

Agrifoodmonitor 2023

Een blik op de toekomst: jongvolwassenen en hun kijk op een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon

Ireen Raaijmakers, Houkje Adema, Liam Dwyer, Muriel Verain en Marleen Onwezen
Wageningen Economic Research



Leeswijzer & dankwoord

Leeswijzer

- Deel 1: [Introductie Agrifoodmonitor 2023](#) (slide 3 tot en met 5).
- Deel 2: [Conclusies en aanbevelingen](#) (slide 6 tot en met 11).
- Deel 3: [Methodiek en resultaten](#) (slide 12 tot en met 42).
- In de bijlage staat een
 - [A](#): lijst met definities (slide 45).
 - [B](#): samplebeschrijving (slide 46).
 - [C](#): overzicht van AFM in voorgaande jaren (slide 47).
 - [D](#): beschrijving van de items in de vragenlijst (slide 48 en 49).
 - [E](#): beschrijving van aanvullende resultaten (slide 50 tot en met 52).

Dankwoord

De Agrifoodmonitor 2023 is uitgevoerd door Wageningen Economic Research in opdracht van Topsector Agri & Food, uitvoeringslijn Markt en Maatschappij. Wij willen de begeleidingscommissie (Margrethe Jonkman [Topsector AF, Friesland Campina], Saskia Aalbers [Albert Heijn], Janine Luten [GroentenFruithuis], Hans Koehorst [LTO], Jasper Lok en Yvonne van Fernhout [beiden ministerie van LNV] en Caroline Vollebregt [Topsector AF, Markt en Maatschappij]) zeer hartelijk danken voor het meedenken en het geven van waardevolle input op de opzet, het instrument en de duiding. De voorzitter van de begeleidingscommissie, Caroline Vollebregt, danken wij hartelijk voor het voortraject en het vormgeven van de nieuwe monitor 2023. Tot slot zijn wij de topsector Agri & Food erkentelijk voor het beschikbaar stellen van de TKI-middelen die het mogelijk hebben gemaakt de werkzaamheden aan de monitor uit te voeren.

Deel 1 – Introductie Agrifoodmonitor

Agrifoodmonitor

Kern Agrifoodmonitor 2023

Vanaf 2012 heeft Wageningen Economic Research elke twee jaar een peiling gedaan om inzicht te geven hoe consumenten tegen de Agri & Foodsector aankijken en waar deze waardering vandaan komt. Zo bekijken we of de waardering en de factoren die de waardering verklaren, veranderen over de tijd.

In 2021 is besloten de Agrifoodmonitor jaarlijks uit te voeren om meer ruimte en verdieping te bieden aan actuele maatschappelijke vraagstukken. Dit jaar, 2023, staat een verdiepend thema centraal, terwijl tegelijkertijd ook de kern van de monitor gemeten wordt.



Kern Agrifoodmonitor

Meegenomen Agri & Foodsectoren in de Agrifoodmonitor: (van links naar rechts) akkerbouw, tuinbouw, pluimveehouderij, varkenshouderij, visserij, melkveehouderij, supermarkten, voedingsmiddelenindustrie en Agri & Foodsector als geheel.

Agrifoodmonitor

Verdiepingsthema Agrifoodmonitor 2023:

dit jaar staat het thema 'verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten' centraal. Hierbinnen ligt de focus op de consument van de toekomst; jongvolwassenen (18 tot en met 35 jaar). Inzicht in deze doelgroep helpt bij het ontwikkelen van een toekomstbestendig voedselbeleid dat aansluit bij de behoeften en voorkeuren. Ook helpt het te begrijpen of en hoe zij verschillen van andere doelgroepen, zoals de gemiddelde Nederlandse consument.

Onze huidige voedingspatronen bevatten meer dierlijke eiwitten (zoals vlees en zuivel) dan goed is voor onze gezondheid en de wereld om ons heen. De overheid wil dat de verhouding tussen consumptie van dierlijke en plantaardige eiwitten; in 2030 verschoven is van 60:40 (verhouding dierlijk/plantaardig) naar 50:50. Dit vraagt om een verandering in onze voedselconsumptie en om inzet vanuit de Agri & Foodsector.

Het verdiepingsthema geeft inzicht in:

- hoe Nederlandse consumenten en jongvolwassenen de sectoren op dit moment waarderen, en in hun rol en bijdrage om een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten te stimuleren;
- houding en gedrag van Nederlandse consumenten en jongvolwassenen tegenover deze verschuiving.

Zo leert de Agri & Foodsector hoe zij de verschuiving op een duurzame en toekomstbestendige manier kunnen invullen.



Deel 2 – Conclusies en aanbevelingen

Nederlanders zijn positief over de Nederlandse Agri & Foodsector

- Nederlanders blijven dit jaar positief gestemd over de Agri & Foodsector en zijn subsectoren. De tuinbouw en akkerbouw worden wederom het meest positief gewaardeerd. De melkveehouderij, Agri & Foodsector als geheel en visserij scoren bovengemiddeld. De pluimveehouderij en de varkenshouderij worden relatief het minst positief gewaardeerd.
- Voor alle subsectoren is er een kleine daling in waardering zichtbaar ten opzichte van 2021 en 2022. Deze is voor de meeste sectoren niet significant aantoonbaar. Vergeleken met 2022 is de maatschappelijke waardering voor de varkenshouderij in 2023 gedaald, hoewel deze positief blijft.

Reflectie

Wees sectorspecifiek. Zoals we ook in voorgaande jaren aangaven, er is niet één Agri & Foodsector. Er zijn verschillende beelden en associaties bij de subsectoren. Houd hier rekening mee in de communicatie door sectorspecifieke keuzes te maken.

Sectoren die streven naar het vasthouden van of een positieve(re) waardering kunnen gebruikmaken van de inzichten die dit rapport biedt in de drijfveren van maatschappelijke waardering. Namelijk: het verder versterken van betrokkenheid bij en reputatie van sectoren. Betrokkenheid en reputatie zijn twee sterke verklarende factoren voor waardering (zie volgende slide).

Betrokkenheid, reputatie en vertrouwen belangrijkste kernfactoren voor waardering

- Voor sectoren die streven naar een positieve(re) waardering, is het belangrijk dat consumenten een gevoel van betrokkenheid ervaren, vertrouwen behouden en dat de Agri & Foodsectoren een positieve reputatie behouden.
- In vergelijking met 2022 zijn hierin geen aantoonbare veranderingen opgetreden. Wel zijn er enkele verschillen ten opzichte van 2021:
 - Consumenten voelen zich enigszins betrokken bij de meeste subsectoren in 2023. Een significante daling van de betrokkenheid bij de supermarkten is in 2023 te zien ten opzichte van 2021, hoewel deze positief blijft.
 - Ook de reputatie van alle subsectoren is in 2023 (licht) positief. De reputatie van de Agri & Foodsector in zijn geheel en van de supermarkten is in 2023 significant gedaald ten opzichte van 2021.

Aanbevelingen

Betrokkenheid, reputatie, vertrouwen in voedselveiligheid en samenwerking zijn de knoppen waar door Agri & Foodsectoren aan gedraaid kan worden om de waardering te beïnvloeden.

Betrokkenheid

Betrek consumenten bij processen en beslissingen binnen de sectoren. Zorg dat ze zich betrokken voelen en dat ze de sectoren als waardevol en belangrijk zien.

Reputatie

Maak de positieve impact van de sector op economische aspecten als werkgelegenheid zichtbaar, en geef inzicht in de stabiliteit en toekomstgerichtheid van de sector.

Vertrouwen in voedselveiligheid en samenwerking

Vergroot bijvoorbeeld de transparantie in de keten en een open en eerlijke houding.

Consumenten gematigd positief over bijdrage sectoren aan een plantaardiger eetpatroon - ruimte voor verbeteringen

- Op het gebied van waardering, vertrouwen, verantwoordelijkheidsgevoel en in hoeverre de Agri & Foodsectoren een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon stimuleren, zien we eenzelfde trend:
 - Tuinbouw en akkerbouw worden het positiefst beoordeeld en de pluimvee- en varkenshouderij neutraal tot licht negatief. De overige sectoren zitten hiertussen.
- Zo'n 10 tot 20% van de consumenten weet niet goed in hoeverre de sectoren de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon stimuleren.
- Consumenten vinden dat zichzelf en de overheid de grootste verantwoordelijkheid hebben in het stimuleren van een plantaardiger eetpatroon. Echter, ze vinden ook dat de supermarkt en voedingsmiddelenbedrijven hierin een belangrijke rol hebben én dat zij meer kunnen doen om deze verschuiving te stimuleren.
- Jongvolwassenen hebben een positiever beeld van de inzet van de sectoren om de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten te stimuleren dan de gemiddelde Nederlandse consument. Ze vinden dat ze meer doen op meer verschillende manieren. Ook vinden ze dat de dierlijke sectoren zich niet alleen focussen op aanpassingen binnen het dierlijke aanbod, maar ook op het uitbreiden van het plantaardige aanbod:
 - Pluimveehouderij, visserij en melkveehouderij passen manieren toe om het plantaardige aanbod breder en aantrekkelijker te maken.

Aanbevelingen

Als sectoren zich meer willen profileren als bijdragend aan de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon, kan actief communiceren hierover helpen. Hiermee spreek je een groep consumenten aan die op dit moment niet weten welke acties sectoren ondernemen. Plantaardige sectoren kunnen hierbij een voortrekkersrol nemen; consumenten zien deze sectoren als meest verantwoordelijk voor de verschuiving.

Zowel jongvolwassenen als gemiddelde Nederlandse consumenten zien voor zichzelf ook een belangrijke rol om een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon te bewerkstelligen. Bij alle Agri & Foodsectoren liggen kansen om consumenten te activeren.

De consument vindt dat de overheid een belangrijke verantwoordelijkheid heeft in het stimuleren van een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten. Gezien het positieve draagvlak kan de overheid een grotere, actieve rol pakken in het stimuleren van de verschuiving.

Ruimte voor verschuiving naar plantaardiger eetpatroon, maar dierlijke strategieën krijgen de voorkeur

- Men ziet plantaardiger en minder dierlijk eten als iets van deze tijd en als milieuvriendelijker.
- Jongvolwassenen hebben een hogere waardering voor een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten in vergelijking met de gemiddelde Nederlandse consument.
- Jongvolwassenen lijken een gevarieerder eetpatroon te hebben; ze eten bijna alle productgroepen frequenter en op meerdere eetmomenten.
 - De gemiddelde Nederlandse consument eet kaas en zuivel vaker.
- Net als de gemiddelde Nederlandse consument maken jongvolwassenen liever een stap om minder dierlijke producten te eten dan dierlijke producten te vervangen voor een plantaardige variant. Ze staan hier echter wel meer voor open.
 - Dierlijk met een keurmerk, kleinere porties of vervanging voor een duurzame variant (denk aan rund vervangen door kip of ei) hebben de grootste voorkeur.
- Wanneer jongvolwassenen in een fictief experiment de keuze hebben om een regulier dierlijk product, een dierlijk product met keurmerk, hybride product of plantaardig product toe te voegen aan hun maaltijdbox, kiezen ze vaker voor plantaardig of hybride dan de gemiddelde Nederlandse consument.

Aanbevelingen

Er liggen kansen om een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten te stimuleren via een mix van strategieën, waaronder de verschuiving naar minder of duurzamere dierlijke producten en de overstap naar plantaardige vervangers. De verschuiving zal in kleine stapjes gestimuleerd moeten worden; consumenten vinden een plantaardige eetwissel vaak een te grote (eerste) stap. Zowel gemiddelde Nederlandse consumenten als jongvolwassenen staan op dit moment open voor dierlijke producten met keurmerken, kleinere porties of een duurzamere variant. Dit zijn bij uitstek kansen voor dierlijke sectoren om zich in de verschuiving te profileren en zich te positioneren als onderdeel van de oplossing.

Jongvolwassenen worden de consumenten van de toekomst genoemd. Op dit moment geven jongvolwassenen nog de voorkeur aan kleinere portiegroottes of producten met een keurmerk. Deze groep staat echter open voor een plantaardige eetwissel. Het bieden van handvatten zou hierbij kunnen helpen. Voor deze groep is er ook niet één dominante strategie; een combinatie van strategieën kan een verschuiving in het eetpatroon meer stimuleren.

Een focus op consumenten die nog (meer) in beweging moeten komen, biedt ook kansen. Zij kunnen onder andere gestimuleerd worden om een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon te maken middels juiste communicatie (bijvoorbeeld op de voordelen richten of concrete handvatten geven).

Ervaren morele verplichting van jongvolwassenen voorspellend voor waardering plantaardiger eetpatroon

- Jongvolwassenen die een hoge morele verplichting voelen om plantaardiger te gaan eten met minder dierlijke producten, waarderen de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon méér dan jongvolwassenen die minder een morele verplichting ervaren.
- Opvallend is dat er een grote groep jongvolwassenen (70%) is die een hoge morele verplichting ervaart om plantaardiger te eten met minder dierlijke producten.
- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting in vergelijking met jongvolwassenen met een lagere morele verplichting:
 - zijn vaker man, ouder, fulltime in dienst, hoger opgeleid, hebben een hoger inkomen, wonen vaker in de grote steden en zijn vaker samenwonend.
 - hebben een positievere houding ten aanzien van een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon en hebben vaker al stappen gemaakt om deze verschuiving te maken.
 - staan open voor alle strategieën, zowel het minderen van dierlijke producten als deze te vervangen door plantaardige varianten. Dit terwijl jongvolwassenen met een lage morele verplichting enigszins openstaan om dierlijke producten met een keurmerk te eten en niet openstaan voor het minderen of vervangen van dierlijke producten.

Aanbevelingen

Een grote groep jongvolwassenen voelt een sterke morele verplichting om plantaardiger te eten met minder dierlijke producten. Deze groep kan via een klein zetje een grote stap maken in de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten. Dit kan bijvoorbeeld door de beste keuze te maken tussen een plantaardige variant of een kleiner portie dierlijk en/of te focussen op het gezondheidsaspect.

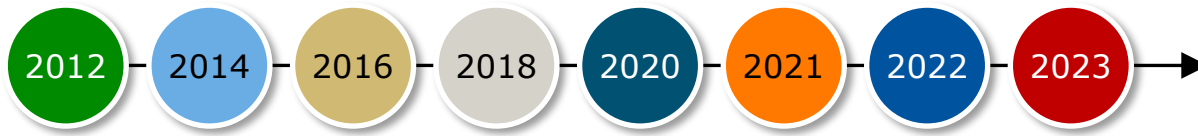
Normen van consumenten kunnen veranderen over tijd, bijvoorbeeld door nieuwe informatie. Focus daarom op het communiceren van een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten als de norm.

Deel 3 – Methodiek en resultaten

Agrifoodmonitor 2023

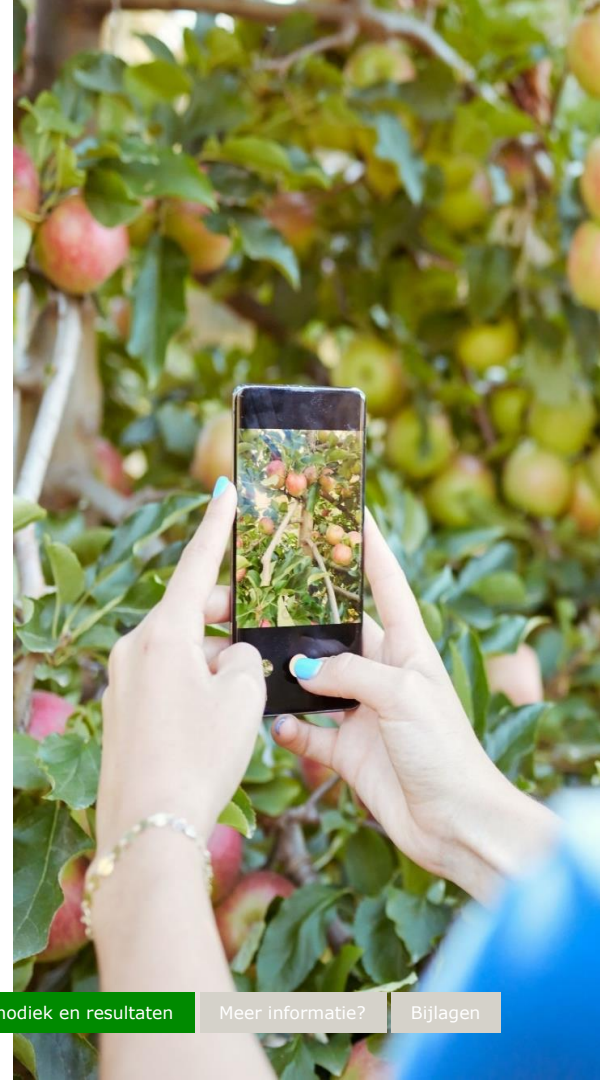
▪ Kern Agrifoodmonitor

- Het *meten en volgen in de tijd* van de maatschappelijke waardering van de Agri & Foodsector en de voedselwaarden voor consumptie.
- Het *verklaren* van de maatschappelijke waardering. Inzicht geven in de factoren die maatschappelijke waardering beïnvloeden.



▪ Verdiepingsthema Agrifoodmonitor 2023

- Inzicht in hoe de gemiddelde Nederlandse consument en jongvolwassenen op dit moment de Agri & Foodsectoren waarderen in hun rol en bijdrage om een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten te stimuleren.
- Inzicht in houding en gedrag van de gemiddelde Nederlandse consument en jongvolwassenen ten aanzien van de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten.



Methode

Online survey bestaande uit twee onderdelen:

Onderdeel A: Kern Agrifoodmonitor

- Groep respondenten representatief voor de Nederlandse bevolking zijn willekeurig verdeeld in negen groepen.
- Elke groep ontvangt [dezelfde vragen](#) voor een andere sector (zie figuur rechts).
- Daarnaast is er ook een [vergelijking met voorgaande jaren](#) (vanaf 2012-2022).

Onderdeel B: Verdiepingsthema Agrifoodmonitor 'verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten'.

- De groep respondenten uit onderdeel A is aangevuld met een groep representatieve jongvolwassenen tussen de 18-35 jaar. De laatste groep is ook willekeurig onderverdeeld in negen groepen.
- Elke groep ontvangt [dezelfde vragen](#) voor een andere sector (zie figuur rechts).

Onderdeel A Kern agrifoodmonitor

Representatief NL,
n=3,648

Agri & Foodsector
(n=398)

Melkveehouderij
(n=387)

Akkerbouw
(n=434)

Tuinbouw
(n=318)

Varkenshouderij
(n=487)

Pluimveehouderij
(n=476)

Supermarkten
(n=374)

Voedingsmiddelenindustrie
(n=308)

Visserij
(n=466)

Onderdeel B Verdiepingsthema a)

Jongvolwassenen,
n=949

Agri & Foodsector
(n=105)

Melkveehouderij
(n=88)

Akkerbouw
(n=114)

Tuinbouw
(n=99)

Varkenshouderij
(n=110)

Pluimveehouderij
(n=113)

Supermarkten
(n=100)

Voedingsmiddelenindustrie
(n=92)

Visserij
(n=128)

a) Deze kolom geeft alleen de jongvolwassenen weer. Respondenten uit onderdeel A hebben onderdeel B ook ingevuld. Zij hebben steeds de vragen over de eerder toegewezen sector ingevuld (in onderdeel A).

Deel 3.1 – Kern Agrifoodmonitor

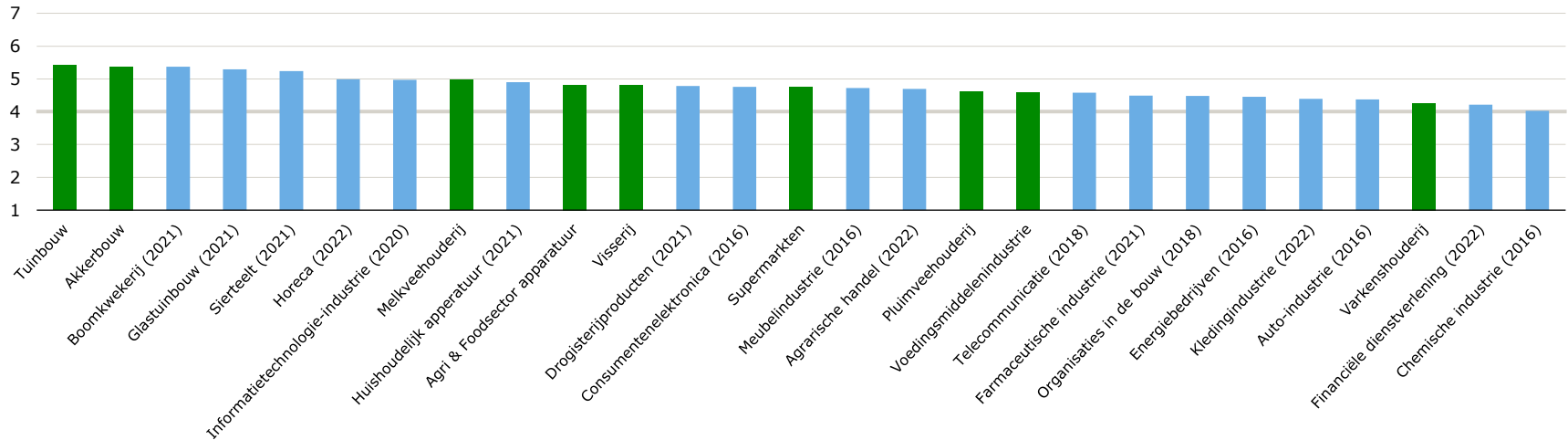
Agri & Foodsector: akkerbouw en tuinbouw meest positief gewaardeerd

- Alle sectoren scoren boven het schaalgemiddelde, wat betekent dat ze in meer of mindere mate positief gewaardeerd worden.
- De akkerbouw en tuinbouw worden het meest positief gewaardeerd.
- De melkveehouderij, Agri & Foodsector als geheel en visserij behoren tot de bovengemiddeld gewaardeerde sectoren.
- De pluimveehouderij, de voedingsmiddelenindustrie en de varkenshouderij worden minder gewaardeerd dan andere sectoren.



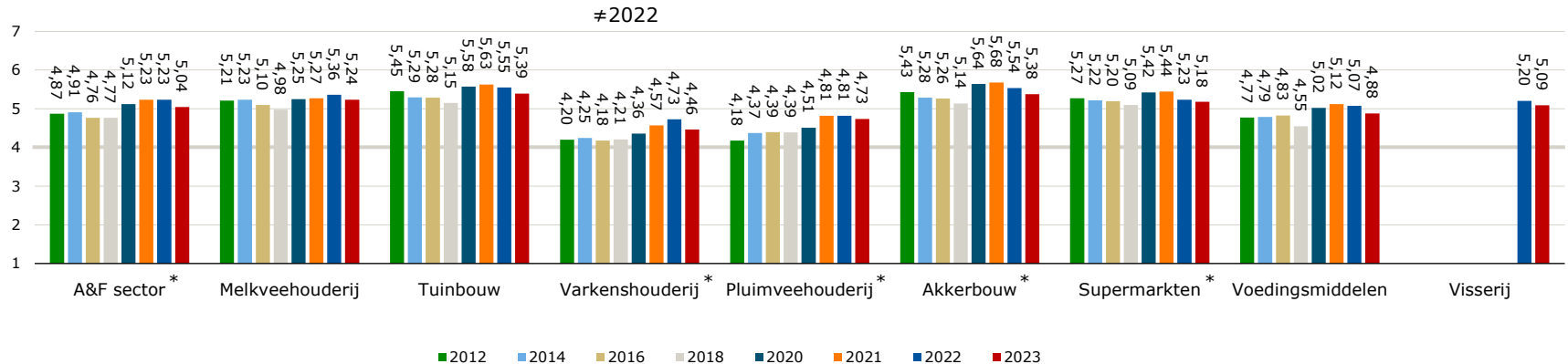
Item: Ik vind de Nederlandse...

*(1=negatief en 7= positief (4=schaal midden)
De kernsectoren zijn in het groen afgebeeld.*



Maatschappelijke waardering: nog steeds positief

- De maatschappelijke waardering voor de varkenshouderij is in 2023 significant afgenomen ten opzichte van 2022. Ten opzichte van 2021 is de maatschappelijke waardering dit jaar gedaald voor de akkerbouw en de supermarkten.
- Er zijn verschillen tussen de jaren: over het algemeen valt op dat voor alle sectoren de waardering in 2020 en 2021 hoger lijkt te liggen dan in 2023. De huidige waardering is voor de meeste sectoren nog wel hoger in 2018.



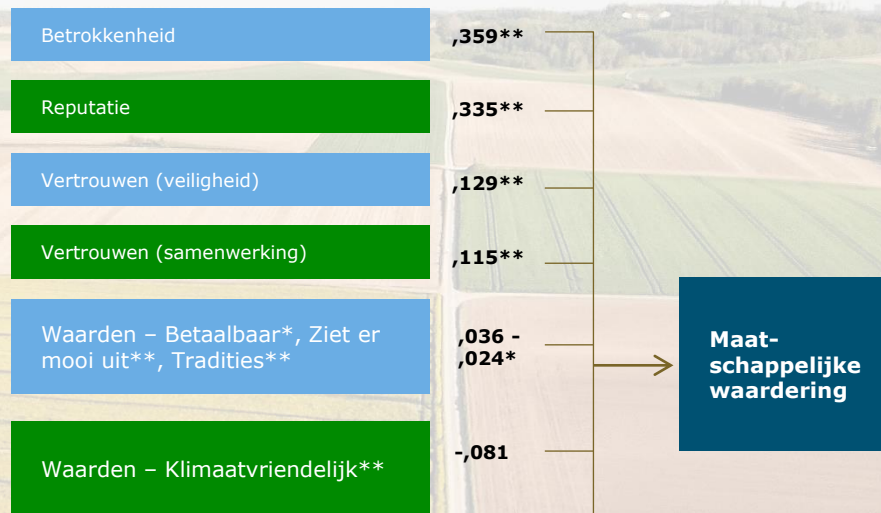
Voorbeelditem: Ik vind de Nederlandse... (1=negatief en 7= positief (4=schaal midden)).

*= significant verschil tussen 2023 en ten minste twee van de eerdere jaren. Tenzij anders aangeven is ANOVA-toets gebruikt ($p < 0,05$)

#2022 = significant verschil tussen 2023 en 2022

Betrokkenheid, reputatie en vertrouwen voorspellen maatschappelijke waardering

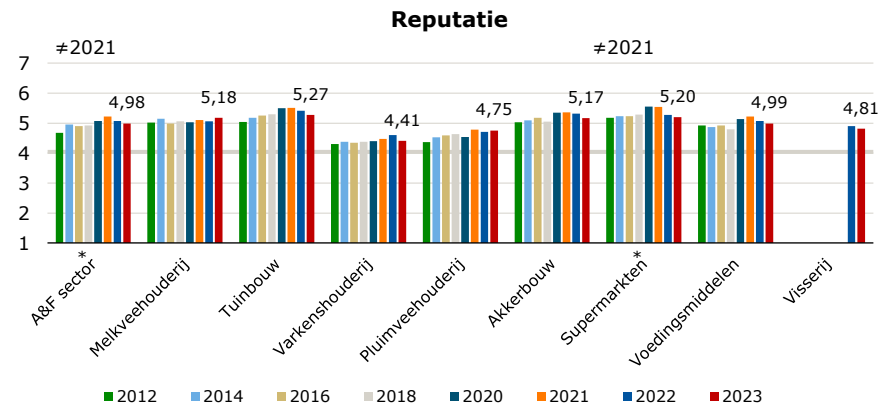
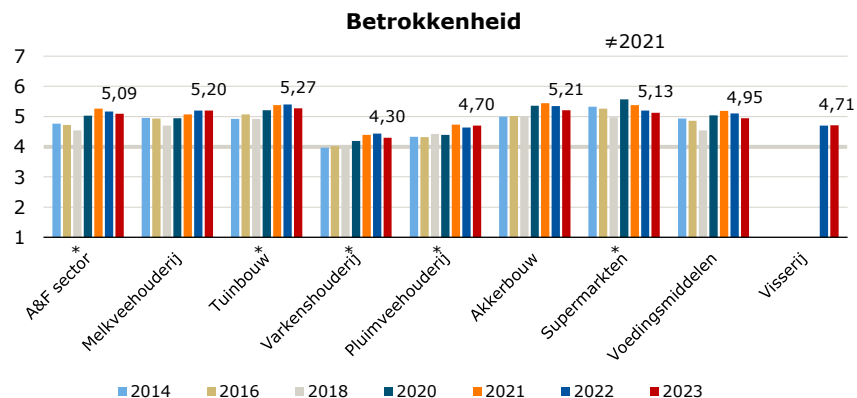
- **Betrokkenheid, reputatie en vertrouwen op het gebied van veiligheid en samenwerking in de keten** verklaren de maatschappelijke waardering en zijn net als voorgaande jaren sterke voorspellers voor de waardering.
- Een selectie van voedselwaarden laat een (minder sterke) relatie met de maatschappelijke waardering zien:
 - hoe belangrijker men de **betaalbaarheid, het uiterlijk** en **tradities** vindt in voedselkeuzes, hoe positiever de waardering.
 - hoe belangrijker men **klimaatvriendelijk** vindt in voedselkeuzes, hoe negatiever de waardering.



- *Note. * = sig. <,05 ** = sig. <,01; F=334,745, sig. <,01, R-square = ,715*
- *Stapsgewijze analyses met hiërarchische regressieanalyses met waardering als afhankelijke, en reputatie, betrokkenheid, vertrouwen en alle voedselwaarden als onafhankelijke waarden laten zien dat bovengenoemde factoren significant verklarend zijn voor de waardering in 2023.*

Verklarende factoren: betrokkenheid en reputatie onveranderd

- Voor alle sectoren geldt dat consumenten zich in 2023 ten minste enigszins betrokken voelen. De betrokkenheid in 2023 ten opzichte van 2022 voor alle subsectoren is niet significant veranderd. Vergelijken met 2021 is de betrokkenheid bij de supermarkten significant gedaald.
- Consumenten scoren alle sectoren boven het schaalgemiddelde, wat betekent dat de reputatie ten minste enigszins positief is. De reputatie in 2023 niet significant verschillend ten opzichte van 2021 of 2022. Alleen de reputatie van de Agri & Foodsector in het algemeen en van de supermarkten is significant afgenomen tussen 2021 en 2023.
- De betrokkenheid en reputatie van de varkenshouderij, pluimveehouderij en visserij scoren sinds de start van de monitor lager dan andere sectoren.

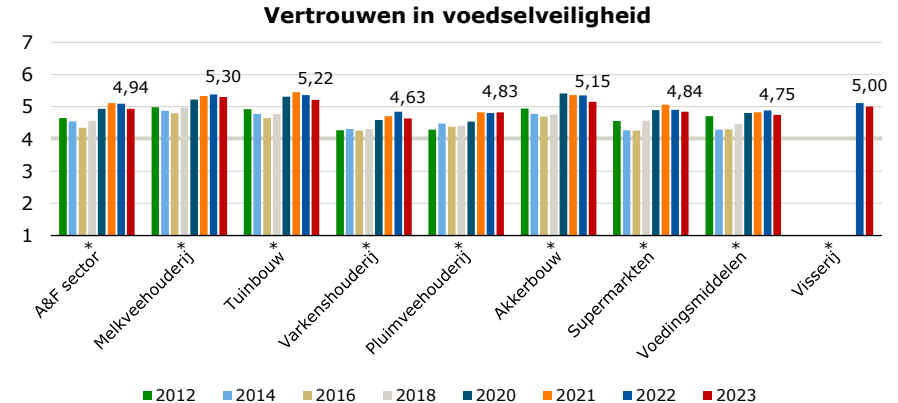
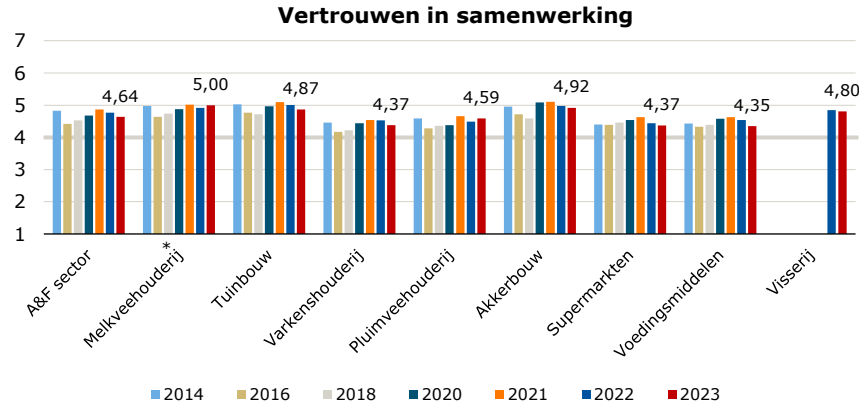


De Nederlandse Agri & Foodsector (is)... (1= irrelevant/onbelangrijk/betekent niks voor me 7=relevant/belangrijk/betekent veel voor me (4=schaal midden));
 *= significant verschil tussen 2022 en ten minste twee van de eerdere jaren; #2021= significant verschil 2023 en 2021; #2022= significant verschil 2023 en 2022

Voorbeelditem: de Nederlandse Agri & Foodsector heeft een goede reputatie (1=geheel mee oneens en 7= geheel mee eens (4=schaal midden))
 *= significant verschil tussen 2022 en ten minste twee van de eerdere jaren; #2021= significant verschil 2023 en 2021; #2022= significant verschil 2023 en 2022

Verklarende factoren: vertrouwen blijft bovengemiddeld hoog

- Vertrouwen in samenwerking binnen de sectoren ligt voor alle sectoren boven het schaal midden, wat betekent dat men in alle sectoren ten minste enigszins vertrouwen heeft. In 2023 is het vertrouwen niet significant veranderd ten opzichte van 2022. Het vertrouwen in de samenwerking tussen de supermarkten en voedingsmiddelenindustrie is in 2023 significant lager dan in 2021.
- Vertrouwen in voedselveiligheid ligt voor alle sectoren ook boven het schaal midden, wat betekent dat er enigszins vertrouwen is. Dit is in 2023 niet significant veranderd ten opzichte van 2022. Het vertrouwen in de voedselveiligheid is in 2023 met de uitzondering van de visserij in alle sectoren nog steeds significant hoger dan in 2014, 2016 en 2018.

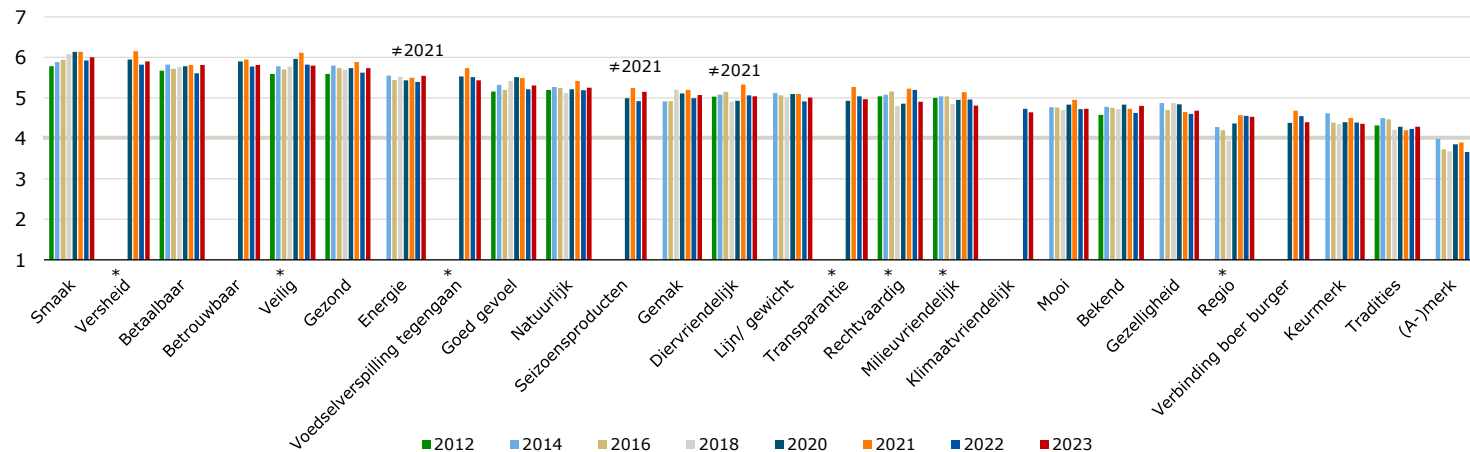


Bijvoorbeeld: de Nederlandse Agri & Foodsector is voldoende transparant over samenwerking binnen de sector (1=geheel mee oneens en 7= geheel mee eens (4=schaal midden));
 *= significant verschil tussen 2022 en ten minste twee van de eerdere jaren; #2021= significant verschil 2023 en 2021; #2022= significant verschil 2023 en 2022

Bijvoorbeeld: de Nederlandse Agri & Foodsector is voldoende transparant over de veiligheid van ons voedsel (1=geheel mee oneens en 7= geheel mee eens (4=schaal midden));
 *= significant verschil tussen 2022 en ten minste twee van de eerdere jaren; #2021= significant verschil 2023 en 2021; #2022= significant verschil 2023 en 2022

Voedselwaarden: duurzame waarden minder belangrijk dan voorgaande jaren

- **Goede smaak, versheid, betaalbaar, betrouwbaar, veilig en gezond** zijn voor consumenten de belangrijkste kenmerken bij het kiezen van hun voedsel.
- De duurzaamheidswaarden scoren in de middenmoot. Voor respondenten zijn **voedselverspilling tegengaan, rechtvaardig, natuurlijk, diervriendelijk** en **transparantie** de belangrijkste duurzame waarden. Komt uit de regio is de minst belangrijke duurzame waarde.
- Zeven van de 26 waarden zijn in 2023 veranderd ten opzichte van eerdere jaren:
 - In 2023 ten opzichte van 2022 is **rechtvaardig** significant minder belangrijk geworden.
 - De duurzame waarden **rechtvaardig, milieu, transparantie** en **voedselverspilling** zijn in 2023 ten opzichte van 2021 minder belangrijk geworden.
 - De egocentrische waarde **veilig** en **versheid** zijn in 2023 ten opzichte van 2021 minder belangrijk geworden.



Introductie: Bij het voedsel dat ik op een gewone dag eet vind ik de volgende kenmerken belangrijk... (1=helemaal niet belangrijk en 7=heel erg belangrijk (4=schaal midden)).

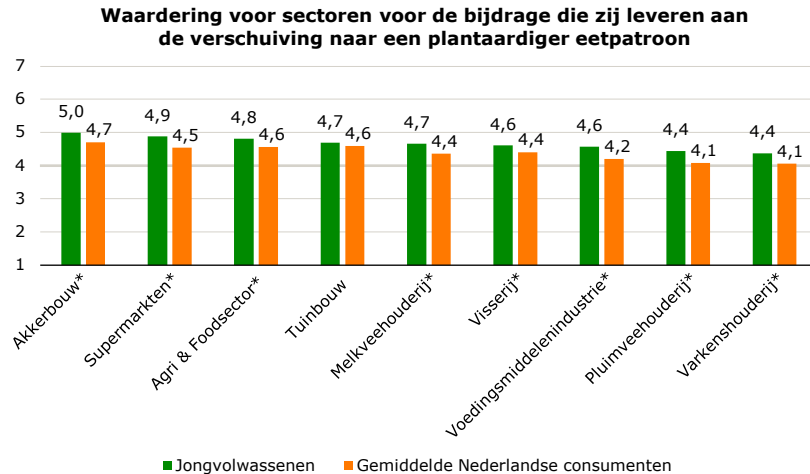
Noot: Deze grafiek geeft alleen de resultaten weer voor de Agri & foodsector in zijn algemeen. Niet alle waarden zijn alle jaren meegenomen.

*= significant verschil tussen 2023 en een van de eerdere jaren; #2021= significant verschil 2023 en 2021; #2022= significant verschil 2023 en 2022

Deel 3.2 – Waardering Agri & Foodsector rondom de
verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder
dierlijke producten.

Jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten zijn gematigd positief over de bijdrage die de sectoren leveren aan de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon

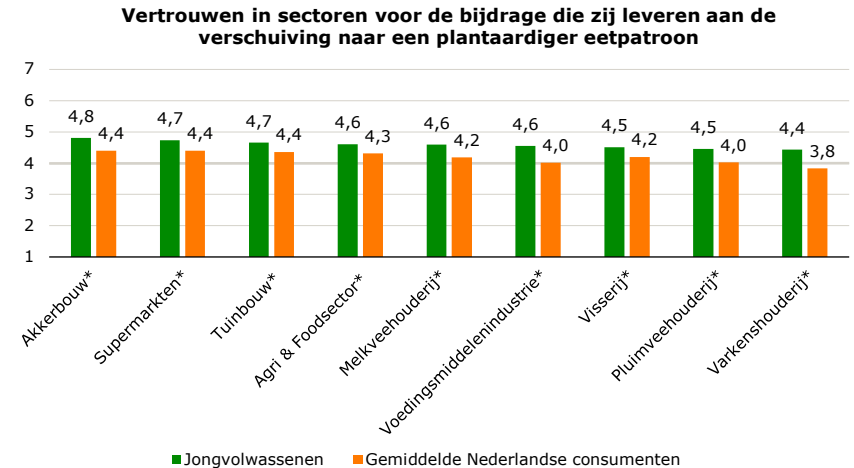
- Dierlijke sectoren worden wat minder positief gewaardeerd dan plantaardige sectoren.
- Het vertrouwen in de varkenshouderij is voor gemiddelde Nederlandse consumenten licht negatief.



Voorbeelditem: Ik vind de huidige bijdrage van de Nederlandse Agri & Foodsector aan de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten...

(1= negatief tot 7=positief (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten.



Voorbeelditem: De Nederlandse Agri&Food sector is eerlijk over de verschuiving naar een eetpatroon dat in verhouding meer plantaardiger en minder dierlijke producten bevat.

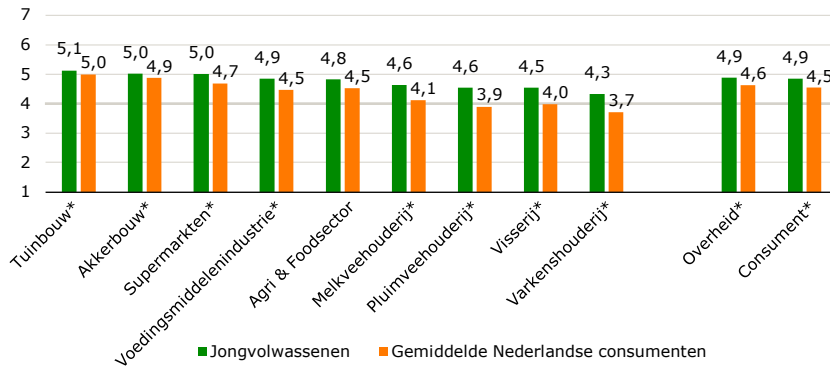
(1=helemaal mee oneens tot 7=helemaal mee eens (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten.

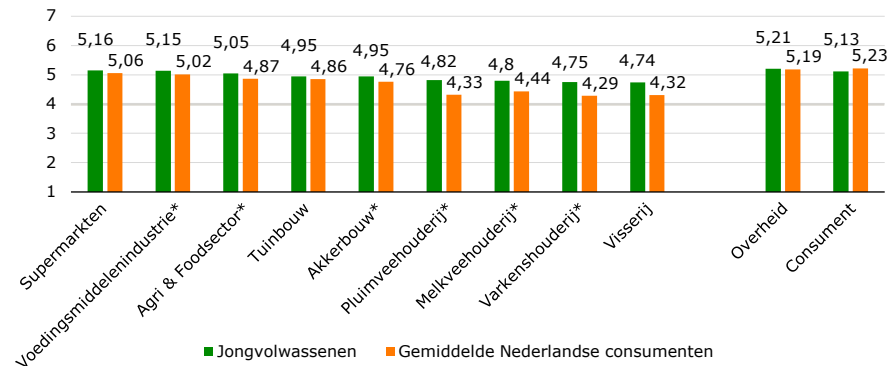
De consument ziet zichzelf en de overheid als meest verantwoordelijke voor een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten

- Jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten laten eenzelfde tendens zien in de mate waarin de sectoren een bijdrage leveren aan de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon. Jongvolwassenen vinden echter dat alle sectoren dit meer stimuleren.
- Men vindt dat de sectoren meer verantwoordelijk zijn voor de verschuiving van het eetpatroon dan ze op dit moment stimuleren. Jongvolwassenen vinden dat de Agri & Foodsector in het algemeen, melkveehouderij, varkenshouderij, pluimveehouderij, akkerbouw, voedingsmiddelenindustrie en visserij hier meer verantwoordelijk voor zijn dan de gemiddelde Nederlandse consument.
- Zo'n 10-20% van de gemiddelde Nederlandse consumenten en zo'n 5-15% van de jongvolwassenen geven aan niet te weten hoe de verschillende sectoren de verschuiving naar een plantaardiger dieet met minder dierlijke producten stimuleren.

Stimuleren van een verschuiving



Verantwoordelijk zijn voor een verschuiving

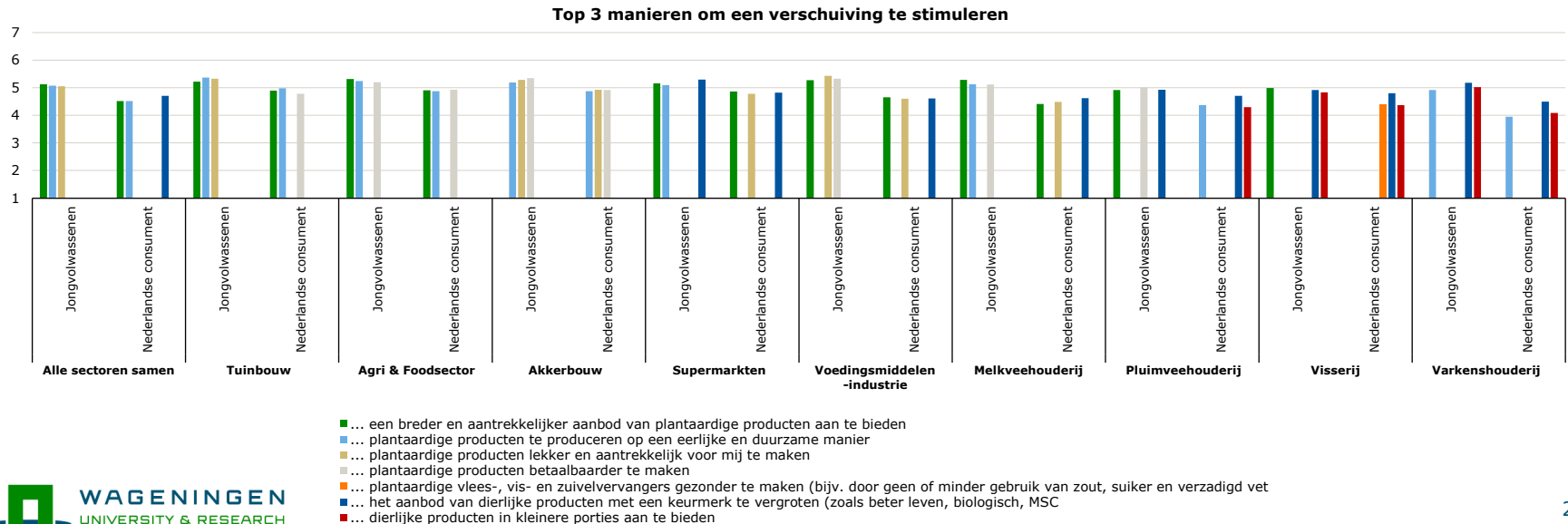


Voorbeelditem: Hoeveel vindt u dat onderstaande sectoren of groepen de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten op dit moment stimuleren? (1=heel weinig en 7=heel veel, met mogelijkheid tot weet ik niet (4= schaal midden)). *= significant verschil tussen jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten.

Voorbeelditem: Hoeveel vindt u dat onderstaande sectoren of groepen verantwoordelijk zijn voor de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten? (1=heel weinig en 7=heel veel, met mogelijkheid tot weet ik niet (4= schaal midden)). *= significant verschil tussen jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten.

Jongvolwassenen vinden dat de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten gestimuleerd wordt op meer verschillende manieren dan de gemiddelde Nederlandse consument

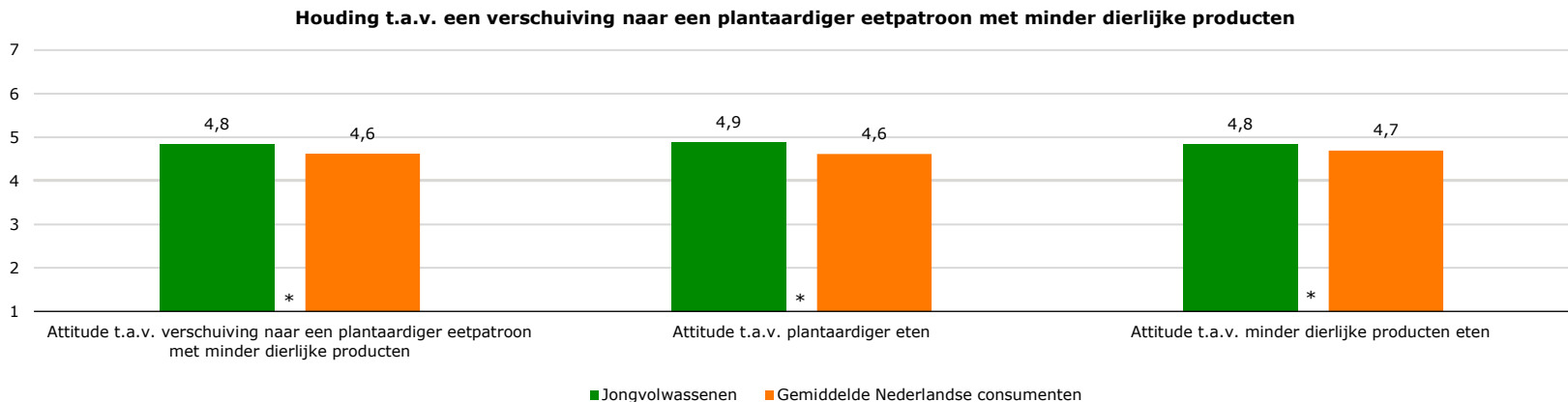
- Voor alle sectoren geldt dat jongvolwassenen vinden dat een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten met name wordt gestimuleerd door 'het aanbod van plantaardige producten lekker en aantrekkelijk te maken'. Gemiddelde Nederlandse consumenten vinden dat de sectoren 'het aanbod van dierlijke producten met een keurmerk' meer stimuleren.
- Nederlandse consumenten vinden dat de dierlijke sectoren vergelijkbare manieren toepassen om een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon te stimuleren (denk aan gebruik van keurmerk of kleinere porties). Jongvolwassenen vinden dat deze sectoren verschillen in de toegepaste manieren (zowel dierlijk als plantaardig).



Deel 3.3 – Houding en gedrag van jongvolwassenen en de gemiddelde Nederlandse consument ten aanzien van een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten

Jongvolwassenen zijn positiever over een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon dan gemiddelde Nederlandse consumenten

- In het algemeen zijn jongvolwassenen significant positiever over een plantaardiger eetpatroon, een eetpatroon met minder dierlijke producten en een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten dan de gemiddelde Nederlandse consument.
- De houding die jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten hebben ten aanzien van een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon is positief. Er is er wel ruimte voor verbetering.

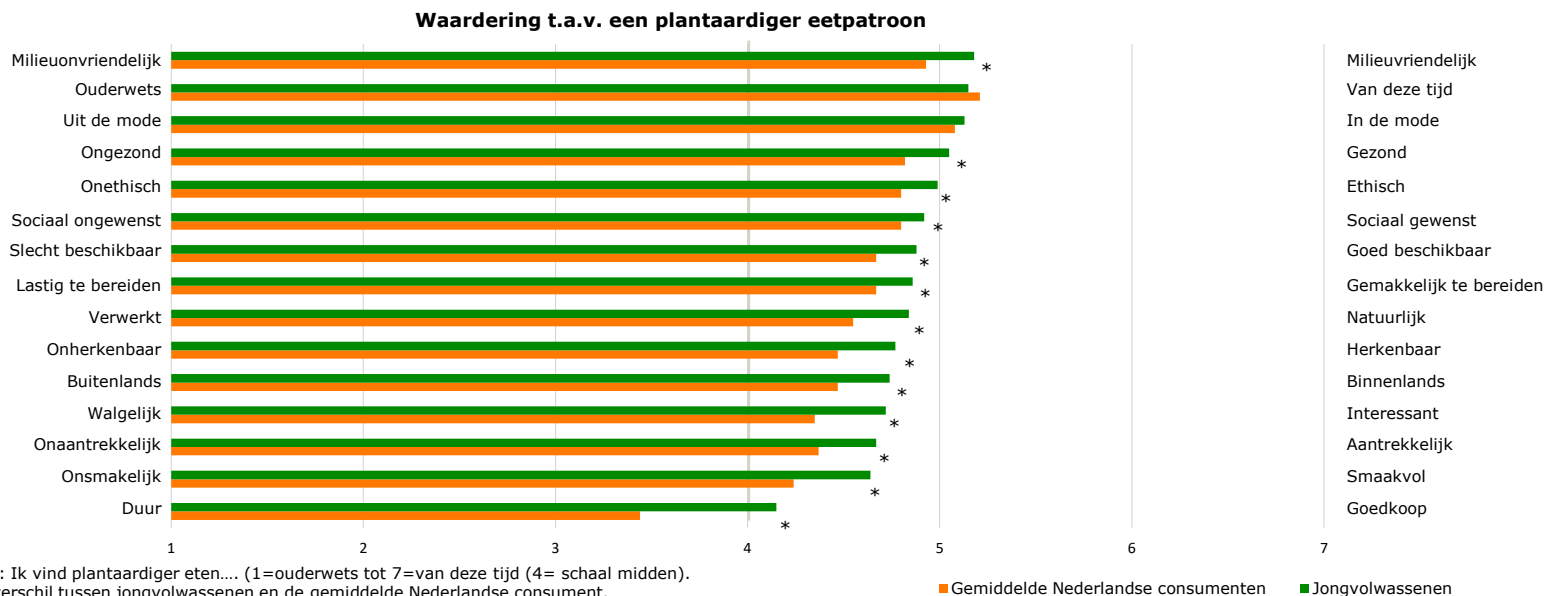


Voorbeelditem: Ik vind de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten... (1= negatief tot 7=positief (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen jongvolwassenen en gemiddelde Nederlandse consumenten.

Een plantaardiger eetpatroon wordt gezien als iets van deze tijd, in de mode en milieuvriendelijk. Jongvolwassenen hebben een hogere waardering dan gemiddelde Nederlandse consumenten

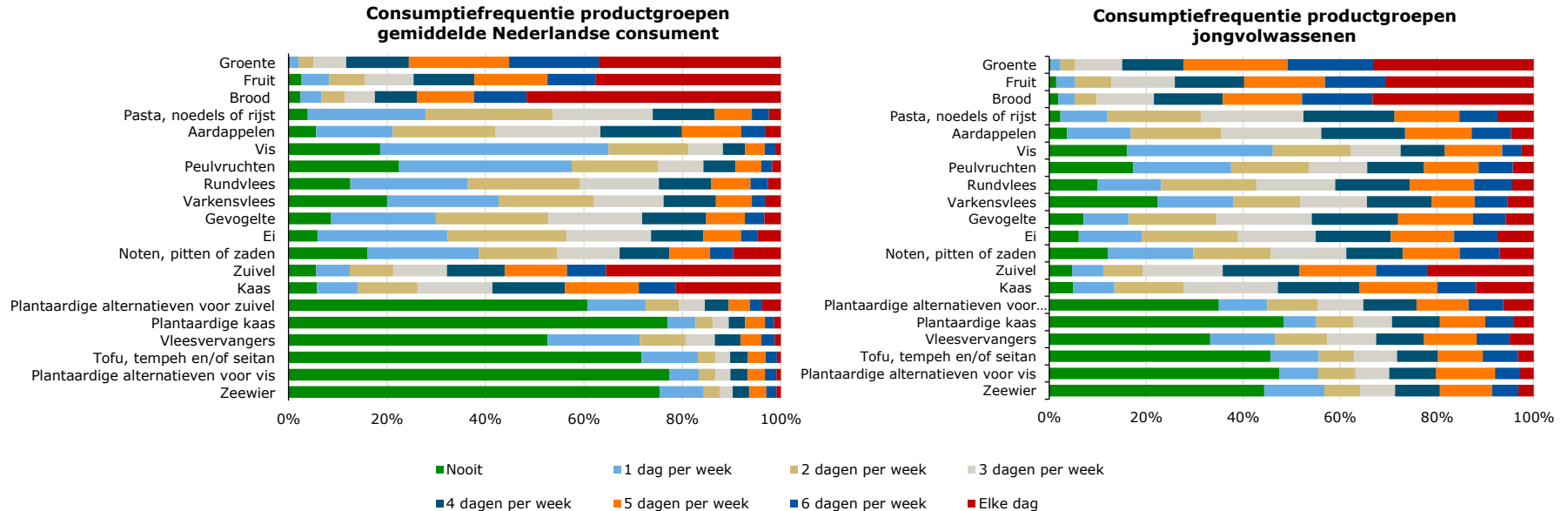
- Jongvolwassenen zien een plantaardiger eetpatroon als meer milieuvriendelijk, gezond, ethisch, sociaal geaccepteerd, beter beschikbaar, gemakkelijk te bereiden, natuurlijk, herkenbaar, binnenlands, aantrekkelijk, smaakvol en betaalbaarder dan gemiddelde Nederlandse consumenten.
- Jongvolwassenen hebben, vergeleken met de gemiddelde Nederlandse consument ook een [hogere waardering voor het minder consumeren van dierlijke producten](#). Klik hier voor een vergelijking in de waardering binnen [jongvolwassenen](#) en [gemiddelde Nederlander](#).



Voorbeelditem: Ik vind plantaardiger eten.... (1=ouderwets tot 7=van deze tijd (4= schaal midden)).
 *=significant verschil tussen jongvolwassenen en de gemiddelde Nederlandse consument.

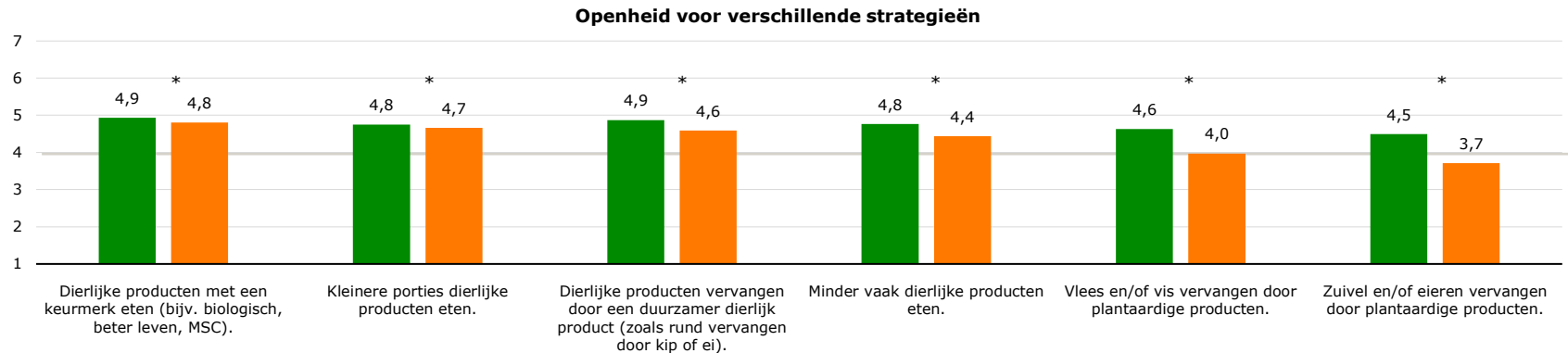
Jongvolwassenen lijken een gevarieerder eetpatroon te hebben; zij eten bijna alles vaker en tijdens meerdere eetmomenten

- Zuivel en kaas worden vaker gegeten door de gemiddelde Nederlandse consument. Alle andere productgroepen worden vaker gegeten door jongvolwassenen.
- Jongvolwassenen lijken een gevarieerder eetpatroon te hebben, zij geven aan vaker verschillende productgroepen op meerdere eetmomenten te eten in vergelijking met de gemiddelde Nederlandse consument.



Strategieën die gericht zijn op het aanpassen van de consumptie van dierlijke producten zijn populairder dan het volledig vervangen ervan door plantaardige alternatieven.

- Jongvolwassenen staan redelijk open voor strategieën om over te gaan naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten. Dit geldt zowel voor de dierlijke als plantaardige strategieën.
- Jongvolwassenen staan voor elke strategie meer open om deze toe te passen dan de gemiddelde Nederlandse consument. Dit verschil is het grootst bij het vervangen van dierlijke door plantaardige producten.
- De gemiddelde Nederlandse consument staat er niet voor open om zuivel en/of eieren te vervangen door een plantaardige variant.



Voorbeelditem: In hoeverre staat u open om de volgende dingen te doen? Minder vaak dierlijke producten te eten (1=helemaal niet voor open tot 7=heel erg voor open (4= schaal midden)).

*=significant verschil tussen jongvolwassenen en de gemiddelde Nederlandse consument.

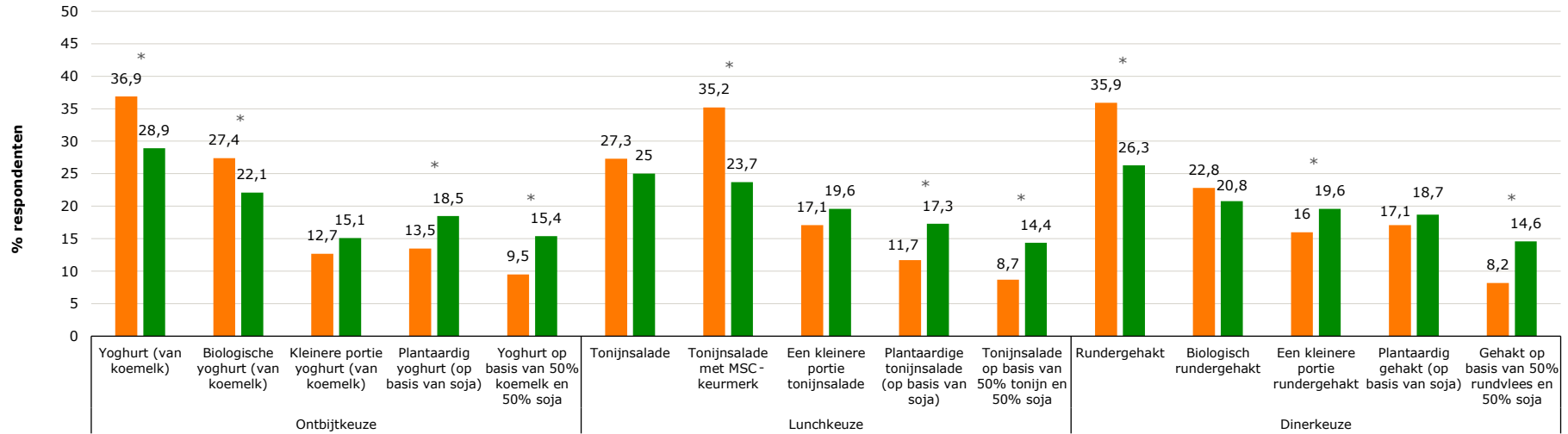
■ Jongvolwassenen ■ Gemiddelde Nederlandse consumenten

Experiment

- In het laatste deel van de vragenlijst hebben consumenten deelgenomen aan een fictief experiment.
- Respondenten werd gevraagd om zich voor te stellen dat ze de volgende dag een maaltijdbox bezorgd kregen voor hun ontbijt, lunch en avondeten. De maaltijdbox zag er als volgt uit:
 - Ontbijt: Yoghurt met rood fruit en granola
 - Lunch: Broodje tonijnsalade met rauwkost
 - Avondeten: Pasta bolognese
- Respondenten konden per maaltijdmoment voor één product (yoghurt, tonijn en gehakt) de variant uitkiezen die ze het meeste aansprak.
- Hierbij hadden ze per product de keuze uit:
 - Een dierlijk product *zoals yoghurt van koemelk*
 - Een dierlijk product met keurmerk *zoals biologische yoghurt van koemelk*
 - Een kleinere portie van het dierlijke product, en een grotere portie van de andere producten *zoals een kleinere portie yoghurt van koemelk en een grotere portie rood fruit en granola*
 - Een plantaardig product *zoals plantaardige yoghurt op basis van soja*
 - Een hybride product *zoals yoghurt op basis van 50% koemelk en 50% soja*

Jongvolwassenen lijken vaker een plantaardige of hybride eetwissel te maken

- Jongvolwassenen kiezen in een fictief experiment vaker voor zowel de plantaardige optie als de hybride optie, terwijl de gemiddelde Nederlandse consument vaker voor de reguliere of duurzaam geproduceerde optie gaat.
- Dit verschil blijft bestaan als we in beide groepen de respondenten die zichzelf identificeren als vegetariër, veganist of pescotariër en de consumenten met een voedselallergie of intolerantie excluderen.



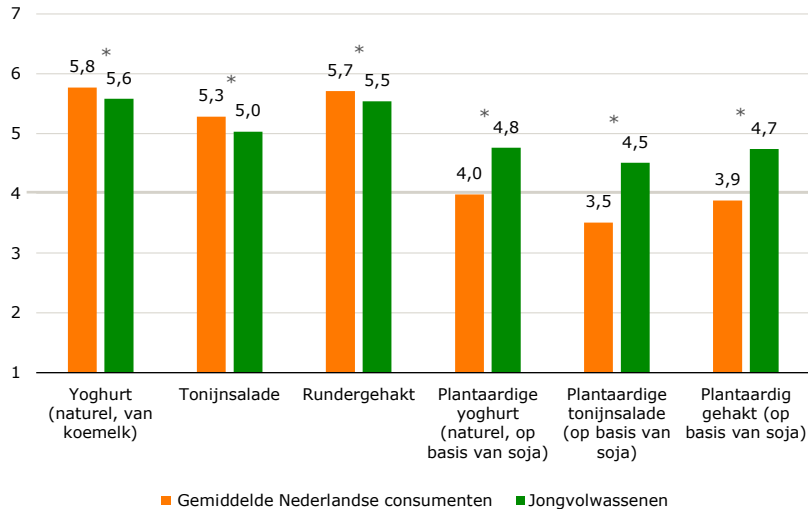
*=significant verschil tussen plantaardiger en minder dierlijke producten eten.

■ Gemiddelde Nederlandse consumenten ■ Jongvolwassenen

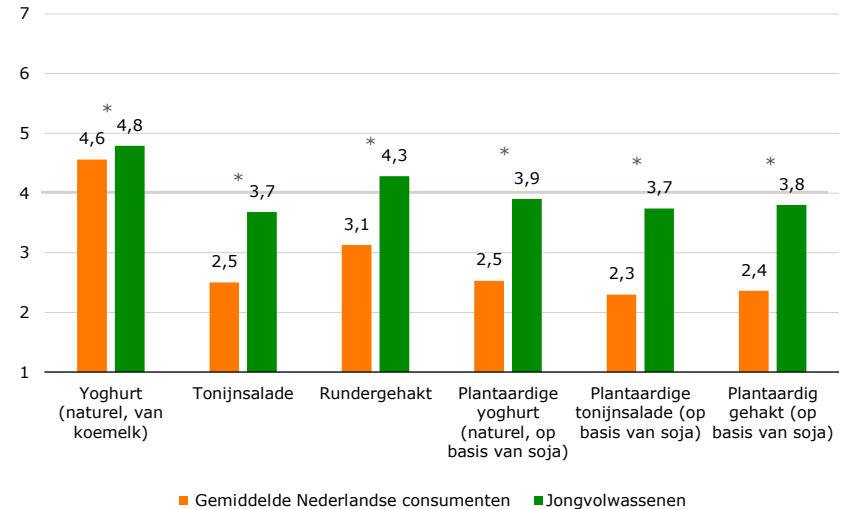
Jongvolwassenen vinden alle plantaardige eetwissels smaakvoller dan de gemiddelde Nederlander

- Jongvolwassenen vinden alle plantaardige opties uit het experiment smaakvoller, en alle dierlijke opties uit het experiment minder smaakvol dan de gemiddelde Nederlandse consument.
- Jongvolwassenen eten alle opties uit het experiment vaker per week dan de gemiddelde Nederlandse consument.

Waardering smaak producten uit het experiment



Consumptiefrequentie producten uit het experiment



Voorbeelditem: Kunt u aangeven hoe lekker u de volgende producten vindt? Rundergehakt (1=beslist niet lekker tot 7=heel erg lekker (4= schaal midden)).
 *=significant verschil tussen plantaardiger en minder dierlijke producten eten.

Voorbeelditem: Hoe vaak heeft u de afgelopen maand de volgende producten gegeten of gedronken? Rundergehakt (1=1 dag per week tot 7=elke dag (4= schaal midden)).
 *=significant verschil tussen plantaardiger en minder dierlijke producten eten.

Deel 3.4 – Wat verklaart de houding van jongvolwassenen tegenover een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten?

Persoonlijke norm voorspelt waardering en attitude van jongvolwassenen ten aanzien van de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon

- **Persoonlijke norm**, de morele verplichting die iemand voelt om plantaardiger en met minder dierlijkere producten te gaan eten, verklaart in belangrijke mate de waardering van jongvolwassenen voor de verschuiving naar meer plantaardig. In mindere mate is ook de **sociale norm** (het geloof dat mensen om hen heen willen dat ze meer plantaardig met minder dierlijke producten gaan eten).
- **Persoonlijke norm en in mindere mate ook de gezondheidsoriëntatie** zijn belangrijke verklarende factoren voor de attitude van jongeren ten aanzien van meer plantaardig eten.
- **Persoonlijke norm** is een belangrijke verklarende factor voor de attitude van jongvolwassenen ten aanzien van het minderen van dierlijke consumptie.
- **De persoonlijke norm (ervaren morele verplichting (MV))** komt dus consistent naar voren als de belangrijkste verklarende factor voor de houding van jongvolwassenen tegenover de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten.



- Noot. * = sig. <,05 ** = sig. <,01 *** = sig. <,001;
- $F=138,537$, sig. <,01, R-square = ,470; $F=132,632$, sig. <,01, R-square = ,459; $F=155,836$, sig. <,01, R-square = ,499;
- *Stapsgewijze hiërarchische regressieanalyses met respectievelijk waardering van de transitie, attitude t.a.v. meer plantaardig eten en attitude t.a.v. minder dierlijk eten als afhankelijke variabelen, en prijsoriëntatie, gezondheidsoriëntatie, persoonlijke norm, sociale norm, geslacht en leeftijd als onafhankelijke waarden laat zien dat een aantal van bovengenoemde factoren significant verklarend zijn voor de waardering en attitude in 2023.*

Jongvolwassenen die een hoge morele verplichting ervaren: vaker man, hoogopgeleid, hoog inkomen, wonen in grote steden

- Aangezien persoonlijke norm een belangrijke factor is in het verklaren van de houding van jongvolwassenen ten aanzien van de verschuiving zijn jongvolwassenen met een lage of neutrale morele verplichting vergeleken met jongvolwassenen met een hoge morele verplichting.
- Opvallend is dat de groep jongvolwassenen met een hoge morele verplichting (70%), veel groter is dan de groep jongvolwassenen met een lage morele verplichting (30%).
- Ten opzichte van jongvolwassenen met een lage morele verplichting, zijn jongvolwassenen met een hoge morele verplichting relatief **vaker man**, hebben een iets **hogere gemiddelde leeftijd**, zijn minder vaak laag of gemiddeld opgeleid en **vaker hoog opgeleid, wonen vaker in grote steden, hebben vaker een hoog inkomen en minder vaak een laag inkomen** zijn **minder vaak student, minder vaak parttime en vaker fulltime in loondienst**, ze **wonen vaker samen met kinderen thuis of met uitwonende kinderen en wonen minder vaak in bij hun ouders**.

Jongvolwassenen met een lage morele verplichting

N=286

Man: **42,7%**
Vrouw: **57,0%**

Gemiddeld **26 jaar**

Lage opleiding: **3,9%**
Midden opleiding: **46,1%**
Hoge opleiding: **50,0%**

Wonend in grote steden: **15,7%**

Laag inkomen: **54,0%**
Midden inkomen: **32,0%**
Hoog inkomen: **14,0%**

Student/scholier: **19,2%**
Fulltime in dienst: **40,2%**
Part time in dienst: **24,5%**

Samen met kinderen thuis: **21,7%**
Samen met uitwonende kinderen: **3,5%**
Inwonend bij ouders: **22,7%**

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting

N=663

Man: **50,5%**
Vrouw: **49,0%**

Gemiddeld **28 jaar**

Lage opleiding: **2,1%**
Midden opleiding: **31,7%**
Hoge opleiding: **66,2%**

Wonend in grote steden: **34,8%**

Laag inkomen: **36,0%**
Midden inkomen: **28,6%**
Hoog inkomen: **35,5%**

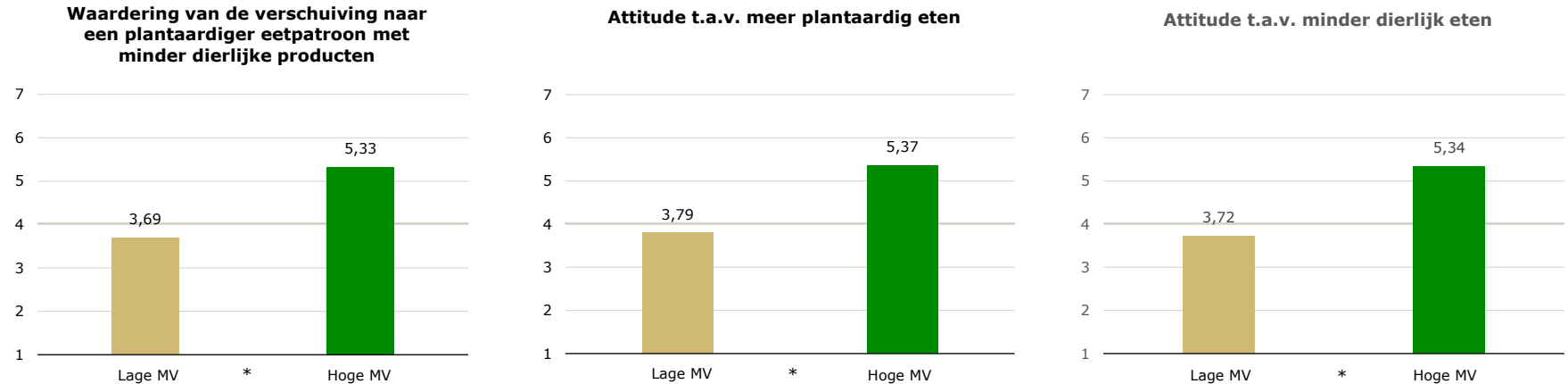
Student/scholier: **12,5%**
Fulltime in dienst: **60,6%**
Part time in dienst: **13,1%**

Samen met kinderen thuis: **36,8%**
Samen met uitwonende kinderen: **6,8%**
Inwonend bij ouders: **13,0%**

Een bruto-jaarinkomen per huishouden van minder dan 40.000 wordt hier beschouwd als laag, en van meer dan 70.000 als hoog.

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten

- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting waarderen de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten méér, en staan positiever tegenover meer plantaardig eten en minder dierlijk eten.
- Opvallend is dat jongvolwassenen met een lage morele verplichting negatiever tegenover deze verschuiving staan, terwijl jongvolwassenen met een hoge morele verplichting erg positief tegenover deze verschuiving staan.

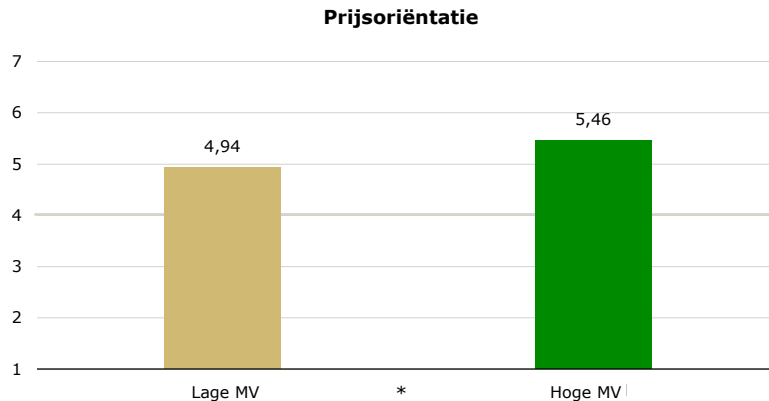


Voorbeelditem: Ik vind de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten... (1= negatief tot 7=positief (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen hoge en lage morele verplichting.

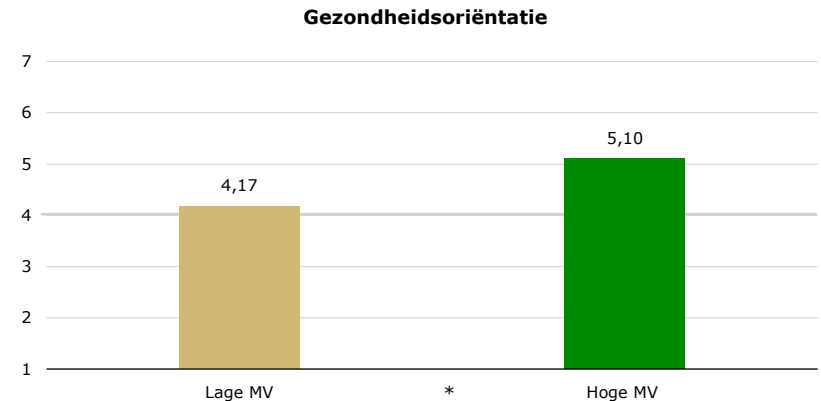
Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting hebben een sterkere prijs- en gezondheidsoriëntatie

- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting hebben zowel een hogere prijsoriëntatie als een hogere gezondheidsoriëntatie dan jongvolwassenen met een lage morele verplichting. Zij letten meer op prijzen en aanbiedingen, maar ook op gezondheidsaspecten zoals (kunstmatige) toevoegingen en een gezond en gebalanceerd eetpatroon.
- Alhoewel prijsoriëntatie groter is onder jongvolwassenen met een hoge morele verplichting, is prijs ook een belangrijk aspect voor jongvolwassenen met een lage morele verplichting (M=4,94), terwijl gezondheidsoriëntatie voor hen niet zo belangrijk is (M=4,17).



Voorbeelditem: Ik let altijd op de prijs van voedselproducten, zelf bij kleine aankopen (1= helemaal mee oneens tot 7=helemaal mee eens (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen hoge en lage morele verplichting.

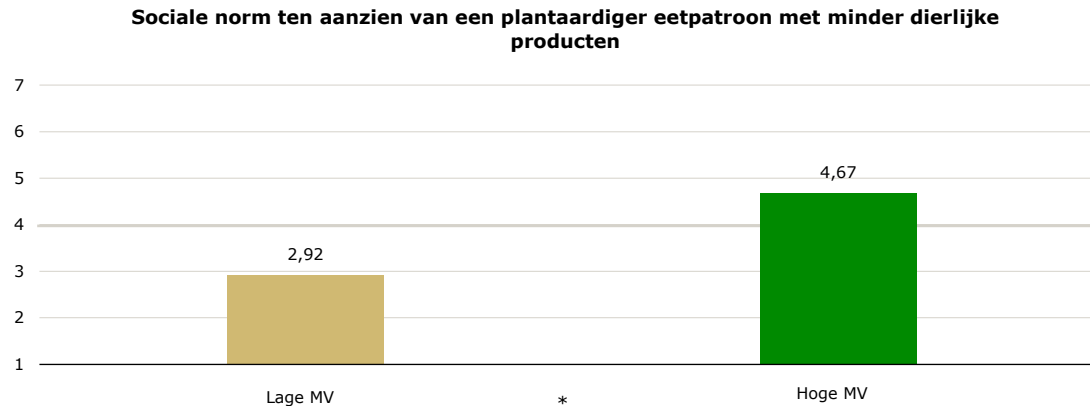


Voorbeelditem: Mijn eetpatroon is altijd gezond en gebalanceerd. (1= helemaal mee oneens tot 7=helemaal mee eens (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen hoge en lage morele verplichting.

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting ervaren een positieve sociale norm

- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting ervaren een hogere sociale norm vanuit hun omgeving om minder dierlijk en meer plantaardig te gaan eten.
- Opvallend is dat jongvolwassenen met een lage morele verplichting een negatieve sociale norm ervaren, terwijl jongvolwassenen met een hoge morele verplichting een positieve sociale norm ervaren. De omgeving van jongvolwassenen met een hoge morele verplichting lijkt de verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten dus meer te stimuleren.



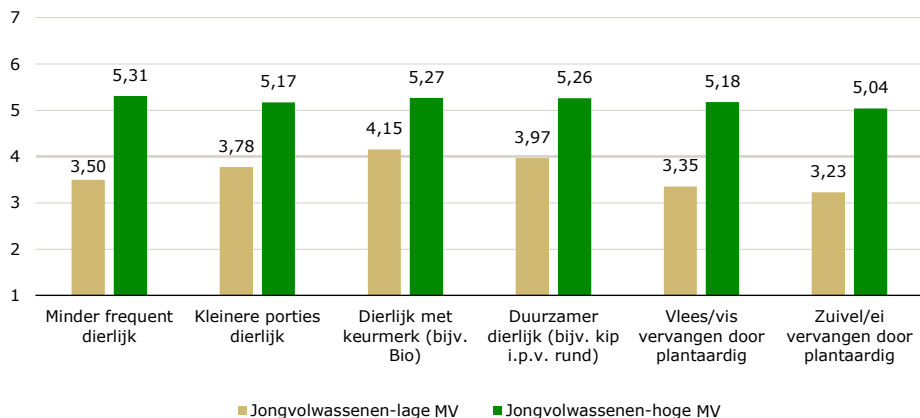
Voorbeelditem: Ik geloof dat mijn vrienden willen dat ik plantaardiger eet met minder dierlijke producten. (1= helemaal mee oneens tot 7=helemaal mee eens (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen hoge en lage morele verplichting.

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting staan meer open voor strategieën rondom aanpassingen in het eetpatroon. Dierlijk blijft favoriet.

- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting staan, in vergelijking met jongvolwassenen met een lage persoonlijke norm, er meer voor open om alle strategieën toe te passen om een plantaardig eetpatroon met minder dierlijke producten te realiseren.
- Waar jongvolwassenen met een hoge morele verplichting het meest open staan om hun frequentie van dierlijke consumptie te verminderen, kiezen jongvolwassenen met een lage morele verplichting liever voor dierlijke producten met een keurmerk.
- Opvallend is dat dierlijk met keurmerk de enige strategie is waar jongvolwassenen met een lage morele verplichting net positief op scoren.

Openheid voor verschillende strategieën



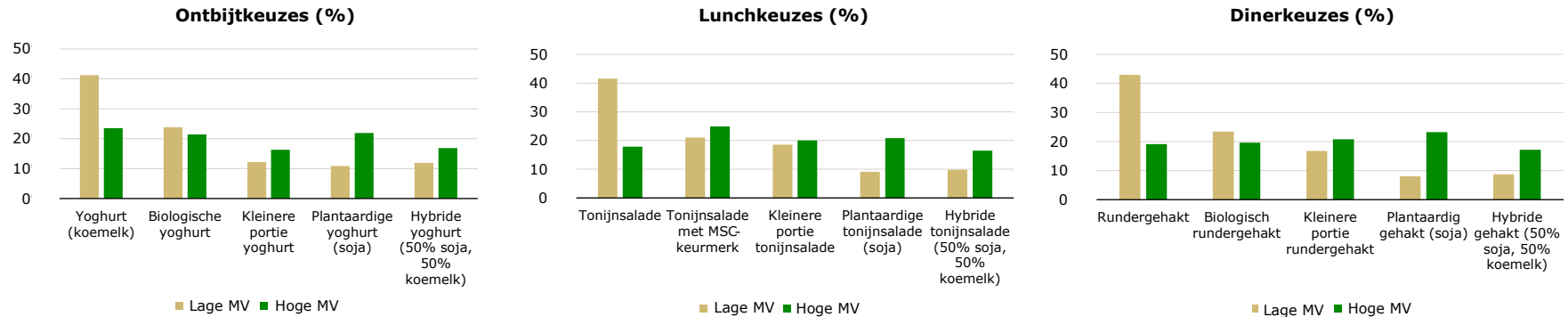
Voorbeelditem: In hoeverre staat u open om de volgende dingen te doen? Minder vaak dierlijke producten te eten (1=helemaal niet voor open tot 7=heel erg voor open (4= schaal midden)).

*=significant verschil tussen jongvolwassenen met een lage en hoge morele verplichting.

Lage MV	Hoge MV
Dierlijk met keurmerk (bijv. Bio)	Minder frequent dierlijk
Duurzamer dierlijk (bijv. kip i.p.v. rund)	Dierlijk met keurmerk (bijv. Bio)
Kleinere porties dierlijk	Duurzamer dierlijk (bijv. kip i.p.v. rund)
Minder frequent dierlijk	Vlees/vis vervangen door plantaardig
Vlees/vis vervangen door plantaardig	Kleinere porties dierlijk
Zuivel/ei vervangen door plantaardig	Zuivel/ei vervangen door plantaardig

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting lijken minder vaak te kiezen voor regulier dierlijk en vaker voor plantaardige of hybride productvarianten

- Zowel bij het ontbijt als de lunch en het diner kiezen jongvolwassenen met een hoge morele verplichting minder vaak voor de reguliere dierlijke optie, en vaker voor het plantaardige of hybride product.
- Jongvolwassenen met een lage versus een hoge morele verplichting verschillen niet in hoe vaak ze kiezen voor kleinere porties dierlijk of voor dierlijke producten van biologische oorsprong of met een keurmerk.
- Opvallend is dat jongvolwassenen met een lage morele verplichting, veruit het vaakst kiezen voor de reguliere dierlijke variant. Voor jongvolwassenen met een hoge morele verplichting is de verdeling veel evenrediger over de opties. Bij het ontbijt wordt het vaakst gekozen voor reguliere yoghurt. Bij de lunch wordt tonijn met MSC keurmerk het vaakst gekozen. Bij het diner is het plantaardig gehakt favoriet.

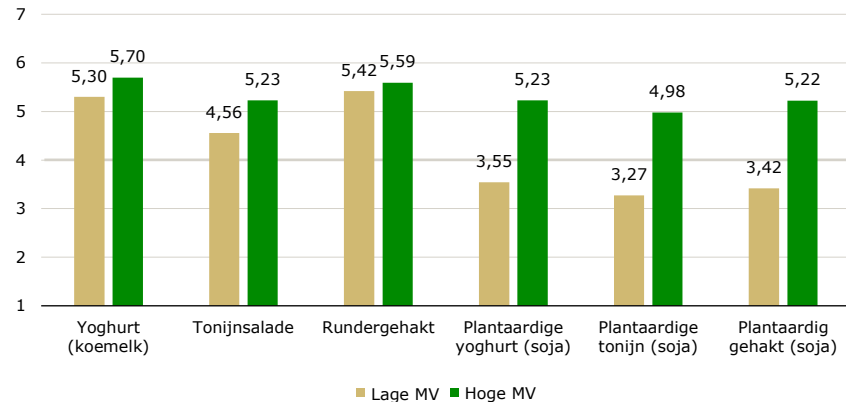


*=significant verschil tussen jongvolwassenen met een lage en hoge morele verplichting.

Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting eten alle producten uit het experiment vaker en vinden deze ook smaakvoller

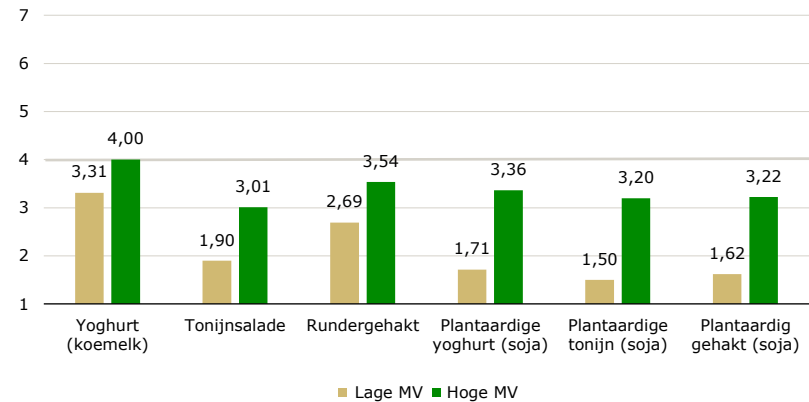
- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting zijn positiever over de smaak van bijna alle producten. Rundergehakt vinden beide groepen even smaakvol (geen significant verschil).
- Het verschil is vooral groot voor plantaardige producten, waarbij jongvolwassenen met een lage morele verplichting zelfs een negatieve waardering laten zien.
- Jongvolwassenen met een hoge morele verplichting consumeren alle producten vaker dan jongvolwassenen met een lage morele verplichting. Het verschil is vooral groot voor tonijnsalade en voor de plantaardige producten.

Waardering smaak producten uit het experiment



Voorbeelditem: Kunt u aangeven hoe lekker u de volgende producten vindt?
Rundergehakt (1=beslist niet lekker tot 7=heel erg lekker (4= schaal midden)).
*=significant verschil jongvolwassenen met een lage en hoge morele verplichting.

Consumptiefrequentie producten uit het experiment



Voorbeelditem: Hoe vaak heeft u de afgelopen maand de volgende producten gegeten of gedronken? Rundergehakt (1=1 dag per week tot 7=elke dag (4= schaal midden)).
*= significant verschil jongvolwassenen met een lage en hoge morele verplichting.

Vragen of suggesties, deel ze met ons!

ireen.raaijmakers@wur.nl

(0)70-3358208

0630174779



Bijlagen

Bijlage A: Definities

- **Betrokkenheid** = de mate waarin consumenten zich betrokken voelen bij de sector; belangrijk, betekenisvol en relevant.
- **Dierlijke producten** = vlees, vis, zuivel en eieren.
- **Eetpatroon** = de combinatie van alles wat je eet en drinkt gedurende een bepaalde periode.
- **Jongvolwassenen** = personen van 18 tot en met 35 jaar oud.
- **Maatschappelijke waardering** = de houding van consumenten tegenover de Agri & Foodsector en de onderscheiden subsectoren.
- **Persoonlijke norm** = de morele verplichting die iemand voelt om plantaardiger en minder dierlijkere producten te gaan eten.
- **Plantaardige producten** = groente, noten, peulvruchten, vlees-, vis-, ei- en zuivelvervangers.
- **Plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten** = het in verhouding eten van minder dierlijke en meer plantaardige producten. Dit kan bijvoorbeeld door minder vaak dierlijke producten te eten en/of kleinere porties dierlijke producten te eten en/of dierlijke producten te vervangen door plantaardige varianten. Het eetpatroon wordt hierdoor plantaardiger.
- **Reputatie** = de mate waarin de Agri & Foodsector een gezonde en betrouwbare indruk geeft.
- **Sociale norm** = (het geloof dat mensen om hen heen willen dat ze meer plantaardig en met minder dierlijke producten gaan eten.
- **Vertrouwen in voedselveiligheid** = de mate waarin consumenten geloven dat de sector competent en transparant is rond voedselveiligheid.
- **Vertrouwen in samenwerking** = de mate waarin consumenten geloven dat de sector competent en transparant is rond samenwerking in de sector.
- **Voedselwaarden** = in hoeverre consumenten bepaalde kenmerken belangrijk vinden bij het eten van voedsel, zoals gezondheid, milieu en smaak.

Bijlage B: Demografie sample AFM 2023 (4.597 respondenten)

	Gemiddelde Nederlandse consumenten (n= 3.648)	Jongvolwassenen (n= 949)
Geslacht		
Man	48,0	48,2
Vrouw	51,6	51,4
Anders	0,3	0,4
Leeftijdscategorie		
18-24	11,3	37,1
25-35	18,1	62,9
36-49	24,0	
50-64	28,1	
65-75	14,5	
>75	4,0	
Hoogst gevolgde opleiding		
Basisonderwijs	0,7	0,7
Lagere beroepsonderwijs (vmbo en lbo, bijv. lts, leao)	6,2	1,9
Middelbare school (mavo)	7,2	3,1
Middelbaar beroepsonderwijs (mbo)	30,3	24,4
Middelbare school (havo, vwo)	10,2	8,4
Hoger beroepsonderwijs (hbo)	30,8	31,0
Universiteit (wo)	14,3	30,2
Dat zeg ik liever niet	0,2	0,2
Bruto jaarinkomen huishouden		
Minder dan € 30.000 (per maand minder dan € 2.300)	19,7	19,4
€ 30.000 tot € 39.999 (per maand: € 2.300 tot € 3.074)	18,0	18,5
€ 40.000 tot € 69.999 (per maand: € 3.075 tot € 5.384)	28,4	27,3
€ 70.000 tot € 99.999 (per maand: € 5.385 tot € 7.690)	11,4	13,8
Meer dan € 100.000 (per maand meer dan €7690)	5,9	13,3
Dat weet ik niet/wil ik niet zeggen	16,5	7,7

	Gemiddelde Nederlandse consumenten (n= 3.648)	Jongvolwassenen (n= 949)
Arbeidssituatie		
Student/scholier	4,1	14,5
Fulltime in loondienst (meer dan 35 uur per week)	35,9	54,5
Parttime in loondienst (minder dan 35 uur per week)	21,2	16,5
Zelfstandige	5,8	5,5
Vrijwilliger	1,5	1,1
Huisvrouw/huisman	5,3	3,2
Niet werkzaam	3,6	1,6
Gepensioneerd/VUT	15,8	0,4
Arbeidsongeschikt (WAO)	6,0	2,3
Anders	0,7	0,4
Woonplaats situatie		
In een dorp niet grenzend aan een stad	20,9	11,7
In een dorp grenzend aan een stad	17,5	17,2
In een stad tot 30.000 inwoners	13,7	20,1
In een stad tussen de 30.000 en 100.000 inwoners	24,1	24,8
In een stad met meer dan 100.000 inwoners	23,7	26,2
Gezinsstatus		
Getrouwd/samenwonend met thuiswonend(e) kind(eren)	26,9	32,2
Getrouwd/samenwonend met uitwonend(e) kind(eren)	20,1	5,8
Getrouwd/samenwonend zonder kinderen	16,7	18,5
Alleenstaand met thuiswonend(e) kind(eren)	6,3	5,6
Alleenstaand met uitwonend(e) kind(eren)	6,6	3,0
Alleenstaand zonder kinderen	16,6	18,1
Inwonend bij ouders	5,8	15,9
Anders	1,0	0,8

Bijlage C: Overzicht van vergelijking AFM over de jaren heen

- Zoals ieder jaar is de kern van de Agrifoodmonitor vergeleken met eerdere jaren:
 - Agrifoodmonitor 2012
(3.290 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2014
(3603 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2016
(3.603 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2018
(3.200 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2020
(3.200 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2021
(3.221 respondenten)
 - Agrifoodmonitor 2022
(3.640 respondenten)

Bijlage D: Surveyvragen kern Agrifoodmonitor

Hieronder een globaal overzicht; bij elk figuur staan meer details van de gebruikte items.

- Waardering Agri & Foodsector en zijn subsectoren.
- De drie belangrijkste verklarende factoren:
 - Reputatie
 - Betrokkenheid
 - Vertrouwen in samenwerking tussen schakels in de keten en vertrouwen in voedselveiligheid
- Voedselwaarden (belang bij voedselkeuzes en associaties).

Alle items zijn gecheckt op antwoordtendenties, frequentieanalyses, en zo nodig om scores samen te voegen, gecheckt met factoranalyses (op te verwachten aantal dimensies en verklaarde variantie $>,5$) en Cronbachs alfa's ($>,6$). Tenzij anders vermeld zijn ANOVA-toetsen in de kern van de monitor gebruikt om te toetsen of er verschillen zijn, bijvoorbeeld tussen sectoren.

Bijlage D: Surveyvragen verdiepingsthema

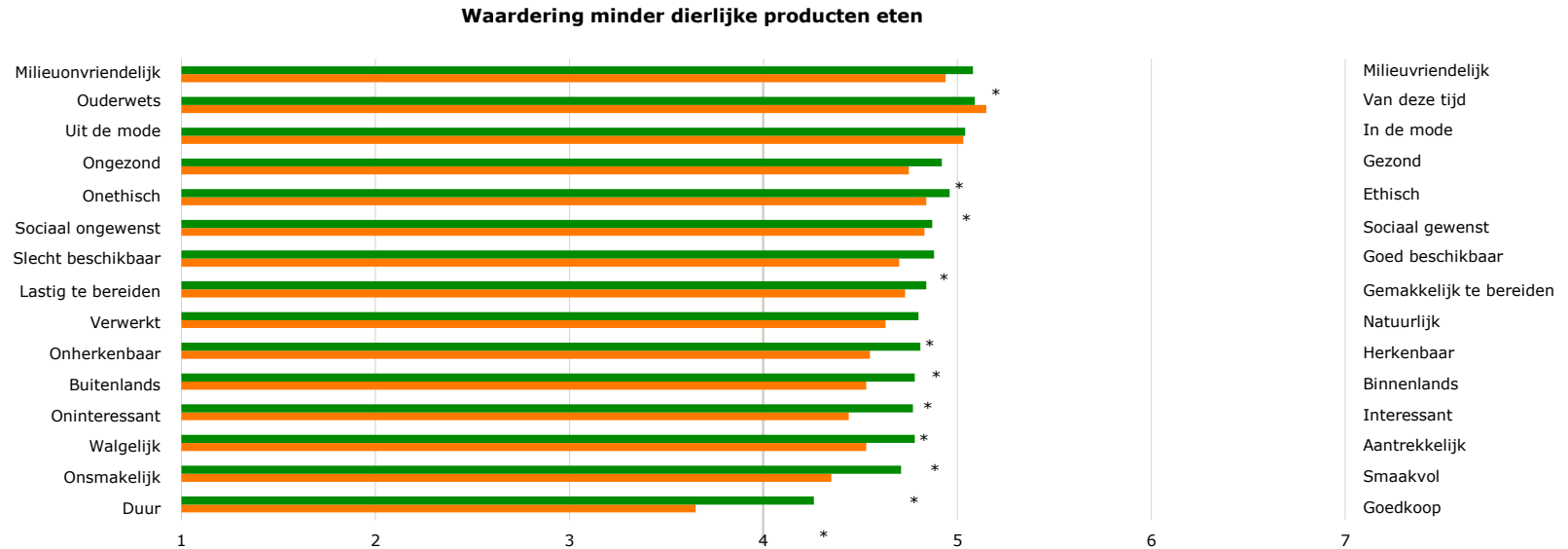
Hieronder een globaal overzicht; bij elk figuur staan meer details van de gebruikte items.

- Waardering sectoren van een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten
 - Perceptie betrokkenheid, verantwoordelijkheid, manieren en bijdrage van en vertrouwen in de Agri & Foodsectoren om een verschuiving te stimuleren.
- Houding en gedrag ten aanzien van een verschuiving naar een plantaardiger eetpatroon met minder dierlijke producten
 - Zelf gerapporteerde consumptie en frequentie van verschillende productgroepen
 - Attitude, prijs en gezondheid oriëntatie, sociale en persoonlijke norm, fase van gedragsverandering en mate van openheid voor een verandering in het eetpatroon
 - Keuze experiment

Alle items zijn gecheckt op antwoordtendenties, frequentieanalyses en zo nodig om scores samen te voegen, gecheckt met factoranalyses (op te verwachten aantal dimensies en verklaarde variantie $>,5$) en Cronbachs alfa's ($>,6$).

Bijlage E: Waardering van een eetpatroon met minder dierlijke producten

- Jongvolwassenen zien een eetpatroon met minder dierlijke producten als meer milieuvriendelijk, gezond, ethisch, beter beschikbaar, natuurlijk, herkenbaar, binnenlands, aantrekkelijk, smaakvol en betaalbaarder dan de gemiddelde Nederlandse consument.



Voorbeelditem: Ik vind minder dierlijke producten eten... (1= ongezond tot 7=gezond (4= schaal midden)).

*= significant verschil tussen jongvolwassenen en Nederlandse consumenten.

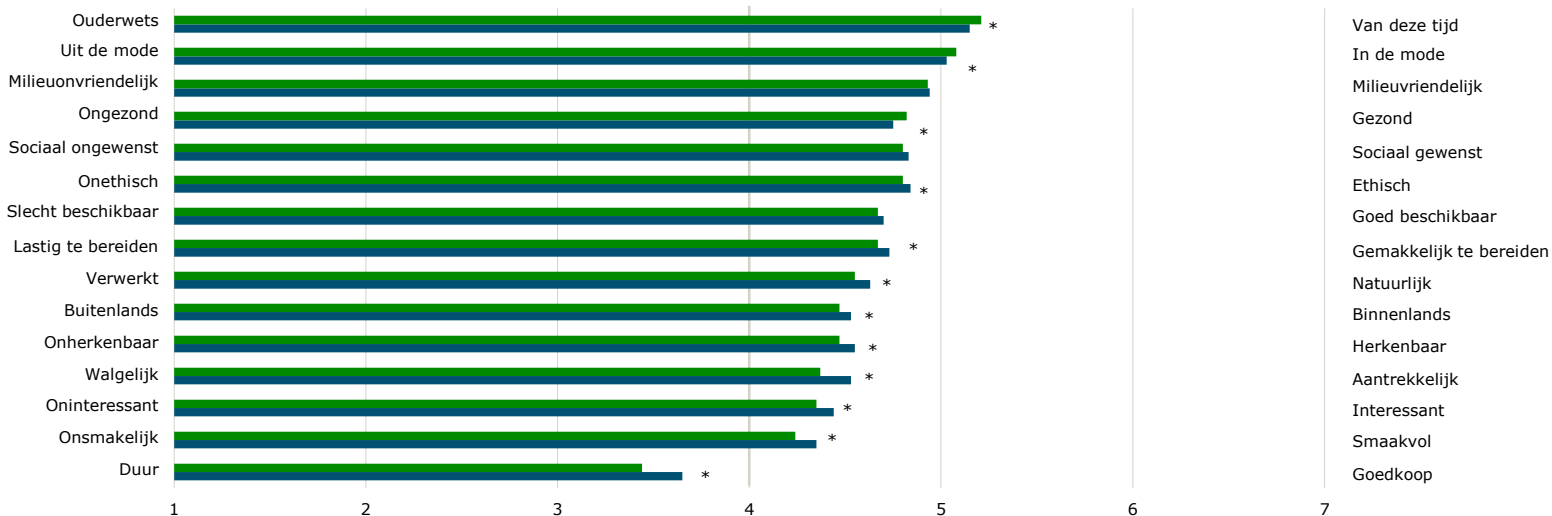
■ Gemiddelde Nederlandse consumenten

■ Jongvolwassenen

Bijlage E: Vergelijking waardering plantaardiger eetpatroon en minder dierlijke producten van de gemiddelde Nederlander

- De gemiddelde Nederlandse consument ziet een plantaardiger eetpatroon als iets van deze tijd, in de mode en gezonder in vergelijking met minder dierlijke producten eten. Interessant is dat men het eten van minder dierlijke producten natuurlijker, aantrekkelijker, interessanter en smaakvoller ziet dan meer plantaardig eten. Ook vindt men dat deze gemakkelijker te bereiden zijn.
- Minder dierlijke producten eten wordt als iets minder duur gezien dan plantaardiger eten.

Waardering gemiddelde Nederlandse consument van een plantaardiger eetpatroon en van een eetpatroon met minder dierlijke producten



Voorbeelditem: Ik vind plantaardiger eten.... (1=ouderwets tot 7=van deze tijd (4= schaal midden)).

*=significant verschil tussen plantaardiger en minder dierlijke producten eten.

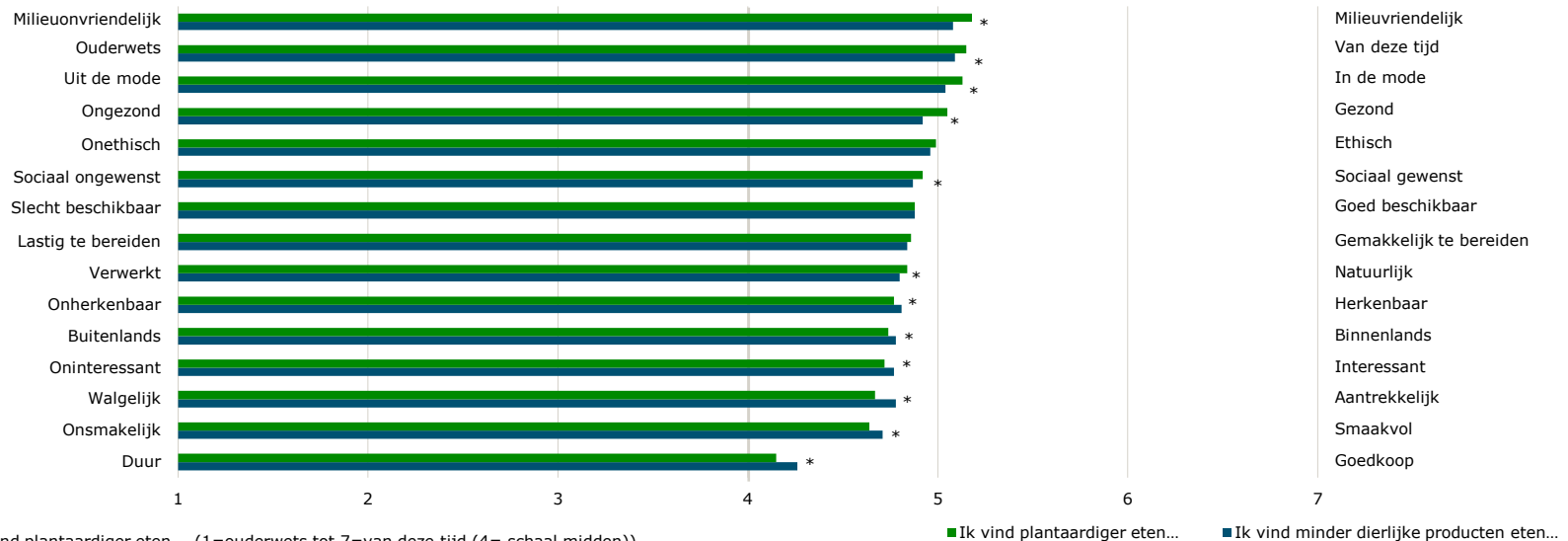
■ Ik vind plantaardiger eten...

■ Ik vind minder dierlijke producten eten...

Bijlage E: Vergelijking waardering plantaardiger eetpatroon en minder dierlijke producten van jongvolwassenen

- Jongvolwassenen zien een plantaardiger eetpatroon als milieuvriendelijker, iets van deze tijd, in de mode, gezonder en meer sociaal geaccepteerd dan het eten van minder dierlijke producten. Interessant is dat men het eten van minder dierlijke producten natuurlijker, aantrekkelijker, interessanter, herkenbaarder en smaakvoller ziet dan meer plantaardig eten.
- Minder dierlijke producten eten wordt als iets goedkoper gezien dan plantaardiger eten.

Waardering jongvolwassenen van een plantaardiger eetpatroon en van een eetpatroon met minder dierlijke producten



Voorbeelditem: Ik vind plantaardiger eten.... (1=ouderwets tot 7=van deze tijd (4= schaal midden)).
 *=significant verschil tussen plantaardiger en minder dierlijke producten eten.