dan mannen dat horeca, boeren en tuinders, overheid, andere consumenten en zichzelf in (zeer) grote mate verantwoordelijkheid hebben om voedselverspilling te verminderen.

TOP 2 BOX	Totaal		Vrouw	Man		18-29	30-39	40-49	50-64	65+
Horeca	79		82	75		78	78	77	81	82
Supermarkten	78		80	75		80	79	77	80	75
Industrie	74		77	71		72	75	74	76	74
Boeren en tuinders	63		66	57		61	61	63	65	61
Overheid	64		68	58		64	64	60	67	65
Ikzelf	67		72	60		70	72	69	71	57
Andere consumenten	73		77	67		73	76	74	77	66

- ✓ 50-64 jarigen vinden de mate van verantwoordelijkheid die andere consumenten en zichzelf hebben om voedselverspilling te verminderen relatief vaker (zeer) groot (71% en 77%).
- ✓ Gezinnen (kind 0-5 jaar) vinden de mate waarin zichzelf verantwoordelijkheid hebben om voedselverspilling te verminderen relatief vaker (zeer) groot (74%). Gezinnen (kind 6-12 jaar) vinden relatief vaker de verantwoordelijkheid van andere consumenten (zeer) groot (81%).
- ✓ Shoppers met een hoge welstand vinden de mate waarin horeca, supermarkten, boeren en tuinders, andere consumenten en zichzelf verantwoordelijkheid hebben om voedselverspilling te verminderen relatief vaker (zeer) groot (resp. 84%, 82%, 68%, 81% en 76%).

In welke mate vindt u onderstaande partijen verantwoordelijk om voedselverspilling te verminderen?

Alle respondenten (n= 2.055, in %)

3. Samenvatting

Houdbaarheidsdatum

- 58% van de shoppers 'inspecteert' een voedingsproduct dat de houdbaarheidsdatum heeft overschreden alvorens te besluiten wat er mee te doen. Dit zijn relatief vaker vrouwen en alleenstaanden jonger dan 35 jaar.
- 16% gooit bij het overschrijden van de houdbaarheidsdatum het voedingsproduct direct weg, in de meting van 2011 was dit nog 20%. Dit zijn voornamelijk 30-49 jarigen en gezinnen met kind (0-5 jaar).
- Alhoewel 53% aangeeft het definitieverschil tussen de THT- en TGT-datum te kennen, een toename vergeleken met 2011 (45%), weet hiervan 68% (37% van totaal) ook daadwerkelijk het definitieverschil tussen beide houdbaarheidsdata. Doelgroepen die relatief minder bekend zijn met het definitieverschil zijn senioren (65+) en shoppers met een lage welstand.

Conclusie & aanbeveling

Meer shoppers 'inspecteren' tegenwoordig een voedingsproduct wat de houdbaarheidsdatum heeft overschreden dan voorheen in 2011. Een positieve gedragsontwikkeling die wellicht nog breder getrokken kan worden bij meer bekendheid van de THT- en TGT-datum.

Tot op heden is 37% van de shoppers bekend met het definitieverschil tussen de houdbaarheidsdata. Hier valt nog winst te behalen. Blijf de doelgroep wijzen op het verschil in THT- en TGT-datum en benadruk opnieuw dat producten waarvan de THT-datum verstreken is niet per definitie niet meer eetbaar zijn. Besteed hierbij extra aandacht aan de senioren (65+) en shoppers met lage welstand.

Boodschappenlijstje

- 57% van de shoppers doet meestal tot altijd boodschappen met behulp van een boodschappenlijstje. 25% geeft aan dit zelden tot nooit te gebruiken. Dit zijn relatief vaker mannen, 18-29 jarigen en gezinnen zonder kinderen. Het aantal shoppers dat meestal tot altijd een boodschappenlijstje gebruikt is gelijk gebleven ten opzichte van 2011.

Conclusie & aanbeveling

Het gebruik van een boodschappenlijstje helpt shoppers op maat in te kopen en kan daarmee voedselverspilling helpen voorkomen. Besteed daarom meer aandacht aan de voordelen voor het gebruik van een boodschappenlijstje. Richt je hierbij met name op mannen en 18-29 jarigen, de doelgroepen die zelden tot nooit een boodschappenlijstje gebruiken.

Op maat koken

- 44% van de shoppers geeft aan de hoeveelheid macaroni benodigd voor een maaltijd voor 4 personen, op gevoel te bepalen, 13% gebruikt hiervoor gewoon een volledig pak. Slechts 48% geeft aan op basis van ratio de benodigde hoeveelheid te bepalen. Voornamelijk gezinnen (kind 0-5 jaar) bepalen de benodigde hoeveelheid vaker op gevoel en gezinnen (kind 6-17 jaar) doen relatief vaker de volledige inhoud van het pak in de pan.

Conclusie & aanbeveling

Koken op basis van ratio in plaats van gevoel helpt voedselverspilling te voorkomen. Besteed daarom meer aandacht aan de benodigde hoeveelheden aan voedingsproducten per persoon en het afmeten daarvan om shoppers te helpen niet meer op gevoel te koken. Richt je hierbij met name op de gezinnen met kinderen.

Koelkasttemperatuur

- 53% van de shoppers geeft aan de koelkast wel eens op temperatuur te controleren. 18-29 jarigen, alleenstaanden jonger dan 35 jaar, gezinnen (kind 0-5 jaar) en shoppers met een hoge welstand doen dit vaker niet.
- 70% van de shoppers geeft aan te weten op welke temperatuur de koelkast moet staan. Vrouwen, 18-29 jarigen en alleenstaanden jonger dan 35 jaar weten dit vaker niet.
- 22% (15% van alle shoppers) weet daadwerkelijk dat de temperatuur van de koelkast op 4°C moet staan. Vergeleken met 2011 is de kennis onder shoppers over de juiste koelkasttemperatuur toegenomen van 16% naar 22%. Senioren (65+) weten relatief minder vaak dat de temperatuur van de koelkast op deze stand moet staan.

Conclusie & aanbeveling

Bijna een kwart van de shoppers is op de hoogte van de juiste koelkasttemperatuur, maar driekwart dus nog niet. Shoppers zouden ook wat vaker de koelkasttemperatuur mogen controleren. Maak vooral de 18-29 jarigen en senioren (65+) attent op de voorgeschreven koelkasttemperatuur.

Verspilgedrag

- 38% van de shoppers geeft aan in twee dagen tijd eten of drinken te hebben weggegooid. Dit percentage is gelijk aan dat van 2011. De voedselverspilling komt relatief vaker voor onder 18-39 jarigen, gezinnen (kind 0-5 jaar) en shoppers met hoge welstand.
- Het voornaamste eetmoment waarbij eten en drinken wordt weggegooid is het diner (55%). Vergeleken met 2011 wordt er in 2013 relatief vaker tussendoor eten en drinken weggegooid. Rondom het diner worden voornamelijk groenten en aardappelen weggegooid. Ook brood en fruit worden rondom andere eetmomenten vaak weggegooid.
- De belangrijkste redenen waarom shoppers eten en drinken weggooien, is omdat men te veel had gekookt/bereid (27%), men de restjes op een later moment niet meer heeft opgegeten (25%) en producten op verkeerde wijze had bewaard (22%). Senioren (65+) en shoppers met lage welstand gooien relatief vaker eten of drinken weg omdat er te veel van in een verpakking zat.
- De reden op verkeerde wijze bewaard (22%), is sterk toegenomen ten opzichte van 2011 (8%). Daarentegen is minder vaak eten of drinken weggegooid omdat de houdbaarheidsdatum was verstreken (in 2011; 33% en in 2013; 18%). Dit komt wel relatief vaker voor onder 18-29 jarigen. De voornaamste verklaring hiervoor is dat men vergat het product in huis te hebben (ook in 2011). Dit komt vaker voor bij mannen.

Conclusie & aanbeveling

Eten en drinken wordt nog voornamelijk weggegooid omdat er te veel van is gekookt/bereid, restjes niet meer worden opgegeten of omdat voedingsproducten op verkeerde wijze zijn bewaard. Aandacht voor bewaren blijft hierin belangrijk.

Alternatieve routes van weggooien

- 76% van de shoppers geeft aan wel eens brood weg te gooien. 49% van hen geeft het brood aan de dieren buiten, 31% gooit het weg in de groenbak en 28% gooit het bij het restafval. 30% van de shoppers die brood weggooien, gooit hooguit een paar sneetjes/bolletjes per week weg, 25% hooguit een paar hapjes. Senioren (65+) en shoppers met lage welstand geven vaker aan geen brood weg te gooien.
- 68% van de shoppers geeft aan wel eens melk(-producten) weg te gooien. Dit gebeurt dan hoofdzakelijk in de gootsteen (71%). 63% van de shoppers die melk(-producten) weggooien, gooien hooguit een paar hapjes/slokjes weg. Senioren (65+) en shoppers met lage welstand geven vaker aan geen melk (-producten) weg te gooien.
- 86% van de shoppers geeft aan wel eens groente, fruit en/of aardappelen weg te gooien. 56% van deze shoppers gooit dit weg in de groenbak en 33% bij het restafval. 48% van de shoppers die groente, fruit en aardappelen weggooien, gooit wekelijks hooguit een paar hapjes weg, 23% hooguit een half stuk en 18% een heel stuk. Senioren (65+) en shoppers met lage welstand geven vaker aan geen groente, fruit en/of aardappelen weg te gooien.

Conclusie & aanbeveling

Shoppers geven aan vaker groente, fruit en aardappelen weg te gooien dan brood en melk(-producten). 18% gooit op weekbasis een heel stuk groente, fruit of aardappel weg en 30% een paar sneetjes/bolletjes. Wellicht dat met slimmer kopen en beter bewaren dit in de toekomst zou kunnen worden verminderd.

Het merendeel van de shoppers verwijdt producten via de groenbak. Toch is er nog een deel van de shoppers dat deze producten weggooit bij het restafval (mogelijk bij gebrek aan een groenbak?).

Voorkomen verspilling

- 72% van de shoppers heeft het gevoel zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het verminderen van voedselverspilling. Shoppers zijn bereid dit te doen door op maat koken, op maat te kopen en beter te bewaren. Die bereidheid ligt hoger onder vrouwen, alleenstaanden van 35 jaar en ouder en senioren (65+). De bereidheid onder shoppers om de voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen door op maat te koken en kopen is in 2013 gedaald vergeleken met 2011. Dit komt ook doordat een deel al meer op maat is gaan kopen of koken.
- 80% van de shoppers geeft aan zelf al iets te doen om voedselverspilling te voorkomen. Dit zijn relatief vaker vrouwen en senioren (65+). De voornaamste manieren waarop shoppers thuis zelf al voedselverspilling voorkomen, is op maat kopen, op maat koken, beter bewaren (vrouwen en 18-29 jarigen) en de restjes opeten.
- 65% van de shoppers geeft aan intentie te hebben om de voedselverspilling binnen het huishouden (verder) te verminderen. Dit zijn relatief vaker vrouwen en senioren (65+). 11% van de shoppers waarschijnlijk tot zeker niet.
- Op maat kopen, brood invriezen (senioren (65+)), vooraf checken van voorraadkast e.d. en maaltijd samenstellen van producten die het dichtst tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten (vrouwen), zijn de meest aansprekende manieren om voedselverspilling tegen te gaan.

Conclusie & aanbeveling

Naast bewustzijn is er ook het gevoel een bijdrage te kunnen leveren en de intentie om voedselverspilling binnen het huishouden te verminderen onder de meerderheid van de shoppers aanwezig. Een groot deel onderneemt zelfs al actie om de verspilling terug te dringen. Blijf duidelijke richtlijnen / praktische tips rondom het zelfstandig verminderen van voedselverspilling in eigen huishouden verstrekken.

Informatie behoefte

- 20% van de shoppers geeft aan behoefte te hebben aan informatie en/of tips met betrekking tot het verminderen van voedselverspilling. Deze vraag naar informatie en/of tips is ten opzichte van 2011 gelijk gebleven. 18-29 jarigen en gezinnen (kind 0-5 jaar) geven relatief vaker aan deze behoefte te hebben.
- De vraag is het grootst naar informatie en/of tips om voedingsproducten beter te bewaren (mannen, 18-29 jarigen en alleenstaanden van 35 en ouder) maar ook naar tips om slimmer te kopen en koken (18-29 jarigen) wordt gevraagd.
- Deze informatie wordt bij voorkeur verstrekt op een website (mannen, gezinnen (kind 0-5 jaar) en hoge welstand), in brochure of folder, of per email/sms (mannen). 18-39 jarigen zouden relatief vaker informatie willen ontvangen via een applicatie voor de smartphone. Vergeleken met 2011 is de vraag om een applicatie op de smartphone groter geworden (van 8% naar 17%).

Conclusie & aanbeveling

De behoefte aan informatie is gelijk gebleven aan 2011. De meeste vraag gaat uit naar tips om voedingsproducten beter te bewaren. Shoppers zien de informatie en tips bij voorkeur terug op de website. De vraag naar een applicatie op de smartphone is, vergeleken met 2011, groter geworden. Houd zodoende de website goed up-to-date en wijs shoppers op de applicatie voor op de smartphone.

Kennis en bewustwording over omvang en gevolgen voedselverspilling

- 94% van de shoppers denkt dat er in Nederlandse huishoudens jaarlijks veel tot heel veel eten weggegooid en daarmee verspild wordt. Bewustzijn is derhalve aanwezig.
- 23% van de shoppers gaf het juiste antwoord van 50 kilo aan eetbaar voedsel dat er gemiddeld per persoon in elk huishouden in Nederland jaarlijks verspild wordt. Een meerderheid schatte een lager aantal kilo's aan voedselverspilling per persoon in. 18-29 jarigen en shoppers met een lage welstand schatten relatief vaker het aantal kilo's aan verspilling hoger in.
- Horeca en supermarkten worden door shoppers gezien als de grootste verspillers van voedsel. Shoppers zijn van mening dat zij zelf hier slechts een beperkte rol in hebben (11%). Opmerkelijk is dat andere consumenten (56%) veel vaker worden genoemd als verspiller dan "ikzelf" (11%).
- Ruim de helft van de shoppers vindt dat elke partij een verantwoordelijkheid heeft als het gaat om vermindering van voedselverspilling. Horeca en supermarkten hebben volgens hen de grootste verantwoordelijkheid. 67% van de shoppers is van mening dat zij zelf ook in grote mate verantwoordelijk zijn.

Conclusie & aanbeveling

Shoppers zijn van mening dat er veel eten en drinken verspild wordt in Nederland. Horeca en supermarkten worden gezien als de grootste verspillers. Shoppers vinden dat zij zelf ook minder verspillen dan andere mensen. Horeca en supermarkten hebben volgens hen de grootste verantwoordelijkheid iets aan de voedselverspilling te doen. Shoppers vinden echter dat zij zelf ook een verantwoordelijkheid hebben om hun voedselverspilling aan te pakken. Ze zijn zich bewust van hun verspilling, bewust van dat zij daar zelf wat aan kunnen doen en die verantwoordelijkheid hebben. Shoppers hebben ook de intentie wat aan de verspilling te doen. Met het aanreiken van de mogelijkheden tot slimmer kopen, koken en beter bewaren valt hierin zodoende winst te behalen.

4. Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording

1. Onderzoeksmethode
2. Steekproef
3. Vragenlijst
4. Veldwerk
5. Rapportage

- Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een online vragenlijst (de CAWI methode; computer assisted web interviewing).
- In de e-mail met de uitnodiging is een persoonlijke link opgenomen waarmee de GfK panelleden rechtstreeks toegang krijgen tot hun persoonlijke pagina waar de de vragenlijst te vinden is.
- In het onderzoek zijn aan de consumenten in totaal 31 vragen (inclusief stellingen) voorgelegd.

De netto steekproef voor dit onderzoek bestaat uit 2.055 Nederlandse shoppers (verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen) van 18 jaar en ouder (die toegang hebben tot internet).

De steekproef is getrokken uit het GfK Online Panel. Het GfK Online Panel is een gerenommeerd, hoogwaardig panel, waarbij de respons erg hoog is (ca. 75%) en waarbij de respons van hoge kwaliteit is. Met de panelleden wordt een continue relatie aangegaan. Als gevolg van de intensieve wervingswijze en beheer wordt een kwalitatief hoogstaand panel gegarandeerd. Hiermee wordt zelfselectie en/of vertekening geminimaliseerd.

De steekproef is representatief naar:

- ✓ Geslacht (man, vrouw)
- ✓ Leeftijd (18-29 jaar, 30-39 jaar, 40-49 jaar, 50-64 jaar, 65+ jaar)
- ✓ Regio (3 grote steden, rest westen, noord, oost, zuid)
- ✓ Welstand (hoog, midden hoog, midden laag, laag)
- ✓ Huishoudsamenstelling (alleenstaanden, zonder kinderen, met kinderen)

Het Voedingscentrum heeft een concept vragenlijst aangeleverd. GfK heeft deze input bekeken en het Voedingscentrum geadviseerd over zowel specifieke vragen als de opbouw en structuur van de vragenlijst. Daarna is de vragenlijst in overleg met het Voedingscentrum definitief gemaakt.

De gebruikte vragenlijst bestond uit 31 vragen (incl. stellingen) over kennis, bewustzijn en gedrag ten aanzien van (eigen) voedselverspilling.

Voor de respondenten betekende dit een gemiddelde invulduur van circa 10 minuten.

In de geprogrammeerde vragenlijst zijn door GfK diverse validatie- en consistentiecontroles ingebouwd (zoals routing, antwoordmogelijkheden en randomisatie).

- Op donderdag 5 september 2013 zijn 2.850 GfK panelleden via een email met een persoonlijke link benaderd om deel te nemen aan het onderzoek.
- Het veldwerk is afgesloten op maandag 16 september 2013.
- In totaal hebben 2.055 personen de vragenlijst volledig en correct ingevuld.
- Dit resulteert in een responspercentage van 72%.

Rapportage

Rapportage heeft plaatsgevonden in de vorm van:

- Een PowerPoint rapportage, voorzien van conclusies en een onderzoeksverantwoording.

5. Contact

Contact



Marcel Temminghoff
Sr. Consultant

+31 162 384 279 / +31 6 55 177 653
Marcel.Temminghoff@gfk.com
The Netherlands



Niek Damen
Projectmanager

+31 162 384 129
Niek.Damen@gfk.com
The Netherlands