

# Duurzaamheidk mpas



## Consument heeft minder vertrouwen in voedsel

*Duurzaamheidkompas #10 thema: Vertrouwen in voedsel*

# Inleiding

## Duurzaamheidkompas

### Antwoord op duurzaamheidsvragen

In deze tijd van milieu-, klimaat-, voedsel- en economische crises is het bepalen van de juiste strategische richting en het nemen van de daarbij horende beslissingen essentieel.

Is duurzaam kansrijk of niet? Besparen of investeren? Consuminderen of juist meer? Leiden of volgen? Dit zijn slechts enkele duurzaamheidsdilemma's waar vrijwel elke producent, retailer, beleidsmaker of maatschappelijke organisatie mee te maken krijgt.

### Snelle en goede besluiten

Het Duurzaamheidkompas geeft aan welke kant het opgaat met de publieke opinie inzake duurzaamheid. Het levert de benodigde inzichten voor het ontwikkelen, implementeren of evalueren van duurzame beleidsalternatieven.

### Inzicht in mening Nederlander

MarketResponse voert het onderzoek online uit onder een representatieve steekproef van Nederlanders en is samen met Schuttelaar & Partners verantwoordelijk voor de inhoudelijke analyse.

### Met regelmaat

Het Duurzaamheidkompas is een initiatief van Schuttelaar & Partners en MarketResponse. Tweemaal per jaar bieden wij u inzicht en nieuwe inspiratie om effectieve en vooral duurzame beleidskeuzes te maken. Met steeds wisselende actuele thema's.

### Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd onder n=566 respondenten in de periode van 1 tot en met 13 mei 2013. *De Onderzoek Groep*, het consumentenpanel van MarketResponse, levert de deelnemers aan het onderzoek.

### Definitie van duurzaamheid

Duurzaamheid is een breed begrip. Respondenten wordt de volgende definitie meegegeven:

### Duurzaamheid is:

Zorgen voor een balans tussen de economische, sociale en milieuaspecten. Het doel daarvan is te voorzien in de behoeften van nu, zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien in gevaar te brengen.

### Meer informatie? Neem contact op met:

Imre van Rooijen  
MarketResponse

Suzanne van der Pijll  
Schuttelaar & Partners

## Samenvatting

# Kompas #10: Vertrouwen in voedsel

### Berichten in de media zetten consument aan het denken

De recente voedsel fraude affaires hebben consumenten aan het denken gezet over voedselveiligheid. Het vertrouwen dat consumenten hebben in voedselproducten is voor vier op de tien consumenten gedaald ten opzichte van een jaar geleden.

Nederlanders blijken meer vertrouwen te hebben in de veiligheid en de kwaliteit van het product dan in de echtheid ervan. Het minste vertrouwen heeft men in kant-en-klare maaltijden en vlees(waren). In groente en fruit en brood en banket heeft men het meeste vertrouwen. Het lage vertrouwen heeft voor de meeste Nederlanders er niet toe geleid dat zij hun koopgedrag hebben aangepast.

### Weinig vertrouwen in echtheid van voedselproducten

Gemiddeld verwacht men dat drie op de tien etiketten op voedselproducten onjuiste informatie bevatten. Het meeste vertrouwen in kloppende etiketten heeft de consument bij onbewerkte producten en producten van lokale winkels.

### Keurmerk biedt geen 100% garantie

Volgens tweederde van de consumenten biedt een keurmerk geen 100% garantie dat het voedselproduct in orde is. Voor een derde van de consumenten draagt een keurmerk echter wel bij aan meer vertrouwen. Max Havelaar en EKO keurmerk worden meest vertrouwd.

### Meer aandacht van voedselproducenten voor duurzaamheid gewenst

Zes op de tien consumenten zijn van mening dat voedselproducenten meer aandacht aan duurzaamheid moeten geven. De aandacht voor mens, milieu en winst is volgens ruim de helft van de Nederlanders in de voedselindustrie niet in een goed evenwicht.

### Beeld van duurzame bedrijven verandert

Veel consumenten associeerden in 2009 het begrip 'duurzaam' met merken van producten die 'lang meegaan' (Miele, Philips). In 2013 noemt men vaker organisaties die zich profileren op duurzaamheid, zoals energieleveranciers en duurzame banken.

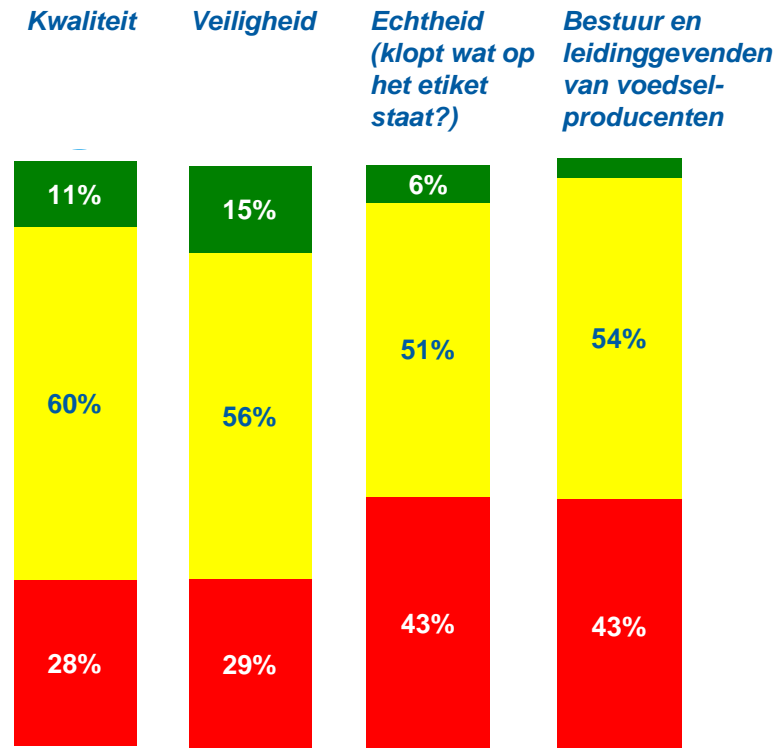
# Thema Duurzaamheidkompas #10: Vertrouwen in voedsel



## Vertrouwen in voedsel

# Meer vertrouwen in veiligheid en kwaliteit dan in echtheid

Hoeveel vertrouwen heeft u momenteel op een schaal van 0 t/m 10 in voedselproducten als het gaat om .....



De vertrouwensindex wordt berekend door het percentage consumenten dat weinig of geen vertrouwen heeft (score 0 t/m 5) af te trekken van het percentage consumenten dat alle vertrouwen heeft (score 8 t/m 10). De index van het vertrouwen in bestuur en leidinggevenden van voedselproducenten is -40.

Ter vergelijking: De vertrouwensindex van het bestuur van banken is -47, van verzekeraars -46 en van advocaten en notarissen -20.

|                                   | Vertrouwensindex:<br>% 8 t/m 10 – % 0 t/m 5 | Gemiddelde score: |
|-----------------------------------|---|-------------------|
| Kwaliteit                         | -17   | 6,1               |
| Veiligheid                        | -14   | 6,1               |
| Echtheid                          | -37   | 5,5               |
| Bestuur en leiding<br>producenten | -40   | 5,5               |

- Score 0 t/m 5: weinig/geen vertrouwen
- Score 6 & 7: vertrouwen
- Score 8 t/m 10: alle vertrouwen

## Vertrouwen in voedsel

# Vertrouwen in voedsel(producenten) is afgenomen

*Hoe is uw vertrouwen in voedselproducten vergeleken met een jaar geleden?*



■ Het is gestegen

■ Het is gelijk gebleven

■ Het is afgenomen

*Hoe is uw vertrouwen in voedselproducenten vergeleken met een jaar geleden?*



■ Het is gestegen

■ Het is gelijk gebleven

■ Het is afgenomen

## Vertrouwen in voedsel

# Berichten in de media zetten consument aan het denken

*Waarom is uw vertrouwen in voedselproducten afgenomen?*

“Vooral vanwege de voorvallen met vleesverwerkende industrie. Ook lijkt het me niet gezond om overal maar E-nummers in te stoppen, om maar zo eenvoudig/goedkoop mogelijk een lekker product te maken.”

“Het blijkt in de praktijk dat voedselproducenten er alles aan doen om zo goedkoop mogelijk te produceren, om zodoende hun winstmarge (lees salaris en bonus voor de top van het bedrijf) te vergroten. Het lijkt hen niets uit te maken als zij daarmee de wet aan de laars lappen.”

“Doordat wat men op de verpakkingen zet niet meer altijd klopt. Hoe kun je dan weten dat wat er op andere verpakkingen staat wel zou kloppen?”

“De verschillende schandalen die er geweest zijn hebben mijn vertrouwen doen afnemen. Tegenwoordig kun je niet meer vertrouwen op wat er op de etikettering van producten vermeld wordt. Bovendien is het soms moeilijk te achterhalen wat alle toevoegingen betekenen.”

“De verhalen in de media.”

“In deze industrie is geld verdienen het belangrijkste in plaats van een goed en eerlijk product te maken.”

“Na alle negatieve berichten over de verwerking van paardenvlees in of in plaats van rundvlees, is bij mij de twijfel toegeslagen in hoeverre de rest van het voedsel nog wel te vertrouwen is. Ze kunnen met allerlei smaakmiddelen overal de smaak wel aanbrengen, en papier is nog altijd geduldig, dus zet er maar iets op.”

Selectie van de gegeven antwoorden.

Kompas #10, mei '13: Vertrouwen in voedsel 7

## Vertrouwen in voedsel

# Meerderheid heeft koopgedrag niet aangepast

*Wilt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met deze uitspraken?*



Door de recente voedsel fraudezaken (zoals de paardenvleesaffaire) heb ik mijn koopgedrag aangepast



Door de recente voedsel fraudezaken (zoals de paardenvleesaffaire) heb ik meer biologische producten gekocht

■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens

Bijna zes op de tien Nederlanders hebben het koopgedrag niet aangepast na de recente voedsel fraudezaken. Ook was voor tweederde van de Nederlanders de voedsel fraude geen aanleiding om voor biologische producten te kiezen.



## Vertrouwen in voedsel

# Consument die koopgedrag niet aanpast gaat er vanuit dat er altijd wel iets niet klopt

*U gaf aan dat de recente voedsel fraudezaken uw koopgedrag niet hebben beïnvloed.*

*Wilt u aangeven waarom niet?*

“Dit soort praktijken speelt volgens mij altijd wel, alleen dit keer is het toevallig aan het licht gekomen. Er is nooit iets gebeurd op het gebied van gezondheid, dus is er niks aan de hand. Ik vond het al die tijd prima en ik kocht het omdat het lekker was en niet door het etiket. Dus pas ik mijn koopgedrag niet aan.”

“Kocht al voornamelijk biologische producten.”

“Omdat als ik dit zou doen zou omkomen van de honger”

“Ben niet minder vlees gaan eten, eet vlees van de keurslager en niet van een supermarkt.”

“Geen risico voor de gezondheid.”

“Er is altijd iets, of het nu bekend is en in de media komt of onbekend of verborgen is. Mijn koopgedrag zal voor me daar geen verschil in maken.”

“Het komt nu zo in de media, dat men wel even op de tellen past!!”

“Omdat ik al weet dat er van alles mis is met wat je voor voedsel koopt en wat er op het etiket gemeld wordt. Het is niet dat het sinds kort pas fout is, er zijn zeker nog wel meer dingen aan de hand. Daarnaast heb ik geen problemen met paardenvlees.”

Selectie van de gegeven antwoorden.

## Vertrouwen in voedsel

# Als koopgedrag is aangepast let men meer op en eet men vaker biologisch vlees

*U gaf aan dat de recente voedsel fraudezaken uw koopgedrag hebben beïnvloed.*

*Wilt u aangeven waarom en op welke manier?*

“Ik ben voorzichtiger geworden met waar ik wat koop omdat ik nauwelijks vertrouwen meer in welk etiket dan ook heb. Ik koop m'n vlees nu bij een biologische boer. Ik benut m'n groentetuin zo goed mogelijk en de mest hiervoor haal ik bij een goede boer die niet teveel spuit.”

“Ik koop minder snel voorverpakte maaltijden met vlees er in.”

“Ik koop meer vis en heb ook biologisch vlees gekocht.”

“Ik heb minder vertrouwen en koop meer onbewerkte producten.”

“Ik wil niet beduveld worden, dus eet ik steeds minder vlees. Ook de heel goedkope aanbiedingen van gehakt vertrouw ik niet meer zo..”

“Ben minder vlees tot geen vlees gaan eten.”

“Ik heb geen vertrouwen meer in voedselproducenten.”

“Ik koop nu mijn vlees(waren) bij de biologische slager met een EKO keurmerk.”

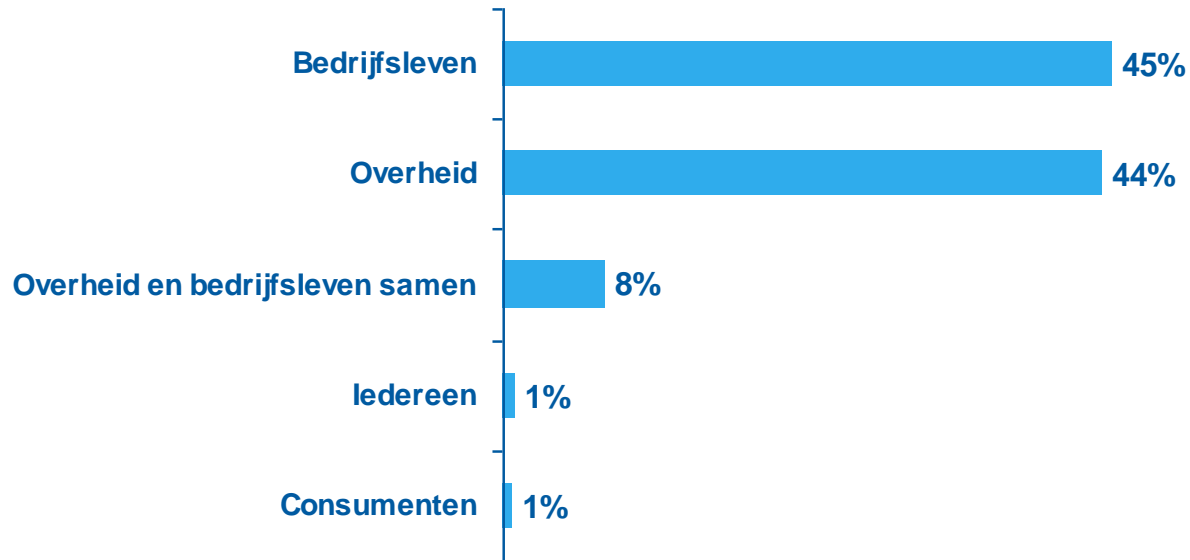
Selectie van de gegeven antwoorden.

Kompas #10, mei '13: Vertrouwen in voedsel 10

## Vertrouwen in voedsel

# Bedrijfsleven én overheid verantwoordelijk om vertrouwen in voedsel te waarborgen

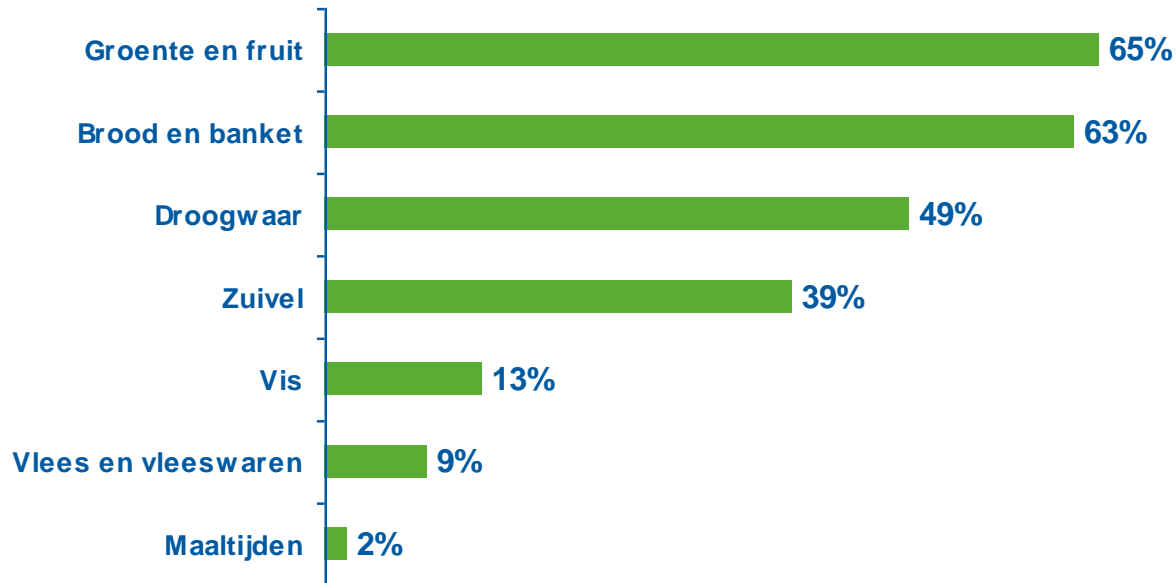
*Wie is volgens u hoofdverantwoordelijk om het vertrouwen in voedsel te waarborgen?*



## Vertrouwen in voedsel

# Minste vertrouwen in kant-en-klaar maaltijden en vlees(waren)

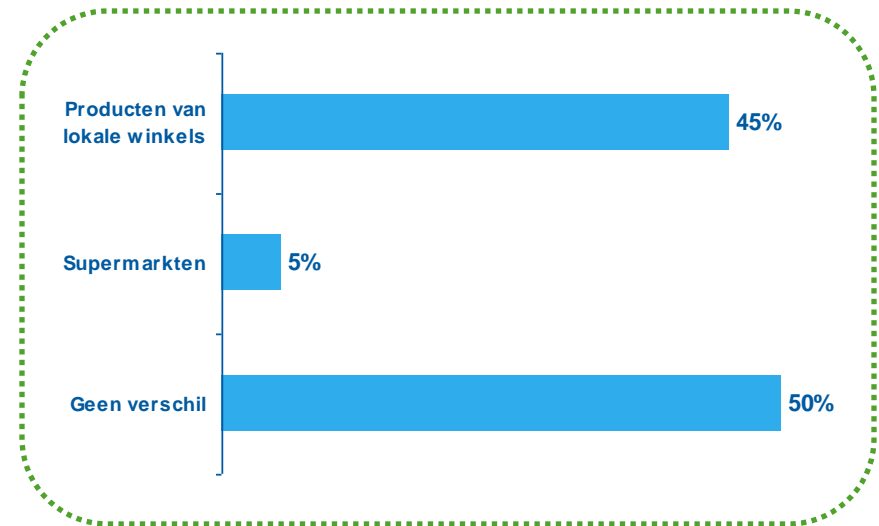
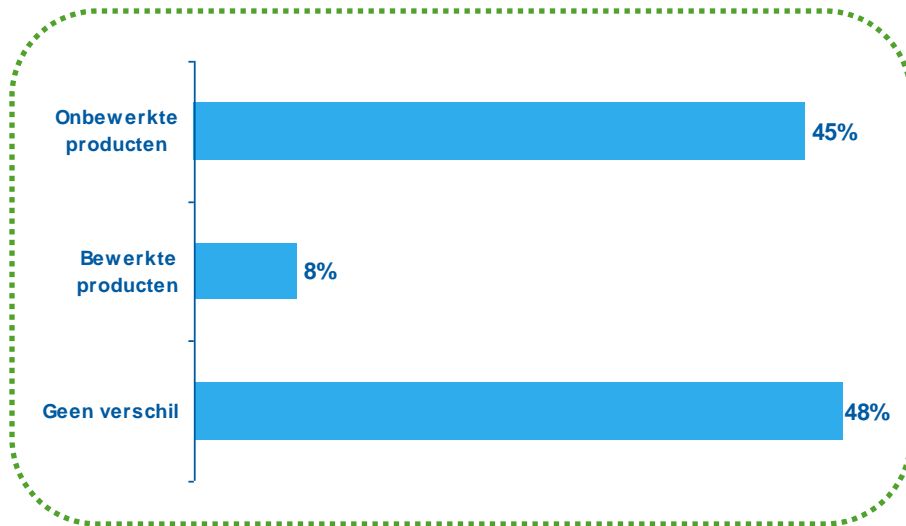
*In welk van de volgende type producten heeft u het meeste vertrouwen? (max. 3)*



## Vertrouwen in voedsel

# Meeste vertrouwen in kloppende etiketten op onbewerkte producten en producten van lokale winkels

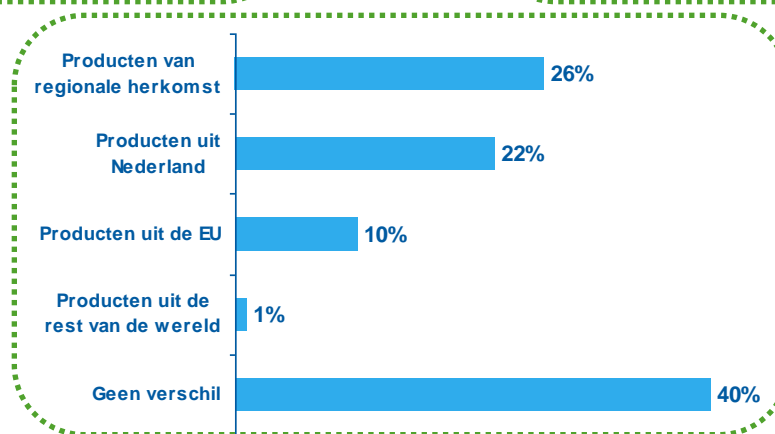
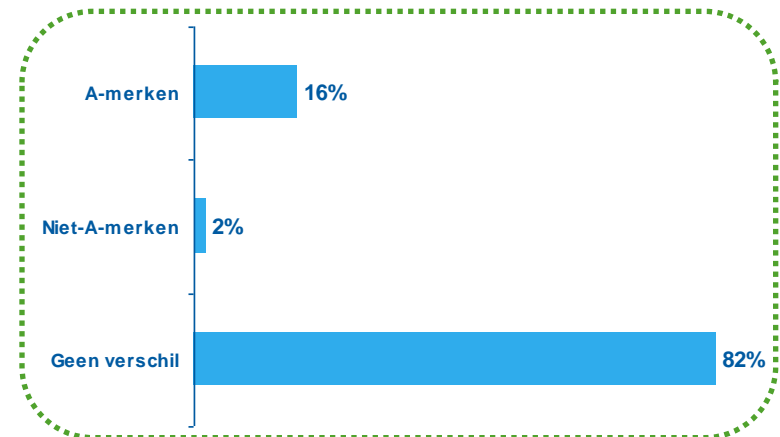
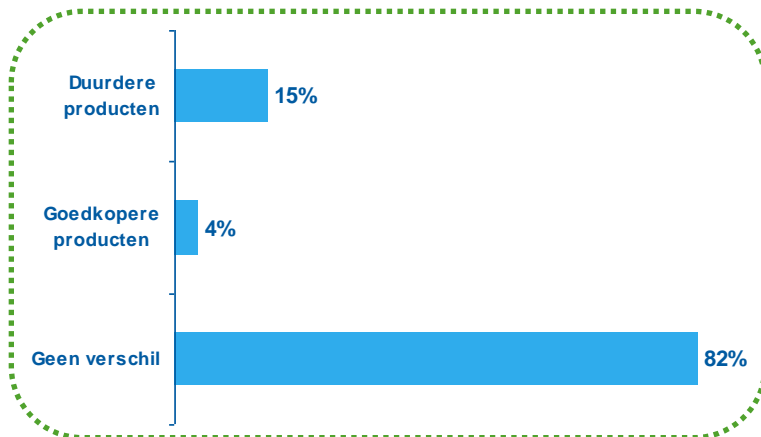
*Van welke producten heeft u het meeste vertrouwen dat de etiketten kloppen?*



## Vertrouwen in voedsel

# Meerderheid verwacht geen verschil in mate van kloppende etiketten van duurdere producten en goedkopere producten

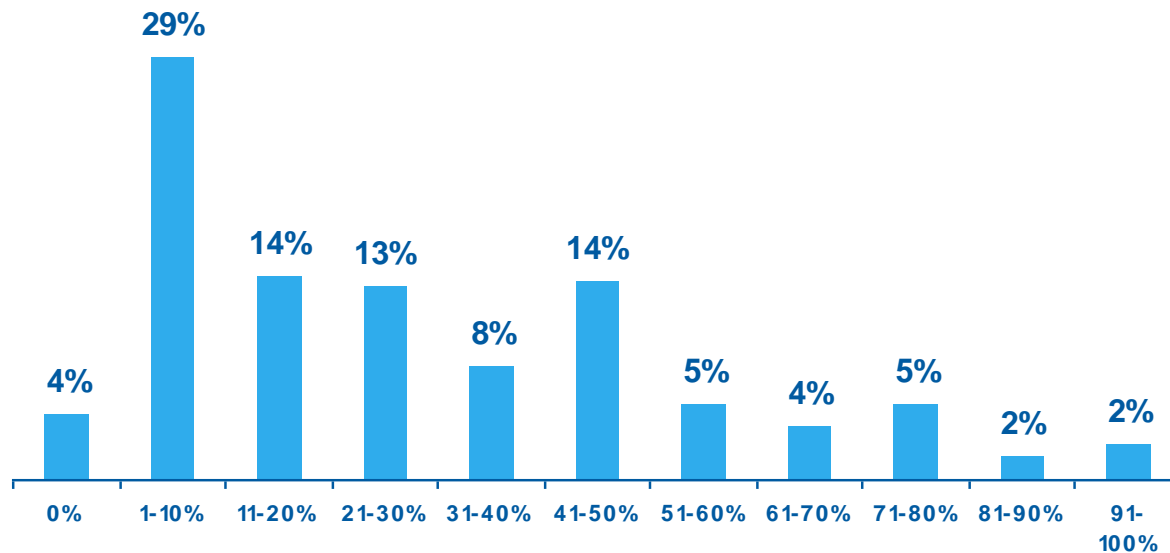
*Van welke producten heeft u het meeste vertrouwen dat de etiketten kloppen?*



## Vertrouwen in voedsel

# Gemiddelde verwachting: etiket van drie op de tien producten bevat onjuiste informatie

*Van hoeveel procent van de producten denkt u dat het etiket onjuiste informatie bevat?*



Men verwacht dat van gemiddeld **31%** van de voedselproducten de etiketten onjuiste informatie bevatten

## Vertrouwen in voedsel

# Derde heeft meer vertrouwen in producten met een keurmerk

*Sommige voedselproducten hebben een keurmerk. Heeft u meer, evenveel of minder vertrouwen in producten met een keurmerk dan in producten zonder keurmerk?*



■ Meer vertrouwen

■ Evenveel vertrouwen

■ Minder vertrouwen



■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens

Een keurmerk geeft **geen** 100% garantie dat het voedselproduct in orde is



## Vertrouwen in voedsel

# Meeste vertrouwen in producten met Max Havelaar, EKO of Ik Kies Bewust keurmerk

*In welke keurmerk heeft u het meeste vertrouwen? (max. 3)*

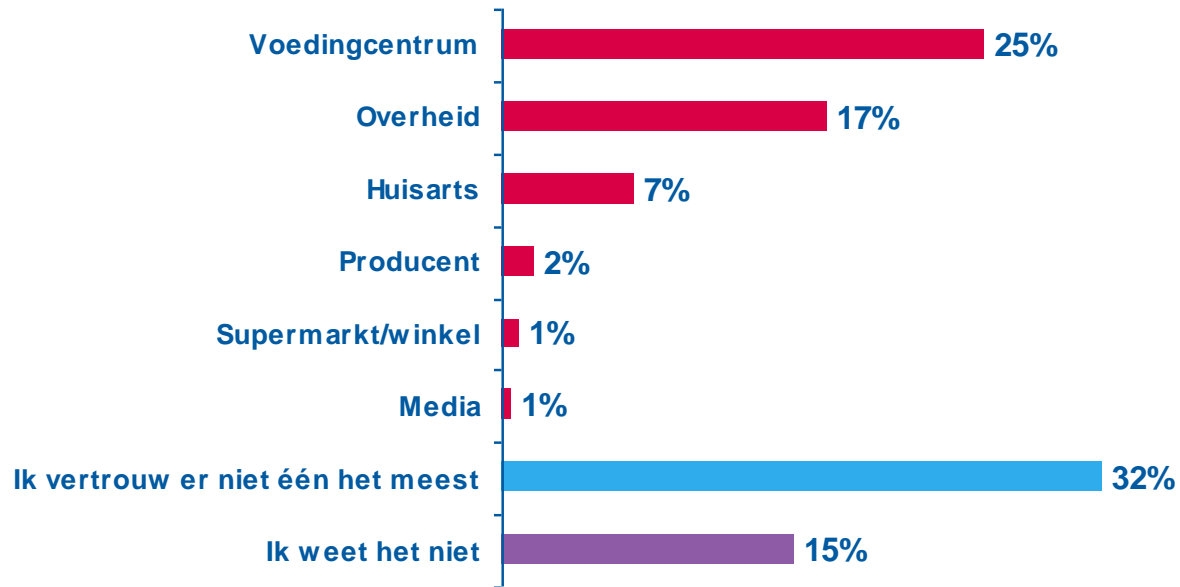
Basis: Allen die meer vertrouwen hebben in producten met een keurmerk

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <i>Max Havelaar/Fair Trade:</i> | <b>60%</b> |
| <i>EKO Keurmerk:</i>            | <b>39%</b> |
| <i>Ik Kies Bewust:</i>          | <b>36%</b> |
| <i>EU Keurmerk</i>              | 20%        |
| <i>Beter Leven:</i>             | 14%        |
| <i>Milieukeur:</i>              | 12%        |
| <i>CPE Vrije uitloop:</i>       | 10%        |
| <i>Demeter:</i>                 | 7%         |
| <i>Groen label Kas</i>          | 6%         |
| <i>Rainforest Alliance</i>      | 5%         |
| <i>Utz:</i>                     | 3%         |
| <i>CPE Controle Scharrel:</i>   | 3%         |

## Vertrouwen in voedsel

# Onafhankelijk keurmerk heeft meeste vertrouwen

*Keurmerken kunnen door verschillende instanties en organisaties worden uitgegeven.  
Welke vertrouwt u het meest?*



# Vertrouwen in voedsel

## Meer aandacht voor duurzaamheid gewenst

Wilt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met deze uitspraken?



Voedselproducenten moeten meer aandacht aan duurzaamheid geven



In de voedselindustrie is de aandacht voor mens, milieu en winst in een goed evenwicht

■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens

# Duurzaamheidstrends



## Duurzame merken

# Energiebedrijven en banken top of mind



In 2009 associeerden een grote groep consumenten het begrip *duurzaam* nog met merken van producten die 'lang meegaan'.

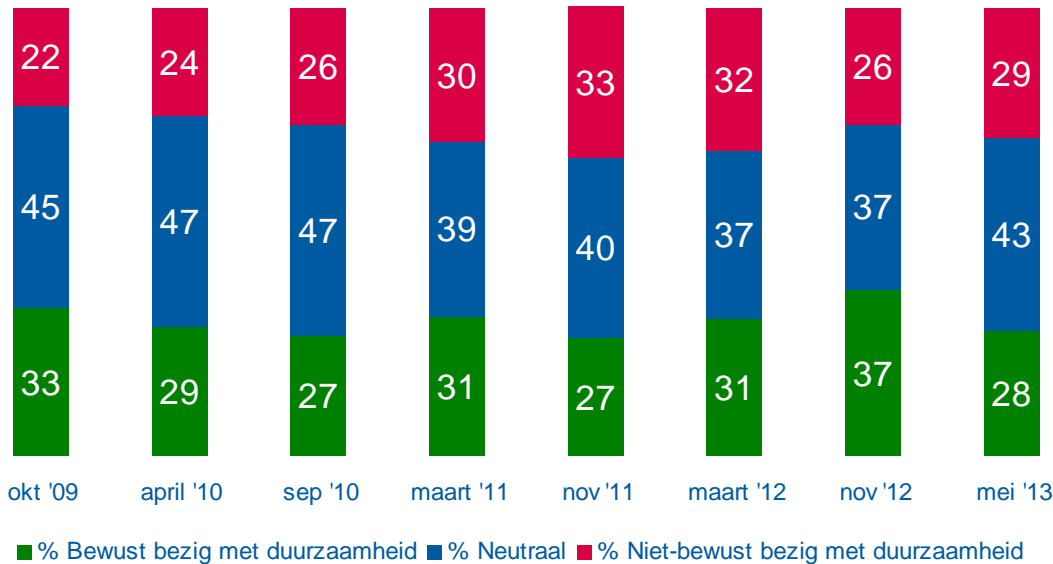


Hoe groter het woord, hoe vaker genoemd

# Belang van eigen duurzaam consumptiegedrag

## Omvang groep 'bewust' duurzame consumenten blijft significant

*Hoe bewust bent u zelf met duurzaamheid bezig als u kijkt naar uw eigen consumptiegedrag?*



# Positieve effecten van duurzaamheid

## Duurzame merken hebben streepje voor



Ik zal duurzame merken eerder aanschaffen dan niet duurzame merken



Ik ben bereid om (iets) meer voor duurzame merken te betalen



Ik zou liever voor duurzame bedrijven werken dan voor een niet-duurzaam bedrijf

■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens

# Het onderzoeksbureau Over MarketResponse

- ∴ **MarketResponse is één van de grootste onafhankelijke research consultancy bureaus van Nederland.**
- ∴ **MarketResponse streeft naar een zo groot mogelijke effectiviteit voor haar klanten. Op basis van kwantitatief en kwalitatief onderzoek helpen wij onze klanten maximaal rendement te halen uit het managen van klanten, medewerkers, portfolio en communicatie, zodat zij hun bedrijfsdoelstellingen kunnen realiseren.**
- ∴ **MarketResponse heeft ruim 27 jaar ervaring in het faciliteren van besluitvorming op basis van marktonderzoek. [www.marketresponse.nl](http://www.marketresponse.nl)**



# Het communicatieadviesbureau Over Schuttelaar & Partners

- ∴ Schuttelaar & Partners is het communicatieadviesbureau dat is gespecialiseerd in gezondheid en duurzaamheid. Wij zijn ervan overtuigd dat de wereld duurzamer en gezonder moet en kan worden. Maatschappelijke technologie kan daarbij een grote rol spelen. Om de grote vraagstukken waar de wereld nu voor staat op te lossen, is het noodzakelijk op een transparante manier samen te werken.
- ∴ We geven strategisch advies en communicatieoplossingen op het terrein van voeding, gezondheid, technologie, landbouw, maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumentengedrag. Wij helpen onze klanten een aanpak te kiezen die oog heeft voor science, society & sense.
- ∴ [www.schuttelaar.nl](http://www.schuttelaar.nl)