

# LNV Consumentenplatform

## Voedselverliezen, verspilde moeite?

Consumentenpanels

16 juni 2006

LNV Consumentenplatform

Voedselverliezen, verspilde moeite?

Bevat informatie over voedselverliezen in de keten, bij consumenten en de beelden die hierover bestaan.

Inhoud	Pagina
• Definitie van voedselverliezen	3
• Hoofdstuk 3 Consumentenonderzoek (deskstudy)	4
1. Inleiding	4
2. Voedselverlies door de consument	4
3. Oorzaken van voedselverlies	7
4. Terugdringen van voedselverliezen	9
5. Constateringen	10
Literatuurverwijzing	11
• Hoofdstuk 4 Impressieverslag consumentenpanels	12
1. Inleiding	12
2. Verlies in de keten	12
3. Verliezen bij de consument	16
4. Aanbevelingen van de deelnemers	20
• Colofon	21

## Definitie

Wat wordt verstaan onder het begrip voedselverliezen?

*Bij voedselverliezen gaat het om voedsel dat de rest- en/of afvalstromen ingaat en daarmee waarde verliest voor de consument en de ketenpartijen.*

Toelichting van deze definitie:

Voedselverliezen ontstaan niet alleen bij de consument of bij de supermarkt maar ook eerder in de voedselproductieketen. De voedselverliezen bestaan uit eind- of tussenproducten van de voedselproductie die door mensen kunnen of konden worden gegeten maar uiteindelijk met waardeverlies een andere bestemming vinden. Bij waardeverlies kan gedacht worden aan het verlies van financiële of maatschappelijke waarde. De overheid bestempelt producten die afgeprijsd worden door supermarkten of een nuttige bestemming vinden via bijvoorbeeld voedselbanken niet als voedselverlies. Dit voedsel wordt immers door mensen geconsumeerd en is dus niet op te vatten als rest- of afvalstroom. Er bestaan eind- of tussenproducten van de voedselproductie waarvoor het economisch meer rendabel is om ze in productieprocessen te gebruiken buiten de voedselketen, b.v. in de chemische industrie. Omdat dit niet leidt tot financieel waardeverlies wordt dit vanuit de optiek van de overheid niet gezien als voedselverlies.

Hieronder volgen 4 voorbeelden om bovenstaande toelichting te illustreren;

- Vaak ontstaan er bij het fabriceren van een voedselproduct andere goed eetbare producten waarvoor een andere toepassing wordt gevonden. Bijvoorbeeld vleesreepjes die te gebruiken zijn voor het maken van worst of resten van wortels die bruikbaar zijn voor het maken van wortelsap. Dit valt niet onder voedselverliezen.
- Bepaalde producten die ontstaan tijdens de voedselproductie zijn niet eetbaar voor mensen en vallen daarmee buiten de definitie. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan botten die overblijven na de slacht. Of bierbostel dat als bijproduct ontstaat bij het brouwen van bier.
- Als voedsel bedorven is en daardoor wordt weggegooid valt het wel binnen de definitie. Dit bederf had immers voorkomen kunnen worden en onder andere omstandigheden was het voedsel gewoon geconsumeerd.
- Sommige bijproducten van voedselproductie zijn in principe wel eetbaar maar niet of nauwelijks als voedsel verkoopbaar. Hierbij valt te denken aan stukken vet van dieren. Zulke producten kunnen soms meer geld opbrengen op een andere manier dan als gebruik voor voedsel. Dit is dan ook niet te beschouwen als voedselverlies.

Vanuit de overheid wordt bewust over voedselverliezen gesproken en niet over voedselverspilling. Het woord verspilling heeft een moralistische lading.

Het bedrijfsleven gebruikt in plaats van het woord voedselverliezen het woord derving om met name het financiële waardeverlies aan te duiden. De omvang van dit waardeverlies is zodanig dat deze private partijen het optreden van derving vooral om bedrijfseconomische redenen willen verminderen. Sinds januari 2006 wordt er hiervoor door een breed consortium bestaande uit bedrijfsleven en partijen uit de onderzoekswereld onder de naam Fresh on Demand gewerkt aan het opstellen van een kennis- en innovatieagenda. In deze agenda wordt onder het begrip derving verstaan: Het waardeverlies van versproducten in de keten dat ontstaat door kwaliteitsverlies. Derving kan daarbij resulteren in (een combinatie van) het weggooien van niet meer verkoopbare voorraad en het tijdig afprijzen van versproducten om dit te voorkomen. Opgemerkt kan worden dat niet alle ketenpartijen nadelen ondervinden van derving. Het speelt vooral een rol in de schakel waar derving optreedt. In de achtergrondinformatie wordt hier nader op ingegaan.

## Consumentenonderzoek (desk study)

---

### 1 Inleiding

Deze rapportage biedt inzicht in de meest relevante resultaten van onderzoeken die in Nederland en België hebben plaats gevonden naar voedselverliezen onder consumenten. Hoewel in dit dossier gesproken wordt over voedselverliezen (zie uitleg definitie op p.4), wordt in de beschreven onderzoeken vaak het minder neutrale woord voedselverspilling gebruikt.

In het eerste hoofdstuk komt aan de orde hoeveel voedselverlies bij de consument werkelijk optreedt, hoeveel hij denkt dat hij weggooit, en wat het profiel is van de 'verspillende' consument. Hoofdstuk twee laat de oorzaken van voedselverlies bij consumenten zien. In het derde hoofdstuk staat het terugdringen van voedselverlies vanuit consumentenperspectief van concrete oplossingen centraal. Ook wordt hier ingegaan op de vraag wie volgens de consument verantwoordelijk is voor het onnodig weggooien van voedsel én voor het terugdringen ervan.

Een aantal van de onderzoeken die in deze rapportage aan de orde komen, is afkomstig uit België. Ze zijn uitgevoerd in opdracht van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, dat met het Derde Afvalplan 2003-2007 een reductie van 10% organisch afval beoogt. Om dit te bereiken zijn verschillende onderzoeken en testprojecten onder consumenten uitgevoerd, onder andere naar voedselverlies. Hoewel de Nederlandse consument niet gelijk is aan de Belgische, geven de resultaten wel inzicht in factoren die van invloed kunnen zijn op voedselverliezen.

### 2 Voedselverlies door de consument

#### *Verlies van voedsel in huishoudens*

De hoeveelheid voedselverliezen in huishoudens is op twee manieren te berekenen. Sommige onderzoeken zetten het aandeel voedselafval af tegen de hoeveelheid voedsel die in huis is gehaald (de voedselconsumptie). Andere onderzoeken kijken naar de hoeveelheid afval en het aandeel voedselafval daarbinnen (de zogenaamde afvalanalyses).

Milieu Centraal biedt cijfers over de eerste methode: de hoeveelheid voedselafval ten opzichte van de totale consumptie. Op basis van verschillende bronnen concludeert Milieu Centraal dat de totale hoeveelheid voedselafval in huishoudens 21-27% is van het in huis gehaalde voedsel, dat is 235 à 295 kg. (1). Uit andere bronnen blijkt volgens Milieu Centraal dat de hoeveelheid voedselverlies tussen de 10-15% van de totale consumptie ligt, ofwel tussen 110-165 kg voedsel. Daarmee is de helft vermijdbaar afval, dus verlies. (En de andere helft dus onvermijdbaar zoals botten en schillen) Het NIBUD berekende in 2004 dat 15% voedselverlies overeenkomt met € 330 per jaar (2).

Bij afvalanalyses - de tweede methode - wordt gekeken naar de precieze samenstelling van het afval. In 2001 heeft onderzoeksbureau CREM gekeken welk percentage van het huishoudelijk restafval in Amsterdam GFT afval is. Uit dit onderzoek bleek dat 36% uit GFT afval bestaat, waarvan één derde niet genuttigd voedsel is (geciteerd in bron 1). Hierbij gaat het om 39 kg aangerode voedselresten (maaltijdresten en aangebroken producten), om 25 kg onaangerode voedselresten (voedingsmiddelen die nog in hun schil of verpakking zitten) en om 15 kg brood per huishouden per jaar. Bij elkaar opgeteld is dit een verlies van 11% van het huishoudelijk restafval in Amsterdam, wat neerkomt op 76 kg per huishouden (33 kg per persoon). Dit is minder dan de totale verliezen van

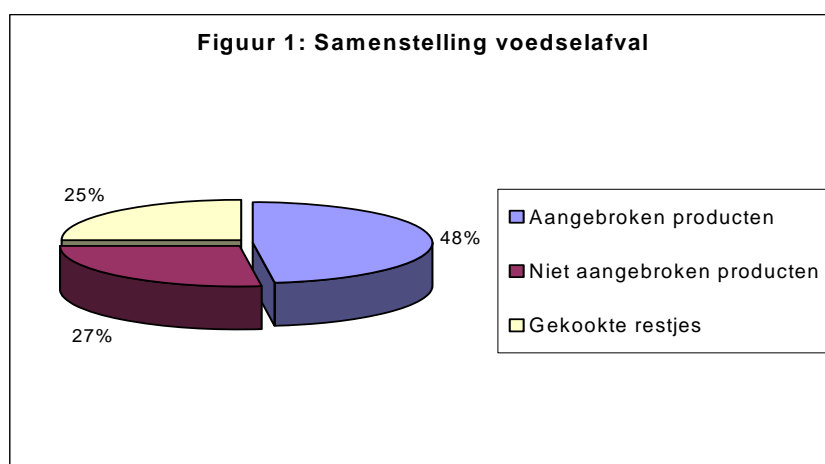
110-165 kg voedsel in Nederlandse huishoudens omdat er alleen gekeken is naar het voedselafval in het restafval, en niet in het GFT afval.

Milieu Centraal heeft, op basis van cijfers van het Voedingscentrum (16) een schatting gemaakt van de verliezen van verschillende categorieën voedingsmiddelen per persoon per jaar (1):

Tabel 1: Gemiddeld verlies in kg per huishouden per jaar

Productgroep	Gemiddelde jaarconsumptie (kg per huish.)	Verlies in huishouden (schatting)	Gemiddeld verlies per jaar (in kg)
Aardappelen	96	10%	10
Fruit	88	15%	13
Groente	103	15%	16
Graanproducten	37	15%	6
Brood	113	15%	17
Zuivel	355	10%	36
Vis	9	10%	1
Vlees en vleeswaren	91	10%	9
Oliën en vetten	40	10%	4
Eieren	20 (414 stuks)	10%	2 (41 stuks)
Rijst	10 (schatting)	15%	2
Overig	134	15%	20
<b>Totaal</b>	<b>1096 kg</b>		<b>136 kg</b>

Het Brusselse Instituut voor Milieubeheer (BIM) heeft in 2004 onderzoek laten uitvoeren naar de samenstelling van het afval bij Brusselse huishoudens (3). Hieruit bleek dat 12% van het gewicht van de afvalzak voedselafval is. Van dit voedselafval bestond 48% uit aangebroken producten zoals brood, gebak, koekjes, fruit en groenten, 27% uit producten waarvan de houdbaarheidsdatum was verstreken (vooral fruit en groenten, vervolgens vlees, zuivel en kant-en-klare schotels) en 25% uit gekookte restjes (zie figuur 1).

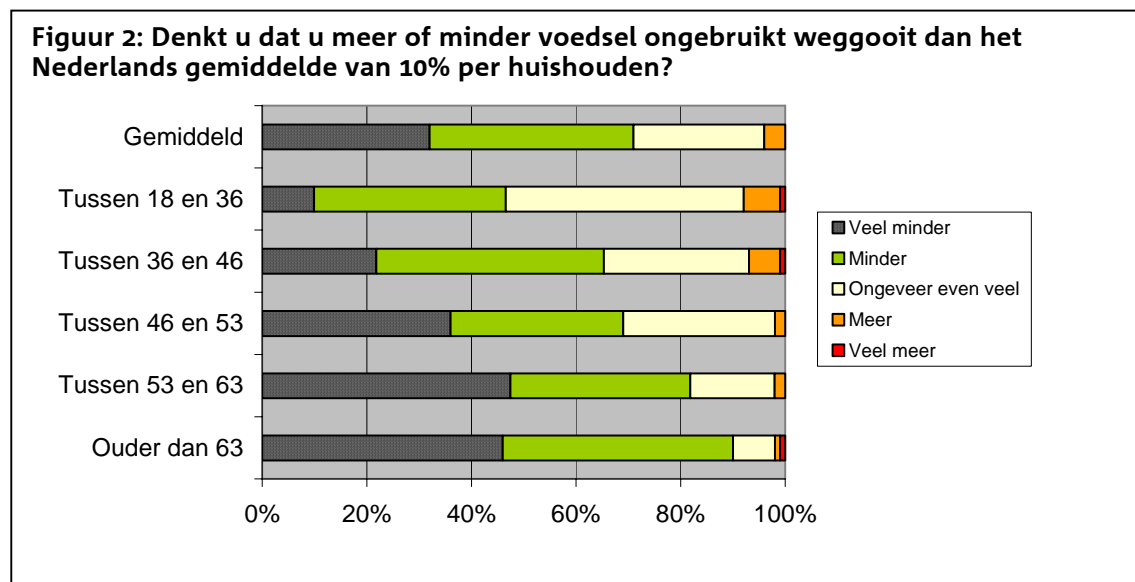


Volgens BIM laten deze cijfers zien dat mensen een probleem hebben met het beheer van de gekochte hoeveelheden (bijna de helft bestaat uit aangebroken producten) en met het beheer van vervaldata (ruim een kwart zijn niet aangebroken producten). Een kleinschalig kwalitatief onderzoek van het Belgische Centre de Psychologie de l'opinion (ULB) naar de perceptie en het gedrag van consumenten bij voedselverlies, stelt dat er vooral brood weggegooid wordt en (in het seizoen) ook groente en fruit, maar veel minder vlees (4).

### Perceptie van de consument over zijn gedrag

In 2001 liet Milieu Centraal een kleinschalig kwalitatief onderzoek doen naar de achtergronden van consumentengedrag met betrekking tot voedselverliezen. Hieruit bleek dat consumenten hun eigen voedselverliezen onderschatten (7).

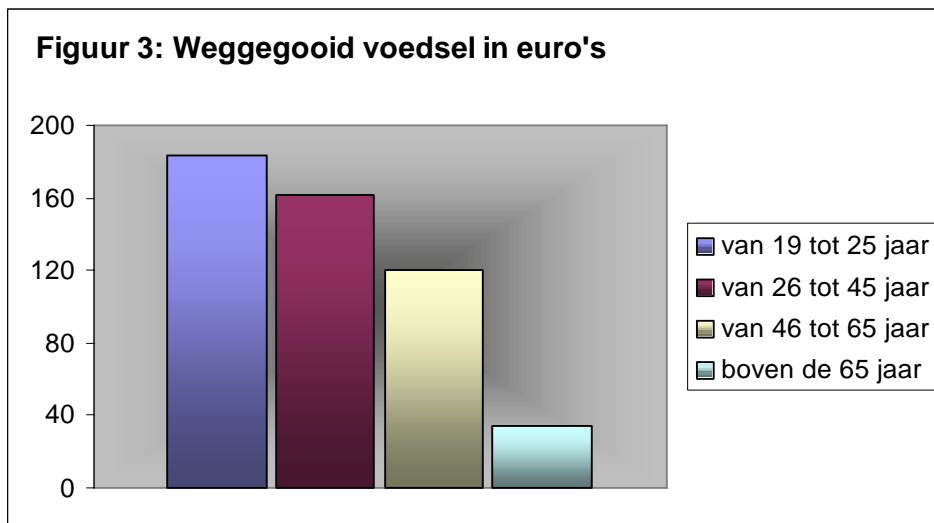
In maart 2006 heeft Milieu Centraal opnieuw onderzoek gedaan naar de perceptie van consumenten over hun eigen gedrag, ditmaal kwantitatief (DigiPanel). Hieruit bleek dat 71% van de respondenten denkt (veel) minder ongebruikt voedsel weg te gooien dan de gemiddelde landgenoot (6). 25% denkt ongeveer evenveel weg te gooien, en slechts 4% denkt meer weg te gooien dan gemiddeld. Figuur 2 laat zien hoe mensen hun eigen gedrag inschatten, gespecificeerd naar leeftijd. Uit dit figuur blijkt dat naarmate mensen ouder zijn, zij vaker denken minder weg te gooien dan gemiddeld. Dat dit ook zo is, blijkt uit de volgende paragraaf, waar het profiel van de 'verspillende' consument uiteengezet wordt (zie ook figuur 3). Hoewel dit tot de mogelijkheden behoort, is hiermee niet gezegd dat jongeren meer rekening gaan houden met verliezen naarmate ze ouder worden.



Overigens blijkt uit onderzoek van het Belgische Centre de Psychologie de l'Opinion dat de consument de verliezen buitenshuis veel omvangrijker inschat dan de eigen verliezen (4). Hierbij denkt men aan scholen, warenhuizen, restaurants, bejaardentehuizen, collectieve keukens en bedrijfsrestaurants. Opvallend is dat men verliezen relateert aan latere schakels in de keten. Mensen associëren voedselverliezen blijkbaar minder met verlies dat eerder in de keten optreedt. Uit het achtergronddocument blijkt dat echter dat de verliezen out-of-home (of food-service kanalen) kleiner is dan bij mensen thuis.

### Profiel

Onderzoek van het NIBUD laat zien dat naarmate mensen ouder zijn, zij minder vaak voedsel weggooien. Zo gooien personen boven de 65 jaar ongeveer een vijfde weg van de personen tussen 19 en 25 jaar (zie figuur 3) (2). Verder blijkt uit onderzoek van Milieu Centraal dat vooral ouderen, maar ook mensen zonder kinderen en mensen die relatief rijk zijn, het vaakst een 'slecht gevoel' krijgen van het onnodig weggooien van voedsel (6). De redenen hiervoor zijn niet bekend.



Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) onderscheidt consumenten langs twee dimensies, namelijk tijd en geld: mensen met veel geld en weinig tijd (tweeverdieners), mensen met geld én tijd (bemiddelde senioren), mensen met weinig geld en veel tijd (werklozen, AOW-ers, arbeidsongeschikten) en mensen met weinig geld en weinig tijd (scholieren en studenten) (8). Het SCP stelt dat 'convenience' (gemak) met name van toepassing is op bemiddelde en in tijdnood verkerende consumenten. Mogelijk is bij deze groep de omvang van voedselverliezen het grootst, maar daar zijn geen absolute cijfers over bekend.

### 3. Oorzaken van voedselverlies

Factoren die bijdragen aan voedselverliezen door de consument, kunnen te maken hebben met de consument zelf (bijvoorbeeld leefstijl of gezinssamenstelling) en oorzaken die gerelateerd zijn aan de karakteristieken van het product (bijvoorbeeld portiegrootte of houdbaarheid). Het Belgische Centre de Psychologie de l'Opinion (ULB) heeft in opdracht van het Brussels Instituut voor Milieubeheer onderzoek gedaan naar de perceptie en het gedrag van de (Brusselse) bevolking ten aanzien van voedselverliezen (4). De belangrijkste factoren die voedselverliezen in de hand werken volgens dit kwalitatieve onderzoek, zijn:

- Verwachtingen inzake hygiëne en versheid (vanwege bezorgdheid over de gezondheid).
- De aanwezigheid van kinderen in het gezin (vanwege variabele eetlust, verandering in voorkeuren, bepaalde producten die zij weigeren te eten, verleiders tussen de maaltijden).
- Tijdgebrek.
- De evolutie van de leefstijl en co-beheer van het gezin.
- Een slecht beheer van de koelkastinhoud.
- Slechte inschatting van de dagelijkse consumptie van de gezinsleden.
- Angst om te weinig te hebben.
- Drang naar diversiteit in producten.
- Geen boodschappenlijstje maken bij het winkelen.
- Impact van promotieaanbiedingen (wat leidt tot aankoop van te grote hoeveelheden).

Verder bleek dat de prijs niet in beschouwing wordt genomen wanneer iemand een voedingsproduct weggooit. Andere zorgen, zoals hygiëne en (daarmee samenhangend) gezondheidsrisico's, hebben voorrang. Dit lijkt in lijn met aankoopmotieven, waarin gezondheidsaspecten een steeds grotere rol innemen (17). Men let steeds meer op voeding in relatie tot de eigen gezondheid en ook voedselveiligheid wordt steeds belangrijker.

Van den Broek et al. identificeerden de volgende redenen voor consumenten om voedsel weg te gooien (9):

- Het voedsel is bedorven.
- Men vertrouwt het niet.
- Men heeft teveel voedsel ingekocht.
- Er is teveel eten klaargemaakt en men wil het niet bewaren.
- Het eten is niet lekker.
- Een gedeelte van het voedsel is niet eetbaar of gaat verloren tijdens de bereiding.

Bij de Domeinverkenning Voeden van Schuttelaar & Partners uit 2000 werd duidelijk dat consumenten 33% teveel eten ten opzichte van de dagelijkse energiebehoefte. Volgens deze studie koopt de consument 20% teveel in en wordt 30% teveel bereid (10). Het onnodig weggooien van voedsel bleek vaak te maken te hebben met het teveel aanschaffen door de consument, het te lang of onjuist bewaren van het voedsel en verkeerd inschatten van de benodigdheden tijdens koken. Ook bleek dat een onjuiste wijze van transporteren, waardoor versproducten beurs worden en sneller bederven, verschil uitmaakte.

In het algemeen lijkt de trend naar gemak en (daarmee) snelheid (kant-en-klaar maaltijden, voorbereekte producten, minder tijd om te koken en boodschappen te doen) ertoe bij te dragen dat voedsel onnodig in de vuilnisbak verdwijnt. Het Belgische Centre de Psychologie de l'Opinion merkt in haar onderzoek op dat, "er gezinnen zijn waar ieder gezinslid een eigen menu kiest en dat afzonderlijk en op uiteenlopende tijdstippen opeet" (4). Het ligt in de lijn der verwachting dat dergelijke eetpatronen bijdragen aan voedselverliezen.

Gevraagd naar de belangrijkste reden om *zo min mogelijk* voedsel weg te gooien, zijn de twee meest gehoorde antwoorden geldverspilling (36%) en een slecht gevoel (35%) (tabel 2) (6). Slechts 10% geeft de belasting voor het milieu en de energieverliezen als reden.

*Tabel 2: Wat is voor u de belangrijkste reden om zo min mogelijk voedsel weg te gooien?*

Reden	Percentage
Het is geldverspilling	36,3
Weggooien van voedsel geeft me een slecht gevoel	35,4
Er is al zo veel honger op de wereld	8,5
Door voedsel weg te gooien verspil ik onnodig energie	8,1
Het maakt mij niet uit hoeveel voedsel ik weggooi	1,9
Minder weggooien betekent minder afval en dat is beter voor het milieu	1,8
Anders	1,8
Ik moet meer slepen met afvalzakken	0,1

Deze uitkomst lijkt in tegenspraak met eerdergenoemd onderzoek van het Centre de Psychologie de l'Opinion (ULB), waaruit blijkt dat prijs niet in beschouwing wordt genomen als er een product wordt weggegooid (4). Dit kan worden verklaard, omdat de uitkomsten van een kwantitatief en een kwalitatief onderzoek naast elkaar zijn gelegd. Een andere verklaring zou het verschil kunnen zijn tussen het moment van weggooien – in het merendeel van de gevallen gaat het om producten die, om wat voor reden dan ook, niet meer goed zijn – en het moment waarop rekening wordt gehouden met mogelijke verliezen. Dat laatste heeft veel meer te maken met kopen en koken op maat, wat als voordeel heeft dat voedsel minder lang blijft liggen en daarmee over de datum dreigt te gaan. Als mensen hier bewuster mee omgaan, voelen zij dat gelijk in hun portemonnee. Wanneer een product eenmaal niet meer goed is of lijkt te zijn, wordt het



niet tóch opgegeten omdat het anders zonde zou zijn van het geld. Gezondheid en smaak hebben op dat moment duidelijk voorrang.

Verder blijkt uit het onderzoek van het Centre de Psychologie de l'Opinion (ULB) dat milieuzorg nauwelijks meespeelt bij het wel of niet verspillen van voedsel (4). De geïnterviewden waren zich niet bewust van hun voedselverliezen en konden zich niet voorstellen dat hun voedselkeuze en -gebruik gevolgen heeft voor het leefmilieu. Uit het onderzoek van Milieu Centraal (2001) blijkt dat áls men al denkt aan de milieubelasting van voedselverlies dit vooral geassocieerd wordt met de grootte van de afvalberg en niet met de hoeveelheid energie die verloren gaat als een product onnodig wordt weggegooid (1).

#### 4. Terugdringen van voedselverlies

##### *Concrete ideeën om verlies tegen te gaan*

Er zijn meerdere onderzoeken geweest waarbij de consument is gevraagd mee te denken over wat anderen en consumenten kunnen doen om voedselverlies door de consument zelf tegen te gaan. Milieu Centraal heeft zelf een aantal suggesties waarmee de consument geholpen zou zijn om voedselverliezen terug te dringen (1). De suggesties variëren van makkelijker te doseren porties, goede verpakkingen (waardoor voedsel langer bewaard kan blijven) tot duidelijke bewaaradviezen op de verpakking. In maart 2006 legde Milieu Centraal via het Digipanel respondenten een aantal van deze suggesties voor (figuur 5) (6). 29% van de deelnemers vond het aanbieden van op maat gemaakte porties het meest aanspreken. 28% wilde een betere informatie op verpakkingen van groente en fruit en 20% noemde het zodanig verpakken van groente en fruit dat het minder snel beschadigd raakt.



In 2003 organiseerde het Brussels Parlement over Duurzame Consumptie een zogenaamd Burger Parlement waarin burgers aanbevelingen konden doen om voedselverlies terug te dringen. De burgers kwamen met ideeën als het geven van kooklessen (om meer met restjes te leren koken), het aanmoedigen van schenkingen van voedsel, het herwaarderen van buurtwinkeltjes (zodat dagelijks beheren van voedselaankopen beter mogelijk is) en het voorlichten van kinderen (13).

Een onderzoek van het Inter-Environnement Brussel waarin zes gezinnen drie maanden lang hebben meegedaan aan een testexperiment, liet zien dat de verliezen met intensieve begeleiding van 12% van het afval teruggebracht kon worden naar 3%. Wel vonden de deelnemers het moeilijk om het in de waan van de dag op langere termijn vol te houden (14). De gezinnen uit het testexperiment hadden als suggesties voor hun eigen gedrag om verliezen van voedsel tegen te gaan, het beter plannen van de aankopen, het correct bewaren van de aankopen en bewerking of invriezen van de restjes. Ook bleek het koken in de juiste hoeveelheden te werken.

In de Domeinverkenning Voeden (10) werden burgers door middel van workshops gevraagd mee te denken. Hoewel de probleemstelling breder was door te kijken naar de milieudruk van voeding, kwamen er ook voor voedselverliezen een aantal praktische oplossingen. Zo noemden zij minder kopen, het zelf kunnen afwegen van producten en voor meerdere keren tegelijk koken.

### *Verantwoordelijkheid volgens de consument*

Uit hoofdstuk 1 is reeds gebleken dat de consument zijn eigen gedrag onderschat. Zo denkt men dat de voedselverliezen buitenshuis – bij collectieve keukens – veel omvangrijker is. Ook worden voedselverliezen beschouwd als onvermijdelijk en als een gevolg van de leefstijl. Uit het onderzoek van het Centre de Psychologie de l'Opinion (ULB) komt naar voren dat verspillen niet wordt beschouwd als systematisch persoonlijk gedrag; het zijn meer de 'anderen' die voedsel weggooien (4).

Niet vaak is consumenten gevraagd wie er volgens hen verantwoordelijk is voor het *terugdringen* van voedselverlies door de consument. Aan de oplossingen die consumenten zélf aandragen om voedselverlies terug te dringen, is af te leiden dat de verantwoordelijkheid vooral bij de consument zelf ligt, wanneer het gaat om minder vaak onnodig weggooien. Daarbij zou de keten kunnen helpen door het gepast kopen, koken en goed bewaren makkelijker te maken. Toch maakten consumenten bij een open antwoordmogelijkheid in het Digipanel van Milieu Centraal – ongevraagd – van de gelegenheid gebruik om erop te wijzen dat het volgens hen *niet* de verantwoordelijkheid van fabrikanten is om rekening te houden met voedselverlies door consumenten (2).

## 5. Constateringen

- 10-15% van wat consumenten aan voedsel kopen, verdwijnt onnodig bij het afval.
- Consumenten onderschatten hun eigen verliezen.
- De meeste mensen hebben weinig zicht op de (milieu)effecten van voedselverlies. Dat er met het onnodig weggooien van voedsel ook geïnvesteerde energie verloren gaat, is vrijwel niet bekend.
- Als het consumenten gevraagd wordt, zeggen zij geholpen te zijn met concrete oplossingen op het terrein van voedsel kopen, bereiden of bewaren. In de praktijk heeft vooral de leefstijl (drukke, samenstelling van het gezin) veel invloed op het optreden van voedselverliezen.
- Op het moment van weggooien van voedsel spelen geldverspilling en belasting van het milieu nauwelijks een rol, in tegenstelling tot hygiëne en gezondheidsrisico's.
- Hoewel dit op het eerste gezicht in tegenspraak lijkt te zijn met het voorgaande is geldbesparing is wél de grootste motivatie om voedsel *niet* weg te gooien, samen met het slechte gevoel dat dit geeft.
- Het lijkt erop dat consumenten naarmate ze minder tijd hebben en beter bemiddeld zijn, meer kiezen voor gemak en meer weggooien, maar absolute cijfers zijn niet bekend.
- De consument vindt vooral zichzelf verantwoordelijk voor de eigen voedselverliezen en (daarmee) ook voor het oplossen ervan.

## Literatuurverwijzing<sup>1</sup>

1. Factsheet Milieu Centraal: Verliezen en verspilling van voedsel, nr. 062, 2001.
2. Onderzoek NIBUD in samenwerking met Milieu Centraal (presentatie 2004).
3. Onderzoek in opdracht van BIM naar de samenstelling van het afval.
4. Onderzoek naar de perceptie en het gedrag van de bevolking t.a.v. voedselverspilling. Uitgevoerd door het Centre de psychologie de l'Opinion (ULB) in opdracht van het BIM (februari 2005).
5. Persdossier "Bestrijding van voedselverspilling" van Evelyne Huytebroeck, minister van de Brusselse Hoofdstedelijke Regering en in die hoedanigheid belast met o.a. Leefmilieu, Energie en Waterbeleid. 15 maart 2006.
6. "Het Digipanel over Voeding." Milieu centraal, J.F. Koens. (april 2006).
7. "Verspilling van voedsel. Vooronderzoek naar de achtergronden van consumentengedrag." Marije van den Bogerd, Universiteit Leiden. (december 2001).
8. "Het nieuwe consumeren. Een vooruitblik vanuit demografie en individualisering." SCP (2001) Werkdocument 72, Den Haag.
9. Broek, J. van den, Wijnen, M., Sennema, E. (1996) Good food Storage. Ulft: Atag Kitchen Group (EET deelproject, bijlage 1A-5).
10. "Domeinverkenning Voeden", Schuttelaar & Partners, (2000) in opdracht van het ministerie van VROM.
11. Brussels Observatorium voor Duurzame Consumptie, een partnerschap tussen het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) en het Brussels Instituut voor Milieubeheer (BIM). Informatie op [www.observ.be](http://www.observ.be).
12. "Afvalpreventie in Vlaanderen." Onderzoek van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) in opdracht van de Openbare Afvalmaatschappij voor het Vlaamse Gewest (OVAM). Door Luc Joossens in De Wakkere Consument, nr. 114, 30-6-2002.
13. Burgerparlement over Duurzaam Consumeren, Brussel 14-15 maart 2003. Informatie op [www.observ.be](http://www.observ.be).
14. Testexperiment Inter-Environnement Brussel gesteund door het Brussels Instituut voor Milieubeheer (BIM).
15. Gesprek Linda Nijenhuis, Milieu Centraal, d.d. 13 april 2006.
16. "Zo eet Nederland. Resultaten van de Voedselconsumptiepeiling." Voedingscentrum Den Haag, 1998.
17. Landbouw Economisch Instituut (2003). Wageningen. Achtergronddocument.
18. Resultaten sorteeranlyses, gemeente Ouder-Amstel, maart 2002 en september 2002.

---

<sup>1</sup> N.B. Literatuursearch in Nederland en België.

## 1. Inleiding

In het kader van het consumentenonderzoek over verliezen van voedsel zijn drie panelbijeenkomsten georganiseerd. Doel van de consumentenpanels is om motieven, oplossingen, waarden en innovatieve ideeën van consumenten rond voedselverlies te achterhalen. Hiervoor zijn twee invalshoeken gebruikt, namelijk verlies door de consument en verlies in de keten. Door met panelleden in gesprek te gaan is verdieping en inzicht te verkrijgen in de vraag of verlies van voedsel als probleem wordt ervaren. Verder komt aan het licht in hoeverre consumenten zich realiseren dat hun eigen koopgedrag en eisen bijdragen aan de verliezen die plaatsvindt in de keten.

Alle drie de panels vonden plaats in Amsterdam. Het eerste panel bestond voor de helft uit ouders met kleine kinderen en voor de andere helft uit zestig-plussers. Jonge ouders met kleine kinderen stellen hoge kwaliteitseisen aan hun voedsel en nemen met het oog op gezondheidsrisico's naar verwachting vaker het zekere voor het onzekere. Zestig-plussers hebben een andere opvoeding gehad en gaan daarom mogelijk anders met hun voedsel om.

Het tweede panel bestond voor de helft uit mensen zonder kinderen (alleengaanden en tweeverdieners), en voor de andere helft uit mensen met kinderen tussen de zes en zestien jaar. Deze doelgroepen leven waarschijnlijk een druk bestaan, met als gevolg dat kant-en-klare maaltijden of voorbereekte maaltijdcomponenten meer worden gebruikt. Het derde panel bestond uit studenten. Deze jong-volwassenen die (net of bijna) het huis uit zijn, denken voor het eerst na over de bereiding van voedsel. Ook hebben zij vanwege hun leeftijd mogelijk meer ideeën omtrent innovatieve oplossingen ten aanzien van verlies. In totaal namen er 29 mensen deel aan de panelbijeenkomsten.

Het programma van de bijeenkomsten verliep in grote lijnen volgens een vast stramien. De gesprekken waren zo opgebouwd dat voedselverliezen in de keten vóór de pauze aan de orde kwam, en voedselverlies door de consumenten zelf na de pauze.

## 2. Verlies in de keten

Voordat een voedselproduct in het winkelwagentje belandt, is er van alles mee gebeurd. In dit onderdeel werd gekeken in hoeverre de deelnemers wisten van verlies van voedsel in de keten, en wat zij daarvan vonden. Tijdens de bijeenkomsten werden ook ideeën geopperd om verlies in de keten terug te dringen.

### 2.1 Kennis bij de consument

Om het verlies in de keten inzichtelijk te maken, werd aan de hand van een boodschappentas met voedselproducten (bijv. broccoli en voorverpakte broccoliroosjes) gekeken waar volgens de panelleden de meeste verliezen optraden, waarom en wat zij daarvan vonden. In hoeverre is bij de respondenten bekend wanneer de meeste verliezen in de keten optreden? Over het vlees zijn alle panelleden, op de studenten na, het met elkaar eens. Deelnemers waren ervan overtuigd dat al het vlees, inclusief de mindere gedeeltes, wel gebruikt wordt en een nuttige bestemming kent:

*'Dat worstje is juist de oplossing voor verlies. Alle rotzooi gaat daar in.'*

Bij het studentenpanel ontstond er echter enige verwarring. In worstjes zit slechts een beperkt aantal vleessoorten en het moet aan zeer hoge eisen voldoen. Tevens wezen sommige studenten erop dat een karbonade ook onderhevig is aan verlies:

*'Zo'n mooi stukje snij je niet meteen van een varken af, hoor.'*

Producten zoals appelmoes en een voorgebakken quiche zijn volgens de panelleden een nuttige bestemming voor de resten van verse groenten en / of fruit:

*'De rest (van de broccoli) kan dan misschien naar de quichefabriek?'*

Met uitzondering van de studenten gaven alle respondenten aan dat er verschillende soorten 'klassen' bestaan in voedsel. Klasse A is het voedsel dat in de schappen komt te liggen en precies voldoet aan alle kwaliteitseisen. Klasse B voedsel kan naar hun mening best verwerkt worden in andere producten, mits het maar aan de basiseisen zoals houdbaarheid en uiterlijk voldoet. Rotten appels met een plekje mogen best in de appelmoes verwerkt worden:

*'De smaak gaat niet achteruit. Want in de appelmoes komen andere dingen terecht om het op te leuken.'*

Opvallend was dat tijdens alle drie de panelbijeenkomsten geen van de deelnemers wist wat er met de producten gebeurt die in de supermarkt over datum zijn. Een groot aantal respondenten gaat er gewoon vanuit dat in alle schakels van de voedselketen het verwerken van delen van overgebleven producten tegenwoordig wordt verwerkt met een nuttige bestemming. Panelleden hebben over het algemeen geen besef wat voor verlies er eigenlijk plaatsvindt in de voedselketen:

*'Dat wat overblijft, krijgt een andere bestemming. Tenminste... daar ga ik vanwege het commerciële belang eigenlijk wel vanuit.'*

De vergelijking tussen hele broccoli en voorverpakte broccoliroosjes riep diverse reacties op. De zestigplussers en de jonge ouders met kleine kinderen vonden het vooral zonde om de voorverpakte broccoliroosjes te kopen, omdat de stronkjes dan in de keten verloren gaan, terwijl dit toch ook eetbare gedeeltes van de broccoli zijn. Respondenten die een druk leven leiden gaven aan de voorverpakte broccoliroosjes juist vaker te gebruiken en geen effect te zien op verliezen in de keten, omdat de resten volgens hen worden hergebruikt. Studenten denken dat er een verschil in verlies is tussen broccoli en voorverpakte broccoliroosjes. Volgens hen leiden de roosjes tot meer verlies in de keten en de hele broccoli tot meer verlies thuis: in de keten wordt het volgens de studenten wel hergebruikt en thuis niet.

Panelleden reageren per product anders op waar en wanneer zij denken dat de meeste verliezen plaats vindt. Opvallend is dat tijdens elk panel spontaan de discussie over het doordraaien van groente losbrandde. Overigens telkens met een ander resultaat. De uitkomsten per panel op een rij:

- Ouders met kleine kinderen en vooral de ouderen stonden positief tegenover het proces van doordraaien. Ondanks dat dit panel realiseerde dat groente dan niet nuttig wordt besteed, stonden zij hierachter omdat de boeren een minimuminkomen nodig hebben om te overleven:

*'De boeren werken zich daar de pest voor.'*

- Alleengaanden, tweeverdieners en huisvrouwen stonden licht positief ten aanzien van het doordraaien. Ze dachten dat het noodzakelijk was voor de marktwerking maar zagen niet altijd in waarom er niets anders nuttigs mee gedaan werd:

*'Als je tomaten doordraait dan gooien ze die meteen weg omdat ze niet verkocht kunnen worden. Daar zit niets tussen in.'*

- De studenten waren zeer negatief over het doordraaien. De studenten wijten het doordraaien vooral aan de beschermende Europese landbouwpolitiek en aan de strenge wet- en regelgeving op dit gebied:

‘Het Europese landbouwbeleid is gewoon niet eerlijk. Boeren uit derdewereld landen zouden meer kans moeten krijgen, maar dat willen onze boeren weer niet.’

Door zowel de senioren als de jonge ouders met kleine kinderen werd deze overvloed in contrast gebracht met hoe het vroeger was:

## 2.2 *Verliezen van voedsel in de keten: is het een probleem of niet?*

De meeste panelleden hebben geen besef van verlies van voedsel in de keten en zien het daarom ook niet direct als probleem.

*‘Je staat er nooit zo bij stil hè... zoals ik er nu op gewezen wordt dan ben ik wel wat bewuster.’*

Over het algemeen verklaarden de deelnemers het verlies met het feit dat het huidige welvaartsniveau van Nederland zo hoog is en dat de consumenten daarom zo verwend zijn:

*‘Gemak dient de mens, dus kant-en-klaar eten is in de mode. Ik ga ook niet eindeloos groente lopen snijden als ik het ook gewoon kant-en-klaar in minder dan dertig minuten op tafel kan hebben.’*

Kant-en-klaar voedsel is een trend die eigenlijk overbodig is, maar zo gemakkelijk dat consumenten er toch gebruik van maken. De grote vraag tijdens het studentenpanel was of de consument nu verwend is gemaakt (door het aanbod) of dat de steeds hogere eisen die de consument zelf stelt, zorgt voor grotere overvloed en strengere kwaliteitseisen tijdens het productieproces. De studenten kwamen tot de conclusie dat de wisselwerking tussen vraag en aanbod (marktwerking) het probleem van voedselverlies creëert.

Concreet betekent dit volgens de deelnemers, dat de oplossing van het verlies van voedsel volgens de deelnemers via beide kanten moet worden benaderd. Enerzijds moeten consumenten bewust gemaakt worden dat hun gedrag, wensen en hoge kwaliteitseisen de producenten en supermarkten stimuleert om altijd volle schappen aan te bieden. Anderzijds zullen (grote) productiebedrijven en de supermarkten aangesproken moeten worden om minder aan te bieden.

*‘We kunnen nu zoveel kopen, terwijl tijdens de oorlog en daarna alles werd opgemaakt en niets werd weggegooid, zelfs de verpakking niet.’*

Verlies is dus eigenlijk onnodig, omdat het vroeger ook anders kon. Desondanks is door de economische belangen van productiebedrijven overvloed een logische consequentie. Vooral de senioren gaan er vanuit dat supermarkten en andere ketenpartijen zoveel mogelijk bestemmingen vinden omdat dit economisch rendabel is.

*‘ Verlies hoort gewoon bij het produceren van voedsel’*

Een aantal respondenten uit het tweede panel vroeg zich af of verlies eigenlijk echt een probleem is. Want als voedselproducten er gewoon zijn, de schappen van de winkels vol staan met producten, dan is het de vraag of verlies daarvan wel zo erg is:

*‘Ik vind dat er alleen sprake is van verlies, als ergens een tekort van is. Appels zijn er toch genoeg, dus is het geen verlies’*

Het bepalende criterium is of de voedselproducten die overblijven wel een nuttige bestemming krijgen. Voor de meeste panelleden is het belangrijk en geruststellend wanneer producten die tijdens het proces in de keten verloren gaan, toch nuttig gebruikt worden. De ideeën die panelleden hebben voor een nuttige bestemming zijn vooral veevoer, voedsel voor een dierentuin of het maken van andere producten zoals cider uit appels. Overblijfselen uit de supermarkten die nog niet over de datum zijn, kunnen hun bestemming het beste vinden bij het Leger des Heils of voedselbanken. In de volgende paragraaf (2.3) zijn een aantal van deze ideeën uitgewerkt.

Er is sprake van onwetendheid bij de deelnemers wanneer het gaat om verspilling van energie wanneer voedsel wordt weggegooid. In het tweede en derde panel kwam dit onderwerp ter sprake:

*‘Ik denk niet als ik voor de schappen sta, goh wat zonde van het water, de benzine en de energie. Het is allemaal voor niets geweest. Het is wel zonde, maar de wereld vergaat niet en je wordt al zo moe van alle ellende.’*

Enkele panelleden vragen zich af of het echt zonde is van de energie:

*‘Je betaalt gewoon voor de producten dus daarom is er volgens mij geen sprake van verlies van energie.’*

Samenvattend geeft de volgende tabel weer wat de respondenten echt acceptabel of onnodig verlies vinden ten aanzien van het productieproces in de keten.

<b>Acceptabel verlies</b>	<b>Onnodig verlies</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wanneer het voedsel een andere, nuttige bestemming krijgt: zoals voor dieren, sap, Leger des Heils en voedselbanken.</li> <li>- Als het voedsel echt rot is en absoluut niet meer opgegeten kan worden.</li> <li>- Wanneer supermarkten ‘nee’ verkopen om overvolle schappen te voorkomen.</li> <li>- Als de kans bestaat dat je er ziek van kan worden.</li> <li>- Als producten worden doorgedraaid om zo het inkomen van de boeren te garanderen.</li> <li>- Als je het zelf ook niet meer zou gebruiken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Als een deel van het product (zoals bij een zak appels) nog wel goed is</li> <li>- Als het voor mensen nog wel eetbaar is (nog niet over de datum).</li> <li>- Als het voor dieren nog eetbaar is.</li> <li>- Als er sprake is van overproductie.</li> <li>- Wanneer we het uit gemakzucht of luiheid weggooien.</li> <li>- Wanneer producten te snel uit de schappen verdwijnen (door strikte hantering houdbaarheidsdatum) terwijl deze nog prima opgegeten hadden kunnen worden.</li> <li>- Als het voedsel wordt weggegooid omdat het er niet mooi genoeg uit ziet.</li> </ul>

### 2.3 Ideeën voor de keten

Tijdens de panelbijeenkomsten werden door de deelnemers ideeën geopperd die volgens hen verlies van voedsel in de keten tegen gaan. De genoemde ideeën staan hieronder op een rij:

- Productiebedrijven die hun voedselresten nuttig besteden, moeten via een sponsorship (of een soortgelijke regeling) gesteund worden. Volgens de alleengaanden en senioren is het opzetten van deze constructie niet alleen de verantwoordelijkheid van de overheid maar ook van de ketenpartijen. Tijdens het tweede panel werd er naar aanleiding van deze discussie naar gevraagd door een vertegenwoordiger van het ministerie van LNV. Uit de beantwoording bleek dat consumenten best bereid zijn iets meer te betalen als zij weten dat deze extra bijdrage echt gebruikt wordt voor investeringen om voedselverliezen tegen te gaan. Een voorwaarde daarbij is dat het zichtbaar moet zijn richting de consument. Hoeveel panelleden precies meer willen betalen is lastig te duiden. Bovendien is gedrag moeilijk te voorspellen, zeker niet tijdens een paneldiscussie.
- Tijdens alle panelgesprekken kwam naar voren dat iedereen wel eens gebruik maakt van de 35% korting-stickers bij producten waarvan de houdbaarheidsdatum verloopt. Het idee van de deelnemers is dan ook om deze 35% korting-stickers in alle supermarkten te gebruiken.
- Volgens de deelnemers worden producten in de supermarkt vaak verwijderd terwijl deze nog prima in orde zijn. Door een aantal deelnemers werd daarom geopperd om sommige producten juist langer in de winkel te laten liggen:

*‘Verse producten zoals brood, dat nu direct uit de schappen gehaald wordt voor sluitingstijd en wordt weggegooid, kan net zo goed in de schappen blijven liggen en verkocht worden in een ander schap met de vermelding ‘minder verse producten’*

- Op een enkeling na kwamen alle panelleden spontaan met het idee om de restanten uit de supermarkt te doneren aan de voedselbank, zodat het in ieder geval nuttig besteed wordt.
- In Nederland zijn we gewend dat alle groente en fruit het hele jaar door beschikbaar is. Een idee dat tijdens het tweede panel naar voren kwam is om weer alleen verse, seizoensgebonden producten te verkopen, net als in landen zoals Italië.

*‘Wie eet er nu aardbeien in de winter, ja, misschien voor op een taart of zo.’*

- Een ander idee dat vooral door de studenten werd voorgesteld, is om de productie meer naar het buitenland te verplaatsen en het daar ook direct te verpakken.
- Dat is goedkoper en schept tegelijkertijd werkgelegenheid in derdewereld landen. Tevens kunnen delen van producten die daar in overvloed zijn in dezelfde regio opgegeten worden.

*‘De mango’s die we eten worden niet alleen verbouwd maar ook verpakt in derdewereld landen. Dat zouden ze met veel meer producten moeten doen omdat het goedkoper is en ook de resten van het voedsel een nieuwe bestemming geeft.’*

### 3. Verliezen bij de consument

Naast verliezen in de keten zijn de consumentenpanels ook gevraagd naar het gedrag van de consumenten zelf. In een gemiddeld Nederlands huishouden verdwijnt ruim 10% van het gekochte voedsel onnodig in de vuilnisbak. Aan de panelleden is voorgelegd of zij bekend zijn met dit feit en of zij zichzelf daar in herkennen. Wij geven hier allereerst een beeld van waarna een opsomming volgt van de redenen die respondenten noemen



waarom ze toch vermijdbaar afval weggooien. Ook de uitkomsten van een mini-enquête die door 18 van de 29 deelnemers is ingevuld en opgestuurd na afloop van de panels, geven hier ook inzicht in. Vervolgens gaan wij in op de verantwoordelijkheid van de consument, een onderwerp dat in elk panel naar voren kwam.

### *Gedrag van de consument*

Het gedrag van de deelnemers is naar aanleiding van de panelbijeenkomsten en de mini-enquête grofweg in twee groepen te onderscheiden. Respondenten die een druk leven hebben en dus geen tijd omdat ze werken of studeren, en respondenten die meer tijd hebben omdat ze met pensioen zijn of huisvrouw zijn. De eerste groep 'drukke consumenten' is onder te verdelen in consumenten die leven naar een strakke planning en consumenten die het ook druk hebben maar geen aanleiding hebben om hun leven sterk te reguleren, omdat ze alleengaand zijn, samenwonen of studeren. De laatste groep doet meestal op de dag zelf boodschappen en gaat er daarom vanuit dat ze minder dan gemiddeld voedsel verliezen. Ze hebben te weinig tijd en moeten na kantooruren hun boodschappen doen.

De groep met meer tijd doet veel bewuster boodschappen. Ze gebruiken daarbij meestal een lijstje en letten sterk op afgeprijsde producten. Deze groep gaat ook vaker naar verschillende supermarkten of gaat naar de bakker, groenteboer en slager omdat daar de verse producten kwalitatief beter zijn en per ons aangeschaft kunnen worden. Deze panelleden letten naar verhouding veel meer op de kosten die boodschappen met zich meebrengen. Restjes die overblijven, vriezen ze vaker in.

### *Motieven*

De deelnemers is gevraagd welke motieven een rol spelen bij het (onnodig) weggooien van voedsel. De genoemde redenen kwamen grotendeels overeen met de redenen die in het Consumentenonderzoek (desk study) naar voren komen:

#### *Over de datum*

De houdbaarheidsdatum is de meest genoemde reden om zelf producten weg te gooien. Ook wordt het beschouwd als een acceptabel argument voor supermarkten om producten weg te gooien.

*'Als ik het niet goed meer vind, moet het weg. Dat is acceptabel omdat ik er anders ziek van word.'*

Panelleden blijken direct een onderscheid te maken tussen 'over de datum' en echt bedorven. Vooral studenten en huisvrouwen met een gezin proeven gewoon nadat de 'tenminste houdbaar tot datum' is verstreken van een product en bepalen dan of ze het alsnog opeten of drinken. Sommigen, vooral de alleengaanden en drukke jonge ouders gooien het meteen weg (zonder eraan te ruiken) als een product over de datum is.

*'Als ik iets eet wat over de datum is, maar nog wel goed, waarom zou ik het dan niet consumeren? Je wordt er niet ziek van en gaat er niet dood aan.'*

Panelleden nemen bij zuivel en vlees het zekere voor het onzekere door dat meteen weg te gooien. Hierbij is geen opvallend verschil waarneembaar tussen ouders met jonge kinderen en de andere doelgroepen. Voornaamste criteria om een product wel of niet weg te gooien zijn de smaak, de geur en kleur (ziet het er nog eetbaar uit). De kleur is vaak de voornaamste reden om meteen iets weg te gooien ook al is het nog niet echt bedorven.

*'Met vlees moet je echt geen risico nemen.'*

### *Te veel ingekocht*

Een ander veelgenoemde reden om producten weg te gooien is de te grote hoeveelheid die panelleden in de supermarkt inkopen. Sommige panelleden geven toe dat ze het zeer lastig vinden om in te schatten hoeveel boodschappen ze eigenlijk moeten doen om precies uit te komen tijdens het koken. Dat wil ook zeggen dat respondenten vaak nieuwe producten kopen omdat ze niet bereid zijn om oudere producten - die wellicht over datum zijn - nog te eten.

Ook geven de deelnemers toe dat het gemak bij het boodschappen doen een rol speelt:

*'Meestal koop ik een nieuw pak zuivel omdat ik niet zeker weet of het pak thuis eigenlijk nog wel goed is.'*

### *Te veel gekookt*

Een andere veelgenoemde reden om producten weg te gooien is de te grote hoeveelheid die men kookt. Vooral studenten die pas op zichzelf wonen, geven aan het best moeilijk te vinden de juiste portie af te meten bij zowel het boodschappen doen als bij het koken. Ook bij gezinnen komt dit voor. Volgens de ouders met kinderen heeft te veel voedsel inkopen te veel koken tot gevolg. Opvallend was dat tijdens de mini-enquête bijna zeker de helft van de deelnemers wat van de maaltijd hadden overgehouden. Interessant is echter wat er gebeurt met de maaltijdresten. Deze worden niet automatisch bewaard als restjes voor een andere keer, maar vaker meteen weggegooid bij het afval.

*Waar moet je met die restjes naar toe? Het is meestal te weinig voor een volgende keer dus wat moet je ermee?*

### *Afwijken van de planning*

Vooral alleengaanden, koppels zonder kinderen en studenten leiden een flexibeler (drukker) leven dat vaker onderhevig is aan 'last-minute' afspraken. Toch even in de stad blijven eten of bij vrienden zijn de belangrijkste redenen. Of gewoon geen zin hebben om te koken en dan snel iets gaan halen.

*'Ik ga echt niet zeggen als ik ergens bij vrienden word uitgenodigd om te eten, nee sorry, ik kan niet gezellig mee eten want mijn brood wordt oud.'*

Maar ook bij gezinnen komt het voor dat de planning verandert. Kinderen die op het laatste moment laten weten dat ze niet mee eten of kinderen die ineens niet veel trek hebben komt ook regelmatig voor.

### *Vergeeten*

Het grootste gedeelte van de respondenten vergeet wel eens voedsel dat ze hebben ingekocht. Meestal gaat het dan om verse groente en fruit dat in de koelkast ligt te wachten tot het wordt opgegeten, of zakjes sla die niet helemaal goed afgesloten worden waardoor ze bederven. Sommige panelleden gooien het weg vóórdat het bederft en anderen wachten tot het echt bedorven is, zodat ze zich minder schuldig voelen. Een enkeling vergeet juist producten zoals koekjes, chips en knäckebröd. In deze gevallen gaat het om een combinatie tussen verkeerd bewaren en de producten vergeten.

### *Smaak*

Smaak is zeer bepalend als reden om voedsel juist wel of niet op te eten. Als het niet lekker wordt gevonden dan eten panelleden het al snel niet op en gooien ze het weg. De kans dat minder lekkere producten dan worden hergebruikt in andere gerechten is vrij klein. Deelnemers maken dan liever een nieuw gerecht. Ook producten zoals chips worden weggegooid als ze niet meer knapperig genoeg zijn.

*'Ik eet niet omdat ik honger heb, maar omdat het lekker is. Ik hoef geen eten dat nergens naar smaakt.'*

### *Geen zin om het te eten*

Panelleden geven aan dat een reden waarom zij voedsel weggooien ook kan zijn als zij geen zin hebben om het op te eten. Deelnemers geven twee momenten aan wanneer zij geen zin meer hebben in de producten:

Voor het koken: het desbetreffende voedsel is dan meestal niet over de datum en in principe nog geschikt om verwerkt te worden in een gerecht. Toch kiezen vooral alleengaanden en mensen met drukke gezinnen er vaker voor om nieuwe producten aan te schaffen waar ze wel zin in hebben, en andere producten in de koelkast te laten liggen. Met als gevolg dat deze dan uiteindelijk moeten worden weggegooid. Gemak speelt hierbij een grote rol:

*'Ik heb gewoon een pizza gekocht en in de oven geduwd en dat was genoeg.'*

Na het koken: de maaltijd wordt niet altijd helemaal opgegeten omdat sommige deelnemers gewoon geen zin meer in de maaltijd hebben. Een aantal deelnemers geven toe dat hun eigen kookkunsten of die van hun familieleden soms te wensen overlaat.

### *Verantwoordelijkheid en ideeën van de consument*

Panelleden voelen zich over het algemeen schuldig als ze producten weggooien. Ze vinden het 'zonde' dat het moet. Met uitzondering van de studenten, leggen de deelnemers dit gevoel uit door te verwijzen naar het type opvoeding dat zij genoten.

*'Ik ben zo opgevoed dat je geen eten kan weg gooien. Daarom wacht ik tot het in mijn koelkast vergaat, zodat ik het met een gerust hart kan weggooien.'*

Panelleden vinden dat de redenen die zij noemen om voedsel weg te gooien vooral bij henzelf liggen en dat de supermarkt of de producenten hen daarmee niet kunnen helpen. Zij vergeten het eten wat in de koelkast ligt, plannen hun week verkeerd, koken te veel of bewaren hun producten op de verkeerde manier.

*'Het is niet de verantwoordelijkheid van iemand anders als ik mijn eten in de koelkast vergeet en weggooi omdat ik daar dan geen zin meer in heb of het niet meer vertrouw.'*

De enige verandering die de panelleden graag zouden zien in de voedselketen is de grootte van de verpakking. Dit is bij veel voedselproducten een probleem. De porties die op dit moment verkocht worden zijn of te groot of te klein, vooral als je de dagelijkse hoeveelheid groente in acht wilt nemen. Opvallend was dat vooral tijdens de eerste twee panelbijeenkomsten hier zeer duidelijk en spontaan op gewezen werd.

*'Dat is toch gewoon dom. Heb je 200 gram per dag nodig en dan maken ze zakken van 350 gram. Je kunt dan de rest weggooien of bewaren en een nieuwe zak erbij kopen, maar het probleem blijft.'*

Vooral alleengaanden zonder kinderen, alleengaanden met kinderen en studenten wijzen erop dat het aanpassen van de maten van verpakkingen wel eens kan bijdragen aan minder verlies.

*'Je kunt niet eens een worstje kopen. Dat zijn er meteen weer twee en omdat het zonde is eet ik die dan ook maar meteen op.'*

Panelleden refereren naar Engeland, waar de informatie op de verpakkingen zeer compleet is. Op deze uitgebreide verpakkingsinformatie staat volgens een aantal

panelleden duidelijker aangegeven voor hoeveel mensen het product is bedoeld. Zo kan men als consument de porties beter zelf bepalen.

## 4. Aanbevelingen van de deelnemers

Tijdens de panelbijeenkomsten en door middel van de mini-enquête zijn er door de deelnemers ideeën aangedragen om verlies van voedsel door consumenten zelf terug te dringen.

### 4.1 Innovatieve ideeën

- Chip onder de huid die precies signaleert hoeveel voedingsstoffen je lichaam nodig heeft en daar het bijpassende gerecht bij opstelt.
- Prikker of thermometer die gemakkelijk aangeeft of het product (bijvoorbeeld vlees of een zakje sla) wel of niet eetbaar is.
- Automatische melding van de houdbaarheidsgrens via een piepsysteem.
- Langere houdbaarheidsdatum zodat je het rustig een maand langer kunt bewaren. Een van de deelnemers noemde dit tijdens de mini-enquête het 'houdbaarheid-voedsel-verbeterplan'. Andere zagen daar niets in ('daar gooien ze dan toch chemische troep bij').
- Kooksuggestie op of naast je koelkast dat direct aangeeft wat je kunt maken met je restjes.
- Kookprogramma (à la Jamie Oliver) waar recepten besproken worden, om restjes uit de koelkast tot een nieuw en lekker gerecht te verwerken.
- Koelkast die je helpt herinneren als sommige producten bijna over de datum zijn.
- Futurologische – alles in één - koelkast die met een druk op de knop zowel de boodschappen doet als de juiste hoeveelheden aanschaft, zodat je daar zelf niet meer over hoeft na te denken en het huis niet meer uit hoeft.
- Pilletje (zuigtablet) met bijvoorbeeld kipsmaak, waar al je nodige voedingsstoffen zoals ijzers en vitamine inzitten.
- Nieuwe manier van voedsel recyclen: een apparaatje dat thuis staat waar het voedsel dat je overhoudt, in teruggestopt kan worden, en deze resten weer omzet in energie.
- Nieuwe apparaten die er voor zorgen dat je tijdens de bereiding van de maaltijd niet meer maakt dan jij nodig hebt.
- Abonnement op brood of andere verse producten dat men thuis komt afleveren, zoals de SRV-wagens.

### 4.2 Adviezen voor het ministerie van LNV

Tijdens de drie panelbijeenkomsten kwamen ter afsluiting nog de volgende adviezen of aandachtspunten naar voren, die bestemd zijn voor het ministerie van LNV:

- Het ministerie moet er voor proberen te zorgen dat er zo min mogelijk voedsel wordt verloren. Door meer onderzoek te initiëren kunnen de mogelijkheden worden onderzocht voor het terugdringen van voedselverliezen in de keten.
- Door meer marketingonderzoek naar het gedrag van de consument kan de overheid er achter komen welke producten structureel ten overvloede worden geproduceerd. Bij welke producten treden de meeste verliezen op en waar moet de focus van het ministerie liggen om dit tegen te gaan?
- De consument moet bewust gemaakt worden. Door voorlichting via bijvoorbeeld een reclamecampagne (Postbus 51) is dit zeker mogelijk.
- Via de mini-enquête kwamen een aantal deelnemers heel specifiek terug op het energieverlies door voedselverlies in de keten. Advies voor het ministerie is om te zorgen dat het afval een tweede bestaan krijgt en het besef te genereren dat een deel van de verloren energie kan worden hergebruikt.

- Zorg dat de overheid consequent is met het gescheiden afval. Op dit moment verschilt het in ieder geval per gemeente op wat voor manier het afval wordt opgehaald. Daarbij komt dat binnen de gemeente de wetgeving over afval steeds blijft veranderen: in sommige wijken moest het GFT-afval eerst wel apart gescheiden worden en tegenwoordig niet meer. Dit wekt verwarring en frustratie op bij de deelnemers.
- Als overheid laten merken dat er consequenties zijn voor producenten ze teveel voedsel weggooien. Met een verwijderingsbijdrage voor producenten kan de overheid hen beïnvloeden. Doel van deze verwijderingsbijdrage is om de overproductie bij bedrijven te verminderen.

## Colofon

Hoofdstukken 1 en 2  
 Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit  
 Directie Industrie en Handel  
 Directie Kennis  
 070 378 6868

Hoofdstukken 3 en 4  
 Schuttelaar & Partners, Adviesbureau voor Maatschappelijke Communicatie B.V.  
 070 318 4444 - E-mail: [info@schuttelaar.nl](mailto:info@schuttelaar.nl)

### Pers

Directie Voorlichting, Nynke van der Zee : (070) 378 4018  
[n.vanderzee@minlnv.nl](mailto:n.vanderzee@minlnv.nl)

### LNV Consumentenplatform

Directie Voedselkwaliteit en Diergezondheid  
 Willem Roeterdink en eelco Klein (070) 378 4453/4131  
 E-mail: [w.roeterdink@minlnv.nl](mailto:w.roeterdink@minlnv.nl) en [e.klein@minlnv.nl](mailto:e.klein@minlnv.nl)

Meer informatie over het LNV Consumentenplatform is te vinden op  
[www.minlnv.nl/consumentenplatform](http://www.minlnv.nl/consumentenplatform)

Voedselverliezen, verspilde moeite? Is een publicatie van het Ministerie van LNV in samenwerking met adviesbureau Schuttelaar & Partners.

Eerder in het LNV Consumentenplatform:

- NL voor mensen. Nationale Lanschappen in ontwikkeling (10 maart 2006)
- Diermeel, voer voor discussie (november 2005)
- Dierenwelzijn, willen we dat weten? (juni 2005)
- Platteland, ook voor uw vrije tijd? (maart 2005)
- Geeft decontaminatie veilig pluimveevlees? (december 2004)
- Natuurlijkheid, waarde voor beleid (juni 2004)
- Voedsel zonder risico: wensen en grenzen (februari 2004)
- Ons voedsel over tien jaar (oktober 2003)
- De prijs van duurzame voedselproductie (juni 2003)
- Vis als het maar verantwoord is! (april 2003)
- Genetische modificatie en voedsel, weet u wat dat is? (november 2002)
- Kiezen voor groenten en fruit (september 2002)
- Waar komt mijn vlees vandaan? (april 2002)