



Nederlanders en duurzaam voedsel

Enquête over motieven
voor verduurzaming van
het voedselsysteem en
consumptiegedrag

Nederlanders en duurzaam voedsel

Nederlanders en duurzaam voedsel

Enquête over motieven voor
verduurzaming van het voedselsysteem
en consumptiegedrag

**Nederlanders en duurzaam voedsel.
Enquête over motieven voor verduurzaming van het
voedselsysteem en consumptiegedrag**

© PBL (Planbureau voor de Leefomgeving)

Den Haag, 2014

PBL-publicatienummer: 1249

Contact

Trudy Rood (trudy.rood@pbl.nl)

Auteurs

Trudy Rood, Marjolein van Gelder en Henk van Zeijts

Supervisie

Guus de Hollander en Frank Dietz

Met dank aan

Henk Westhoek, Eric Drissen, Kees Vringer en
Melchert Reudink (allen PBL), Guda Kay en
Sander Metaal (Motivaction)

Figuren

Beeldredactie PBL

Productie

Uitgeverij PBL, Den Haag

Opmaak

Textcetera, Den Haag

U kunt de publicatie downloaden via de website www.pbl.nl. Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Rood, T. et al. (2014), *Nederlanders en duurzaam voedsel. Enquête over motieven voor verduurzaming van het voedselsysteem en consumptiegedrag*, Den Haag: PBL.

Het PBL is het nationale instituut voor strategische beleidsanalyses op het gebied van milieu, natuur en ruimte. Het PBL draagt bij aan de kwaliteit van de politiek-bestuurlijke afweging door het verrichten van verkenningen, analyses en evaluaties waarbij een integrale benadering vooropstaat. Het PBL is vóór alles beleidsgericht. Het verricht zijn onderzoek gevraagd en ongevraagd, onafhankelijk en altijd wetenschappelijk gefundeerd.

Inhoud

BEVINDINGEN

Nederlanders en duurzaam voedsel 8

Samenvatting 8

- 1 Inleiding 9
- 2 Frequentie en duurzaamheidsbijdrage van activiteiten: overzicht 10
- 3 Het tegengaan van voedselverspilling 11
- 4 Niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd 12
- 5 Het kopen van producten met een duurzaamheidskenmerk 13
- 6 Kopen op herkomst: seizoen en regio 14
- 7 Betrokken zijn bij voedselproductie 14
- 8 Mogelijkheden voor beleid 15

VERDIEPING

1 Doel, opzet en methode 18

De enquête 18

Bewerking resultaten 19

2 Gedrag 20

Deelname aan activiteiten naar aantallen 20

Tegengaan van voedselverspilling 20

Voedselconsumptie 20

Betrokken zijn bij productie 24

3 Oordeel over de bijdrage aan een duurzaam voedselsysteem 26

4 Motieven 28

Tegengaan van voedselverspilling 28

Voedselconsumptie 28

Betrokken zijn bij voedselproductie 28

Draagvlak voor uitbreiding van de activiteiten 30

5 Belemmeringen 32

Tegengaan van voedselverspilling 32

Voedselconsumptie 32

Betrokken zijn bij voedselproductie 32

6 Kansen 36

Tegengaan van voedselverspilling 36

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd 36

Producten met een keurmerk 36

Kopen op herkomst: seizoen en regio 36

Betrokken zijn bij voedselproductie 36

7	Rol van de overheid	40
	Moet de overheid iets doen?	40
	Tegengaan van voedselverspilling	40
	Voedselconsumptie	40
	Betrokken zijn bij voedselproductie	40

	Literatuur	44
--	-------------------	-----------

BEVINDINGEN

BEVINDINGEN

Nederlanders en duurzaam voedsel

Enquête over motieven voor verduurzaming van het voedselsysteem en consumptiegedrag

Samenvatting

Uit een enquête van het PBL blijkt dat het grootste deel van de Nederlandse bevolking wel bewust omgaat met voedsel en op de een of andere manier let op verduurzaming van het voedselsysteem, maar niet consequent.

- Bijna iedereen heeft de intentie voedselverspilling tegen te gaan. Desondanks wordt jaarlijks nog bijna 50 kilo per persoon weggegooid. Zeven op de tien Nederlanders zijn bereid de eigen voedselverspilling verder terug te dringen.
- Het grootste deel van de bevolking eet niet elke dag vlees bij de warme maaltijd; 41 procent doet dat maximaal vier dagen per week.
- Bijna de helft van de Nederlanders (48 procent) koopt weleens een voedselproduct met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk. Ruim de helft (54 procent) koopt weleens seizoensproducten. Vier op de tien Nederlanders kopen weleens Nederlandse producten, en drie op de tien weleens een product uit de eigen regio.
- Drie op de tien Nederlanders kopen wekelijks een seizoensproduct. Slechts een op de tien Nederlanders koopt wekelijks een ander duurzaam product: Nederlanders kopen meestal maandelijks een product met een keurmerk, uit de regio of speciaal een product uit Nederland.
- Een op de vijf Nederlanders produceert zelf een deel van zijn voedsel, ze doen dat het vaakst in de eigen (volks)tuin (21 procent). Een klein deel (1 procent) is actief bij gezamenlijke voedselproductie – zoals stadslandbouw. Een eveneens klein aantal (2 procent) investeert in landbouwbedrijven, bijvoorbeeld via crowdfunding.
- Het terugdringen van voedselverspilling draagt volgens Nederlanders het meest bij aan het duurzamer maken van het voedselsysteem.

Motieven voor verduurzaming lopen sterk uiteen

Het motief om het voedsel te verduurzamen verschilt sterk: soms staat vooral het eigenbelang voorop – zoals ‘gezonder’, ‘lekkerder’ en ‘goedkoper’ –, soms meer het maatschappelijk belang – waaronder ‘beter voor het milieu’, ‘diervriendelijker’ en ‘beter voor de Nederlandse economie’. Bij het kopen van producten met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk, het kopen van producten uit Nederland, het investeren in een (duurzaam) boerenbedrijf, en het vermijden van voedselverspilling speelt vooral het maatschappelijk belang een rol. Het eigenbelang komt vooral naar voren bij de aanschaf van lokale of streekproducten en het eten van voedsel uit een eigen of gemeenschappelijke tuin, waarbij veel mensen verwijzen naar een betere smaak. Voor niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd lijkt veelal geen directe reden te zijn: dit gebeurt vaak toevallig. Wel is het zo dat hoe minder vaak mensen vlees eten, hoe belangrijker zij waarden als gezondheid en diervriendelijkheid vinden.

Communicatie: bekendheid, bewustwording en vaardigheden

De meeste Nederlanders zouden wel vaker bepaalde voedselproducten willen kopen of vaker anderszins actief betrokken willen zijn bij het duurzamer maken van het voedselsysteem, maar ervaren belemmeringen om dat daadwerkelijk te doen. Ook zien zij belemmeringen die anderen daarvan weerhouden. Ruim de helft van de mensen die vinden dat een activiteit bijdraagt aan duurzaamheid, ziet hierbij een rol weggelegd voor de overheid, en verwacht dat zij maatregelen neemt om gedrag dat bijdraagt aan een duurzamer voedselsysteem te stimuleren. Dit geldt vooral voor het geven van voorlichting.

Nederlanders vinden bij het vermijden van voedselverspilling het voordeel voor de portemonnee belangrijk, en handelen ook vaak vanuit een moraal rondom voedsel weggooien als iets wat niet hoort. Maar ook kennis en vaardigheden zijn hierbij van belang, want zij vinden bepaalde dingen lastig of zijn daar onzeker over, bijvoorbeeld over het kunnen gebruiken

van producten na de houdbaarheidsdatum, over de goede hoeveelheden kopen en restjes verwerken. Een vleesloze maaltijd is veelal geen bewuste keuze, maar wordt vaak min of meer toevallig gekozen. Hier kan bijvoorbeeld op worden ingespeeld door te stimuleren dat er meer recepten en producten komen zonder vlees (bijvoorbeeld kant-en-klaarmaaltijden). Daarnaast is er de verwachting dat er vaker vleesloos zal worden gegeten als er meer communicatie komt over de voordelen daarvan voor het milieu, de gezondheid van mens en dier en het dierenwelzijn. Mensen wijzen voor het niet of weinig aanschaffen van producten met een duurzaamheidskenmerk, seizoensproducten en streekproducten vooral op de onbekendheid van deze producten en de slechte verkrijgbaarheid in de buurt. Ze verwachten dat de marktaandelen van deze producten toenemen als de bekendheid en verkrijgbaarheid van deze producten toenemen. Het gebrek aan bekendheid speelt ook een rol bij de beperkte deelname aan de eigen voedselproductie – zoals via stadslandbouw en in moestuinen. Maar hier verwachten Nederlanders van de overheid vooral een voorwaardenscheppende rol, bijvoorbeeld door daarvoor (meer) grond ter beschikking te stellen, belastingvoordelen of subsidies te bieden of door minder regels te stellen.

1 Inleiding

Staatssecretaris Dijkema van Economische Zaken publiceerde op 11 juli 2013 de *Beleidsbrief Duurzame Voedselproductie* (EZ 2013), waarin ze onder andere aandacht vraagt voor voedselvertrouwen, verduurzaming van de voedselproductie en het terugdringen van voedselverspilling. Dijkema verwacht van de consument dat deze vaker kiest voor duurzaam voedsel en minder voedsel verspilt. Het bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en de overheid kunnen de consument daarbij ondersteunen.

Verduurzaming van het voedselsysteem is een grote opgave waarbij veel partijen betrokken zijn. Het gaat om de verduurzaming van de productie, maar ook van de consumptie en de gehele keten daartussenin. In deze keten hebben boeren, de levensmiddelenindustrie, supermarkten, speciaalzaken en vele andere partijen een rol, en veelal is voor verduurzaming van het systeem onderlinge samenwerking of afstemming noodzakelijk. Een van de partijen in het voedselsysteem is de consument. Soms kunnen consumenten zelf besluiten iets aan verduurzaming te doen, maar soms zijn zij daarbij afhankelijk van anderen, bijvoorbeeld van de supermarkt voor het aanbod van duurzame voedselproducten.

In dit onderzoek zijn Nederlanders bevestigd op hun betrokkenheid bij duurzame voedselconsumptie en -productie. Zoals uit de enquête blijkt, vinden Nederlandse consumenten dat zij vaak andere partijen nodig hebben om het voedselsysteem (verder) te verduurzamen. Het voedselsysteem behelst de gehele keten van productie, verwerking, handel en consumptie van voedsel, inclusief voedselverspilling. De vragen die in de enquête zijn gesteld, liggen op het gebied van bewust omgaan met voedsel en de bijdrage die Nederlanders zelf (denken te) leveren aan verduurzaming van het voedselsysteem. Bij verduurzaming van het voedselsysteem is in de enquête gevraagd naar een voedselproductie die beter is voor mens, dier en milieu.

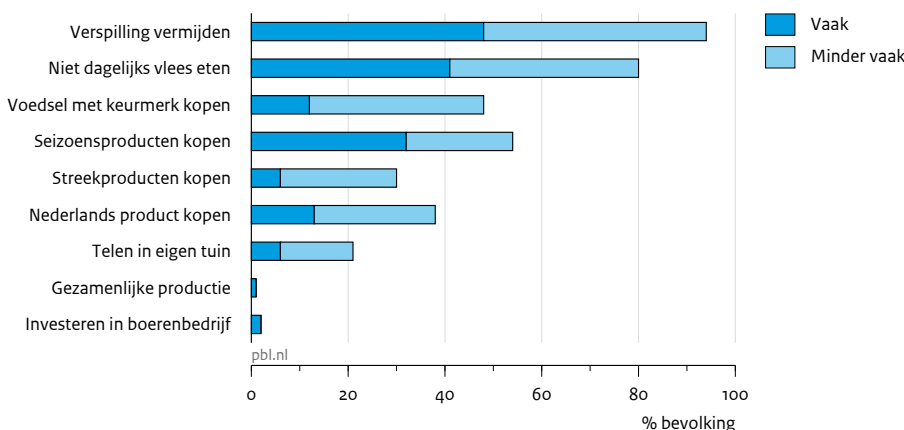
Mensen kunnen op diverse manieren bewuster omgaan met voedsel, bijvoorbeeld door minder vlees te eten en seizoensproducten te kopen, of door zelf voedsel te produceren, bijvoorbeeld via stadslandbouw. Meer kennis over het gedrag en de motieven van consumenten kan de overheid helpen haar positie en rol aan te scherpen en effectiever te maken waar het gaat om het ondersteunen van gedrag dat bijdraagt aan een duurzame voedselvoorziening.

Dit rapport verschaft inzicht in het gedrag van Nederlanders op het gebied van duurzaam voedsel, de redenen waarom zij dat doen en de kansen die zij zien om het voedselsysteem duurzamer te maken. Het geeft informatie over hoe de overheid en het bedrijfsleven mensen kunnen stimuleren, faciliteren en benutten bij het oplossen van hardnekkige duurzaamheidsproblemen in het voedselsysteem.

De gebruikte gegevens zijn afkomstig uit een representatieve enquête onder de Nederlandse bevolking. In opdracht van het PBL heeft onderzoeksbureau Motivaction in januari 2013 een internetenquête uitgevoerd waarin de respondenten is gevraagd naar betrokkenheid bij duurzame voedselproductie en -consumptie. Ruim 3.700 personen hebben het eerste deel van de enquête over hun gedrag met betrekking tot duurzaam voedsel beantwoord. Ruim 1.100 personen hebben de gehele enquête beantwoord. De respondenten zijn aan de hand van meerkeuzevragen bevestigd op een twaalftal activiteiten op het gebied van bewust omgaan met voedsel (zie voor de vragenlijst de bijlage). Er is rekening gehouden met het feit dat er een verschil kan zijn tussen wat mensen zeggen te doen en wat zij daadwerkelijk doen (MNP 2007; Vringer et al. 2007) door de vragenlijst zodanig op te stellen dat sociaal-wenselijke antwoorden zoveel mogelijk zijn vermeden.

In het eerste deel van dit rapport gaan we in op de belangrijkste resultaten van de enquête en plaatsen we deze in het perspectief van de literatuur over gedrag en duurzaam voedsel. We geven in dit deel eerst een

Figuur 1
Deelname aan activiteiten op voedselgebied, 2013



Bron: PBL

'Vaak' is in deze figuur gedefinieerd als minimaal een keer per week voedsel kopen met een duurzaamheidskenmerk, een bepaalde herkomst of uit het seizoen, of voedsel eten uit de eigen of een gezamenlijke tuin, minimaal drie keer per week geen vlees eten bij de warme maaltijd, en minimaal zes keer per week geen voedsel weggooien.

overzicht van wat Nederlanders op dit terrein ondernemen (paragraaf 2). Daarna volgt een bespreking per type activiteit: het tegengaan van voedselverspilling (paragraaf 3), het kopen van producten met een duurzaamheidskenmerk (paragraaf 4), minder vlees eten bij de warme maaltijd (paragraaf 5), het kopen van voedselproducten op herkomstregio en seizoen (paragraaf 6) en het betrokken zijn bij de productie van voedsel (paragraaf 7). We sluiten dit deel af met een discussie over de enquêteresultaten en de rol van de overheid. We gaan specifiek in op de rol van de overheid, maar de enquête geeft ook informatie die bruikbaar is voor partijen in het voedselsysteem (paragraaf 8).

De opzet en uitgebreidere resultaten van de enquête zijn beschreven in het tweede deel van dit rapport. Daarin gaan we achtereenvolgens in op de opzet en methode van de enquête, de uitgevoerde activiteiten (gedrag), de perceptie van duurzaamheid, motieven, belemmeringen, kansen en meningen over de gewenste rol van de overheid. De vragenlijst van de enquête is in de bijlage opgenomen.

2 Frequentie en duurzaamheidsbijdrage van activiteiten: overzicht

Nagenoeg alle Nederlanders (99 procent) dragen op enigerlei wijze bij aan het duurzamer maken van het voedselsysteem. Slechts 1 procent is niet betrokken bij

minimaal een van de genoemde activiteiten (tabel 2.1). Bijna iedereen (94 procent) gaat het verspillen van voedsel tegen, en bijna de helft gooit maximaal een keer per week voedsel weg (figuur 1). Wat verspilling van voedsel is, blijkt overigens niet eenduidig te zijn (zie verder paragraaf 3). Verder eet het grootste gedeelte van de bevolking niet elke dag vlees bij de warme maaltijd: 41 procent eet maximaal 4 dagen per week vlees. Bijna de helft van de Nederlanders (48 procent) koopt weleens bewust een voedselproduct met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk. Ruim een op de tien doet dit relatief vaak, dat wil zeggen wekelijks (figuur 1). Anderen kopen veelal maandelijks een product met een dergelijk keurmerk (zie hoofdstuk 2 in de Verdieping). Ruim de helft van de bevolking (54 procent) koopt weleens bewust een seizoensproduct; drie op de tien doen dit wekelijks. Vier op de tien Nederlanders kiezen weleens bewust voor een product uit Nederland omdat het in Nederland is geproduceerd; het aantal dat dit wekelijks doet, is vergelijkbaar met het aantal dat wekelijks een product met keurmerk koopt. Drie op de tien Nederlanders kopen bewust een streekproduct uit de eigen regio, van wie een op de twintig wekelijks. Betrokkenheid bij voedselproductie komt minder voor, het telen van producten in eigen tuin nog het meest (21 procent). En 1 procent van de Nederlanders is actief bij gezamenlijke voedselproductie – zoals stadslandbouw –, en 2 procent financiert landbouwbedrijven via bijvoorbeeld crowdfunding. De meeste Nederlanders doen meerdere activiteiten (tabel 2.1). Alle activiteiten vragen een min of meer bewuste omgang met voedsel en kunnen bijdragen aan een duurzamer voedselsysteem,

Vaak versus minder vaak voedselverspilling vermijden

In de enquête is gevraagd naar de frequentie van bepaalde activiteiten. Zo is bij voedselverspilling gevraagd naar het aantal keren dat de respondenten voedsel weggooien (zie vraag 12b1 in de bijlage). Vervolgens hebben we de mensen die maximaal een keer per week voedsel weggooien geschaard onder 'vaak letten op vermijden van voedselverspilling' (figuur 1). Er zijn echter wekelijks tientallen keuzemomenten voor het vermijden van voedselverspilling; voor en na de circa 21 maaltijden en bij de momenten van voedsel kopen. Om dus maar een keer in de week voedsel weg te gooien, moet er tientallen keren worden opgelet. Ook trouwens bij twee keer in de week voedsel weggooien, wat wij hebben geschaard onder 'minder vaak'. In het geval van voedselverspilling vermijden speelt ook nog mee dat mensen verschillen in ideeën of bewustzijn over wat voedsel weggooien is, waardoor bij een hoog percentage (94 procent) van de bevolking dat let op het vermijden van voedselverspilling toch nog veel voedsel wordt verspild (zie paragraaf 3).

maar duurzaamheid is lang niet altijd de reden waarom iemand iets doet. Veel Nederlanders doen dat bijvoorbeeld omdat ze het voedsel gewoon lekkerder vinden of vinden dat iets nu eenmaal zo hoort (zie ook hoofdstuk 4).

Niet alle genoemde activiteiten dragen volgens Nederlanders evenveel bij aan een duurzaam voedselsysteem (figuur 2). Minder weggooien staat duidelijk op de eerste plaats. Minder vlees eten bij de warme maaltijd springt er niet uit qua bijdrage, terwijl dit wel een grote bijdrage levert aan besparing op grondstoffen en vermindering van de druk op biodiversiteit (PBL 2013). Verder blijkt uit nadere analyse van de gegevens dat mensen die niet meedoen aan een activiteit, deze activiteit ook minder vinden bijdragen. Dit speelt bijvoorbeeld bij gezamenlijke voedselproductie (zoals stadslandbouw) en investeren in een boerenbedrijf (bijvoorbeeld via adopteer een kip, appelboom en dergelijke). Degenen die hier wel bij betrokken zijn, vinden dat deze activiteiten wél een belangrijke bijdrage leveren aan een duurzamer voedselsysteem (tabel 3.1).

3 Het tegengaan van voedselverspilling

Voedselverspilling leidt niet alleen tot economisch verlies, maar veroorzaakt ook extra milieudruk en overbodig grondstoffengebruik. Veel Nederlanders vinden dat het vermijden van verspilling veel bijdraagt aan een duurzamer voedselsysteem (figuur 2). Maar liefst 94 procent probeert verspilling van voedsel te voorkomen, bijvoorbeeld door eerst die producten te gebruiken die volgens de houdbaarheidsdatum als eerste op moeten (tabel 2.4). Uit een eerdere enquête van Carabain en Spitz (2012) kwam ook een hoog percentage mensen dat let op vermijden van voedselverspilling. In een latere enquête in opdracht van AKB is respondenten gevraagd hun voedselverspilling te kwantificeren; de respondenten

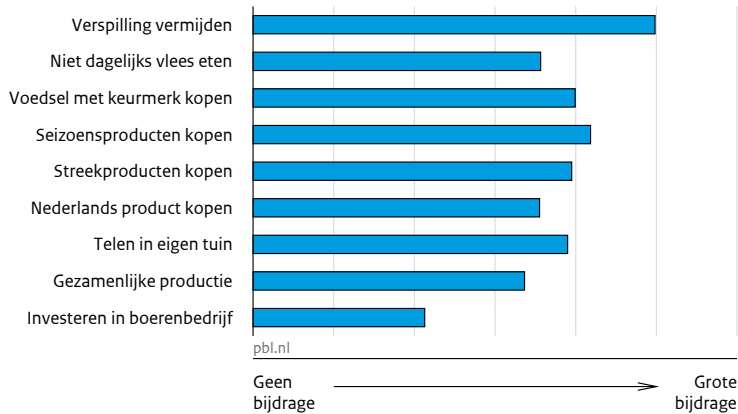
schatten hun voedselverspilling op slechts 15 kilo en een derde van de respondenten zegt helemaal nooit voedsel weg te gooien en bijna twee derde slechts heel af en toe (AKB 2014). Toch blijkt uit de meest recente schattingen dat consumenten in Nederland gemiddeld 12 procent van het aangekochte voedsel weggooien (CREM 2010; Milieucentraal 2012; Soethoudt & Timmermans 2013). Dit is bijna 50 kilogram per persoon per jaar. Mensen blijken een laag bewustzijn te hebben van het eigen gedrag waar het gaat om voedselverspilling of een andere interpretatie te hebben van wat 'voedsel weggooien' is (zie ook hoofdstuk 2).

Zeven op de tien Nederlanders zijn bereid de eigen voedselverspilling verder terug te dringen. Echter, voor hen gelden een aantal barrières om dat ook daadwerkelijk te doen (figuur 3). De belangrijkste belemmering is dat ze het lastig vinden om de goede hoeveelheid te koken, gevolgd door niet het risico te willen lopen om ziek te worden. Bovendien vinden ze het moeilijk om met restjes een maaltijd te maken, kopen ze te veel in om niet te weinig voedsel in huis te hebben, of gooien ze producten weg waarvan ze niet goed kunnen beoordelen of deze nog goed zijn.

Bijna de helft van de Nederlanders vindt dat de overheid een rol heeft bij het terugdringen van voedselverspilling, vooral op het gebied van voorlichting en in mindere mate ook door het goede voorbeeld te geven, de regelgeving te verbeteren of belastingvoordelen voor bedrijven. Er is vooral behoefte aan voorlichting over de mogelijkheden om minder voedsel weg te gooien (tabel 7.3). Ruim de helft van de Nederlanders verwacht dat er minder voedsel wordt weggegooid als mensen er meer bewust van worden gemaakt dat het mogelijk is om minder voedsel weg te gooien (tabel 6.1). Ook nog een flink deel van de Nederlanders denkt zelf minder voedsel weg te gooien als ze hier meer bewust van worden gemaakt. Uit de enquête blijkt dat de voordelen voor de eigen portemonnee belangrijk zijn, maar dat ook een appél gedaan kan worden op de moraal. Het argument 'voedsel

Figuur 2

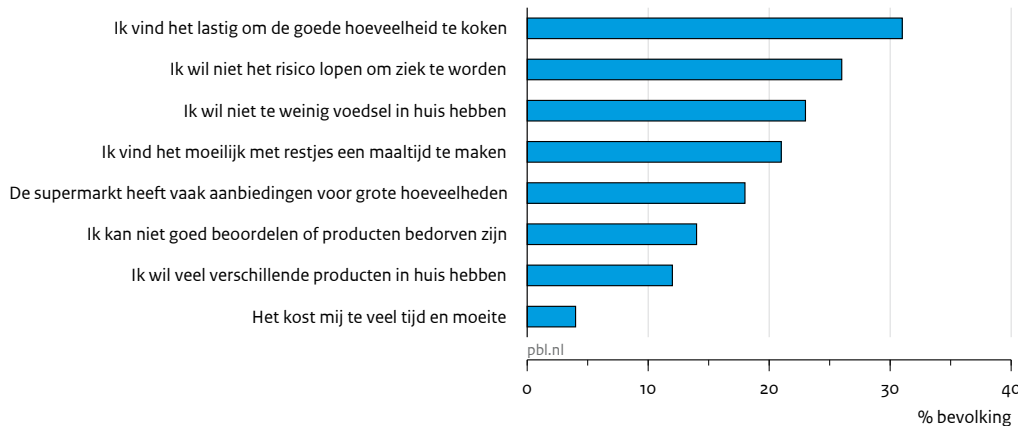
Mening over bijdrage van activiteiten aan duurzame voedselvoorziening, 2013



Bron: PBL

Figuur 3

Barrières voor minder voedselverspilling, 2013



Bron: PBL

verspillen doe je niet, dat hoort niet', is namelijk vaak genoemd, ongeacht leeftijd, inkomen, opleidingsniveau of levensopvatting (tabel 4.1).

4 Niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd

De totale vleesconsumptie per Nederlander was in 2010 gemiddeld 48 kilo (www.pve.nl) en dit is gemiddeld over de bevolking meer dan vanuit gezondheidsoogpunt nodig is. De productie van vlees legt een relatief groot beslag op natuurlijke hulpbronnen, heeft een hoge 'voetafdruk'

en kan bovendien nadelige gezondheidseffecten hebben, onder andere door te veel verzadigde vetten (PBL 2013, PBL 2011; Steinfeld et al. 2006).

Uit de enquête blijkt dat elke dag vlees eten bij de warme maaltijd weinig voorkomt: in 20 procent van de huishoudens staat dagelijks vlees op tafel bij de warme maaltijd (figuur 2.1). Bijna twee vijfde (39 procent) van de Nederlanders eet vijf tot zes dagen per week vlees bij de warme maaltijd, 28 procent drie of vier dagen, en 7 procent een of twee dagen. Drie procent eet minder dan eenmaal per week vlees bij de warme maaltijd, en 3 procent eet dan nooit vlees. 41 procent eet maximaal vier dagen in de week vlees bij de warme maaltijd. Dit resultaat is iets lager dan het percentage flexitariërs

van 47 procent dat in 2011 is gemeten in een enquête door Dagevos et al. (2012). Het is lastig om te spreken van een dalende trend, omdat de resultaten uit verschillende enquêtes komen en uit gegevens over de daadwerkelijk geconsumeerde hoeveelheid vlees blijkt dat de gemiddelde vleesconsumptie nog niet significant afneemt (pve.nl).

Een warme maaltijd zonder vlees is vaak geen bewuste keuze om geen vlees te eten: uit de lijst met mogelijke redenen kiezen Nederlanders het vaakst 'Het is geen bewuste keuze, maar de maaltijd bevat toevallig geen vlees' (tabel 4.3). Het kan dan gaan om een maaltijd zonder dierlijke producten, maar het kan ook een maaltijd zijn met vis, ei, kaas of een ander zuivelproduct. Degenen die vaak geen vlees bij de warme maaltijd eten, kiezen daar wel vaak bewust voor. Zij doen dat veelal om redenen van gezondheid, kostenbesparing en (in iets mindere mate) smaak, milieu en dierenwelzijn (tabel 4.3). De smaak en de gewoonte om vlees te eten bij de warme maaltijd blijken de belangrijkste belemmeringen te zijn om vaker te kiezen voor een vleesloze warme maaltijd (tabel 5.2). Twee derde wil niet minder vaak vlees eten, met als meest genoemde argument dat een maaltijd met vlees lekkerder is en dat vlees de warme maaltijd compleet maakt (tabel 5.2). Ook uit het onderzoek van Dagevos et al. (2012) komt naar voren dat vlees veelal als 'hoogstnoodzakelijke maaltijdcomponent wordt beschouwd', en dat ook in het voedselpakket van 'vleesminderaars' vlees en zuivelproducten prominente plekken innemen.

Nederlanders zien wel diverse opties om minder vlees eten te stimuleren. Een deel van de Nederlanders verwacht dat er minder vlees wordt gegeten als de communicatie over minder vlees eten toeneemt (tabel 6.2). Ze vinden dat de gezondheidsvoordelen meer bekend moeten worden, evenals dat minder vlees eten niet ongezond hoeft te zijn en voordelen heeft voor het milieu en dierenwelzijn (tabel 6.2). Daarnaast vinden sommigen dat er meer moet worden gecommuniceerd over recepten zonder vlees en dat vleesvervangers lekkerder en goedkoper moeten worden (tabel 6.2).

Nederlanders zijn terughoudend als het gaat om interventie door de overheid in de vleesconsumptie. De helft van de Nederlanders vindt dat minder vlees eten bijdraagt aan een duurzame voedselvoorziening, maar bijna de helft hiervan vindt dat de overheid actie op dit gebied moet nemen. Zij vinden dan dat de overheid vooral voorlichting moet geven; slechts een klein deel van hen vindt dat de overheid vlees duurder moet maken, bijvoorbeeld via een vleestax (tabel 7.4). Vergeleken met andere activiteiten, lijken Nederlanders minder vaak bereid hun vleesconsumptie te minderen. Van degenen

die niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd (80 procent), wil 35 procent vaker een maaltijd zonder vlees nuttigen (tabel 4.7). Hierbij speelt wel dat een zesde van de bevolking al niet zo vaak vlees eet bij de warme maaltijd, namelijk twee dagen of minder per week.

5 Het kopen van producten met een duurzaamheidskenmerk

De aankoop van voedsel gaat deels onbewust – gedreven door gewoontes of aanbod – en deels bewust. Bij de bewuste aankoop van voedsel speelt duurzaamheid weliswaar voor een deel van de consumenten een rol, maar de smaak, de prijs, en de bijdrage aan de eigen gezondheid zijn vaak belangrijker. Ook veiligheid en gemak scoren hoog bij de gemiddelde consument – milieu en dierenwelzijn zijn hieraan ondergeschikt (Backus et al. 2011; Carabain & Spitz 2012). Desondanks winnen producten met een duurzaamheidskenmerk terrein qua bekendheid en afzet. Het marktaandeel van duurzaam voedsel steeg in 2013 van 5,5 naar 6,1 procent (EZ 2014). De omzet van producten met een label voor dierenwelzijn, milieu of fair trade steeg in dat jaar met ruim 10 procent.

Uit de enquête blijkt dat relatief veel Nederlanders (48 procent) weleens een dergelijk product kopen. Ruim een op de tien koopt wekelijks een product met een duurzaamheidskenmerk (figuur 1). De meest gekochte producten zijn biologische producten (EKO, EU-biologisch, Demeter), vlees met een Beter leven keurmerk en gras- en vrije-uitloopeieren, en AH puur en eerlijk (tabel 2.9 en figuur 2.2).

Producten met een duurzaamheidskeurmerk onderscheiden zich van andere producten doordat op het etiket is aangegeven dat bij de productie is gelet op dierenwelzijn of op bepaalde milieuaspecten. Nederlanders kopen deze producten veelal niet vanuit een eigenbelang, maar vanuit een maatschappelijke overtuiging: het meestgenoemde motief is dat het diervriendelijker is, gevolgd door dat het beter is voor milieu, natuur en landschap (tabel 4.4). Drie kwart van degenen die een product kopen met keurmerk wil dit wel vaker doen, maar ziet zich geconfronteerd met barrières die hem of haar daarvan weerhouden. De belangrijkste barrière is voor de meesten de hogere prijs – ook voor degenen met hogere inkomens (tabel 5.3). In een enquête van Carabain en Spitz (2012) zegt 80 procent van de mensen bereid te zijn om gemiddeld 10 procent meer te betalen voor duurzaam en diervriendelijk voedsel. De prijs lijkt dus een terugkomend thema te zijn voor het aanschaffen van producten met een duurzaamheidskeurmerk.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de meestgenoemde rol voor de overheid het goedkoper maken van de producten is, gevolgd door het geven van voorlichting. Uit het onderzoek volgt verder dat de bekendheid, verkrijgbaarheid en communicatie over de duurzaamheidsvoordelen beter moeten worden om zo andere mensen te verleiden producten met een duurzaamheidskeurmerk te kopen (tabel 6.3).

6 Kopen op herkomst: seizoen en regio

Producten uit het seizoen

Ruim de helft van de Nederlanders (54 procent) koopt weleens seizoensproducten, van wie meer dan de helft een keer per week of vaker (figuur 1). Zij willen ook wel vaker groente en fruit van het seizoen kopen als deze goedkoper worden, meer bekendheid krijgen en gemakkelijker verkrijgbaar zijn (tabel 6.4). Nederlanders vinden seizoensproducten kopen relatief veel bijdragen aan een duurzamer voedselsysteem, meer dan bijvoorbeeld producten kopen met een keurmerk (figuur 2). Naast aanbod en prijs, vinden opvallend veel Nederlanders dat de onbekendheid van seizoensproducten een belemmering is. Van de overheid verwachten zij vooral dat die deze producten goedkoper maakt en dat zij zorgt voor goede voorlichting over duurzaam voedsel (tabel 7.4).

Lokale of streekproducten

Iets minder dan een derde van de Nederlanders (30 procent) koopt weleens lokale of streekproducten, van wie een op de vijf eenmaal wekelijks of vaker (figuur 1). De belangrijkste redenen voor de aankoop zijn de smaak en de kwaliteit van het product, gevolgd door de kennis over de herkomst van het product (tabel 4.4). Deze associatie komt overeen met de uitkomsten van onderzoek van Vijn et al. (2013), waarbij 'kwaliteit en bekend', naast 'regio en authenticiteit', significant als hoogste waarden scoorden. De in de enquête meestgenoemde barrières voor het vaker aanschaffen van een lokaal of streekproduct – te weten de verkrijgbaarheid van deze producten en de hogere prijs (tabel 5.4) – komen ook overeen met de studie van Vijn et al. (2013), waaruit verder blijkt dat een prijsverschil van rond de 8 procent nog net acceptabel is voor veel mensen. Consumenten die deze producten al aanschaffen denken dat veel mensen niet bekend zijn met streekproducten. Net als bij seizoensproducten verwachten ze van de overheid prijsverlaging en goede voorlichting over duurzaam voedsel. De overheid zou ondersteuning kunnen bieden aan professionalisering van streekproducten en het vergroten van de bekendheid.

Producten uit Nederland

Bijna twee vijfde van de Nederlanders (38 procent) koopt weleens een Nederlands product specifiek omdat het in Nederland is geproduceerd. Een derde van hen doet dit wekelijks (figuur 1). De belangrijkste redenen om deze producten te kopen zijn: 'het is beter voor milieu, natuur en landschap', 'beter voor de Nederlandse economie' en 'het product is goed want ik weet waar het vandaan komt' (tabel 4.4). Het feit dat deze Nederlandse voedselproducten duurder worden gevonden, is veelal een belemmering om ze vaker te kopen (tabel 5.4). Kansen worden dan ook gezien in prijsverlaging, maar ook in een betere verkrijgbaarheid en bekendheid (tabel 6.4). Om meer mensen in Nederland geproduceerde producten te laten kopen verwachten ze van de overheid goede voorlichting en prijsverlaging (tabel 7.5).

7 Betrokken zijn bij voedselproductie

Actief in (moes)tuin, eigen tuin of boomgaard

Twee vijfde van de Nederlanders (21 procent) tuint in een eigen moestuin of boomgaard, van wie minder dan de helft meer dan een uur in de week (figuur 1). De tuiniers zijn gemotiveerd om de handen uit de mouwen te steken omdat ze graag groente en fruit zien groeien, voedsel uit eigen tuin lekkerder vinden en het bijhouden van een eigen (moes)tuin als hobby zien (tabel 4.5). Veel thuisproducenten willen wel vaker groente en fruit uit eigen tuin eten, maar vinden dat lastig vanwege het ruimtegebrek voor de productie ervan en soms ook vanwege de beperkt beschikbare tijd (tabel 5.5). Zij denken dat het zelf-tuinieren kan worden gestimuleerd als er meer grond beschikbaar komt, het in meer buurten wordt gestart en meer bekendheid krijgt (tabel 6.5).

Actief in gezamenlijke voedselproductie

De deelname aan gezamenlijke voedselproductie – bijvoorbeeld stadslandbouw – is beperkt: ongeveer 1 procent van de Nederlanders is op enigerlei wijze betrokken bij gezamenlijke voedselproductie (figuur 1). Het meestgenoemde motief – en voor 24 procent de zwaarstwegende reden – is dat het voedsel lekkerder is dan wanneer het is gekocht in een winkel. Andere belangrijke redenen zijn dat het beter is voor milieu, natuur en landschap, er minder transport nodig is, het leerzaam is (ook voor de kinderen), het kosten bespaart en dat werken in de tuin goed is voor de gezondheid en de leefbaarheid van de buurt (tabel 4.5). Belemmeringen om vaker mee te doen aan gezamenlijke voedselproductie zijn tijdgebrek, problemen met de samenwerking en ruimtegebrek (tabel 5.5). Van de (lokale) overheid verwachten deze tuinders vooral dat

zij meer grond beschikbaar stelt en voorlichting geeft. Uit onderzoek naar initiatieven concluderen De Bakker et al. (2013) dat lokale overheden meer braakliggende terreinen beschikbaar kunnen stellen en initiatieven kunnen faciliteren, onder andere door flexibel om te gaan met regels.

Initiatieven op het gebied van voedselproductie (uit eigen of gezamenlijke tuin of bijvoorbeeld adopteer een kip) verbindt mensen met voedselproductie (PBL 2013). Lagere overheden stimuleren stadslandbouwprojecten ook vaak vanwege het bevorderen van sociale cohesie. In het algemeen speelt bij initiatieven rond voedselproductie – zoals stadslandbouw en moestuinen – gebrek aan bekendheid en mogelijkheden een rol. Van de overheid wordt vooral een voorwaardenscheppende rol verwacht, bijvoorbeeld ruimte (grond), financiële aspecten en minder of flexibele omgang met regelgeving. Vooral laagopgeleiden vinden dat de overheid op dit gebied actie moet ondernemen (tabel 7.2).

Boerderijbezoek en geld investeren in een boerenbedrijf

De betrokkenheid van Nederlanders bij de landbouwproductie uit zich onder andere in boerderijbezoek: in 2012 heeft een op de tien Nederlanders een open dag op een landbouwbedrijf bezocht. Er zijn mensen die nog een stap verder gaan: ongeveer 2 procent van de Nederlanders heeft geld in een boerenbedrijf geïnvesteerd (figuur 1; de beroepsgroep boeren en tuinders is niet opgenomen in de enquête). Zes op de tien investeerders investeerden minder dan 100 euro; het merendeel van de investeerders (circa twee derde) gaf geld via een constructie zoals ‘adopteer een kip of appelboom’ (tabel 2.13 en 2.14). De meeste geldschieters doen dit omdat ze vinden dat hun investering bijdraagt aan een beter milieu, landschap en natuur en omdat die bijdraagt aan een beter dierenwelzijn (tabel 4.6). Zij verwachten dat meer mensen gaan investeren als dit een grotere bekendheid krijgt, goedkoper wordt (bijvoorbeeld via belastingvoordelen) en als de voordelen voor mens, dier en milieu meer worden gecommuniceerd (tabel 6.5).

8 Mogelijkheden voor beleid

Nederlanders zien mogelijkheden voor verduurzaming van het voedselsysteem, maar hebben daar vaak andere partijen bij nodig

Nederlanders zien mogelijkheden voor verduurzaming van het voedselsysteem, maar kunnen dit veelal niet alleen en vinden dat bedrijven en winkels ook een rol spelen. Zij zijn veelal koper en tussen koper en verkoper zitten diverse bedrijven die het voedsel

bewerken of verhandelen, want het meeste voedsel wordt niet rechtstreeks bij een boer gekocht (figuur 4). Er zijn bedrijven die zich inzetten om de keten van voedselproductie te verduurzamen (bijvoorbeeld Unilever en Ahold, zie PBL 2013). Dit onderzoek laat zien dat consumenten meer mogelijkheden zien. Zo verwachten ze dat meer bekendheid en verkrijgbaarheid van duurzame voedselproducten de verkoop stimuleert. Ook denkt een deel van de bevolking dat de overheid kan bijdragen door goede voorlichting over duurzaam voedsel. De overheid voert beleid op dit gebied via bijvoorbeeld het Topsectorenbeleid, duurzaam inkoopbeleid en in de beleidsbrief Duurzame Voedselproductie (EZ 2013), waarin onder andere aandacht is voor minder voedsel verspillen en het stimuleren van producten met een duurzaamheidskeurmerk. Ruim de helft van de Nederlanders die vinden dat een activiteit bijdraagt aan duurzaamheid wil dat de overheid maatregelen neemt voor verduurzaming van het voedselsysteem (tabel 7.1).

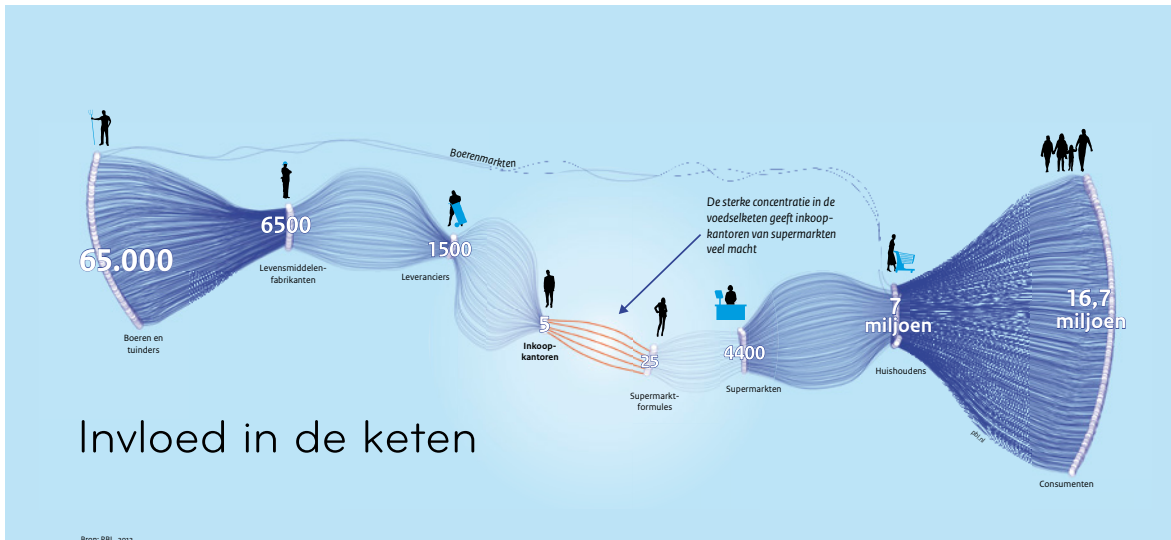
Nederlanders willen dat de overheid vooral via voorlichting stimuleert

Als belangrijke rol voor de overheid wordt het geven van voorlichting gezien. Het goede voorbeeld geven scoort ook vaak vrij hoog, bijvoorbeeld in overheidskantines. Ze vinden veelal overheidsregels niet het belangrijkste knelpunt. Wel wordt veelvuldig gezegd dat de overheid moet zorgen voor een verlaging van de prijs, bijvoorbeeld via subsidies of belastingvoordelen. De overheid zou bijvoorbeeld de barrière van de hoge prijs kunnen slechten door het prijsverschil tussen duurzame en gangbare producten te verkleinen. Uit onderzoek van Vringer et al. (2013) blijkt dat consumenten de voorkeur geven aan maatregelen waarin gebruik wordt gemaakt van zachte drang met bijvoorbeeld subsidies boven harde dwang (regels, heffingen), zelfs als deze drang uiteindelijk duurder uitvalt door de hogere overheidsuitgaven. Behalve de hogere overheidsuitgaven kent het verlenen van prijssubsidies echter nog een aantal problemen: het systeem van vaststellen, uitvoeren en controleren van subsidies kan complex zijn, op mededingingsregels stuiten en is op de Europese interne markt of vanuit de Wereldhandelsorganisatie niet altijd toegestaan. Overheidsinzet op onderzoek (naar bijvoorbeeld kostprijsverlagende maatregelen) en communicatie kennen deze bezwaren minder. Vringer et al. (2013) stellen dat het zinvol is dat de overheid het plezier van het individueel bijdragen aan duurzaamheid benadrukt.

Communicatie: inspelen op uiteenlopende motieven

Het motief om bewust om te gaan met voedsel verschilt sterk: soms staat vooral het eigenbelang voorop – zoals ‘gezonder’, ‘lekkerder’ en ‘goedkoper’ –, soms meer het

Figuur 4



maatschappelijk belang – waaronder ‘beter voor het milieu’, ‘diervriendelijker’ en ‘beter voor de Nederlandse economie’. Bij het kopen van producten met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk, het kopen van producten uit Nederland, het investeren in een (duurzaam) boerenbedrijf, en het vermijden van voedselverspilling speelt vooral het maatschappelijk belang een rol. Het eigenbelang komt vooral naar voren bij de aanschaf van lokale of streekproducten en het eten van voedsel uit een eigen of gemeenschappelijke tuin, waarbij veel mensen verwijzen naar een betere smaak. Voor niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd lijkt veelal geen directe reden te zijn: dit gebeurt vaak toevallig. Wel is het zo dat hoe minder vaak mensen vlees eten, hoe belangrijker zij waarden als gezondheid en diervriendelijkheid vinden.

Communicatie: bekendheid, bewustwording en vaardigheden

De overheid zou ook gebruik kunnen maken van de motieven en belemmeringen die mensen ervaren en dit gebruiken voor voorlichting (eventueel via het voedingscentrum). Zo zijn bij het vermijden van voedselverspilling bewustwording en vaardigheden van belang. Er is veelal wel een moraal dat voedsel weggooien iets is wat niet hoort. Het voordeel voor de portemonnee vindt ook een deel van de bevolking van belang. Een deel van de Nederlanders vindt bepaalde dingen lastig of is daar onzeker over, zoals de goede hoeveelheden te kopen en koken. Sommigen vinden het ook lastig om te beoordelen of producten bedorven zijn. Een vleesloze warme maaltijd is vaak min of meer toevallig en een deel van de mensen vindt het lastig om de gewoonte om vlees te eten te veranderen. Mensen geven zelf aan dat meer recepten en aanbod van maaltijden zonder vlees, meer communicatie over de voordelen voor de gezondheid en voor een duurzamere voedselproductie zouden helpen om minder vlees te eten. Bij producten en productie speelt onbekendheid veelal een rol.

VERDIEPING

VERDIEPING

Doel, opzet en methode

Het doel van de enquête was om inzicht te verkrijgen in de betrokkenheid van de Nederlandse bevolking bij duurzame voedselproductie en -consumptie. Daarvoor zijn vragen gesteld over wat mensen zelf doen op het gebied van verduurzaming, waarom ze dat doen, en welke kansen en belemmeringen zij zien om zelf meer aan verduurzaming te doen of anderen daar meer bij te betrekken. Ten slotte is aan de respondenten gevraagd of ze vinden dat de overheid een taak heeft in de verduurzaming van het voedselsysteem en zo ja, wat de overheid dan zou moeten doen. Voor de overheid is het de vraag hoe zij consumenten kan stimuleren en faciliteren om een bijdrage te leveren aan het oplossen van duurzaamheidsproblemen in het voedselsysteem, bijvoorbeeld door het kopen van duurzame producten of veranderingen in hun eetpatroon.

In de enquête zijn de vragen gegroepeerd rondom activiteiten die kunnen bijdragen aan verduurzaming van het voedselsysteem of die een aanwijzing geven voor een bewuste omgang met voedsel. De activiteiten hebben betrekking op het verspillen, consumeren, produceren en bereiden van voedsel. Concreet gaat het om de volgende activiteiten:

Voedselverspilling

- Vermijden van voedselverspilling

Voedselconsumptie

- Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd
- Het kopen van voedselproducten met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk
- Erop letten dat gekochte groente en fruit uit het seizoen komen
- Het kopen van lokale of streekproducten uit de eigen regio (bijvoorbeeld bij boeren in de omgeving, in boerderij- of landwinkels of producten met een merk zoals MijnBoer, Streekselecties, Van Eigen Erf, Willem&Drees)
- Het bewust kopen van een bepaald voedselproduct omdat het in Nederland is geproduceerd

Voedselproductie

- Actief zijn in een moestuin, volkstuin, met groente of fruit in eigen tuin of een fruitboomgaard
- Actief zijn in een gezamenlijk voedselproject, bijvoorbeeld via stadslandbouw
- Geld investeren in een boerenbedrijf, bijvoorbeeld via een lening, crowdfunding of adoptie van een kip, appelboom en dergelijke

Aandacht voor voedselproductie en -bereiding

- Het bezoeken van een open dag op een boerenbedrijf, zoals Kom in de kas, Open dagen boerderij, telers AH, Campinaboerderijdagen of -picknick in 2012
- Het volgen van kooklessen of -workshops in 2011 of 2012
- Zelf fruit (jam maken, fruitsap) of groente conserveren in 2012

De enquête

De vragenlijst (zie de bijlage) is door het PBL opgesteld, en via het internet in januari 2013 uitgevoerd door Motivaction onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking tussen de 18 en 70 jaar; boeren en tuinders zijn uitgesloten.

De enquête is door 3.741 respondenten ingevuld. Zij hebben de vragen over gedrag (vraag 1ab-12ab) beantwoord. Dit zijn ook de selectievragen voor de rest van de enquête. Respondenten die positief hebben geantwoord bij een activiteit, zijn bevraagd op motieven. Het streven was om minimaal 1.000 vragenlijsten met motieven te ontvangen. Uiteindelijk zijn 1.105 vragenlijsten ingevuld en hebben bij elke activiteit minimaal 50 respondenten de motieven ingevuld. De vraag naar de bijdrage van een activiteit aan een duurzaam voedselsysteem (in de enquête: een voedselproductie die beter is voor mens, dier en milieu; vraag 13) is ook een selectievraag: een respondent die vond dat een activiteit bijdroeg, is voor maximaal vier activiteiten bevraagd op kansen en belemmeringen voor de activiteit. De activiteiten seizoensgroente en fruit

kopen, het conserveren van groente en fruit, het bezoeken van een open dag en het volgen van een kookworkshop zijn alleen bevraagd op gedrag en de bijdrage aan een duurzamer voedselproductie.

Bij elke vraag is een lijst met antwoorden aangeboden waarbij respondenten één en soms meerdere keuzes konden aanvinken (zie bijlage 1). Deze antwoordlijsten zijn in de tabellen in dit rapport opgenomen. Bij elke vraag was er ook de mogelijkheid een eigen antwoord te geven via de optie 'Anders, te weten...'

In de navolgende paragrafen doen we verslag van het door de respondenten zelf gerapporteerde gedrag. Dit hoeft uiteraard niet altijd het werkelijke gedrag te zijn (zie ook PBL 2008). In het eerste deel van dit rapport zijn daartoe de uitkomsten van deze enquête op enkele punten vergeleken met bevindingen uit andere enquêtes en eerder verricht onderzoek. In dit deel van het rapport gaan we alleen in op de enquêteresultaten.

Bewerking resultaten

Een kleine 4 procent van de respondenten gaf aan een product met een niet-bestaand label te kopen (het 'buitenbeestkeurmerk') waaruit geconcludeerd kan worden dat het aantal sociaal wenselijke antwoorden (of verkeerde antwoorden) in deze enquête beperkt is (zie ook figuur 2.1).

In de gerealiseerde steekproef zijn sommige bevolkingsgroepen oververtegenwoordigd. Met een statistische weging is gezorgd dat de steekproef representatief is voor de Nederlandse bevolking. In de tabellen met groepentoetsen (bijvoorbeeld naar opleiding of mate van stedelijkheid) staan de significante verschillen weergegeven van één categorie ten opzichte van de rest. Dit is gedaan met behulp van z-toetsen (rood betekent significant hoger en blauw significant lager).

Gedrag

Deelname aan activiteiten naar aantallen

Nagenoeg alle mensen doen iets aan verduurzaming van voedsel (tabel 2.1). De meesten doen dat op meerdere manieren: gemiddeld worden per huishouden ruim vier van de twaalf genoemde activiteiten ondernomen.

Het vermijden van voedselverspilling is de meest voorkomende activiteit: bijna alle mensen (94 procent) doen dat (tabel 2.2) (zie ook paragraaf 3 in Bevindingen). Daarnaast staat er bij 80 procent niet elke dag vlees op tafel bij de warme maaltijd, koopt iets meer dan de helft weleens groente en fruit uit het seizoen. Een krappe helft koopt weleens een product met een milieu- of dierenwelzijnslabel, vier van de tien mensen kopen een product omdat het in Nederland is geproduceerd, en drie van de tien een product uit de regio. De directe betrokkenheid bij voedselproductie is wat minder; wel is een op de vijf mensen weleens actief in een tuin of boomgaard.

Tegengaan van voedselverspilling

Vierennegentig procent van de bevolking gaat voedselverspilling tegen (tabel 2.2). Circa de helft van hen gooit minder dan één keer per week voedsel weg (tabel 2.3). De meestgenoemde maatregel om voedselverspilling te vermijden, is het letten op de houdbaarheidsdatum om te bepalen wat er als eerste op moet (tabel 2.4). Meer dan de helft van de mensen koopt ook niet meer dan nodig is, gebruikt restjes voor een nieuwe maaltijd, gebruikt producten die nog prima zijn maar wel over de houdbaarheidsdatum zijn, en maakt een boodschappenlijstje.

Jongeren tot 25 jaar gooien vaker voedsel weg dan de andere leeftijdscategorieën en ouderen (55+) gooien het minst vaak voedsel weg (tabel 2.5).

Hoogopgeleiden nemen in vergelijking met lager opgeleiden vaker maatregelen om voedselverspilling te vermijden – zoals controle van de voorraad, het koken met restjes en het gebruiken van producten over de houdbaarheidsdatum (tabel 2.7). Opmerkelijk is echter dat laagopgeleiden vergeleken met hoogopgeleiden naar eigen zeggen minder vaak voedsel weggooien (tabel 2.6). Hier kan meespelen dat niet iedereen hetzelfde beeld heeft over wat voedsel weggooien is (zie ook paragraaf 3 in de Bevindingen).

Voedselconsumptie

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd

Vier vijfde van de bevolking eet niet elke dag vlees bij de warme maaltijd (figuur 2.1; tabel 2.8). Bijna 40 procent eet vijf of zes dagen per week vlees bij de warme maaltijd, 28 procent drie of vier dagen per week en 13 procent minder dan drie keer per week. Het is kennelijk geen vanzelfsprekendheid om elke dag vlees bij de warme maaltijd te hebben.

Voedsel met een keurmerk

Bijna de helft van de mensen koopt weleens een product met een keurmerk voor een beter milieu of dierenwelzijn (48 procent, figuur 2.2). De meeste consumenten doen dit een keer per maand tot een keer per week (tabel 2.9). Ruim een kwart van de mensen die keurmerkproducten kopen, doet dat minimaal een keer per week. De meest populaire keurmerken zijn EKO, EU-biologisch of Demeter, het Beter leven keurmerk, vrije uitloop- of graseieren en AH puur en eerlijk (figuur 2.2).

Kopen op herkomst: seizoen en regio

Meer dan de helft van de bevolking (54 procent) koopt weleens groente en fruit uit het seizoen. Van de Nederlandse bevolking kiest 38 procent voor een voedselproduct omdat het in Nederland is geproduceerd (veelal postmaterialisten en kosmopolieten). Bijna een derde van de bevolking (30 procent) koopt weleens

Tabel 2.1

Aantal activiteiten

Gemiddeld aantal	Bevolking (%)
Geen	1
1	5
2	17
3	17
4	15
5	14
6	13
7	8
8	5
9	3
10	1
11	0
12	1

Tabel 2.2

Aandeel activiteiten

Activiteit	Bevolking (%)
Voedselverspilling vermijden	94
Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd	80
Groente en fruit uit het seizoen kopen	54
Voedsel met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk kopen	48
Nederlandse producten kopen	38
Lokale producten of streekproducten uit de eigen regio kopen	30
Fruit of groente conserveren	22
Actief geweest in een moestuin, eigen tuin of boomgaard	21
Open dag op een boerenbedrijf bezocht in 2012	10
Kooklessen gevolgd in 2011 of 2012	6
Geld geïnvesteerd in een boerenbedrijf	2
Betrokken geweest bij een gezamenlijk voedselproductieproject	1

Tabel 2.3

Frequentie weggooien van voedsel

Frequentie voedselverspilling	Bevolking (%)
Bijna dagelijks	5
Een aantal keer in de week	22
Een keer in de week	22
Minder dan een keer in de week	51

Tabel 2.4

Maatregelen ter voorkoming van voedselverspilling

Maatregel	Bevolking (%)
Ik maak een boodschappenlijstje en controleer daarbij de voorraad	53
Ik kijk hoe ik producten moet bewaren	34
Ik houd rekening met grote en kleine eters	34
Ik kijk naar de houdbaarheidsdatum om te bepalen wat het eerst op moet	69
Als producten over de houdbaarheidsdatum nog prima zijn, gooi ik die niet weg	55
Ik gebruik restjes voor een nieuwe maaltijd	58
Ik koop zowel vers als houdbaar in en koop niet meer dan nodig is	60
Anders	7

Tabel 2.5

**Voedselverspilling naar frequentie en leeftijdscategorie
(in aandeel van de bevolking die voedselverspilling vermijdt)**

Frequentie voedsel weggoaien	18-24 jaar	25-34 jaar	35-44 jaar	45-54 jaar	55-70 jaar
Bijna dagelijks	8	7	8	5	1
Een aantal keer in de week	28	28	27	21	13
Een keer in de week	29	23	24	24	17
Minder dan een keer in de week	35	43	42	50	69

Tabel 2.6

Voedselverspilling naar frequentie en opleidingsniveau (in aandeel van de bevolking)

Frequentie voedsel weggoaien	Hoog (wo/hbo)	Midden (havo/vwo/ mbo/mavo)	Laag (lbo/basisonderwijs/ geen opleiding)
Bijna dagelijks	6	5	4
Een aantal keer in de week	22	23	19
Een keer in de week	26	22	19
Minder dan een keer in de week	46	49	58

Tabel 2.7

Maatregelen tegen voedselverspilling naar opleidingsniveau (in aandeel van de bevolking)

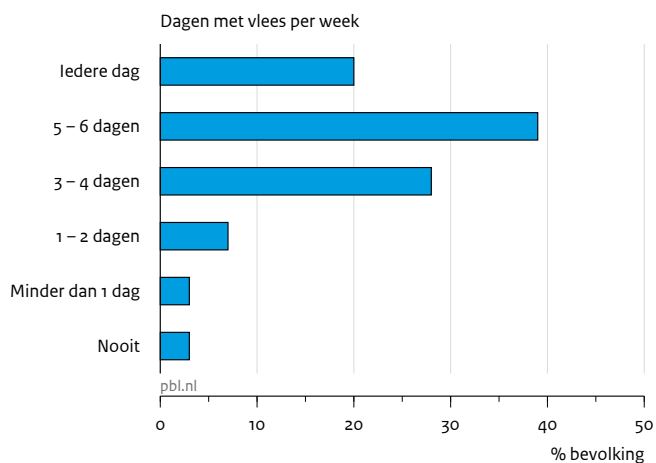
Maatregel	Hoog (wo/hbo)	Midden (havo/vwo/ mbo/mavo)	Laag (lbo/basisonderwijs/ geen opleiding)
Ik maak een boodschappenlijstje en controleer daarbij de voorraad	58	52	48
Ik kijk hoe ik producten moet bewaren	39	32	29
Ik houd rekening met grote en kleine eters	35	34	31
Ik kijk naar de houdbaarheidsdatum om te bepalen wat het eerst op moet	75	68	65
Als producten over de houdbaarheidsdatum nog prima zijn, gooi ik die niet weg	63	55	48
Ik gebruik restjes voor een nieuwe maaltijd	65	59	50
Ik koop zowel vers als houdbaar in en koop niet meer dan nodig is	66	59	55
Anders	7	7	6

Tabel 2.8

Consumptie van vlees bij de warme maaltijd naar frequentie per week

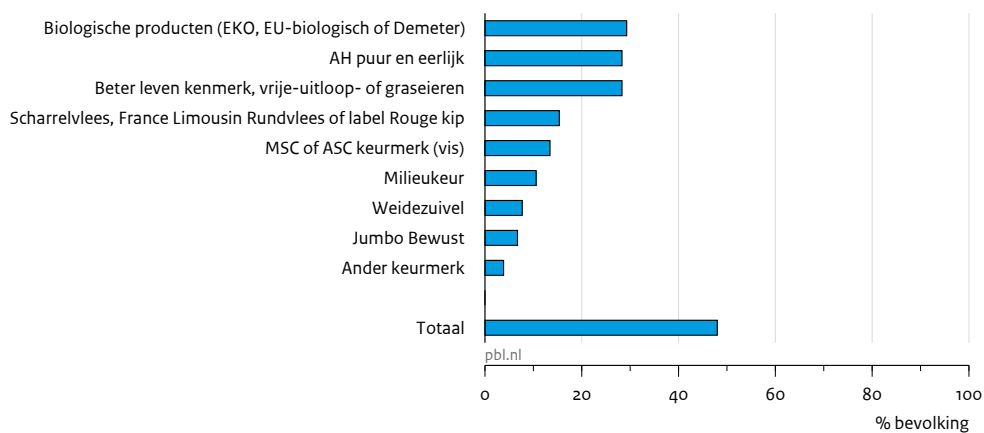
Frequentie	Bevolking (%)
Iedere dag	20
5 of 6 dagen per week	39
3 of 4 dagen per week	28
1 of 2 dagen per week	7
Minder dan 1 keer per week	3
Ik eet nooit vlees (of kip) bij de warme maaltijd	3

Figuur 2.1
Consumptie van vlees bij de warme maaltijd, 2013



Bron: PBL

Figuur 2.2
Consumptie van voedselproducten met keurmerk, 2013



Bron: PBL

Tabel 2.9
Aankoop van voedselproducten met keurmerk naar frequentie
 (in aandeel van de bevolking die keurmerkproducten koopt)

	Beter leven keurmerk, vrije uitloop- of gras-eieren	Weide-zuivel	Milieukeur	Jumbo Bewust	AH puur en eerlijk	Scharrelvles, France Limousin Rundvlees of label Rouge kip	Biologische producten (EKO, EU-biologisch of Demeter)	MSC of ASC (vis)
1x per week of vaker	29	44	29	27	30	22	29	17
1x per maand tot 1x per week	56	40	47	49	47	51	49	59
1 tot 4x per jaar	11	12	14	16	15	22	15	18
1x per jaar of minder	1	1	2	1	2	1	1	1
Weet niet	4	4	7	7	6	5	6	4

lokale producten of streekproducten uit de eigen streek. De meeste mensen die seizoensproducten, lokale of streekproducten of Nederlandse producten kopen, doen dit met enige regelmaat (tabel 2.10). Het overgrote deel doet dit meer dan een keer per maand tot meerdere keren per week.

Betrokken zijn bij productie

Van de bevolking werkt 21 procent weleens in een moestuin, volkstuin of met groente en fruit in eigen tuin of boomgaard. Daarnaast is 1 procent betrokken geweest bij een project voor gezamenlijke voedselproductie, bijvoorbeeld via stadslandbouw. Meer dan de helft van hen eet vaker dan een keer per maand uit eigen tuin (tabel 2.11).

Een eigen moestuin is vooral een niet-stedelijke activiteit, want hoe minder stedelijk men woont, hoe vaker meer mensen werken in een moestuin. Gezamenlijke voedselproductie komt in stedelijk gebied ruwweg evenveel voor als in niet-stedelijk gebied (tabel 2.12).

Circa 2 procent van de bevolking heeft geld geïnvesteerd in een boerenbedrijf. Het overgrote deel doet dit via adopteer een kip, appelboom of vergelijkbare activiteiten (tabel 2.13). Meer dan 60 procent van hen investeerde minder dan 100 euro (tabel 2.14).

Tabel 2.10

Consumptie van voedselproducten uit Nederland, de regio of uit het seizoen naar frequentie
(in aandeel van de bevolking die producten uit het seizoen, Nederland of de regio koopt)

Frequentie	Groente en fruit van het seizoen	Producten uit Nederland	Lokale of streekproducten
1x per week of vaker	59	34	20
1x per maand tot 1x per week	33	45	46
1 tot 4x per jaar	5	13	27
1x per jaar of minder	0	1	3
Weet niet	4	7	4

Tabel 2.11

Voedselconsumptie uit eigen productie naar frequentie
(in aandeel van de bevolking die voedsel uit eigen of gezamenlijke tuin eet)

Frequentie	Actief met groente of fruit uit de moestuin, volkstuin, eigen tuin of fruitboomgaard	Actief met groente of fruit uit gezamenlijke project voor voedselproductie
2x per week of vaker	16	12
1 tot 2x per week	14	16
1x per maand tot 1x per week	28	22
Minder dan 1x per maand	37	40
Weet niet	4	10

Tabel 2.12

Voedselconsumptie uit eigen productie naar frequentie en stedelijke leefomgeving (in aandeel van de bevolking)

	Zeer sterk stedelijk	Sterk stedelijk	Matig stedelijk	Weinig stedelijk	Niet stedelijk
Actief geweest in een moestuin, volkstuin, in eigen tuin	13	20	17	24	37
Betrokken geweest bij een project voor gezamenlijke voedselproductie	2	2	1	1	1

Tabel 2.13

Wijze van investering in boerenbedrijf
(in aandeel van de bevolking die heeft geïnvesteerd)

Wijze van investeren	
Via crowdfunding geld ingezet in voedselproductie	18
Via een persoonlijke lening aan een boer of tuinder	9
Deelname aan adopteer een kip, appelboom e.d.	65
Anders	18

Tabel 2.14

Investeringsbedrag
(in aandeel van de bevolking die heeft geïnvesteerd)

Bedrag	
Minder dan € 100,-	61
€ 100 tot € 1.000	21
€ 1.000 tot € 10.000	4
Meer dan € 10.000	8
Weet niet	6

Oordeel over de bijdrage aan een duurzaam voedselsysteem

In de enquête is gevraagd of respondenten een activiteit vinden bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem (voedselproductie die beter is voor mens, dier en milieu). Zij konden een cijfer tussen de 1 en de 7 geven en ook kiezen voor opties als 'weet niet' of 'nooit van gehoord'. Een 7 geeft aan dat de activiteit zeer veel bijdraagt, een 1 dat deze helemaal niet bijdraagt.

Mensen vinden dat minder voedsel weggooien veel bijdraagt aan een duurzamer voedselsysteem. Van alle activiteiten scoort 'voedselverspilling vermijden' ook het hoogst (tabel 3.1). Kooklessen volgen, open dagen bezoeken, investeren in een boerenbedrijf en groente en fruit conserveren, vinden mensen niet zoveel bijdragen. Mensen die bepaalde activiteiten uitvoeren vinden deze activiteiten duurzamer dan mensen die deze activiteiten niet uitvoeren (significantie getoetst met t-toets, $p < 0,05$ en chi-squaretoets). Alleen bij het volgen van kooklessen is er geen significant verschil, maar dat vindt ook bijna iedereen weinig bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem (tabel 3.1). Het grootste verschil in

waardering is te vinden bij het investeren in een boerenbedrijf, gevolgd door seizoensproducten en gezamenlijke voedselproductie. Bij de andere activiteiten is het verschil kleiner.

Slechts een op de vijf mensen vindt investeren in een boerenbedrijf veel bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem, en slechts een op de twaalf het volgen van kooklessen (tabel 3.2). De meeste mensen (vier op de vijf) vinden het vermijden van voedselverspilling veel bijdragen; deze activiteit staat dan ook op de eerste plaats. Een groot deel van de bevolking ziet een positief effect in het vermijden van voedselverspilling, wellicht mede door de voorlichtingsacties van de afgelopen jaren. De meeste activiteiten worden door circa de helft van de bevolking (41 tot 63 procent) gewaardeerd op hun bijdrage aan een duurzaam voedselsysteem. Overigens is het niet zo dat de rest van de bevolking de activiteit dan niet erg waardeert, want zo'n 6 tot 22 procent van de bevolking weet niet of een activiteit bijdraagt of heeft er nog nooit van gehoord.

Tabel 3.1

Mening over bijdrage van activiteiten aan een duurzaam voedselsysteem

Activiteit	Gemiddeld	Doet activiteit wel	Doet activiteit niet
Voedselverspilling vermijden	6,0	6,2	5,5
Niet elke dag vlees eten bij de warme maaltijd	4,6	5,0	4,2
Kopen van voedsel met een keurmerk voor milieu of dierenwelzijn	5,0	5,6	4,4
Kopen van lokale of streekproducten	5,0	5,5	4,6
Kopen van Nederlands voedsel	4,6	5,2	4,1
Groente en fruit uit het seizoen	5,2	5,8	4,3
Groente of fruit verbouwen in een moestuin, volkstuin etc.	4,9	5,6	4,7
Voedsel verbouwen in een gezamenlijk project	4,4	5,7	4,3
Investeren in een boerenbedrijf	3,1	4,9	3,1
Open dagen bij land- en tuinbouwbedrijf	3,0	4,0	2,9
Kooklessen of kookworkshops	2,4	2,8	2,3
Conserveren van groente en fruit	3,9	4,5	3,7

1 = activiteit draagt helemaal niet bij; 7 = activiteit draagt zeer veel bij aan een duurzamer voedselsysteem.

Tabel 3.2

Activiteiten waarvan mensen vinden dat ze veel bijdragen aan een duurzaam voedselsysteem (score 5, 6 en 7) (in aandeel van de bevolking)

Activiteit	Hoge bijdrage aan duurzame voedselproductie	Weet niet/nooit van gehoord
Voedselverspilling vermijden	81	6
Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd	50	9
Groente en fruit uit het seizoen kopen	63	9
Voedsel met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk kopen	59	10
Nederlandse producten kopen	50	10
Lokale producten of streekproducten uit de eigen regio kopen	58	13
Fruit of groente conserveren	36	12
Actief geweest in een moestuin, eigen tuin of boomgaard	58	9
Open dag op een boerenbedrijf bezocht in 2012	18	16
Kooklessen gevolgd in 2011 of 2012	8	15
Geld geïnvesteerd in een boerenbedrijf	20	22
Betrokken geweest bij een gezamenlijk voedselproductie project	41	21

Motieven

Tegengaan van voedselverspilling

Veel mensen vinden het goedkoper om al het voedsel te gebruiken, maar nog vaker geven mensen aan dat voedsel weggooien niet hoort (tabel 4.1). Er lijkt een sterk normatief kader te zijn omtrent het weggooien van voedsel. Daarnaast is er nog ruimte voor verbetering, want 72 procent van de mensen wil minder voedsel weggooien dan ze nu doen (zie ook tabel 4.7).

Het argument dat het geld scheelt om geen voedsel weg te gooien is vrij belangrijk, en dan vooral voor mensen met een laag inkomen. Het motief dat voedsel weggooien niet hoort, wordt het vaakst genoemd, waarbij ouderen dit vaker als een van de motieven geven (tabel 4.2). Opvallend is dat het argument dat er mensen in de wereld zijn met honger, het meest wordt genoemd door mensen in de leeftijd van 25 tot 35 jaar, en niet door ouderen. Jongeren tot 25 jaar geven deze twee argumenten minder vaak.

Voedselconsumptie

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd

Veel mensen eten weleens een vleesloze warme maaltijd zonder dat zij bewust kiezen voor het niet-eten van vlees; de helft van de mensen kiest niet bewust voor een vleesloze warme maaltijd, maar voor een maaltijd die toevallig geen vlees bevat (tabel 4.3). Dit is voor 42 procent het belangrijkste motief. Mensen die vaak vlees eten, noemen dit motief vaker dan mensen die minder vaak vlees eten (significantie getoetst met chi-square toets, figuur 4.1). Mensen die maximaal 4 keer per week vlees eten bij de warme maaltijd geven het toeval minder vaak op als reden om geen vlees bij de warme maaltijd te eten dan mensen die vijf of zes keer per week vlees eten.

Andere redenen die mensen (minder vaak) belangrijk vinden, zijn dat niet dagelijks vlees eten beter is voor de gezondheid en goedkoper. Maar ook andere redenen, zoals 'beter voor dier en milieu' of 'lekkerder', worden genoemd. Van de bevolking die weleens een vleesloze warme maaltijd nuttigt, zou 35 procent vaker vleesloos

willen eten. Dit percentage is lager dan bij de andere activiteiten, wat mede kan komen doordat een vleesloze maaltijd voor veel mensen geen bewuste keuze is (tabel 4.2).

Producten met een keurmerk, streekproducten, Nederlandse producten

Producten met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk worden vooral gekocht omdat het diervriendelijker of beter voor het milieu zou zijn. Dit zijn ook de twee zwaarstwegende redenen. Van de kopers wil 73 procent wel vaker een product met een milieu- en/of dierenwelzijnskeurmerk kopen.

Streekproducten koopt men vooral vanwege de smaak en omdat men meer vertrouwen heeft in het product (tabel 4.4). Toch spelen ook milieugerelateerde motieven een rol, zoals 'beter voor natuur en milieu' of 'minder transport'. Veel mensen die deze producten al kopen, zouden dit vaker willen doen (81 procent).

De redenen waarom mensen voedselproducten aanschaffen omdat deze in Nederland zijn geproduceerd, zijn divers. De meestvoorkomende reden is dat dit goed is voor de Nederlandse economie (tabel 4.4). Daarnaast spelen ook redenen als 'beter voor het milieu, natuur en landschap' én 'vertrouwen in een Nederlands product' een belangrijke rol. Van deze kopers wil 81 procent wel vaker producten uit Nederland kopen.

Betrokken zijn bij voedselproductie

Bij gezamenlijke productie (zoals stadslandbouw) spelen ideële motieven een rol, maar de meeste mensen doen daaraan mee omdat zij het voedsel lekkerder vinden (tabel 4.5). Veel projecten op het gebied van stadslandbouw benadrukken het sociale aspect (zoals samenwerken) en de leefbaarheid, maar deze motieven komen in deze enquête minder nadrukkelijk naar voren. Een oorzaak kan zijn dat is gevraagd naar gezamenlijke voedselproductie en niet specifiek naar stadslandbouw. Gezamenlijke voedselproductie is klein in omvang, maar 57 procent van de mensen die daaraan weleens meedoen zou meer willen doen met gezamenlijk voedsel verbouwen.

Tabel 4.1

Motieven voor het vermijden van voedselverspilling (in aandeel van de bevolking die voedselverspilling vermijdt)

Motief*	Vermijden van voedselverspilling
Het is beter voor milieu, natuur, landschap	31 (8)
Het is diervriendelijker	9 (2)
Het is goedkoper om alles te gebruiken	61 (32)
Het spaart grondstoffen en dat is goed voor de economie	17 (2)
Voedsel weggooiden doe je niet, dat hoort niet	67 (38)
Er zijn ook mensen in de wereld met honger	41 (16)
Anders	4 (3)

* Meerdere antwoorden mogelijk; tussen haakjes het percentage voor wie dit de zwaarstwegende reden is.

Tabel 4.2

Motieven voor het vermijden van voedselverspilling naar leeftijdscategorie (in aandeel van de bevolking die voedselverspilling vermijdt)

Motief*	18-24 jaar	25-34 jaar	35-44 jaar	45-54 jaar	55-70 jaar
Het is beter voor milieu, natuur, landschap	38	27	34	31	27
Het is diervriendelijker	12	15	11	8	4
Het is goedkoper om alles te gebruiken	59	67	60	62	60
Het spaart grondstoffen en dat is goed voor de economie	13	15	15	20	19
Voedsel weggooiden doe je niet, dat hoort niet	56	61	68	66	75
Er zijn ook mensen in de wereld met honger	28	53	47	36	38
Anders	5	3	2	5	4

* Meerdere antwoorden mogelijk.

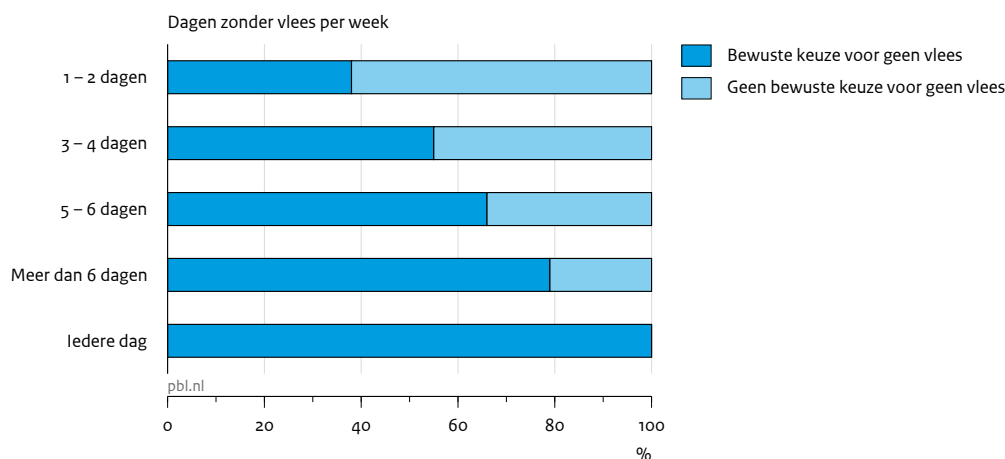
Tabel 4.3

Motieven om niet elke dag vlees te eten bij de warme maaltijd (in aandeel van de bevolking die niet dagelijks vlees eet)

Motief*	Niet dagelijks vlees bij de warme maaltijd
Het is beter voor milieu, natuur, landschap	19 (7)
Het is beter voor mijn gezondheid (en die van mijn kinderen)	21 (12)
Een warme maaltijd zonder vlees is lekker	19 (7)
Een warme maaltijd zonder vlees is diervriendelijker	18 (6)
Het idee dat vlees van dieren komt geeft een onaangenaam gevoel	6 (2)
Een warme maaltijd zonder vlees is goedkoper	19 (10)
Het is geen bewuste keuze, maar de warme maaltijd bevat toevallig geen vlees	50 (42)
Iemand in ons huishouden is vegetariër	5 (4)
Anders	12 (11)

* Meerdere antwoorden mogelijk; tussen haakjes het percentage voor wie dit de zwaarstwegende reden is..

Figuur 4.1
Keuze voor geen vlees bij de warme maaltijd, 2013



Bron: PBL

Tabel 4.4
Motieven voor het kopen van een voedselproduct met een keurmerk, een lokaal of streekproduct en een product uit Nederland (in aandeel van de bevolking die dergelijke producten koopt)

Motief*	Producten met een milieu- of dieren-welzijnskeurmerk	Lokale of streekproducten uit eigen regio	Product uit Nederland
Het is beter voor milieu, natuur, landschap	59 (22)	41 (14)	39 (21)
De transportafstanden zijn korter	9 (0)	29 (5)	45 (9)
Het is beter voor mijn gezondheid (en die van mijn kinderen)	30 (11)	21 (6)	11 (5)
Het is lekkerder	31 (8)	57 (29)	26 (10)
Het is diervriendelijker	68 (39)	15 (3)	14 (5)
Het is goedkoper	4 (2)	25 (12)	10 (5)
Het product is goed, want ik weet waar het vandaan komt	24 (7)	49 (16)	40 (16)
Het levert boeren een eerlijke prijs op	21 (4)	38 (10)	26 (8)
Het is beter voor de Nederlandse economie	12 (3)	26 (2)	53 (17)
Anders	5 (4)	4 (3)	5 (4)

* Meerdere antwoorden mogelijk; tussen haakjes het percentage voor wie dit de zwaarstwegende reden is.

De meestvoorkomende overwegingen om producten uit eigen tuin te eten, zijn 'het genieten van het zien groeien van groente en fruit', gevolgd door 'lekkerder' en 'vrijtijdsbesteding of hobby'. Dit zijn tevens de zwaarstwegende redenen. Van de bevolking die uit eigen tuin eet, zou 80 procent dit vaker willen doen.

Voor het investeren in een boerenbedrijf via bijvoorbeeld adoptie van een appelboom of kip of een lening zijn de meestgenoemde redenen de bijdrage van de investering aan een beter dierenwelzijn en aan een beter milieu, landschap en natuur (tabel 4.6). Voor meer dan de helft van de investeerders zijn dit de belangrijkste redenen voor hun investering. Zo'n 42 procent van de

investeerders zou wel vaker willen investeren in een boerenbedrijf.

Draagvlak voor uitbreiding van de activiteiten

Een meerderheid van de mensen die iets doen aan verduurzaming van het voedselsysteem, zou dit vaker willen doen. Dit geldt voor de meeste acties (tabel 4.7). Uitzonderingen hierop zijn vaker een vleesloze warme maaltijd nuttigen en investeren in een boerenbedrijf, maar ook hier zou nog 35 tot 42 procent dit vaker willen doen.

Tabel 4.5

Motieven voor het eten van groente of fruit uit een eigen of gezamenlijke tuin (in aandeel van de bevolking die dit doet)

Motief*	Groente of fruit uit eigen tuin	Gezamenlijke voedselproductie
Het is beter voor milieu, natuur, landschap	20 (1)	30 (15)
Er is minder transport nodig dan voor voedsel uit de winkel	20 (0)	28 (7)
Voedsel is beter voor mijn gezondheid (en die van mijn kinderen)	31 (6)	29 (1)
Voedsel is lekkerder	57 (20)	45 (24)
Ik bespaar kosten omdat ik minder hoeft te kopen in de winkel	44 (12)	31 (13)
Ik vind het leerzaam voor mezelf (en mijn kinderen)	32 (6)	31 (14)
Ik geniet ervan om groente en fruit te zien groeien	70 (20)	39 (2)
Het werken in de tuin is goed voor de gezondheid	46 (7)	39 (10)
Dan weet ik wat ik eet	33 (7)	-
Ik vind het fijn om groente en fruit weg te geven	19 (1)	-
Groentetuin is een vrijetijdsbesteding of hobby	54 (18)	-
Ik wil de leefbaarheid in de buurt verbeteren	-	33 (9)
Ik vind het leuk en belangrijk om samen te werken	-	27 (4)
Anders	3 (3)	5 (1)

* Meerdere antwoorden mogelijk; tussen haakjes het percentage voor wie dit de zwaarstwegende reden is; - was geen aanvinkoptie in de enquête.

Tabel 4.6

Motieven voor investering in een boerenbedrijf (in aandeel van de bevolking die investeert)

Motief*	Investeren in een boerenbedrijf
Ik krijg gratis producten	11 (7)
Mijn investering draagt bij aan een beter milieu, landschap, natuur	50 (27)
Mijn investering draagt bij aan een beter dierenwelzijn	49 (30)
Ik waardeer het contact met de boer en het bezoeken van het boerenbedrijf	19 (6)
Het zorgt voor een beter inkomen voor de boer	18 (2)
Ik vind het leerzaam voor mezelf (en mijn kinderen)	23 (12)
Het geeft mij fiscale voordelen	8 (4)
Bedrijf is van een familielid of kennis	8 (4)
Anders	9 (7)

* Meerdere antwoorden mogelijk; tussen haakjes het percentage voor wie dit de zwaarstwegende reden is.

Tabel 4.7

Draagvlak voor uitbreiding van activiteiten (in aandeel van de bevolking die een bepaalde actie onderneemt)

Activiteit	Wenselijkheid van uitbreiding
Voedselverspilling vermijden	72
Niet dagelijks vlees eten	35
Voedsel met een milieu- of dierenwelzijnskeurmerk kopen	73
Nederlandse producten kopen	81
Lokale producten of streekproducten uit de eigen regio kopen	81
Actief geweest in een moestuin, eigen tuin of boomgaard	80
Geld geïnvesteerd in een boerenbedrijf	42
Betrokken geweest bij een gezamenlijk voedselproductie project	57

Belemmeringen

In dit hoofdstuk gaan we in op de vraag wat mensen tegenhoudt om (vaker) iets te ondernemen op het gebied van verduurzaming van het voedselsysteem.

Tegengaan van voedselverspilling

De barrières om minder vaak voedsel weg te gooien zijn divers (tabel 5.1). Vaak aangevinkte antwoorden zijn: 'ik vind het lastig om de goede hoeveelheid te kopen' en 'ik wil niet het risico lopen om ziek te worden'.

Voedselconsumptie

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd

De belangrijkste belemmeringen voor minder vaak vlees eten bij de warme maaltijd zijn de ervaring dat vlees eten lekker is en dat het de maaltijd compleet maakt zijn (tabel 5.2). Ook vinden veel mensen vlees eten een gewoonte die moeilijk te veranderen is.

Producten met een keurmerk

De hogere prijs is voor veel mensen een belemmering om vaker voedselproducten met een keurmerk te kopen (tabel 5.3).

Kopen op herkomst

De meestvoorkomende belemmeringen om vaker streekproducten te kopen zijn een gebrek aan aanbod in de regio (53 procent) en de hogere prijs (46 procent) (tabel 5.4). Ook bij Nederlandse producten vinden veel mensen de hogere prijs (47 procent) en het gebrek aan aanbod (43 procent) de belangrijkste barrières. Of deze barrières reëel zijn voor alle producten, zou verder onderzocht kunnen worden.

Voor de mensen die niet vaker een lokaal of streekproduct of Nederlands product willen kopen, is de prijs een veelgenoemde belemmering.

Betrokken zijn bij voedselproductie

Voor meer voedselproductie in eigen tuin of moestuin speelt ruimtegebrek een grote rol (tabel 5.5). 60 procent ervaart dit als een belemmering. Tijdsgebrek is ook een belemmering.

Bij gezamenlijke voedselproductie is tijdgebrek de meestvoorkomende belemmering; 66 procent van degenen die niet vaker actief willen zijn en 37 procent van degenen die dat wel willen, geven dit aan als belangrijke belemmering. Daarnaast ervaren veel mensen ook dat het samenwerken lastig is. Ten slotte werkt gebrek aan ruimte belemmerend.

Onbekendheid met meer mogelijkheden om geld te investeren in een boerenbedrijf is een belangrijke belemmering om dit vaker te doen (tabel 5.6). Dit geldt vooral voor de mensen die vaker willen investeren. Daarnaast is voor iedereen gebrek aan geld een belangrijke belemmering.

Tabel 5.1

Barrières voor het vermijden van voedselverspilling (in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)

Belemmering*	Wil minder voedsel verspillen	Wil niet minder voedsel verspillen
Het kost mij te veel tijd en moeite	4	3
De supermarkt heeft vaak aanbiedingen voor grote hoeveelheden	18	3
Ik wil niet te weinig voedsel in huis hebben	23	11
Ik wil veel verschillende producten in huis hebben	12	6
Ik vind het moeilijk met restjes een maaltijd te maken	21	4
Ik wil niet het risico lopen om ziek te worden	26	11
Ik kan niet goed beoordelen of producten bedorven zijn	14	2
Ik vind het lastig om de goede hoeveelheid te koken	31	5
Anders	16	65

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 5.2

Barrières voor minder vaak vlees eten bij de warme maaltijd (in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)

Belemmering*	Wil vaker geen vlees eten	Wil niet vaker geen vlees eten
Vleesvervangers zijn duurder	20	14
Vleesvervangers zijn slecht verkrijgbaar	3	2
Een warme maaltijd zonder vlees is minder lekker	14	24
De kwaliteit van vleesvervangers is minder goed	17	10
Een warme maaltijd zonder vlees is moeilijk te bereiden	8	2
Na een dagje zonder vlees heb ik extra behoefte aan vlees	5	5
Als ik een dag geen vlees eet voel ik me zwakker	1	1
Vlees maakt een warme maaltijd compleet	24	46
Vlees eten is een gewoonte die moeilijk is te veranderen	30	16
Ik kan geen andere warme maaltijden zonder vlees bereiden	0	2
Vlees is erg lekker	35	59
Voldoende vlees is nodig om gezond te leven	13	24
Anders	22	12

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 5.3

Barrières voor het kopen van producten met een keurmerk (in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)

Belemmering*	Wil vaker een product met keurmerk kopen	Wil niet vaker een product met keurmerk kopen
Producten zijn duurder	77	69
Er zijn te weinig producten bij mij in de buurt te koop	24	12
Er zijn weinig snel te bereiden producten	8	5
Producten hebben (soms) een mindere kwaliteit	3	1
Ik ken te weinig van deze producten	19	15
Voor andere producten is de afkomst voor mij niet belangrijk	0	17
Anders	5	15

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 5.4

**Barrières voor het aanschaffen van producten uit de regio of uit Nederland
(in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)**

Belemmering*	Wil vaker een regionaal product kopen	Wil niet vaker een regionaal product kopen	Wil vaker een Nederlands product kopen	Wil niet vaker een Nederlands product kopen
Producten zijn duurder	46	56	47	27
Er zijn te weinig producten bij mij in de buurt te koop	53	24	43	14
Er zijn weinig snel te bereiden producten	10	8	6	5
Producten hebben (soms) een mindere kwaliteit	4	6	8	8
Ik ken te weinig van deze producten	24	18	28	22
Producten zijn minder goed voor het milieu, natuur en landschap	0	2	-	-
Voor andere producten is de afkomst voor mij niet belangrijk	-	-	0	28
Anders	10	17	10	25

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 5.5

Barrières voor meer eigen voedselproductie (in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)

Belemmering*	Wil vaker gezamenlijk voedsel produceren	Wil niet vaker gezamenlijk voedsel produceren	Wil vaker eten uit eigen tuin	Wil niet vaker eten uit eigen tuin
Kostenbesparing valt tegen	20	10	5	7
Ik heb onvoldoende tijd	37	66	29	43
Er is onvoldoende ruimte beschikbaar	30	3	60	45
De producten hebben een mindere kwaliteit	0	0	5	9
Samenwerken is lastig in de praktijk	36	15	-	-
Inspanning weegt niet op tegen het resultaat	14	25	-	-
Ik kan niet meer opeten	-	-	0	32
Ik heb niet meer ruimte om groente en fruit te bewaren of in te vriezen	-	-	29	12
Ik heb onvoldoende kennis om andere producten te telen	-	-	12	11
Anders	7	11	12	6

* Meerdere antwoorden mogelijk; - was geen aanvinkoptie in de enquête.

Tabel 5.6

Barrières om vaker te investeren in een boerenbedrijf (in aandeel van de actieve bevolking op dit gebied)

Belemmering*	Wil vaker investeren	Wil niet vaker investeren
Ik heb niet meer geld beschikbaar	55	67
Ik ken niet meer mogelijkheden	57	20
Ik wil het risico van mijn beleggingen spreiden	6	5
Ik vind het risico te groot	4	5
Anders	6	9

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Kansen

Aan de respondenten die vinden dat een activiteit bijdraagt aan een duurzamer voedselsysteem is gevraagd naar kansen die zij zien voor verdere verduurzaming. Aan de respondenten die een activiteit redelijk tot zeer veel vinden bijdragen (score 5, 6 of 7, zie toelichting bij tabel 3.1) is gevraagd wat volgens hen een stimulans is voor deze activiteit. Gevraagd is wat er zou moeten gebeuren om hem of haar te laten deelnemen aan de activiteit en als hij of zij al meedoet, is gevraagd wat er zou moeten gebeuren om anderen te laten deelnemen.

Tegengaan van voedselverspilling

Veel respondenten vinden mensen meer bewust maken dat ze minder voedsel kunnen weggooiden en meer communicatie stimulanzen voor minder voedselverspilling (tabel 6.1). Een kleine meerderheid vindt dat over de voordelen voor de eigen portemonnee duidelijker moeten worden gecommuniceerd. Dit zou henzelf stimuleren tot minder voedselverspilling, maar ook anderen. De meeste mensen vinden het verhogen van de voedselprijzen geen stimulans voor het verminderen van voedselverspilling.

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd

De meestgenoemde stimulanzen voor minder vlees eten zijn: het moet beter bekend worden dat minder vlees eten niet ongezond is, verduidelijking van de gezondheidsvoordelen, vleesvervangers moeten lekkerder worden en communicatie over de voordelen voor mens, milieu en dier moet worden verbeterd (tabel 6.2).

Producten met een keurmerk

Het belangrijkste genoemde middel om zelf of anderen producten met een keurmerk te laten kopen is de verlaging van de prijzen (tabel 6.3). Stimulering via een verhoging van de prijs van producten die minder goed zijn voor mens, dier en milieu noemen veel minder mensen, maar toch nog 30 en 18 procent. Een beter aanbod, meer bekendheid en betere communicatie over de voordelen vinden ook veel mensen stimulerend.

Kopen op herkomst: seizoen en regio

Volgens een meerderheid stimuleren prijsverlaging, een betere verkrijgbaarheid en bekendheid de aankoop van producten uit de regio of het seizoen (tabel 6.4).

Betrokken zijn bij voedselproductie

Actief in (moes)tuin, eigen tuin of boomgaard

Bij individuele voedselproductie, bijvoorbeeld in de eigen moestuin geldt dat mensen worden gestimuleerd om groente te gaan verbouwen als er meer grond beschikbaar komt (54 procent) (tabel 6.5). De mensen die zelf al voedsel produceren denken dat meer mensen dit zullen doen als er meer grond beschikbaar komt (59 procent) of als dit meer bekendheid krijgt (37 procent) of in meer buurten wordt gestart (43 procent).

Actief in gezamenlijke voedselproductie

Een meerderheid van de mensen die deelnemen aan stadslandbouw of iets dergelijks denkt dat meer mensen dit gaan doen als zulke projecten in meer buurten gestart worden, er meer grond beschikbaar komt of als ze goedkoper worden (tabel 6.5).

Tabel 6.1

Stimulans voor minder voedselverspilling (in aandeel van de bevolking die de activiteit duurzaam vindt)

Stimulans*	Om andere mensen minder voedsel te laten weggooien	Om zelf minder voedsel weg te gooien
Voedsel moet duurder worden	1	3
Mensen moeten meer bewust worden gemaakt dat zij minder voedsel kunnen weggooien	77	44
De voordelen voor mens, dier en milieu moeten beter worden gecommuniceerd	24	11
De voordelen voor eigen portemonnee moeten meer bekendheid krijgen	51	52
De voordelen voor gezondheid moet meer bekendheid krijgen	14	9
Meer communicatie nodig over tegen gaan van voedselverspilling	58	24
Anders	4	31

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 6.2

Stimulans voor minder vlees eten (in aandeel van de bevolking die de activiteit duurzaam vindt)

Stimulans*	Om andere mensen minder vlees te laten eten	Om zelf minder vlees te eten
Vlees moet duurder worden	16	4
Vleesvervangers moeten goedkoper worden	36	19
Vleesvervangers moeten lekkerder worden	28	30
Het feit dat minder vlees niet ongezond hoeft te zijn, moet meer bekendheid krijgen	47	20
De voordelen voor mens, dier en milieu moeten beter worden gecommuniceerd	40	20
De voordelen voor eigen portemonnee moeten meer bekendheid krijgen	35	10
De voordelen voor gezondheid moet meer bekendheid krijgen	44	31
Meer communicatie over recepten, maaltijden met minder of geen vlees	40	25
Anders	4	14

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Geld investeren in een boerenbedrijf

Opvallend is dat het investeren volgens de meeste huidige investeerders meer bekendheid moet krijgen (tabel 6.5). Ook goedkoper maken en communicatie over de voordelen voor mens, dier en milieu worden als stimulansen gezien.

Tabel 6.3

Stimulans voor meer producten met een keurmerk kopen
 (in aandeel van de bevolking die de activiteit duurzaam vindt)

Stimulans*	Om andere mensen producten met een keurmerk te laten kopen	Om zelf producten met een keurmerk te kopen
De prijzen moeten verlaagd worden	70	75
Deze producten moeten in meer buurten en supermarkten verkrijgbaar zijn	58	39
Deze producten moeten meer bekendheid krijgen	54	39
De voordelen voor mens, milieu, dier en milieu moeten beter gecommuniceerd worden	47	33
De kwaliteit of smaak van deze producten moet beter worden	8	5
Producten die minder goed zijn voor mens, dier en milieu moeten duurder worden	30	18
De veiligheid van deze producten moet beter worden	7	6
Anders	2	5

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 6.4

Stimulans voor het kopen van producten uit de regio of van het seizoen
 (in aandeel van de bevolking die de activiteit duurzaam vindt)

Stimulans *	Om anderen lokale producten of streekproducten te laten kopen	Om zelf lokale producten of streekproducten te kopen	Om anderen vaker in Nederland geproduceerde producten te laten kopen	Om zelf meer in Nederland geproduceerde producten te kopen	Om anderen er op te letten dat groente en fruit uit het seizoen komen	Om er zelf op te letten dat groente en fruit uit het seizoen komen
De prijzen moeten verlaagd worden	61	70	65	63	64	64
Deze producten moeten in meer buurten en supermarkten verkrijgbaar zijn	66	77	65	55	57	54
Deze producten moeten meer bekendheid krijgen	70	49	64	59	69	61
De voordelen voor mens, milieu, dier en milieu moeten beter gecommuniceerd worden	33	25	39	28	34	22
De kwaliteit of smaak van deze producten moet beter worden	6	7	7	7	10	14
Producten die minder goed zijn voor mens, dier en milieu moeten duurder worden	24	15	26	18	-	-
De veiligheid van deze producten moet beter worden	11	4	6	4	-	-
Producten van buiten het seizoen moeten duurder worden	-	-	-	-	31	17
Anders	5	1	2	1	4	3

* Meerdere antwoorden mogelijk.

Tabel 6.5

Stimulans voor deelname aan voedselproductie (in aandeel van de bevolking die de activiteit duurzaam vindt)

Stimulans*	Om anderen voedsel te laten verbouwen in een gezamenlijk project	Om zelf voedsel te verbouwen in een gezamenlijk project	Om anderen groente of fruit te laten telen in een moestuin, etc.	Om zelf groente of fruit te telen in een moestuin, etc.	Om anderen te laten investeren in een boerenbedrijf	Om zelf te investeren in een boerenbedrijf
Het moet goedkoper worden	58	26	24	23	47	42
Het verbouwen van voedsel moet in meer buurten worden gestart	70	44	43	43	-	-
Het moet meer bekendheid krijgen	44	47	37	40	72	38
De voordelen voor mens, dier en milieu moeten beter worden gecommuniceerd	28	21	27	23	44	34
Er moet meer grond beschikbaar komen**	58	40	59	54	26	14
De kwaliteit van de producten moet beter worden	30	6	-	-	-	-
De voordelen zouden meer moeten worden gecommuniceerd	41	37	-	-	-	-
Anders	15	20	10	12	0	16

* Meerdere antwoorden mogelijk; ** Bij investeren is dit: er moet meer grond beschikbaar komen voor milieu- en diervriendelijke landbouw.

Rol van de overheid

Aan de respondenten is gevraagd of ze vinden dat de overheid een taak heeft om een bepaalde activiteit verder te stimuleren en zo ja, hoe dit dan volgens hen gedaan moet worden. De vraag is gesteld aan de respondenten die vinden dat een bepaalde activiteit in zekere mate bijdraagt aan duurzaamheid.

Moet de overheid iets doen?

Bij de meeste activiteiten is een ruime meerderheid voorstander van overheidsingrijpen (tabel 7.1). Als mensen dus vinden dat een initiatief bijdraagt aan een duurzaam voedselsysteem, verwachten zij veelal ook dat de overheid iets doet om dat te stimuleren. De minste steun voor overheidsinterventie is er voor ingrijpen in de vleesconsumptie en voor het stimuleren van investeren in een boerderijbedrijf, waar ongeveer de helft van de respondenten een taak voor de overheid ziet weggelegd.

In het algemeen zijn er weinig verschillen in wat hoog- en laagopgeleiden van de overheid verwachten op het gebied van duurzaam en gezond voedsel (tabel 7.2). Wel opvallend is dat relatief veel laagopgeleiden vinden dat de overheid meer moet doen voor gezamenlijke voedselproductie zoals stadslandbouw.

Tegengaan van voedselverspilling

Op het gebied van voedselverspilling is er veel steun voor voorlichting door de overheid. Ook vindt een deel van de mensen dat de overheid in de eigen bedrijfskantines het goede voorbeeld moet geven. Ondervraagd zijn hierbij mensen die tegengaan van verspilling een goede maatregel vinden én die vinden dat er hierbij een overheidsrol is. Tabel 7.3 geeft aan welke maatregelen deze mensen vooral voorstaan.

Voedselconsumptie

Niet dagelijks vlees eten bij de warme maaltijd

Wanneer er wordt gekeken naar 'vleesminderen' bij de warme maaltijd, is voorlichting de meest gewenste maatregel (tabel 7.4). Daarnaast vindt een deel van de mensen dat de overheid plantaardige producten goedkoper moeten maken.

Producten met een keurmerk, streekproducten, producten uit Nederland of uit het seizoen

Een deel van de mensen vindt dat de overheid lokale, Nederlandse, seizoens- en keurmerkproducten moet stimuleren door deze producten goedkoper te maken (tabel 7.5). Ook vindt een deel dat de overheid betere voorlichting op het gebied van voedsel en duurzaamheid moet geven.

Betrokken zijn bij voedselproductie

Actief in (moes)tuin, eigen tuin of boomgaard of bij gezamenlijke voedselproductie

Wanneer wordt gevraagd naar wat de overheid zou moeten doen om gezamenlijke voedselproductie en voedselproductie in eigen (moes)tuin te stimuleren is het meest voorkomende antwoord dat de overheid meer ruimte voor dit soort initiatieven beschikbaar zou moeten stellen (tabel 7.6).

Overheidsbeleid op het gebied van investeren in een boerenbedrijf kan volgens de bevolking het beste via belastingvoordelen (tabel 7.7). Ook ziet een deel van de mensen voorlichting als goed instrument.

Tabel 7.1

**Verwachting over overheidsactie om activiteit te stimuleren
(in aandeel van de bevolking die dit duurzame activiteiten vinden)**

Activiteit	Overheid moet actie ondernemen
Kopen van lokale producten of streekproducten	65
Kopen van voedsel met een keurmerk	75
Kopen van voedselproduct omdat het in Nederland is geproduceerd	67
Erop letten dat groente en fruit uit het seizoen komt	55
Groente of fruit verbouwen in een moestuin, volkstuin etc.	56
Voedsel verbouwen in een gezamenlijk project	57
Investeren in een boerenbedrijf	50
Minder vlees eten	49
Minder voedsel weggooien	59

Tabel 7.2

**Verwachting over overheidsactie naar activiteit en opleidingsniveau
(in aandeel van de bevolking die dit duurzame activiteiten vinden)**

De overheid moet iets doen zodat mensen ...	Hoog (wo/hbo)	Midden (havo/vwo/mbo/mavo)	Laag (lbo/basisonderwijs/ geen opleiding)
minder vlees gaan eten	64	43	41
minder voedsel weggooien	64	59	54
(meer) investeren in een boerenbedrijf	67	45	47
meer voedsel gaan verbouwen in een gezamenlijk project	52	54	73
meer groente of fruit gaan telen in een moestuin, etc.	45	58	62
er meer op letten dat groente en fruit uit het seizoen komt	54	55	55
meer in Nederland geproduceerde producten kopen	61	74	59
meer producten met een keurmerk voor milieu of dierenwelzijn kopen	74	75	76
meer lokale producten of streekproducten kopen	68	66	60

Tabel 7.3

Verwachting over overheidsactie naar maatregel voor het vermijden voedselverspilling

Overheidsmaatregel	Aandeel van de bevolking die het vermijden van voedselverspilling duurzaam vindt en vindt dat de overheid hiervoor iets moet doen
Er moeten extra overheidsregels komen om verspilling te voorkomen	18
De overheid moet minder regels stellen, bijvoorbeeld alleen verplichte houdbaarheidsdatum voor snel bederfelijke producten.	30
De overheid moet het goede voorbeeld geven en in overheidskantines zo min mogelijk weggooien	51
Er moeten belastingvoordelen komen voor bedrijven die weinig verspillen	31
De overheid moet voorlichting geven over mogelijkheden om minder voedsel weg te gooien	76
Anders	4

Tabel 7.4

Verwachting over overheidsactie naar maatregelen voor minder vaak vlees eten bij de warme maaltijd

Overheidsmaatregel	Aandeel van de bevolking die minder vaak vlees eten duurzaam vindt en vindt dat de overheid hiervoor iets moet doen
Er moeten extra overheidsregels komen om vlees eten te ontmoedigen	19
De overheid moet minder regels stellen, bijvoorbeeld aan plantaardige producten	22
De overheid moet het goede voorbeeld geven door bijvoorbeeld vaker en meer plantaardige producten in de overheidskantines aan te bieden.	42
De overheid moet plantaardige producten goedkoper maken door bijvoorbeeld belastingvoordelen, subsidies of lage btw in te stellen.	48
De overheid moet vlees duurder maken door bijvoorbeeld een vleestax	20
De overheid moet meer voorlichting geven	70
De overheid moet meer investeren in onderzoek naar vleesvervangers	33
Anders	4

Tabel 7.5

Verwachting over overheidsactie naar maatregelen voor voedselproducten met een keurmerk, uit de regio, uit Nederland of uit het seizoen (in aandeel van de bevolking die dit duurzame activiteiten vinden en vinden dat de overheid hiervoor iets moet doen)

Overheidsmaatregel	Producten met een keurmerk voor milieu of dierenwelzijn	Lokale of streekproducten	In Nederland geproduceerde producten	Groente en fruit uit het seizoen
Er moeten extra eisen worden gesteld, de voedselproductie moet voldoen aan strenge milieu- en dierenwelzijneisen	32	16	19	14
De overheid moet minder regels stellen, want regels werken een duurzame voedselproductie tegen	25	28	32	27
De overheid moet het goede voorbeeld geven, bijvoorbeeld door deze producten zelf in te kopen.	34	44	45	42
De overheid moet deze producten goedkoper maken, door bijvoorbeeld belastingvoordelen of subsidies.	75	71	73	64
De overheid moet zorgen voor goede voorlichting over duurzaam voedsel	55	52	51	62
Anders	2	4	1	3

Tabel 7.6

Verwachting over overheidsactie naar maatregelen voor eten uit eigen tuin of gezamenlijke voedselproductie (in aandeel van de bevolking die dit duurzame activiteiten vinden en vinden dat de overheid hiervoor iets moet doen)

Overheidsmaatregel	Meer groente of fruit telen in moestuin, etc.	Meer gezamenlijke voedselproductie
De overheid moet minder regels stellen*	40	51
De overheid moet meer grond beschikbaar stellen	70	81
De overheid moet het goedkoper maken, door bijvoorbeeld belastingvoordelen of subsidies**	58	38
De overheid moet voorlichting geven over zelf telen respectievelijk gezamenlijke productie van voedsel	43	67
Anders	2	5

* Bij gezamenlijke voedselproductie: de overheid moet minder regels stellen zodat het gezamenlijk verbouwen van voedsel op meer plaatsen mogelijk wordt;

** Bij gezamenlijke voedselproductie: er moeten belastingvoordelen komen.

Tabel 7.7

Verwachting over overheidsactie naar maatregelen voor meer investeringen in boerenbedrijven

Overheidsmaatregel	Aandeel van de bevolking die investeren duurzaam vindt en vindt dat de overheid hiervoor iets moet doen
De overheid moet minder regels stellen, die financiering in de weg staan	28
De overheid moet het goede voorbeeld geven door zelf financieringen te verstrekken aan duurzame vormen van landbouw	46
Er moeten belastingvoordelen komen voor mensen die investeren in duurzame landbouw	74
De overheid moet voorlichting geven over financiering van duurzame landbouw	55
Anders	3

Literatuur

- AKB, AKB Bert Muller, Milieu centraal en de Persdienst, Bestek mei 2014, <http://www.akbbertmuller.nl/voedselverspilling>.
- Backus, G. M. Meusen, H. Dagevos & J. van 't Riet (2011), *Voedselbalans 2011*, FSIN, Wageningen UR, FSIN & FIC.
- Bakker, H. de, H. Dagevos, et al. (2013), *Energieke zoektochten naar verduurzaming in landbouw en voedsel: paradigma's en praktijken*, Den Haag: LEI, Wageningen UR.
- Dagevos, H., J. Voordouw, L. van Hoesven, C. van der Weele & E. de Bakker (2012), *Vlees vooral (snog) vanzelfsprekend. Consumenten over vlees eten en vleesmindere*, Den Haag: LEI, Wageningen UR.
- EZ (2013), *Beleidsbrief Duurzame Voedselproductie*, Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- EZ (2014) *Monitor duurzaam voedsel 2013*, Den Haag: Ministerie van Economische zaken.
- Carabain, C. & G. Spitz (2012), *Nederlanders & Voedselzekerheid. Jonge en oudere Nederlanders over voedsel*, Amsterdam: NCDO.
- Motivaction (2013), www.motivaction.nl.
- PBL (2013), *De macht van het Menu*, Den Haag: PBL.
- Verbeek, D. & J. Boelhouwer (2010), 'Milieu van later, wiens zorg nu?', in A. van den Broek et al. (red.), *Wisseling van de wacht: generaties in Nederland. Sociaal en Cultureel Rapport 2010*, Den Haag: SCP.
- Sjitsema, S.J., M.A. van Haaster-de Winter & M.C.D. Verain (2012) *Samenspel duurzaam en gezond? Duurzaam eten in consumentenperspectief*, Den Haag: LEI, Wageningen UR.
- Steinfeld, H., P. Gerber, T. Wassenaar, V. Castel, M. Rosales & C. de Haan (2006), *Livestock's long shadow*, Rome: FAO.
- Vijn, M. M. Schoutsen & M. Haaster de Winter (2012), *De marktpotentie van streekproducten in Nederland*, Lelystad: Wageningen UR.
- Vringer, K.; H. Vollebergh, D. van Soest, E. van der Heijden & F. Dietz (2013) 'Dilemma's rond duurzame consumptie', *ESB* 98 (4653): 70-73.
- Vringer, K., T. Aalbers & K. Blok (2007), 'Household energy requirement and value patterns', *Energy Policy*, 35 (1): 553-566.
- Westhoek, H., T. Rood, M. van den Berg, J. Janse, D. Nijdam, M. Reudink & E. Stehfest (2011), *The Protein Puzzle. The consumption and production of meat, dairy and fish in the European Union*, The Hague: PBL.
- MNP (2007), *Nederland en een duurzame wereld. Armoede, klimaat en biodiversiteit. Tweede Duurzaamheidsverkenning*, Bilthoven: MNP.

Websites:

- www.flexitarier.nl geraadpleegd op 16-08-2013.
- <http://www.pve.nl/pve?waxtrapp=suefHsHsuOpbPREcBI> BKHM, geraadpleegd op 13-08-2013.
- <http://www.rug.nl/news-and-events/news/news2012/179-bolderdijk>, geraadpleegd op 10-08-2013.

Planbureau voor de Leefomgeving

Postadres
Postbus 30314
2500 GH Den Haag

Bezoekadres
Oranjevuitensingel 6
2511 VE Den Haag
T +31 (0)70 3288700

www.pbl.nl
[@leefomgeving](https://twitter.com/leefomgeving)

Juli 2014