dvj insights

dvj-insights.com

Foodvalley NL

# EIWITTEN VAN EIGEN BODEM

DVJ INSIGHTS © 2021

RAPPORT VOOR
Food Valley - Jeroen Willemsen

eiwitboeren van nederland

RAPPORT DOOR
Sonja Vernooij & Lieke Rijnbeek

DATUM
07/09/2021

# AGENDA

> Achtergrond

Houding, kennis & gedrag plantaardige voiding

Voedingspatronen en de rol van lokale voeding

Betekenis en herkenning van lokaal

Conclusies en aanbeveling

# ACHTERGROND

## SITUATIE

Foodvalley NL startte vorig jaar de Eiwitboeren van Nederland. Doel is om plantaardige eiwitten van Nederlandse bodem tot leven te brengen, voor bodem, boer en burger.

Dit initiatief dient bij te dragen aan de groei van het areaal plantaardige eiwitgewassen in Nederland, zoals aangekondigd in de Green Deal als onderdeel van de Nationale Eiwitstrategie.

## AANLEIDING ONDERZOEK

Foodvalley NL wil focus aanbrengen én input voor de inzet van activiteiten van de Eiwitboeren van Nederland en de beoogde Green Deal.

## DOELSTELLING

Nagaan wat het kennisniveau van de doelgroep is ten aanzien van de waarde van (meer) plantaardige eiwitten van NL bodem en wat de belangrijkste drijfveren en barrières zijn voor de aankoop van producten.

# STEEKPROEF

## STEEKPROEFGROOTTE

| | |
|---|---|
| Sample | n=502 |

## SUBGROEPEN

| | |
|---|---|
| Mannen | n=246 |
| Vrouwen | n=256 |

## STEEKPROEF PROFIEL

- Leeftijd 18+ jaar oud
- (mede) verantwoordelijk voor de aankoop van boodschappen
- Staat (enigszins) open voor plantaardige variaties op vlees, vis of zuivel

## WEGING

Het sample is gewogen naar de Gouden Standaard op geslacht en leeftijd.

## VELDWERK

Het veldwerk heeft plaatsgevonden van 21 augustus t/m 21 september 2020.

# AGENDA

Achtergrond

> Houding, kennis & gedrag plantaardige voiding

Voedingspatronen en de rol van lokale voeding

Betekenis en herkenning van lokaal

Conclusies en aanbeveling

# CUE VOOR STORYTELLING

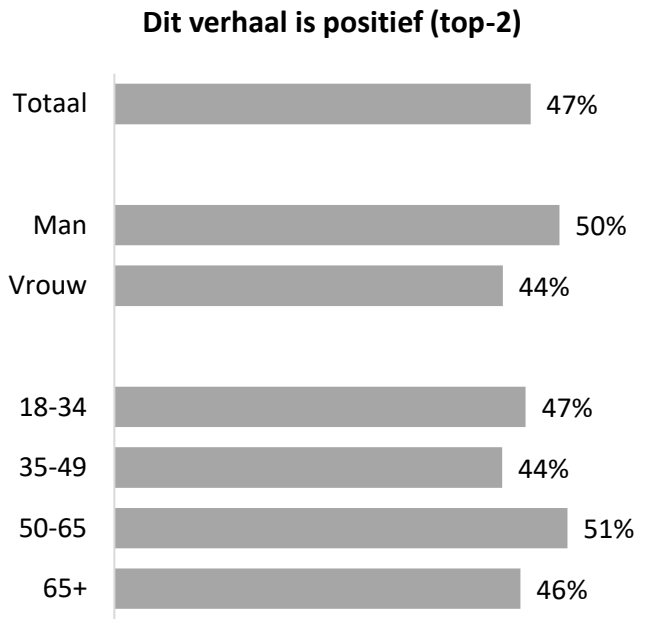
Om te achterhalen wat de houding van consumenten is t.o.v. plantaardige eiwitten en waar men aan denkt bij plantaardige eiwitten, hebben wij consumenten gevraagd hun verhaal te delen aan de hand van onderstaande insight:

## INSIGHT

*Eiwitten, ook wel proteïne genoemd, zijn een belangrijke bouwstof voor je lichaam. Zowel dieren als planten kunnen bronnen van eiwit zijn in onze voeding. De Gezondheidsraad adviseert om meer plantaardig en minder dierlijk te eten, en dus om vaker te kiezen voor plantaardige en minder vaak voor dierlijke eiwitbronnen.*

*Stel iemand vraagt u naar uw ervaring en mening over plantaardige variaties op vlees, vis of zuivel. Hij of zij is nieuwsgierig waarom u dit wel of niet zou kopen en wat uw overtuigingen en ideeën zijn over plantaardige alternatieven voor vlees, vis of zuivel.*

## STORYMARKER



# CONSUMENTEN DENKEN BIJ PLANTAARDIGE VARIATIES VOORNAMELIJK AAN VLEESVERVANGERS

- *Ik vind het goed om minder vlees te eten maar of een vlees vervanger nu zo goed is weet ik niet. Dat is tenslotte een gemaakt product.*
  Vrouw 35-49 jaar
- *Vlees eten wordt lekker ervaren. Tegenwoordig zijn er betere alternatieven verkrijgbaar. Goeie vleesvervangers met veel proteïne. Indien men alleen proteïne nodig heeft, is er geen noodzaak meer om vlees te eten. Groepen mensen zijn wel degelijk bezig met het zoeken naar alternatieven om vlees te verminderen.*
  Man 35-49 jaar
- *Heb geprobeerd de vleesvervangers te eten. De burgers zijn best wel lekker. De rest niet zo.  Aan de insecten ga ik niet, ik gruw daarvan.*
  Vrouw 50-65 jaar
- *Ik wil wel vleesvervangers proberen, maar ze zijn momenteel duurder dan vlees*
  Vrouw 35-49 jaar
- *Heb al meerde keren geprobeerd om vleesvangers te eten. Ik vind het meeste niet lekker, zout en veel calorieën bevatten.  Ik wil af en toe wel zoiets eten door een gerecht heen. Kipstukjes en gehakt kan.*
  Vrouw 66+ jaar

# WAARBIJ SMAAK VAN GROOT BELANG IS

- *vleesvervangers  zijn net zo goed als echt vlees maar je moet wel goed op passen dat er wel smaak aan zit anders zal je een grote teleurstelling ondergaan en nooit meer plantaardig willen eten*
  Man, 50-65 jaar
- *ik vind die vleesvervangers niet te eten. Het heet hetzelfde als vlees maar het smaakt heel anders en vies. Ik heb ook wel eens plantaardige melk gehad en dat heb ik dus ook geproefd en daarna meteen weg gegooid zo vies was het. Ik eet wel eens zonder vlees maar niet met vervangers. Ik vind al die dingen niet lekker en dan eet ik liever niks.*
  Vrouw 65+ jaar
- *Een tijd lang heb ik weinig vlees gegeten en in plaats daarvan vegaburgers, vegaschnitzels enzovoorts.  Maar daar ben ik toch mee gestopt. Die vegetarische varianten van vlees bieden gewoon niet dezelfde smaak, textuur en voedingsstoffen als echt vlees.*
  Man 35-49 jaar
- *Ik ben momenteel aan het proberen minder vlees te eten en te experimenteren met vervangers. Ik moet zeggen dat er prima smaakvolle alternatieven nu zijn*
  Man 35-49 jaar

# VEEL CONSUMENTEN HEBBEN EEN BEPERKTE KENNIS VAN PLANTAARDIGE VARIATIES OP VLEES, VIS EN ZUIVEL

- *ik heb geen enkel idee hoe ik op een verantwoorde manier meer plantaardige i.p.v. dierlijke eiwitten kan consumeren*
  Vrouw 50-65 jaar
- *Ik ben vooral bang dat als ik overga op alternatieven voor vlees e.d., dat ik een tekort aan vitaminen of andere belangrijke stoffen oploop. Daarom hou ik me het liefst aan mijn dieet met vlees.*
  Vrouw 18-34 jaar
- *Ik ben niet zo bekend met plantaardige eiwitten en eet dus ook voornamelijk dierlijke eiwitten. Indien ik er meer over zou weten zou ik zeker openstaan voor plantaardige eiwitten.*
  Vrouw 35-49 jaar
- *ik zou alleen voor plantaardige eiwitten kiezen als ik zeker wist dat het niet te bewerkt is. Teveel kunstmatige toevoegingen (grondstoffen) is ook niet goed dan kies ik liever voor echt vlees en of vis.*
  Vrouw 50-65 jaar
- *ik heb er nog geen ervaringen mee. Ik weet niet of het ECHT zo is dat de gezondheidsraad adviseert om meer plantaardig te eten, heb er nooit iets over gezien/gehoord....*
  Man 50-65 jaar

# OF HEBBEN ZO HUN TWIJFELS EN ZIJN ER TERUGHOUDEND IN

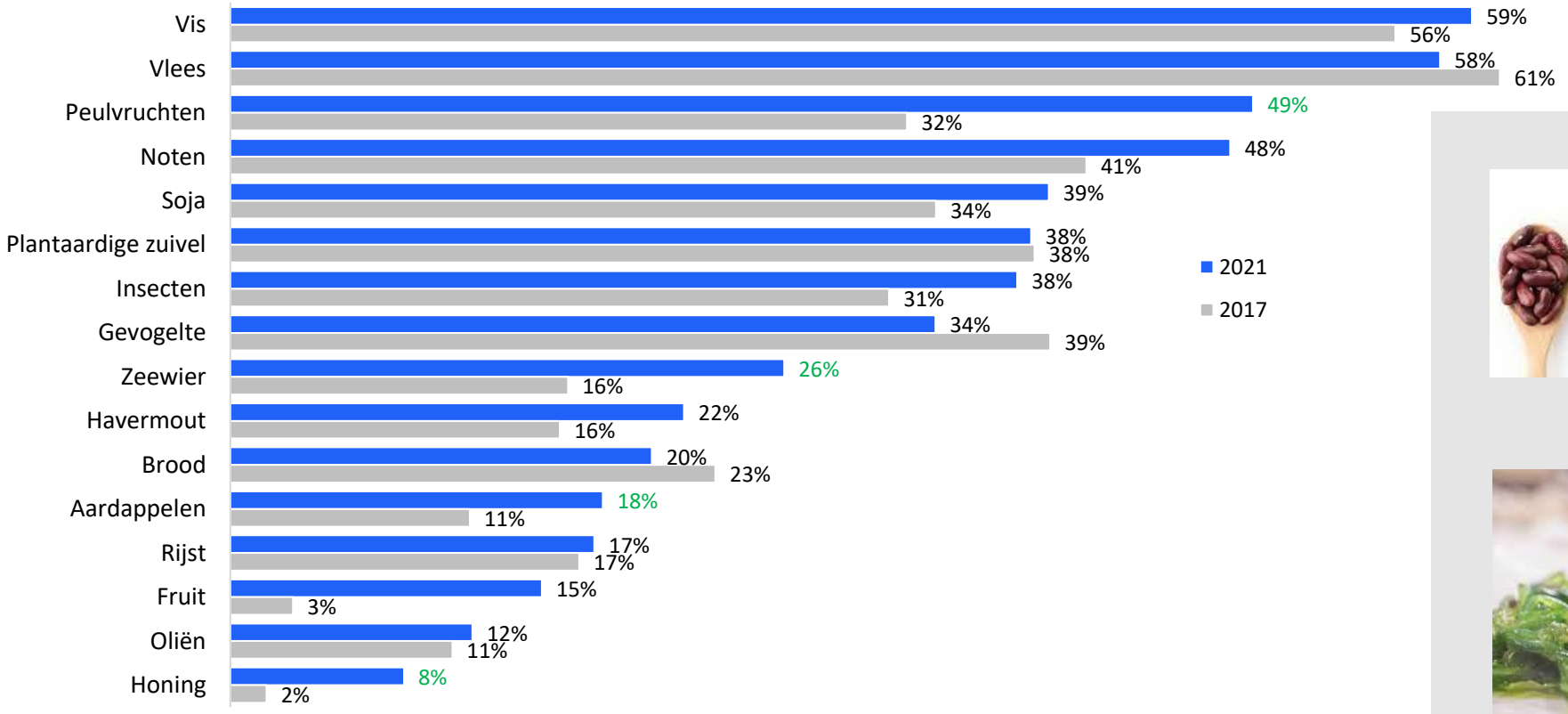
- *Wel ik heb wel eens plantaardige haver melk gedronken. En dan hoor ik later van het programma Kassa dat in die plantaardige drinks heel veel suiker zit. Hoezo ben ik dan gezond bezig.*
  Vrouw 50-65 jaar
- *Ben hier helemaal niet mee bezig en eet wat ik lekker vind.*
  Man 35-49 jaar
- *Ik zou het niet snel kopen. Ik vind het moeilijk om te geloven dat vervangers net zo gezond zijn als het originele product.*
  Vrouw 18-34 jaar
- *Ik vind al die alternatieven wel leuk,  maar erg duur.  Zonde en vraag me af of het allemaal wel echt zo nuttig is. Ik vraag me af of de alternatieven wel echt duurzaam zijn als men doet voorkomen.  Ik geloof hier allemaal niet zo in. Met een gezond stukje vlees is niks mis, alles met mate. Ik ben dus niet zo'n voorstander van alternatieven en denk dat het een beetje een hype is, dat het allemaal zo gezond is.*
  Vrouw 35-49 jaar
- *de betutteling ten top jeugd doet niks voor het klimaat laten overal hun zooi achter zijn niet van plan om er iets aan te doen dus ik leid mijn leven zoals ik wil*
  Vrouw 50-65 jaar

# TERWIJL EEN ANDERE GROEP HIER AL MEER KENNIS OVER HEEFT

- *Ik eet geen vleesvervangers maar peulvruchten en granen en zo kom ik aan essentiële voedingsstoffen.*
  Vrouw 65+
- *Ik vind dat er heel veel alternatieven zijn voor vlees m.b.t. proteïne. Lekker ook. Allerlei vleesvervangers maar het ik meer bonen eten is een goed alternatief. Toch vind ik de smaak van vlees lekker en eet ik af en toe een keer vlees. Meestal in restaurants en 1 keer in de week misschien een hamburger.*
  Man 35-49 jaar
- *Eiwit is belangrijk als voedselbron; plantaardige en dierlijke proteïne zijn goed te combineren om volwaardig te zijn. Soja bevat alle essentiële aminozuren, dus een goede keuze. Skyr heeft hoogwaardig eiwit en verder peulvruchten met bijv. een melktoetje of granen. Keuze genoeg maar wat kennis van zaken is toch een eerste vereiste.*
  Vrouw 65+ jaar
- *Andere bronnen voor proteïnen zijn naar mijn idee peulvruchten, noten, maar men begint ook met insecten, ik weet niet wat ik daar van moet vinden misschien als het verborgen is in voedsel zodat je het niet weet dat je een krekel of meelwormen eet het zal ongetwijfeld goed zijn wat er zijn hele volksstammen die het eten maar we zijn hier verwend met eten*
  Vrouw 50-65 jaar

# KENNIS

Consumenten zijn zich niet erg bewust van welke producten eiwitrijk zijn. Ten opzichte van 2017 is onder het algemene publiek beter bekend geworden dat **peulvruchten** en **zeewier** rijk aan eiwitten zijn, maar over het algemeen lijkt de kennis niet te zijn toe- of afgenomen vergeleken met 4 jaar geleden.

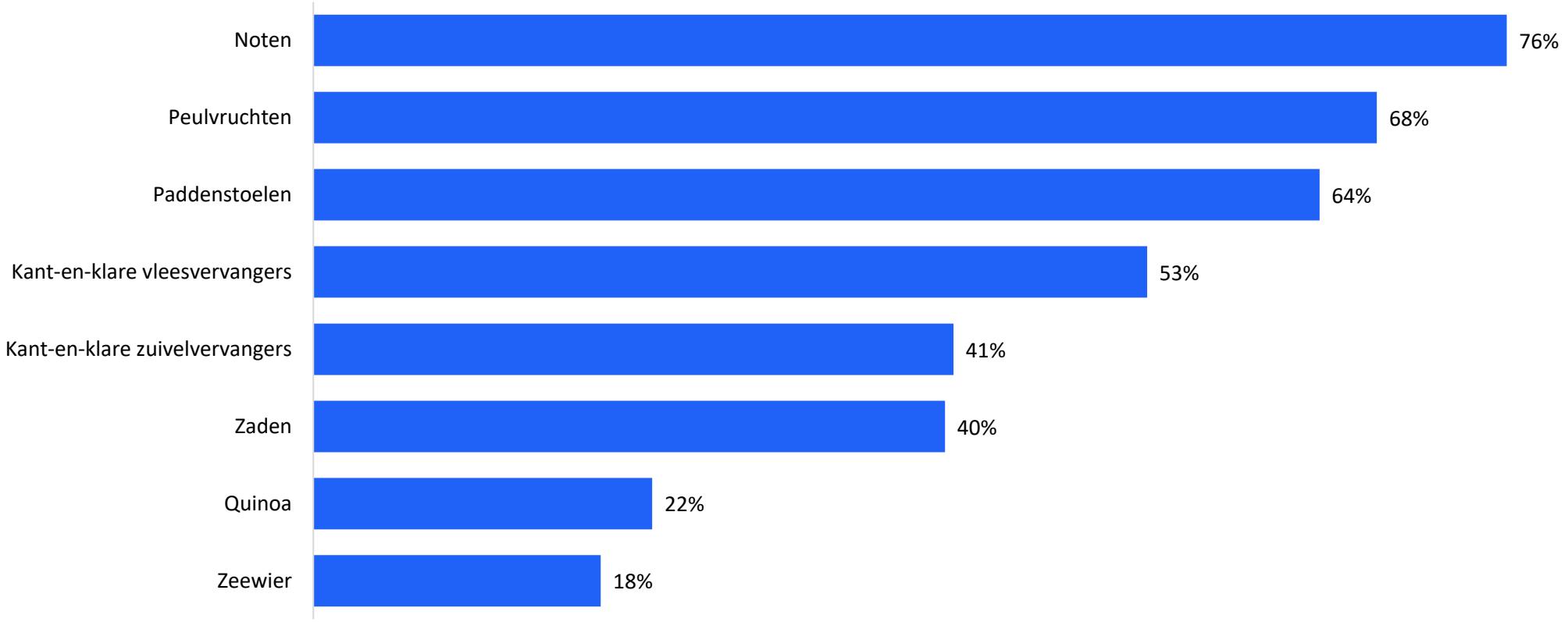


Vraag: Welke van de onderstaande producten zijn rijk aan eiwitten, ook wel proteïne genoemd?

Significant hoger/ lager dan de resultaten uit 2017 (95% betrouwbaarheidsinterval).

# CONSUMPTIE PRODUCTEN

Uit de verhalen blijkt dat consumenten bij eiwitrijke plantaardige varianties  veelal aan vleesvervangers denken. Maar eigenlijk consumeert men met name noten, peulvruchten en paddestoelen, die ook als variatie op vlees, vis of zuivel kunnen dienen.




Vraag: Welke van de onderstaande producten consumeert u zelf wel eens?

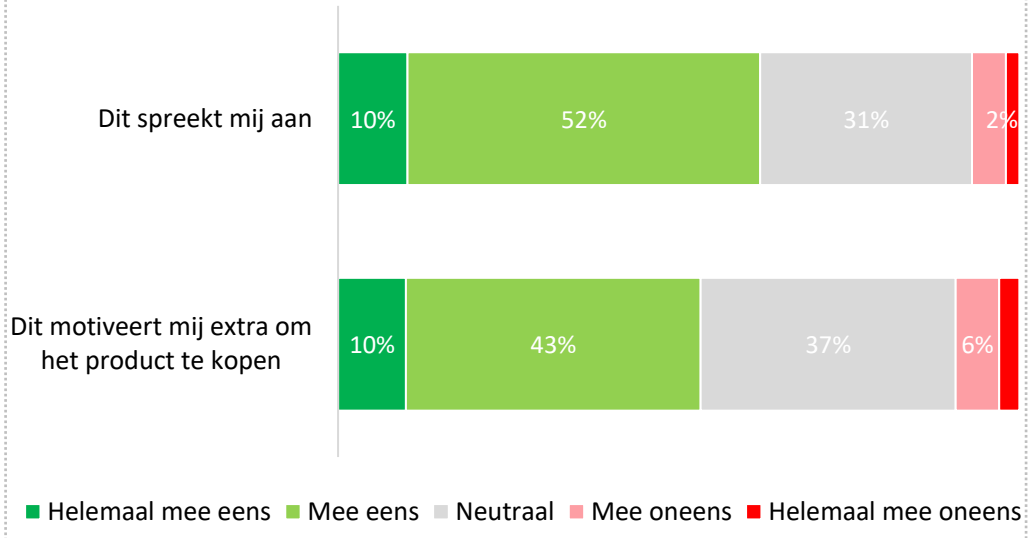
# CONSUMPTIE & INTERESSE PLANTAARDIGE EIWITTEN

Twee derde van de respondenten consumeert meerdere keren per week plantaardige eiwitten als variatie op vlees, vis of zuivel. Daarnaast spreekt het een bijna net zo'n grote groep aan als men ziet dat plantaardige eiwitten in Nederland geteeld zijn en zou dit de helft van de respondenten zelfs motiveren om het betreffende product te kopen.

## CONSUMPTIE PLANTAARDIGE EIWITTEN

## IN NL GETEELDE PLANTAARDIGE EIWITTEN

**Stel u weet dat een product gemaakt is van in Nederland geteelde plantaardige eiwitten.**

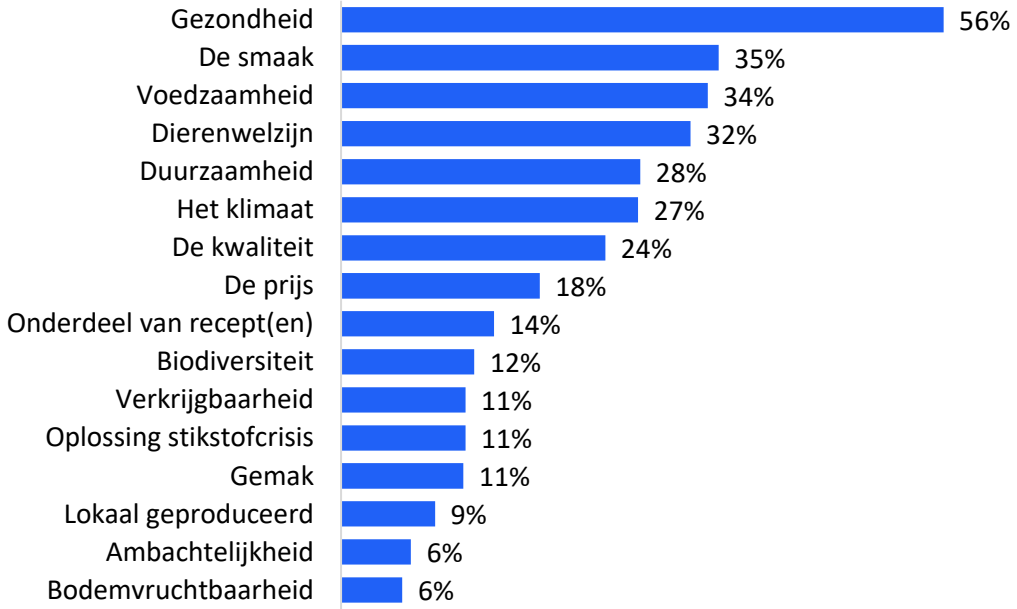



Vraag: Hoe vaak consumeert u producten met plantaardige eiwitten als variatie op vlees, vis, of zuivel?

# DRIVERS & BARRIERS PLANTAARDIGE EIWITTEN

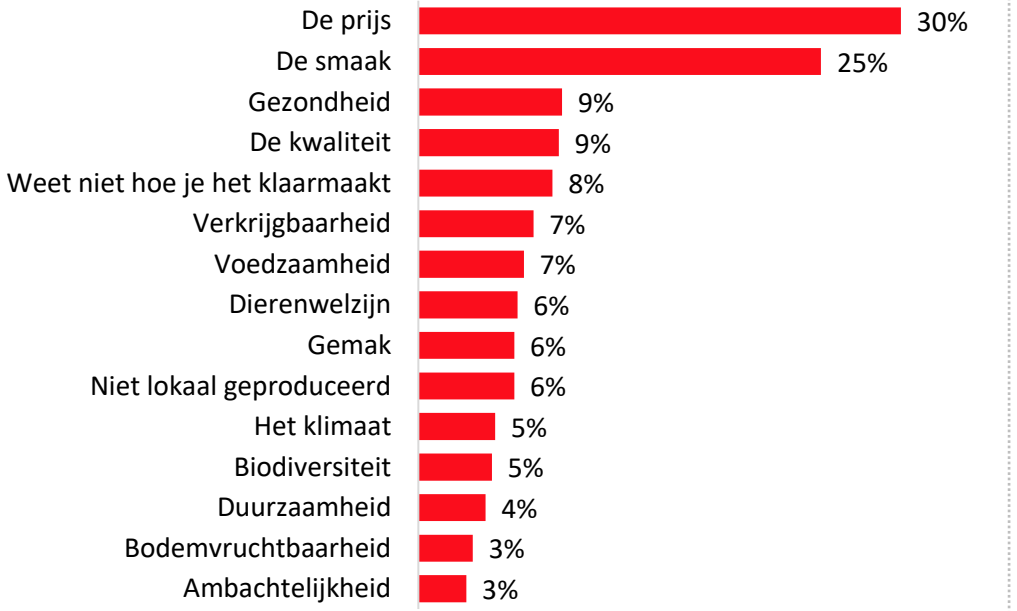
Gezondheid is duidelijk de belangrijkste reden om voor plantaardige eiwitten te kiezen, terwijl de prijs en de smaak mensen juist weerhoudt om voor plantaardige eiwitten te kiezen.

## DRIVERS




Vraag: Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om voor producten met plantaardige eiwitten te kiezen?

## BARRIERS

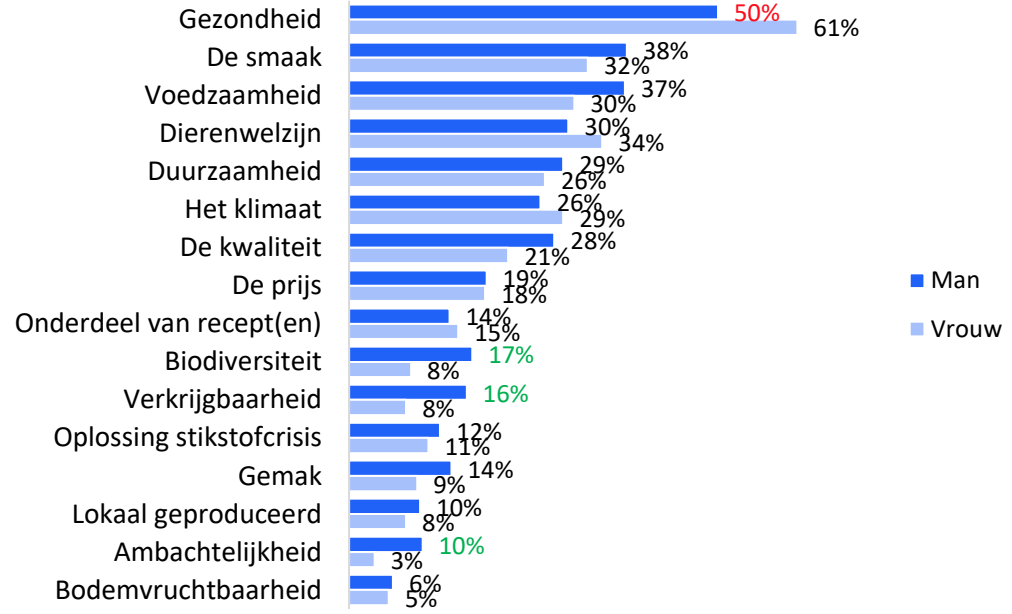



Vraag: Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om **niet** voor producten met plantaardige eiwitten te kiezen?

# DRIVERS & BARRIERS PLANTAARDIGE EIWITTEN
## – MANNEN VS. VROUWEN

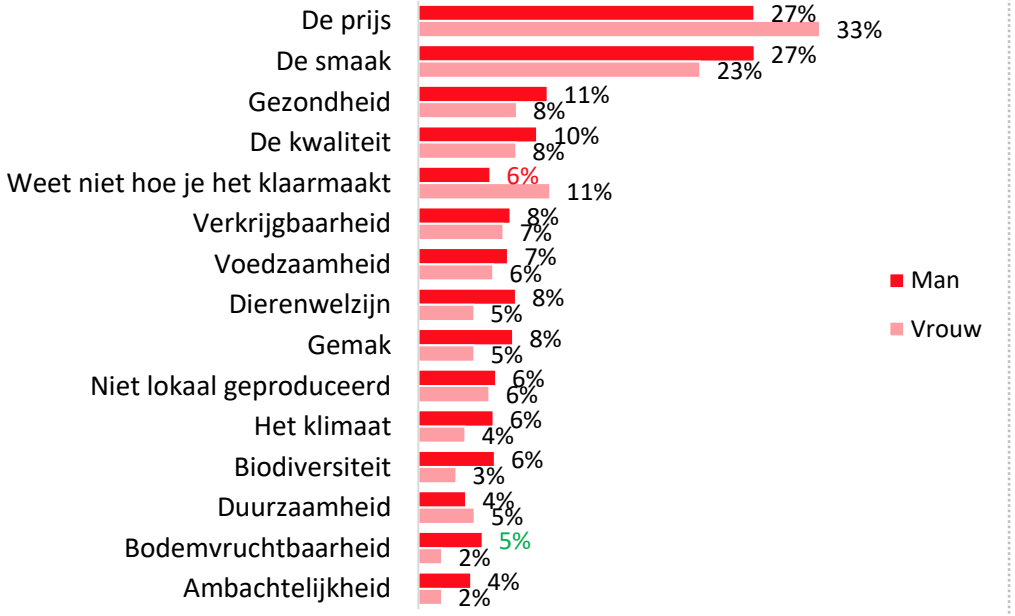
Voor vrouwen is gezondheid een belangrijkere driver dan voor mannen, terwijl mannen meer waarde hechten aan de biodiversiteit, verkrijgbaarheid en ambachtelijkheid. Vrouwen laten zich vaker weerhouden om voor plantaardige eiwitten te kiezen wanneer ze niet weten hoe het klaargemaakt moet worden.

**DRIVERS**




Vraag: Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om voor producten met plantaardige eiwitten te kiezen?

**BARRIERS**




Vraag: Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om **niet** voor producten met plantaardige eiwitten te kiezen?

# AGENDA

Achtergrond

Houding, kennis & gedrag plantaardige voiding

> Voedingspatronen en de rol van lokale voeding

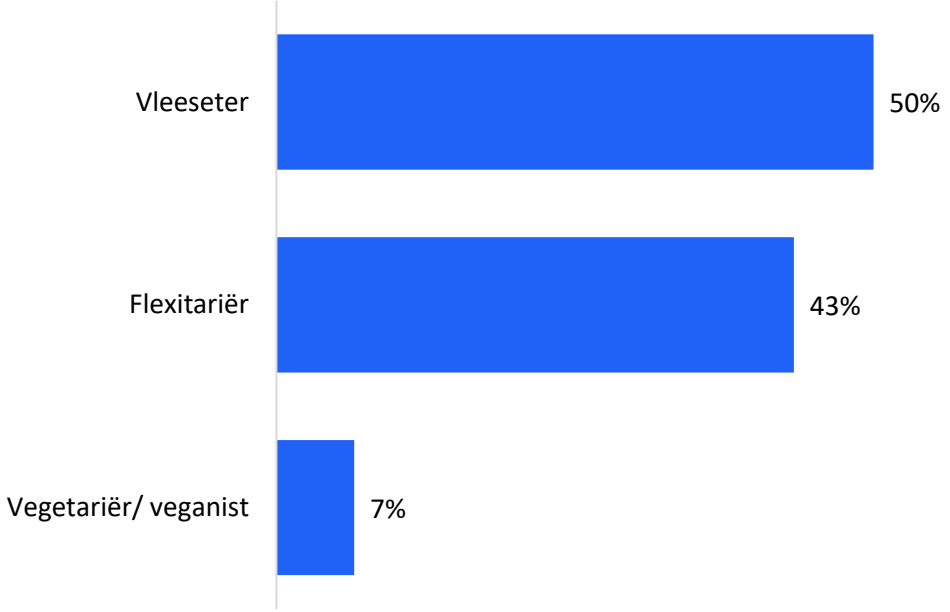
Betekenis en herkenning van lokaal

Conclusies en aanbeveling

# VOEDINGSPATROON

De helft van de consumenten beschouwt zichzelf als vleeseter. Dit aandeel is groter onder mannen. Terwijl vrouwen en ook jongeren vaker vegetariër of veganist zijn.

## TYPE DIEET




## DOELGROEPEN

| | GESLACHT | | LEEFTIJD | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Man | Vrouw | 18-34 | 35-49 | 50-65 | 65+ |
| Vleeseter | 58% | 43% | 48% | 49% | 52% | 50% |
| Flexitariër | 40% | 47% | 40% | 44% | 43% | 47% |
| Vegetariër/ veganist | 2% | 10% | 12% | 6% | 5% | 3% |

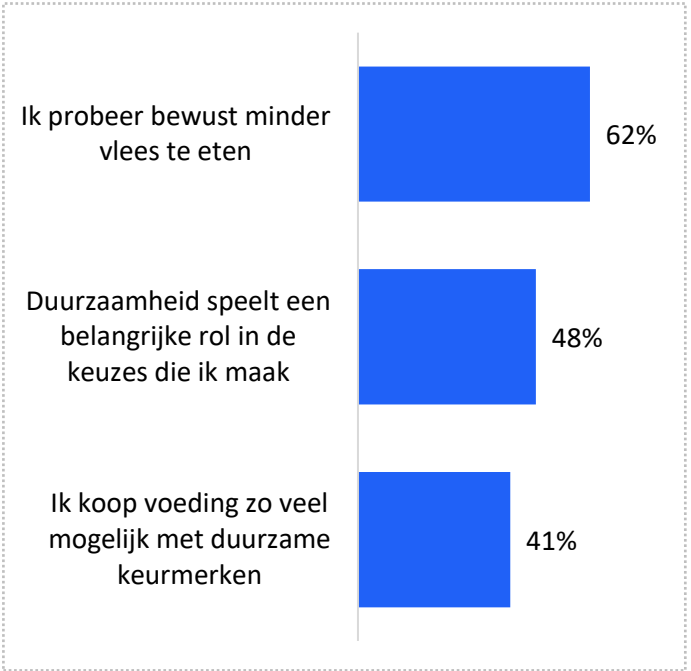
Vraag: In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen?

Significant hoger/ lager dan het totale gemiddelde (95% betrouwbaarheidsinterval).

# HOUDING

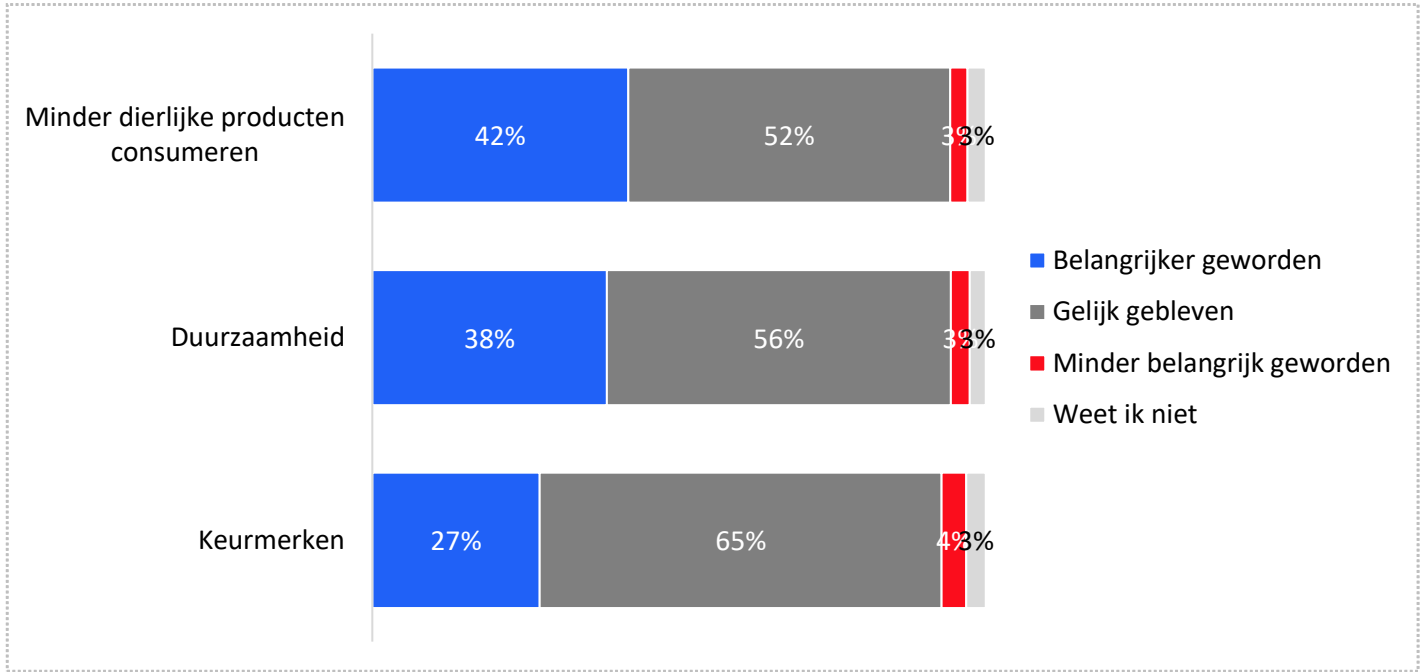
Bijna twee derde van de consumenten geeft aan bewust minder vlees te eten en voor de helft van de consumenten speelt duurzaamheid een belankrijke rol. Hierbij zien we geen verschillen tussen mannen en vrouwen, of tussen de verschillende leeftijdscategorieën. Het belang van zowel het consumeren van dierlijke producten als van duurzaamheid is voor de grootste groep niet veranderd ten opzichte van vorig jaar.

## HOUDING




Vraag: In hoeverre bent u het eens met de onderstaande stellingen?

## BELANG

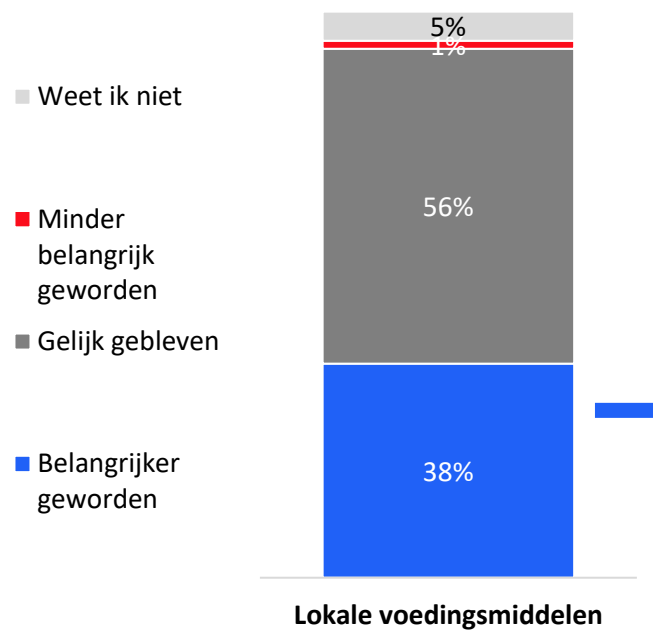



Vraag: Is voor u persoonlijk de rol van onderstaande aspecten veranderd bij het doen van boodschappen in het afgelopen jaar?

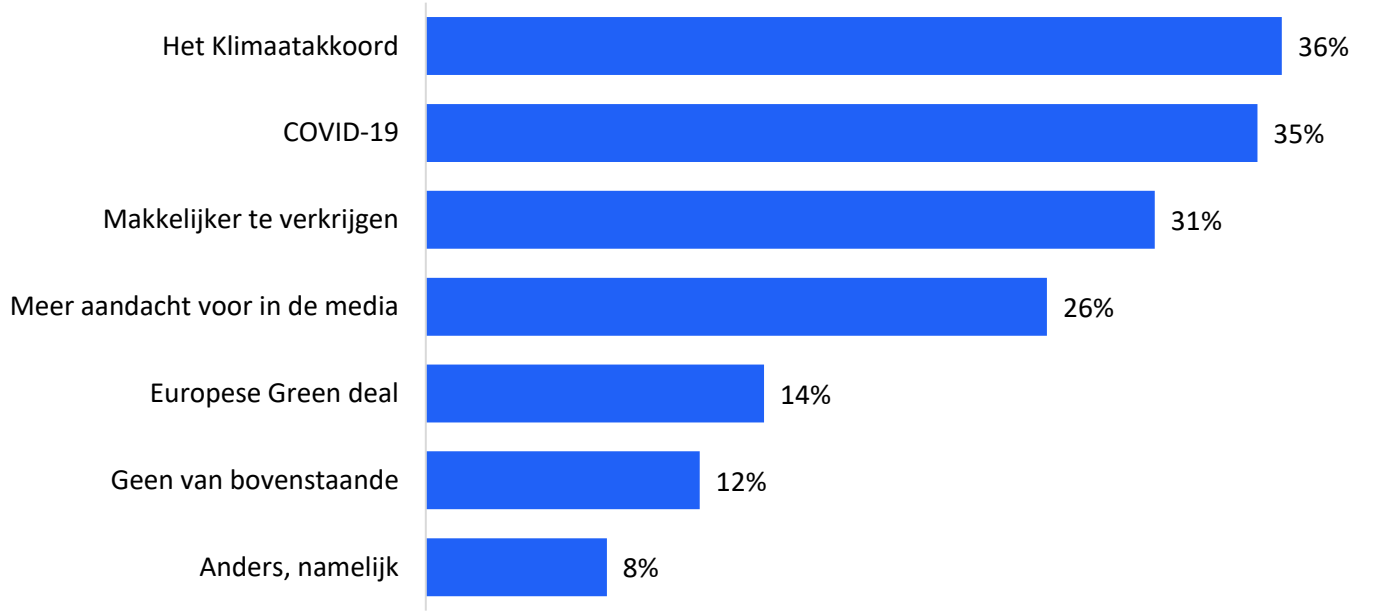
# BELANG VAN LOKALE VOEDINGSMIDDELEN

Voor ruim een derde van de consumenten is de rol van lokale voedingsmiddelen toegenomen in het afgelopen jaar en dit komt met name door het Klimaatakkoord en door de corona pandemie.

## BELANG




## WAARDOOR BELANGRIJKER GEWORDEN



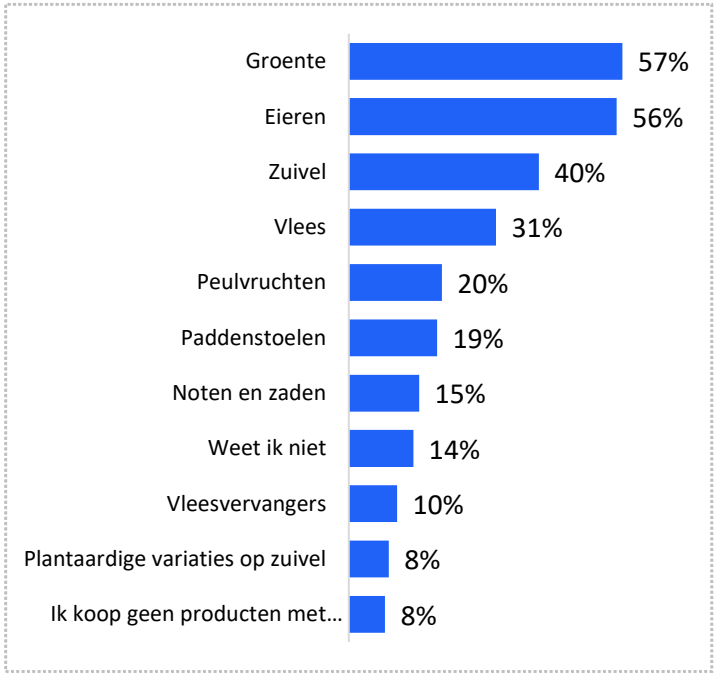

Vraag: Is voor u persoonlijk de rol van onderstaande aspecten veranderd bij het doen van boodschappen in het afgelopen jaar?

Vraag: Waardoor komt dit?

# PRODUCTEN MET EEN LOKALE HERKOMST

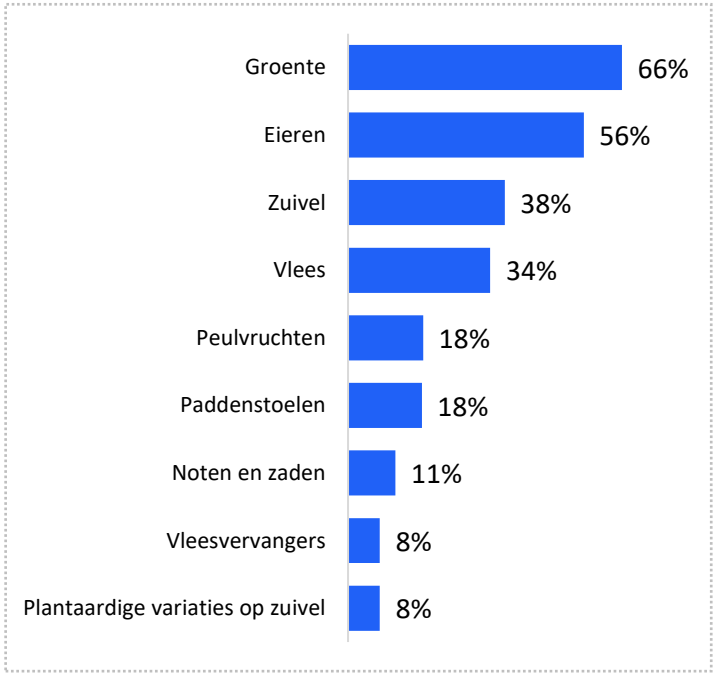
De meest voor de hand liggende producten met een lokale herkomst die men koopt, waar men de voorkeur voor heft én die men meer lokaal zou willen kopen zijn groente, eieren, zuivel en vlees. Noten, zaden en paddestoelen met een lokale herkomst worden nog niet vaak gekocht, maar hier zou men wel (meer) van willen kopen.

## KOPEN



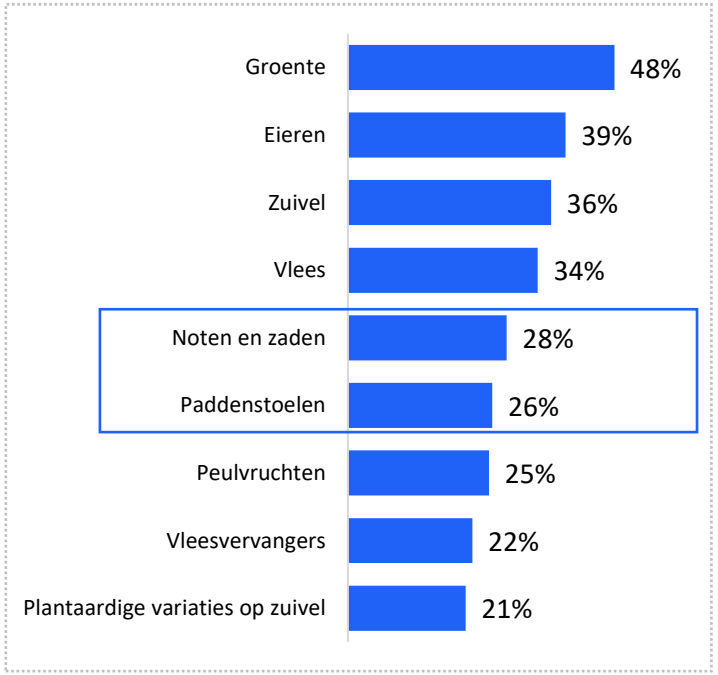

Vraag: Welke producten koopt u zelf wel eens met een lokale herkomst?

## VOORKEUR




Vraag: Bij welke producten heeft u een voorkeur voor een lokale herkomst?

## WENS

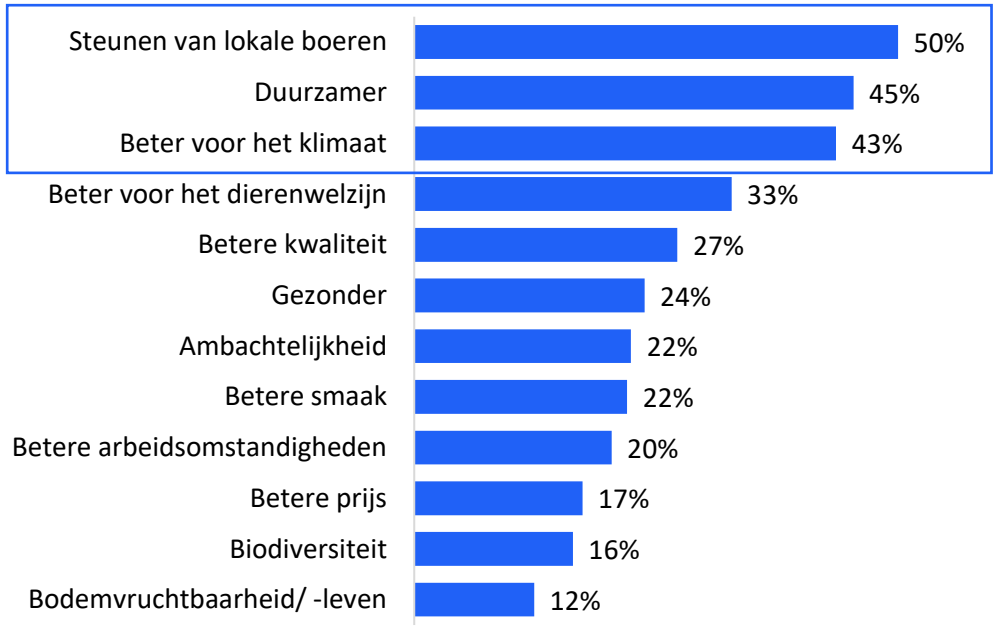



Vraag: Welke producten zou u wel (meer) lokaal willen kopen?

# PRODUCTEN VAN NL PLANTAARDIGE EIWITTEN - MEERWAARDE

De belangrijkste meerwaarden van producten gemaakt van Nederlandse eiwitten zijn het steunen van locale boeren, duurzaamheid en het is beter voor het klimaat. Over deze aspecten zou ook het meest verteld moeten worden.

## MEERWAARDE




Vraag: Wat is volgens u de meerwaarde van producten gemaakt van Nederlandse plantaardige eiwitten?

## COMMUNICATIE

Vraag: Over welke van de voordelen van producten gemaakt van Nederlandse plantaardige eiwitten zou volgens u het meest verteld moeten worden?

# AGENDA

Achtergrond

Houding, kennis & gedrag plantaardige voiding

Voedingspatronen en de rol van lokale voeding

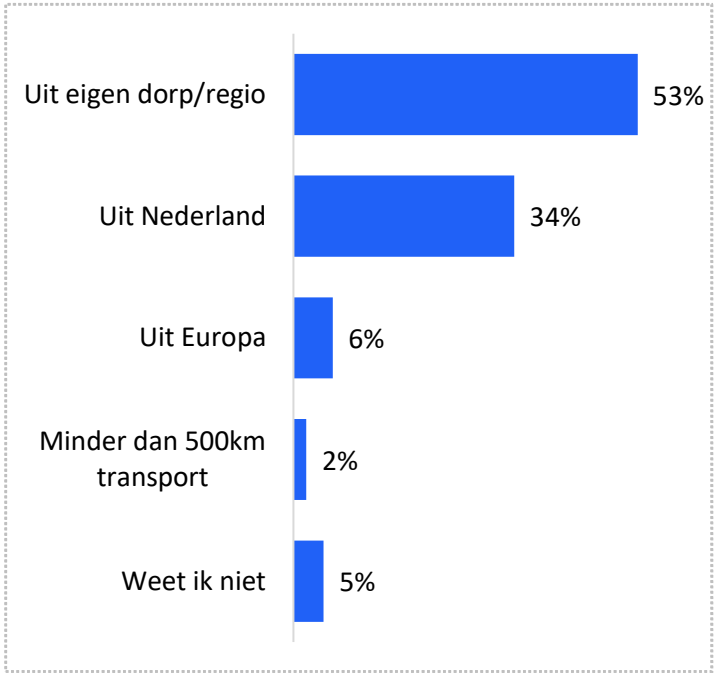
> Betekenis en herkenning van lokaal

Conclusies en aanbeveling

# WANNEER IS EEN VOEDINGSMIDDEL LOKAAL

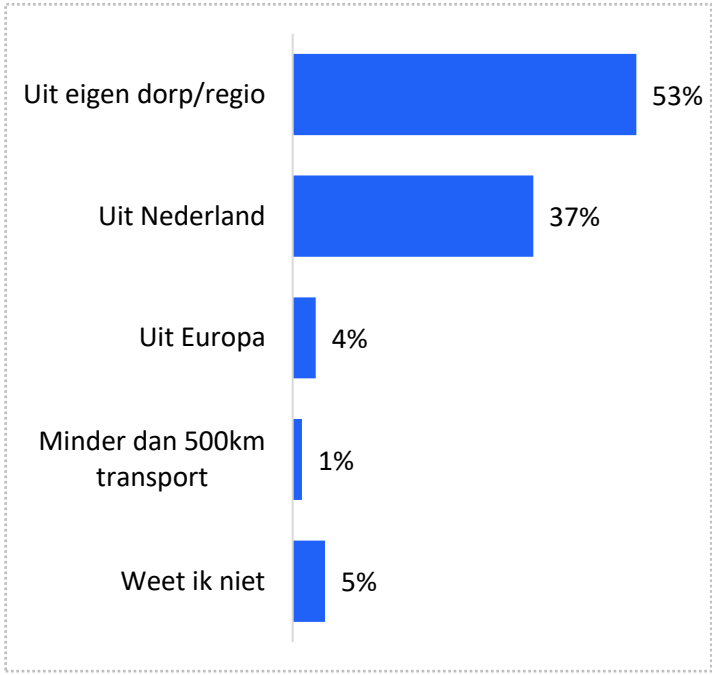
Men beschouwt een voedingsmiddel lokaal wanneer het uit eigen dorp of regio komt en daar ook geproduceerd is. Voor de ingrediënten van het product is men over het algemeen iets minder strikt, deze kunnen uit heel Nederland komen.

## WANNEER



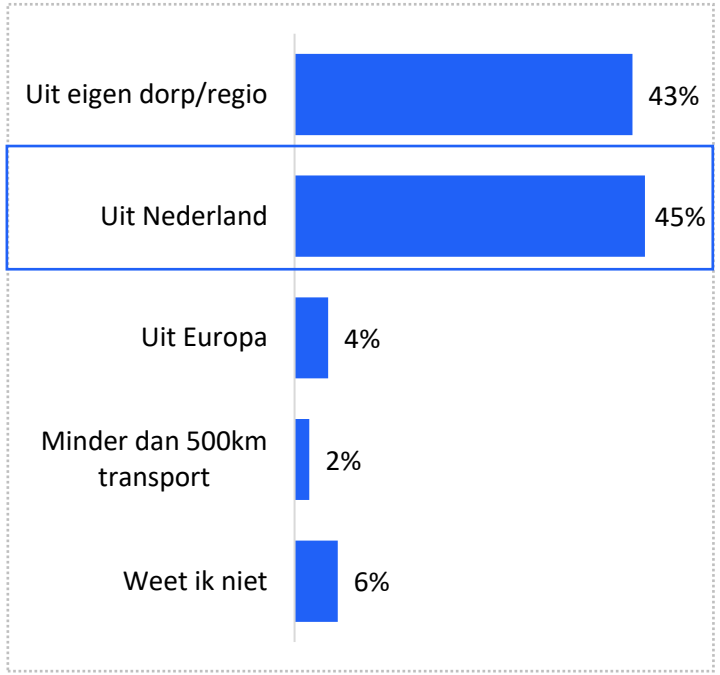

Vraag: Wanneer is een voedingsmiddel voor u lokaal?

## GEPRODUCEERD IN




Vraag: Wat betekent lokale voeding volgens u?
Merk/ product geproduceerd in:

## INGREDIËNTEN UIT

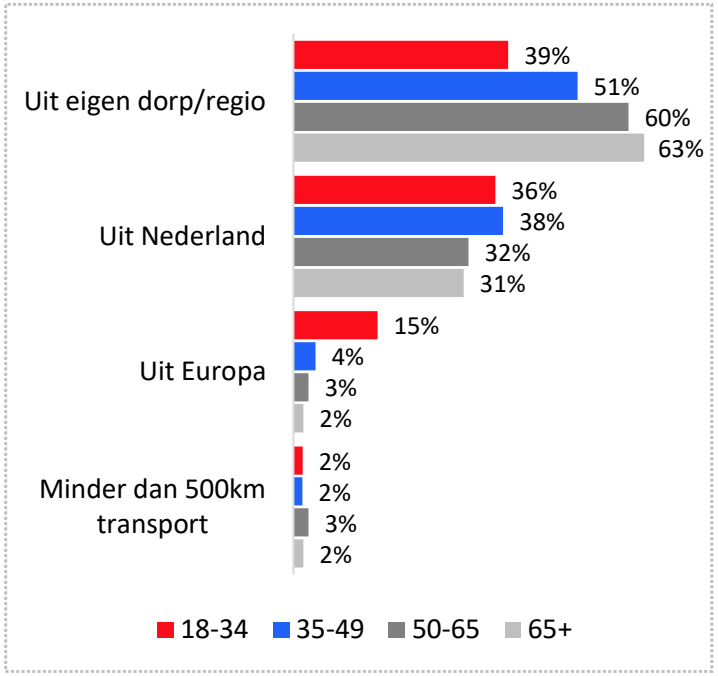



Vraag: Wat betekent lokale voeding volgens u?
Merk/ product met ingrediënten uit:

# WANNEER IS EEN VOEDINGSMIDDEL LOKAAL
## – PER LEEFTIJDSCATEGORIE

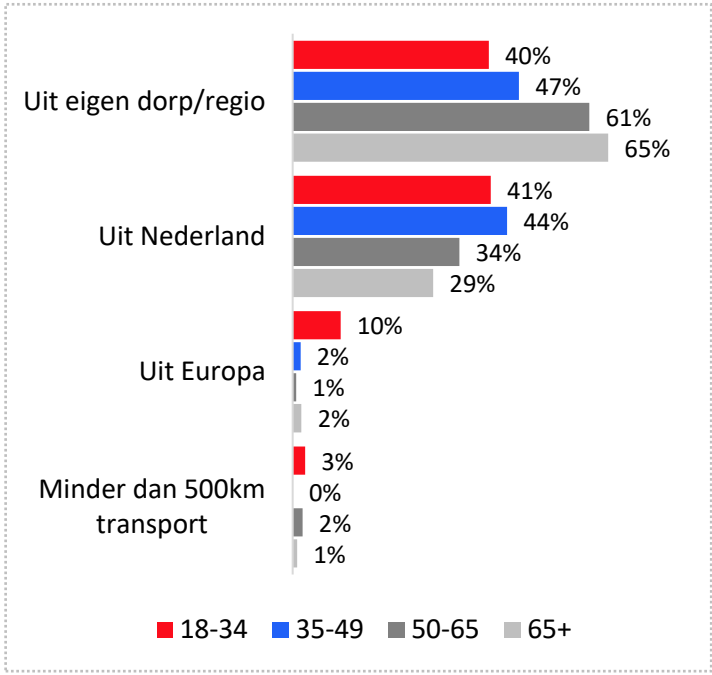
Jongeren beschouwen Nederland en ook Europa vaker lokaal dan de ouderen.

### WANNEER



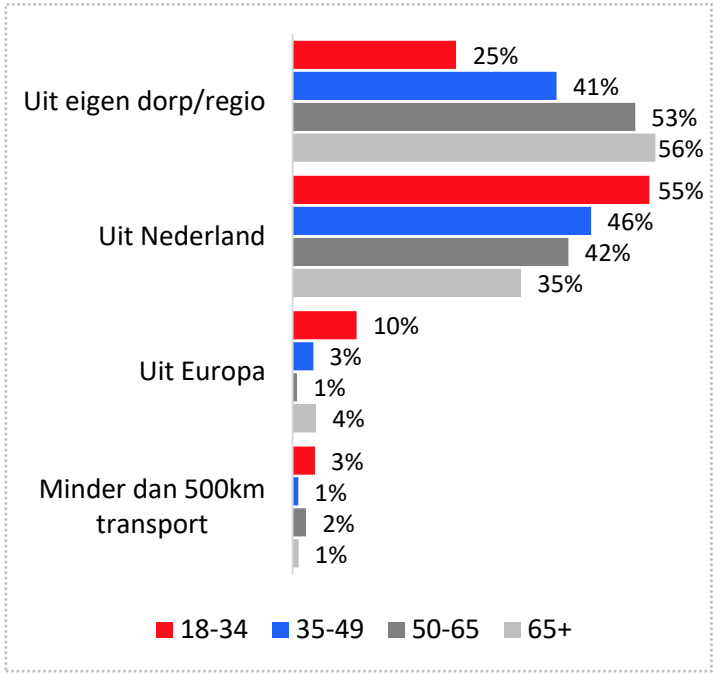

Vraag: Wanneer is een voedingsmiddel voor u lokaal?

### GEPRODUCEERD IN




Vraag: Wat betekent lokale voeding volgens u?
Merk/ product geproduceerd in:

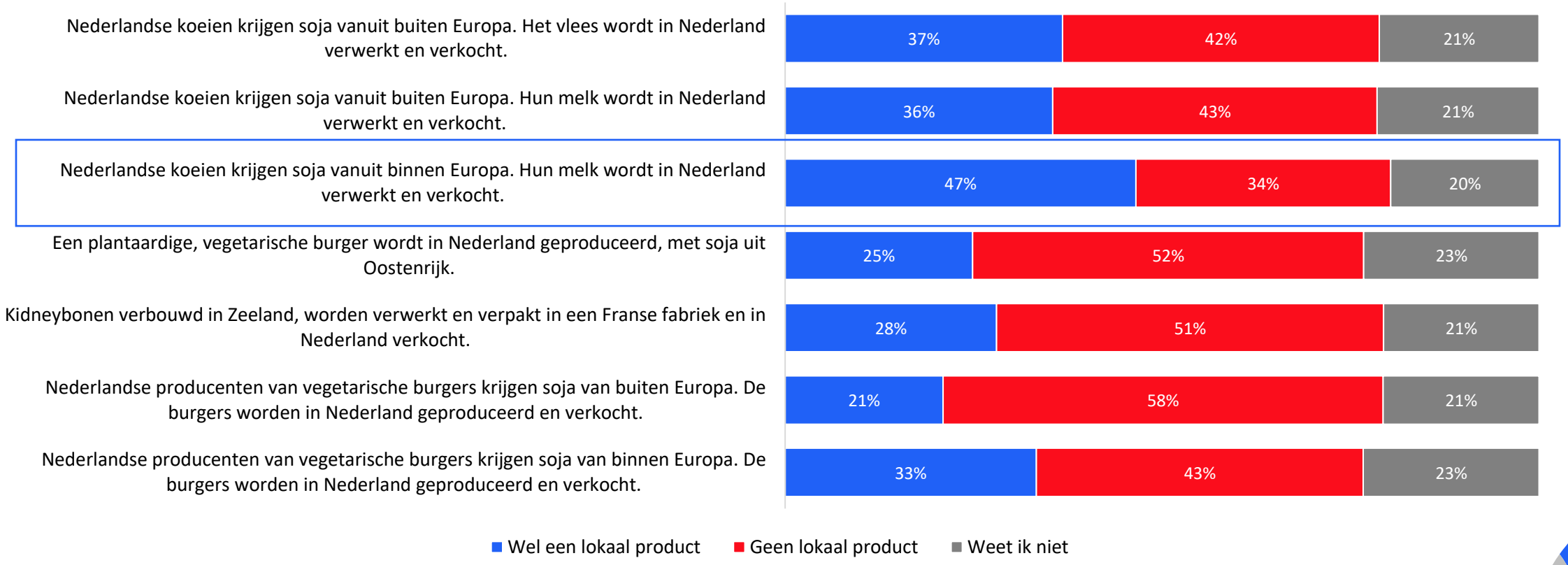
### INGREDIËNTEN UIT




Vraag: Wat betekent lokale voeding volgens u?
Merk/ product met ingrediënten uit:

# WANNEER IS EEN VOEDINGSMIDDEL LOKAAL – SITUATIES

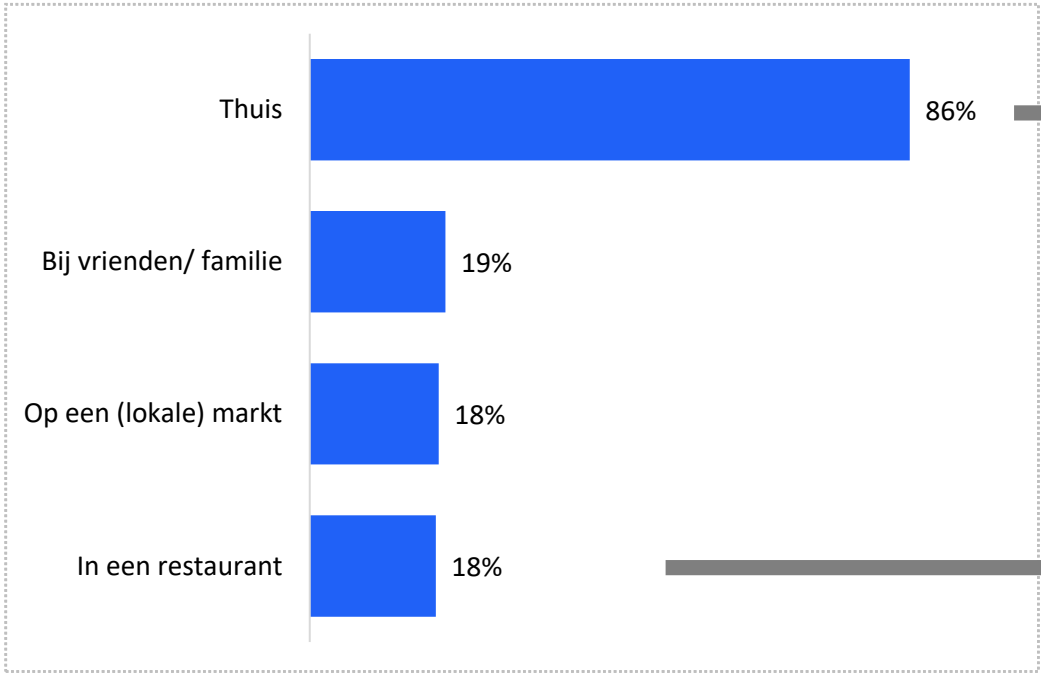
Van alle geschetste situaties – op één na - vindt de grootste groep dat het product niet als lokaal beschouwd kan worden. Nederlandse koeien lijken meer als lokaal te worden beschouwd dan producten als vegetarische burgers of kidneybonen.



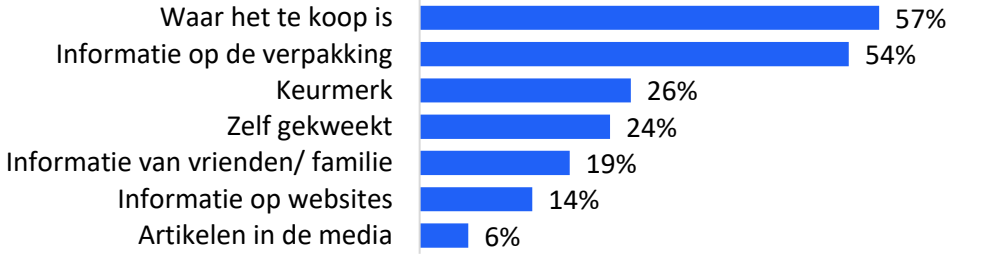
# HOE WEET MEN OF IETS LOKAAL IS?

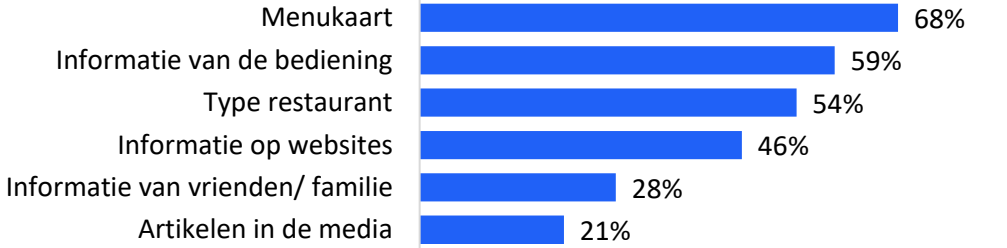
Consumenten weten van producten die men thuis consumeert dat deze lokaal zijn door waar het product te koop is en door informatie op de verpakking. In restaurants gaat men uit van informatie op de menukaart.

## WAAR GECONSUMEERT



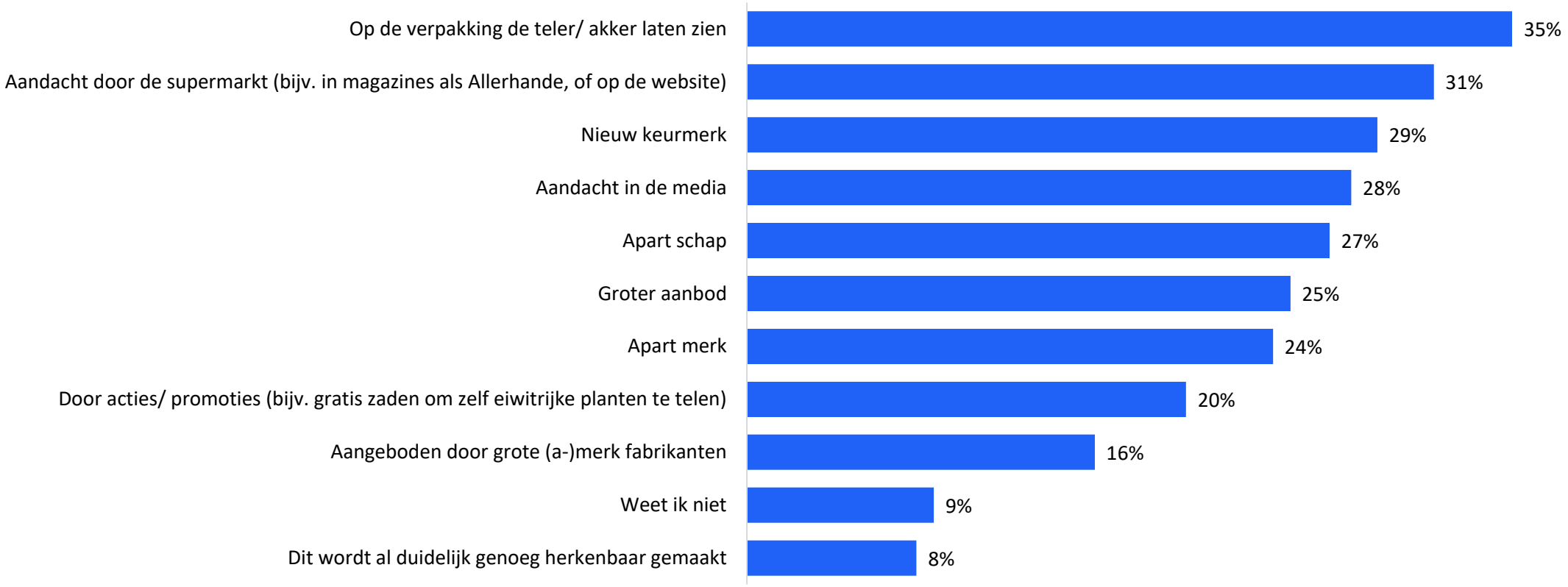

## HOE WEET MEN OF IETS LOKAAL IS



# PRODUCTEN VAN NL PLANTAARDIGE EIWITTEN - HERKENBAARHEID

Over het algemeen zijn mensen niet heel erg uitgesproken over hoe producten gemaakt van Nederlandse eiwitten herkenbaar gemaakt kunnen worden. Men heeft er een lichte voorkeur voor als dit duidelijk wordt gemaakt op de verpakking, door de teler of de akker te laten zien.

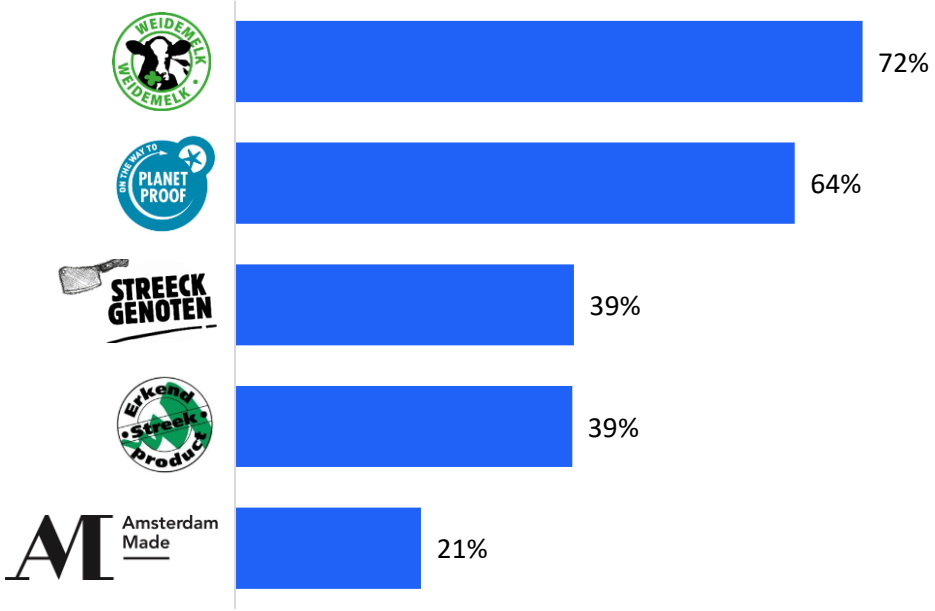



Vraag: Hoe kunnen producten gemaakt van Nederlandse eiwitten herkenbaar(der) worden gemaakt volgens u?

# KEURMERKEN

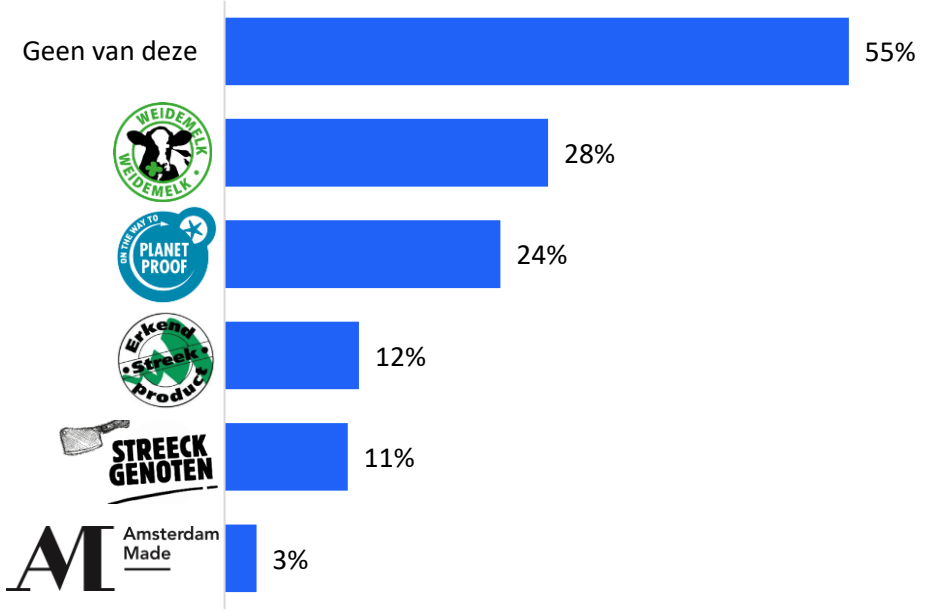
Voor een derde van de consumenten is het belang van keurmerken toegenomen in het afgelopen jaar. Weidemelk en On the way to planet proof zijn de meest bekende keurmerken waar logischerwijs ook het meeste op gelet wordt bij het doen van boodschappen.

## BEKENDHEID




Vraag: In welke mate bent u bekend met de volgende keurmerken?

## KEURMERKEN WAAR MEN OP LET




Vraag: Op welke van de onderstaande keurmerken let u bij het doen van boodschappen?

# KEURMERKEN – GESLACHT EN LEEFTIJD

De groep jongeren is beter bekend met de verschillende keurmerken, maar let hier verder niet vaker op tijdens het doen van boodschappen.

## BEKENDHEID

| | GESLACHT | | LEEFTIJD | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Man | Vrouw | 18-34 | 35-49 | 50-65 | 65+ |
| Weidemelk | 69% | 75% | 69% | 71% | 79% | 67% |
| Planet Proof | 63% | 66% | 73% | 61% | 67% | 55% |
| Erkend Streekproduct | 43% | 36% | 49% | 38% | 38% | 31% |
| Streeck Genoten | 45% | 34% | 51% | 34% | 34% | 38% |
| Amsterdam Made | 26% | 18% | 40% | 25% | 12% | 9% |

Significant hoger/ lager dan het totale gemiddelde (95% betrouwbaarheidsinterval).

Vraag: In welke mate bent u bekend met de volgende keurmerken?

## KEURMERKEN WAAR MEN OP LET

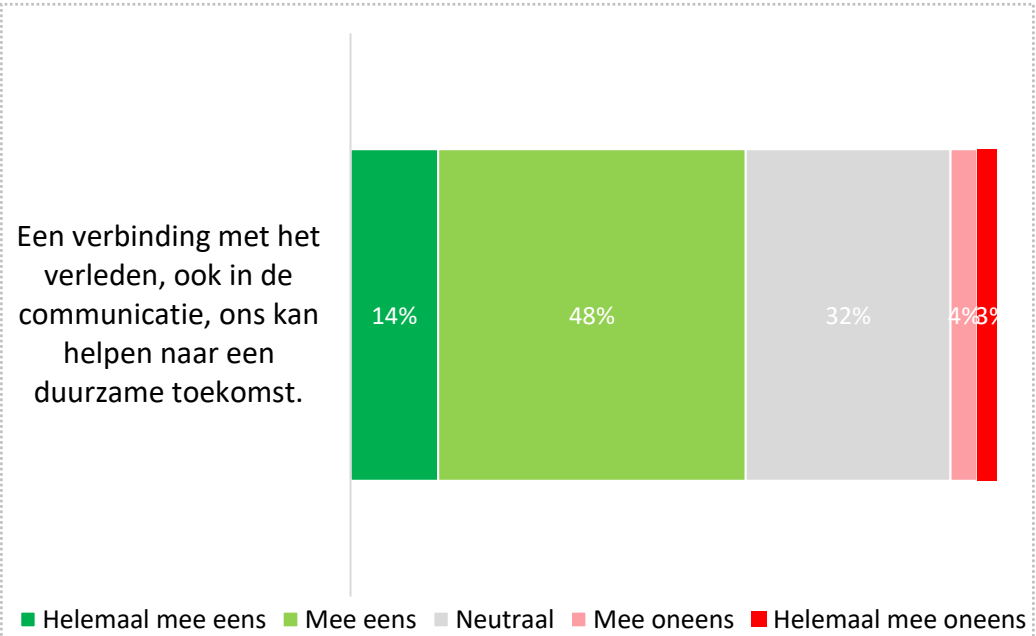
| | GESLACHT | | LEEFTIJD | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Man | Vrouw | 18-34 | 35-49 | 50-65 | 65+ |
| Weidemelk | 31% | 26% | 28% | 27% | 30% | 28% |
| Planet Proof | 26% | 23% | 32% | 21% | 23% | 21% |
| Erkend Streekproduct | 15% | 9% | 16% | 9% | 10% | 13% |
| Streeck Genoten | 14% | 8% | 13% | 12% | 11% | 8% |
| Amsterdam Made | 5% | 1% | 5% | 5% | 1% | 0% |
| **Geen van deze** | 37% | 40% | 33% | 39% | 44% | 38% |

Vraag: Op welke van de onderstaande keurmerken let u bij het doen van boodschappen?

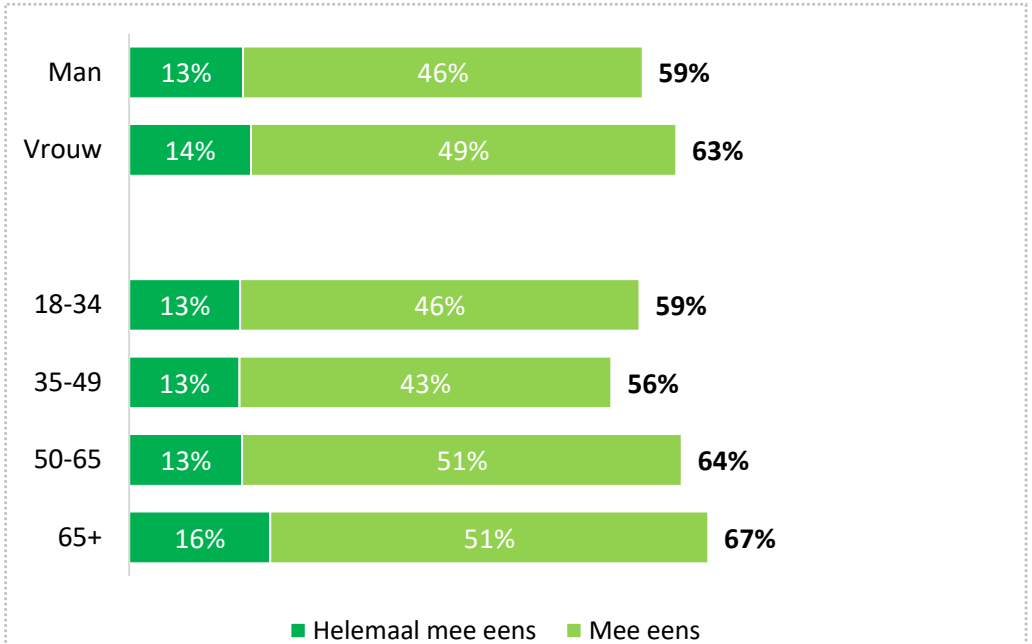
# VERWIJZING NAAR HET VERLEDEN

Bijna twee derde van respondenten vindt dat een verbinding met het verleden kan helpen naar een duurzame toekomst. Slechts een (zeer) klein deel kan zich hier niet in vinden. Hoewel de verschillen tussen de verschillende leeftijdscategorieën niet significant is, lijkt de oudere groep het meest positief ten opzichte van de verwijzing naar het verleden te staan.

## VERWIJZING NAAR HET VERLEDEN



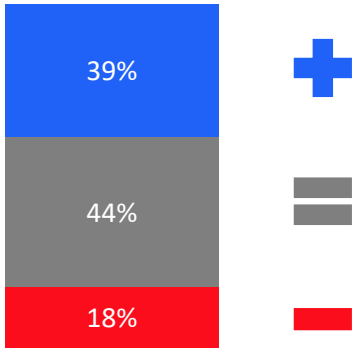

## DOELGROEPEN



# PRIJS

De grootste groep consumenten vindt dat in Nederland geteelde plantaardige eiwitten net zo duur zouden moeten zijn als niet-lokaal geteelde plantaardige eiwitten. Maar van een bewerkt product (zoals hier een braadworstje), vindt men weer wel dat dit duurder zou mogen zijn.

## PRIJS




- Ja, deze producten mogen (iets) duurder zijn
- Nee, deze producten horen dezelfde prijs als producten op basis van niet-lokaal geteelde plantaardige eiwitten te hebben
- Nee, deze producten horen goedkoper te zijn dan producten op basis van niet-lokaal geteelde plantaardige eiwitten

Vraag: Mogen producten op basis van in Nederland geteelde plantaardige eiwitten duurder zijn?

## WAT ZOU DUURDER MOGEN ZIJN?

| | |
|---|---|
| Braadworstje gemaakt van veldbonen uit Nederland | **45%** |
| Braadworstje gemaakt van soja uit Amerika | **25%** |
| Zelfde prijs | **30%** |

| | |
|---|---|
| Kidneybonen geteeld in Zeeland | **30%** |
| Kidneybonen geteeld in Zuid-Amerika | **28%** |
| Zelfde prijs | **41%** |

Vraag: Welk product zou duurder mogen zijn?

# AGENDA

Achtergrond

Houding, kennis & gedrag plantaardige voiding

Voedingspatronen en de rol van lokale voeding

Betekenis en herkenning van lokaal

> Conclusies en aanbeveling

# CONCLUSIES

**Voor bijna de helft van de consumenten hebben plantaardige variaties op vlees, vis of zuivel een positieve betekenis. Kant-en-klare vleesvervangers bepalen het beeld.**
Uit de verhalen blijkt dat consumenten bij plantaardige eiwitrijke producten als variatie op vlees, vis of zuivel veelal denken aan vleesvervangers. Zowel positieve als negatieve beeldvorming en eigen ervaringen met de smaak van vleesvervangers bepalen het beeld. Uit de daadwerkelijke consumptie blijkt echter dat noten, peulvruchten en paddenstoelen door meer Nederlanders worden geconsumeerd dan kant-en-klare vlees of zuivel vervangers. Circa de helft van de consumenten consumeert wel eens vleesvervangers, terwijl circa 70% wel eens peulvruchten of noten eet als variatie op vlees, vis of zuivel.

**De kennis over plantaardige eiwitten is beperkt, maar wel toegenomen op peulvruchten en zeewier.**
Na vis en vlees, vormen peulvruchten, noten en soja de top 5 van producten waarvan men verwacht dat deze rijk aan eiwitten zijn. De kennis over peulvruchten is significant gestegen, evenals van zeewier.

**Gedreven door duurzaamheid en minder dierlijk willen eten probeert men de omschakeling te maken naar meer plantaardig eten, ook al vindt men het soms moeilijk en zijn er ook twijfels.**
De meeste consumenten eten enkele keren per week (42%) of zelfs dagelijks (22%) plantaardige eiwitten. En meer dan de helft probeert ook bewust minder vlees te eten. Duurzaamheid en minder dierlijk eten zijn de belangrijkste drijfveren van deze veranderingen in het voedingspatroon. Bij het maken van een keuze voor plantaardige producten speelt bovendien de eigen gezondheid een belangrijke rol.
Uit de verhalen blijkt dat er een groep consumenten is die plantaardig eten heeft geïntegreerd in hun voedingspatroon en ook echt weten hoe ze dit moeten doen. Maar er zijn ook veel mensen die toch zo hun twijfels hebben (bijvoorbeeld door tegenstrijdige berichtgeving) of terughoudend zijn omdat ze er niet echt van overtuigd zijn dat plantaardige (vlees)variaties echt veel beter zijn voor mens en omgeving.

# CONCLUSIES

**Ook lokaal consumeren wordt belangrijker, onder invloed van COVID-19, het klimaatakkoord en toegenomen (media-)aandacht in het algemeen.**

Lokale voedingsmiddelen zijn voor 4 op de 10 Nederlanders in het afgelopen jaar belangrijker geworden. Dit komt vooral door het klimaatakkoord en de COVID-19 crisis. Maar ook verkrijgbaarheid en de aandacht in de media spelen hierbij een rol. Men is zeker geïnteresseerd in lokaal geproduceerde plantaardige eiwitten. De helft voelt zich daardoor zelfs extra gemotiveerd om plantaardige producten te kopen. Men wordt daarbij vooral gedreven door gezondheid, terwijl prijs de belangrijkste barrière voor aankoop vormt. Steunen van de lokale boeren en duurzaamheid/klimaat ziet men als belangrijkste meerwaarde en daarover zou dan ook vooral gecommuniceerd moeten worden.

**De verpakking en keurmerken zijn de meest belangrijke informatiebronnen over de lokale herkomst**

Voor iets minder dan de helft van de consumenten zijn keurmerken belangrijk bij het maken van hun keuze. En voor een derde is het belang van keurmerken bij het maken van een keuze toegenomen. Weidemelk en On the way to Planet Proof zijn de meest bekende keurmerken; met name onder jongeren. Voor het daadwerkelijk maken van een keuze zijn dit ook de meest gebruikte keurmerken, maar in gedrag zien we geen verschil tussen leeftijden.

**Uit eigen regio is het meest lokaal.**

Men beschouwt een voedingsmiddel lokaal wanneer het uit eigen dorp of regio komt en daar ook geproduceerd is. Voor de ingrediënten van het product is men over het algemeen iets minder strikt, deze kunnen uit heel Nederland komen. Jongeren hebben daarbij een iets ruimere blik dan ouderen (ook Europa zien zij als lokaal). De verbinding met vroeger wordt door alle leeftijdsgroepen waardevol gevonden, alhoewel het de oudere doelgroep iets meer lijkt aan te spreken.

# AANBEVELING

## Bewustwording van eigen plantaardig voedingspatroon door kennis

De interesse in een plantaardig voeding neemt toe, gedreven door gezondheid en duurzaamheid. Het aanbod van kant-en-klare vleesvervangers heeft daarin zowel een positieve als een negatieve kant; het maakt plantaardig eten als alternatief voor vlees makkelijk, maar het lijkt ook duur en niet altijd even lekker. Terwijl veel consumenten feitelijk al noten, peulvruchten en paddenstoelen consumeren zijn deze minder top of mind in deze context. Door consumenten meer kennis te bieden over plantaardige producten, raken zij meer bewust van de producten die al tot hun gewone voedingspatroon behoren. Op die manier kan ook de drempel worden verlaagd tot het verder verrijken van een plantaardig voedingspatroon, ook zonder dat daarbij per definitie kant-en-klare vleesvervangers nodig zijn.

## Kansen voor eiwitten van eigen bodem

Onder invloed van externe factoren zoals duurzaamheid en COVID-19 is de interesse in lokale voeding toegenomen. De informatie op de verpakking en/of een keurmerk helpen bij het maken van een duurzame, lokale keuze. Gezondheid, duurzaamheid en het steunen van lokale boeren vormen de belangrijkste meerwaarde en thema’s voor communicatie.

## Differentieer tussen jong en oud.

Onder de jongere doelgroep zijn meer consumenten vegetariër of veganist, ook zijn zij nog sterker gemotiveerd in het maken van duurzame keuzes èn ligt de bekendheid van de verschillende keurmerken hoger vergeleken met de andere leeftijdscategorieën. De link met het verleden biedt een interessant haakje voor een brede doelgroep (zowel jong als oud).

dvj insights
The marketing research and analytics agency for brand growth

# BEDANKT VOOR UW AANDACHT

dvj-insights.com

DVJ Insights is ISO20252, ISO26362, ISO 27001 certified and operates conform the ESOMAR standards. Copyright © 2020 DVJ Insights

**THE NETHERLANDS**
Herculesplein 52
3584 AA Utrecht
Nederland

+31 088-2345 700
info@dvj-insights.com

**UNITED KINGDOM**
LM9.G.2 The Leathermarket,
Weston Street, Bermondsey,
London SE1 3ER

+44 2039 407 410
info@dvj-insights.com

**GERMANY**
Gorch-Fock-Wall 1a
20354 Hamburg
Deutschland

+49 40 822 17 0041
info@dvj-insights.com

# AGENDA

- Achtergrond
- Houding & Kennis
- Motivaties
- Lokaal
- Communicatie