



## **Wat doen we met het eten?**

*Hoe bewust gaan stadjsers om met voedsel en voedselproductie in 2011*

Onderzoek en Statistiek Groningen heeft als kernactiviteiten instrumentontwikkeling voor en uitvoering van beleidsgericht onderzoek, het toegankelijk maken van grote hoeveelheden data uit verschillende bronnen, gegevensanalyse, projectevaluatie en dienstverlening bij overheidsmarketing.

# **Wat doen we met het eten?**

*Hoe bewust gaan stadgers om met voedsel en voedselproductie in 2011?*



# Inhoud

1 Inleiding	5
2 Respons Stadspanel	<u>9</u>



# 1 Inleiding

Groningen is in 2011 'Hoofdstad van de Smaak'. In dat kader worden er door het hele jaar heen activiteiten georganiseerd. Daarnaast is er veel publiciteit over voedsel. De eerste week van oktober is uitgeroepen tot de 'Week van de Smaak'. De stad zal dan landelijk in het middelpunt van de culinaire belangstelling staan onder het motto 'Eenvoud is goud'.

Onze voedselproductie is de laatste tijd een actueel onderwerp. Vooral de problemen die ermee samenhangen op het gebied van gezondheid, energiegebruik, natuur en milieu halen steeds vaker de pers. De gemeente en de provincie Groningen zijn zich daarom op dit moment aan het beraden of er vanuit de overheid meer aandacht voor voedsel moet zijn en waar die aandacht zich dan vooral op zou moeten richten.

Een belangrijke vraag daarbij is hoe consumenten met voedsel omgaan en of ze zich bewust zijn van de problemen en mogelijke oplossingen die met voedselproductie samenhangen. Om hier meer duidelijkheid in te krijgen heeft de Gemeente Groningen aan O&S Groningen opdracht gegeven een enquête uit te zetten onder haar Stadspanel.

Het Stadspanel wordt gevormd door een grote groep stadgers die via de mail worden benaderd mee te werken aan internetonderzoek van Onderzoek en Statistiek Groningen. Het stadspanel kent op dit moment ongeveer 7.000 leden. In het Stadspanel is het gemiddelde opleidingsniveau iets hoger dan in de bevolking en het aantal allochtonen is ondervertegenwoordigd. Het Stadspanel is wel representatief wat betreft de verdeling van de leeftijd. De enquête is in de laatste twee weken van september 2011 ingevuld door de leden van het Stadspanel.

In totaal hebben aan deze enquête 2.125 respondenten meegedaan (ruim 30 procent van het Stadspanel). Een drietal vragen waarvan de antwoorden staan vermeld in de tabellen 2.5 t/m 2.7 zijn door een onvolkomenheid in de oorspronkelijke vragenlijst beantwoord door 660 respondenten.

De resultaten van de enquête worden gepubliceerd tijdens het Foodlogcafé, dat door ForumImages wordt georganiseerd op 4 oktober 2011. Verder dienen ze als ondersteuning bij het opstellen van een Voedselvisie door de Regio Groningen/Assen.





## 2. Respons Stadspanel

De uitgezette enquête richtte zich op twee aspecten. Het eerste gedeelte van de enquête informeert naar het gedrag van de stadgers: waar doen ze hun boodschappen als het gaat om in hun voedselbehoefte te voorzien? Houden ze daarbij rekening met de manier waarop hun voedsel wordt geproduceerd? Welke andere aspecten spelen een rol bij de aanschaf van eten en drinken?

In het tweede deel van de vragenlijst richten we ons vooral op intenties: in hoeverre zijn consumenten bereid hun gedrag (eetpatroon) aan te passen als ze daarmee een bijdrage kunnen leveren aan een meer duurzame en diervriendelijke samenleving. Maar we beginnen dus met het vragen naar het daadwerkelijke gedrag.

### Waar doen mensen hun dagelijkse boodschappen?

Aan de respondenten werd de vraag voorgelegd waar ze het vaakst hun eten kopen. De respons staat vermeld in tabel 2.1.

Tabel 2.1 Waar kopen stadgers het belangrijkste deel van hun dagelijkse boodschappen (voeding)?

Aanschaf voedsel:	percentage
De supermarkt	97%
De buurtwinkel	6%
De biologische winkel	11%
Op de markt	29%
Bij de producent	2%
Groente (en fruit) haal ik vooral uit eigen tuin	2%
Ik koop mijn voedsel nooit zelf	-
Anders	2%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen

Bijna alle respondenten gaan voor het merendeel van hun voedsel naar de supermarkt. De markt wordt door bijna een derde van de respondenten aangedaan om eten in te slaan. Iets meer dan een op de tien stadgers gaat naar de biologische winkel voor boodschappen. Minder mensen (zes procent) koopt eten bij de buurtwinkel. Dit heeft misschien ook te maken met het feit dat de buurtwinkel steeds meer uit het stadsbeeld verdwijnt.

### Waarop letten burgers bij de aankoop van hun eten?

Bij het aanschaffen van voedsel kunnen diverse overwegingen een rol spelen. Afwegingen die te maken met kwaliteit, prijs, beschikbaarheid en gezondheid spelen daarbij, al dan niet in combinatie, een rol. We vroegen de respondenten in hoeverre deze aspecten een rol spelen bij door hen gemaakte keuzes.

Wij maken bij die afwegingen het onderscheid tussen enerzijds de productie van het voedsel en anderzijds de kwaliteit van het eten. Met betrekking de productie van voedsel werd het Stadspanel gevraagd in hoeverre de in tabel 2.2 genoemde zaken een rol speelden bij een eventuele aankoop.

Tabel 2.2 Maakt u bij de aankoop van voedsel een bewuste keuze ten aanzien van de volgende aspecten?

Keuze ten aanzien van:	percentage
Ecologisch/biologisch voedsel	41%
Fair trade producten	25%
Seizoensgebonden voedsel	39%
De herkomst van de producten	29%
Merkproducten	21%
De prijs	68%
Ik maak geen bewuste keuze uit bovenstaande aspecten	12%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen

Voor ruim tweederde van de Groningers speelt de prijs een rol met betrekking tot de aanschaf van eten. Daarnaast zegt eenenvestig procent te letten op ecologisch/biologisch voedsel. Ook seizoensgebonden voedsel speelt bij veel mensen (39%) een rol bij de aankoop.

### **Het ene eten is het andere niet.**

De kwaliteit van onze dagelijkse maaltijden wordt ondermeer bepaald door de samenstelling ervan, de voedingswaarde en de variëteit. Waar letten burgers op bij de aankoop van hun dagelijkse boodschappen?

Tabel 2.3 Let u bij de aankoop van voedsel op de volgende zaken?

Aspecten	Ja
Voedingswaarde	53%
Variatie	69%
Samenstelling (E-nummers)	23%
Duurzaamheid	32%
Ik let niet op bovenstaande aspecten	12%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen

Voedingswaarde en variatie met betrekking tot eten vindt de meerderheid van de stadgers van belang bij de aanschaf. Het feit of er (veel) smaak, kleur of conserveringsmiddelen aan voedsel zijn toegevoegd is voor ongeveer een kwart van de consumenten belangrijk. Een op de drie geeft aan het belangrijk te vinden dat voedsel duurzaam is ontgonnen / geproduceerd.

## Uit eten

De volgende vraag die aan het panel wordt gesteld informeert naar het keuzegedrag van respondenten als zij buiten de deur eten: welke aspecten bepalen de keuze van de panelleden na bestudering van de menukaart.

Tabel 2.4 Wanneer u in een restaurant eet, waaruit maakt u dan meestal een keuze?

Keuze	percentager
Vegetarisch menu	18%
Biologisch eten	10%
Streekproducten	12%
De hele menukaart	79%
Geen antwoord	2%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen.

Achttien procent eet meestal vegetarisch bij een restaurantbezoek, twaalf procent vindt het belangrijk dat er streekproducten in de gerechten zijn verwerkt. De meeste respondenten (79%) beperken zich niet in hun keuze en kiezen uit de hele kaart. We mogen er daarbij vanuit gaan dat persoonlijke smaak en het eventueel te besteden budget dan de belangrijkste rol spelen.

## Het eten van vlees

We hebben de respondenten een aantal vragen voorgelegd die te maken hebben met vleesconsumptie. Het inzicht dat het huidige gebruik van vlees (en daarbij horende vleesproductie) een zware wissel trekt op het milieu en het dierenwelzijn wint steeds meer terrein. We hebben allereerst gevraagd of- en hoe vaak respondenten vlees eten.

Tabel 2.5 Hoe vaak eet u vlees?

Frequentie	percentage
Bijna elke dag	54%
Ongeveer drie keer per week	29%
Ongeveer een keer per week	8%
Minder dan een keer per week	3%
Zelden	3%
Nooit	3%

Ruim tachtig procent van de respondenten eet drie keer of vaker vlees per week, meer dan helft vrijwel iedere dag. Zes procent eet zelden of nooit vlees.

## Minder vlees eten uit milieuoverwegingen of bevorderen van dierenwelzijn?

Op de vraag of milieuaspecten en dierenwelzijn ervoor hebben gezorgd dat respondenten minder vlees zijn gaan eten, antwoordde 61 procent dat dit bij hen niet het geval was: zij aten niet minder vlees.

Ruim een derde van de respondenten gaf aan dat (mede) door bovengenoemde redenen hun vleesconsumptie wel was afgenomen. Vijf procent gaf geen antwoord op deze vraag.

Aan de vijfendertig procent die aangaf dat hun vleesconsumptie wel was afgenomen, hebben we gevraagd hoe vaak ze dan nu nog vlees eten. Hun antwoorden staan in tabel 2.6.

Tabel 2.6 In welke zin is uw vleesconsumptie veranderd.?

(vraag is gesteld aan respondenten die aangaven dat hun vleesconsumptie daadwerkelijk was veranderd)

Veranderd in de zin van:	percentage
Ik ben overgegaan op één vleesloze dag per week	7%
Ik ben overgegaan op meerdere vleesloze dagen per week	39%
Ik eet minder vlees	59%
Ik eet alleen nog 'groen' vlees	--
Ik eet geen vlees meer	8%
Geen antwoord	6%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen.

Van de personen die hun vleesconsumptie hebben aangepast zegt bijna zestig procent minder vlees te eten. Negenendertig procent is overgegaan op meerdere vleesloze dagen per week. Aangezien respondenten meerdere keuzes mochten aanvinken valt het totaalpercentage van de gegeven antwoorden hoger uit dan 100 procent. Zo kan iemand bijvoorbeeld *'Ik ben overgegaan op meerdere vleesloze dagen per week'* en *'Ik eet minder vlees'* beide bevestigend beantwoorden.

## Toekomstig gedrag?

Hierboven werd aangegeven dat ruim zestig procent de afgelopen tijd hun vleesconsumptie niet heeft veranderd. In de enquête werd deze groep gevraagd of ze misschien dit wel van plan zijn in de toekomst.

Tabel 2.7 Bent u bereid voor het milieu of het dierenwelzijn uw vleesconsumptie te veranderen?

Eventuele acties	Ja
Nee, om deze reden ga ik niet minder vlees eten	47%
Ja, om deze reden ben ik bereid tot een vleesloze dag per week	31%
Ja, om deze reden ben ik bereid tot meerdere vleesloze dagen per week	15%
Ja, om deze reden ben ik bereid te stoppen met vlees eten	2%
Geen antwoord	5%

Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan hun eetgedrag met betrekking tot vlees te willen veranderen. In de meeste gevallen betekent dit: een of meer dagen geen vlees eten.

### **Welke problemen moeten we met prioriteit aanpakken?**

Het produceren en distribueren van voedsel kent haar eigen problemen. Die hebben soms te maken met schaarste, soms met lokale omstandigheden, maar ook bijvoorbeeld met consumentenbehoefes. Aan het Stadspanel is een aantal problemen voorgelegd die deels worden veroorzaakt door voedselproductie en transport. Aan de panelleden is gevraagd welke (drie) geconstateerde problemen met voorrang dienen te worden aangepakt.

Tabel 2.8 Welke problemen zouden prioriteit moeten krijgen in de aanpak van de overheid?

Problemen	Percentag
Teveel aan energiegebruik en CO2-uitstoot	33%
Overvloedig gebruik van bestrijdingsmiddelen	47%
Aanvoer vanuit de hele wereld (voedselkilometers)	25%
Afname in dierenwelzijn	47%
Overmatig gebruik van landbouwgrond in de derde wereld	11%
Aantasting natuur en biodiversiteit	19%
Negatieve effecten volksgezondheid (overgewicht / resistentie)	48%
Uitputting bodem en grondstoffen	14%
Genetische manipulatie	18%
Lucht- en waterverontreiniging	14%
Aantasting landschap door schaalvergroting	8%
Geen idee	2%
Geen antwoord	2%

Er mochten drie antwoorden worden gekozen.

Als meest urgente problemen worden overvloedig gebruik van bestrijdingsmiddelen, problemen in de sfeer van de volksgezondheid en de afname van het dierenwelzijn benoemd. Laag in de prioritering eindigen lucht- en waterverontreiniging en de uitputting van bodem en grondstoffen.

### **Voedsel uit eigen (achter)tuin**

Een van de problemen die hierboven is genoemd rond voedselproductie, betreft het frequent aanvoeren van voedsel vanuit andere landen of zelfs werelddelen en de daarvoor gemaakte voedselkilometers. Een van de aangedragen suggesties om dit zoveel mogelijk te beperken, is meer de focus te richten op streekproducten en het zelf door burgers verbouwen van eigen groente en fruit.

Om met het laatste te beginnen: 46 procent van de stadspanellleden geeft aan zelf voedsel te willen verbouwen als daarvoor meer ruimte beschikbaar zou worden gesteld.

Vervolgens hebben we een aantal vragen gesteld omtrent de belangstelling voor en consumptie van streekproducten. Met streekproducten wordt in dit verband bedoeld: producten die in (de omgeving van) Stad en Ommelanden wordt verbouwd. Ongeveer tweederde van de respondenten gaf aan (wel eens) streekproducten te kopen. De belangrijkste redenen waarom stadspanellleden de aanschaf van streekproducten overwegen, of daar daadwerkelijk toe overgaan, staan vermeld in tabel 2.9.

Tabel 2.9 Als u streekproducten koopt / zou kopen, welk van de onderstaande aspecten is voor u dan het belangrijkste?

Opties	Percentage
Is goed voor het milieu, minder voedselkilometers	22%
Het biedt producenten uit de regio een beter economisch perspectief	30%
Streekproducten zijn verser	15%
Zo weet ik waar mijn eten vandaan komt	16%
Zo kan ik mijn eten zelf ophalen bij de producent	2%
Geen antwoord	15%

Twee zaken vallen op, ten eerste: het economisch perspectief van de producent scoort hoger dan bijvoorbeeld het milieuaspect en ten tweede: het hoge percentage dat de vraag niet beantwoord. Onbekend is of respondenten nooit streekproducten (zouden) kopen, of dat de reden waarom ze dergelijke producten aanschaffen niet in de antwoordalternatieven voorkomt.

### Markt voor streekproducten?

Naast het produceren van streekproducten moeten ze natuurlijk ook aan de man gebracht worden. De gemeente Groningen overweegt om vaker (bijvoorbeeld maandelijks) een markt voor streekproducten te organiseren. Aan de panelleden de vraag of ze daarvan gebruik gaan maken.

Tabel 2.10 Zou u gebruik maken van een markt voor streekproducten?

Opties	Percentage
Ja	57%
Nee, ik wil liever een winkel in de stad met streekproducten	21%
Nee, ik zou het liever via internet regelen (thuisbezorging)	3%
Nee, daar heb ik geen belang bij	12%
Geen antwoord	7%

Een meerderheid (57%) van de respondenten vindt de verkoop van streekproducten op de markt een goed idee en zegt daadwerkelijk daar gebruik van te gaan maken. Nog eens een kwart heeft wel belang bij streekproducten, maar krijgt ze liever thuisbezorgd (bestellen via internet, 21%) of koopt streekproducten gewoon in de winkel (3%).

### **Meer belangstelling voor voedselproductie en distributie?**

Een van de doelen van het opzetten van de 'Week van de Smaak' is om consumenten meer bewust te maken van allerlei zaken rond de productie, de distributie en de samenstelling van voedsel.

Met de publiciteit rond het thema 'Groningen: Hoofdstad van de Smaak' wordt daar nog eens een extra injectie aan gegeven. In tabel 2.11 wordt aangegeven of in die opzet is geslaagd.

Tabel 2.11 Heeft de publiciteit rond de 'Hoofdstad van de Smaak' ertoe geleid dat u meer belangstelling voor voedsel heeft gekregen?

Opties	Percentage
Ja, ik heb ontdekt hoe belangrijk het onderwerp is	4%
Ja, ik besteed meer aandacht aan de kwaliteit van mijn eigen eten	5%
Ja, ik ben meer streekproducten gaan gebruiken	3%
Ja, ik ben vaker uit eten gegaan	1%
Ja, maar ik heb er niets mee gedaan	6%
Nee, ik heb er niet meer belangstelling voor gekregen	40%
Ik heb er niets van gehoord of gezien	36%
Nee, het onderwerp had mijn belangstelling al	18%
Geen antwoord	2%

Er mochten meerdere antwoorden worden gekozen.

Voor een groot deel van de respondenten gold dat hun belangstelling voor het onderwerp door de campagne niet was vergroot (40%). Een ander deel was de campagne ontgaan (36%). Achttien procent gaf aan dat er wat hen betrof niets is veranderd, omdat de aangesneden onderwerpen hun belangstelling toch al had.

Wel moet nog worden benadrukt dat dit onderzoek heeft plaatsgevonden voor aanvang van de 'Week van de Smaak'. Tijdens 'de Week' zelf zal nog veel meer publiciteit worden gegenereerd. De mogelijke effecten daarvan zijn niet meegenomen in dit onderzoek.

### **Boter bij de vis?**

In het voorgaande blijkt dat de stadspanelleden zich in bepaalde mate bewust zijn van de problemen rond voedsel zoals die in de enquête naar voren worden gebracht. Ook geven zij (deels) aan bereid te zijn hun eetgedrag aan te passen, op een manier die de duurzaamheid van het milieu ten goede komt. Maar in hoeverre zijn zij als consument ook bereid het daaraan hangende prijskaartje te betalen. Daarover gaat de laatste vraag.

Tabel 2.11 Bent u bereid meer voor uw eten te betalen als daar verbeteringen van arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn en/of milieu mee worden bereikt?  
En zo ja, hoeveel?

Opties	Percentage
Nee (0%)	15%
5%	25%
10%	34%
25%	14%
50%	4%
Meer dan 50%	3%
Geen antwoord	5%

Tachtig procent van de respondenten is bereid meer te betalen voor voedsel als daarmee verbeteringen van arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn en/of milieu mee worden bereikt. Van die laatste groep vindt dan ook weer tachtig procent dat de prijzen daarmee niet meer dan 10% mogen stijgen.





# BASIS VOOR BELEID



**BEZOEKADRES**  
Eendrachtskade ZZ 2  
9726 CW Groningen

**POSTADRES**  
Postbus 1125  
9701 BC Groningen

**T** (050) 367 56 30  
**F** (050) 367 56 33  
**E** [info@os.groningen.nl](mailto:info@os.groningen.nl)  
**I** [www.os-groningen.nl](http://www.os-groningen.nl)