

Onderzoek Natuur & Milieu Vegamonitor

september 2016



Contact: Dirkjan Klumper **T** 050-3171771 **E:** dirjanklumper@kienonderzoek.nl

Kantoor Groningen: Westerkade 15-5, 9718 AS Groningen **T:** 050 3657672 **F:** 050 3171778

Kantoor Haarlem: Nieuwe Gracht 3, 2011 NB Haarlem **T:** 085 4018250

E: info@kienonderzoek.nl **W:** www.kienonderzoek.nl

Inleiding

Natuur & Milieu heeft een onderzoek laten uitvoeren onder Nederlanders rondom het onderwerp vleesconsumptie. Doel van het onderzoek is om een beeld te krijgen van de mate waarin Nederlanders vlees en vegetarisch eten en hun houding ten op zichte van het eten van (geen) vlees.

PanelWizard algemeen

Het onderzoek is uitgevoerd op het panel van PanelWizard Direct. PanelWizard is het onderzoekspanel van Kien Onderzoek en telt ruim 30.000 leden van 16 jaar en ouder. Met behulp van dit onderzoekspanel kunnen vragen worden voorgelegd aan een dwarsdoorsnee van de Nederlandse bevolking of specifieke doelgroepen (bv. boodschappers, beleggers, allochtonen, ouders van baby's, etc.). De panelleden hebben vooraf aangegeven mee te willen werken aan marktonderzoek. Ze worden beloond voor hun inzet en voortdurend geprikkeld (o.a. door een beloning per vraag, terugkoppeling resultaten). Dit garandeert een hoge en betrouwbare respons. De representativiteit en (serieuze) medewerking binnen het panel worden voortdurend gecontroleerd en bewaakt¹. PanelWizard hanteert de Gouden Standaard van de MOA, dé branchebreed erkende wegingbenadering voor onderzoeksresultaten.

Methode

Bij het onderzoek Vegamonitor is gebruik gemaakt van online onderzoek onder panelleden van PanelWizard. De respondenten zijn op 13 september 2016 uitgenodigd voor het onderzoek en op 20 september is de mogelijkheid tot responderen gesloten.

Betrouwbaarheid

De steekproef bestond uit 1492 Nederlanders in de leeftijd van 16 jaar en ouder, representatief voor Nederland op geslacht, leeftijd, opleiding, gezinssituatie en arbeidsparticipatie. In totaal hebben van deze groep 852 respondenten deelgenomen aan het onderzoek, een respons van 64%. Van deze groep hebben 845 respondenten alle onderzoeksvragen beantwoord. Daarmee valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,4% kan afwijken van de werkelijke situatie. Dit betekent dat met 95% zekerheid gesteld kan worden dat de percentages die uit het onderzoek naar voren komen, in werkelijkheid niet meer dan 3,4% hoger of lager liggen. De onderzoeksverantwoording en de representatieve verdeling over de verschillende groepen zijn samengevat in bijlage 1.

Samenvatting onderzoeksverantwoording t.b.v. persbericht

Dit onderzoek is verricht door Kien Onderzoek (www.kienonderzoek.nl) in opdracht van Natuur & Milieu. Het onderzoek is uitgevoerd onder leden van PanelWizard (www.panelwizard.com), middels de internetmethode. De netto steekproef bestond uit 1492 Nederlanders van 16 jaar en ouder, waarvan 845 alle onderzoeksvragen hebben beantwoord. Deze steekproefomvang levert met een betrouwbaarheid van 95% een maximale afwijking van 3,4% van de werkelijke situatie voor de online doelgroep.

¹ Zie ook bijlage 2

Samenvatting onderzoeksresultaten Natuur & Milieu Vegamonitor

Slechts één op de zes eet altijd vlees bij de warme maaltijd

16% van de Nederlanders van 16 jaar en ouder geeft aan elke dag vlees te eten bij de warme maaltijd, 45% eet gemiddeld vijf of zes dagen in de week vlees bij deze maaltijd en 38% doet dit één tot vier dagen in de week. Vooral jongeren (<30 jaar) (resp. 23% vs. 14%) en mannen (19% vs. 13%) zeggen vaker zeven dagen in de week vlees te eten bij de warme maaltijd.

67% is flexitarier: dit houdt in dat zij minimaal één dag per week geen vlees, vis of vleeswaren eten. Vleeswaren en vleessnacks (ontbijt, lunch of tussendoor) worden door bijna een kwart (24%) dagelijks genuttigd. Als het gaat om andere dierlijke producten, dan wordt zuivel het vaakst genuttigd. Ruim de helft (55%) neemt zeven dagen in de week een zuivelproduct, zoals melk, kaas of yoghurt. 99% eet of drinkt minstens één keer per week een zuivelproduct.

60-plussers eten vaker elke dag vleessnacks en vleeswaren (29% vs. 21%) en zuivelproducten (63% vs. 52%). Zuivelproducten worden eveneens vaker dagelijks genuttigd door vrouwen (60% vs. 49%).

Variatie belangrijkste reden om (af en toe) vegetarisch te eten

Variatie in maaltijden (50%), bijdragen aan een betere natuur en een beter milieu (36%), bijdragen aan het dierenwelzijn (34%) en de eigen gezondheid (33%) zijn de belangrijkste redenen van degenen die minimaal één keer per week vegetarisch eten om (soms) geen vlees of vis te eten. Vooral voor mensen jonger dan 40 jaar is variatie in maaltijden een belangrijke reden (61% vs. 43%). Gezondheid wordt opvallend vaak genoemd door mensen in de leeftijd van 50 t/m 59 jaar (50% vs. 30%), terwijl geld besparen veel vaker een reden is om vegetarisch te eten voor mensen jonger dan 30 jaar (24% vs. 14%). Mannen geven vaker aan dat ze (soms) vegetarisch eten omdat dit de wens van hun partner/ander gezinslid is (11% vs. 5%). Vergeleken met 2015, worden bijdragen aan natuur en milieu en aan dierenwelzijn vaker genoemd (resp. 36% vs. 15% en 34% vs. 14%).²

Ruim vier op de tien Nederlanders eten nu minder vlees dan vijf jaar geleden

Ruim vier op de tien (43%) Nederlanders geven aan nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden. 52% eet evenveel en slechts 5% eet nu meer vlees. Vooral vrouwen (47% vs. 37%), 60-plussers (58% vs. 36%) en hoogopgeleiden (52% vs. 39%) zeggen nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden. Van de mensen die zeggen nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden, stelt 41% dat zijn/haar vleesconsumptie in de afgelopen vijf zelfs jaar gehalveerd is. Als verder teruggekeken wordt, ziet het beeld er ook positief uit. 60% geeft aan vroeger elke dag vlees te eten, terwijl nu nog maar een derde (32%) dit doet (vlees bij de warme maaltijd en/of bij het ontbijt, lunch of tussendoor). De recente aanpassing in de Schijf van Vijf is deels aanleiding voor mensen om minder vlees te eten; 14% van degenen die aangeven nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden, stellen dat dit (mede) komt door deze aanpassing. Het percentage mensen dat aangeeft nu minder vlees te eten (43%) is ten opzichte 2015 (36%) gestegen.

Elke dag vlees eten niet meer van deze tijd

Ruim de helft van de Nederlanders (56%) heeft het gevoel dat minder vlees eten de norm wordt in Nederland en een kwart dat over vijf jaar het aantal vegetariërs in Nederland verdubbeld is. 45% vindt elke dag vlees eten niet meer van deze tijd (38% in 2015). De helft ziet in de afgelopen vijf jaar dan ook steeds meer mensen om zich heen steeds minder vlees eten. Ruim een derde (35%) van de vleeseters denkt over vijf jaar minder vlees te eten dan hij/zij nu doet, dit betreffen vooral vrouwen (41% vs. 29%) en hoogopgeleiden (44% vs. 32%). Het bewustzijn over het eten van vlees lijkt redelijk groot onder

² In 2015 luidde de vraag: "Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om niet elke dag vlees te eten?" In deze meting luidde de vraag "Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om (soms) vegetarisch (geen vlees of vis) te eten?"

Nederlanders. Zo zeggen zes op de tien (61%) zich bewust te zijn van de impact van vleesproductie op het milieu en stelt slechts 13% dat elke dag vlees eten noodzakelijk is om gezond te blijven.

Ondanks dat men al verandering in de eigen omgeving ziet en zich ervan bewust is dat elke dag vlees eten niet noodzakelijk is, zijn de meeste mensen nog sceptisch over de toekomst. Zo denkt slechts 16% dat over vijf jaar vlees eten meer uitzondering dan regel is. Met name vrouwen (19% vs. 12%) en 40-plussers (18% vs. 12%) zijn deze mening toegedaan. Ook ziet toch nog 53% van de Nederlanders die minimaal één keer in de week vlees eten, zichzelf als een echte vleeseter. Dit komt misschien ook omdat de term flexitariër nog steeds relatief onbekend is; maar een derde weet (35%) wat een flexitariër is. Mannen (66% vs. 40%) en Nederlanders jonger dan 40 jaar (61% vs. 48%) noemen zichzelf vaker 'echte vleeseters'.

Ruim de helft zou vaker kant-en-klare vleesvervangers eten als deze gezonder zouden zijn

23% van de Nederlanders eet minstens één keer in de week vleesvervangers. De meesten doen dit één of twee dagen in de week (19%). Als kant-en-klare vleesvervangers gezonder zouden zijn, zou ruim de helft van degenen die (bijna) nooit vleesvervangers eten (54%) deze (waarschijnlijk) vaker gaan eten. Ook als vleesvervangers lekkerder zouden zijn, zou 51% ze (waarschijnlijk) vaker eten. 48% zou vaker vleesvervangers eten als ze niet van vlees te onderscheiden zouden zijn en 47% als er een uitgebreider aanbod van zou zijn. Over het algemeen zijn vooral jongeren (<30 jaar) het meest bereid vaker kant-en-klare vleesvervangers te eten als de situatie anders zou zijn (bijv. wanneer vleesvervangers gezonder of lekkerder zouden zijn).

Vegetarisch aanbod horeca onder de maat

Ruim twee derde (68%) verwent zichzelf tijdens het uit eten gaan graag met een stuk vlees of kip. Slechts een enkeling (7%) geeft aan vaak voor een vegetarische maaltijd te kiezen als hij/zij uit eten gaat. Ook geeft maar 14% aan de afgelopen vijf jaar steeds vaker een vegetarische maaltijd te kiezen in restaurants,

Dat er nog weinig vegetarisch gegeten wordt in de horeca, heeft wellicht te maken met het aanbod en de kwaliteit van vegetarische gerechten in de horeca. Een derde (33%) vindt het aanbod namelijk te beperkt (t.o.v. 41% in 2015) en slechts een vijfde (20%) vindt de kwaliteit van vegetarische gerechten in de horeca goed (t.o.v. 23% in 2015). Met name vrouwen (37% vs. 29%), mensen jonger dan 50 (38% vs. 28%) en midden- en hoogopgeleiden (37% vs. 25%) vinden het aanbod van vegetarische gerechten in de horeca te beperkt. Drie op de tien denken dan ook dat er de komende vijf jaar steeds meer restaurants met uitsluitend vegetarisch gerechten gaan komen. Een derde (34%) zou het fijn vinden als er in de horeca meer keus zou zijn in vegetarische gerechten. Een vijfde is voor meer aanbod van kant-en-klare vleesvervangers in de horeca. In vergelijking met het buitenland, vindt slechts 13% het vegetarisch aanbod in restaurants in Nederland beter. Dat er weinig vegetarisch gegeten wordt in de horeca heeft in ieder geval niet te maken met dat men het gênant vindt om een vegetarische maaltijd te bestellen; slechts 5% heeft hier last van. 70% heeft die gêne niet.

Een meerderheid (57%) zou het fijn vinden als de portie groente die men in de horeca krijgt groter zou zijn dan deze nu vaak is en bijna een kwart (23%) zou het fijn vinden als er juist een kleinere portie vlees zou worden geserveerd dan nu vaak het geval is. Vrouwen (30% vs. 14%), hoogopgeleiden (27% vs. 21%) en 50-plussers (28% vs. 18%) zouden het vaker fijn vinden als de portie vlees die zij in de horeca krijgen kleiner zou zijn.

Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording

Natuur & Milieu Vegamonitor

Onderzoeksmethode	Online
Steekproef	Nederlanders van 16 jaar en ouder
Bron	PanelWizard
Bruto steekproef	1492
Netto steekproef (# op vrg 1)	852
Volledige vragenlijsten (netto)	845
Responspercentage	64%
Datum start veldwerk	13-sep
Datum veldwerk gereed	20-sep
Betrouwbaarheidsniveau*	95%
Maximale afwijking*	3,4%
Representatief naar:	Geslacht, leeftijd, gezinssituatie, arbeidsparticipatie, opleiding
Weging	Niet van toepassing

Respons breakdown	aantal
bruto steekproef	1492
bouncers (schatting)	60
buiten selectie	n.v.t.
verwijderd na datacheck	62 (voornamelijk vanwege representativiteit)
afgebroken vragenlijsten	7
geen medewerking	518
Volledige vragenlijsten	845

* bij 845 afgenomen vragenlijsten valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,4% zal afwijken van de werkelijke situatie (als alle Nederlanders in de doelgroep ondervraagd zouden zijn).

Dit onderzoek is uitgevoerd conform de richtlijnen van ISO 20252 (marktonderzoek) en ISO 26362 (access panels)



Geslacht	% gewenst**	% behaald
Man	49,2	47,5
Vrouw	50,8	52,5
N		852

Leeftijd	% gewenst**	% behaald
16-29 jaar	21,1	17,4
30-39 jaar	15,0	15,1
40-49 jaar	18,8	20,5
50-59 jaar	17,2	16,3
60 jaar en ouder	27,9	30,6
N		852

Gezinssituatie	% gewenst**	% behaald
Eénpersoons	20,6	20,7
Meerpersoons (zonder kinderen <18)	47,6	47,7
Meerpersoons met kinderen (jongste <13)	22,0	23,2
Meerpersoons met kinderen (jongste 13-17)	9,8	8,5
N		852

Arbeidsparticipatie	% gewenst**	% behaald
Full-time	32,0	32,3
Part-time	22,1	22,9
Niet werkend	46,0	44,8
N		852

Opleiding	% gewenst**	% behaald
Laag	34,2	32,6
Midden	42,1	41,0
Hoog	23,7	26,4
N		852

** dit is de verdeling zoals die in heel Nederland is binnen de gewenste selectie
(o.b.v. de Gouden Standaard van de MOA)

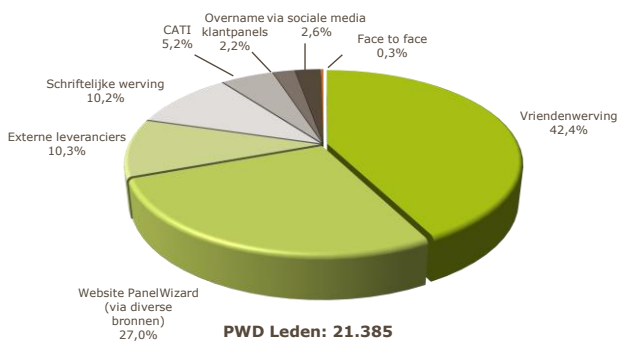
Bijlage 2 Kwaliteit PanelWizard Direct

Introductie PanelWizard Direct

PanelWizard Direct bestaat sinds 2001 en is sindsdien uitgegroeid tot één van de beste panels van Nederland. Panelleden worden zorgvuldig geselecteerd en gemotiveerd. Het ISO-gecertificeerde panel (ISO 26362) wordt grondig onderhouden en beheerd. PanelWizard Direct heeft de beschikking over verschillende soorten panels en bestaat in totaal uit ruim 30.000 leden (peiljaar 2015). PanelWizard Direct is wars van langdurige procedures en profileert zich met haar 'operational excellence'. Daardoor is PanelWizard Direct snel, transparant, betaalbaar en biedt het vooral goed onderzoek. U hebt de regie zelf volledig in handen, maar u wordt ook altijd ondersteund door de onderzoeksexpertise van Kien. Zowel Kien als PanelWizard Direct zijn aangesloten bij de MOA en ESOMAR (respectievelijk de Nederlandse en Europese branchevereniging van marktonderzoekbureaus) en ISO 20252 gecertificeerd.

PanelWizard Direct		
Consumenten panel Bestaande uit Nederlanders van 16 jaar en ouder verspreid over algemene sociaal-demografische kenmerken, zoals geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio, etc.	B-2-B panel Bestaande uit beslissers (financieel, HRM, inkoop, marketing, ICT, Office Supply) binnen ondernemingen, leidinggevend, ZZP-ers uit uiteenlopende branches en sectoren.	Kinder- en tienerpanel Bestaande uit ruim 2.000 kinderen en tieners in de leeftijd van 6 t/m 15 jaar verspreid over demografische kenmerken als geslacht, leeftijd, regio, etc.

Werving



De werving van panelleden vindt plaats via een groot aantal bronnen. Zoveel mogelijk wordt getracht te werken met verse panelleden, onder andere door werving via member-get-member, verenigingen, doorstroming uit het kinderpanel en via de website van PanelWizard Direct. Laatstgenoemde methode wordt niet actief ingezet. Inschrijvers worden niet automatisch toegelaten om zelfselectie zoveel mogelijk te voorkomen. Hiernaast een overzicht van de meest gebruikte wervingmethoden in percentages van het panel. Ieder panelid is na aanmelding in eerste instantie aspirant lid. Pas na reactie op de bevestigingsmail (double opt-in) en een aantal controles op

antwoordgedrag (dmv een screeningsonderzoek) wordt een aspirant panelid toegelaten tot het panel. Voor specifieke doelgroepen bestaat de mogelijkheid om river recruitment toe te passen. Er wordt dan een gerichte member-get-member actie in gang gezet, waarbij panelleden die voldoen aan de vereiste criteria worden gevraagd om anderen uit dezelfde specifieke doelgroep te werven via e-mail, social media, etc.

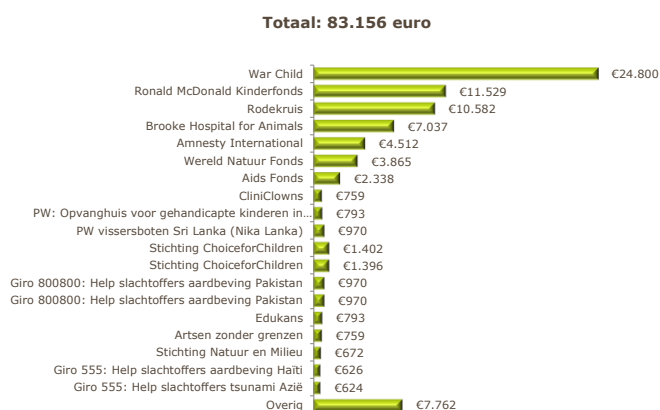
Screenshot (voorbeeld) van clubpagina: panelleden:

Enkele screenshots van persoonlijke pagina



Motivatie

PanelWizard Direct zorgt voor korte en afwisselende vragenlijsten om panelleden gemotiveerd en fris te houden. De combinatie van verschillende onderwerpen, afwisselende vraagtypes en inzet van multimedia fragmenten zorgen voor leuke vragenlijsten. We belonen naar inzet met 10 eurocent per vraag, zodoende is er een 100% koppeling tussen inspanning en beloning. Panelleden kunnen beslissen om de beloning zelf te houden, te sparen voor hun club/vereniging of te doneren aan een van de samenwerkende goede doelen. Aan goede doelen werd de afgelopen jaren €83.156 geschonken uit naam van de panelleden (zie tabel hiernaast voor de verdeling). Nog een manier om panelleden betrokken te houden is om de onderzoeksresultaten terug te koppelen. Op de website staan regelmatig gepubliceerde persberichten met interessante onderzoeksuitslagen. De betrokkenheid en motivatie van de leden van PanelWizard Direct komt duidelijk naar voren in het hoge gemiddelde responspercentage van 65%.



Steekproeftrekking en representativiteit

Voor de steekproeftrekking maakt PanelWizard Direct gebruik van de Gouden Standaard: het ijkinginstrument voor nationale en regionale steekproeven. De Gouden Standaard is ontwikkeld door de MOA in samenwerking met het CBS en wordt jaarlijks geüpdatet met de nieuwste cijfers en percentages van de Nederlandse bevolking. Bruto steekproeven worden standaard representatief uitgestuurd op 6 socio-demografische achtergrondvariabelen: geslacht, leeftijd, regio, gezinssamenstelling en arbeidsparticipatie. Door het hoge responspercentage, komt het zelden voor dat de netto steekproef (daadwerkelijke respondenten) niet representatief is. Wanneer dit wel het geval is, worden respondenten uit overtollige groepen verwijderd. Dit gebeurt non-interlocked, dat wil zeggen dat wanneer er een overschot is van mannen en jongeren in een netto steekproef, zowel mannen als jongeren los van elkaar worden verwijderd (er worden dus niet alleen maar jongere mannen verwijderd). Mocht ook het verwijderen van overtollige groepen niet volstaan, dan kan in overleg met de opdrachtgever eventueel worden overgegaan tot een wijziging van de onderzoeksresultaten.



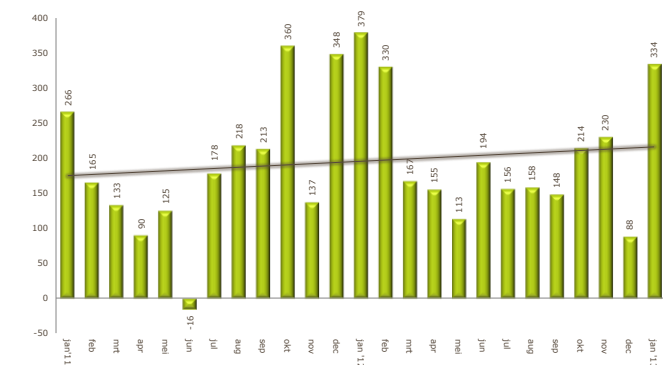
Centraal Bureau voor de Statistiek

Kwaliteit panel en onderzoeken

De kwaliteit van online veldwerk valt of staat met de betrouwbaarheid waarmee respondenten de vragenlijsten invullen. PanelWizard Direct controleert deze betrouwbaarheid nauwlettend, door een aantal ingebouwde controlestappen. Voor ieder onderzoek wordt een controlevraag gesteld naar het geslacht en de leeftijd van de respondent, hiermee wordt gecontroleerd of de beoogde respondent overeenkomt met de daadwerkelijke respondent. Na ieder onderzoek worden per respondent controles uitgevoerd op de snelheid van invullen, lengte en inhoud van open antwoorden en gelijke waarderings/antwoordpatronen. Zo worden inconsistente, onbetrouwbare, te snelle en niet-serieuze respondenten uit de netto respons gehaald. De betreffende respondenten worden geregistreerd op een blacklist. Bij twee vermeldingen op deze blacklist wordt een panellid uitgeschreven uit het panel. PanelWizard Direct zorgt ervoor dat haar panelleden regelmatig worden uitgenodigd voor onderzoeken. Het PanelWizard systeem is zodanig opgebouwd dat wanneer een panellid al enige tijd geen uitnodiging heeft gehad voor een onderzoek, hij/zij voorrang krijgt bij het versturen van nieuwe uitnodigingen.

Onderhoud en beheer

Na ieder onderzoek wordt het panellid verzocht om de eigen gegevens te controleren en indien nodig te updaten. Tevens wordt tweemaal per jaar, bij de uitkering van de beloning, gevraagd om de gegevens door te nemen en waar nodig te muteren, zodat de gegevens zoveel mogelijk up-to-date blijven. De persoonsgegevens van panelleden worden nimmer vrijgegeven, tenzij panelleden hier expliciet toestemming voor geven. Nonrespondenten en bouncers worden twee keer per jaar visueel gecontroleerd en schriftelijk benaderd voor continuering van het panellidmaatschap. Sinds 1 januari 2011 zijn in totaal 7.078 panelleden gewonnen en 2.543



panelliden uitgeschreven (8,1% van het totaal). Per saldo is het aantal panelleden toegenomen met 4.535. De uitschrijving gebeurde op eigen initiatief of vanuit kwaliteitschecks van PanelWizard Direct.