

Doggybag Consumenten (2018) Natuur en Milieu

September 2018



Contact: Berdien Schanssema **T:** 050-3171678 **E:** berdienschanssema@kiononderzoek.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@kiononderzoek.nl **W:** www.kiononderzoek.nl

Inleiding

Natuur & Milieu heeft Kien onderzoek opdracht gegeven een onderzoek te laten uitvoeren met betrekking tot verspilling van voedsel in horecagelegenheden en het gebruik van de doggybag om deze verspilling te beperken. Het doel van het onderzoek is inzicht te verkrijgen in het bezoek aan horecagelegenheden en de attitude ten aanzien van het gebruik van doggybags. Dit onderzoek betreft een herhaling van het in 2014 en 2015 uitgevoerde onderzoek.

PanelWizard algemeen

Het onderzoek is uitgevoerd op het panel van PanelWizard Direct. PanelWizard is het onderzoekspanel van Kien Onderzoek en telt meer dan 31.000 leden van 6 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, de branchebreed erkende wegingbenadering voor onderzoeksresultaten.

Methode

Bij het onderzoek Doggybag Consumenten is gebruik gemaakt van online onderzoek onder panelleden van het online onderzoekspanel PanelWizard Direct. De respondenten zijn op 18 september 2018 uitgenodigd voor het onderzoek en hadden tot 24 september 2018 de mogelijkheid om de vragenlijst in te vullen.

Betrouwbaarheid

De steekproef bestond uit 1533 Nederlanders van 16 jaar en ouder, representatief voor Nederland op geslacht, leeftijd, opleiding, gezinssituatie en arbeidsparticipatie. In totaal hebben van deze groep 832 respondenten deelgenomen aan het onderzoek, een respons van 60%. Van hen hebben 774 alle onderzoeksvragen beantwoord. Daarmee valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,5% 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 3,5% 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 en Milieu. Het onderzoek is uitgevoerd onder leden van PanelWizard Direct (www.panelwizard.com), middels de internetmethode. De netto steekproef bestond uit 1533 Nederlanders van 16 jaar en ouder, waarvan 774 alle onderzoeksvragen hebben beantwoord. Deze steekproefomvang levert met een betrouwbaarheid van 95% een maximale afwijking van 3,5% van de werkelijke situatie voor de online doelgroep.

¹ Zie ook bijlage 2

Samenvatting onderzoeksresultaten Natuur en Milieu Doggybag – Consumenten 2018

Nederlanders gaan vaker uit eten; nog altijd acht op de tien restaurantbezoekers laten weleens eten staan
Vrijwel alle Nederlanders gaan weleens uit eten (95%). Twee derde eet minimaal eens per twee maanden buiten de deur (67%); een duidelijke stijging ten opzichte van 2014 (54%) en 2015 (58%). Vooral mannen slaan er nogal eens een menukaart op na; 74% geeft aan minimaal één in de twee maanden uit eten te gaan, tegenover 60% van de vrouwen. Ook naarmate Nederlanders jonger zijn, zeggen zij vaker eens per 2 maanden in een restaurant te eten (<30 jaar 82%; 60+ 59%).

Ruim acht op de tien Nederlanders die weleens buiten de deur eten, laten weleens eten staan (84%). Het zijn vaker vrouwen die hun bord niet helemaal leeg eten in een restaurant (88% vs. 79%). Ook in 2018 laat de Nederlander het vaakst aardappelen of friet staan (24%), gevolgd door salade (14%) en groente (10%). Vrouwen laten vaker de aardappelen/friet staan (29% vs. 19%), terwijl mannen vaker de salade laten staan (18% vs. 10%). Jongeren (<30 jaar) laten het vaakst de groente en salade staan (groente 17% vs. 9% onder 30-plussers en salade 22% vs. 12%).

Te grote porties leiden tot voedselverspilling in restaurants; keuze tussen kleine en grote porties gewenst
Ruim een derde van de restaurantbezoekers geeft nog altijd aan (bijna) nooit te kunnen kiezen voor een kleine of grote portie bij het restaurant (36%). Dit is vervelend, want meer dan de helft vindt de porties zo groot dat zij (soms) eten laten staan (56%). Vrouwen laten vaker dan mannen hun eten staan omdat zij de porties te groot vinden (67% vs. 45%). Vooral vrouwen zijn dan ook van mening dat elk restaurant een kleine en een grote portie per gerecht zouden moeten aanbieden (72% vs. 60%).

Doggybag steeds populairder; vooral op eigen initiatief worden vaker doggybags meegenomen

Van degenen die weleens eten laten staan in een restaurant, geeft ruim twee derde aan nooit mee te nemen naar huis (68%). Dit is een daling ten opzichte van voorgaande metingen (79% in 2014 en 74% in 2015). De meest genoemde redenen om het overgebleven eten nooit mee te nemen naar huis zijn nog altijd dat het nog nooit is opgekomen bij de restaurantbezoekers (52%), dat restaurants dit niet aanbieden (36%) en/of dat men zich ervoor schaamt tegenover tafelgenoten, andere restaurantbezoekers en/of het personeel (24%). Vooral op eigen initiatief wordt tegenwoordig vaker eten meegenomen uit het restaurant; in 2018 zegt een vijfde zélf te vragen of zij overgebleven eten mee naar huis kunnen nemen (20%), terwijl in 2014 nog maar door een achtste werd gedaan (12%). In 2018 zegt men dan ook vaker weleens om een doggybag te hebben gevraagd in een restaurant (30%); een duidelijke stijging ten opzichte van 18% in 2014. Het zijn vaker vrouwen die aangeven weleens een doggybag mee te hebben genomen uit een restaurant (33% vs. 24%). Daarnaast heeft men vaker weleens een doggybag aangeboden gekregen (27% in 2014 vs. 41% in 2018).

Doggybag steeds minder gênant in Nederland; invoering 'doggybag-logo' verlaagt drempel

Vond in 2014 nog meer dan de helft het gênant om in een restaurant om een doggybag te vragen (52%), in 2018 is dit percentage gedaald naar 44%. Bijna vier op de tien denken dan ook dat de doggybag steeds normaler wordt in Nederland (38%). Toch generen nog altijd drie op de tien zich ervoor om met een (herkenbare) doggybag over straat te lopen (30%); vooral mannen hebben hier moeite mee (34% vs. 25%). Bijna de helft van de restaurantbezoekers zou sneller om een doggybag vragen als er een logo van een doggybag zichtbaar zou zijn dan wel op de menukaart of gevel van het restaurant (46%). Met name onder jongeren (<30 jaar) zou een 'doggybag-logo' ertoe bijdragen om sneller te vragen naar een doggybag (56% vs. 38% onder 60-plussers). Ook een grotere bekendheid van het begrip 'doggybag' in Nederland, zou ertoe bijdragen dat Nederlanders zich (nog) minder zouden schamen om naar een doggybag te vragen; dit geldt voor bijna de helft (45%).

Groei van negatieve houding voedselverspilling en behoefte aan actie hiertegen door restaurants

Over het algemeen hebben Nederlanders steeds vaker een hekel aan voedselverspilling (78% in 2014 vs. 84% in 2018). Dat blijkt dan ook een van de belangrijkste redenen te zijn om een doggybag mee te nemen vanuit een restaurant (68%), naast het feit dat men er de volgende dag nog van kan eten (68%) en dat men ervoor heeft betaald (56%). Naarmate men ouder is, is voedselverspilling vaker een doorn in het oog (<30 jaar 74%; 60+ 90%). Bijna zes op de tien merken dat er in Nederland steeds meer aandacht is voor voedselverspilling (58%) en ruim de helft van de Nederlanders zegt zich gedurende het afgelopen jaar bewuster te zijn geworden van de hoeveelheid eten die zij weggooien (52%; vaker vrouwen 58% vs. 46%). Naast de groeiende negatieve houding van Nederland tegenover voedselverspilling en de toenemende bewustwording hierover, wordt ook de behoefte aan actie door restaurants tegen voedselverspilling groter; Nederlanders zijn vaker van mening dat restaurants meer moeten doen tegen voedselverspilling (69% in 2014 vs. 79% in 2018). Restaurants zouden volgens bijna zeven op de tien (onder meer) áltijd een doggybag moeten aan te bieden als er eten overblijft (69%; een stijging t.o.v. 54% in 2014). Vooral vrouwen zouden graag zien dat restaurants (meer) in actie komen; vrouwen vinden vaker dat restaurants meer moeten doen tegen voedselverspilling (84% vs. 74%) en dat restaurants altijd een doggybag moeten aanbieden aan bezoekers die eten laten liggen (75% vs. 63%).

Overzicht significante verschillen 2014 vs. 2015 vs. 2018:

	2014	2015	2018
Ik neem nooit eten mee naar huis	79,1%*	73,5%	68,2%
Stelling: "Ik vind dat restaurants meer moeten doen tegen voedselverspilling" (% (helemaal) mee eens)	68,5%	76,9%	84,4%*
Stelling: "Ik vind dat restaurants altijd een doggybag aan moeten bieden als er eten blijft staan" (% (helemaal) mee eens)	53,5%	63,0%	68,7%*
Stelling: "Ik vind dat elk restaurant 2 varianten per gerecht moet aanbieden: een kleine en een grote portie" (% (helemaal) mee eens)	54,7%	69,1%*	66,1%
Stelling: "Ik vind het gênant om in een restaurant om een doggybag te vragen" (% (helemaal) mee eens)	52,4%*	47,3%	44,2%
Stelling: "Ik laat mijn overgebleven eten liever weggooien dan dat ik een doggybag vraag" (% (helemaal) mee eens)	24,6%*	21,4%	15,9%
Stelling: "Ik heb weleens om een doggybag gevraagd in een restaurant" (% wel van toepassing)	18,2%	20,8%	29,5%*
Stelling: "Ik heb weleens een doggybag aangeboden gekregen in een restaurant" (% wel van toepassing)	26,6%	30,5%	40,5%*
Stelling: "Ik neem weleens een doggybag mee uit een restaurant" (% wel van toepassing)	n.v.t.	21,1%	28,4%*
Stelling: "Ik heb weleens om een doggybag gevraagd in een restaurant" (% wel van toepassing)	18,2%	20,8%	29,5%*
Stelling: "Ik heb een hekel aan voedselverspilling" (% (helemaal) mee eens)	77,9%	81,6%	84,4%*
Stelling: "Ik laat mijn overgebleven eten liever weggooien dan dat ik een doggybag vraag" (% (helemaal) mee eens)	24,6%*	21,4%	15,9%

*significant hoger percentage

Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording

SNM Doggybag 2018

Onderzoeksmethode	Online
Selectie	Nederlanders van 16 jaar en ouder
Doelgroep	Nederlanders van 16 jaar en ouder die weleens uit eten gaan
Bron	PanelWizard
Bruto steekproef	1533
Netto steekproef (# op vrg 1)	832
Netto steekproef na selectie	794
Volledige vragenlijsten (netto)	774
Responspercentage	60%
Datum start veldwerk	18-sep
Datum veldwerk gereed	24-sep
Betrouwbaarheidsniveau*	95%
Maximale afwijking*	3,5%
Representatief naar:	Geslacht, leeftijd, gezinssituatie, arbeidsparticipatie, opleiding
Weging	Niet van toepassing

Respons breakdown	aantal
bruto steekproef	1533
bouncers (schatting)	61
buiten selectie	38
verwijderd na datacheck	52
afgebroken vragenlijsten	20
geen medewerking	588
Volledige vragenlijsten	774

* Bij 774 afgenomen vragenlijsten valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,5% kan 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	49,3	48,9
Vrouw	50,7	51,1
N		832

Leeftijd	% gewenst**	% behaald
16-29 jaar	21,2	17,9
30-39 jaar	14,6	15,9
40-49 jaar	17,3	17,4
50-59 jaar	17,6	18,8
60 jaar en ouder	29,2	30,0
N		832

Gezinssituatie	% gewenst**	% behaald
Eénpersoons	21,3	23,9
Meerpersoons (zonder kinderen <18)	47,7	48,0
Meerpersoons met kinderen (jongste <13)	21,0	19,4
Meerpersoons met kinderen (jongste 13-17)	10,0	8,8
N		832

Arbeidsparticipatie	% gewenst**	% behaald
Fulltime (35 uur of meer)	31,1	33,7
Parttime (12 t/m 34 uur)	21,7	21,3
Niet werkend (0 t/m 11 uur)	47,2	45,1
N		832

Opleiding	% gewenst**	% behaald
Laag	31,6	27,8
Midden	41,6	43,5
Hoog	26,8	28,7
N		832

** 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.

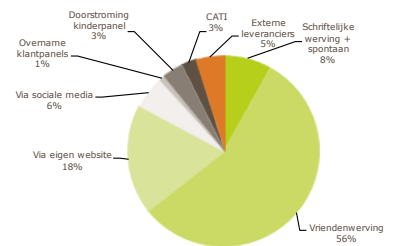
- 31.000 actieve leden (peiljaar 2018)
- ISO-gecertificeerd panel (ISO 26362)
- Ondersteund door onderzoeksexpertise Kien
- PanelWizard Direct & Kien beide aangesloten bij MOA en ESOMAR en ISO 20252 gecertificeerd



Werving

De werving van panelleden vindt plaats via verschillende bronnen (zie grafiek).

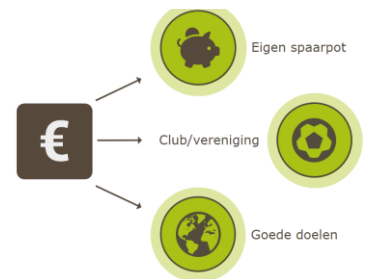
- Zoveel mogelijk werken met 'verse' panelleden
- Inschrijvers worden eerst aspirantleden en pas definitief toegelaten tot panel na reactie op bevestigingsmail (*double opt-in*) en controles op antwoordgedrag (screeningsonderzoek)
- Mogelijkheid tot *river recruitment* voor specifieke doelgroepen; gerichte *member-get-member* actie waarbij panelleden die voldoen aan bepaalde criteria worden gevraagd anderen uit dezelfde doelgroep te werven via bijv. mail of sociale media



PanelWizard Direct leden: 31.033

Motivatie

- Korte en afwisselende vragenlijsten om panelleden gemotiveerd en fris te houden
- Standaardbeloning €0,10 per vraag; 100% koppeling tussen inspanning en beloning
- Beloning zelf houden, sparen voor club/vereniging of doneren aan een goed doel
 - Afgelopen jaren [€124.496](#) geschonken aan goede doelen (peildatum mei 2018)
- Onderzoeksresultaten worden teruggekoppeld waardoor panelleden betrokken blijven
- Hoge betrokkenheid en motivatie blijkt uit het hoge gemiddelde responspercentage; 65%



Steekproeftrekking en representativiteit

- Steekproeftrekking o.b.v. de Gouden Standaard
- Standaard representatief uitgestuurd op 6 kernvariabelen
- Door hoog responspercentage vrijwel altijd representatieve netto steekproef
- Wanneer niet representatief: respons uit overtollige groepen verwijderen (*non-interlocked*) of eventueel resultaten wagen

Steekproef standaard representatief op:

Geslacht	Regio
Leeftijd	Gezin
Opleiding	Arbeid

Kwaliteit panel en onderzoeken

Betrouwbaarheid van het online veldwerk wordt nauwlettend gecontroleerd:

- Vóór elk onderzoek wordt een controlevraag gesteld naar geslacht en leeftijd van de respondent, waarmee wordt gecontroleerd of de beoogde respondent deelneemt
- Ná elk onderzoek worden kwaliteitscontroles uitgevoerd op de snelheid, lengte, antwoordpatronen en de inhoud van open antwoorden
- Onbetrouwbare, te snelle en niet-serieuze respons wordt verwijderd en bij twee overtredingen worden panelleden uitgeschreven.
- Panelleden die al enige tijd geen uitnodiging hebben gehad, krijgen voorrang bij versturen van nieuwe uitnodigingen



Onderhoud en beheer

- Na ieder onderzoek wordt het panelid verzocht om de eigen gegevens te controleren en indien nodig te updaten
- Panelleden worden ook tweemaal per jaar schriftelijk gevraagd om de eigen persoonsgegevens te actualiseren
- De persoonsgegevens van panelleden worden nimmer vrijgegeven, tenzij panelleden hier expliciet toestemming voor geven
- Non-respondenten en bouncers worden twee keer per jaar gecontroleerd en schriftelijk benaderd voor continuering van het panelidmaatschap

