



# Vleeseters, flexitariërs en vleesmijders

## Doelgroepen op weg naar een meer plantaardig eetpatroon

Muriel Verain, Sandra van der Haar, Hans Dagevos en Marleen Onwezen

**Vleeseters, flexitariërs en vleesmijders hebben verschillende motieven en ervaren andere barrières om al dan niet te kiezen voor een meer plantaardig eetpatroon. Op basis van recente Nederlandse studies is onderzocht welke consumentengroepen er met betrekking tot eiwitconsumptie kunnen worden onderscheiden en wat aanknopingspunten kunnen zijn om een gerichte aanpak voor gedragsverandering te ontwikkelen die aansluit bij hun motieven en voorkeuren.**

### Context

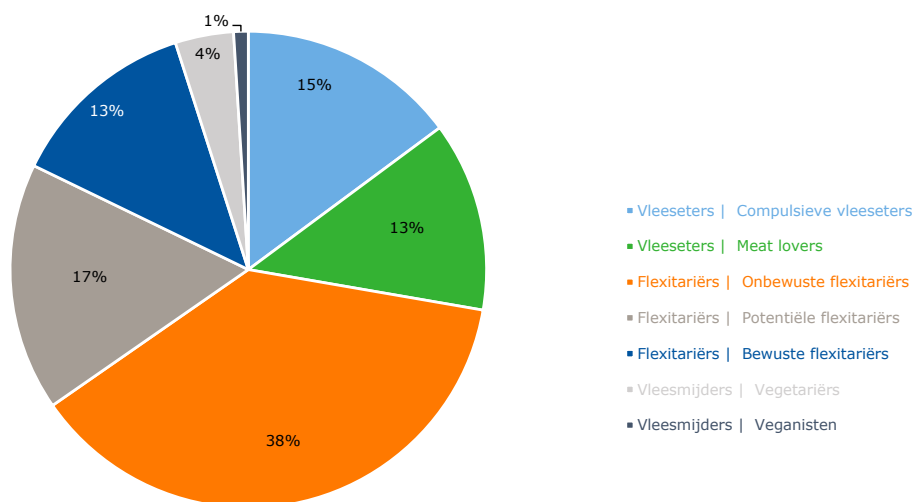
Met een verschuiving naar een eetpatroon waarin meer ruimte is voor plantaardig eten en minder voor dierlijke eiwitten is zowel milieu- als gezondheidswinst te boeken. Het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit heeft als beleidsdoelstelling geformuleerd dat de verhouding tussen dierlijke en plantaardige eiwitten in het Nederlandse voedingspatroon in 2030 een 50/50-balans heeft. Om deze doelstelling te helpen bereiken is meer inzicht nodig in welke doelgroepen te onderscheiden zijn, hoe hun eetpatronen verschillen en welke aanknopingspunten er per doelgroep zijn om een verschuiving naar een 50/50-eiwitbalans te stimuleren.

### Bestaand onderzoek

Er zijn in de voorbije jaren in Nederland diverse studies gedaan met groepen van consumenten die verschillen in hun consumptie van eiwitbronnen, en met name vlees. Logischerwijs gaat het in algemene zin om vleeseters, flexitariërs en vleesmijders. Maar om keuzes van zulke consumentengroepen beter te begrijpen is het van belang meer inzicht te krijgen in welke factoren belangrijk of onderscheidend zijn voor het gedrag van deze groepen. Dan is beter te bepalen wat mensen motiveert of irriteert en welke kansen en handvatten er zijn om consumenten in de richting van de beleidsdoelstelling te bewegen. 'Wat leert bestaand onderzoek ons in dit verband?', is de vraag die hier voorligt.

## Vleeseters, flexitariërs en vleesmijders

Dat de geselecteerde consumentenstudies naar dierlijk en plantaardig eten (zie Literatuurlijst voor een overzicht van de geselecteerde studies), groepen onderscheiden op het continuüm fervente vleeseters enerzijds tot fanatieke veganisten anderzijds, zal niet verbazen. Studies maken over het algemeen ten minste een driedeling door respectievelijk vleeseters, flexitariërs en vleesmijders te onderscheiden. Dit vergelijkbare beeld geldt zowel voor studies die indelen op basis van eetgedrag als voor studies met een focus op onderliggende factoren, zoals houding of intenties ten aanzien van wel/geen/minder vlees eten. Een deel van de studies maakt een verdere onderverdeling binnen groepen. Als we deze inzichten combineren en houding als basis nemen voor het indelen van consumentengroepen, dan komen drie hoofdsegmenten en zeven subsegmenten in beeld (Figuur 1).



**Figuur 1** Omvang van de doelgroepen in de Nederlandse volwassen populatie (%).  
NB: vanwege afrondingen tellen de percentages in Figuur 1 op tot 101

## Bij voorkeur vlees

Vleeseters zien zichzelf over het algemeen ook als zodanig. En ze geven invulling aan die identiteit door frequent en met smaak vlees te eten, vlees eten normaal te vinden en als onderdeel te bestempelen van de gekoesterde eettradities. Favorieten van vleeseters zijn kipfilet en biefstuk en een gehaktbal wordt evenmin versmaad (Tabel 1). Vlees heeft de voorkeur als het gaat om de consumptie van eiwitten, en als er alternatieven worden gekozen voor vlees, dan graag van dierlijke origine, zoals ei of kaas (Tabel 1). Het is weinig verwonderlijk dat in deze groep weinig (morele) noodzaak bestaat om vlees te minderen en het veelal ontbreekt aan kennis over alternatieven voor vlees en aan vaardigheden om een maaltijd met minder of zonder vlees te bereiden. De persoonlijke norm tot minder vlees eten ligt laag en wordt ook nauwelijks tot niet gevoed door kennis over duurzaamheid, gezondheid en dierenwelzijn rondom vlees noch door de sociale omgeving – die eveneens vooral vleesminnend is.

De hierboven aangestipte motieven, kennis en omgeving bieden in eerste instantie weliswaar weinig aangrijpingspunten voor gedragsverandering in de richting van de getrokken beleidslijn naar een 50/50-eiwitbalans, maar kansen binnen deze groep met een relatief groot aandeel jonge mannen en huishoudens met kinderen liggen wellicht in de omschakeling naar minder milieubelastend vlees (kip in plaats van rund) of hybride vlees (deels plantaardig, deels dierlijk) als het om compulsieve vleeseters gaat en kleinere porties (diervriendelijker) vlees als het om meat lovers gaat. Waar compulsieve vleeseters star vasthouden aan hun vleesconsumptie en weerstand ervaren als het gaat om vlees minderen, zijn meat lovers minder verstokt en worden vooral door smaak gedreven. Bij deze laatstgenoemde groep liggen wellicht aanvullende kansen door ze te verleiden met smaakvolle plantaardige alternatieven.

**Tabel 1** Hiërarchie in voorkeuren per doelgroep.

Compulsieve vleeseters	Meat lovers	Onbewuste flexitariërs	Potentiële flexitariërs	Bewuste flexitariërs	Vegetariërs	Veganisten
Kipfilet	Biefstuk	Kipfilet	Eieren	Eieren	Champignons	Vegetarische burger
Biefstuk	Kipfilet	Eieren	Kipfilet	Hollandse kaas	Cashewnoten	Kikkererwten
Gehaktbal	Gehaktbal	Hollandse kaas	Hollandse kaas	Champignons	Vegetarische burger	Champignons
Eieren	Eieren	Biefstuk	Zalmoot	Cashewnoten	Hollandse kaas	Cashewnoten
Hollandse kaas	Hollandse kaas	Gehaktbal	Biefstuk	Kipfilet	Eieren	Pinda's
Hamburger	Karbonade	Hamburger	Gehaktbal	Zalmoot	Kikkererwten	Vegetarisch gehakt
Karbonade	Lekkerbekje	Lekkerbekje	Lekkerbekje	Vegetarische burger	Vegetarisch gehakt	Tofoe
Lekkerbekje	Zalmoot	Zalmoot	Champignons	Pinda's	Bruine bonen	Bruine bonen
Zalmoot	Hamburger	Champignons	Cashewnoten	Lekkerbekje	Pinda's	Shiitakes
Frikandel	Champignons	Cashewnoten	Hamburger	Bruine bonen	Tofoe	Zeewierburger
Champignons	Frikandel	Pinda's	Pinda's	Vegetarisch gehakt	Shiitakes	Hollandse kaas
Pinda's	Cashewnoten	Karbonade	Bruine bonen	Kikkererwten	Zeewierburger	Eieren
Cashewnoten	Pinda's	Frikandel	Karbonade	Gehaktbal	Zalmoot	Zalmoot
Bruine bonen	Bruine bonen	Bruine bonen	Vegetarische burger	Biefstuk	Lekkerbekje	Gehaktbal
Kikkererwten	Kikkererwten	Kikkererwten	Kikkererwten	Hamburger	Insectenburger	Insectenburger
Shiitakes	Shiitakes	Shiitakes	Shiitakes	Tofoe	Kipfilet	Hamburger
Vegetarisch gehakt	Vegetarisch gehakt	Vegetarisch gehakt	Frikandel	Shiitakes	Gehaktbal	Lekkerbekje
Vegetarische burger	Vegetarische burger	Vegetarische burger	Vegetarische burger	Zeewierburger	Hamburger	Kipfilet
Tofoe	Tofoe	Tofoe	Tofoe	Frikandel	Frikandel	Biefstuk
Zeewierburger	Zeewierburger	Zeewierburger	Zeewierburger	Karbonade	Biefstuk	Frikandel
Insectenburger	Insectenburger	Insectenburger	Insectenburger	Insectenburger	Karbonade	Karbonade

Rood = vlees; Oranje = dierlijk, anders dan vlees; Groen = plantaardig.

## Vleesmindere als norm

Flexitariërs zijn bewust of onbewust en in meer of mindere mate bezig met vleesmindere. Hoewel in de literatuur flexitarisme verschillende definities krijgt, hebben ze met elkaar gemeen dat een flexitariër niet elke dag vlees eet. Flexitariërs zijn dus eigenlijk per definitie een diverse groep bestaande uit mensen die 'toevallig' één of meer dagen per week geen vlees eten tot mensen die zeer bewust één of twee dagen in de week vlees op tafel zetten. Flexitariërs hechten aan het eten van vlees omwille van smaak en gezondheid, vervangen vlees bij de warme maaltijd voornamelijk door vis en ei, maar ook door plantaardige producten, zoals vleesvervangers, peulvruchten en noten. Tot hun favoriete eiwitbronnen behoren veel dierlijke producten (Tabel 1), maar hier zien we grote verschillen tussen de groepen. Waarbij de top van de hiërarchie van onbewuste flexitariërs veel vleesproducten bevat, zien we bij bewuste flexitariërs kipfilet als enige vleesproduct in de top tien. Zij geven de voorkeur aan dierlijke eiwitbronnen anders dan vlees, maar ook champignons en cashewnoten vallen bij hen in de smaak (Tabel 1). Onder de flexitariërs zijn hoogopgeleide vrouwen oververtegenwoordigd. Flexitariërs kenmerken zich bovenal door een hoge persoonlijke morele norm om minder vlees te eten, met name onder bewuste flexitariërs en in mindere mate onder potentiële flexitariërs. Ze zijn dus intrinsiek gemotiveerd om minder vlees te eten, maar worstelen soms nog met hoe dit dieet in de praktijk te volgen (gebrek aan beschikbaarheid van goede alternatieven voor vlees) en in te passen in hun leefstijl. Kennis over vlees in relatie tot gezondheid, duurzaamheid en dierenwelzijn is aanwezig evenals kookvaardigheden om alternatieven te bereiden. De sociale omgeving is niet altijd faciliterend (gezinsleden die waarde hechten aan vlees op het bord) maar kan tegelijkertijd ook een belangrijke motiverende factor zijn voor flexitarisch eetgedrag.

---

De diverse groep van flexitariërs biedt diverse kansen voor een dieet dat minder dierlijk en meer plantaardig van samenstelling is. Kleinere porties vlees, minder (rood en bewerkt) vlees eten en een verdere vermindering van het aantal 'vleesdagen' per week zijn opties – bijvoorbeeld voor onbewuste flexitariërs. Verdere verbetering en uitbreiding van het assortiment plantaardige vleesvervangers kan helpen om (potentiële) flexitariërs verder te helpen naar een meer plantaardig eetpatroon. Voor (bewuste) flexitariërs is strategie te voeren om vlees vaker door plantaardige eiwitten te vervangen, omdat nog vaak voor dierlijke vervangers wordt gekozen. Ook kan deze groep aangezet worden om regelmatig voor vleesloze (eenpans)gerechten te kiezen.

## Vleesmijders zijn ook beleidsrelevant

De groep van vleesmijders is op zichzelf ook weer onder te verdelen in meerdere vormen van vegetarisme en veganisme, maar de gedeelde noemer is hier dat vlees geen onderdeel van het voedingspatroon is. Omdat dierlijke producten geen tot een minder belangrijke rol spelen in de diëten van vleesmijders, zijn plantaardige vleesvervangers een gangbaar alternatief – met name ook voor zogenoemde drie-componentenmaaltijden (groenten, aardappelen en een vleesvervanger). Naast deze alternatieven voor vlees wordt ook vaak gekozen voor onbewerkte vervangers, zoals noten, peulvruchten, soja en groenten. Logischerwijs zijn de favoriete eiwitproducten plantaardig van aard met een bescheiden rol voor dierlijke voedingsproducten als het om vegetariërs gaat (Tabel 1). Zoals ook bij vleeseters en flexitariërs het geval was, zijn de demografische verschillen van vleesmijders met andere groepen relatief klein. Vrouwen zijn oververtegenwoordigd en zowel veel ouderen als jongeren vormen deel van deze groep. Behalve dat ze vaak in een stedelijke omgeving wonen, bevinden zich betrekkelijk vaak mensen in hun sociale omgeving die ook geen of minder vlees eten. Als vanouds onder vegetariërs en veganisten is dierenwelzijn een kernmotief om geen vlees te eten. Milieu en gezondheid zijn andere belangrijke motieven. Deze groep ervaart vlees eten als niet meer van deze tijd. Ze vinden het gemakkelijk om alternatieven te bedenken en te bereiden en hebben veel kennis van de impact van vlees op de wereld, dierenwelzijn en eigen lijf en leden.

Vegetariërs en veganisten hebben dierlijke eiwitbronnen al geheel of gedeeltelijk vervangen door plantaardige. Op het eerste oog lijken zij buiten de beleidsdoelstelling te vallen, omdat ze ongetwijfeld in veel gevallen al een dieet volgen dat de 50/50-eiwitbalans probleemloos haalt. Toch zijn vleesmijders beleidsrelevant. Om te beginnen omdat het vervangen van vlees door een ander dierlijk product niet altijd gewenst is vanuit duurzaamheidsoogpunt (kaas heeft bijvoorbeeld een hogere milieudruk dan kip). Inzetten op het meer duurzame plantaardige alternatief (zoals onbewerkte peulvruchten of noten) biedt kansen op extra duurzaamheidswinst en versterking van een nog plantaardiger eetpatroon. Een andere mogelijkheid voor beleid is door deze groep beleidsmatig te ondersteunen en van positieve feedback te voorzien, waardoor wordt bijgedragen aan de normalisering van meer plantaardige voedingspatronen en aan het gemotiveerd houden van mensen om hun plantaardige eetgewoonten te blijven volgen. Immers, gegeven de dominante vleescultuur in Nederland is het voor vegetariërs en veganisten sociaal gezien bijvoorbeeld niet altijd gemakkelijk hun voedingsstijl vol te houden. Hoewel de keuze voor vleesloos eten in veel sociale kringen en eetgelegenheden geen enkel probleem meer is, mag er beleidsaandacht zijn voor de emancipatie van vleesmijders, die niet voltooid is.

## Resumé

In consumentenstudies naar dierlijk en plantaardig eten wordt begrijpelijkerwijs gevarieerd op het onderscheiden van drie hoofdcategorieën: vleeseters, flexitariërs en vleesmijders. Vervolgens wordt het accent gelegd op het zoeken naar verschillen in houding, intenties ten aanzien van vleesreductie of sociaal-demografische kenmerken. Op deze manier ontstaat meer inzicht in verschillen tussen en binnen groepen dat weer kan helpen om 'ingangen' te vinden bij groepen om hun eetpatroon aan te passen conform de Nederlandse beleidsdoelstelling om richting 2030 tot een voedingspatroon te komen waarin de verhouding tussen dierlijke en plantaardige eiwitten 50/50 is.

---

De evidente aanwezigheid van flexitarisme in de Nederlandse context betekent dat vleesminderen en meer plantaardig eten de nodige potentie hebben. Het ligt voor de hand om in ieder geval in beleid gevarieerd in te zetten op deze brede groep van vleesminderaars. De 50/50-doelstelling is relevant hier omdat er motivatie is om de frequentie en de hoeveelheid van vleesconsumptie te verlagen. Behalve dat in het dierlijke deel van het dieet winst is te boeken, is hetzelfde het geval aan de plantaardige kant: de consumptie van bijvoorbeeld peulvruchten en noten verdient uitbreiding, zodat er een grotere variëteit aan plantaardige producten wordt gegeten en de rijkheid aan recepten en toepassingen toeneemt.

Meer naar de uiteinden van het spectrum moeten verstokte vleeseters niet uit het oog verloren worden om ook mee te bewegen in de richting van een meer gebalanceerd dieet in 2030. Gezondheid en betaalbaarheid zijn gevoelige snaren die door beleid te bespelen zijn om de vleesminnende houding in een meer vleesminderende stand te krijgen. Ook lijken er mogelijkheden te liggen in het veranderen van de norm, zowel door aanpassingen in het aanbod als door normen van andere subgroepen zichtbaar te maken. Vleesmijders aan de andere kant kunnen tot bondgenoten van beleid gemaakt worden door de voorbeeldfunctie die ze kunnen vervullen met betrekking tot plantaardig eten als leuk, lekker, gezond en natuurlijk. Ook kunnen zij gestimuleerd en ondersteund worden om het dieet nog duurzamer en gezonder te maken door meer te variëren en meer plantaardige en onbewerkte producten te kiezen.

Al met al is de door beleid bedoelde verschuiving naar een meer plantaardig eetpatroon als een maatschappelijke uitdaging te kwalificeren. Ondanks velerlei ontwikkelingen op het niveau van mens, markt en maatschappij die momenteel al de beleidsdoelstelling ondersteunen, leren de Nederlandse studies dat op consumentenniveau nog vaak en veel motieven, kennis, vaardigheden of sociale contexten eerder barrières dan stimuli zijn op de weg naar een meer plantaardig voedingspatroon.

## Aangrijpingspunten

Enkele opvallende inzichten zijn verkregen over groepen heen, die aangrijpingspunten bieden om consumenten mee te laten bewegen in de transitie naar een meer plantaardig eetpatroon:

- **Doelgroepen verschillen sterk in hun motieven**

Vleeseters en onbewuste flexitariërs minderen vanwege egocentrische redenen, zoals gezondheid en betaalbaarheid. Voor potentiële en bewuste flexitariërs alsook voor vleesmijders zijn milieu- en dierenwelzijnsoverwegingen de belangrijkste motieven om te minderen (Tabel 2). Dierenwelzijn lijkt het doorslaggevende motief om echt over te stappen naar vleesloos. We bevelen aan om communicatie-uitingen zoveel mogelijk aan te laten sluiten bij de heersende motieven per doelgroep. Inspelen op milieu- en dierenwelzijnsoverwegingen in campagnes lijkt een kansrijke route te zijn voor een grote groep Nederlanders.

- **Weinig kennis over gezondheidsvoordelen van vleesminderen**

Bij een groot deel van de Nederlanders ontbreekt kennis over mogelijke positieve gezondheidseffecten van vleesminderen. Ook wordt gezondheid door bepaalde groepen zelfs gekoppeld aan een hoge vleesconsumptie. Aangezien gezondheid als een belangrijk motief wordt gezien om vlees te minderen, met name bij onbewuste flexitariërs, is een benadering via gezondheidsargumenten een kansrijke strategie.

- **Sociale omgeving een belangrijke trigger**

De verschillende doelgroepen omschrijven allen dat ze in een sociale omgeving zitten met een vergelijkbaar eetpatroon. Dit kan deels hun eigen perceptie zijn, maar geeft ook aan dat de sociale omgeving een belangrijke bron van inspiratie kan vormen en dat hier kansen liggen om bijvoorbeeld via sociale media, boegbeelden, peers en influencers doelgroepen te bereiken.

- **Doelgroepen verschillen sterk in hun voorkeuren voor eiwitbronnen:** Voor de verschillende groepen verschillen de kansen als het gaat om het vervangen van vlees. Waar het voor vleeseters en onbewuste flexitariërs met name zit in een verschuiving naar de duurzamere dierlijke eiwitbronnen zoals kip en ei, liggen er bij bewuste flexitariërs en vegetariërs wel degelijk kansen voor een verdere verschuiving naar meer plantaardige eiwitbronnen. Met name champignons, cashewnoten, kikkererwten en vegetarische burgers bieden potentie. Daarbij zijn

zowel kennis over milieu-impact van dierlijke producten (met name kaas) als vaardigheden om lekkere en voedzame plantaardige maaltijden te bereiden belangrijke aandachtspunten.

**Tabel 2** Top 5 motieven om vleesconsumptie te minderen/stoppen per segment (gebaseerd op Verain et al., 2022 – aangevuld voor vegetariërs en veganisten)

	<b>Compulsieve vleeseters (34)</b>	<b>Meat lovers (42)</b>	<b>Onbewuste flexitariërs (315)</b>	<b>Potentiële flexitariërs (178)</b>	<b>Bewuste flexitariërs (205)</b>	<b>Vegetariërs (174)</b>	<b>Veganisten (24)</b>
1	Betaalbaar	Gezond	Gezond	Diervriendelijk	Diervriendelijk	Diervriendelijk	Diervriendelijk
2	Sensorisch aantrekkelijk	Betaalbaar	Betaalbaar	Milieuvriendelijk	Gezond	Goed gevoel	Milieuvriendelijk
3	Veilig	Veilig	Sensorisch aantrekkelijk	Gezond	Milieuvriendelijk	Milieuvriendelijk	Goed gevoel
4	Gezond	Goed gevoel	Veilig	Natuurlijk	Veilig	Gezond	Gezond
5	Gemak	Goed voor de lijn	Diervriendelijk	Eerlijk geproduceerd	Goed gevoel	Natuurlijk	Natuurlijk

---

## Kennishiaten

Aan de hand van de indeling van gedragsbepalende factoren die worden benoemd door het ministerie van LNV (Figuur 2, onderdeel van het zogeheten Communicatie Activatie Strategie Instrument (CASI)) wordt, tot slot, gewezen op een aantal gedragsbepalers die nog niet of minder zijn onderzocht in de context van minder dierlijk en meer plantaardig eten:

- Inzichten in **emotionele aspecten van vleesreductie** van deze groepen ontbreekt in de meegenomen studies, terwijl in de internationale literatuur steeds duidelijker wordt dat affectieve factoren, zoals emoties, belangrijk zijn in voedselconsumptiekeuzes.
- Er is weinig tot niks bekend over reeds aanwezige dan wel potentiële **weerstand** bij verschillende groepen tegen het eten van minder of geen vlees, terwijl er in de media en maatschappelijk zo nu en dan sprake is van opvlammende polarisatie en begrip van weerstand direct relevant is voor de effectiviteit van gedragsinterventies of de ontvankelijkheid voor (informatie)campagnes.
- Er is nog veel onduidelijk over de invloed van de **fysieke omgeving** op de (dominante) keuzes die door verschillende doelgroepen worden gemaakt, terwijl bekend is uit de literatuur dat de fysieke omgeving (denk aan positionering van producten in supermarkten) – naast de sociaal-culturele – sterk bepalend is in de voedingskeuzes die mensen maken.
- Er is nog betrekkelijk weinig bekend over **automatische reacties en onbewuste associaties** bij verschillende consumentengroepen als het bijvoorbeeld gaat om de macht van gewoonte in de keuze voor vlees of de impact van producten of menukeuzes die als vegetarisch of veganistisch zijn gelabeld.



**Figuur 2** Visuele weergave van de kennishiaten (in oranje en rood).

---

## Literatuurlijst doelgroepenstudie

- Berg, S.W. van den, A.C. van den Brink, A. Wagemakers en L. den Broeder (2022). Reducing meat consumption: The influence of life course transitions, barriers and enablers, and effective strategies according to young Dutch adults. *Food Quality and Preference*, 100, 104623.
- Boer, J. de, H. Schösler en H. Aiking (2017). Towards a reduced meat diet: Mindset and motivation of young vegetarians, low, medium and high meat-eaters. *Appetite*, 113, 387-397.
- Bos, C.K. en C. Keuchenius (2021). *Minderen vleesconsumptie: gedrag & motivaties*. Motivaction. Geraadpleegd op 29 juli 2022, van [website Voedingscentrum](#).
- Caarels, M.I. van Ree, S. Kliest, A. van Welzen. (2018). *Minder vlees, meer plantaardig - communicatieonderzoek naar de (vlees)consument*. Geraadpleegd op 29 juli 2022 (niet openbaar).
- Dagevos, H. (2019). Vegetarianism in the Dutch Polder. In: *To eat or not to eat meat: How vegetarian dietary choices influence our social lives*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Dagevos, H., L. van Hoeven, C.N. van der Weele en E. de Bakker. (2012). *Vlees vooral (snog) vanzelfsprekend: consumenten over vlees eten en vleesminderen*. Geraadpleegd op 29 juli 2022, van [WUR eDepot](#).
- Dagevos, H. en M.C.D. Verain (2020, oktober). Vlees voert niet altijd de boventoon. *Voeding Nu 6*.
- Kanne, P., T. van Hofweegen, K. Kooiman en W. van Engeland (2019). *Duurzaam denken is nog niet duurzaam doen*. I&O Research. Geraadpleegd op 15 juli 2022, van [website I&O Research](#).
- Nassar, G. (2020). *Consumer insights on health, safety, sustainability, and price elements of plant-based meal alternatives*. Stageverslag. Geraadpleegd op 29 juli 2022 (niet openbaar).
- Natuur & Milieu, (2020). *Vegamonitor 2020*. Geraadpleegd op 29 juli 2022, van [website Natuur en Milieu](#).
- Polet, I., M. Vingerhoeds, S. van der Haar en L.A.M. Pouvreau (2019). *Critical factors in appreciation and acceptance of meat analogues*. Poster contribution to conference. Geraadpleegd op 29 juli 2022, van [WUR eDepot](#).
- ProVeg International (2020). *European consumer survey on plant-based foods*. Geraadpleegd op 29 juli 2022, van [website ProVeg](#).
- ProVeg Nederland (2022). *Wat vindt Nederland van de Eiwittransitie? De toekomst van de veehouderij*. Geraadpleegd op 29 juli, van [website ProVeg](#).
- Verain, M.C.D., H. Dagevos en P. Jaspers (2020, februari). Duurzame identiteitszoekers. *Voeding Nu 1*.
- Verain, M.C.D., H. Dagevos en C. Antonides (2015). Flexitarianism: A range of sustainable food styles. In *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 209-223): Edward Elgar Publishing.
- Verain, M.C.D., H. Dagevos en P. Jaspers (2022). Flexitarianism in the Netherlands in the 2010 decade: Shifts, consumer segments and motives. *Food Quality and Preference*, 96, 104445.
- Sijtsema, S.J., H. Dagevos, G. Nassar, M. van Haaster de Winter en H.M. Snoek (2021). Capabilities and opportunities of flexitarians to become food innovators for a healthy planet: two explorative studies. *Sustainability*, 13(20), 11135.

---

### Meer informatie

Muriel Verain  
T +31 (0)70 335 83 19  
E [muriel.verain@wur.nl](mailto:muriel.verain@wur.nl)  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

2022-108