



Consument zoekt manieren om minder voedsel te verspillen
Duurzaamheidskompas meting #13 | December 2014

Het Duurzaamheidkompas

Antwoord op duurzaamheidvragen

In deze tijd van een milieu-, klimaat-, voedsel- en economische crisis is het bepalen van de juiste strategische richting en het nemen van de daarbij behorende 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=528 respondenten in de periode van 25 oktober t/m 7 november 2014. *De Onderzoek Groep*, het consumentenpanel van MarketResponse, levert de deelnemers van het onderzoek. Het huidige onderzoek wordt vergeleken met een onderzoek uitgevoerd in 2010 (31 augustus tot 20 september) onder n=504 respondenten.

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:

Lotte Monster, MarketResponse

Suzanne van der Pijll, Schuttelaar & Partners

Samenvatting

Onderzoek voedselverspilling 2010 en 2014

In 2010 is het onderzoek naar voedselverspilling voor het eerst uitgevoerd onder 500 respondenten. Dit jaar hebben we het onderzoek herhaald, om inzicht te krijgen in trends en ontwikkelingen ten aanzien van voedselverspilling.

Bewustzijn bij consument gestegen

In 2014 blijkt het belang en bewustzijn van voedselverspilling te zijn toegenomen (68% in 2014 tegen 59% in 2010). De belangrijkste beweegreden om voedselverspilling te verminderen is net als in het vorige onderzoek "omdat het zonde is" (85%).

Kliekjes vaakst verspild

Kliekjes worden het vaakst weggegooid (43%), daarbij geeft 17% van de respondenten aan dit dagelijks te doen. Ook brood, zuivel en AFG worden vaak verspild.

Bereidheid om voedselverspilling te verminderen gestegen

De bereidheid om voedselverspilling te verminderen is toegenomen bij de ondervraagden (81%). Onder Cultural Creatives (de meest duurzame Nederlanders) is het aantal dat bereid is voedselverspilling te verminderen nagenoeg gelijk gebleven (91%). De meest genoemde maatregelen voor verbetering zijn het beter letten op de houdbaarheidsdatum, beter letten op wat men nog in huis heeft en niet te veel koken.

Voedselverspilling verminderen

Consumenten vinden zichzelf het meest invloedrijk om iets te doen aan voedselverspilling ten opzichte van andere ketenpartijen en de overheid. Ook de supermarkten en horeca hebben volgens de consument nog mogelijkheden om voedselverspilling te verminderen.

Zo kunnen supermarkten producten doneren die tegen de houdbaarheidsdatum aan zitten, kleinere porties aanbieden en een kleiner assortiment voeren.

De consument vindt dat de horeca en met name restaurants, verschillende portiegroottes kunnen introduceren. Ook zien we een grote stijging in het aantal consumenten dat doggybags noemt als oplossing en tot slot kunnen restaurants overgebleven voedsel schenken aan de voedselbank.

Thema Duurzaamheidkompas #13

“Wat is voedselverspilling?”



Wat denkt u dat er met voedselverspilling wordt bedoeld?

“Wanneer voedsel wordt doorgedraaid op de veiling.”

“Wanneer voedsel overblijft na het eten en wordt weggegooid.”

“Het eten dat overblijft in hotels en restaurants.”

“Goed voedsel op de houdbaarheidsdatum weggooien.”

“Ongebruikt voedsel weggooien.”

“Het weggooien vanwege uiterlijke kenmerken.”

“Ook het te veel eten is een vorm van voedselverspilling.”

“Het niet gebruiken/verspillen van etenswaren.”

“Het te veel aan voedsel dat niet wordt opgegeten.”

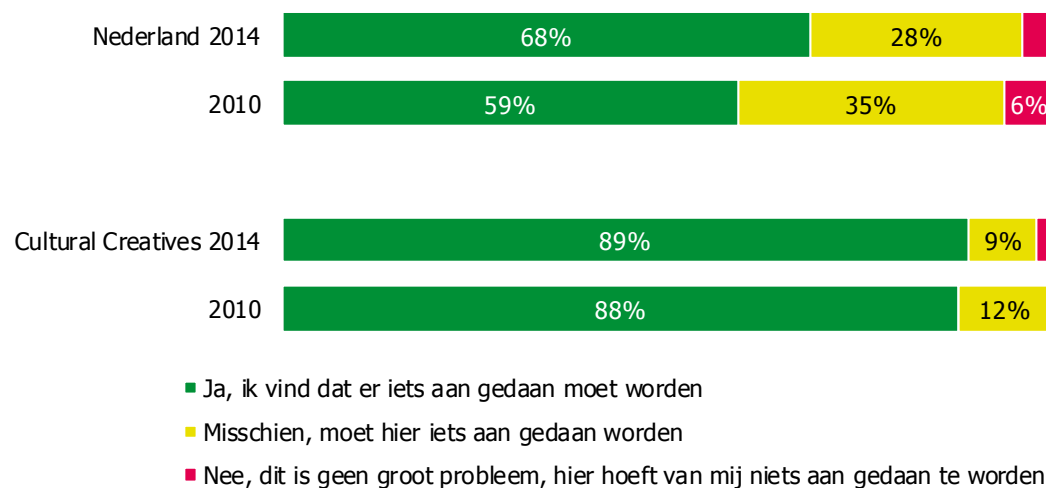
Thema Duurzaamheidkompas #13

“Voedselverspilling urgenter”



Tegengaan van voedselverspilling urgenter dan in 2010

Moet er iets gedaan worden tegen voedselverspilling*?



*Voedsel dat is bedoeld voor humane consumptie dat daarvoor niet wordt benut

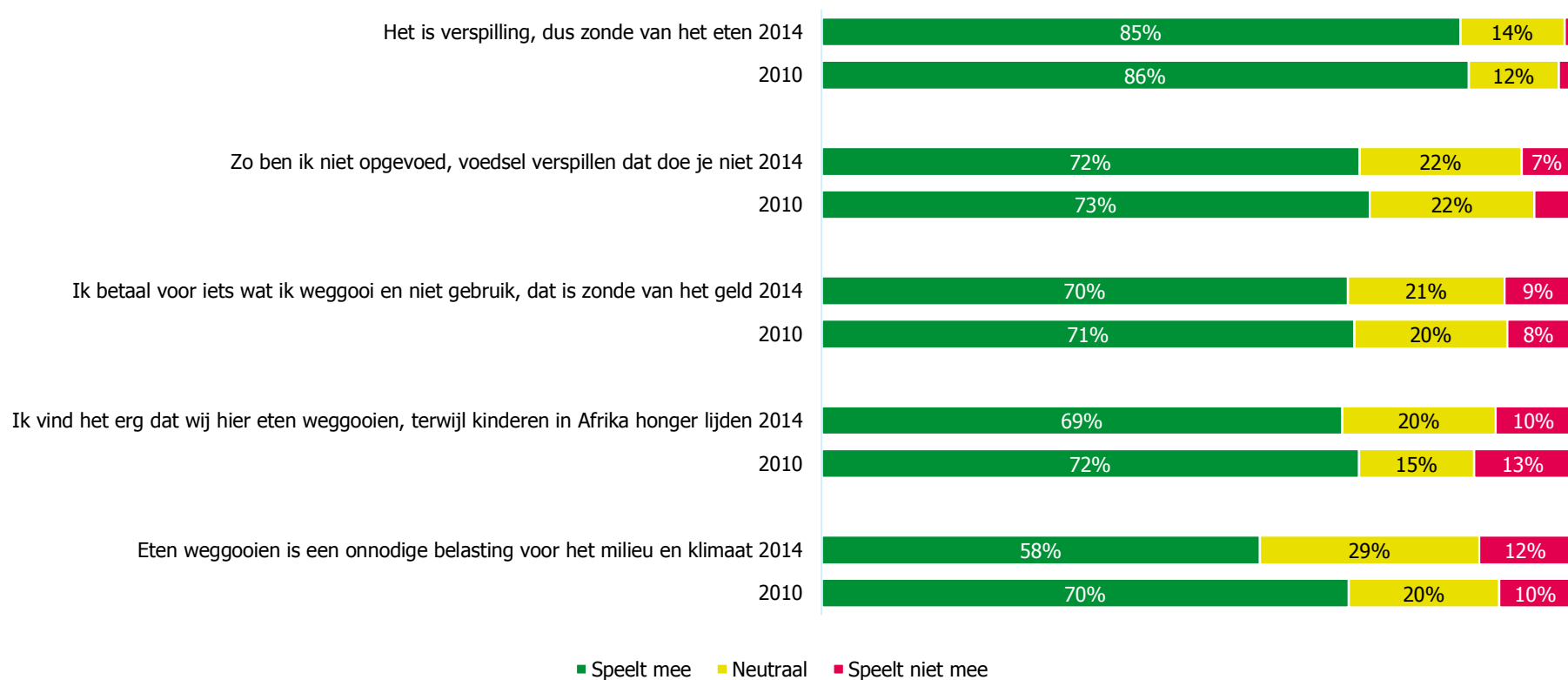
Thema Duurzaamheidkompas #13

“Redenen om minder te verspillen”



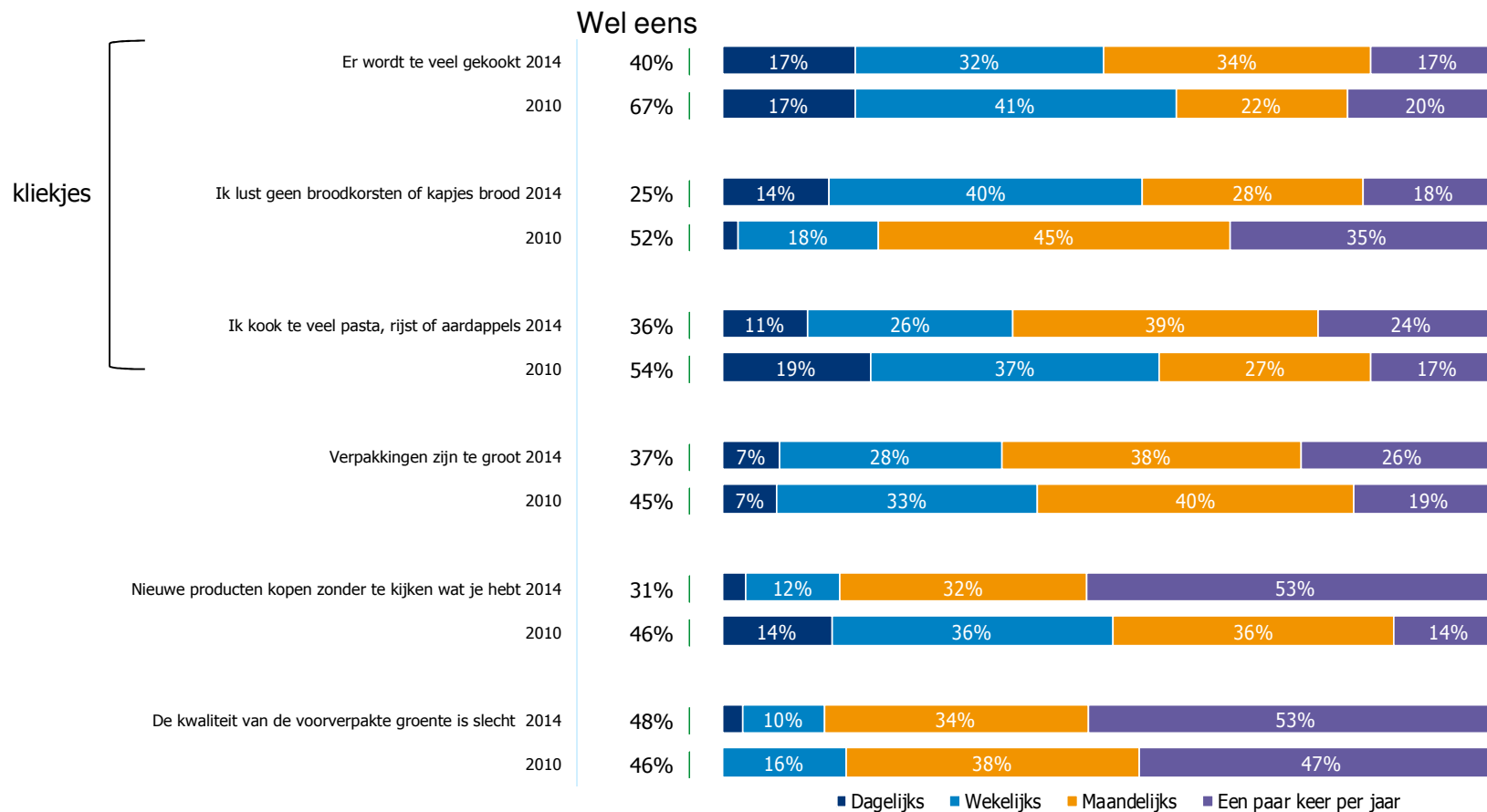
Reden minder voedselverspilling "Omdat het zonde is"

U heeft net aangegeven dat u vindt dat er minder voedsel weggegooid zou moeten worden. In hoeverre spelen daarbij de onderstaande argumenten voor u mee?



Kliekjes worden het vaakste dagelijks weggegooid.

Hieronder staan een aantal redenen die mensen ons hebben gegeven waarom binnen hun gezin wel eens voedsel wordt weggegooid. Wilt u aangeven of, en zo ja, hoe vaak er om de onderstaande redenen voedsel in uw gezin wordt weggegooid?



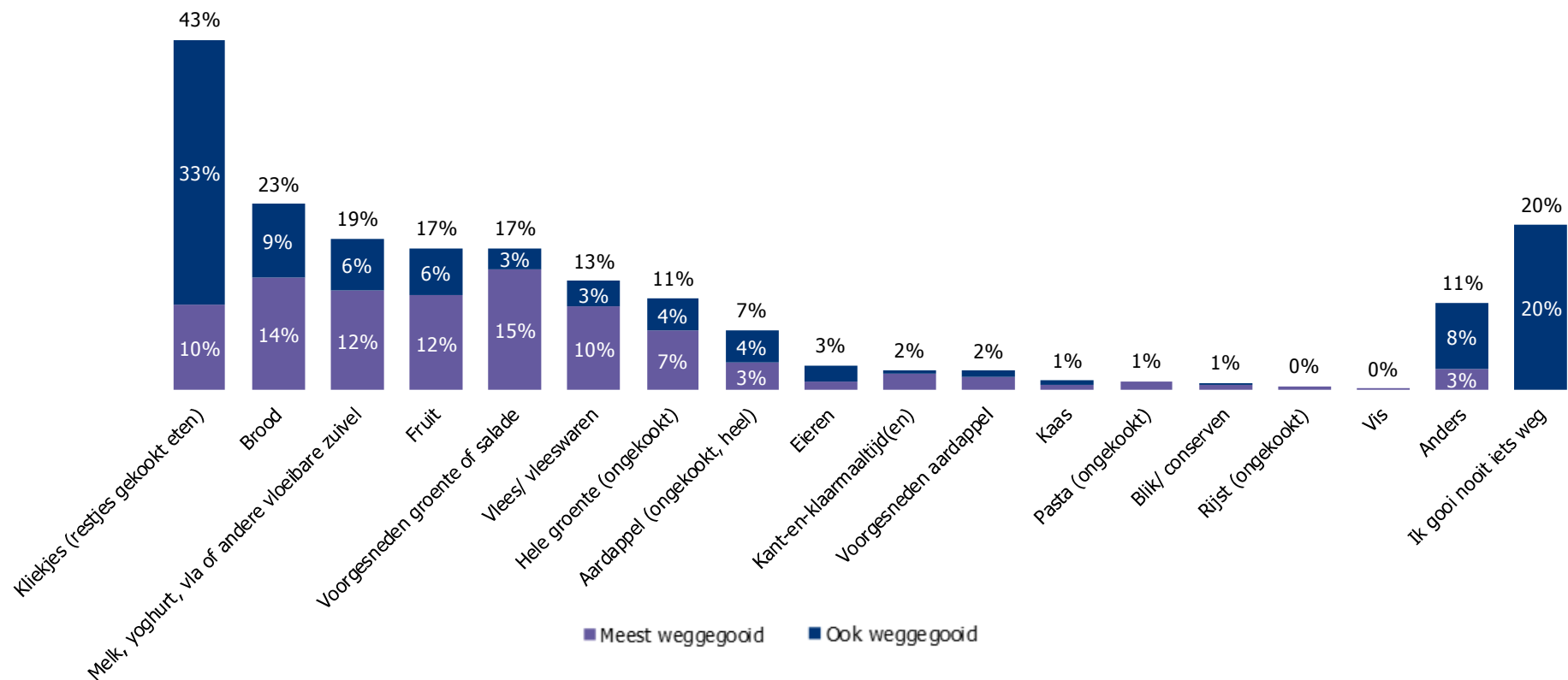
Thema Duurzaamheidkompas #13

“Verspilling per productgroep”



Kliekjes, brood en zuivel vaakst genoemd als voedsel dat wordt weggegooid.

Welke van de onderstaande producten gooi je het meest vaak weg?



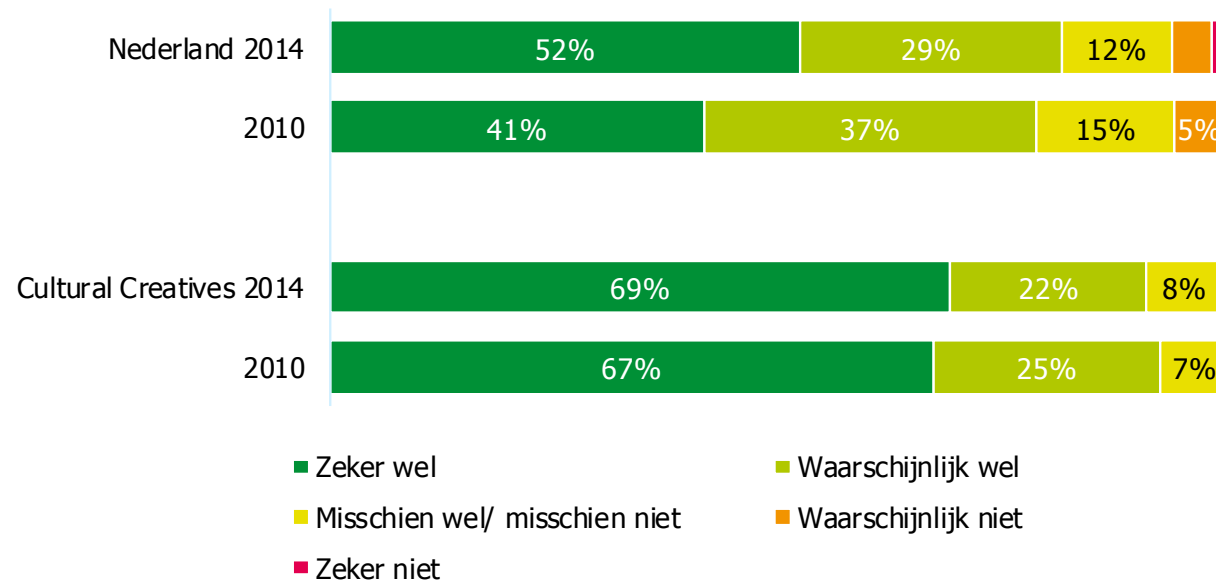
Thema Duurzaamheidkompas #13

“Consument wil actie”



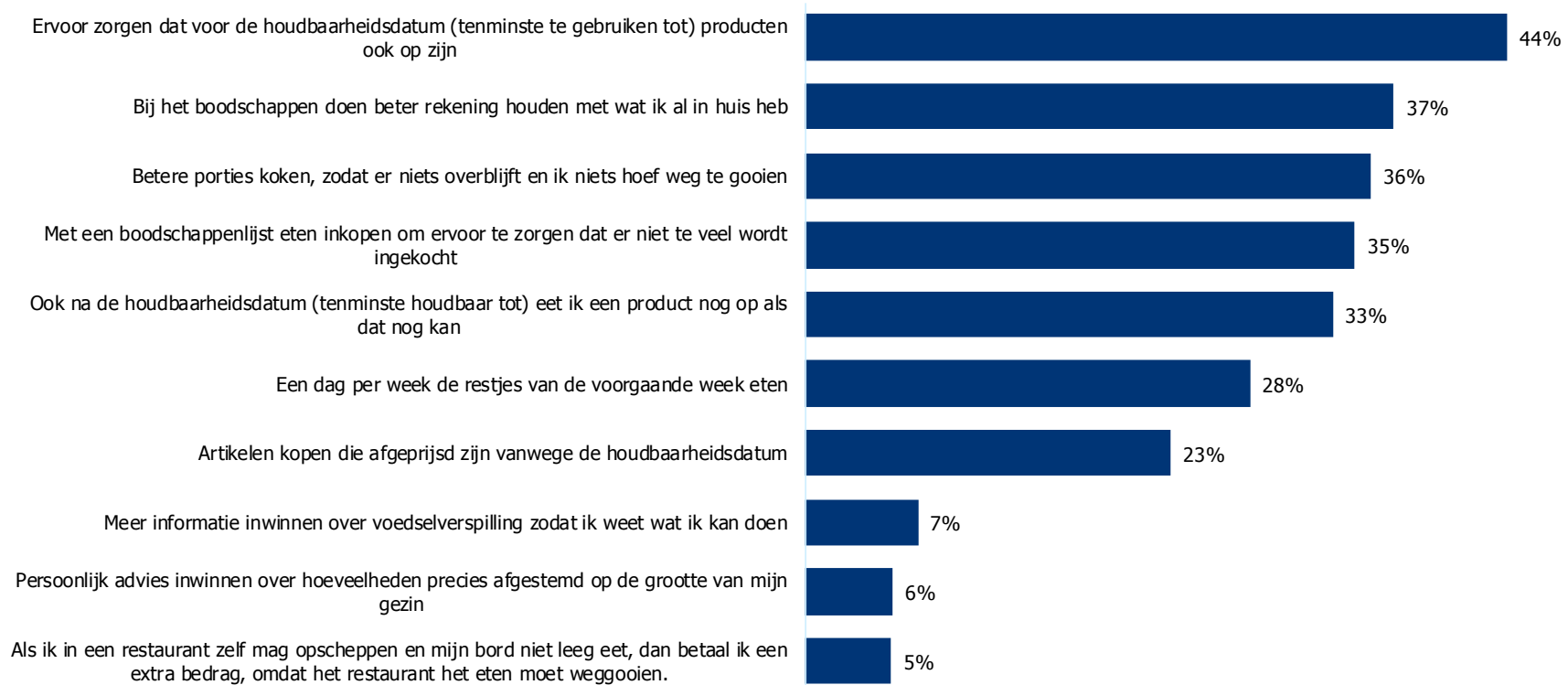
Nederlander vastberaden om voedselverspilling te verminderen

Bent u bereid om de voedselverspilling binnen uw eigen gezin te verminderen?



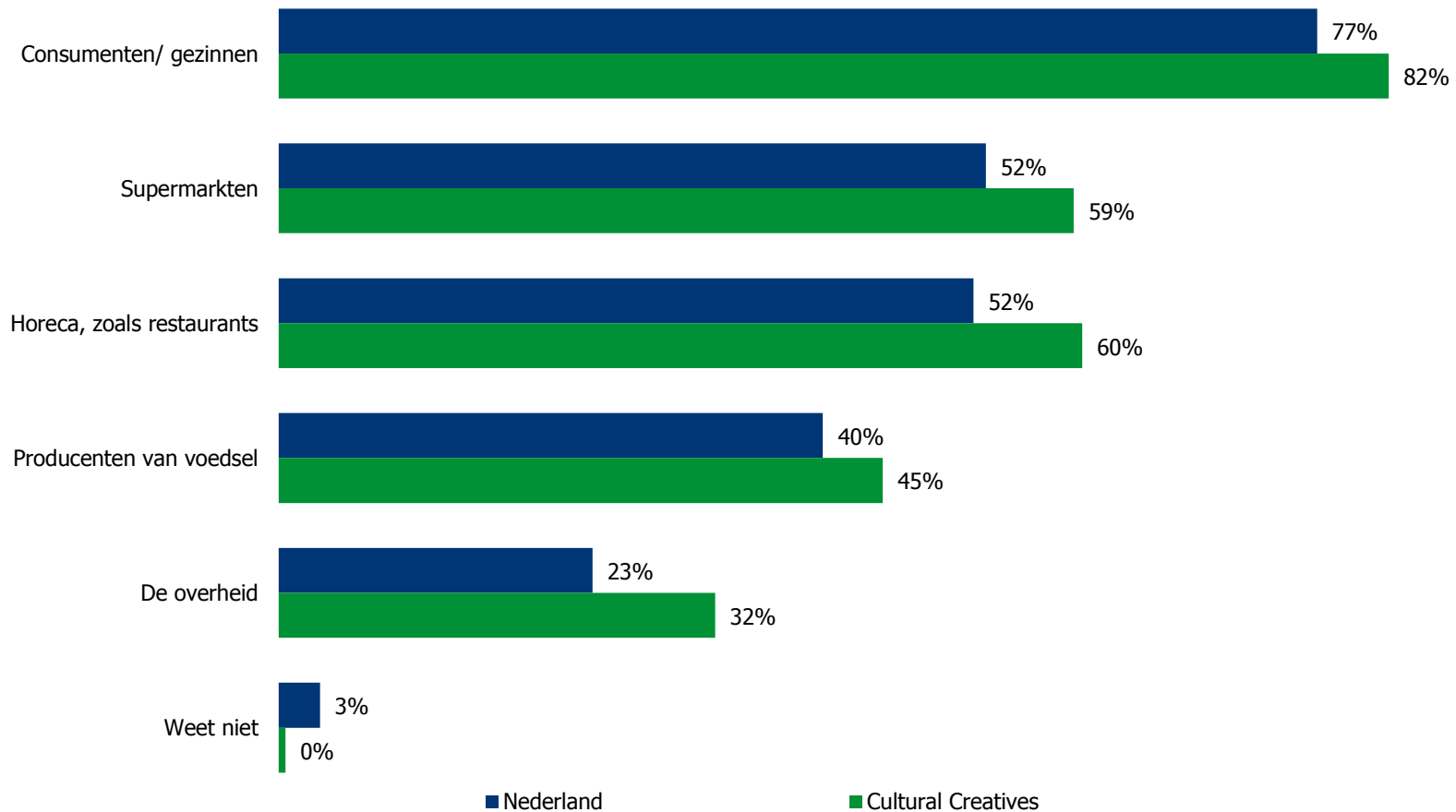
Top 3 genoemde acties om voedselverspilling te verminderen

Welke van de onderstaande acties zou u zelf willen ondernemen om ervoor te zorgen dat de hoeveelheid voedselverspilling binnen uw gezin vermindert?



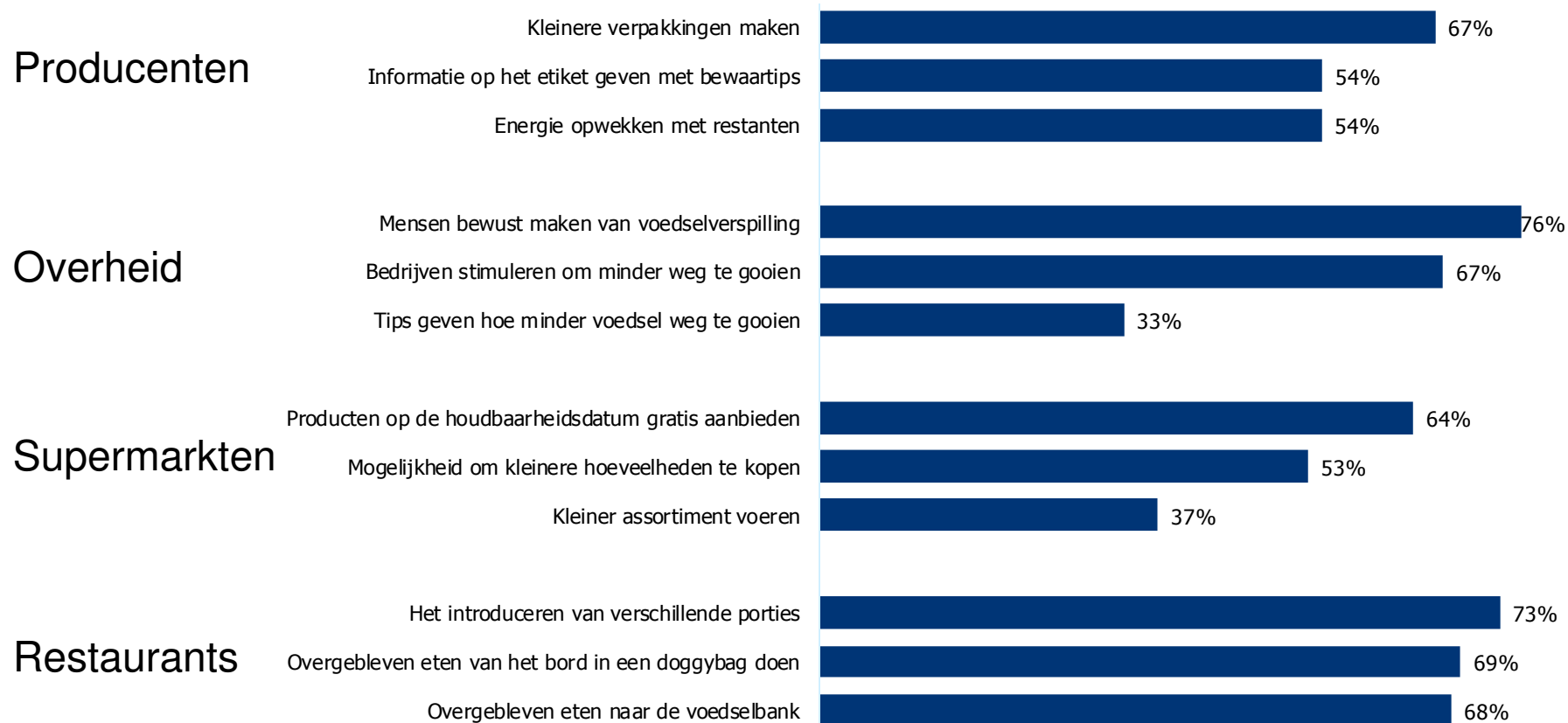
Consumenten zien zichzelf als verantwoordelijk en invloedrijk

Wie zouden er in uw ogen actief aan de slag moeten met de vermindering van voedselverspilling?



Consumenten willen op maat kopen

Wat zouden ... in uw ogen moeten doen om voedselverspilling te verminderen?

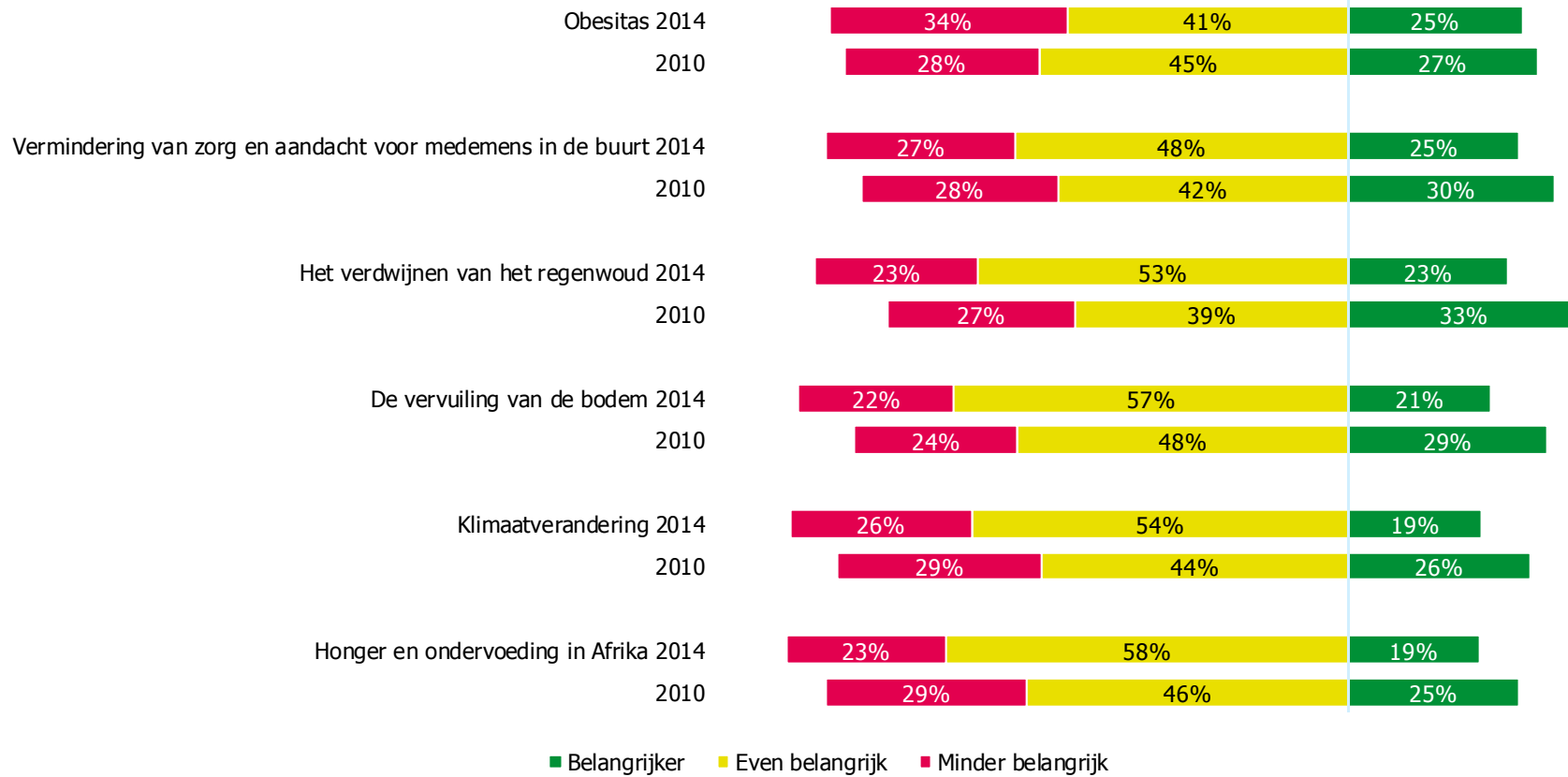


“Bijlagen”



Obesitas ten opzichte van vorige meting belangrijker geworden

Hoe belangrijk vindt u voedselverspilling in vergelijking met de volgende (duurzaamheid) thema's?



MarketResponse is hét bureau dat bedrijven inzicht geeft in klantervaringen en houvast biedt voor een effectieve klantbenadering. Door klantdata te benutten en te analyseren, en dit te combineren met onderzoek naar de klantbeleving kunnen wij de waarde voor de eindklant optimaliseren.

Met als doel de juiste klantrelaties van onze opdrachtgevers doelmatig en efficiënt versterken. Daar gaan wij voor!
www.marketresponse.nl

Schuttelaar & Partners is het communicatieadviesbureau voor een gezonde en duurzame wereld. 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.

Wij helpen onze klanten een aanpak te kiezen die oog heeft voor science, society & sense.
www.schuttelaar.nl