



## Na jaren van daling een lichte stijging in de waardering van de Agri & Food-sector

Agrifoodmonitor 2020: Marleen Onwezen, Emily Bouwman, Danny Taufik en Joris Galama

Nederlanders zijn vrij positief over de Agri & Food-sector. Hoewel de waardering de afgelopen jaren een lichte daling liet zien, lijkt die trend nu gekeerd: de waardering van alle sectoren is in 2020 gestegen, alleen de varkenshouderij blijft stabiel. Ook de voorspellende factoren van waardering laten een stijging zien. Maar er is wel een verschuiving in het belang van de voorspellers: basiswaarden zoals economische reputatie en voedselveiligheid zijn belangrijker voor de waardering van de sector in deze bijzondere tijden. De beleving van actuele gebeurtenissen, boerenprotesten en Covid-19, speelt een rol in de verschuivingen van waardering van de sectoren en perceptie van voedsel. Ten slotte zijn er ook verschillende manieren om de waardering te verhogen, bijvoorbeeld door de (fysieke of sociale) afstand met de boer te verkleinen of door de waardering van voedsel tijdens de productie te versterken.

Dat zijn enkele bevindingen uit de Agrifoodmonitor 2020, een onderzoek dat sinds 2012 elke twee jaar uitgevoerd wordt door Wageningen Economic Research. De Agrifoodmonitor is een representatieve online peiling, waarin elke 2 jaar ruim drieduizend Nederlanders wordt gevraagd hoe zij de landbouw en voedselsector waarderen. Uniek aan de Agrifoodmonitor is dat het over meerdere jaren heen verschillen aan het licht brengt tussen de agrarische subsectoren, de retail en de voedingsmiddelenindustrie. Daarnaast geeft de monitor aan welke factoren de waardering verklaren en biedt aanbevelingen hoe de maatschappelijke waardering van de landbouw- en voedselsector te versterken. Het onderzoek is gefinancierd vanuit topsector Agri & Food en is in samenwerking met het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) ontwikkeld en uitgevoerd.

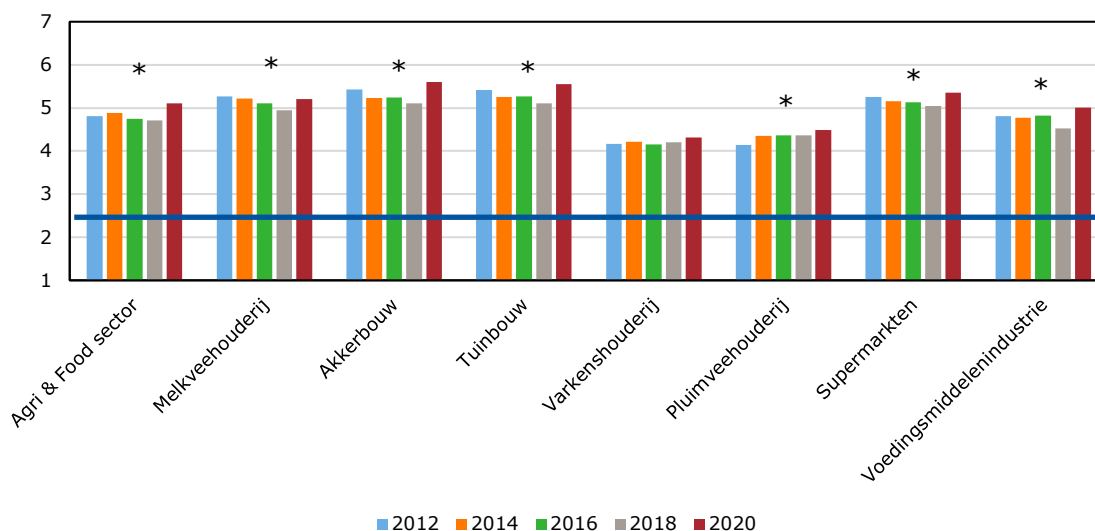
## Maatschappelijke waardering Agri & Food-sector gestegen

Nederlanders zijn over het algemeen vrij positief over de Agri & Food-sector en de bijbehorende subsectoren. Dit jaar zien we zelfs dat Nederlanders nog positiever zijn geworden over de subsectoren dan voorgaande jaren, met uitzondering van de varkenshouderij.

Er zijn duidelijke verschillen in waardering tussen de subsectoren: men is positiever over de tuinbouw en akkerbouw en het minst positief over de varkenshouderij en pluimveehouderij.

In vergelijking met andere sectoren wordt de Agri & Food-sector ook vrij positief gewaardeerd. Nederlanders hebben bijvoorbeeld meer waardering voor de agrosector dan voor de telecommunicatie, bouw, financiële dienstverlening, farmaceutische industrie en energiebedrijven.

Net als voorgaande jaren, zijn de belangrijkste voorspellers om de waardering te verklaren reputatie en betrokkenheid, gevolgd door vertrouwen in voedselveiligheid en vertrouwen in samenwerking. Al deze voorspellende factoren laten voor het merendeel van de sectoren een stijging zien. In eerdere jaren had betrokkenheid de grootste invloed op waardering. Dit jaar is de economische reputatie of imago van een sector de sterkste voorspeller van waardering. Ook vertrouwen in voedselveiligheid is belangrijker dan voorgaande jaren. Dit geeft aan dat economische stabiliteit en veiligheid belangrijker zijn voor de waardering dan in andere jaren.



**Figuur 1** Maatschappelijke waardering van de Agri & Food-sector en haar subsectoren. De blauwe lijn geeft de neutrale score aan. \* geeft aan dat er significante verschillen zijn tussen 2020 en (enkele) andere jaren.

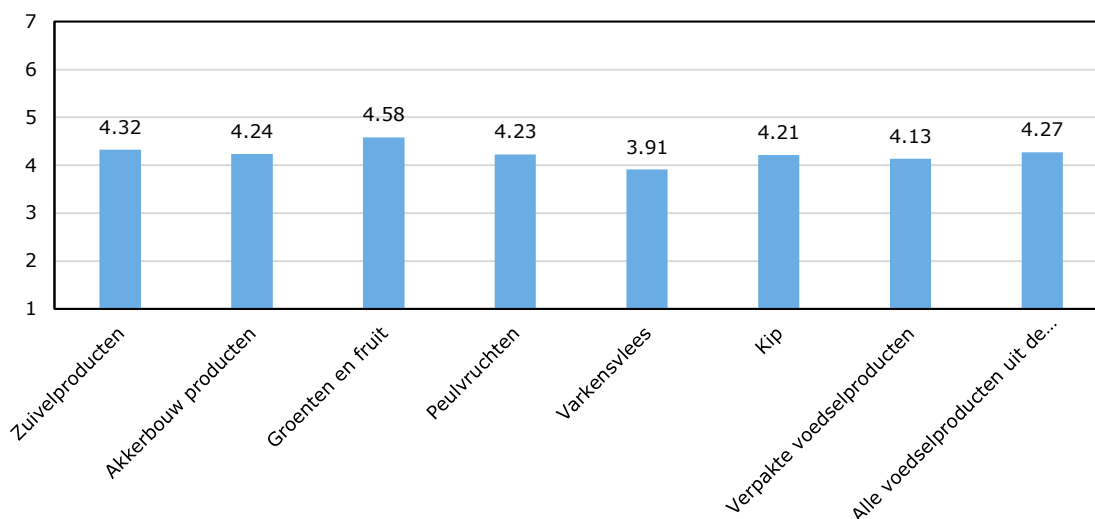
## Impact actuele gebeurtenissen op verschuivingen in waardering

Om de verschillen in waardering goed te kunnen duiden, heeft een klein aantal deelnemers zowel in 2018 als in 2020 een gedeelte van de monitor ingevuld (N=200). De verschuiving tussen 2018 en 2020 worden wederom voor het grootste gedeelte door de belangrijkste voorspellende factoren verklaard: betrokkenheid en vertrouwen in de samenwerking zijn het belangrijkste om de stijging in de waardering te verklaren (reputatie en vertrouwen in voedselveiligheid zijn niet meegenomen voor deze subset).

Houding ten aanzien van boerenprotesten en het opzoeken van informatie over Covid-19 zijn ook van invloed op de verschuivingen. De impact van deze actuele gebeurtenissen is wel veel kleiner dan de impact van de eerdergenoemde voorspellende factoren. We zien dat een positieve houding tegenover boerenprotesten zorgt voor een meer positieve waardering tegenover de sectoren. Ook zien we dat het opzoeken van informatie over Covid-19 het vertrouwen in de sectoren beïnvloedt. Meer vertrouwen zorgt op zijn beurt weer voor een grotere verschuiving in de waardering.

## Covid-19 verandert voedingspatronen, met name door sociale omgeving

Respondenten geven aan door Covid-19 anders te zijn gaan eten. Het zijn geen grote verschuivingen, maar ze zijn bijvoorbeeld minder varkensvlees en meer groenten en fruit gaan eten. Zelf geven zij aan dat ze hun voedselaankopen in de periode sinds Covid-19 vooral doen vanuit gezondheid en duurzaamheid motivaties en omdat het betaalbaar is. Analyses laten echter zien dat met name de sociale omgeving (wat respondenten denken dat anderen voorstellen) van invloed is op veranderende voedselpatronen sinds Covid-19.

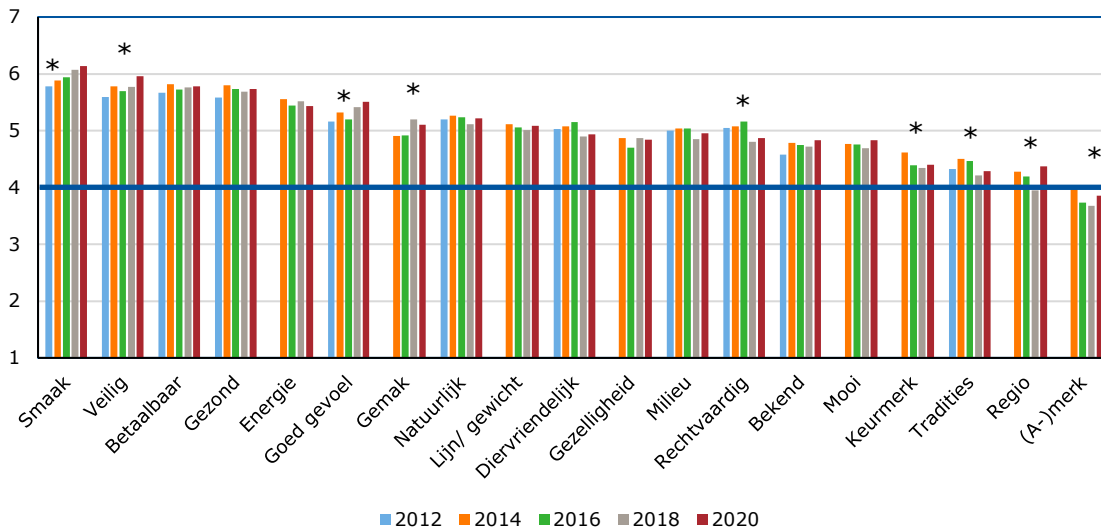


**Figuur 2** Verandering in aankopen sinds Covid-19 (1 = veel minder; 7 = veel meer).

## Egocentrische waarden weer belangrijker geworden

Nederlanders vinden vooral de smaak, veiligheid, betaalbaarheid en gezondheid belangrijk bij het voedsel dat ze eten. Deze zogenaamde egocentrische waarden vinden ze belangrijker dan duurzaamheidswaarden als diervriendelijk, milieuvriendelijk of rechtvaardig, die in de middenmoot zitten van het belang dat mensen hechten aan de verschillende voedselwaarden. Egocentrische voedselwaarden als gezondheid, goed gevoel, smaak en gemak zijn in 2020 wederom belangrijker geworden in vergelijking met voorgaande jaren.

Het belang dat mensen hechten aan rechtvaardigheid als voedselwaarde is afgenomen, terwijl het belang van lokale voeding juist is toegenomen.



**Figuur 3** Voedselkeuzemotieven van producten uit de Agri & Food-sector.

Noot. De blauwe lijn geeft de neutrale score aan. \* geeft aan dat er significant verschillen zijn tussen 2020 en (enkele) andere jaren.

## Agri & foodsectoren worden als meer duurzaam gezien dan in 2014, maar impact op waardering hiervan is klein

Duurzaamheid is een complex begrip, bestaande uit verschillende facetten zoals het milieu, maar ook aspecten van diervriendelijkheid en rechtvaardigheid. Producten met een diervriendelijk en milieuvriendelijk keurmerk worden door Nederlanders gezien als duurzaam, maar producten met een rechtvaardigheidskeurmerk of vegetarische of natuurinclusieve producten worden bijvoorbeeld veel minder als kenmerken van duurzame producten gezien.

De perceptie van duurzaamheid verschilt voor de verschillende subsectoren. Over het algemeen worden de akkerbouw en tuinbouw meer positief gewaardeerd als het gaat om duurzaamheid, en de varkenshouderij, pluimvee, supermarkten en voedingsmiddelenindustrie het minst positief.

De mate waarin consumenten de agri & foodsectoren associëren met duurzaamheid is gestegen in 2020 (met uitzondering van de gehele Agri & Food-sector en melkveehouderij). Deze duurzame perceptie heeft een kleine link met de waardering van de sectoren. Hier zijn echter wel nuances: deze link is bijvoorbeeld sterker voor mensen die zichzelf meer als milieuvriendelijk persoon zien (hoge milieu-identiteit).

## Mogelijkheden om de waardering van de Agri & Food-sector verder te versterken

De Agrifoodmonitor heeft veel verschillende onderdelen en verdiepingen meegenomen. Hier komen ook aangrijpingspunten uit naar voren om de waardering te verhogen:

- Een experiment laat zien dat het verkleinen van de fysieke afstand (zoals het aanbieden van producten uit de provincie) en de sociale afstand tot boeren (zoals aangeven wie de boer is die het product heeft gemaakt) de waardering van de subsectoren kunnen verhogen. Ook in real life zien we deze effecten terug: mensen die dicht bij een ondernemer wonen of één of meerdere boeren kennen zijn meer positief over de sector. Boerderijdagen, lokale producten of persoonlijke verhalen zouden bijvoorbeeld de afstand tot de boer kunnen verlagen en de waardering van de sector daarmee verhogen.

- 
- Nader onderzoek naar de waardering van voedsel in verschillende stadia van de consumptiecyclus (productie, aankoop, consumptie en verspilling), toont aan dat voedsel het meest gewaardeerd wordt tijdens de consumptie en aankoopfase, en het minste als mensen denken aan verspilling van voedsel in Nederland. Analyses laten zien dat de waardering van voedsel tijdens de productie belangrijk is voor de houding tegenover de sector. De waardering van voedsel tijdens productie verhogen lijkt daarmee een effectieve strategie: denk bijvoorbeeld aan herkomst verhelderen, visuele ondersteuning waar producten vandaan komen of moestuinen.

---

**Meer informatie**

Marleen Onwezen

T +31 (0)70 335 81 75

E [marleen.onwezen@wur.nl](mailto:marleen.onwezen@wur.nl)

[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

2020-080b