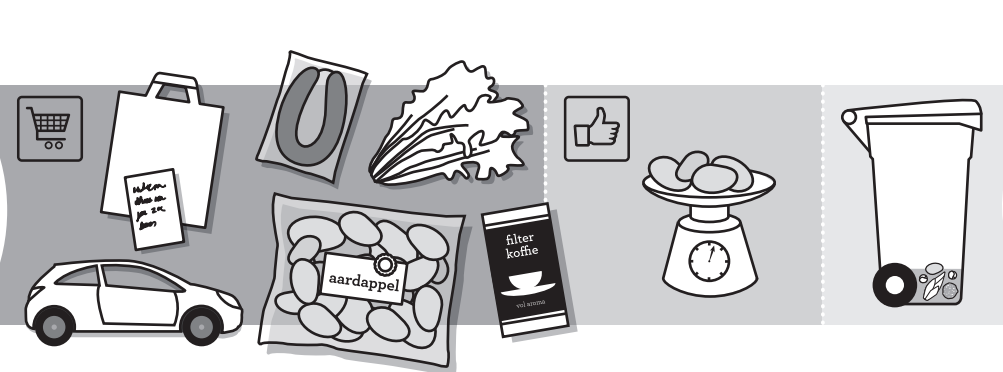


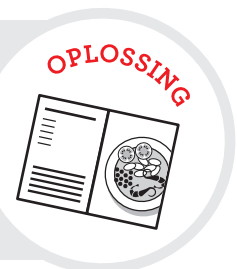
Waarom verspillen wij: 5 smaken Nederlanders

Het Voedingscentrum heeft samen met Motivaction verspillingsprofielen omschreven van vijf groepen in de Nederlandse bevolking. Onderstaande omschrijvingen schetsen een beeld en mogelijke oplossingen van de groepen aan de hand van dagelijkse bezigheden die verband houden met het thema voedselverspilling. Het zijn stereotype beschrijvingen op basis van onderzoek en inzichten van Motivaction. Ze zijn daarom typerend voor de groep als geheel maar niet op ieder afzonderlijk groepslid in gelijke mate van toepassing.



PLICHTSGETROUWEN
13% van NL



OPLOSSING


Sterk maatschappelijk betrokken, vooral bij directe omgeving. Veelal traditionele normen en waarden. Hierdoor leiden ze een sober en harmonieus leven, gedreven door een sterk plichtsbefef. Plichtsgetrouwen zijn behoudend ingesteld als het gaat om vernieuwing en hebben moeite met de complexiteit van de maatschappij. Zij maken zich ook het meest zorgen om de schade die de mens aan de aarde toebrengt. Houden van ‘normale Hollandse kost’, zoals stamppot. Letten goed op dat ze niet te veel kopen en koken, en vriezen restjes in.



VERANTWOORDELIJKEN
30% van NL



OPLOSSING


Voelen een sterke maatschappelijke betrokkenheid. Hebben een interesse in politiek en staan kritisch maar coöperatief tegenover de overheid. Door hun internationale kijk op de wereld zien ze zichzelf als wereldburgers. Ze leven zeer milieubewust en maken zich grote zorgen over de klimaatveranderingen. Ze zijn zelf bereid om hier iets voor te doen. Besteden aandacht aan het kopen en koken van eten, liefst vers en verantwoord geproduceerde producten. Gooien eten na THT-datum niet direct weg en bewaren zorgvuldig.



STRUCTUURZOEKERS
32% van NL



OPLOSSING


Voelen zich veelal ondergewaardeerd in de maatschappij en hebben weinig vertrouwen in de overheid. Structuurzoekers houden van duidelijke structuur en leven een risicomijdend leven. De familie- en vriendenkring staan voor hen voorop. Genieten van het leven is belangrijk. Termen als duurzaamheid vinden ze te vaag. Kopen waar ze zin in hebben en koken op gevoel, liever wat te veel dan te weinig.

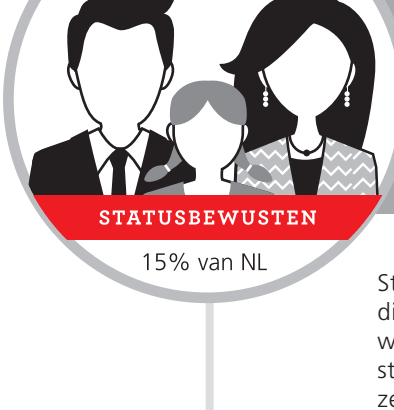


ONTPLOOIERS
10% van NL



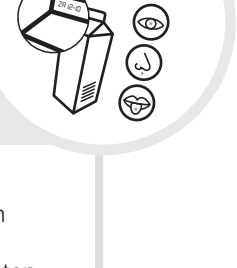
OPLOSSING


Willen vooral vrij zijn en leven een avontuurlijk en impulsief leven. Hun doel is om zichzelf te ontplooien en zich te onderscheiden in de maatschappij. Door hun levensstijl zijn ze (onbedoeld) vrij duurzaam. Ze hechten weinig waarde aan materiële zaken en werk speelt geen centrale rol in hun leven. Het belangrijkste is dat ze ‘hun eigen ding kunnen doen’ en niet betutteld worden. Maken makkelijk een afspraak om in de stad te eten, en koken thuis vaak meer dan nodig.



STATUSBEWUSTEN
15% van NL



OPLOSSING


Sterke focus op succes door carrière waar ze hard voor werken. Verlangen naar status en dragen dit uit doormiddel van de nieuwste technologie en hippe merken. Zijn impulsief en avontuurlijk: work hard, play hard. Ze zijn erg gesteld op comfort en daardoor niet snel geneigd de auto te laten staan of minder te vliegen. Hebben voorkeur voor A-merken en als eten over de datum is, gooien ze het direct weg.