



motivaction

research and strategy

**Quickscan 2015: eetpatronen van
verschillende sociale milieus, duurzaamheid
en voedselverspilling**

Voedingscentrum



Achtergrond, doel- en probleemstelling

Pagina 3

Samenvatting

Pagina 4

Methode en opzet

Pagina 9

Resultaten

Leeswijzer

pagina 11

Eetpatronen, duurzaamheid en voedselverspilling
in verschillende sociale milieus

pagina 13

Duurzaamheid

pagina 41

Verspilling

pagina 61

Toekomstverwachtingen met betrekking tot voedsel

pagina 68

Verschillen tussen provincies

pagina 72

Bijlage

Pagina 86

Onderzoekstechnische informatie

pagina 87



In opdracht van het Voedingscentrum heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de duurzaamheid en gezondheid van eetpatronen van Nederlanders tussen de 18 en 75 jaar.

Het Voedingscentrum heeft als doel om Nederlanders te informeren over en stimuleren tot een gezonde en meer duurzame voedselkeuze. Om hiervoor de juiste aanknopingspunten te identificeren, is het van belang inzicht te hebben in het eetpatroon van verschillende groepen in de bevolking.

Het huidige onderzoek brengt in kaart in hoe het eetpatroon van verschillende sociale milieus eruit ziet, hoe duurzaam hun eetgedrag is en in welke mate zij voedsel verspillen. De sociale milieus zijn gedefinieerd aan de hand van verschillende waardeoriëntaties in de Nederlandse bevolking ('Mentality milieus'). Met betrekking tot de thema's duurzaamheid en voedselverspilling gaat tevens speciale aandacht uit naar specifieke subgroepen in de samenleving zoals jongeren, randstedelingen of mensen met lage inkomens.

De probleemstelling van het onderzoek is als volgt:

- Hoe ziet de voedselconsumptie en het voedingsgedrag van verschillende sociale milieus eruit?*
- Welke rol speelt duurzaamheid in het consumptiepatroon van Nederlanders?
- Hoe gaan Nederlanders om met voedselverspilling in huis?
- Hoe kijken Nederlanders naar de beschikbaarheid van (gezond) voedsel in de toekomst?

*De data over de voedselconsumptie zijn verzameld om sociale milieus (Mentality-milieus) te typeren. Deze data zijn niet bedoeld om de voedselconsumptie van de Nederlandse bevolking in kaart te brengen. Hiervoor verwijzen wij naar de Voedselconsumptiepeiling <http://www.rivm.nl/Onderwerpen/V/Voedselconsumptiepeiling>





Samenvatting

Samenvatting: eetpatroon van verschillende sociale milieus

Er bestaat nauwelijks een 'gemiddeld' eetpatroon voor Nederland. Wat men eet en drinkt, hoe je denkt over duurzaam eten, of men veel tegen verspilling doet en of men zich zorgen maakt over de prijs van gezond eten in de toekomst, hangt samen met het sociale milieu ('Mentality-milieu') waartoe men behoort. Duurzame en gezonde voedselkeuzes blijken vaak samen te gaan. In sociale milieus waar men gezonder eet, is men ook vaker bezig met de duurzame kant van voedsel en het tegengaan van voedselverspilling. Dit wijst erop dat duurzame en gezonde keuzes passen binnen bepaalde algemene waardenoriëntaties en onderdeel uitmaken van een leefstijl. Hieronder staat voor elk milieu een beknopt profiel:

Traditionele burgers eten traditioneel: aardappels, zuivel en veel fruit. Buitenlandse gerechten en alternatieve vleesvervangers zijn niets voor hen: 'wat de boer niet kent...'. Ze eten vaak duurzaam doordat zij zuinig in het leven staan en weinig verspillen.

De voeding van **moderne burgers** is eerder gemakkelijk dan gezond. Ze eten veel aardappelen en vlees en drinken frisdrank. Groenten, fruit en vis staan minder op het menu. Hun BMI is hoger. Ze zijn weinig gemotiveerd om duurzaam te eten en denken bij de boodschappen meer aan het gemak en prijs.

Gemaksgeoriënteerden eten ongezond: veel snacks, frisdrank, zoutjes en toegevoegd zout en minder groenten en zuivel. Hun eetgedrag is weinig duurzaam en zij hebben ook weinig ambitie om dit te veranderen. Ook verspillen ze meer: ze gooien relatief vaak eten weg en bewaren het minder vaak voor een kliekjesdag.

Opwaarts mobilen eten meer zout, kiezen vaker voor wit brood in plaats van volkoren, eten vaker fastfood en pizza's en drinken vaker frisdrank. Zij halen relatief vaak af of laten bezorgen. Ze zijn minder gericht op duurzaam eten en verspillen erg veel voedsel, het meeste van alle milieus.

Nieuwe conservatieven eten relatief luxe: vis op toastjes, meer dan één portie vlees bij de avondmaaltijd en staan open voor een Aziatische maaltijd. Hun budget laat dit toe. Zij drinken relatief vaak zuivel en veel alcohol, veruit het meest van alle milieus. Duurzaamheid is voor hen belangrijker dan prijs en zij verspillen relatief weinig.

Kosmopolieten vinden gezond eten belangrijk en zijn breed georiënteerd. Ze eten veel groenten, vaker maaltijden zonder vlees en staan open voor exotische gerechten en alternatieve vleesvervangers. Ook duurzaamheid en verspilling zijn voor hen belangrijke thema's. Ze letten op keurmerken, verpakkingen en bewaren hun kliekjes.

Postmaterialisten zijn gezonde en bewuste eters: volkoren brood, veel groenten en fruit en weinig snacks. Zij eten relatief weinig vlees en relatief vaak vis bij het avondmaal. Duurzaamheid is voor hen erg belangrijk en zij stemmen hun keuzes bij de boodschappen hier op af. Ook gaan zij zuinig om met hun eten: zij verspillen relatief weinig.

Voor **postmoderne hedonisten** zijn duurzaamheid en verspilling nauwelijks een issue. Zelf houden zij weinig maat: als zij koekjes, chips of vlees eten, zijn dit vaak grote porties. Zij eten weinig aardappelen, vlees en groenten. Vaak staat pizza of Aziatisch op het menu en zij staan open voor alternatieve vleesvervangers.

Samenvatting: duurzaamheid in het consumptiepatroon van Nederlanders

Eten: 55% kan getypeerd worden als flexitarisch en 47% let op groenten en fruit van het seizoen

In dit onderzoek is een aantal vragen gesteld over het eten van vlees en seizoensgroenten, omdat de consumptie van deze voedingsmiddelen betrekking hebben op het thema duurzaamheid.

55% van de bevolking eet flexitarisch, waaronder we in dit onderzoek verstaan dat zij op minimaal 3 dagen per week het vlees weg laten uit hun avondmaaltijd. Als Nederlanders een dagje geen vlees eten bij het avondmaal vervangen zij dit vooral door vis en ei, maar ook door champignons, peulvruchten of kaas. Qua alternatieve producten om vlees in de toekomst af en toe te vervangen, staat men het meest open voor zeewier (18%) en minder voor algen (11%), kweekvlees (11%) en insecten (9%). De helft van de Nederlanders let er (regelmatig of altijd) op dat zij groenten en fruit van het seizoen eten.

Boodschappen doen: vier op de tien zeggen te weten waar hun groenten en fruit vandaan komen

Bij het boodschappen doen, let de helft van de Nederlanders (soms of altijd) op de *milieuvriendelijkheid* van de verpakking. Een kwart geeft aan (weleens) op *keurmerken* te letten. Van de groenten en fruit die zij kopen, weten vier op de tien waar deze producten vandaan komen. Dit is meestal van Nederlandse of Europese boeren.

Koken: ruim de helft kookt energiebewust

Bij het koken zegt een kleine meerderheid op het energieverbruik te letten (62%). 55% van de kokers kookt meestal energiebewust: 41% kookt meestal op een laag gaspitje en 14% op groene stroom.



Samenvatting: voedselverspilling

Hoeveelheid voedselverspilling onderschat

Tweederde van de Nederlanders zegt dat zij veel doen aan het voorkomen van voedselverspilling. Nederlanders onderschatten de hoeveelheid voedselverspilling in huis. Gemiddeld schatten zij zelf zo'n 400 gram voedsel weg te gooien. In werkelijkheid ligt de gemiddelde hoeveelheid op circa 900 gram*.

Bij koken bepaalt men de hoeveelheid meestal op gevoel

Als Nederlanders bij het koken de hoeveelheid (rijst, pasta of aardappels) bepalen, doen zij dit meestal door op gevoel een inschatting te maken. Een kwart gebruikt een maatbeker en een vijfde weegt de hoeveelheid af.

THT datum overschreden meestal geen reden om product direct weg te gooien

Als de THT datum op het product overschreden is, kijken, ruiken en proeven Nederlanders meestal zelf of het product nog goed is. 16% gooit het product direct weg.

Kliekjes meestal bewaard voor een later moment

Als er kliekjes op het bord of in de pan overblijven, bewaart een meerderheid dit om het later nog op te eten: in de koelkast voor de volgende dag, in de vriezer, of voor de kliekjesdag.

*Onderzoek CREM, 2013.



Samenvatting: toekomstverwachtingen met betrekking tot voedsel

Een derde wil in de toekomst meer duurzaam voedsel eten

Een vijfde van de Nederlanders geeft aan dat zij nu meestal duurzaam voedsel eten. Een derde is van plan dit in de toekomst vaker te gaan doen.

Vier op de tien willen in de toekomst gezonder gaan eten

Circa driekwart van de Nederlanders vindt dat zij zelf meestal gezond eten. Vier op de tien Nederlanders hebben de motivatie om in de toekomst gezonder te gaan eten.

Helft maakt zich zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt

Een kwart van de Nederlanders vraagt zich af of er in de toekomst nog voldoende eten voor ons is en de helft maakt zich zorgen dat *gezond* eten in de toekomst te duur wordt.





Methode en opzet

Doelgroep

- Algemeen Nederlands publiek van 18 t/m 75 jaar.

Methode

- Kwantitatief onderzoek, uitgevoerd door middel van een webenquête.
- De respondenten zijn uit het StemPunt-panel van Motivaction geworven door middel van propensitysampling en waar nodig is de steekproef achteraf propensity gewogen. Hiermee is de steekproef representatief voor: leeftijd, geslacht, opleiding, regio, basiswaarden (Mentality-milieu) en interacties tussen deze variabelen.
- Om een voldoende aantal respondenten te behalen om betrouwbare uitspraken over verschillende provincies te kunnen doen (minimaal $n=100$ per provincie), is er een 'boost' uitgevoerd: voor een aantal provincies zijn extra respondenten uitgenodigd (totaal $n=458$)*. De resultaten van de verschillende provincies zijn apart gewogen en representatief voor geslacht, leeftijd en opleiding.
- In de periode van 2 tot en met 12 maart 2015 hebben 1.249 Nederlanders aan het onderzoek deelgenomen (inclusief de boost voor provincies: 1.707)
- Verdere onderzoekstechnische informatie is te vinden in de bijlage.

*Deze respondenten zijn niet meegenomen in de uitspraken over het algemeen Nederlands publiek.



Leeswijzer (1/2)

Voedselconsumptie en omgang in verschillende sociale milieus

- Dit rapport start met een beschrijving van de voedselconsumptie en –omgang in verschillende sociale milieus.
- Per milieu geven we een korte puntsgewijze inleiding waarin de typerende aspecten van het betreffende milieu naar voren komen.
- Na deze algemene omschrijving, gaan we in op de typische kenmerken van het consumptiepatroon en hoe dit milieu aankijkt tegen voedselverspilling, duurzaamheid en de beschikbaarheid van voedsel in de toekomst.
- Bij de beschrijvingen wordt het betreffende sociale milieu steeds vergeleken met gemiddeld Nederland. We vermelden alleen resultaten waarop de sociale milieus significant afwijken van dit gemiddelde*.

Duurzaamheid, voedselverspilling en gedachten over de toekomst in de Nederlandse bevolking

- In de volgende drie hoofdstukken ‘Duurzaamheid’, ‘Voedselverspilling’ en ‘Gedachten over de toekomst’ worden de resultaten van het *totale* Nederlandse publiek getoond aan de hand van grafieken met begeleidende tekst.

*Er is getoetst bij een significantieniveau van 0,05. De resultaten van de betreffende subgroep worden getoetst ten opzichte van de rest van Nederland. Bij de beschrijving van het verschil staat altijd het percentage van de betreffende subgroep weergegeven en als referentie het percentage van gemiddeld Nederland.



Leeswijzer (2/2)

- Wanneer de resultaten van bepaalde subgroepen in de bevolking significant afwijken van de rest van de bevolking en dit verschil relevant* is, staat dit bij het betreffende subonderwerp weergegeven in kaders met iconen. De subgroepen die in de analyses zijn meegenomen:



Geslacht



Leeftijd



Opleiding



Inkomenⁱ



Sociaaleconomische statusⁱ



Huishoudsamenstelling



Etniciteitⁱ



Stedelijkheid



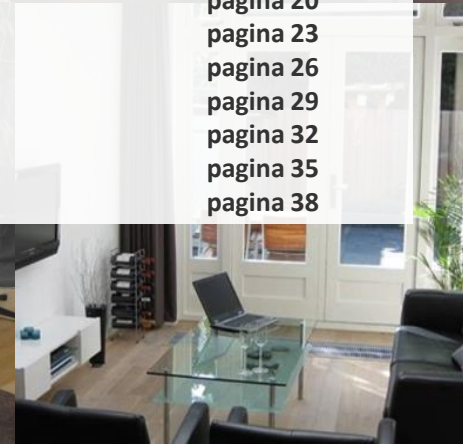
Regio/
Provincie



BMI (Body Mass Index)

- In het vierde een laatste hoofdstuk ‘Verschillen tussen provincies’ worden opvallende verschillen per provincie besproken op het gebied van duurzaamheid en voedselverspilling en de beschikbaarheid van voldoende voedsel in de toekomst.
- In de bijlage is onderzoekstechnische informatie te vinden.

* Het Voedingscentrum heeft een selectie gemaakt uit de (honderden) verschillen om in het rapport op te nemen.



Mentality milieus

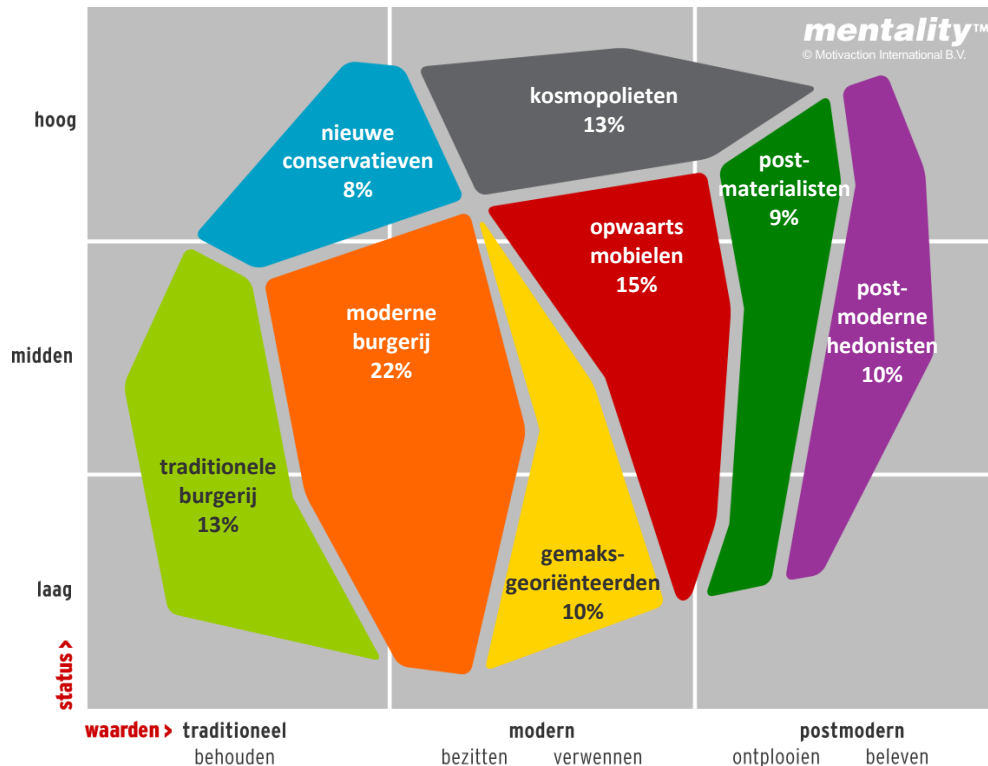
- Algemeen
- Traditionele burgers
- Moderne burgers
- Gemaksgeoriënteerden
- Opwaarts mobilen
- Nieuwe conservatieven
- Kosmopolieten
- Postmaterialisten
- Postmoderne hedonisten

pagina

- pagina 15
- pagina 17
- pagina 20
- pagina 23
- pagina 26
- pagina 29
- pagina 32
- pagina 35
- pagina 38

Motivaction voert sinds 1997 jaarlijks representatief onderzoek uit onder Nederlanders van 15 tot 80 jaar. Deze onderzoeken liggen ten grondslag aan het Mentality-model en worden gebundeld in de Mentality-database. In dit onderzoek worden vragen voorgelegd over allerlei onderwerpen, waaronder waardenoriëntaties, interesses, cultuurparticipatie, vrijetijdsbesteding en mediagebruik.

Verhouding Nederlanders 15-80 jaar naar Mentality (12,9 miljoen)



Mentality

In Nederland worden de volgende sociale milieus (of: 'Mentality-milieus') onderscheiden:

- Traditionele burgerij (13%)
- Moderne burgerij (22%)
- Kosmopolieten (13%)
- Postmaterialisten (9%)
- Nieuwe conservatieven (8%)
- Opwaarts mobilen (15%)
- Gemaksgeoriënteerden (10%)
- Postmoderne Hedonisten (10%)

De verschillende sociale milieus met hun eigen karakteristieke waardenprofielen kunnen globaal worden ingedeeld aan de hand van drie waardenoriëntaties:

- een traditionele waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarde 'behouden';
- een moderne waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarden 'bezitten' en 'verwennen';
- een postmoderne waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarden 'ontplooien' en 'beleven'.

Deze drie waardenoriëntaties zijn bij de schematische weergave van de sociale milieus (zie figuur 1, op volgende sheet) als uitgangspunt genomen en zijn bepalend voor de horizontale as van de Mentality milieu-index. De verticale as van de Mentality milieu-index is samengesteld op basis van de sociaal-economische status.



Nieuwe conservatieven

De liberaal conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, behoudend is ten aanzien van sociale en culturele vernieuwing.

Familietradities, verantwoordelijk, sober, kwaliteit, betrouwbaar, zo heurt het

Kosmopolieten

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.

Nieuwsgierig, brede interesse, statusgericht, esthetisch, presteren, gejaagd, de wereld is mijn speelveld

Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

Maatschappelijk betrokken, balans lichaam en geest, bewust leven, verbeter de wereld, begin bij jezelf

Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

Individualist, vrijheid en onafhankelijkheid, tolerantie, ervaring belangrijker dan bezit, never a dull moment

Traditionele burgerij

De moralistische, plichtsgetrouwe en op status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

Omdat het zo hoort, fatsoen, veiligheid, rust, reinheid en regelmaat, wat de boer niet kent....

Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Gezelligheid, zekerheid, erbij horen, genieten, comfort, doe maar gewoon...

Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

Leef bij de dag, plezier maken, consumptiegericht, geen gedoe, wie nu leeft...

Opwaarts mobilen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

Work hard, play hard, iets bereiken, risico en spanningszoekers, if you got it, flaunt it



Traditionele burgerij

De moralistische, plichtsgetrouwe en op status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

Traditionele burgerij

Ambities

- Vasthouden aan traditionele normen en waarden
- Gezin als hoeksteen van de samenleving
- Rustig en harmonieus leven

Maatschappij en politiek

- Maatschappelijk betrokken
- Solidair zijn met minderheden en betrokken bij het milieu
- Lokaal georiënteerd
- Acceptatie van autoriteit en regels

Werken en presteren

- Ondergeschikt aan gezinsleven
- Gedisciplineerd

Sociale relaties

- Gezin en familie staan centraal
- Harmonie zoeken, oriëntatie op gelijkgestemden
- Traditionele rolverdeling

Leefstijl en kernwaarden

- Plichtsbesef
- Orde, regelmaat en discipline
- Risicomijdend
- Sober en spaarzaam
- Gericht op passief vermaak
- Prijsbewust
- Fatsoen
- Sociaal
- Respect
- Gewoon

Sociodemo's

- Meer vrouwen dan mannen
- Relatief veel ouderen, weinig jongeren
- Relatief veel laag opgeleiden en weinig hoogopgeleiden
- Vaker laag tot modaal inkomen
- Relatief weinig in stedelijk gebied

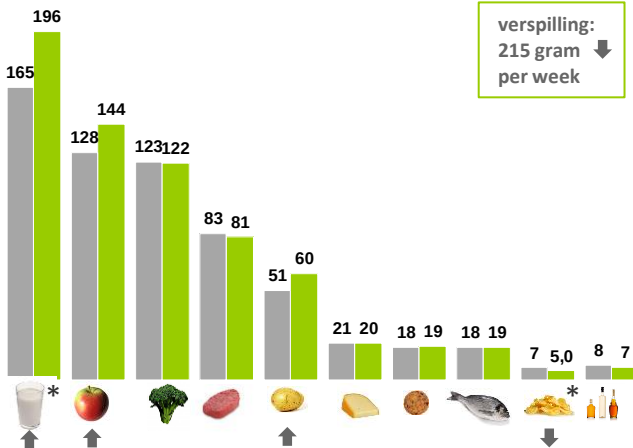


Traditionele burgerij

Traditionele burgers eten traditioneel: aardappels, zuivel en veel fruit. Buitenlandse gerechten en alternatieve vleesvervangers zijn niets voor hen: 'wat de boer niet kent...'. Ze eten vaak duurzaam doordat zij zuinig in het leven staan en weinig verspillen.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Traditionele burgerij (n = 157)
■ Gemiddeld (n=1.249)



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* meer aardappel, zuivel en fruit en minder chips. Andere verschillen in eetgedrag:

- Smeren vaker halvarine (en soorten) op hun brood (62% vs. 53% gemiddeld).
- Eten vaker dagelijks kaas en vleeswaren op brood (27% vs. 18% & 27% vs. 19%).
- Drinken vaker dagelijks zuivel dranken (42% vs. 34%) en drinken minder sap en frisdrank.
- Eten vaker elke dag fruit (44% vs. 33%).
- Eten minder pizza of Aziatisch (deze maand 50% vs. 58% & 68% vs. 77%).
- Eten vaker minimaal 5 dagen per week aardappelen (27% vs. 15%).
- Nemen als zij vlees eten, relatief vaak minder dan 1 portie (17% vs. 8%).
- Minder champignons en soja producten als vleesvervangers (12% vs. 20% en 3% vs. 7%).
- Halen minder vaak eten af (5% vs. 13%).

Duurzaamheid en toekomst

- Vinden minder vaak dat smaak boven duurzaamheid gaat (36% vs. 47%).
- Letten er vaker op dat zij groenten van het seizoen eten (28% altijd vs. 15%).
- Koken vaker op een laag pitje (52% vs. 41%) en letten op energieverbruik (82% vs. 62%).
- Letten bij het boodschappen doen minder vaak op producten met duurzame keurmerken.
- Zeggen minder vaak dat zij in de toekomst meer duurzaam willen eten (25% vs. 33%).
- Minder open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, kweekvlees, zeewier).

Verspilling

- Doen naar eigen zeggen meer om voedselverspilling te voorkomen (80% vs. 68%).
- Maken zich vaker zorgen of er in de toekomst voldoende eten is (34% vs. 28%).
- Gooien veel minder vaak producten weg (verspilling 215 gram vs. 410 gram).
- Vriezen kliekjes vaker in om later op te eten (34% vs. 25%).
- Wegen bij het koken vaker de hoeveelheid af (26% vs. 19%).
- Gooien minder weg na THT datum (10% vs. 16%) en vriezen kliekjes vaker in (34% vs. 25%).
- Maken veel gebruik van boodschappenlijstjes (56% altijd vs. 45%).



Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Moderne burgerij

Ambities

- Balans vinden tussen traditionele normen en waarden en verandering
- Status en aanzien verwerven
- Geld hebben
- Regelmatig leven
- Gelukkig gezinsleven

Maatschappij en politiek

- Verlangen naar autoriteit en regels
- Verlangen naar erkenning en waardering

Werken en presteren

- Zekerheid
- Inkomen én uitdaging
- Hoger opkomen geen doel

Sociale relaties

- Gezin en familie staan centraal
- Traditionele rolverdeling

Leefstijl en kernwaarden

- Regelmatig leven en conformistisch
- Consumptie- en vermaakgericht
- Lokaal georiënteerd
- Wil niet geconfronteerd worden met effect eigen handelen
- Genieten en gezelligheid
- Zekerheid
- Vertrouwen
- Conformistisch en risicomijdend
- Materialistisch en statusgevoelig
- Erbij willen horen, niet opvallen

Sociodemo's

- Relatief veel vrouwen
- Relatief weinig jongeren en ouderen
- Relatief weinig hoog opgeleiden
- Vaker rond modaal inkomen
- Relatief weinig stedelijk
- Relatief veel autochtonen



Moderne burgerij

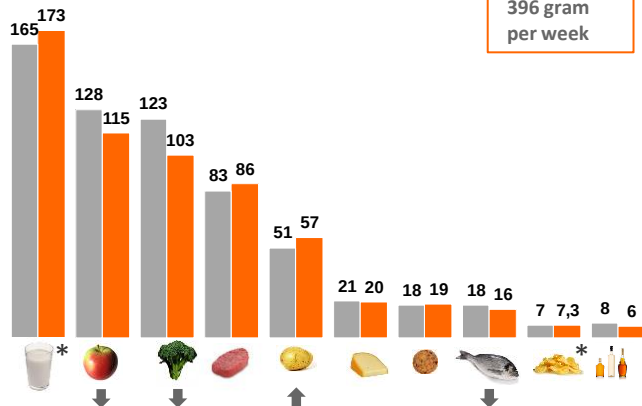
De voeding van moderne burgers is eerder gemakkelijk dan gezond. Ze eten veel aardappelen en vlees en drinken frisdrank. Groenten, fruit en vis staan minder op het menu. Hun BMI is hoger. Ze zijn weinig gemotiveerd om duurzaam te eten en denken bij de boodschappen meer aan het gemak en de prijs.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Moderne burgerij (n = 280)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 26,9 ↑

verspilling:
396 gram
per week



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* meer aardappels en minder groenten, fruit en vis. Andere verschillen in eetgedrag:

- Eten minder vaak dagelijks fruit (27% vs. 33%).
- Eten minder vaak rauwkost (47% niet of minder dan 1 dag per week 47% vs. 42%) en dan maar 1 schaalte (64% vs. 52%).
- Eten vaker minimaal 3 dagen per week aardappelen (70% vs. 60%).
- Het percentage vegetariërs ligt zeer laag (0% vs. 3%).
- Geven minder vaak aan dat zij het vlees weleens weglaten bij het avondmaal (72% vs. 79%).
- Eten minder vaak vis bij de maaltijd (65% niet of minder dan 1 dag per week vs. 59%).
- Eten relatief vaak varkensvlees en kip en minder rundvlees.
- Koken vaker met margarine of bakproducten en minder vaak met olie.
- Drinken vaker weleens frisdrank (76% vs. 68%).
- Drinken minder vaak alcohol doordeweeks (26% vs. 36%) en in het weekend (52% vs. 64%).

Duurzaamheid en toekomst

- Zeggen minder vaak dat zij in de toekomst duurzamer willen eten (25% vs. 32%).
- Vinden vaker dat prijs boven duurzaamheid gaat (37% vs. 31%).
- Letten er minder vaak op dat zij groenten van het seizoen eten (44% vs. 47%).
- Letten minder op keurmerken (18% let hier wel op vs. 26% gemiddeld).
- Kopen minder vaak producten met duurzame keurmerken.
- Letten minder op milieuvriendelijke verpakkingen (39% vs. 47%).
- Doen hun boodschappen vaker met de auto (62% vs. 52%).
- Staan minder open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, kweekvlees, zeewier).

Verspilling

- Maken zich vaker zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (58% vs. 50%).

Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.



Gemaksgeoriënteerden

Ambities

- Materiële rijkdom
- Vrij zijn en gemakkelijk leven
- Vermaak

Maatschappij en politiek

- Weinig interesse
- Verlangen naar erkenning en waardering

Werken en presteren

- Weinig ambitie
- Geen vastigheid of verantwoordelijkheid

Sociale relaties

- Individualistisch
- Gezinsideaal

Leefstijl en kernwaarden

- Passief en impulsief, gericht op het hier en nu
- Informeel
- Materialistisch en consumptiegericht
- Vermaak- en ervaringsgericht
- Hechten aan uiterlijk vertoon
- Luxe
- Opvallend
- Trots
- Comfortabel
- Onbezorgd
- Plezier hebben

Sociodemo's

- Evenveel vrouwen als mannen
- Relatief veel jongeren
- Relatief veel laagopgeleiden
- Relatief veel lage inkomens



Gemaksgeoriënteerden

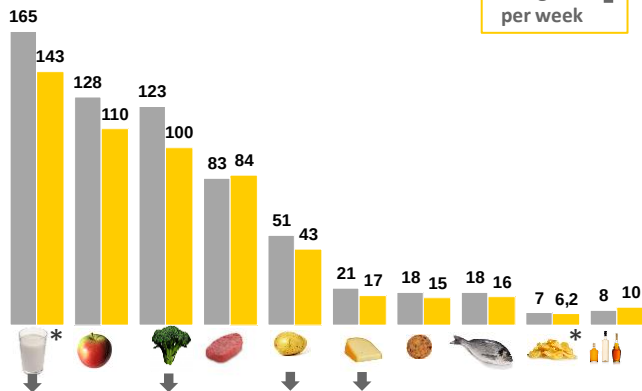
Gemaksgeoriënteerden eten ongezond: veel snacks, frisdrank, zoutjes en toegevoegd zout en minder groenten en zuivel. Hun eetgedrag is weinig duurzaam en zij hebben ook weinig ambitie om dit te veranderen. Ook verspillen ze meer: ze gooien relatief vaak eten weg en bewaren het minder vaak voor een kliekjesdag.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Gemaksgeoriënteerden (n = 125)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 25,9

verspilling:
485 gram
↑
per week



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* minder groenten, aardappels, kaas en zuivel en er is een aantal gemaksgeoriënteerden die zeer veel chips en zoutjes eten. Andere verschillen in eetgedrag:

- Eten vaker snacks uit de frituur of fastfood (94% vs. 85% gemiddeld) en doen dit vaker dagelijks (42% vs. 27%).
- Eten vaker dagelijks chips (9% vs. 4%) en op zo'n dag vaker 3 handjes of meer (85% vs. 73%).
- Eten vaker geen fruit (10% vs. 4%) en minder vaak vooral volkoren brood (61% vs. 72%).
- Eten relatief weinig warme groenten (11% minder dan 1 keer per week vs. 4%).
- Eten minder vaak weleens rauwkost (78% vs. 89%).
- Eten minder vaak weleens vis bij de warme maaltijd (75% vs. 82%).
- Geven vaker aan dat zij het vlees *nooit* weglaten bij het avondmaal (28% vs. 21%).
- Drinken vaker wekelijks frisdrank (58% vs. 48%).
- Voegen vaker zout toe aan het eten, zowel tijdens de bereiding als aan tafel.

Duurzaamheid en toekomst

- Eten minder vaak duurzaam (14% vs. 20%) en hebben hierin minder ambitie (21% vs. 32%).
- Vinden smaak en prijs vaker belangrijker dan duurzaamheid (61% vs. 47% & 41% vs. 31%).
- Letten er minder vaak op dat zij groenten van het seizoen eten (37% nooit vs. 25%).
- Weten veel minder vaak waar hun groenten en fruit vandaan komt (21% vs. 43%).
- Letten minder op keurmerken (13% vs. 26%) en milieuvriendelijke verpakkingen (30% vs. 47%).
- Kopen minder vaak producten met duurzame keurmerken.
- Letten veel minder op energiegebruik tijdens het koken (41% vs. 62%).
- Staan minder open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, zeewier).

Verspilling

- Doen naar eigen zeggen minder om weinig voedsel te verspillen (52% vs. 68%).
- Vragen zich minder vaak af of er in de toekomst voldoende eten is (13% vs. 28%).
- Gooien meer eten weg (485 gram) en bewaren restjes minder voor kliekjesdag (8% vs. 14%).

Opwaarts mobielen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.



Opwaarts mobielen

Ambities

- Carrière maken
- Sociale status verwerven
- Vrij zijn van traditie en plichten

Maatschappij en politiek

- Open staan voor vernieuwing en verandering
- Internationale oriëntatie
- Verlangen naar erkenning en waardering

Werken en presteren

- Centrale drijfveer
- Verschaft identiteit en status
- Inkomensverbetering
- Work hard, play hard
- Hogerop komen

Sociale relaties

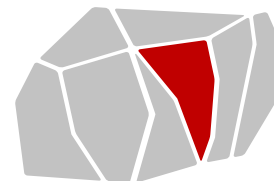
- Individualistisch
- Traditionele rolverdeling
- Oriëntatie op gelijkgestemden

Leefstijl en kernwaarden

- Materialistisch en statusgevoelig
- Consumptie- en vermaakgericht
- Technologie-minded
- Impulsief en avontuurlijk
- Vrijheid behouden
- Luxe
- Zakelijk
- Kijk mij, uiterlijk vertoon, mooi zijn
- Extravert
- Machtig
- Risico en spanningzoekers

Sociodemo's

- Meer mannen dan vrouwen
- Relatief veel jongeren
- Alle opleidingsniveaus
- Alle inkomensniveaus
- Woont relatief vaak in grote steden
- Relatief veel nieuwe Nederlanders*



*Onder nieuwe Nederlanders verstaan we alle Nederlanders die zelf, of waarvan ten minste één van de ouders niet in Nederland geboren is.

Opwaarts mobielen

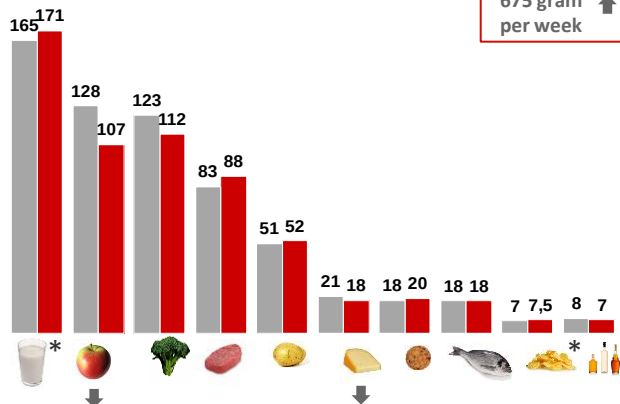
Opwaarts mobielen eten meer zout, kiezen vaker voor wit brood in plaats van volkoren, eten vaker fastfood en pizza's en drinken vaker frisdrank. Zij halen relatief vaak af of laten bezorgen. Ze zijn minder gericht op duurzaam eten en verspillen relatief veel voedsel, het meeste van alle milieus.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

- Opwaarts mobielen (n = 189)
- Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 25,6

verspilling:
675 gram
↑
per week



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* minder fruit en kaas. Andere verschillen in eetgedrag:

- Eten vaker doorgaans wit brood (i.p.v. volkoren) (18% vs. 10% gemiddeld).
- Eten minder kaas op brood (26% niet of minder dan 1 dag per week vs. 21%).
- Aten de afgelopen maand vaker pizza (66% vs. 58%) en minder Aziatisch (69% vs. 77%).
- Eten vaker dagelijks vlees (15% vs. 9%).
- Eten vaker minimaal 1 dag per week snacks uit de frituur of fastfood (34% vs. 27%).
- Eten minder vaak dagelijks fruit (25% vs. 33%).
- Drinken vaker wekelijks frisdrank (67% vs. 48%).
- Voegen relatief vaak zout toe aan hun maaltijd (52% vs. 44%).

Duurzaamheid en toekomst

- Vinden smaak en prijs vaker belangrijker dan duurzaamheid (61% vs. 47% & 40% vs. 31%).
- Letten minder vaak op keurmerken (20% vs. 26%).
- Letten er minder vaak op dat zij groenten van het seizoen eten (35% nooit vs. 25%).
- Rijden relatief vaak meer dan 5 kilometer voor de boodschappen (26% vs. 14%).
- Halen relatief vaak eten af of laten het bezorgen (20% minimaal 1 keer per week vs. 13%).
- Letten bij koken minder vaak op het energieverbruik (48% nooit vs. 38%) en koken relatief vaak op gas, helemaal voluit (45% vs. 33%).
- Doen vaker online boodschappen (2% vs. 8%).

Verspilling

- Maken zich vaker zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (58% vs. 50%).
- Gooien relatief veel eten weg, in vrijwel alle categorieën (verspilling 675 gram vs. 410 gram).
- Kijken, ruiken en proeven minder vaak of het product nog goed is als het over de houdbaarheidsdatum is (73% vs. 79%) en gooien het vaker meteen weg (21% vs. 16%).
- Bewaren eten vaker in de koelkast om het daarna alsnog weg te gooien (7% vs. 3%).

Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, en behoudend is ten aanzien van sociale en culturele vernieuwing.



Nieuwe conservatieven

Ambities

- Vasthouden aan traditionele normen en waarden
- Beschermen van sociale status

Maatschappij en politiek

- Hiërarchisch
- Kritisch
- Politiek en historisch geïnteresseerd
- Interesse in technologische ontwikkeling

Werken en presteren

- Verschaft identiteit
- Superieur aan privé

Sociale relaties

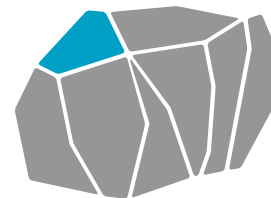
- Hiërarchisch
- Centrale rol familierelaties en tradities

Leefstijl en kernwaarden

- Kunst en cultuur
- Risicomijdend
- Hechten aan etiquette
- Formeel
- Exclusief
- Cultureel
- Opwindend
- Rationeel
- Zakelijk
- Zoals het hoort

Sociodemo's

- Meer mannen dan vrouwen
- Relatief weinig jongeren en veel ouderen
- Relatief veel hoog opgeleiden en weinig laag opgeleiden
- Relatief veel hoge inkomens
- Relatief weinig stedelijk gebied
- Relatief veel autochtonen



Nieuwe conservatieven

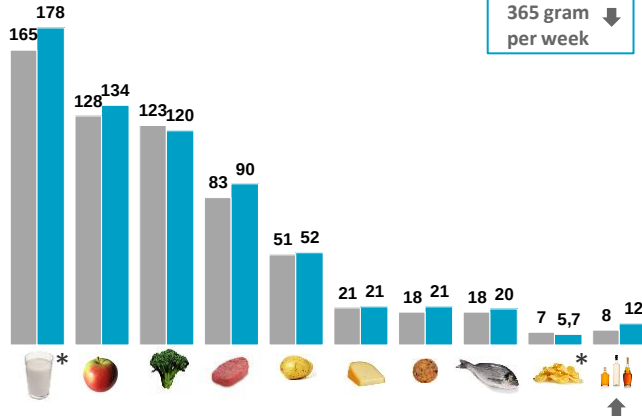
Nieuwe conservatieven eten relatief luxe: vis op toastjes, meer dan één portie vlees bij de avondmaaltijd en staan open voor een Aziatische maaltijd. Hun budget laat dit toe. Zij drinken relatief vaak zuivel en veel alcohol, veruit het meest van alle milieus. Duurzaamheid is voor hen belangrijker dan prijs en zij verspillen relatief weinig.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Nieuwe conservatieven (n = 98)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 25,6

verspilling:
365 gram
↓
per week



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

De *gemiddelde* consumptie per voedingsmiddel wijkt nauwelijks af, alleen alcohol wordt meer genuttigd. Andere verschillen in eetgedrag:

- Eten vaker vis op toastjes of brood (70% vs. 68%)
- Hebben afgelopen maand vaker Aziatisch gegeten (87% vs. 77%)
- Eten als zij vlees eten, vaker méér dan 1 portie (42% vs. 32%)
- Eten doorgaans vaker rundvlees i.p.v. kip of varken (88% vs. 80%).
- Eten als zij chips/zoutjes eten, vaker maar 1-2 handjes (41% vs. 27%)
- Drinken vaker zuiveldranken (89% vs. 79% gemiddeld)
- Drinken relatief veel alcohol doordeweeks (22% op vier dagen vs. 13%) en in het weekend (57% op meer dan één dag vs. 36%).

Duurzaamheid en toekomst

- Vinden de prijs van eten minder vaak belangrijker dan de duurzaamheid (18% vs. 31%).
- Weten vaker waar hun groente en fruit vandaan komt (56% vs. 43%).
- Letten vaker op het MSC-keurmerk als zij vis kopen (34% vs. 29%).
- Vragen zich minder af of er in de toekomst voldoende eten is (22% vs. 28%).
- Maken zich minder zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (37% vs. 50%).

Verspilling

- Gooien iets minder eten weg (verspilling 365 gram vs. 410 gram)
- Gebruiken relatief vaak een maatbeker om de hoeveelheid af te meten als zij aardappels, rijst of pasta koken (35% vs. 26%).
- Gooien kliekjes vaker weg (18% vs. 11% gemiddeld) i.p.v. deze te bewaren.

Kosmopolieten

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.



Kosmopolieten

Ambities

- Maatschappelijk succes
- Zelfontplooiing
- Sociaal bewogen

Maatschappij en politiek

- Kritische wereldburger
- Internationaal georiënteerd
- Maatschappelijk en politiek geïnteresseerd
- Tolerant

Werken en presteren

- Zoekt intellectuele verrijking en diepgang
- Centrale drijfveer
- Doelgericht en ambitieus
- Inkomensverbetering
- Verschaft identiteit en status

Sociale relaties

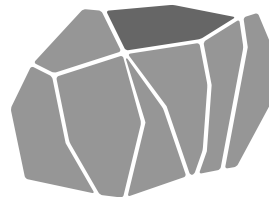
- Netwerker
- Gericht op gelijkgestemden

Leefstijl en kernwaarden

- Consumptiegericht
- Nieuwsgierig
- Impulsief en avontuurlijk
- Statusgevoelig, gehecht aan etiquette
- Kunst en cultuur
- Ontplooien
- Genieten
- Beleven
- Open
- Esthetisch
- Autonoom
- Sociaal

Sociodemo's

- Meer vrouwen dan mannen
- Alle leeftijden
- Relatief veel hoog opgeleiden
- Alle inkomens
- Relatief stedelijk woonmilieu



Kosmopolieten

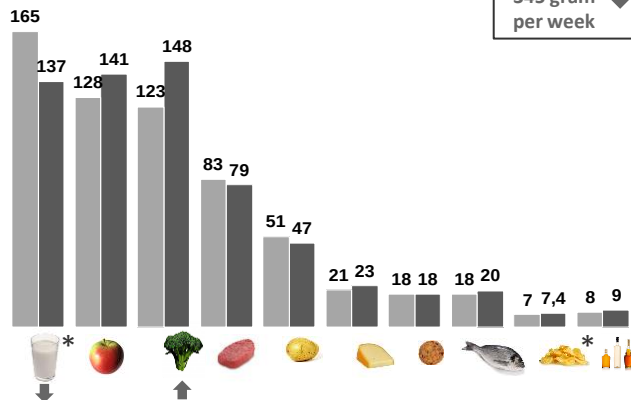
Kosmopolieten vinden gezond eten belangrijk en zijn breed georiënteerd. Ze eten veel groenten, vaker maaltijden zonder vlees en staan open voor exotische gerechten en alternatieve vleesvervangers. Ook duurzaamheid en verspilling zijn voor hen belangrijke thema's. Ze letten op keurmerken, verpakkingen en bewaren hun kliekjes.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Kosmopolieten (n = 162)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 24,9 ↓

verspilling:
345 gram
per week ↓



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* meer groenten en drinken minder zuivel. Andere verschillen in eetgedrag:

- Vinden vaker dat zij gezond eten (83% vs. 73%) en hebben hierin meer ambitie (47% vs. 39%).
- Eten vaker kaas: elke dag kaas op brood (24% vs. 18%) en weleens bij de warme maaltijd of tussendoor (76% vs. 68%).
- Hebben afgelopen maand vaker Aziatisch gegeten (87% vs. 77%).
- Eten vaker rauwkost (95% vs. 89%) en dagelijks warme groenten (23% vs. 15%).
- Eten doorgaans vaker rundvlees (i.p.v. kip en varken) (87% vs. 80%).
- Eten vaker maaltijden zonder vlees (86% weleens vs. 79%).
- Eten vaker minimaal 3 dagen per week een stuk fruit (79% vs. 71%).
- Drinken vaker weleens thee (83% weleens vs. 75%) en water (96% wel een vs. 89%).
- Drinken vaker weleens alcohol doordeweeks (48% vs. 36%).

Duurzaamheid en toekomst

- Eten doorgaans vaker duurzaam (28% vs. 20%) en hebben hierin meer ambitie (44% vs. 33%).
- Vinden smaak minder vaak belangrijker dan duurzaamheid (36% vs. 47%).
- Letten er vaker op dat zij groenten van het seizoen eten (14% nooit vs. 25%).
- Staan meer open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, zeewier, kweekvlees).
- Letten vaker op de verpakking (58% vs. 47%) en keurmerken (36% vs. 26%).
- Doen de boodschappen vaker te voet of met de fiets (57% vs. 46%).

Verspilling

- Zeggen vaker dat zij veel doen aan het voorkomen van voedselverspilling (76% vs. 68%).
- Bewaren kliekjes vaker voor de volgende dag (52% vs. 42%) i.p.v. het weggooien (4% vs. 11%).
- Kijken, ruiken en proeven vaker of het product nog goed is na de THT-datum (85% vs. 79%).
- Gooien relatief weinig eten weg (verspilling 345 gram vs. 410 gram).

Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.



Postmaterialisten

Ambities

- Zelfontplooiing
- Solidair zijn en sociaal bewogen
- Opkomen voor het milieu

Maatschappij en politiek

- Maatschappijkritische idealisten
- Stelling nemen tegen sociaal onrecht
- Opkomen voor het milieu
- Maatschappelijk en politiek geëngageerd
- Reflectief en kritisch
- Solidair en tolerant
- Internationaal geïnteresseerd

Werken en presteren

- Balans zoeken tussen werken en privéleven
- Maatschappelijk nuttig zijn

Sociale relaties

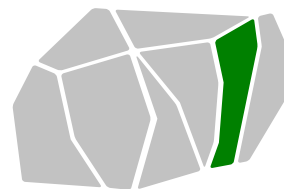
- Individualistisch
- Partners hebben eigen vriendenkring

Leefstijl en kernwaarden

- Planmatig en principieel
- Niet consumptie- en vermaakgericht
- Sober en tweedehands
- Kunst en cultuur
- Maatschappijkritisch
- Milieubewust en idealistisch
- Innerlijke harmonie
- Zinvol leven
- Iets bijdragen aan de maatschappij
- De wereld zien
- Compassie
- Aandacht voor immateriële waarden

Sociodemo's

- Evenveel mannen als vrouwen
- Relatief veel ouderen en weinig jongeren
- Relatief veel hoog opgeleiden
- Alle inkomensniveaus



Postmaterialisten

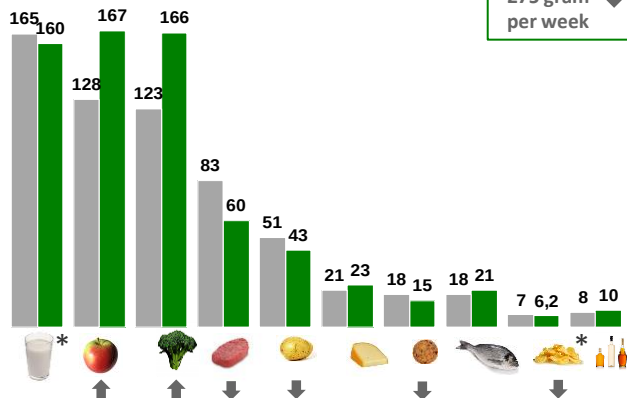
Postmaterialisten zijn gezonde en bewuste eters: volkoren brood, veel groenten en fruit en weinig snacks. Zij eten relatief weinig vlees en kiezen relatief vaak vis bij het avondmaal. Duurzaam eten is voor hen erg belangrijk en zij stemmen hun keuzes bij de boodschappen hier op af. Ook gaan zij zuinig om met hun eten: zij verspillen relatief weinig.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Postmaterialisten (n = 118)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 25,4

verspilling:
275 gram
↓
per week



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* minder vlees, aardappels, koekjes en chips & zoutjes en meer groenten en fruit.

Andere verschillen in eetgedrag:

- Vinden vaker dat zij gezond eten (85% vs. 73%).
- Eten vaker doorgaans volkoren brood (88% vs. 72%), i.p.v. wit brood.
- Eten vaker dagelijks fruit (49% vs. 33%) en warme groenten (26% vs. 15%).
- Eten vaker minimaal 3 dagen per week rauwkost (39% vs. 24%).
- Zijn vaker flexitariër (61% eten niet meer dan 4 dagen vlees 's avonds vs. 55%), eten minder kip en varken, minder vlees op brood (75% vs. 91%) en zijn vaker vegetarisch (10% vs. 3%).
- Eten vaker wekelijks vis (52% vs. 41%).
- Eten minder vaak snacks uit de frituur of fastfood (75% vs. 85%).
- Drinken minder vaak weleens frisdrank (47% vs. 68%).
- Drinken vaker alcohol: dagelijks in weekend (27% vs. 17%) en op weekavonden (20% vs. 13%).

Duurzaamheid en toekomst

- Eten veel vaker duurzaam (35% vs. 20%) en hebben hierin veel meer ambitie (53% vs. 33%).
- Duurzaamheid is vaker belangrijker dan smaak en prijs (37% vs. 15% & 57% vs. 29%).
- Weten vaker waar hun groente en fruit vandaan komt (60% vs. 43%).
- Letten vaker op het energieverbruik (63% altijd vs. 34%).
- Letten er vaker op dat zij groenten van het seizoen eten (13% nooit vs. 25%).
- Staan meer open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, zeewier).
- Letten vaker op de verpakking (72% vs. 47%) en keurmerken (47% vs. 26%).
- Doen de boodschappen vaker te voet of met de fiets (60% vs. 46%).

Verspilling

- Zeggen vaker dat zij veel doen aan het voorkomen van voedselverspilling (84% vs. 68%).
- Kijken, ruiken en proeven vaker of het product nog goed na de THT-datum (88% vs. 79%).
- Gooien relatief weinig eten weg (verspilling 275 gram vs. 410 gram).

Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.



Postmoderne hedonisten

Ambities

- Vrij zijn
- Leven in het hier en nu
- Nieuwe ervaringen opdoen
- Onafhankelijk zijn

Maatschappij en politiek

- Weinig betrokken
- Tolerant
- Gelijke kansen

Werken en presteren

- Geen centrale rol
- Ondergeschikt aan privé
- Alle inkomensniveaus

Sociale relaties

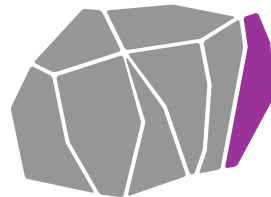
- Individualistisch
- Vrienden belangrijker dan familie

Leefstijl en kernwaarden

- Impulsief
- Avontuurlijk
- Vrijblijvend ('anything goes')
- Kunst en (populaire) cultuur
- Ervaringsgericht
- Eigenwijs en intuïtief
- Innovatief en trendsettend
- Extravert
- Esthetisch
- Vrijheid en onafhankelijk zijn
- Ervaring belangrijker dan bezit
- Never a dull moment

Sociodemo's

- Evenveel mannen als vrouwen
- Relatief veel jongeren
- Relatief veel hoogopgeleiden
- Alle inkomensniveaus
- Relatief stedelijk



Postmoderne hedonisten

Voor postmoderne hedonisten zijn duurzaamheid en verspilling nauwelijks een issue. Zelf houden zij weinig maat: als zij koekjes, chips of vlees eten, zijn dit vaak grote porties. Zij eten weinig aardappelen, vlees en groenten. Vaak staat pizza of Aziatisch op het menu en zij staan open voor alternatieve vleesvervangers.

Gemiddelde consumptie per voedingsmiddel - in gram

■ Postmoderne hedonisten (n = 119)
■ Gemiddeld (n=1.249)

BMI: 25,7

verspilling:
480 gram
per week ↑



*Vanwege de scheefheid in de verdeling is voor de berekening van het gemiddelde gebruik gemaakt van een afgeknotte dataset (alle waarden exclusief de hoogste (circa) 5%).

Typisch eet- en drinkgedrag

Eten *gemiddeld* minder aardappels. Andere verschillen in eetgedrag:

- Eten minder vaak kleine koekjes (79% vs. 85%), maar als zij deze nemen vaker minimaal 7 stuks (11% vs. 4%).
- Nemen als zij chips of zoutjes eten vaker minimaal 5 handjes (59% vs. 43%).
- Eten minder vaak dagelijks snacks (20% vs. 26%).
- Eten minder vaak aardappelen (40% minimaal 3 dagen per week vs. 60%).
- Eten vaker geen vlees bij de warme maaltijd (12% vs. 4%), maar eten als zij vlees nemen vaker meer dan 1 portie (50% vs. 32%).
- Hebben afgelopen maand vaker Aziatisch gegeten (48%, 3 keer per week of vaker vs. 34%) of pizza gegeten (17%, 3 keer per week of vaker vs. 11%).
- Drinken vaker geen zuiveldranken (30% vs. 21%) en eten vaker geen kaas (15% vs. 9%).

Duurzaamheid en toekomst

- Zeggen minder vaak dat zij duurzaam eten (13% vs. 20%).
- Letten bij koken minder vaak op het energieverbruik (51% nooit vs. 38%).
- Koken vaker elektrisch op groene stroom (22% vs. 14%).
- Staan meer open voor alternatieve vleesvervangers (algen, insecten, zeewier en kweekvlees)

Verspilling

- Zeggen minder vaak dat zij veel doen aan het voorkomen van voedselverspilling (53% vs. 68%).
- Vragen zich minder vaak af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is (18% vs. 28%).
- Maken zich minder vaak zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (29% vs. 50%).
- Gooien klikjes vaker weg (17% vs. 11%) in plaats van het in de koelkast of vriezer te bewaren.
- Gooien relatief veel eten weg (verspilling 480 gram vs. 410 gram).

Duurzaamheid

- Vleesconsumptie en alternatieven
- Motivatie
- Boodschappen
- Koken

pagina

pagina 42
pagina 49
pagina 50
pagina 58

55% is flexitariër: laat vlees op 3 dagen of vaker weg uit avondmaaltijd of tussendoor

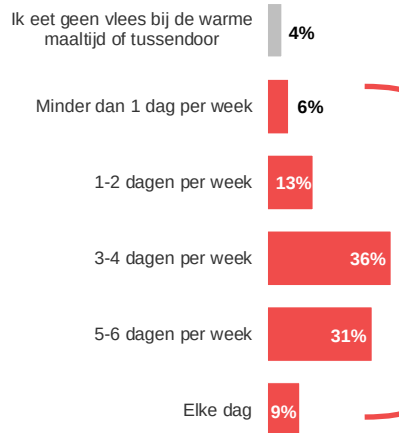
Gemiddeld eten Nederlanders 83 gram vlees (inclusief vleeswaren) per dag.

96% van de Nederlanders eet weleens vlees bij de warme maaltijd of tussendoor.

55% laat het vlees op 3 dagen per week of vaker weg uit de warme maaltijd. Deze groep staat bekend als *flexitariërs*.*

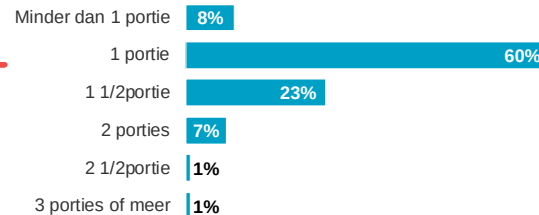
Vleeseters eten op een dag dat zij vlees eten meestal 1 portie (60%). 8% eet minder dan 1 portie. Bijna een derde (32%) eet op zo'n dag meer dan 1 portie vlees.

Op gemiddeld hoeveel dagen per week eet je een portie vlees bij de warme maaltijd of tussendoor? (n=1.249)



Voedingscentrum: het wel of niet eten van vlees is een belangrijke factor met betrekking tot duurzaamheid. De productie van vlees heeft veel invloed op het klimaat in vergelijking met andere producten. Vee heeft veel voer nodig en de productie van voer kost water, land en energie. Vleesvervangers als ei, noten, vegetarische burgers en tofu bevatten vergelijkbare voedingsstoffen als vlees, maar de productie heeft minder invloed op het milieu.

Hoeveel porties vlees eet je op zo'n dag bij de warme maaltijd of tussendoor? (Basis - Eet vlees tijdens warme maaltijd/tussendoor, n=1.196)



*Er bestaan verschillende definities voor 'flexitariërs' of vleesminderaars. Het Voedingscentrum hanteert in dit onderzoek een minimum van 3 dagen per week geen vlees bij de avondmaaltijd of tussendoor. Natuur & Milieu benoemt iemand die een of meer dagen per week geen vlees eet als flexitarier. LEI definieert vleesminderaars als mensen die vlees eten niet als vanzelfsprekend beschouwen; ze variëren in de mate waarin men minder vlees eet en de wijze waarop.

Verschillen tussen subgroepen in vleesconsumptie

24% van de Nederlanders eet maximaal 2 dagen per week vlees bij de warme maaltijd. Dit is hoger onder mensen met een  beneden modaal inkomen (30%),  eenpersoonshuishoudens (32%) en  nieuwe Nederlanders (38%).

 Mensen met een bovenmodaal inkomen eten gemiddeld meer vlees (88 gram per dag vs. 83 gram gemiddeld).
Zij eten vaker vleeswaren op brood (43% minimaal 5 dagen per dag 38% gemiddeld).

 Gezinnen met kinderen zijn minder vaak flexitariër: zij laten het vlees minder vaak weg uit de maaltijd op minimaal 3 dagen per week (48% vs. 55% gemiddeld).

 Nederlanders van 18 t/m 30 jaar eten gemiddeld meer vlees (90 gram per dag vs. 83 gram gemiddeld).

Zij geven vaker aan dat zij doorgaans meestal kip eten (87% vs. 83%).

 Nederlanders met een lage sociaal-economische status eten gemiddeld minder vlees (75 gram vs. 83 gram).
Wanneer zij geen vlees eten, vervangen ze het vlees minder vaak voor ander producten en laten het vlees vaker gewoon weg (27% vs. 21%).

Nederlanders eten vooral kip en rund, 79% eet weleens maaltijd zonder vlees

Nederlanders eten doorgaans vooral kippenvlees (83%) en rundvlees (80%). Tweederde (66%) eet doorgaans (ook) varkensvlees.

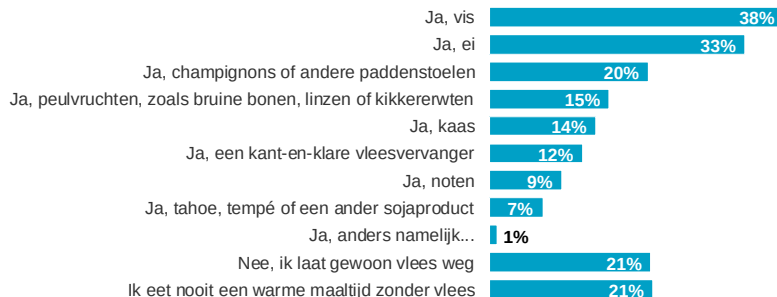
79% van de Nederlanders eet weleens een warme maaltijd zonder vlees.

58% van de Nederlanders vervangt het vlees weleens voor een ander product. De meest gebruikte vleesvervangers voor een maaltijd zonder vlees, zijn vis (38%) en ei (33%). Op afstand volgen champignons (20%), peulvruchten (15%), kaas (14%), kant-en-klare vleesvervangers (12%), noten (9%) en soja (7%).

Welke soorten vlees eet je doorgaans? (n=1.249)



Als je een warme maaltijd eet zonder vlees, vervang je het vlees dan door een ander product? (n=1.249)



Verschillen tussen subgroepen in vleesvervangers



Vrouwen vervangen vlees vaker weleens voor kaas (17%) dan mannen (10%).



Hoogopgeleiden en mensen met een boven modaal inkomen vervangen vlees vaker door vrijwel alle vervangers.



50plussers vervangen vlees vaker weleens voor ei (37% vs. 33% gemiddeld) of kaas (17% vs. 14%). 18 t/m 30 jarigen laten het vlees vaker weg zonder het te vervangen (26% vs. 21%).



In *niet* stedelijk gebied laten mensen het vlees minder vaak weleens weg uit de avondmaaltijd (72% vs. 79% gemiddeld).

In *zeer* stedelijk gebied maakt men veel meer gebruik van vis, champignons en peulvruchten als vleesvervanger, maar ook van kaas en sojaproducten.



Nieuwe Nederlanders kiezen vaker voor vis (51% vs. 37%) en sojaproducten (12% vs. 6%) als vleesvervangers.

62% broodeters eet 3 dagen per week of vaker geen vleeswaren op brood

91% van de Nederlanders die brood eten, beleggen hun brood weleens met vleeswaren.

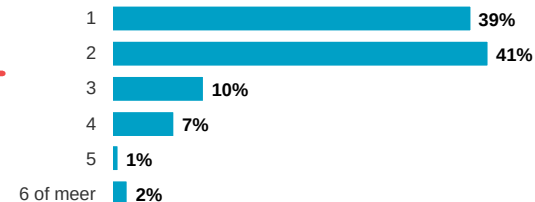
38% van de Nederlanders die brood eten, belegt gewoonlijk 5 of meer dagen in de week het brood met vleeswaren. 62% van de broodeters, eet 3 dagen per week of vaker geen vleeswaren op brood.

Nederlanders die vlees op brood eten, beleggen meestal 1 snee (39%) of 2 sneden (41%) brood met vleeswaren per dag.

Op gemiddeld hoeveel dagen per week eet je vleeswaren als beleg op brood? (Basis - Eet brood, n=1.217)



Hoeveel sneden brood of broodjes beleg je gewoonlijk met vleeswaren op zo'n dag? (Basis - Eet vleeswaren, n=1.102)



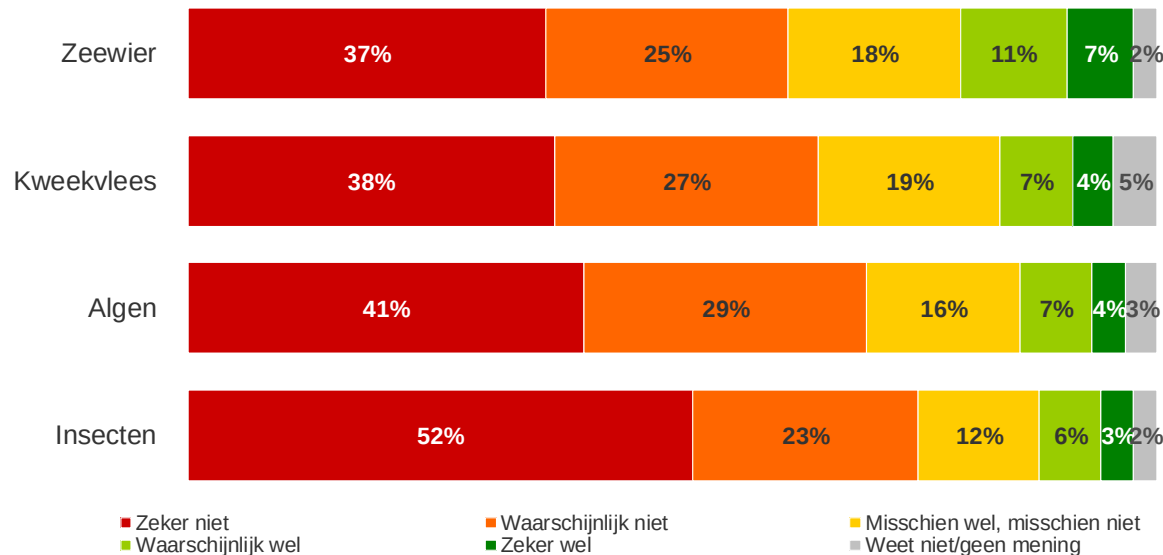
Boodschappen: een vijfde zegt open te staan om vlees af en toe te vervangen voor zeewier

In de vragenlijst zijn vier nieuwe (alternatieve) vleesvervangers voorgelegd met de vraag in hoeverre men bereid is het vlees in de maaltijd hier in de komende vijf jaar af en toe voor te vervangen.

De meeste animo is er voor zeewier: 18% is hier (waarschijnlijk) wel toe bereid.

De bereidheid voor het eten van kweekvlees, algen en insecten ligt lager (respectievelijk 11%, 11% en 9%).

In hoeverre ben je bereid de komende vijf jaar af en toe het vlees in jouw maaltijd (of op brood) te vervangen voor de volgende producten? (n=1.249)



Verschillen tussen subgroepen – nieuwe vleesvervangers



Bij mensen met een bovenmodaal inkomen bestaat minder weerstand om hun vlees in toekomst af en toe te vervangen voor kweekvlees (31% zeker niet vs. 38% gemiddeld), algen (34% zeker niet vs. 41%) en insecten (45% zeker niet vs. 52%).



Jongeren van 18 t/m 30 jaar zijn vaker bereid om hun vlees in de toekomst af en toe te vervangen voor kweekvlees (18% waarschijnlijk/zeker vs. 12% gemiddeld) en insecten (16% vs. 9%).



Bij mannen bestaat minder weerstand dan bij vrouwen om hun vlees in toekomst af en toe te vervangen voor kweekvlees (33% zeker niet vs. 43%) en insecten (45% zeker niet vs. 59%).



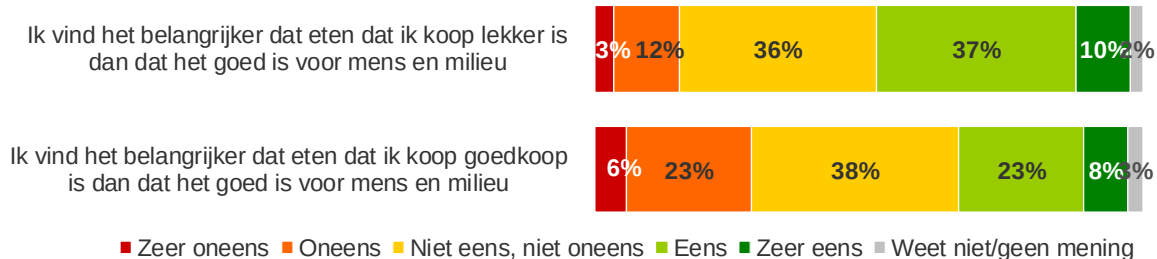
Mensen in zeer stedelijk gebied zijn vaker bereid om hun vlees in toekomst af en toe te vervangen voor zeewier (27% waarschijnlijk/zeker vs. 18%), algen (19% vs. 11%) en kweekvlees (17% vs. 12%).

Motivatie: belang van smaak groter dan belang van duurzaamheid

Bijna de helft (47%) geeft aan dat zij de *smaak* van het eten (dat het lekker is) belangrijker vinden dan de duurzaamheid als zij eten kopen. Een veel minder grote groep (15%) is het niet met deze stelling eens.

Als het gaat om de *prijs* versus de duurzaamheid lopen de meningen meer uiteen. 31% vindt het belangrijker dat het eten goedkoop is in plaats van duurzaam. 29% is het hier niet mee eens.

In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen? (n=1.249)



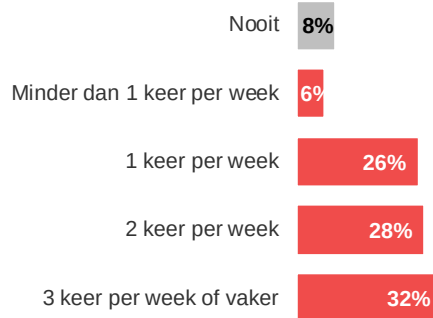
Boodschappen: meestal met een lijstje en in de winkel (i.p.v. online)

92% van de Nederlanders doet weleens de boodschappen voor thuis. Bij 8% is iemand anders in het huishouden hier helemaal verantwoordelijk voor.

Nederlanders die boodschappen doen, zeggen dat zij hiervoor meestal naar de winkel gaan (98%). 2% doet dit meestal online.

45% gebruikt altijd een boodschappenlijstje, 19% regelmatig, 22% soms en 14% (vrijwel) nooit.

Hoe vaak doe je boodschappen? (n=1.249)

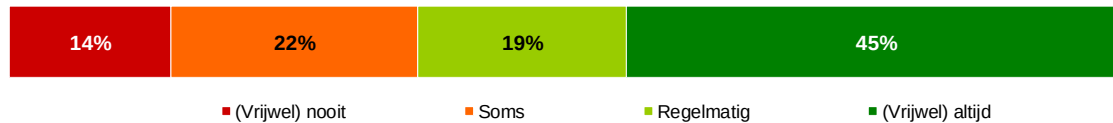


In *zeer* stedelijk gebied doet men vaker boodschappen dan in niet stedelijk gebied (70% 2 keer per week of vaker vs. 49%)

Doe je je boodschappen meestal in de winkel of online? (Basis - Doet boodschappen, n=1.147)



Maak je bij het boodschappen doen gebruik van een boodschappenlijstje? (Basis - Doet boodschappen, n=1.147)



Boodschappen: helft let (soms) op milieuvriendelijke verpakking producten

Bijna de helft (47%) van de Nederlanders die weleens boodschappen doen, let erop of de verpakking milieuvriendelijk is (9% altijd, 38% soms).

53% let nooit op de milieuvriendelijkheid van verpakkingen.

In hoeverre let je er op dat je boodschappen niet of milieuvriendelijk verpakt zijn?
(Basis - Doet boodschappen, n=1.147)



31 t/m 50 jarigen geven vaker aan dat zij *altijd* op de milieuvriendelijkheid van de verpakking letten (14%) en minder vaak dat zij hier *nooit* op letten (46%).

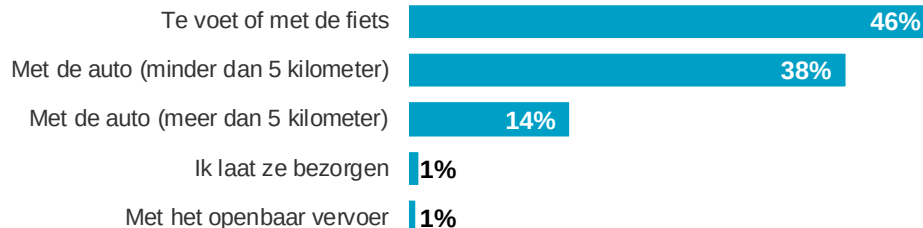


Boodschappen: helft gaat met de auto, de ander helft te voet of per fiets

Ruim de helft (52%) pakt de auto als zij boodschappen doen. Meestal voor minder dan 5 kilometer (38%), soms voor een langere afstand (14%).

46% doet de boodschappen te voet of met de fiets.

Hoe vervoer je je boodschappen meestal? (Basis - Doet boodschappen, n=1.147)



31 t/m 50 jarigen doen boodschappen iets minder vaak te voet of met de fiets (42%) en gaan vaker met de auto voor een afstand langer dan 5 kilometer (43%).



Alleenstaanden doen boodschappen vaker te voet of met de fiets (63%), gezinnen vaker met auto voor een afstand korter dan 5 kilometer (48%).

Boodschappen: een kwart let op keurmerken

Aan iedereen is de stelling 'Ik let nooit op keurmerken' voorgelegd.

38% is het (zeer) eens met deze stelling. Zij geven aan dat zij nooit op keurmerken letten.

Een kwart (26%) let wel op keurmerken: zij zijn het niet eens met deze stelling.

Ik let nooit op keurmerken (n=1.249)



 mensen met een bovenmodaal inkomen geven vaker aan dat zij wel op keurmerken letten (32% oneens met de stelling vs. 26% gemiddeld).

 Mensen met een beneden modaal inkomen geven vaker aan dat zij nooit op keurmerken letten (43% eens met de stelling vs. 38% gemiddeld).

 30 t/m 18 jarigen geven vaker aan dat zij niet op keurmerken letten (44% eens met de stelling vs. 38% gemiddeld).

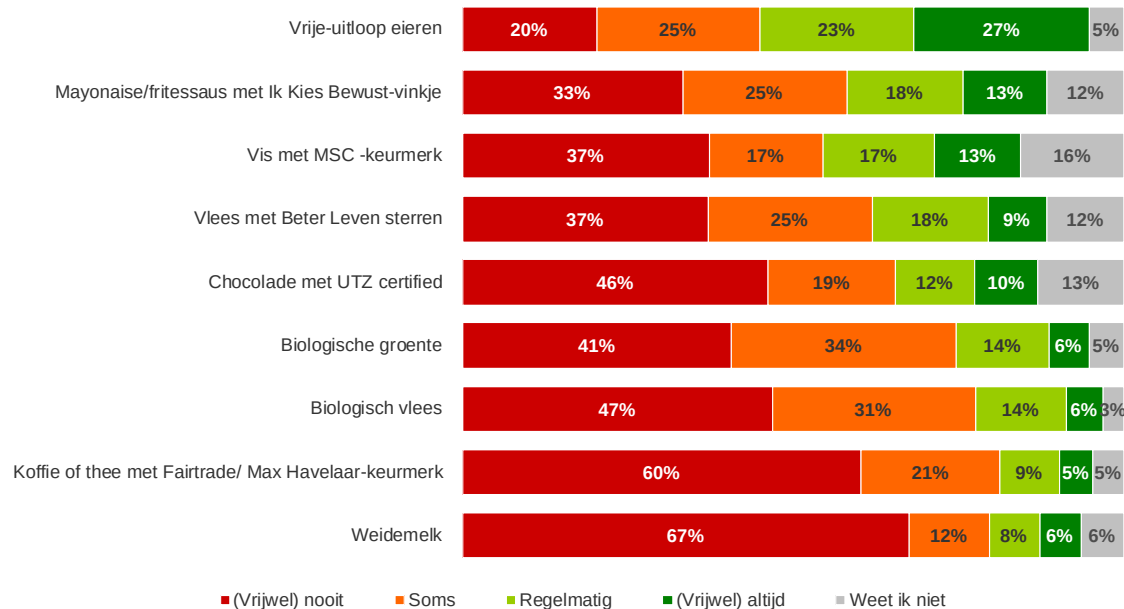
Boodschappen: vrije-uitloop eieren relatief vaak gekozen product met keurmerk

Aan Nederlanders die weleens boodschappen doen (92%), is gevraagd of zij weleens producten kopen met een keurmerk.

Van de voorgelegde opties kopen zij vooral vrij-uitloop eieren (50% regelmatig of (vrijwel) altijd), mayonaise met het Ik Kies Bewust-vinkje (31%), vis met het MSC- keurmerk (30%) en vlees met Beter Leven sterren (27%).

Relatief weinig noemt men Weidemelk (14%) en het Fairtrade Max Havelaar keurmerk voor koffie en thee (14%).

Koop je weleens de volgende producten met een keurmerk?
(Basis - Doet boodschappen (n=1.147))



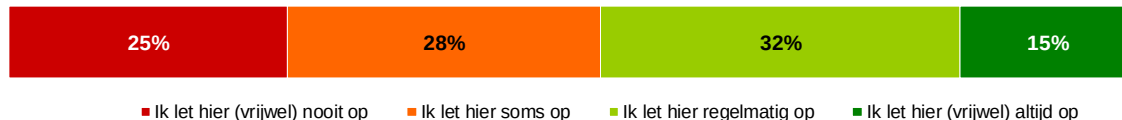
Boodschappen: 4 op de 10 weet uit welk gebied hun groente en fruit komt

Bijna de helft (47%) van de Nederlanders let er (regelmatig of vrijwel altijd) op dat zij groente en fruit van het seizoen eten. 28% let hier soms op en een kwart (25%) (vrijwel) nooit.

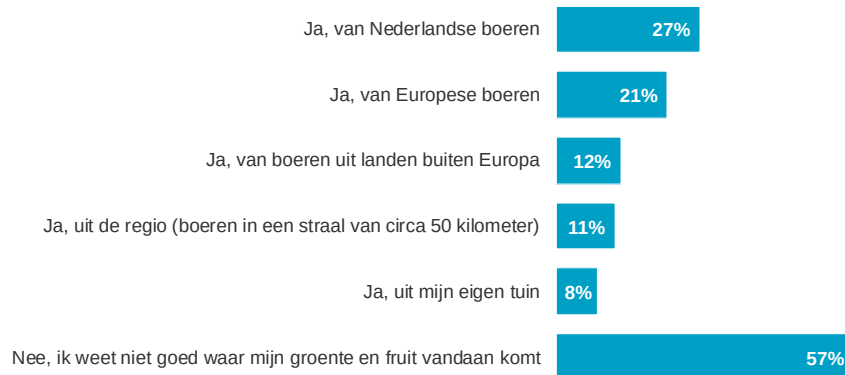
Ruim vier op de tien (43%) Nederlanders weten waar hun groente en fruit meestal vandaan komt. Ruim een kwart (27%) noemt Nederlandse boeren, 21% Europese boeren en 12% boeren uit Europa.

11% eet meestal groente en fruit van boeren uit de regio en 8% uit de eigen tuin.

In hoeverre let je erop dat je groente en fruit van het seizoen eet? (n=1.249)



Weet je uit welk gebied jouw groente en fruit meestal komt? (n=1.249)



Verschillen tussen subgroepen - seizoensgroenten



Vrouwen zeggen vaker dat zij er op letten dat ze seizoensgroenten eten. Van de vrouwen let 18% hier altijd op en 21% nooit. Van de mannen let 12% hier altijd op en 29% nooit.



Jongeren van 18 t/m 30 jaar letten er minder vaak *regelmatig of altijd* op dat zij seizoensgroenten eten (29% vs. 47% gemiddeld). 50plussers letten hier juist veel vaker op (59%).



Mensen met overgewicht (BMI>25) letten er vaker (regelmatig of altijd) op dat zij seizoensgroenten eten (55% vs. 47% gemiddeld).



Mensen met een modaal inkomen letten er vaker op dat zij seizoensgroenten eten (19% nooit vs. 25% gemiddeld).



Paren zonder kinderen letten er vaker (regelmatig of altijd) op dat zij seizoensgroenten eten (57% vs. 47% gemiddeld).

Verschillen tussen subgroepen – herkomst van groenten



Mensen in *niet* stedelijk gebied eten vaker groenten van lokale boeren of uit eigen tuin (respectievelijk 16% en 16% vs. 11% en 8% gemiddeld).



In het noorden van Nederland eten mensen vaker groenten uit hun eigen tuin (14% vs. 8% gemiddeld).



Mensen met een bovenmodaal inkomen kopen vaker 'exotische' groenten, van buiten Europa (17% vs. 12% gemiddeld).



Voorals paren zonder kinderen eten groenten uit eigen tuin (11% vs. 8% gemiddeld).

Alleenstaanden juist minder (4%).

Koken: meestal zelf, 9% gaat elke week uit eten en 13% haalt af

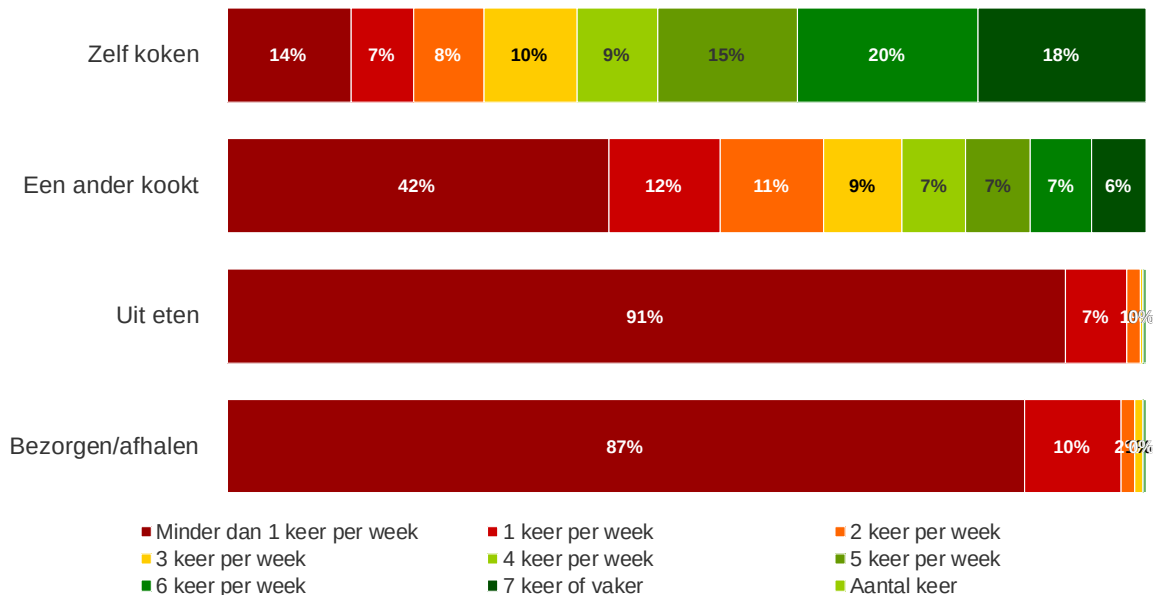
Een grote meerderheid van de Nederlanders 86% kookt ten minste 1 keer per week zelf. Ruim de helft (53%) doet dit minimaal 5 keer per week.

Een tiende (9%) gaat minimaal 1 keer per week uit eten en 13% haalt minimaal 1 keer per week eten af of laat het bezorgen.



In zeer stedelijk gebied eet men vaker buiten de deur (14% wekelijks vs. 9% gemiddeld).

Hoe vaak per week kook je (zelf of een ander), ga je uit eten, laat je eten bezorgen of haal je iets af? (n=1.249)

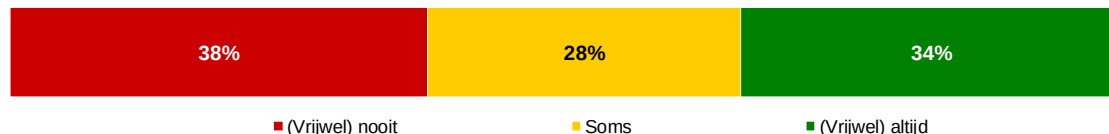


Koken: kleine meerderheid let op energieverbruik bij het koken

Als Nederlanders zelf eten koken (86%), letten zij meestal wel op het energieverbruik (62%): 34% let hier altijd op en 28% soms.

Vier op de tien (38%) Nederlanders letten (vrijwel) nooit op het energieverbruik.

In hoeverre let je bij het koken op het energieverbruik? *Bijvoorbeeld door kort te koken, te koken met zo min mogelijk water, altijd de deksels op de pannen te doen of een snelkookpan te gebruiken.*
(Basis - Kookt zelf minimaal 1 keer per week, n=1.080)



Vrouwen letten vaker op het energieverbruik dan mannen (40% altijd versus 27% altijd).



50plussers letten vaker op het energieverbruik (47% altijd), 31 t/m 50 jarigen minder (30%) en 18 t/m 30 jarigen nog minder (15%).



Koken: 55% van de kokers kookt energiebewust

Gas of elektra:

74% van de Nederlanders die zelf eten koken, kookt meestal op gas en 26% meestal elektrisch.

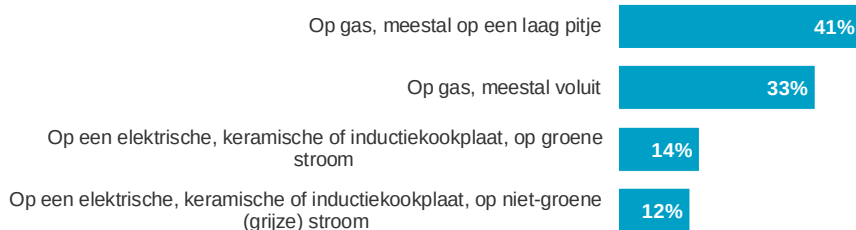
Energiezuinig koken:

41% van de Nederlanders kookt meestal op een laag pitje en 14% op groene stroom (samen 55%).

Niet energiezuinig koken:

33% kookt op gas voluit en 12% op grijze stroom (samen 45%).

Op wat voort soort kooktoestel kook je meestal? (Basis - Kookt zelf minimaal 1 keer per week, n=1.080)



Mensen met een boven modaal inkomen koken vaker op groene stroom (19%). Mensen met een beneden modaal inkomen koken vaker op een laag pitje (48%).



50plussers koken iets vaker op groene stroom (18%).

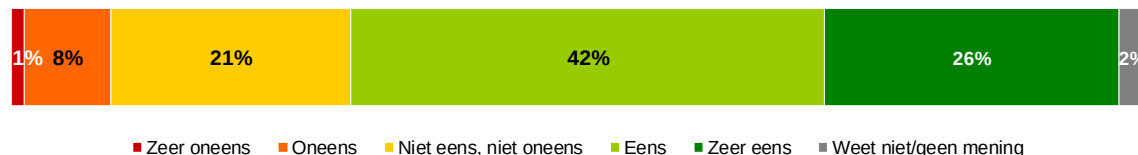
Voedselverspilling

Tweederde vindt dat zij er zelf veel aan doen om voedselverspilling te voorkomen

Ruim twee derde (68%) van de Nederlanders heeft het gevoel dat zij er veel aan doen om voedselverspilling te voorkomen. Zij zijn het eens met de stelling 'Ik doe veel aan het voorkomen van voedselverspilling'.

Een tiende (9%) is het niet eens met de stelling.

Ik doe veel aan het voorkomen van voedselverspilling (n=1.149)



Mensen met een lage sociaal economische status zeggen vaker dat zij er veel aan doen om voedselverspilling te voorkomen (34% *zeer* eens vs. 26% gemiddeld.)

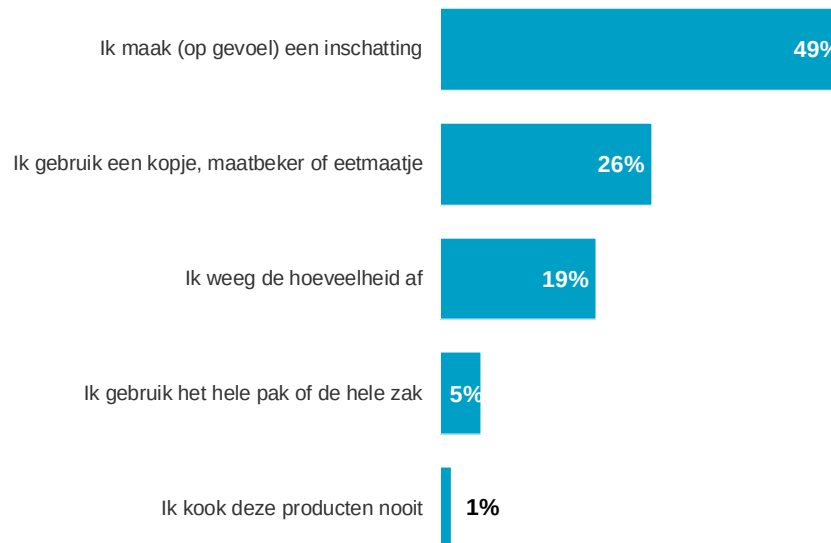
Inschatten meest gebruikte methode om hoeveelheid bij koken te bepalen

Als Nederlanders rijst, pasta of aardappels koken en zij gaan de hoeveelheid bepalen doen zij dit meestal op gevoel (49%).

Een iets minder grote groep (45%) is preciezer: een kwart (26%) gebruikt een kopje, maatbeker of eetmaatje om de hoeveelheid af te meten en 19% weegt de hoeveelheid af.

Het komt weinig voor dat men de hele zak in één keer gebruikt (5%).

Hoe bepaal je de hoeveelheid als je rijst, pasta of aardappels kookt?
(Basis - Kookt zelf minimaal 1 keer per week, n=1.080)



Na THT-datum checkt men meestal zelf of product nog wel goed is

Als de houdbaarheidsdatum van producten overschreden is, kijkt, ruikt of proeft men meestal of het product nog wel goed is (79%).

16% gooit het product meteen weg en 5% let helemaal niet op deze datum.

Wat doe je meestal met jouw producten thuis als deze datum overschreden is? (n=1.249)



Vrouwen checken vaker of het product nog wel goed is dan mannen (82% vs. 76%).



Jongeren van 18 t/m 30 jaar checken minder vaak of het product nog wel goed is (73%).

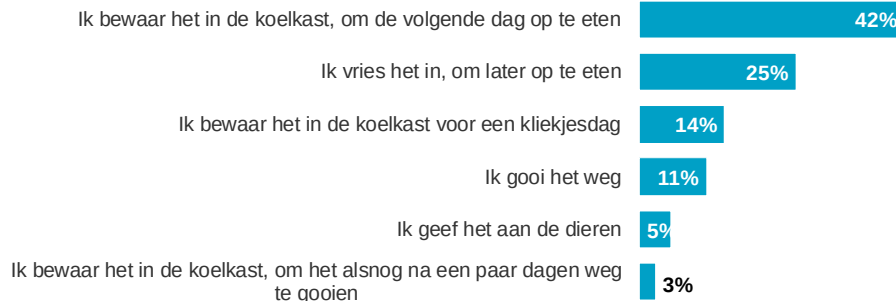


Kliekjes meestal bewaard voor de volgende dag of ingevroren

Als er restjes of kliekjes over zijn, blijken Nederlanders zuinig: 42% eet het de volgende dag, 25% vriest het in en 14% bewaart het voor een kliekjesdag.

Een tiende (11%) is minder zuinig en gooit kliekjes meestal weg. 3% bewaart het wel, maar gooit het later meestal alsnog weg.

Als je een restje/ kliekje over hebt wat doe je er dan meestal mee? (n=1.249)



Alleenstaanden lijken relatief vaak voor 2 dagen te koken: 54% bewaart eten in de koelkast, om de volgende dag op te eten.



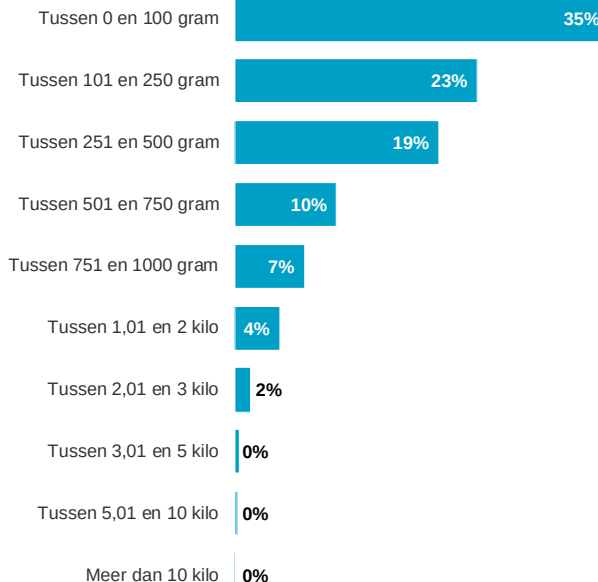
Mensen met een lage sociaal-economische status bewaren eten vaker in de koelkast om de volgende dag op te eten (54%) en gooien eten minder vaak weg (7%).

Nederlanders onderschatten voedselverspilling in huis

Ruim driekwart (77%) van de Nederlanders schat in dat zij thuis wekelijks 500 gram of minder voedsel weggooien.

De gemiddelde schatting komt op circa 400 gram. Hiermee lijken Nederlanders deze hoeveelheid te onderschatten. Uit onderzoek in opdracht van onder meer het Voedingscentrum (CREM, 2013) blijkt dat de werkelijke hoeveelheid op circa 900 gram ligt.

Hoeveel denk je dat je zelf gemiddeld per week weggooit? (n=1.249)



Mensen met een gezin schatten vaker dat zij minder dan 750 gram per week weggooien (81% vs. 87% gemiddeld)

Alleenstaanden schatten vaker dat zij minder weggooien dan 750 gram per week. (92%)



50plussers schatten vaker dat zij minder dan 750 gram weggooien (94%).

18 t/m 30 jarigen denken minder vaak dat zij minder dan 750 gram weggooien (76%).



Verschillen subgroepen – mensen met overgewicht zeggen minder te verspillen



Mensen met overgewicht zeggen vaker dat zij er veel aan doen om voedselverspilling tegen te gaan (73%) dan mensen met een normaal gewicht (66%).



Mensen met (ernstig) overgewicht bewaren klikjes vaker in de koelkast voor een klikjesdag dan mensen met normaal gewicht (17% vs. 11%).



80% van de mensen met (ernstig) overgewicht zegt gemiddeld *minder* dan 500 gram voedsel per week weg te gooien. Onder mensen met een normaal gewicht is dit 74%.



Toekomstverwachtingen met betrekking tot voedsel

Helft maakt zich zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt

De helft (50%) van de Nederlanders maakt zich zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt.

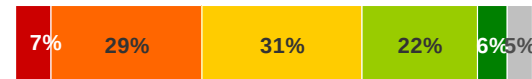
Ruim een kwart (28%) vraagt zich af of er in de toekomst voldoende eten is.

In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen? (n=1.249)

Ik maak mij zorgen over dat gezond eten in de toekomst te duur wordt



Ik vraag me af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is



■ Zeer oneens ■ Oneens ■ Niet eens, niet oneens ■ Eens ■ Zeer eens ■ Weet niet/geen mening



Gezinnen maken zich vaker zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (56% vs. 50% gemiddeld).



Mensen met een lage sociaal economische status maken zich vaker zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (61% vs. 50%).



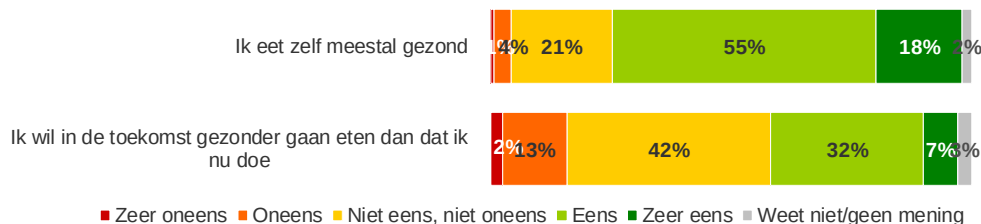
50plussers vragen zich iets vaker af of er in de toekomst voldoende eten is voor iedereen (32% vs. 28% gemiddeld).

Motivatie en gedrag: 4 op de 10 wil gezonder gaan eten

Circa driekwart (73%) van de Nederlanders vindt dat zij zelf meestal gezond eten. 5% vindt van niet.

39% heeft de motivatie om in de toekomst gezonder te gaan eten. 15% heeft deze ambitie niet.

In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen? (n=1.249)



 Mensen met een lage sociaal economische status zeggen minder vaak dat zij gezond eten (67%). Zij hebben wel vaker de ambitie om gezonder te gaan eten in de toekomst (43%).

 18 /m 30 jarigen hebben veel vaker de ambitie om in de toekomst gezonder te gaan eten (53%).

 Laagopgeleiden hebben minder ambitie om in de toekomst gezonder te gaan eten (31%).

 Paren zonder kinderen hebben minder vaak de ambitie om in de toekomst gezonder te gaan eten (30%).

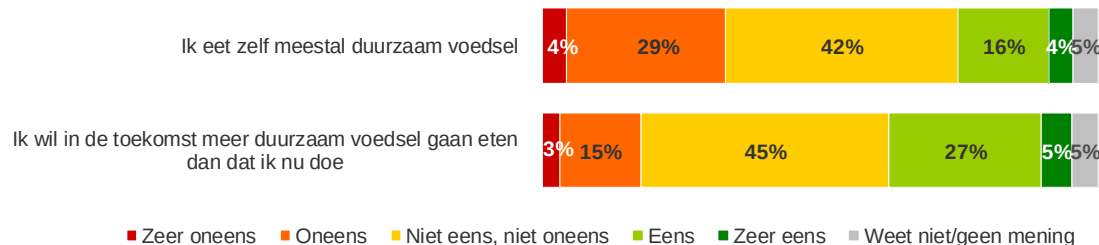
Er is geen effect van inkomen, geslacht, etniciteit en stedelijkheid op de motivatie.

Motivatie: een derde wil meer duurzaam voedsel gaan eten

Een vijfde (20%) van de Nederlanders geeft aan dat zij meestal duurzaam voedsel eten. Een derde (33%) doet dit niet.

De motivatie om in de toekomst meer duurzaam voedsel te gaan eten is groter. Een derde (33%) wil hier meer op gaan letten, een vijfde (20%) is dit niet van plan.

In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen? (n=1.249)



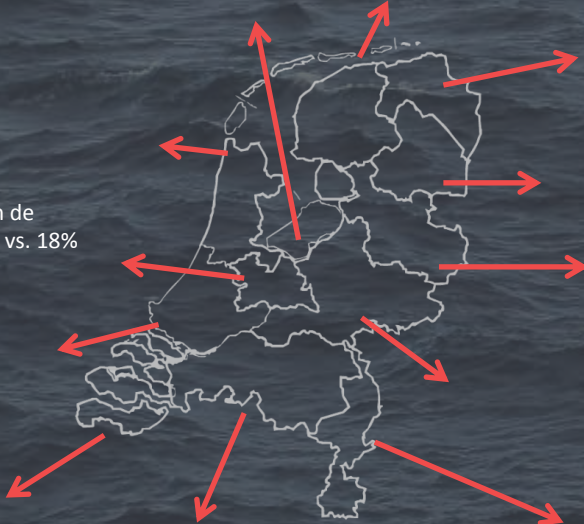
Hoogopgeleiden hebben vaker motivatie om in de toekomst meer duurzaam te eten (43%).



31 t/m 50 jarigen hebben iets vaker motivatie om in de toekomst meer duurzaam te eten (36%).

Er is geen effect van inkomen, geslacht, huishouden en etniciteit op de motivatie



- 
- In **Flevoland** geeft men vaker aan veel te willen doen aan het voorkomen van voedselverspilling (75% vs. 68%).
 - 22% kookt meestal op groene stroom (14% gemiddeld NL).
 - In **Noord-Holland** staat 28% ervoor open om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
 - In **Utrecht** staat men er vaker voor open om vlees in de toekomst af en toe te vervangen voor zeewier (25% vs. 18% gemiddeld NL).
 - 24% let nooit op keurmerken (38% gemiddeld NL).
 - In **Zuid-Holland** doet men de boodschappen vaker te voet of met de fiets dan in andere provincies (56% vs. 46% gemiddeld NL).
 - In **Zeeuwse** huishoudens wordt vaker alle dagen van de week zelf gekookt (37% vs. 24% in gemiddeld NL).
 - 33% vraagt zich af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is (28% gemiddeld NL).
 - In **Friesland** bewaart men de klikjes vaker voor een klikjesdag dan in de andere provincies (21% vs. 14% gemiddeld Nederland).
 - Zij laten ook minder vaak het vlees weg bij de warme maaltijd zonder dit voor een ander product te vervangen (33% vs. 21% gemiddeld NL).
 - 35% van de **Groningers** vindt het *niet* belangrijker dat eten dat men koopt goedkoop is dan dat het goed is voor mens en milieu (29% gemiddeld NL).
 - In **Drenthe** zegt men vaker zelf *meestal* duurzaam voedsel te eten (26% vs. 20% gemiddeld NL).
 - In **Overijssel** gooit men minder vaak klikjes weg die over zijn van de maaltijd (2% vs. 11% in gemiddeld NL).
 - Men vindt duurzaamheid van het eten vaker belangrijker dan of het eten lekker is (24% vs. 15% in gemiddeld NL).
 - In **Gelderland** is men relatief vaak vegetarisch (11% vs. 3% gemiddeld NL).
 - Zij maken zich vaker zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (59% vs. 50% gemiddeld NL) en gooien minder vaak wekelijks klikjes weg (31% vs. 41% gemiddeld Nederland).
 - In **Limburg** vindt men het vaker belangrijk dat het eten dat lekker is dan dat het goed is voor mens en milieu (56% vs. 47% gemiddeld NL).
 - 28% kookt meestal op groene stroom (14% gemiddeld NL).
 - **Brabanders** maken zich minder vaak zorgen over of er voldoende eten in de toekomst (24% vs. 29% gemiddeld NL).
 - 37% vindt het belangrijker dat eten dat men koopt goedkoop is dan dat het goed is voor mens en milieu (31% gemiddeld NL).

Hoe denkt Friesland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- Friezen weten het best waar hun groente en fruit vandaan komt (56% vs. 43% gemiddeld NL); ze kiezen voor 38% van Nederlandse boeren en voor 32% Europese boeren (gemiddeld NL resp. 27% en 21%).
- 62% let regelmatig of altijd op groente van seizoen (47% gemiddeld NL).
- 7% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
- 4% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door insecten (9% gemiddeld NL).
- Friezen laten minder vaak het vlees weg bij de warme maaltijd zonder dit voor een ander product te vervangen (33% vs. 21% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

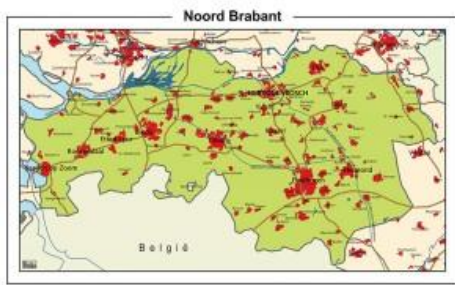
- 21% bewaart klikjes in de koelkast voor een klikjesdag (14% gemiddeld NL).

Toekomst

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedachten van de gemiddelde Nederlander.

Aantal respondenten in deze provincie : 112 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Noord-Brabant over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 37% vindt het belangrijker dat eten dat men koopt goedkoop is dan dat het goed is voor mens en milieu (31% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedrag van de gemiddelde Nederlander.

Toekomst

- 45% maakt zich zorgen over dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (50% gemiddeld NL).
- 24% vraagt zich af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is (29% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 173 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Zeeland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 28% van de Zeeuwen eet groente uit eigen regio (11% gemiddeld NL), dat is hoger dan in alle andere provincies.
- Zeeuwen eten als vleesvervanger bij een vegetarische maaltijd vaak vis (50% vs. 38% gemiddeld NL) of ei (44% vs. 33% gemiddeld NL).
- 37% kookt in het huishouden elke dag zelf (of de partner) (24% gemiddeld NL).
- 54% kookt meestal op gas, op een laag pitje (41% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

- 40% maakt op gevoel een inschatting van de hoeveelheid als zij rijst, pasta of aardappels koken (49% gemiddeld NL)
- 26% weegt de hoeveelheid af (19% gemiddeld NL)

Toekomst

- 33% vraagt zich af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is (28% gemiddeld NL)
- 30% wil in de toekomst gezonder gaan eten (39% gemiddeld NL)

Aantal respondenten in deze provincie : 114 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Groningen over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 19% vindt het niet belangrijker dat eten dat men koopt lekker is dan dat het goed is voor mens en milieu (15% gemiddeld NL).
- 35% vindt het niet belangrijker dat eten dat men koopt goedkoop is dan dat het goed is voor mens en milieu (29% gemiddeld NL).
- Groningers eten bij een vegetarische maaltijd als vleesvervanger vaker champignons (29%), peulvruchten (23%) of kaas (23%) (gemiddeld NL resp. 20%, 15% en 14%).
- 52% kookt meestal op gas, op een laag pitje (41% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedrag van de gemiddelde Nederlander.

Toekomst

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedrag van de gemiddelde Nederlander.

Aantal respondenten in deze provincie : 111 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Zuid-Holland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- In Zuid-Holland doet men de boodschappen vaker te voet of met de fiets dan in andere provincies (56% vs. 46% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

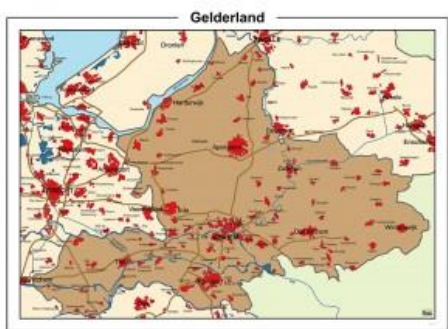
- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedrag van de gemiddelde Nederlander.

Toekomst

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedachten van de gemiddelde Nederlander.

Aantal respondenten in deze provincie : 253 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Gelderland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 33% zegt zelf meestal duurzaam voedsel te eten (20% gemiddeld NL).
- 11% is vegetarisch (3% gemiddeld NL)
- 18% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door insecten (9% gemiddeld NL).
- Gelderlanders eten als vleesvervanger bij een vegetarische maaltijd vaak kaas (24%), peulvruchten (21%) of noten (18%) (heel gemiddeld NL resp. 14%, 15% en 9%).

Voedselverspilling

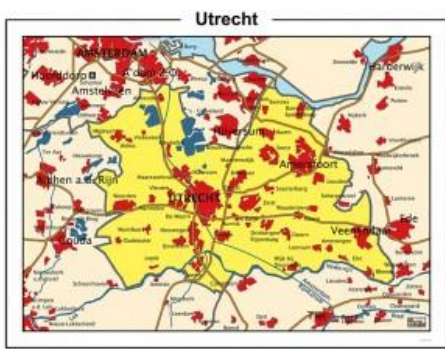
- 78% zegt veel te doen aan het voorkomen van voedselverspilling (68% gemiddeld NL).
- 12% gebruikt hele pak of zak als hij rijst, pasta of aardappels kookt (5% gemiddeld NL).
- 31% gooit wekelijks kliekjes van het bord of uit de pan weg (41% gemiddeld NL).
- 25% bewaart kliekjes in de koelkast voor een kliekjesdag (14% gemiddeld NL).
- 18% vriest kliekjes in om ze later op te eten (25% gemiddeld NL).

Toekomst

- 59% maakt zich zorgen over dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (50% gemiddeld NL).
- 34% vraagt zich af of er in de toekomst voldoende eten voor ons is (28% gemiddeld NL).
- 45% wil in de toekomst meer duurzaam voedsel eten (32% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 133 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Utrecht over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 24% let nooit op keurmerken (38% gemiddeld NL).
- 25% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
- Utrechters vervangen vlees vaker door sojaproducten (11% vs. 7% gemiddeld NL).
- 22% kookt meestal op groene stroom (14% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

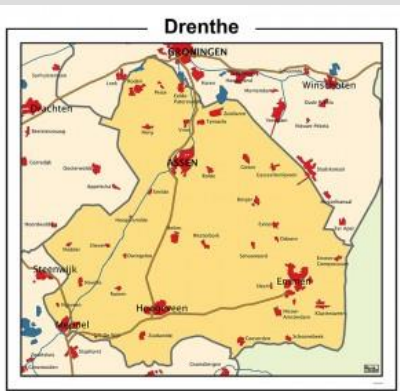
- 36% maakt op gevoel een inschatting van de hoeveelheid als hij rijst, pasta of aardappels kookt (49% gemiddeld NL).

Toekomst

- 28% maakt zich *geen* zorgen dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (20% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 110 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Drenthe over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 26% zegt zelf meestal duurzaam voedsel te eten (20% gemiddeld NL).
- Drenthe eten het minst groente uit eigen regio (5% vs. 11 % gemiddeld NL) en van Nederlandse bodem (16% vs. 27% gemiddeld NL).
- 46% let nooit op keurmerken (38% gemiddeld NL).
- 9% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
- 4% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door insecten (9% gemiddeld NL).
- Drenthe laten bij een vegetarische maaltijd gewoon het vlees weg (en vervangen dit niet voor een ander product) (29% vs. 21% gemiddeld NL).
- 60% kookt 6 a 7 dagen per week zelf (of de partner) (50% gemiddeld NL).
- 54% kookt meestal op gas, op een laag pitje (41% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

- 59% maakt op gevoel een inschatting van de hoeveelheid als hij rijst, pasta of aardappels kookt (49% gemiddeld NL).
- 7% gooit 6 a 7 keer per week bereid voedsel/ kliekjes van het bord of uit de pan weg (3% gemiddeld NL).

Toekomst

- 25% wil in de toekomst meer duurzaam voedsel eten (32% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 114 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Limburg over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 56% vindt het belangrijker dat eten dat men koopt lekker is dan dat het goed is voor mens en milieu (47% gemiddeld NL).
- 41% let regelmatig of altijd op groente van seizoen (47% gemiddeld NL).
- 11% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
- 13% kookt elke dag zelf (of de partner) (24% gemiddeld NL).
- 28% kookt meestal op groene stroom (14% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

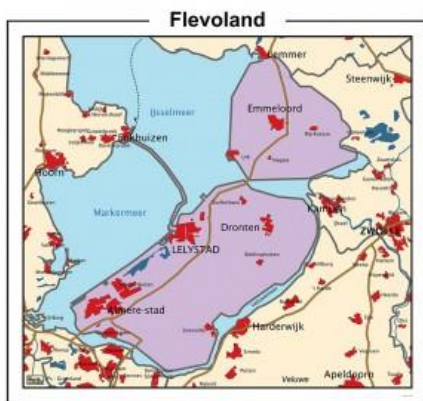
- 61% maakt op gevoel een inschatting van de hoeveelheid als hij rijst, pasta of aardappels kookt (49% gemiddeld NL).
- 10% geeft kliekjes aan de dieren (5% gemiddeld NL).
- 16% vriest kliekjes in om ze later op te eten (25% gemiddeld NL).

Toekomst

- 25% wil in de toekomst meer duurzaam voedsel eten (32% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 102 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Flevoland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 7% eet groente uit de eigen regio (11% gemiddeld NL).
- 22% kookt meestal op groene stroom (14% gemiddeld NL).

Voedselverspilling

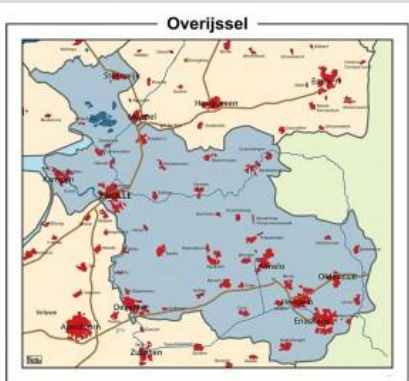
- 75% zegt veel te doen aan het voorkomen van voedselverspilling (68% gemiddeld NL).

Toekomst

- 57% maakt zich zorgen over dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (50% gemiddeld NL).
- 47% wil in de toekomst gezonder gaan eten (39% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 181 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Overijssel over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- Men vindt duurzaamheid van het eten vaker belangrijker dan of het eten lekker is (24% vs. 15% in gemiddeld NL).

Voedselverspilling

- In Overijssel gooit men minder vaak klikjes weg die over zijn van de maaltijd (2% vs. 11% gemiddeld NL).

Toekomst

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedachten van de gemiddelde Nederlander.

Aantal respondenten in deze provincie : 111 (totaal gemiddeld NL: 1.249)

Hoe denkt Noord-Holland over duurzaamheid, voedselverspilling en de toekomst?



Duurzaamheid

- 38% let regelmatig of altijd op dat zij groente van het seizoen eten (47% gemiddeld NL).
- 4% eet groente uit eigen tuin (8% gemiddeld NL), dit aandeel is het laagst van alle provincies in Nederland (alleen Limburg scoort ook 4%).
- 28% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door zeewier (18% gemiddeld NL).
- 14% is bereid om de komende vijf jaar af en toe vlees te vervangen door insecten (9% gemiddeld NL).
- Noord-Hollanders eten bij een vegetarische maaltijd als vleesvervanger vaker champignons (31%), peulvruchten (24%) of kant-en-klare vleesvervangers (19%) (voor gemiddeld NL resp. 20%, 15% en 12%).

Voedselverspilling

- Geen grote afwijkingen t.o.v. gedrag van de gemiddelde Nederlander.

Toekomst

- 28% maakt zich *geen* zorgen over dat gezond eten in de toekomst te duur wordt (20% gemiddeld NL).

Aantal respondenten in deze provincie : 193 (totaal gemiddeld NL: 1.249)



Onderzoekstechnische informatie

- Veldwerkperiode
 - Het veldwerk is uitgevoerd in de periode van 2 tot en met 12 maart 2015.
- Methode respondentenselectie
 - Uit het Stempunt-panel van Motivaction
- Incentives
 - De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek een kleine vergoeding ontvangen
- Weging
 - De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.
- Responsverantwoording online onderzoek
 - In de veldwerkperiode is aan 4.796 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Voor de boost op provincies is aan een extra 2.404 personen een uitnodigingsmail gestuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.
- Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden
 - Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.
- Overige onderzoekstechnische informatie
 - Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever



Ongewogen en gewogen data*

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Leeftijd				
18 t/m 30	142	11,4	268	21,4
31 t/m 50	409	32,7	465	37,3
51 t/m 75	698	55,9	516	41,3
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	322	25,8	331	26,5
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	627	50,2	621	49,7
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	300	24,0	297	23,8
Geslacht				
Mannen	635	50,8	618	49,5
Vrouwen	614	49,2	631	50,5

*De ongewogen data is de verdeling van de achtergrondkenmerken zoals deze daadwerkelijk in de steekproef aanwezig is. De gewogen data geeft weer hoe de verdeling is nadat de betreffende achtergrondkenmerken representatief is gewogen naar de verdeling in Nederland.

Ongewogen en gewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Mentality				
Moderne burgerij	278	22,3	280	22,4
Opwaarts mobilen	132	10,6	189	15,1
Postmaterialisten	148	11,8	118	9,5
Nieuwe conservatieven	113	9,0	98	7,8
Traditionele burgerij	188	15,1	157	12,6
Kosmopolieten	179	14,3	162	13,0
Postmoderne hedonisten	114	9,1	119	9,6
Gemaksgeoriënteerden	97	7,8	125	10,0
Regio				
3 grote gemeenten	124	9,9	152	12,1
West	366	29,3	364	29,2
Noord	152	12,2	125	10,0
Oost	248	19,9	260	20,9
Zuid	309	24,7	298	23,8
Randgemeenten	50	4,0	50	4,0



Terug naar
 leeswijzer


Toelichting definities subgroepen

- Inkomen is gedefinieerd aan de hand van het bruto jaarinkomen van het huishouden: boven modaal: minder dan € 33.000,-, modaal: tussen € 33.000,- en € 39.500,-, boven modaal: meer dan € 39.500,-
- De resultaten voor nieuwe Nederlanders moeten als indicatief worden beschouwd vanwege de lage representatie van eerste generatie nieuwe Nederlanders in het panel. Onder nieuwe Nederlanders verstaan we alle Nederlanders die zelf, of waarvan ten minste één van de ouders niet in Nederland geboren is.
- De gehanteerde definitie voor Nederlanders met een lage sociaaleconomische status is gebaseerd op een combinatie van het bruto jaarinkomen van het huishouden en de opleiding van de hoofdkostwinner (zie tabel).

Bruto jaarinkomen huishouden	Opleiding hoofdkostwinner			
	Hoog	Midden	Laag	Geen/basis
Meer dan 2 keer modaal > € 78.500,-				
2 keer modaal € 66.000,- tot € 78.500,-				
1-2 keer modaal € 39.500,- tot € 66.000,-				
Modaal € 33.000,- tot € 39.500,-				X
Beneden modaal € 12.500,- tot € 33.000,-		X	X	X
Minimum < € 12.500,-	X	X	X	X

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.



motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109

1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262

1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83

M moti@motivaction.nl

www.motivaction.nl

www.facebook.com/stempunt

