

VEGAMONITOR 2020

Resultaten van een onderzoek naar de houding van Nederlanders ten aanzien van vegetarisch eten.

Plus aanvullend onderzoek naar de rol en invloed van huishoudens bij de keuze voor een vegetarische of niet-vegetarische maaltijd.



December 2020 - Januari 2021

**NATUUR
& MILIEU**

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	2
De Vegamonitor 2020	2
De hoofdvraag	2
Onderzoeksmethode	2
Resultaten peiling 2020	4
De verdeling in Nederland	4
Elke dag vleeseten: niet meer van deze tijd.....	4
Vegetarisch of vlees: een keuze maken	4
Een maaltijd is ook compleet zonder vlees.....	5
Vrouwen kiezen bewuster voor minder vlees dan mannen	5
De bewuste jongere generatie.....	5
Resultaten Discussiegroepen	6
De avondmaaltijd: rolverdeling	6
De avondmaaltijd: inspiratie	6
Meer vegetarisch eten: invloed en informatie	6
Redenen om vegetarisch te eten.....	6
Weerstand vegetarisch eten.....	7
Overtuigen vegetarisch eten.....	7
Conclusies	8
Conclusie: de houding van Nederlanders	8
Conclusie: de rol in het gezin	8

INLEIDING

Natuur & Milieu zet zich dagelijks in voor een toekomstbestendig en duurzaam voedselsysteem. Aan de hand van het Menu van Morgen¹ wordt een duurzaam consumptiepatroon gestimuleerd, met aandacht voor het eten van minder dierlijke en meer plantaardige eiwitbronnen.

In de Vegamonitor worden vanuit Natuur & Milieu trends gesignaleerd rondom plantaardig eten, zodat er meer richting gegeven kan worden aan de eiwittransitie naar een meer plantaardig en vegetarisch menu². De Vegamonitor geeft onder meer inzicht in de vleesconsumptie van de Nederlander en brengt de houding van Nederlanders ten aanzien van vegetarisch eten in kaart. Natuur & Milieu brengt sinds 2015 ieder jaar de Vegamonitor uit om nieuwe (consumptie)trends en veranderingen in gedrag en houding inzichtelijk te maken.

DE VEGAMONITOR 2020

Als het gaat om plantaardig eten, zijn er verschillende consumentenprofielen. Sommigen identificeren zich als veganisten, anderen noemen zichzelf vegetariërs, flexitariërs of vleeseters. In de editie van 2019³ zagen we dat de relaties en interacties bepalende factoren zijn als het gaat om de keuzes rond plantaardig eten.

Vandaag de dag is er echter weinig bekend over welke interacties en gezinsrelaties⁴ de menuvoorkeur beïnvloeden. Tegelijkertijd blijkt uit de Vegamonitor 2019, dat familierelaties- en gewoontes een belangrijke rol spelen bij de keus voor een (meer) vegetarische levensstijl. Zo gaf 73% van de respondenten in 2019 aan dat de gewoonten van familieleden de belangrijkste reden is om geen vlees te eten en gaven zowel mannen als vrouwen aan dat hun partner een rol speelt in de keuze voor vlees of geen vlees in een weekmenu.

Een diepgaande analyse over gezinsrelaties m.b.t. de keuze voor een vegetarische of niet-vegetarisch was tot op heden nog niet te vinden, terwijl meer inzichten op dit vlak richting kunnen geven aan (nieuwe) innovatieve projecten en samenwerkingen voor de eiwittransitie naar een plantaardiger menu binnen de voedselindustrie en retail. Daarom is er in 2020 gekozen om, naast de jaarlijkse peiling, meer verdieping aan te brengen in de Vegamonitor door de relaties- en interacties binnen huishoudens met kinderen verder te onderzoeken.

DE HOOFDVRAAG

De Vegamonitor 2020 is gericht op twee zaken. Inzicht krijgen in hoe de houding van Nederlanders ten aanzien van het eten van vlees (of niet) zich ontwikkelt en beter begrijpen welke rol de leden van het huishouden hebben op de keuze om wel of niet minder vlees en vis te eten.

Als organisatie wil Natuur & Milieu er vooral achter komen hoe Nederlanders geholpen kunnen worden om minder vlees en meer plantaardig te gaan consumeren. Daarom is de hoofdvraag van het verdiepend onderzoek:

Wat zijn de uitdagingen binnen een huishouden met kinderen om minder vlees en vis te eten en waar liggen kansen?

Het verdiepende gedeelte van het onderzoek is gericht op huishoudens met kinderen, daarom wordt de hoofdvraag vanuit twee verschillende invalshoeken benaderd:

1. Hoe krijg ik mijn ouders zover om minder vlees en vis te eten?
2. Hoe krijg ik mijn kinderen zover om minder vlees en vis te eten?

ONDERZOEKSMETHODE

De Vegamonitor is een toegepast onderzoek waarbij trends en ontwikkelingen op het gebied van plantaardig consumeren in kaart worden gebracht. Voor de Vegamonitor 2020 is er gebruik gemaakt van twee (hoofd)onderzoeksmiddelen, namelijk een kwantitatieve enquête en kwalitatieve discussiegroepen.

Door middel van een kwantitatieve enquête, uitgevoerd door Kien Onderzoek, is onderzocht of de houding ten aanzien van het eten van vlees en een vegetarisch eetpatroon veranderd is ten aanzien van voorgaande jaren. Hierbij is gebruik gemaakt van een online onderzoek onder panelleden van het

¹ <https://www.natuurenmilieu.nl/themas/voedsel/projecten-voedsel/menu-van-morgen/>

² <https://www.natuurenmilieu.nl/themas/voedsel/projecten-voedsel/menu-van-morgen/wat-is-het-menu-van-morgen/>

³ <https://www.natuurenmilieu.nl/themas/kenniscentrum/vegamonitor-2019/>

⁴ Indien er in dit rapport gesproken wordt over 'gezin/ gezinnen/ gezinsrelatie/ gezinsleden', dan wordt er verwezen naar huishoudens met kinderen.

onderzoekspanel PanelWizard Direct: met als doelgroep Nederlanders van 16 jaar en ouder, representatief voor Nederland op geslacht, leeftijd, opleiding, gezinssituatie, arbeidsparticipatie en regio. In totaal hebben 1169 respondenten deelgenomen aan het onderzoek.

Om dit jaar verder inzicht te krijgen in de invloed van gezinsrelaties en gewoontes op het eetpatroon is er een verdiepend onderzoek uitgevoerd onder huishoudens met kinderen in de vorm van vier discussiegroepen:

- Twee discussiegroepen bestaande uit kinderen tussen de 10-16 jaar: onderverdeeld in één groep jongere kinderen (10 - 13 jaar) en één groep oudere kinderen (15 - 16 jaar), om verschillen tussen jongere en oudere kinderen makkelijker te analyseren
- Twee discussiegroepen bestaande uit ouders

De deelnemers in de discussiegroepen, waarmee gesproken is, zijn allen afkomstig uit huishoudens met kinderen, waarbij het oudste kind minimaal 10 jaar is. Daarnaast zijn alle deelnemers uit de discussiegroepen reeds al of net overgestapt naar een meer vegetarisch voedingspatroon of willen hier (nog meer) mee aan de slag gaan. Ook zijn alle deelnemers, waarmee gesproken is, intrinsiek gemotiveerd om de andere leden binnen het huishouden te overtuigen (meer) vegetarisch te eten.

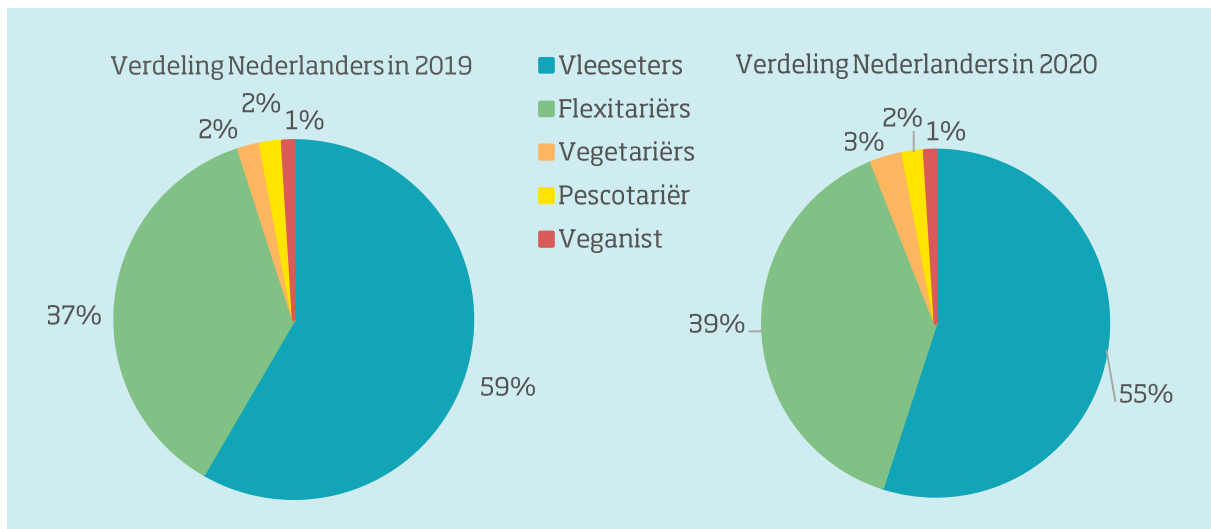
RESULTATEN PEILING 2020

Om inzicht te krijgen of er veranderingen hebben plaatsgevonden in de houding en het gedrag van Nederlanders ten aanzien van het (minder) eten van vlees, is er een peiling gehouden onder Nederlanders. Hieronder volgen de belangrijkste resultaten.

DE VERDELING IN NEDERLAND

Van de Nederlanders van 16 jaar en ouder ziet meer dan de helft zich in 2020 als vleeseter. Daarnaast typeren bijna vier op de tien Nederlanders zich als flexitariër; zij slaan het eten van vlees en vis bewust één of meerdere dagen per week over. Het percentage Nederlanders dat zichzelf vegetariër, pescotariër of veganist noemt is echter nog beperkt. Ten opzichte van 2019 heeft er een kleine maar noemenswaardige verschuiving plaatsgevonden: het aantal mensen dat zichzelf typeert als vleeseter is in 2020 afgenomen (55% vs. 59% in 2019), daarnaast typeren juist meer mensen zich in 2020 als flexitariër (39% vs. 37%).

Figuur 1: verdeling Nederlanders in 2019 (links) en 2020 (rechts)



Nederlanders eten gemiddeld 4 ½ dag in de week vlees bij de hoofdmaaltijd en 2 ½ dag vegetarisch. Vis wordt gemiddeld minder dan 1 keer per week op tafel gezet bij het diner. Zes op de tien Nederlanders (61%) kiezen tenminste 1 keer per week een vegetarisch gerecht als hoofdmaaltijd.

ELKE DAG VLEES ETEN: NIET MEER VAN DEZE TIJD

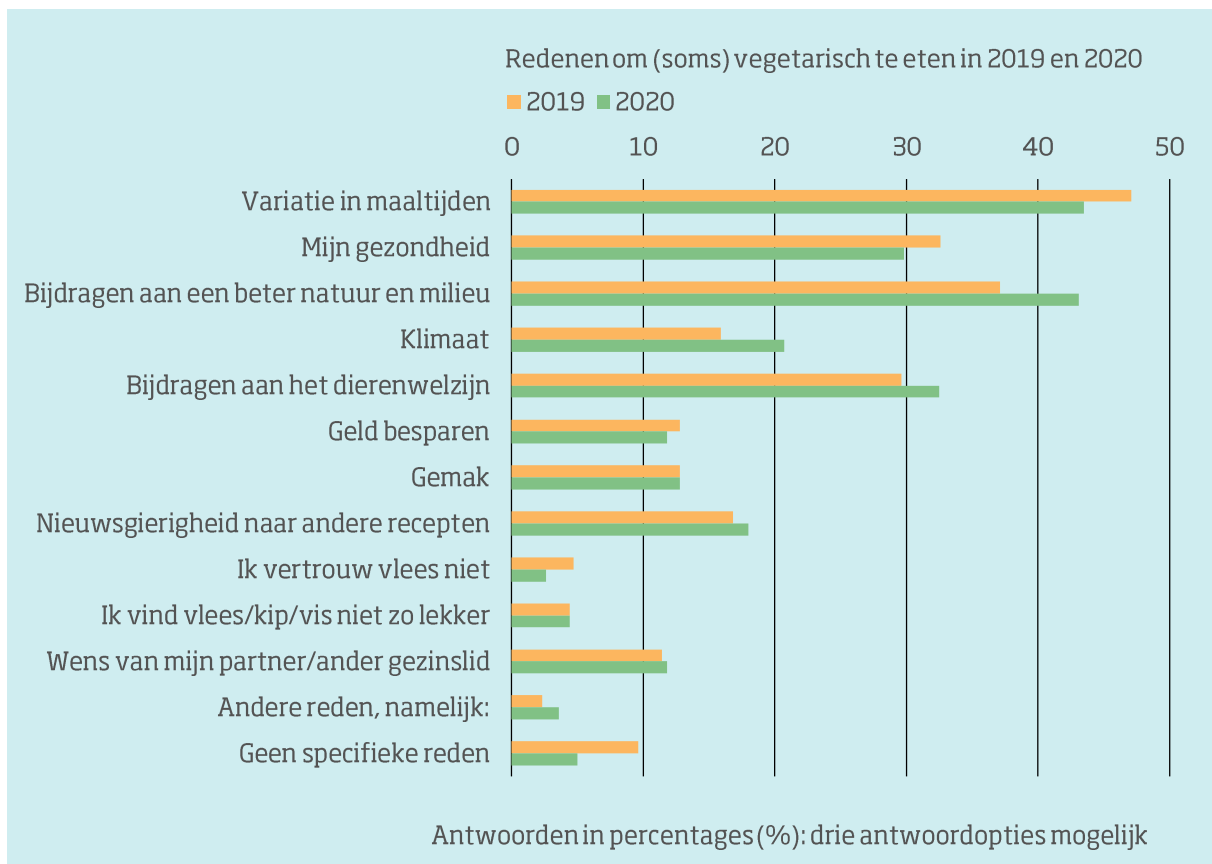
Bijna de helft van de Nederlanders is het er mee eens is dat elke dag vlees eten niet meer van deze tijd is (48%). Zesenzestig procent van de Nederlanders geeft aan zich bewust te zijn van de impact van vleesproductie op het milieu en zes op de 10 Nederlanders denkt dat minder vlees eten de norm wordt in Nederland. Ten opzichte van 2016 en 2017 zegt men de afgelopen 2 jaar dan ook vaker dat zij het gevoel hebben dat minder vlees eten de norm wordt (55% vs. 63%). Daarnaast heeft 1/3 van de Nederlandse huishoudens het voornemen om in 2021 minder vlees te eten dan in 2020. Ook geeft meer dan de helft van de Nederlandse huishoudens (56%) aan dat de afgelopen twee jaar de vleesporties op het eigen bord kleiner zijn geworden.

VEGETARISCH OF VLEES: EEN KEUZE MAKEN

De keuze om wel of niet vegetarisch te eten verschilt per dag en hangt voor een groot gedeelte af van waar iemand die dag zin in heeft of niet (67%). Kijkend naar voorgaande jaren speelt deze reden in 2020 wel een kleinere rol en zien we een daling van 7% ten opzichte van 2019.

Variatie (44%) en bijdragen aan een beter natuur en milieu (43%) zijn de meest genoemde redenen om (weleens) vegetarisch te eten. Daarnaast zijn dierenwelzijn en de eigen gezondheid belangrijke motivaties. In 2020 is de reden om (soms) vegetarisch te eten vaker dan in 2019 dat men wil bijdragen aan een beter natuur en milieu (43% vs. 37%) en het klimaat (21% vs. 16%). Daarnaast geeft 30% van de Nederlandse huishoudens aan vooral minder vlees te eten voor de volgende generatie.

Figuur 2: redenen van Nederlanders om (soms) vegetarisch te eten in 2019 en 2020



EEN MAALTIJD IS OOK COMPLEET ZONDER VLEES

In 2020 zijn variatie (44% vs. 31% in 2019) en omdat men niet tevreden is over het aanbod van kant-en-klare vleesvervangers (18% vs. 13% in 2019) vaker redenen om wel voor vlees te kiezen. Ook vindt 4 op de 10 Nederlandse huishoudens vleesvervangers te duur. Daartegenover staat wel dat men in 2020 veel minder vaak aangeeft dat een maaltijd niet compleet is zonder vlees (33% vs. 60% in 2019).

VROUWEN KIEZEN BEWUSTER VOOR MINDER VLEES DAN MANNEN

In 2020 zijn vrouwen nog steeds meer bewust bezig met minder vlees eten dan mannen. Ook in voorgaande jaren is dit het geval. Waar mannen zichzelf vaker vleeseter noemen, kiezen vrouwen vaker voor de term flexitariër als typering van hun eetgedrag. Vrouwen eten gemiddeld vaker een vegetarische warme maaltijd. Daarnaast eten vrouwen vaker weleens vlees omdat het de wens van hun partner of ander gezinslid is (24% vs. 11% bij mannen). Daartegenover staat wel dat mannen vaker weleens vegetarisch eten vanwege de wens van hun partner (18% vs. 7% bij vrouwen).

DE BEWUSTE JONGERE GENERATIE

De jongere generatie (tot 40 jaar) maakt zich meer zorgen over de vleesindustrie dan de oudere generatie Nederlanders. Nederlanders onder de 40 jaar zijn zich vaker bewust van de impact van de vleesindustrie op het milieu: 71% onder Nederlanders tot 40 jaar vs. 63% onder veertigplussers. Daarnaast vindt deze groep vaker dat 'vleeseten niet meer van deze tijd is'. Redenen voor jongeren om weleens vegetarisch te eten zijn veel vaker aan het milieu gekoppeld. Bijvoorbeeld omdat ze bij willen dragen aan een beter natuur en milieu (49% vs. 39%) en vanwege het klimaat (31% vs. 14%). Vooral bij de jongere generatie onder de 30 jaar wordt deze redenen meer genoemd.

RESULTATEN DISCUSSIEGROEPEN

Om inzicht te krijgen in waarom huishoudens met kinderen (soms) vegetarisch eten en wie er binnen het huishouden bepaald of er vegetarisch gegeten wordt, is er een verdiepend onderzoek uitgevoerd in de vorm van vier discussiegroepen. Alle deelnemers in het onderzoek volgen een flexitairisch dieet, waarbij geleidelijk minder vlees gegeten wordt. Hieronder volgen de belangrijkste resultaten.

DE AVONDMAALTIJD: ROLVERDELING

Binnen de verschillende huishoudens met kinderen zijn het de ouders die de gerechten koken en bepalen wat er in een week gegeten wordt. Opvallend is dat hierbij tot op zekere hoogte rekening wordt gehouden met de wensen van de kinderen, door niet iets op tafel te zetten dat de kinderen zelf niet lekker vinden. Zo worden bijvoorbeeld uitgesproken smaken (pittig of gekruid) vermeden.

“De kinderen bepalen. Je houdt er rekening mee, niet te pittig, geen harde stukken.”

DE AVONDMAALTIJD: INSPIRATIE

De huishoudens met kinderen gebruiken verschillende informatiebronnen voor het bereiden van avondmaaltijden, waaronder kookprogramma's, supermarktmagazines en internet (Google). Het merendeel van de (volwassen) gezinsleden geeft aan dat ook supermarktaanbiedingen bepalend zijn voor wat er op tafel wordt gezet.

“Kofta hebben we gegeten, dat is tomatensaus met courgette en zilvervliesrijst. Ik ben hiertoe gekomen omdat de courgettes in de aanbiedingen waren.”

MEER VEGETARISCH ETEN: INVLOED EN INFORMATIE

Zowel de kinderen als de ouders geven in het onderzoek aan dat de media bepalend is voor hun keuze om vaker vegetarisch te eten. Zo worden o.a. televisieprogramma's en documentaires benoemd als bepalende factoren, ook bij de oudere kinderen (15-16 jaar).

“Ik hoorde over uitstoot, in een filmpje van Arjen Lubach, toen pas besepte ik hoe slecht het eigenlijk was en dacht daar moet ik wat aan gaan doen. Dat filmpje ging over uitstoot. Een aantal vriendinnen van mij eten ook vegetarisch.” (16 jaar)

De kinderen geven vaker aan dan de ouders dat ze ook op social mediakanalen, als YouTube en TikTok, informatie kunnen vinden over vegetarisch eten (in de vorm van filmpjes). Opvallend is dat enkele jongere kinderen (10 - 12 jaar) aangeven informatie 'per ongeluk' tegen te komen. Om een voorbeeld te geven: als er door de kinderen gezocht wordt naar afbeeldingen of filmpjes van varkens, verschijnen er ook afbeeldingen en filmpjes waarop dierenleed te zien is. Het zien van deze 'meer schokkende' beelden heeft invloed op de keuze bij een kind om bijvoorbeeld minder (of geen) varkensvlees meer te eten. Daarnaast geven de kinderen aan dat er ook op school, bijvoorbeeld tijdens maatschappijleer, gesproken wordt over de (milieu)impact van de vleesindustrie en voordelen van een meer vegetarisch voedingspatroon.

“Het is hartstikke zielig zei mijn zus hoe ze geslacht worden.” (10-12 jaar)

Ook vrienden, kennissen e.a. familieleden spelen een rol bij de keuze om vegetarische maaltijden op tafel te zetten (of niet). Dit blijkt tevens uit de resultaten van de peiling, waarbij 1 op de 5 huishoudens met kinderen (leeftijd 13 t/m 17 jaar) aangeven door de kinderen geïnspireerd te worden om minder vlees te gaan eten. Google wordt onder zowel de ouders als de kinderen ingezet als primaire informatiebron om meer te weten te komen over vegetarisch eten.

REDENEN OM VEGETARISCH TE ETEN

Dierenleed en het milieu (waterverbruik en CO₂ uitstoot) worden door zowel de kinderen als de ouders genoemd als voornaamste reden om vegetarisch te eten. Opvallend is dat jongere kinderen (10 - 12 jaar) vaker dierenleed benoemen als reden om minder vlees te eten. Ouders en kinderen van 15 en 16 jaar benoemen ook het milieu en watergebruik als belangrijke redenen. Ook gezonder leven/ de gezondheid wordt door zowel de ouders als de kinderen genoemd als reden om vlees te laten staan.

“Eerst at ik vooral minder of geen vlees vanwege de dieren (dierenwelzijn), nog steeds wel, maar ook de route om vlees op het bord te krijgen (transport/CO₂-uitstoot) en het waterverbruik is groot” (16 jaar).

VERSCHIL IN PRODUCTEN

Het eten van vis wordt door de huishoudens met kinderen als 'anders dan vlees' beschouwd. Vooral de kinderen zien het eten van vis als 'minder zelig'. Bijna alle (volwassen) respondenten geven aan vis te eten, maar vermijden bijvoorbeeld (kweek)vissoorten als Tilapia en Pangasius, vanwege het antibiotica gebruik bij de kweek.

"Ik ben gestopt met kweekvis, is hetzelfde als kip die volgespoten wordt; dit is overduidelijk bewezen."

Een ander opvallend resultaat is dat bij enkele huishoudens varkensvlees minder of zelfs helemaal niet meer gegeten wordt. De kinderen geven aan minder of geen varkensvlees te eten, omdat (in hun ogen) de leefomstandigheden van varkens nog slechter zijn dan die van koeien en kippen. De ouders eten minder of geen varkensvlees vanwege gezondheidsredenen.

*"We eten minder varken dan koe, een koe heeft langer geleefd, een fijner leven gehad."
(10-12 jaar)*

WEERSTAND VEGETARISCH ETEN

Tijdens de groepsdiscussies is er gericht gekeken wie er binnen het huishouden bepaald of en wanneer er vegetarisch gegeten wordt of niet. Het lijkt erop dat de kinderen binnen het huishouden vrij zijn om aan te geven of en wanneer ze vegetarisch willen eten (en wanneer niet). Komt het initiatief om meer vegetarisch te eten van de kinderen, dan betekent dit echter niet gelijk dat er door de ouders apart gekookt wordt, in de vorm van andere gerechten. Wordt er een keer met vlees gekookt, dan hebben de kinderen de keus om hetzelfde gerecht te eten als hun ouders, maar dan bijvoorbeeld met minder of zonder vlees.

"Heel af en toe moet ik het mee eten, dan gaan ze het niet apart maken. Vaak zit het vlees er dan doorheen." (16 jaar)

Als de wens om meer vegetarisch te eten van de ouders komt, wordt er tot op zeker hoogte rekening gehouden met andere gezinsleden. Met name vaders en zonen geven in het huishouden vaker aan vlees te willen eten. Er worden dan bijvoorbeeld wel bewust meerdere potjes gekookt (met vlees) om ook aan hun wensen te voldoen. Echter geeft 56% van de Nederlandse huishoudens met kinderen in de peiling aan dat iedereen binnen het huishouden hetzelfde eet wanneer er vegetarisch wordt gekookt. Slechts een klein deel lijkt zich dus volledig aan te passen aan de wens van anderen binnen het huishouden.

"Andijvie schotel met kaas uit oven aten we gisteren, met een soort gehaktballetjes van tofu. 1 gewone gehaktbal voor zoon van 16, die wil echt vlees."

OVERTUIGEN VEGETARISCH ETEN

Binnen de huishoudens met kinderen wordt nauwelijks geprobeerd om elkaar te overtuigen om meer vegetarisch te gaan eten. Sterker nog, de meerderheid lijkt zich gewoon aan te passen aan de wens van de ander. Worden er argumenten gebruikt, dan hebben deze argumenten vaak te maken met dierenleed en het milieu. Waar de kinderen vooral zouden inspelen op dierenleed om hun ouders te overtuigen, kiezen ouders voor een combinatie van argumenten over dierenleed en het milieu.

"Het is onbegonnen werk. Mijn man is best bereid om 2 dagen per week mee te doen. Ik heb wel iets van succes geboekt maar ik heb geen fantastische argumenten om hem helemaal om te krijgen."

CONCLUSIES

De Vegamonitor 2020 is gericht op twee zaken. Enerzijds is er gekeken naar hoe de houding van Nederlanders ten aanzien van het eten van vlees (of niet) zich ontwikkelt ten opzichte van voorgaande jaren, door middel van een jaarlijkse peiling.

Anderzijds is er ter verdieping gekeken welke rol de leden van het huishouden (met kinderen) hebben op de keuze om wel of niet minder vlees te eten. Bij het verdiepende onderzoek is gezocht naar een antwoord op de volgende hoofdvraag: wat zijn de uitdagingen en kansen binnen een huishouden met kinderen om minder vlees en vis te eten? De hoofdvraag is zowel vanuit de invalshoek van de ouders als van de kinderen bekeken. De belangrijkste conclusies van zowel de peiling als het verdiepende onderzoek worden besproken in de volgende paragrafen.

CONCLUSIE: DE HOUDING VAN NEDERLANDERS

Ten opzichte van voorgaande jaren is er een verschuiving te zien in argumenten waarom er (weleens) vegetarisch wordt gegeten. In 2020 is de reden om (soms) vegetarisch te eten vaker dat men wil bijdragen aan een beter milieu of klimaat. Milieu en klimaat vormen ten opzichte van eerdere jaren dus een nog belangrijkere drijfveer om vaker te kiezen voor een vegetarische maaltijd.

Een ander opvallend gegeven is dat 3/10 van de Nederlandse huishoudens aangeeft vooral minder vlees te eten voor de volgende generatie. En juist deze (volgende) jongere generatie (tot 40 jaar) lijkt zich meer zorgen te maken over de impact van de vleesindustrie op het milieu dan de oudere generatie. Jongeren kiezen vaker voor een vegetarische maaltijd, omdat ze bij willen dragen aan een beter natuur en milieu of vanwege het klimaat. Vooral de jongere generatie onder de 30 jaar lijkt zich steeds bewuster te worden van de gevolgen van het eten van vlees voor het klimaat en daarnaar te handelen.

CONCLUSIE: DE ROL IN HET GEZIN

Binnen huishoudens met kinderen spelen aanbiedingen een belangrijke rol bij de keuze voor het weekmenu. Veel gezinnen stemmen hun maaltijden af op wat er in de aanbieding is en passen hun maaltijden hierop aan. Aanbiedingen van vegetarische producten als groente en fruit, vleesvervangers en peulvruchten kunnen dus een belangrijk rol spelen in de keuze voor een vegetarische maaltijd.

Over het algemeen wordt er in Nederlandse huishoudens gegeten 'wat de pot schaft'. Meestal bereiden de ouders de maaltijden, maar dit betekent echter niet dat er geen ruimte is voor eigen inbreng vanuit de kinderen. Kinderen lijken de keuze te hebben om hetzelfde gerecht als hun ouders te eten, maar dan zonder (of juist met) vlees. Daarbij komt dat met name tieners (10 - 16 jaar) hun ouders inspireren om minder of geen vlees te eten.

Opvallend is dat er binnen het gezin weinig wordt geprobeerd om andere gezinsleden te overtuigen (met argumenten) om meer vegetarisch te gaan eten. Externe informatiebronnen als Google en tv-programma's lijken invloed te hebben op het standpunt van een gezinslid om wel of geen vlees te eten. Met name kinderen geven aan ook door (social)media (onbewust) beïnvloed te worden in hun keus vaker geen vlees te eten.

De Vegamonitor 2020 is mede mogelijk gemaakt door financiering van VegFund

