

Beweegredenen van Utrechters tot de keuze voor duurzaam voedsel



Jaap Eektimmerman

Studentnr. 5765471

1e lezer: I. Maas

2de lezer: T. van der Lippe

Masterthesis

Master actuele sociale vraagstukken

Beweegredenen van Utrechters tot de keuze voor duurzaam voedsel

Voorwoord

Voor u ligt de scriptie *Beweegredenen van Utrechters tot de keuze voor duurzaam voedsel*. Deze scriptie is opgesteld in het kader van mijn afstuderen van de masteropleiding *Actuele sociale vraagstukken* aan de Universiteit Utrecht. Zij is vervaardigd in de periode van februari 2016 tot met juni 2016.

Samen met mijn opdrachtgevers bij de Gemeente Utrecht, Jaap Toet en Anne Marie Gout, heb ik de onderzoeksvraag voor deze scriptie vastgesteld. Na de uitvoering van een kwantitatief onderzoek heb ik deze onderzoeksvraag kunnen beantwoorden. Tijdens dit onderzoek stonden mijn stagebegeleidster, Sara Geerken, en mijn begeleidster vanuit de opleiding, Ineke Maas, altijd voor mij klaar.

Ik wil dan ook Sara Geerken bedanken voor haar medewerking en behulpzaamheid en wil ik in het bijzonder een woord van dank richten aan Ineke Maas voor haar waardevolle begeleiding en ondersteuning tijdens dit scriptietraject.

Ook wil ik Dragan Sargic bedanken voor de fijne samenwerking tijdens de stageperiode. Ik heb vaak met hem op een effectieve manier kunnen sparren over mijn scriptie. Ten slotte wil ik alle respondenten die hebben meegewerkt bedanken. Zonder hun bijdragen zou ik dit onderzoek nooit hebben kunnen uitvoeren.

Veel leesplezier,

Jaap Eektimmerman

Utrecht, 27 juni 2016

Samenvatting

Het afgelopen jaar werd er steeds vaker duurzaam voedsel gekocht. De besteding van consumenten aan duurzaam voedsel is in 2014 met 18 procent toegenomen ten opzichte van 2013. Daarnaast voert de overheid een integraal voedselbeleid uit om duurzaam voedsel verder te stimuleren. Om dit nationale beleid op te volgen, moet de gemeente Utrecht haar beleid hierop aanpassen. Tegen die achterliggende gedachte is er in dit onderzoek gezocht naar de beweegredenen van bewoners van de gemeente Utrecht in relatie tot hun keuze om al dan geen duurzaam voedsel te eten. Aan de hand van deze verklaringen en beweegredenen zijn vervolgens beleidsadviezen opgesteld om de burgers van de gemeente Utrecht te stimuleren om vaker duurzaam voedsel te consumeren. Het onderzoek werd uitgevoerd middels een enquête in de wijken Oost, Overvecht en Ondiep. De enquêtes zijn afgenomen bij gespecialiseerde duurzame en reguliere supermarkten. In totaal hebben er 400 mensen aan de enquête deelgenomen. De uitkomsten zijn geanalyseerd door middel van een meervoudige regressie-analyse. Daaruit is gebleken dat het effect op het consumeren van duurzaam voedsel afhankelijk is van de wijk waarin men woont, de leeftijd, het opleidingsniveau, het nastreven van postmaterialistische waarden en de percepties dat duurzaam voedsel gezonder is én een betere smaak heeft. Zo blijkt dat in de achterstandswijken, de wijken Overvecht en Ondiep, minder vaak duurzame voeding wordt gegeten in vergelijking met de gezondere wijk Oost. Daarbij is gebleken dat hogeropgeleiden en mensen die postmaterialistische waarden nastreven vaker duurzaam voedsel kopen. Ook bleek dat de voorkeur voor duurzaam voedsel toeneemt naar gelang de leeftijd. Verder is uit het onderzoek gebleken dat deze voorkeur toeneemt wanneer men denkt dat duurzaam voedsel een betere smaak heeft en het gezonder is. Uit deze uitkomsten zijn er vier beleidsadviezen gedestilleerd. Het eerste beleidsadvies is het uitvoeren van een pilot in de achterstandswijken waar lokale boeren kraampjes kunnen huren om lokaal voedsel te verkopen. Met het tweede beleidsadvies zal de gemeente Utrecht samen met de mbo-scholen projecten moeten uitvoeren om lageropgeleiden te stimuleren tot het consumeren van duurzamer voedsel. Het derde beleidsadvies is een onderzoek naar andere verklaringen voor de relatief lage consumptie van duurzaam voedsel in achterstandswijken. Het laatste beleidsadvies richt zich op een campagne waarin duurzaam voedsel wordt gepromoot om zijn veronderstelde betere smaak, die de respondenten als reden aangaven voor hun beslissingen.

Inhoudsopgave

Pagina.

Hoofdstuk1 Inleiding.....	6
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader.....	9
2.1 Duurzaam en duurzame voeding.....	9
2.2 Sociaaleconomische status.....	10
2.2.1 <i>Inkomen</i>	10
2.2.2 <i>Opleiding</i>	11
2.2.3 <i>Wijkverschillen</i>	11
2.3 Waarden, houding en beschikbaarheid.....	12
2.3.1 <i>Waardeperceptie</i>	12
2.3.2 <i>Houding</i>	12
2.3.3 <i>Beschikbaarheid</i>	15
2.4 Conceptueel model	15
Hoofdstuk 3 Methode.....	17
3.1 Design en procedure.....	17
3.2 Operationalisering.....	18
3.3 Methode.....	24
Hoofdstuk 4 Resultaten.....	25
Hoofdstuk 5 Conclusie en discussie.....	30
Hoofdstuk 6 Beleidsadvies.....	32
6.1 Inleiding beleidsadvies.....	32
6.2 Doelbeleidsadvies.....	32
6.3 Beoordelingen maatregelen.....	34
Literatuurlijst.....	36
Bijlage 1.....	40

1. Inleiding

"Onze voedselproducenten kunnen zorgen voor een gezonde en duurzame maaltijd op ons bord, zowel in Nederland als internationaal." – Sharon Dijksma¹

Duurzaam voedsel is hip. De afgelopen jaren werd het verdergaand populairder om dier- en milieuvriendelijk geproduceerd voedsel te verkiezen boven het traditionele landbouwproduct. Zo wist Sharon Dijksma, staatssecretaris van Economische Zaken, in een rapport aan de Tweede Kamer d.d. woensdag 28 oktober 2015 al te constateren dat consumenten tussen 2009 en 2014 meer duurzaam voedsel zijn gaan kopen. Verder bleek uit het rapport dat de consumentenbesteding aan 'vriendelijk' voedsel in 2014 met 18% is toegenomen ten opzichte van het voorgaande jaar. Dijksma reageerde hier positief op: *'Dat duurzaam voedsel de toekomst heeft, blijkt wel uit de forse groeicijfers. Mensen zijn steeds meer bereid geld uit te geven aan een duurzaam en eerlijk product. Dat is goed nieuws voor het milieu en dierenwelzijn. Maar zeker ook voor alle voedselproducenten die willen verduurzamen'* (Rijksoverheid, 2016).

Bij de voedselkeuze van een consument kunnen diverse overwegingen een rol spelen. Zo werd in onderzoek van Steptoe, Pollard en Wardle (1995) aangetoond dat factoren als de smaak, de prijs en het gemak de drie belangrijkste motieven zijn voor de keuze van consumenten. De toegenomen consumentenbesteding aan duurzaam voedsel doet echter een bijkomende vraag rijzen: Wat zijn de verklaringen en motieven van consumenten om duurzaam voedsel te kopen, dat niet per se aan deze drie motieven voldoet?

Een eerste impuls ontstaat vanuit onze overheid. Zij zet het stimuleren van duurzaam voedsel steeds vaker en hoger op de agenda. Het kabinet probeert het voedselsysteem zo aan te passen om duurzamer en gezonder voedsel te kunnen garanderen voor de lange termijn (Rijksoverheid, 2016). De huidige voedselproductie en -consumptie is niet ecologisch houdbaar: het voedselsysteem dient daarom zijn voetafdruk in te perken. Tijdens de productie, het transport en de verwerking van het voedsel wordt nog altijd te veel milieubelastende energie gebruikt (Waart en Stolk, 2015). Om die reden houdt de overheid zich momenteel bezig met het opstellen van een integraal voedselbeleid, waarin onder andere de volksgezondheid, de voedselveiligheid en de ecologische houdbaarheid centraal staan (Rijksoverheid, 2015). Dit nieuwe integrale voedselsysteem moet de ecologische voetafdruk reduceren en zorgdragen voor eerlijke voorwaarden voor boeren (zoals prijsafspraken) en transparantie voor de consument. Ook wil de overheid dat consumenten een beter inzicht

¹ Rijksoverheid (2015) Kabinet wil veilig, gezond en duurzaam voedsel. Geraadpleegd op 19-04-2016 via: <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2015/10/30/kabinet-wil-veilig-gezond-en-duurzaam-voedsel>

krijgen in de werkelijke kosten van producten, inclusief de kosten en lasten voor natuur en milieu (Rijksoverheid, 2016).

Wackernagel en Rees (1996) definiëren de ecologische voetafdruk als een getal dat indexeert hoeveel grond- en wateroppervlakte een bepaalde bevolkingsgroep of regio gebruikt om zijn consumptieniveau te kunnen handhaven en de bijbehorende afvalproductie te kunnen verwerken. Om de ecologische voetafdruk te reduceren wordt binnen het integrale voedselbeleid gestreefd naar een beter milieu, bijvoorbeeld door het terugdringen van CO²-uitstoot en verminderd grondstofverbruik. Ook het tegengaan van voedselverspilling kan bijdragen aan een verlaagde voetafdruk. Voor de boeren en ondernemers wordt er gestreefd naar een eerlijke handel en een beter welzijn voor de dieren. Daarbij past ook het verminderen van de inzet van gewasbeschermingsmiddelen en het verantwoord gebruik van antibiotica in de veehouderij. Ten slotte zet de overheid zich in voor toename van alternatieve eiwitten, zoals kweekvlees, peulvruchten, wieren en insecten (Rijksoverheid, 2013).

Een andere opkomende stimulans zijn de duidelijke keurmerken, waarmee het de consumenten gemakkelijker wordt gemaakt om duurzame producten te herkennen. Ook wordt de informatie op de etiketten van voedselproducten helderder en objectiever (Rijksoverheid, 2016). Daarnaast probeert de overheid consumenten aan te zetten tot het maken van bewustere duurzame keuzes door betrouwbare en toegankelijke informatie te voorzien via het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum (2016) is een voorlichtingsinstantie die via de (herziene) Schijf van Vijf het voedselpatroon van de gemiddelde Nederlander tracht te verbeteren, en zo een duurzaamheidwinst te boeken. Zo zorgt een voedselpatroon met weinig tot geen vlees bijvoorbeeld voor een lagere milieubelasting.

Daar de overheid duurzaam voedsel probeert te stimuleren binnen haar integraal voedselbeleid, vereist dit ook een aanpassing van het beleid op gemeentelijk niveau. Een voorbeeld hiervan is de gemeente Utrecht. Uit de volksgezondheidsbeleidsnota 2015-2018 van de gemeente Utrecht blijkt dat zij zich profileert als gezondheidsbevorderende gemeente met een nadruk op gezond, duurzaam en lokaal voedsel. Om de consumptie ervan te stimuleren en faciliteren, worden er subsidies verschaft door de portefeuille van de afdeling Volksgezondheid. Zo werd er geld vrijgemaakt om braakliggende grond te bewerken en moestuinen te verwezenlijken.

De beleidsnota van de gemeente Utrecht pleit daarnaast voor gezond eten en bewegen als belangrijke basis voor een gezond leven. Binnen de mogelijkheden probeert de gemeente het duurzaam inkopen en consumeren te stimuleren en voedselverspilling te voorkomen. Dit wordt gedaan volgens de zogeheten voedselstrategie van 2012. In deze voedselstrategie wordt voor de gemeente Utrecht een regisserende rol weggelegd. Dit houdt in dat de gemeente nieuwe voedselinitiatieven verbindt met evenementen en/of bestaande allianties zoals Stedennetwerk stadslandbouw, om zo de productie en het gebruik van lokaal voedsel te versterken (Gemeente Utrecht, 2015).

Er zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd naar de beweegredenen om duurzaam voedsel te verkiezen. Uit onderzoek van Backus et al. (2013) blijkt dat de respondenten betrokkener

waren bij duurzame voeding wanneer zij meer kennis hadden van gezondheid en duurzaamheid en daardoor producten op deze twee pijlers beoordeelden. Uit onderzoek van Beckers et al. (2004) bleek dat de socio-economische kenmerken zoals het inkomen, het opleidingsniveau en de sociale klasse weinig invloed hadden op het al dan niet kiezen voor duurzame producten. Schwartz (2007) stelt dat duurzame producten prijziger zijn dan niet-duurzame producten en consumenten met een lagere koopkracht deze producten daarom zullen mijden. Zo heeft, volgens Schwartz, het inkomen wel degelijk een indirect effect op de keuze voor duurzame producten. Daarnaast geven Carabain, Gent en Boonstoppel (2012) aan dat hogeropgeleiden vaker de behoefte hebben om milieuvriendelijke producten te kopen dan lageropgeleiden. De uitkomsten van het reeds verrichte onderzoek naar een voorkeur voor duurzaam voedsel komen dus niet geheel overeen.

Naast onderzoek naar motieven zijn er verschillende onderzoeken gedaan naar houdingen tegenover duurzaam voedsel. Uit onderzoek van Hugnet et al. (2007) blijkt dat mensen biologische voeding kopen, omdat zij dan zeker denken te zijn dat de voeding vervaardigt is met een positieve bijdrage aan het milieu, het welzijn van dieren en de lokale economie in het achterhoofd. Hill en Lynchehaun (2002) stellen daarentegen dat mensen steeds vaker voor biologisch eten kiezen omdat het tot een modegril verworven is.

In dit onderzoek zal er worden gekeken naar zowel de sociaaleconomische kenmerken als de motieven van consumenten, waar er in de voorgaande onderzoeken alleen naar een van de onderliggende oorzaken is gezocht. Ook zal rekening gehouden worden met nieuwe ontwikkelingen op het gebied van duurzaam voedsel. Om de invloed van deze drie factoren te toetsen, betreft het onderzoek twee verschillende wijken in Utrecht. In sommige van deze wijken bezitten de bewoners gelijke sociaaleconomische kenmerken. Deze aspecten zijn onder de Utrechtse bevolking nog niet eerder onderzocht. Zodoende komt de volgende wetenschappelijke vraag naar voren: *“In hoeverre hebben achtergrondkenmerken, waarden, houdingen en beschikbaarheden invloed op de consumptie van duurzaam voedsel?”*

Wanneer uit dit onderzoek blijkt dat een of meerdere aspecten van invloed zijn op de aankoop van duurzaam voedsel, geeft dit mede inzicht in het aankoopgedrag van duurzame voeding. Daarbij kunnen de resultaten helpen bij de toekomstige beleidsvorming van de gemeente Utrecht om haar ingezetenen te overtuigen duurzamer te eten. Zo geven Tiemeij et al. (2009) aan dat toegankelijkheid tot informatie een belangrijke factor is in keuzes en gedragingen. Omdat de gemeente Utrecht streeft naar een gezondere én duurzamere stad moet in een nieuw beleid rekening worden gehouden met welke reden iemand duurzame voeding koopt. Zodoende komt de volgende beleid(s)/adviserende vraag naar voren: *Hoe kan de gemeente Utrecht haar inwoners stimuleren om duurzamere voedingsmiddelen te consumeren?*

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk zal het volgende beslaan: in paragraaf 2.1 worden de begrippen duurzaam en duurzame voeding toegelicht. In de paragrafen 2.2.1 tot en met 2.2.3 worden de sociaaleconomische statussen toegelicht en uitgelegd hoe die van invloed kunnen zijn op de consumptie van duurzaam voedsel. In paragraaf 2.2.4 zal enige theorie over de invloed van woonomstandigheden (wijken) nader uitgediept worden en zo leiden tot een hypothese die toetst in welke wijken men het duurzaamst eet. Tot slot worden in paragrafen 2.3.1 tot en met 2.3.3 verschillende theorieën over waarden, houdingen en de beschikbaarheden beschreven. Hieruit zullen enkele hypothesen omtrent de algehele consumptie van duurzaam voedsel volgen.

2.1 Duurzaam en duurzame voeding

Het begrip duurzaam behelst dat wat op lange termijn kan blijven bestaan, met het oog op het behouden van een evenwicht tussen mens, milieu en economie. Het is een complex containerbegrip dat een steeds belangrijkere invloed op onze maatschappij krijgt. Om duurzame ontwikkelingen te begrijpen, is het volgens Hopwood, Mellor en O`Brein (2005) belangrijk de relatie tussen mens en natuur te begrijpen. Hopwood, Mellor en O`Brein (2005) stellen dat men honderd jaar geleden heel anders tegen het milieu aankeek. Het belasten van het milieu werd op dat moment nog niet als zorg gezien: in de nadagen van de Industriële revolutie en de nieuwgevonden crises was de groei van de economie belangrijker. Alleen met economische groei kon immers de hoge armoede gedurende de eerste helft van de 19^e eeuw bestreden worden. Tegenwoordig ziet men in dat de ecologie en economie nauw met elkaar zijn verweven, dat milieuproblemen kunnen leiden tot een slechte gezondheid en dat ze een bedreiging vormen voor de volgende generaties.

Het milieubeslag is sinds 1950 in de westerse huishoudens sterk toegenomen. Gatersleben (2001) geeft aan dat mensen steeds meer zijn gaan consumeren en daardoor ook meer gebruik hebben gemaakt van grondstoffen. Verder geeft Gatersleben (2001) aan dat door de technologische en economische ontwikkelingen nieuwe producten zijn ontwikkeld die het gemak van de mensen dienen. Hierdoor is de kwaliteit van het leven in Nederland de afgelopen 50 jaar significant toegenomen. Samenlevingen blijven zich richten op economische vooruitgang, waardoor het steeds hogere consumptieniveau op lange termijn niet meer ecologisch houdbaar is. Om de milieuproblemen tegen te gaan wordt duurzaamheid als een oplossing gezien.

Duurzaamheid en voedsel zijn met elkaar verbonden op de wijze waarop de verwerking en productie van voedsel milieuproblemen kan veroorzaken. Bij de productie, het transport, de verwerking, de verpakking en de bereiding van voedsel wordt veel energie gebruikt. Deze energie leidt tot de uitstoot van CO², lachgas en andere broeikasgassen. Het energieverbruik is daarom gekoppeld aan de klimaatbelasting. Verder wordt bij de productie van voedsel chemisch-synthetisch gewasbeschermingsmiddel gebruikt. Dit gewasbeschermingsmiddel komt niet alleen op de landbouwgewassen terecht, maar ook in de bodem. Zo kunnen via de

bodem gewasbeschermingsmiddelen in het grond- en oppervlaktewater terechtkomen en zij zo hun giftige uitwerking onbedoeld op het bodem- en waterleven hebben (Waart en Stolk, 2015).

Stegeman, Franken en Gilbert-Peek (2013) geven aan dat duurzaam voedsel zo wordt geproduceerd dat het milieu zo weinig mogelijk belast wordt. Zo kunnen bij de voedselproductie duurzame keuzes worden gemaakt, bij onder andere de productie, bewerking en de verspreiding van voedsel. Voor de definitie van duurzaam voedsel wordt er aangehaakt bij de Monitor Duurzaam Voedsel 2012, gepubliceerd door het CBS. Duurzaam voedsel onderscheidt zich doordat het voedsel op een biologische, dier- en milieuvriendelijke manier wordt geproduceerd en/of seizoensgebonden is. Dit betekent dat er geen gebruik wordt gemaakt van kunstmest en chemische gewasbeschermingsmiddelen. Om de bestrijding van ziektes en plagen tegen te gaan wordt er gebruik gemaakt van niet-chemische methoden zoals natuurlijke vijanden.

Duurzame producten kunnen worden verkocht in supermarkten (voor thuisconsumptie), buitenhuishoudelijke markt (consumptie voor onderweg of voor een zitlocatie, zoals een restaurant) en/of speciale winkels (natuurvoedings- en reformwinkels, biologische slagerij). Consumenten hebben verschillende beweegredenen om duurzaam voedsel te kopen. Er zijn verschillen tussen duurzame producten en niet-duurzame producten. In de volgende paragrafen wordt er gekeken naar verschillende theorieën en worden daar hypothesen van afgeleid.

2.2 Sociaaleconomische status

Indicatoren van sociaaleconomische status zijn de hoogte van het inkomen, het opleidingsniveau en achtergrondkenmerken zoals geslacht. In de volgende paragrafen worden deze indicatoren uitgelegd en wordt er beschreven hoe die van invloed kunnen zijn op het consumeren van duurzaam voedsel.

2.2.1 Inkomen

Het consumptiegedrag wordt bepaald door de wijze waarop mensen met hun budget omgaan en door de aard van dit aankoopgedrag. Het aankopen van duurzaam voedsel kan worden verklaard door de neoklassieke consumptietheorie. Volgens Sergers (2003) gaat deze consumptietheorie ervan uit dat de consument zijn aankoopbeslissingen steunt op fundamentele logische principes: rationele keuzes. De consument kan gezien worden als een volledig rationeel persoon, die zijn inkomen verdeelt over de verschillende bestedingsmogelijkheden (Wierenga en Raaij, 1988). Zo wil de rationele consument een zo hoog mogelijke voldoening of nut bereiken met het gegeven inkomen dat de consument heeft. De consument koopt goederen die hij of zij kan veroorloven. Zo zal de consument vanuit zijn inkomen goederen nastreven die zijn persoonlijke voorkeur hebben (Sergers, 2003).

De Amerikaanse econoom Milton Friedman heeft de permante inkomenshypothese ontwikkeld. In deze permanente inkomenshypothese stelt Friedman dat het consumptiegedrag

wordt bepaald door het lange termijninkomen. Dit lange termijninkomen is het gemiddelde inkomen dat het huishouden over een lange periode verwacht te verdienen. Friedman (1957) constateert dat de consumentkeuzes over het consumptiepatroon grotendeels bepaald worden door verandering in het permante inkomen. Verder geeft Friedman (1957) aan dat een tijdelijk inkomen relatief weinig invloed heeft op het koopgedrag van de consument. Daarnaast zijn volgens Sergers (2003) duurzame producten duurder en drukkender op het budget. Vanuit deze invalshoek komt hypothese één. Hypothese één stelt dat mensen met een hoger inkomen sneller geneigd zullen zijn om duurzame producten te kopen en consumeren dan mensen met een lager inkomen.

2.2.2 Opleidingsniveau

Naast het inkomen kunnen er ook andere sociaaleconomische kenmerken van invloed zijn op het aankopen van duurzaam voedsel. Volgens Rosendaal en Poiesz (1987) hebben ook sociale klasse en het opleidingsniveau invloed op het al dan niet aankopen van duurzaam voedsel. Kotler en Keller (2006) stellen dat het opleidingsniveau de leefstijl deels verklaart. Daarbij maken hogeropgeleiden vaker gebruik van informatie om voedingsmiddelen te kopen (Nayga, 1996). Essentieel hierbij is de reeds verworven kennis en hoe deze kennis vaak leidt tot een kritischere houding (Dijkstra, Seydel en Gutteling, 2004). Tevens zijn hogeropgeleiden zich vaak bewuster van de milieuproblematiek, waardoor zij ook milieubewuster zijn (Gelissen, 2007). Omdat duurzaam voedsel beter is voor het milieu wordt in hypothese twee verwacht dat hogeropgeleiden eerder voor duurzaam voedsel kiezen dan lageropgeleiden.

2.2.3 Wijkverschillen

In Nederland bestaan in sommige wijken sterk overeenkomende sociaaleconomische kenmerken. Zo zijn er zogeheten ‘krachtwijken’. In deze krachtwijken is het aandeel huishoudens dat een uitkering geniet veel hoger dan in andere wijken. In totaal zijn er 40 verschillende krachtwijken, waarvan vier in Utrecht. Deze vier Utrechtse krachtwijken zijn Kanaleneiland, Ondiep, Overvecht en Zuilen Oost. Binnen deze vier wijken wordt het hoogste aandeel huishoudens gevonden dat gebruikmaakt van een bijstand (Utrecht, 2015). Verder zijn de woningen in deze achterstandswijken goedkoper, is de kwaliteit van de woningen slechter en is er een gebrek aan voorzieningen. Volgens Van de Ruijsbroek, Droomers, Kunst en Den Brink (2011) blijven kansarme bewoners in deze achterstandswijken wonen of verhuizen zij er juist (weer) naar, omdat deze woningen over het algemeen goedkoper zijn.

Bewoners van deze achterstandswijken hebben in vergelijking met andere stadswijken vaker een overeenkomstige, ongezondere levensstijl. Volgens Van de Ruijsbroek, Droomers, Kunst en den Brink (2011) zijn deze verschillen deels te verklaren door het relatief hoge aantal lageropgeleiden en mensen met een lager inkomen dat deze wijken bewoont. Omdat de bewoners van achterstandswijken een lager inkomen en een lagere opleiding bezitten, is de derde hypothese dat de bewoners die in een achterstandswijk wonen minder vaak duurzaam voedsel kopen dan bewoners uit andere stadswijken.

2.3 Waarden, houding en beschikbaarheid

Naast de verklarende factoren zijn er ook andere beweegredenen voor consumenten om al dan geen duurzaam voedsel te kopen en consumeren. Hierbij zijn er verscheidene factoren in het spel. In de volgende paragrafen worden verschillende theorieën over de waardeperceptie, de houding en de beschikbaarheden beschreven, om daaruit enkele hypotheses af te leiden.

2.3.1 Waardeperceptie

Ronald Inglehart heeft onderzoek gedaan naar waardeverschillen. Inglehart (1971) geeft in zijn sociologische theorie aan dat niet iedereen dezelfde waarden ontwikkelt. Zijn theorie stelt dat mensen ofwel materialistische- of postmaterialistische waarden hebben.

Inglehart (1971) geeft aan dat de materialistische waarden zich naar de voorgrond dringen wanneer men zich onveilig voelt of men in economische problemen verkeert. In dergelijke situaties is men geneigd terug te vallen op de basisbehoeften, om zo weer veiligheid te creëren. Wanneer deze behoeften zijn bevredigd, richt men zich meer op postmaterialistische waarden als zelfontplooiing, betere leefomstandigheden en richt men zich op een beter milieu.

Inglehart gaat hierbij uit van de behoeftenpiramide van Maslow. De behoeftenpiramide van Maslow is een hiërarchische ordening van de innerlijke behoeften die mensen bezitten, en die de drijfveer van hun motivatie vormen. Volgens Maslow (1943) kunnen deze innerlijke behoeften in vijf categorieën worden ingedeeld. De onderste drie lagen zijn materialistische waarden, te weten: de fysiologische behoeften, de behoefte aan veiligheid en zekerheid en de behoefte aan sociaal contact. Volgens Inglehart (1971) zijn de postmaterialistische waarden de twee bovenste lagen van de hiërarchische piramide. De postmaterialistische waarden zijn de idealen die men nastreeft wanneer direct gevaar geweken is: waardering en erkenning, zelfexpressie en zelfontplooiing. Verdere kenmerken van postmaterialisten zijn dat ze solidair en sociaalbewogen zijn. Zo geeft Inglehart (1997) aan dat postmaterialisten een schoon milieu en tolerantie belangrijke kenmerken vinden. Zoals eerder aangegeven is duurzaam voedsel beter voor het milieu. Vanuit dit gegeven komt hypothese vier naar voren. Hypothese vier stelt dat mensen die postmaterialistische waarden nastreven het milieu belangrijker vinden, en daardoor sneller geneigd zullen zijn om duurzaam te consumeren, dan mensen die materialistische waarden nastreven.

2.3.2 Houding

Consumenten kunnen verschillende houdingen koesteren ten opzichte van duurzaam voedsel. Volgens Wierenga en Raaij (1988) hebben producteigenschappen invloed op het keuze- en koopgedrag van de consument. Er zijn grote verschillen tussen consumenten in de wijze waarop ze producteigenschappen waarnemen. Vermeier en Verbeke (2006) geven aan dat consumenten een positievere houding ten opzichte van duurzaam voedsel bezitten wanneer zij meer aandacht vestigen op de ecologische verpakking, de oorsprong van het product en of het product geen bestrijdingsmiddelen bevat. Deze consumenten denken dan ook dat de kwaliteit, veiligheid, smaak en versheid beter zijn dan van de niet-duurzame producten (Vermeier en

Verbeke, 2006). De eigenschappen van kleur, geur en/of versheid betreffen de kwaliteit van een product. Al deze eigenschappen worden ook wel de subjectieve producteigenschappen genoemd. Dit zijn eigenschappen waarbij de consument een beeld en prestige aan een product hangt. Door deze symbolische waarden krijgen producten op deze manier een meerwaarde voor de individuele consument. Zo zijn de meeste waarnemingen ‘gekleurd’. Waarnemingen of percepties kunnen voor consument een belangrijke rol spelen in het keuze- en koopgedrag (Wierenga en Raaij, 1988).

Zo kunnen we hypothese vijf en zes opstellen. Hypothese vijf stelt dat consumenten sneller duurzame producten kopen wanneer zij denken dat de smaak van duurzame producten beter is dan die van de niet-duurzame producten. Hypothese zes stelt dat consumenten eerder duurzame producten verkiezen wanneer zij ervan overtuigd zijn dat deze producten verser zijn dan de niet-duurzame.

Uit de onderzoeken van Dam, Hoog en Ophem (1997), Vermeier en Verbeke (2006) en Yu, Gao en Zeng (2014) is gebleken dat consumenten zich steeds meer zorgen maken over de veiligheid van voedingsmiddelen. De keten van de voedingsmiddelenproductie is steeds langer en ingewikkelder geworden, waardoor de consument het overzicht op de kwaliteit van het product kwijt is geraakt. Dam, Hoog en Ophem (1997) geven aan dat het verminderen van deze risico's een van de redenen is dat de Nederlandse burger steeds sneller kiest voor milieuvriendelijk en lokaal geproduceerd voedsel. Verder bleek uit het onderzoek van Yu, Gao en Zeng (2014) dat consumenten tot 40 procent meer willen betalen voor duurzame producten, wanneer de veiligheid en kwaliteit wordt gegarandeerd. Hieruit vloeit hypothese zeven naar voren. Hypothese zeven stelt dat consumenten voor duurzame producten zullen gaan wanneer zij geloven dat duurzaam voedsel veiliger is dan niet duurzaam-voedsel.

Een andere factor in de keuze voor duurzaam voedsel is die van de opvoeding: ouders zullen hun kinderen een zo gezond mogelijk eetpatroon proberen aan te leren. De Sociaal-Economische Raad (2013) geeft aan dat bewustzijn omtrent de duurzaamheid vooral tot stand komt wanneer er tijdens de opvoeding aandacht aan besteed is. Binnen het gezin proberen ouders bepaalde normen en waarden aan hun kinderen mee te geven. De ouder beïnvloedt hiermee gedeeltelijk de attitudes, voorkeur en waarden van kinderen ten opzichte van voedsel, die de basis vormen voor het gehele verdere leven van het kind (Story, Neumark-Sztainer en French, 2002).

Uit onderzoek van Cunningham (2001) is gebleken dat de vrouw binnen het gezin de meeste verantwoordelijkheid voor de kinderen op zich neemt. Daarnaast is uit onderzoek van Loureiro, McCuskey en Mittelhammer (2002) gebleken dat vrouwen die nog kleine kinderen hebben, sneller duurzaam voedsel met een eco-keurmerk zullen kopen. Zo bleek dat deze vrouwen vooral de voedselveiligheid belangrijk vinden voor hun kinderen. Hypothese acht is om deze redenen dat vrouwen met kinderen sneller duurzaam voedsel zullen kopen en eten dan vrouwen zonder kinderen, omdat zij denken dat het gezonder is en zij ernaar streven dat hun kinderen hun eetgewoonten overnemen.

Verder speelt bij vrouwen ook het gezondheidsbewustzijn een grote rol bij het samenstellen van het eten voor het gezin (Fagerli & Wandel, 1999). Vrouwen zijn in vergelijking tot mannen bewuster van de conserveermiddelen én chemische producten die in het voedsel aanwezig zijn (Yiridoe et al, 2005). Hypothese negen is dan ook dat vrouwen vaker voor dieren milieuvriendelijke producten kiezen dan mannen.

Volgens Shephard, Magnusson en Sjöden (2005) is de gezondheid het vooraanstaande motief voor het kopen van biologisch eten. Zij stellen dat de media veel aandacht besteed aan de chemische bestrijdingsmiddelen die voor het niet-duurzaam voedsel gebruikt worden, waardoor de consumenten het niet-duurzame voedsel als schadelijker zien. Hypothese tien is langs deze weg dat consumenten duurzaam voedsel kiezen wanneer zij denken dat dit beter voor hun gezondheid is.

De kwaliteit van een product kan ook van invloed zijn op het keuzegedrag van consumenten. Zij kan op verschillende dimensies worden beoordeeld. Ophuis en Trijp (1995) stellen dat er onderscheid kan worden gemaakt tussen verschillende kwaliteitscriteria. Zij maken daarvoor gebruik van de classificatie van Olson and Jacoby (1972). In de kwaliteitscriteria maken zij onderscheid in twee verschillende criteria, te weten de kwaliteit cues en de kwaliteit attributes. De kwaliteit attributes worden waargenomen door consumptie. Wanneer het product wordt geconsumeerd, wordt er een bepaalde kwaliteitswaarde aan het product verbonden. Kwaliteit cues zijn de waargenomen productkarakteristieken. Voorbeelden zijn het uiterlijk, prijs, merk, kleur, vorm en grootte. Deze worden vastgelegd door zintuigen zonder het product te consumeren.

De kwaliteit cues kunnen verder worden ingedeeld in intrinsieke- en extrinsieke cues. Intrinsieke cues zijn fysieke kenmerken van het product. Dit betreft de structuur, kleur en grootte. Deze kenmerken zijn moeilijk te veranderen. Daarentegen kunnen de extrinsieke cues veranderd en gemanipuleerd worden. De meest bekende extrinsieke cue is de prijs. Zo stellen Ophuis en Trijp (1995) dat men sneller de kwaliteit van het product beoordeelt op de prijs wanneer een product dezelfde fysieke kenmerken (intrinsieke cue) bezit, maar de prijs verschilt (extrinsieke cue). Tellis en Gaeth (1990) geven aan dat consumenten veronderstellen dat de kwaliteit beter is wanneer een marktproduct een hogere prijs heeft. Zoals eerder aangegeven zijn volgens Vermeier en Verbeke (2006) duurzame producten prijziger dan niet-duurzame producten. Hypothese elf is zo, concluderend, dat consumenten sneller voor een duurzaam product zullen kiezen als zij denken dat de kwaliteit beter zal zijn.

De prijs van duurzaam voedsel kan echter ook als een barrière worden gezien. Volgens Spaargaren et al. (2002) is de consumptie een individuele behoeftebevrediging. De keuze van een consument kan worden bekeken als een rationale benadering. Een rationele benadering wordt volgens Tellis en Gaeth (1990) omschreven als een aantal beslissingen waaruit men de beste keuze maakt. Deze keuzen zijn gemaakt op basis van de beschikbaarheid, de laagste kosten en de hoogste waarde. De rationele consument streeft naar een zo hoog mogelijke waarde voor zo laag mogelijke kosten (Weber, 2006). Hypothese twaalf is dan ook dat consumenten eerder niet-duurzame producten kopen dan duurzame producten, wanneer zij denken dat de prijs van duurzame producten hoger ligt.

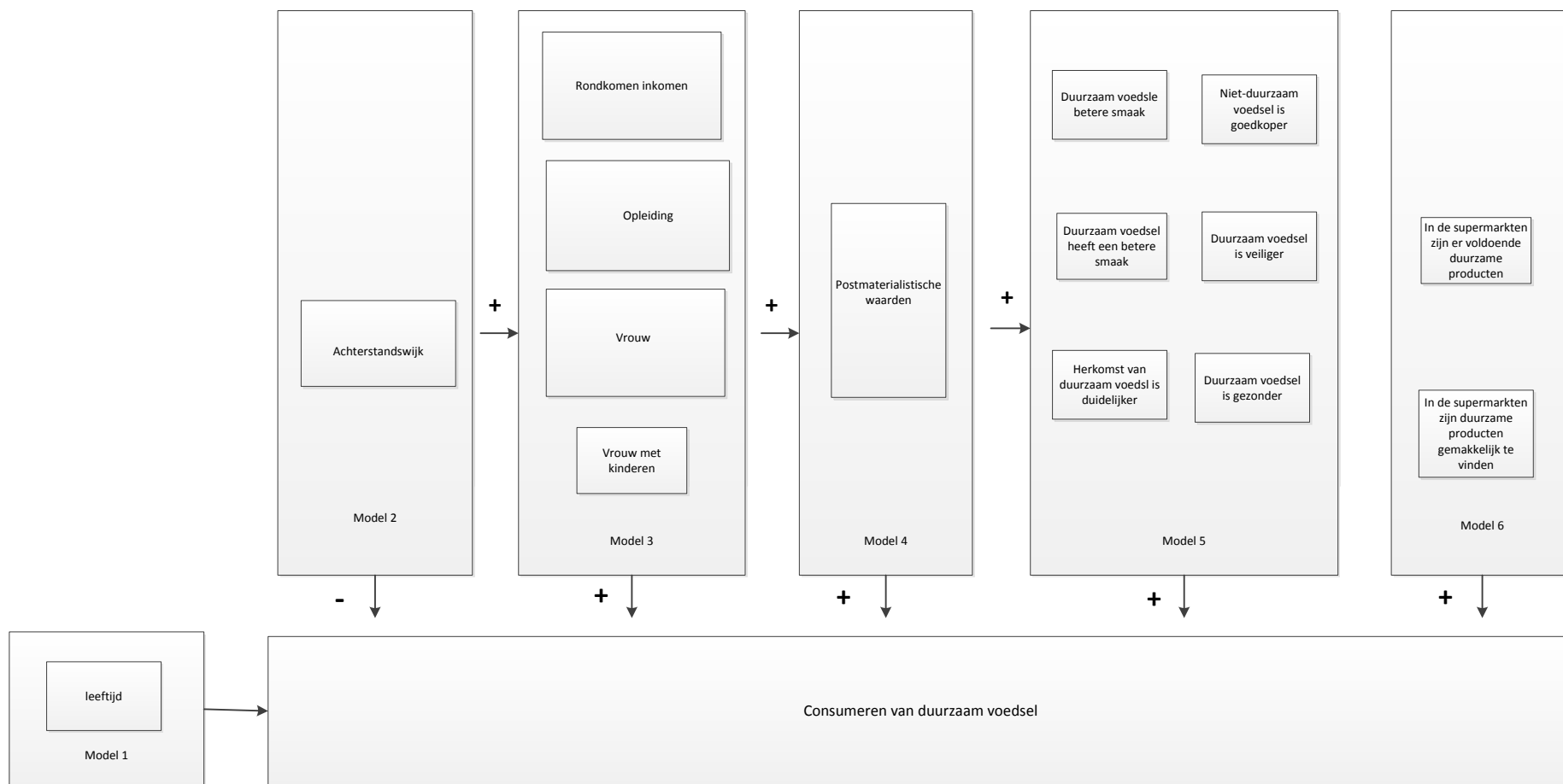
2.3.3 Beschikbaarheid

Uit de onderzoeken van Verbeke en Vermeir (2005) en Robinson en Smith (2002) is gebleken dat consumenten positief denken over duurzame voeding, maar de bereidheid om het zelf te kopen nog laag ligt. Dit komt doordat de waargenomen beschikbaarheid tekortschiet. Uit onderzoek van Zanolini en Naspetti (2002) is gebleken dat de beschikbaarheid van biologisch voedsel een belemmering voor consumenten vormt. De beschikbare informatie is van belang wanneer het gaat over de aankoopbeslissingen. Duidelijkheid en betrouwbare informatie zijn belangrijke factoren bij aankoopbeslissingen (Vermeir en Verbeke, 2006). Het probleem ontstaat wanneer mensen het product niet persoonlijk kunnen beoordelen. De toegang tot betrouwbare informatie is een belangrijke beslissingsfactor. Dit proces kan worden verklaard door de prospecttheorie. De prospecttheorie is bedacht door Kahneman en Tversky (1979). De theorie behelst dat consumenten de voorkeur geven aan het zekere. Kahneman en Tversky (1979) geven in hun theorie aan dat de mens rationele keuzes maakt en daardoor sneller geneigd is naar datgene wat voor hem of haar bekend is, waardoor zekerheden zwaarder wegen dan onzekerheden. Zo heeft de mens bepaalde informatie, zoals de productiewijze, nodig om keuzes te maken. Volgens Weber (2006) is voeding een relatief routinematige aankoopbeslissing. De Sociaal-Economische Raad (2003) stelt dat de consument wordt voorgeprogrammeerd om niet-duurzame keuzes te maken. De consument is in zijn of haar keuze beperkt door het aanbod van de supermarkten. Hypothese dertien luidt daarom, ten slotte, dat consumenten niet-duurzame producten boven duurzame verkiezen, omdat zij simpelweg in groten getale voorhanden zijn, waarbij de beschikbaarheid van duurzame producten achterblijft.

2.5 Conceptueel model

Het conceptueel model (figuur 1) gaat na hoe de onafhankelijke variabelen invloed zullen hebben op de afhankelijke variabele (het consumeren van duurzame voeding). Het model geeft tevens weer hoe de invloed van de onafhankelijke variabelen ingeschat moet worden. Zo wordt allereerst in model 1 de controlevariabele 'leeftijd' opgenomen. In model 2 wordt de variabele 'achterstandswijk' opgenomen, met de verwachting dat er in deze wijken er minder duurzaam voedsel wordt gegeten. Vervolgens worden in model 2 de achtergrondvariabelen opgenomen waarvan wordt verwacht dat deze deels het effect van de achterstandswijk weg verklaren en daarbij een positief effect hebben op het consumeren van duurzaam voedsel. In model drie worden de postmaterialistische waarden opgenomen. De verwachting is dat deze postmaterialistische waarden deels de effecten van de variabele 'achterstandswijk' teniet doen, maar ook de effecten van achtergrondvariabelen verklaren en daarbij een positief effect hebben op het consumeren van duurzaam voedsel. In model 5 zullen de houdingen tegenover en percepties op duurzaam voedsel worden opgenomen, waarbij voor alle percepties wordt verwacht dat men sneller duurzaam voedsel zal kopen wanneer zij positief zijn. Ook verwachten we dat deze variabelen de effecten van de voorafgaande modellen deels verklaren. In het laatste model worden de variabelen aangaande de beschikbaarheid en toegankelijkheid van duurzame producten in supermarkten toegevoegd. Ook voor deze variabelen wordt een positief effect verwacht.

Figuur 1. Conceptueel model



Hoofdstuk 3. Methode

In het tweede hoofdstuk zijn de hypothesen afgeleid uit bestaande theorieën. Op basis van deze hypothesen zijn er voorspellingen gedaan omtrent het consumptiegedrag en de keuze voor duurzame voeding onder de bewoners van de gemeente Utrecht. In dit hoofdstuk zal uiteengezet worden op welke manier de data zijn verzameld.

3.1 Design en procedure

Voor het verkrijgen van data is er gekozen voor de afname van enquêtes. Deze enquêtes zijn bij vier verschillende supermarkten in Utrecht afgelegd. De vier supermarkten zijn onderverdeeld in twee supermarkten waar alleen duurzaam voedsel kan worden gekocht, en twee reguliere supermarkten. De respondenten zijn bij alle vier supermarkten op eenzelfde wijze benaderd. De keuze is op deze supermarkten als onderzoeksgroep gevallen omdat de doelgroep van het onderzoek zo gemakkelijk kon worden benaderd. Daarbij wordt er verwacht dat de bij reguliere supermarkten benaderde respondenten weinig tot geen duurzaam voedsel kopen en eten. Om die reden zijn ook de gespecialiseerde duurzame supermarkten als doel van enquête bepaald. Zo zullen er voldoende respondenten zijn om de verklaringen en beweegredenen tot het eten van duurzaam voedsel in kaart te brengen. Voor een zo representatief mogelijk beeld en om zoveel mogelijk bruikbare respons te verkrijgen, zijn de enquêtes over verschillende dagen en tijdstippen afgenomen. Tijdens het verzamelen van de data werden eerst de respondenten uit de wijken Overvecht en Wijk Oost bij reguliere supermarkten geënquêteerd. Nadat er voldoende respondenten bij de reguliere supermarkten in de wijk Overvecht en Wijk Oost zijn geënquêteerd, werden de mensen benaderd bij speciale supermarkten waar alleen maar duurzame voeding kan worden gekocht. Aangezien de speciale supermarkt in Overvecht intussen werd gesloten, zijn er ook in de wijk Ondiep respondenten bij een speciale duurzame supermarkt te geënquêteerd. De achterliggende motivatie hierbij is dat de wijken Ondiep en Overvecht vrij dicht bij elkaar liggen én omdat wijk Ondiep ook, net zoals wijk Overvecht, onder de 40 krachtwijken (achterstandswijken) in Nederland valt.

Dit onderzoek zou minimaal 400 respondenten moeten beslaan. Voor de wijken is er gestreefd naar een minimum van 150 respondenten in een reguliere supermarkt, en 50 respondenten in een duurzame supermarkt. De feitelijke populatie betrof 403 respondenten, waarvan 3 respondenten de enquête niet volledig hadden ingevuld. Deze missende gegevens werden van de analyse uitgesloten. Verder waren er twee respondenten die als leeftijd 70+ hadden aangegeven en één respondent als 80+, om deze respondenten alsnog in de analyse mee te nemen, is ervoor gekozen om de 70+'ers naar de leeftijd 75 te verplaatsen en de 80+'er naar 85 jaar. Uiteindelijk zijn er 198 respondenten in Wijk Oost geënquêteerd en waren er voor de wijken Overvecht en Ondiep een totaal van 202 respondenten.

Om binnen dit onderzoek de hypothesen te testen zijn de bewoners van de wijken Oost, Overvecht en Ondiep bij binnenkomst van de supermarkt gevraagd in welke wijk zij wonen. Wanneer de respondent in de desbetreffende wijk woonde, werd de respondent gevraagd om deelname aan het onderzoek te verlenen. Indien de respondent heeft toegezegd, werd de enquête aan de respondent overhandigd. Vervolgens werd het onderwerp van het onderzoek kort uitgelegd en nadrukkelijk toegezegd dat de gegevens vertrouwelijk zouden worden behandeld. Deze uitleg heeft de respondent ook kunnen nalezen in de inleiding van de enquête.

De enquêtes zijn in de periode van mei 2016 afgenomen, verspreid over dertien verschillende dagen met een duur van ongeveer 80 uur. In totaal hebben er 241 mensen geweigerd om mee te werken aan het onderzoek. Voor wijk Oost gold dat er 61 mensen bij een reguliere supermarkt en 43 mensen bij een speciale supermarkt hebben geweigerd om mee te doen aan het onderzoek. In Overvecht hebben 98 mensen bij de reguliere supermarkt geweigerd om mee te doen aan het onderzoek. Bij de duurzame supermarkt in Ondiep waren dit 39 potentiële respondenten.

3.2 Operationalisering

In deze paragraaf zal verklaard worden hoe de gegevens zijn geoperationaliseerd. Tevens zijn deze gegevens aan het eind van de paragraaf weergegeven in tabel 1.

De opgestelde vragenlijst bestond uit 23 vragen. De afhankelijke variabele is getoetst aan de hand van twee verschillende vragen. De eerste vraag luidde als volgt: *Heeft u het afgelopen jaar wel eens duurzaam voedsel gekocht?* De antwoordmogelijkheden waren (1) ja en (2) nee. Wanneer de respondent (2) nee had omcirkeld, moest de respondent verder gaan naar vraag 3. Indien de eerste vraag met ja werd beantwoord, werd de respondent doorverwezen naar de tweede vraag: *Hoe vaak heeft u afgelopen jaar duurzaam voedsel geconsumeerd?* De antwoordmogelijkheden waren: (1) dagelijks, (2) wekelijks, (3) maandelijks, (4) een of meerdere keren per jaar of (5) nooit. De afhankelijke variabele werd gemeten naar het aantal dagen per jaar waarop een respondent duurzaam voedsel consumeerde. Hierdoor werd de variabele gespiegeld zodat 1 nooit werd en 5 dagelijks. Zodoende is de variabele als volgt gecodeerd: 1=0, 2= 4, 3= 12, 4=52, 5=365.

Om te meten of er verschillen zitten tussen een achterstandswijk en een gezondere wijk, zijn de wijken Overvecht en Ondiep gekozen als de achterstandswijken en Wijk Oost werd gezien als een gezondere wijk. Om de verschillen te meten werd de vraag gesteld: *In welke wijk woont u?* De antwoord mogelijkheden waren: (1) Overvecht/Ondiep (2) Wijk Oost. De variabele ‘achterstandswijk’ is gecodeerd als: Wijk Oost=0 en Overvecht/Ondiep=1.

Daarna werden de meningen van respondenten omtrent de onderwerpen waarden, motieven, belemmeringen en beschikbaarheden bevestigd. Deze meningen werden vergaard middels het toetsen van stellingen, waarbij de respondent (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal kon antwoorden. Om de stellingen te meten is ervoor gekozen om neutraal in het midden te plaatsen. Zo werden de variabelen als volgt gecodeerd: 2=eens, 1=neutraal en 0=oneens.

De eerste twee stellingen waren a) *Duurzaam voedsel heeft een betere smaak dan niet duurzaam voedsel* en b) *Duurzaam voedsel is verser dan niet-duurzaam voedsel*. Deze stellingen werden gesteld om te toetsen of consumenten sneller duurzaam voedsel kopen wanneer zij denken dat de smaak en versheid beter is dan niet-duurzaam voedsel. Voor beide stellingen gelden de antwoordmogelijkheden (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal.

Vervolgens werd de stelling: *Duurzaam voedsel is veiliger dan niet-duurzaam voedsel* gedeponeerd om te kijken of men sneller bereid zou zijn duurzaam voedsel te consumeren wanneer men denkt dat het veiliger is. De antwoordmogelijkheden op de stelling waren: (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal.

Om te meten of consumenten denken dat duurzaam voedsel gezonder is dan niet duurzaam voedsel is de volgende stelling geformuleerd: *Duurzaam voedsel is gezonder dan niet-duurzaam voedsel*. De antwoordmogelijkheden waren (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal.

Daarna werd er gemeten in welke mate consumenten veronderstellen dat duurzaam voedsel een betere kwaliteit heeft dan niet duurzaam voedsel. Om dit te toetsen is de stelling *Duurzaam voedsel heeft een betere kwaliteit dan niet-duurzaam voedsel* bevestigd. De antwoordmogelijkheden waren (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal.

De stelling *Duurzame producten zijn duurder dan niet-duurzame producten* werd geformuleerd om inzicht te verschaffen in de invloed van de prijs op de keuze voor duurzame voeding. De antwoordmogelijkheden waren (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal.

De tweedeling tussen postmaterialistische en materialistische waarden werd gemeten aan de hand van twee stellingen, te weten: *Ik voel me verantwoordelijk voor het milieu én Ik ben ertergen dat alles steeds maar duurder wordt*. Met de stelling *Ik voel me verantwoordelijk voor het milieu* werd de neiging tot het hooghouden van postmaterialistische waarden gemeten. De stelling *Ik ben ertergen dat alles steeds maar duurder wordt* duidt vervolgens het nastreven van materialistische waarden aan. Voor beide stellingen waren de antwoordmogelijkheden: (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal. Zoals weergegeven in tabel 1 hebben beide variabelen een zeer kleine negatieve samenhang met een significante correlatie van -0,102. Door deze kleine negatieve samenhang is ervoor gekozen om beide variabelen apart te meten.

Tabel 1: Bivariate correlaties van de variabelen

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1. Hoe vaak afgelopen jaar duurzaam voedsel gegeten	1																		
2. Achterstandswijk	-.346**	1																	
3. Leeftijd	.177**	-.148**	1																
4. Opleiding	.264**	-.343**	-.088	1															
5. Vrouw	.046	.044	.155*	-.089	1														
6. Rondkomen met inkomen	.235**	-.194**	.130**	.214**	-.001	1													
7. Vrouw*kinderen	.018	.012	-.005	-.011	.336**	.007	1												
8. Duurzaam voedsel betere smaak	.252**	-.054	.143**	.090	.112*	.169**	0.32	1											
9. Duurzaam voedsel is verser	.050	.019	-.125*	.067	.063	.062	-.005	.106**	1										
10. Duurzaam voedsel is veiliger	.209**	-.093	.058	.113*	-.017	.215**	-.014	.212**	.242**	1									
11. Duurzaam beter voor milieu	.124	-.072	.144*	.064	-.001	.149**	.016	.195**	.182**	.383**	1								
12. Duurzaam voedsel is gezonder	.244**	-.135*	.066	.080	.027	.235**	.014	.267**	.269**	.448**	.310**	1							
13. Duurzaam voedsel duidelijker herkomst	.073	.078	-.099*	.026	-.004	.012	.029	-.119*	.266**	.115*	.068	.048	1						
14. Duurzaam voedsel betere kwaliteit	.116*	-.078	-.079	.103*	-.005	.086	-.054	.183**	.293**	.188**	.119*	.303**	.179**	1					
15. Duurzaam voedsel is duurder	-.003	.019	.026	.010	.060	-.044	.017	.074	-.003	.138**	.106*	.141**	.025	.001	1				
16. Supermarkt duurzaam voedsel aanwezig	.052	-.036	.042	.029	-.009	.094	.039	-.023	.038	.162**	.089	.051	.028	-.005	.074	1			
17. Supermarkten gemakkelijk vinden	.076	-.087	.075	.092	.074	.145**	.050	.066	.020	.087	.063	.094	-.022	.023	.008	.458**	1		
18. Voel verantwoordelijk milieu	.198**	-.083	.162**	.121*	-.006	.117*	.014	.153**	-.053	.116*	-.213**	.095	.059	-.045	.024	.010	.090	1	
19. Tegen alles duurder	-.195**	.067	-.024	-.270**	-.023	-.191**	-.027	-.158**	.035	-.079	-.097	-.052	.015	.023	-.017	-.049	-.111*	-.102*	1

*p<0.05, **p<0.01

Verder werden de respondenten gevraagd om hun licht op de beschikbaarheid en toegankelijkheid van duurzame voeding te doen schijnen. Dit deden zij met de stellingen *In de supermarkten zijn er voldoende duurzame producten* én *Duurzame producten zijn gemakkelijk in de supermarkten te vinden*. Beide stellingen konden worden beantwoord met (1) eens, (2) oneens of (3) neutraal. Zoals in tabel 1 is weergegeven hebben de variabelen een positieve samenhang met een zeer significante correlatie van 0,458. Omdat de correlatie zich echter onder de 0,7 bevindt, worden beide variabelen apart gemeten.

In tabel 1 zijn de correlaties van variabelen weergegeven. In de uiterst linkerrij zijn de correlaties van onafhankelijk variabelen met de afhankelijke variabele te vinden. De variabele ‘achterstandswijk’ heeft met een significant effect de hoogste correlatie met -0,346. De laagste significante correlatie met de afhankelijke variabele is de variabele ‘duurzaam voedsel heeft een betere kwaliteit’. De samenhang tussen deze twee variabelen heeft een correlatie van 0,0116.

Na het afnemen van de stellingen zijn de demografische gegevens van de respondenten verzameld: het geslacht, de leeftijd, de gezinssamenstelling, het opleidingsniveau en het inkomen. De drie demografische gegevens gezinssamenstelling, opleidingsniveau en inkomen werden als laatste bijgesloten, omdat deze vragen als gevoelig beschouwd kunnen worden, en de respondent de enquête wellicht niet meer zou willen afmaken wanneer zij in een vroeger stadium gesteld zouden zijn. Zie bijlage 1 voor de vragenlijst.

De antwoordmogelijkheden voor geslacht waren (1) man en (2) vrouw. De variabele is gecodeerd naar 0= man 1= vrouw. Daarbij werd er ook gemeten of vrouwen met kinderen sneller duurzaam voedsel kochten en consumeren in vergelijking met vrouwen zonder kinderen, om deze reden is er een interactievariabele gemaakt. Allereerst werd de vraag naar thuiswonende kinderen gecodeerd met 1 =ja en 0=nee en vervolgens werd de vraag geïnteracteed met het geslacht (0=man en 1=vrouw).

De invloed van het opleidingsniveau op het kopen en consumeren van duurzaam voedsel is gemeten middels de vraag: *Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?* Er waren zeven antwoordmogelijkheden: (1) Basisonderwijs, (2) vmbo, (3) mavo, (4) mbo, (5) havo/vwo, (6) hbo of (7) wo.

Omdat er werd verwacht dat veel mensen hun inkomen niet wilden benoemen, is er een alternatieve vraag gesteld om alsnog het inkomen te toetsen. De vraag luidde als volgt: *Hebt u de afgelopen 12 maanden moeite gehad om van het inkomen van uw huishouden rond te komen?* De antwoordmogelijkheden waren: (1) nee, geen enkele moeite, (2) nee, geen moeite, maar ik moet wel letten op mijn uitgaven, (3) ja, enige moeite, (4) ja, grote moeite. Omdat er getoetst werd of respondenten met een hoger inkomen vaker duurzaam voedsel eten in vergelijking met mensen met een lager inkomen werd de variabele gespiegeld. Hierdoor werd 1= ja, grote moeite en 4= nee, geen enkele moeite. Deze variabele is vervolgens gecodeerd naar 1=0, 2=1, 3=2, 4=3.

De variabele ‘leeftijd’ was een open vraag, waardoor het een continue variabele is. Zoals in tabel 2 is weergegeven, wordt de variabele leeftijd tijdens de analyse het als controlevariabele gebruikt. De verdere beschrijvende gegevens zijn terug te vinden in tabel 2.

Tabel 2: Beschrijvende tabel (N= 400)

	Min	Max	Mean	S.D.
<i>Afhankelijke variabele</i>				
Hoe vaak afgelopen jaar duurzaam voedsel gegeten	0	365	162.05	166.01
<i>Onafhankelijke variabelen</i>				
<i>Achtergrond variabelen</i>				
Achterstandswijk	0	1	0.51	.
Vrouw	0	1	0.55	.
Kinderen jonger dan 18 jaar in huishouden	0	1	0.22	.
Opleiding	1	7	5.47	1.63
Rondkomen met inkomen	0	3	2.19	0.85
<i>Waarden, houding en beschikbaarheid</i>				
Verantwoordelijk voor het milieu (postmaterialisme)	0	2	1.73	0.60
Tegen alles steeds maar duurder (materialisme)	0	2	1.23	0.83
Ervaren van veiligheid	0	2	1.53	0.73
Ervaren van kwaliteit	0	2	1.47	0.77
Ervaren van duidelijker herkomst	0	2	1.37	0.82
Ervaren van duurdere prijs	0	2	1.83	0.48
Ervaren dat het beter is voor de gezondheid	0	2	1.60	0.68
Denken dat het beter is voor het milieu	0	2	1.75	0.59
Denken dat de herkomst duidelijker is	0	2	1.37	0.82
Ervaren van versere producten	0	2	1.16	0.85
Voldoende duurzame producten in supermarkt aanwezig	0	2	1.52	0.78
Gemakkelijk duurzame producten in supermarkten te vinden	0	2	1.66	0.68
<i>Controlevariabele</i>				
Leeftijd	16	91	40.99	17.77

Enquête duurzaam voedsel. Eektimmerman, 2016

Tabel 3 is een beschrijvende tabel, waarin de percentageverschillen tussen de achtergrondvariabelen per wijk zijn gepresenteerd. In de tabel is te zien dat er in beide wijken meer vrouwen zijn geënquêteerd dan mannen. 54,8 procent van alle respondenten die zijn geënquêteerd is vrouw.

In tabel 3 zijn ook de opleiding verschillen tussen de wijken weergegeven. Zo bleek dat er in de achterstandswijk meer respondenten waren met een lagere opleiding. 6,9 procent van de respondenten die waren ondervraagd in de achterstandswijk hadden enkel het basisonderwijs voltooid. In de gezondere wijk was dit slechts 0,5 procent van de geënquêteerden. Daarentegen is er een hoger percentage hoger opgeleiden in de gezondere wijk. In de gezondere wijk had 47 procent een wo-diploma. In de achterstandswijk was dit 21,8 procent.

Ten slotte zijn er tussen de wijken enige verschillen op te merken betreffende het rondkomen van het inkomen. Het grote verschil is te zien bij de antwoordmogelijkheid 'ja, enige moeite'. Bij deze vraag heeft 24,3 procent van de ondervraagden in de achterstandswijk aangegeven dat zij enige moeite hadden. In de gezondere wijk was dit maar 6,6 procent.

Tabel 3: Beschrijvende tabel van de sociaal economische statussen verschillen tussen de wijken in percentages

	Achterstandswijken	Gezondere wijk	Totaal
<u>Geslacht</u>			
Man	43.1	47.5	45.3
Vrouw	56.9	52.5	54.8
<u>Opleiding</u>			
Basisonderwijs	6.9	0.5	3.80
vmbo	5.9	1.0	3.50
mavo	7.4	3.5	5.50
mbo	15.8	6.6	11.3
havo/vwo	18.3	13.6	16.0
hbo	23.8	27.8	25.8
wo	21.8	47.0	34.3
<u>Rondkomen met inkomen</u>			
Nee, geen enkele moeite	39.1	47.5	43.3
Nee, maar op uitgaven letten	30.7	43.4	37.0
Ja, enige moeite	24.3	6.6	15.5
Ja, grote moeite	5.9	2.5	4.3

3.3 Methode

Om de hypothesen te toetsen werd er gebruikgemaakt van een meervoudige regressie-analyse. Via een meervoudige regressie-analyse kunnen alle antwoorden van de respondent tegelijkertijd worden geanalyseerd en ook kunnen meerdere onafhankelijke variabelen tegelijkertijd op de afhankelijke variabele getoetst en geanalyseerd worden.

Om alle hypothesen en effecten te toetsen zijn er verschillende modellen opgesteld. In model 1 is de controlevariabele 'leeftijd' toegevoegd. Daarna werd in model 2 de variabele 'achterstandswijken' toegevoegd. In model 3 zijn de achtergrondvariabelen (rondkomen van inkomen, opleiding, vrouw en vrouwen met kinderen) toegevoegd. Vervolgens werden in model 4 de postmaterialistische waarden toegevoegd. In model 5 werden de variabelen naar de houding ten opzichte van duurzaam voedsel bijgevoegd en tot slot werden in model 6 de twee variabelen aangaande de beschikbaarheid van en toegankelijkheid tot duurzame producten toegevoegd. De drie missende waarden, die de enquête niet volledig hadden ingevuld, werden bij de analyse niet mee genomen. In het volgende hoofdstuk worden de resultaten weergegeven en worden de hypothesen getoetst.

Hoofdstuk 4 Resultaten

In tabel 4 zijn alle invloeden op de voorkeur voor duurzaam voedsel verzameld, waarlangs de hypothesen getoetst zullen worden. De eerste variabele die werd getoetst was de variabele 'achterstandswijken'. Van de derde hypothese werd er verwacht dat bewoners van een achterstandswijk minder snel duurzaam voedsel eten en kopen in vergelijking met bewoners van een gezondere wijk. Uit model 2 blijkt dat de variabele een zeer significant effect geeft ($p < 0.01$) met -108.3 . Dit houdt in dat bewoners van een achterstandswijk ongeveer 108 dagen per jaar minder duurzaam voedsel eten.

In model 3 werden de achtergrondvariabelen (rondkomen met inkomen, opleidingsniveau, vrouwen en vrouwen met kinderen) toegevoegd, waardoor het effect van de variabele achterstandswijken afneemt naar $-81,332$. Dit betekent dat de achtergrondvariabelen ongeveer het effect van 20 dagen verklaren. In de volgende modellen zijn de postmaterialistische waarden, houdingen en de variabelen over de supermarkten toegevoegd. Om de hypothese te toetsen is er gekeken naar het laatste model (model 6). Hierin zijn alle onafhankelijke variabelen meegenomen. In model 6 geeft de variabele 'achterstandswijken' een zeer significant effect van $-81,1$. Dit betekent dat de bewoners van een achterstandswijk ongeveer 81 dagen per jaar minder duurzaam voedsel eten dan de bewoners van de gezondere wijk. Op grond van dit significante verschil kunnen we hypothese drie voor waar aannemen.

Daarnaast is in model drie terug te zien dat de variabelen 'vrouwen' en 'vrouwen met kinderen' geen significante effecten geven. Wanneer de andere onafhankelijke variabelen in de andere modellen werden toegevoegd bleven beide variabelen niet significant. Hierom worden de hypothesen 7, waarbij werd verwacht dat vrouwen met kinderen sneller duurzaam voedsel kopen in vergelijking met vrouwen zonder kinderen, en hypothese 8 die stelde dat vrouwen vaker duurzaam voedsel kopen dan mannen, verworpen.

Verder werden in model 3 de variabelen 'opleidingsniveau' en 'rondkomen van het inkomen' getoetst. In model 3 hebben beide variabelen een zeer significant effect ($p < 0.01$), waarbij de variabele 'rondkomen van het inkomen' een effect heeft van $26,3$ en de variabele 'opleidingsniveau' het effect van $17,0$. Dit betekent dat mensen die gemakkelijker kunnen rondkomen met het inkomen en hoger opgeleid zijn ongeveer 17 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel eten dan mensen die lager opgeleid zijn en moeilijker kunnen rondkomen met het inkomen.

De variabele 'rondkomen met het inkomen' blijft significant ($p < 0.05$) wanneer in model 4 de postmaterialistische waarden werden toegevoegd. Echter werd het effect verminderd naar $21,7$, waardoor kan worden gesteld dat de postmaterialistische waarden een effect van 5 teniet verklaren. Dit betekent dat mensen die gemakkelijker kunnen rondkomen met het inkomen, die hoger opgeleid zijn en die postmaterialistische waarden nastreven vaker duurzaam voedsel eten. Het effect van het rondkomen met het inkomen is $21,7$. Dit behelst dat men ongeveer 21 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel eet dan mensen die moeilijker kunnen rondkomen met het inkomen, die lager opgeleid zijn en die er materialistische waarden op nahouden. Hierdoor wordt hypothese 1, waarvan werd verwacht dat mensen met een hoger inkomen sneller geneigd zijn om duurzaam voedsel te kopen in vergelijking tot mensen met een lager inkomen, voor waar aangenomen.

In model 5 werden de houdingen naar duurzaam voedsel toegevoegd, door deze variabelen verdwijnt het significante effect van de variabele 'rondkomen met het inkomen'. Dit betekent dat mensen die gemakkelijk kunnen rondkomen met het inkomen bepaalde houdingen ten opzichte van duurzaam voedsel hebben. Deze houdingen zorgen ervoor dat het effect van de variabele 'rondkomen met inkomen' teniet verklaard wordt. Hier wordt later op teruggekomen.

Voor de variabele 'opleidingsniveau' bleek dat er een significant effect ($p < 0.05$) bleef bestaan wanneer de variabelen over de postmaterialistische waarden werden toegevoegd, maar het effect met 5 afnam. Dit betekent dan ook dat de postmaterialistische waarden een deel van het effect van het opleidingsniveau verklaren. Wanneer in de andere modellen de overige variabelen werden toegevoegd bleef het significant effect ($p < 0.05$) bestaan. In model 6 is dit effect 11,650. Dit wil zeggen dat iedere hoger genoten onderwijsvorm ongeveer 12 dagen per jaar aan het eten van duurzaam voedsel zal opleveren. De variabele is getoetst voor hypothese 2. Hypothese 2 behelst dat mensen met een hogere opleiding vaker duurzaam voedsel kopen en eten dan lager opgeleiden. De variabele heeft een positief effect, wat betekent dat hoger opgeleiden sneller en vaker duurzaam voedsel eten. Hypothese 2 wordt hiermee bevestigd.

In model 4 zijn de postmaterialistische en materialistische waarden toegevoegd. In hypothese 4 werd gesteld dat mensen die postmaterialistische waarden nastreven, sneller rekening houden met het milieu en daardoor sneller duurzaam voedsel kopen en eten in vergelijking tot mensen met materialistische waarden. Zo blijkt uit de modellen dat beide variabelen significante effecten hebben. De materialistische variabele 'ik ben er tegen dat alles steeds maar duurder wordt' had een effect van -21,7. Dit wil zeggen dat men ongeveer 21 dagen per jaar minder vaak duurzaam voedsel zal eten wanneer iemand er tegen is dat 'alles steeds maar duurder wordt' met één eenheid toeneemt.

De postmaterialistische variabele 'ik voel me verantwoordelijk voor het milieu' had een B-waarde van 33,1. Dit betekent dat men ongeveer 33 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel gaat eten wanneer de variabele 'ik voel me verantwoordelijk voor het milieu' met één eenheid toeneemt. Omdat de postmaterialistische waarden een positief significant effect hadden en de materialistische waarden een negatief significant effect wordt hierom hypothese 4 aangenomen.

Ten slotte bleek dat de effecten van zowel postmaterialistische als materialistische waarden verminderd werden zodra de variabelen over de houdingen ten opzichte van duurzaam voedsel werden toegevoegd in model 5. Voor de postmaterialistische waarden was dit een vermindering van effect van 9 en voor de materialistische een effect van 2. De variabelen over de supermarkten verklaren bijna geen effect.

Tabel 4: Invloeden op de voorkeur voor duurzaam voedsel; *Meervoudige regressie-analyse*

	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 5		Model 6		
	B	S.E	B	S.E	B	S.E	B	S.E	B	S.E.	B	S.E	
Constant	94.191**	20.581	167.431**	22.153	-6.664	42.283	7.068	50.146	-34.649	58.812	-32.691	60.634	
Leeftijd	1.656**	0.461	1.204**	0.441	1.219**	0.445	1.001*	0.445	0.975*	0.446	0.975*	0.447	
Achterstandswijk			-108.337**	15.645	-81.332**	16.477	-83.134**	16.280	-80.884**	16.063	-81.077**	16.103	
Rondkomen met inkomen					26.255**	9.261	21.659*	9.246	11.562	9.329	11.673	9.385	
Opleiding					17.003**	5.072	12.651*	5.186	11.518*	5.099	11.650*	5.114	
Vrouw					16.423	16.386	15.861	16.179	11.544	16.010	12.384	16.093	
Vrouw*kinderen					2.842	24.704	0.606	24.383	1.072	23.922	0.779	23.996	
Tegen alles duurder								-21.664*	9.510	-19.785*	9.409	-19.983*	9.449
Voel verantwoord milieu								33.082**	12.694	26.867*	12.780	27.471*	12.838
Duurzaam voedsel betere smaak									26.155**	10.102	26.619**	10.153	
Duurzaam voedsel is verser									-3.134	9.752	-3.188	9.773	
Duurzaam voedsel is veiliger									16.554	11.892	15.754	12.024	
Duurzaam voedsel is beter milieu									-12.164	14.059	-12.453	14.095	
Duurzaam voedsel is gezonder									27.713*	13.140	28.236*	13.189	
Herkomst duurzaam voedsel									14.184	9.459	13.883	9.488	
Duurzaam voedsel is duurder									-13.265	15.577	-13.949	15.649	
Duurzaam voedsel betere kwaliteit									4.901	10.545	5.070	10.570	
Duurzaam voedsel herkomst duidelijke									14.184	9.459	13.883	9.488	
Supermarkt aanwezig											6.337	10.783	
Gemakkelijk vinden supermarkt											-7.189	12.374	

*p<0.05, **p<0.01

In model 5 zijn de houdingen ten opzichte van duurzaam voedsel toegevoegd. Hypothese 5 stelde dat consumenten sneller duurzame producten kopen wanneer zij denken dat de smaak van duurzame producten beter zou zijn dan die van de niet-duurzame producten. In model 6 is te zien dat de variabele 'duurzaam voedsel heeft een betere smaak' een zeer significant effect ($p < 0,01$) heeft van 26,2. Dit betekent dat men ongeveer 26 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel zal eten wanneer de smaak met éénheid omhooggaat. In model 6 zijn de variabelen over de supermarkt toegevoegd. In tabel 4 zien we dat dit positieve significante effect blijft bestaan. Doordat de variabele een significant positief effect heeft op het eten van duurzaam voedsel wordt hypothese 5 aangenomen.

Hypothese 6 veronderstelde dat consumenten sneller duurzaam voedsel eten wanneer zij denken dat het verser is. De variabele 'duurzaam voedsel is verser' heeft echter geen significant effect in model 5 en model 6, waardoor hypothese 6 wordt verworpen.

Voor hypothese 7 werd verwacht men sneller duurzaam voedsel consumeert wanneer men denkt dat duurzaam voedsel veiliger is. Uit model 5 en 6 blijkt echter dat de variabele 'duurzaam voedsel is veiliger' geen significant effect geeft, waardoor hypothese 7 wordt verworpen.

Hypothese 10 stelde dat mensen eerder voor duurzaam voedsel kiezen wanneer zij denken dat duurzaam voedsel beter is voor hun gezondheid. Deze hypothese is getoetst door de variabele 'duurzaam voedsel is gezonder'. Uit model 5 blijkt dat de variabele een significant effect ($p < 0,05$) had met een B-waarde van 27,7. Dit betekent dat men ongeveer 28 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel eet wanneer men denkt dat 'duurzaam voedsel gezonder is' met één eenheid toeneemt. Wanneer in model 6 de variabelen over supermarkten werden toegevoegd nam dit effect toe. Zo is in model 6 een significant effect gevonden van 28,2. Dit betekent dat wanneer men denkt dat duurzaam voedsel gezonder is met éénheid toeneemt dat men dan ongeveer 28 dagen per jaar vaker duurzaam voedsel zal eten. Omdat het effect positief is en een significant effect is gevonden zal hypothese 10 worden aangenomen.

Verder is in model 5 de variabele 'duurzaam voedsel heeft een betere kwaliteit' toegevoegd. Voor zowel model 4 als model 5 gold dat de variabele geen significant effect had. Hierdoor wordt hypothese 11, waarin werd verwacht dat consumenten sneller duurzame producten consumeren, doordat zij denken dat de kwaliteit beter zal zijn, verworpen.

In hypothese 12 werd er verwacht dat consumenten sneller niet-duurzame producten kopen in vergelijking tot duurzame producten, wanneer de consumenten denken dat de prijs van duurzame producten hoger ligt. In de modellen vier en vijf zijn er geen significant effecten gevonden waardoor hypothese 12 wordt verworpen.

Tot slot werd in het laatste model, model zes, de variabelen *in de supermarkt zijn voldoende duurzame producten aanwezig* en *duurzame producten zijn gemakkelijk te vinden in supermarkten* toegevoegd. Deze variabelen zijn toegevoegd om hypothese 13 te toetsen. Hypothese dertien stelde dat consumenten sneller geneigd zijn om niet-duurzame producten te kopen in vergelijking tot duurzame producten, doordat er weinig beschikbare duurzame producten in de supermarkten liggen. Uit model 6 blijkt dat voor beide variabelen geen significant effecten zijn gevonden, waardoor hypothese 13 wordt verworpen.

Het blijkt dat in elk model de controlevariabele 'leeftijd' een significant effect heeft op het consumeren van duurzaam voedsel. Zo blijkt uit model 6 dat leeftijd een significant effect ($p < 0.05$) van 0,975 geeft. Dit betekent dat elk jaar dat men ouder wordt men één dag per jaar vaker duurzaam voedsel zal gaan eten.

Hoofdstuk 5 Conclusie en discussie

In dit onderzoek stond de volgende vraag centraal: *“In hoeverre hebben achtergrondkenmerken, waarden, houdingen en beschikbaarheden invloed op de consumptie van duurzaam voedsel?”* Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, is er gekeken naar sociaaleconomische kenmerken zoals het opleidingsniveau, het inkomen en het geslacht. Daarnaast zijn verschillende achtergrondvariabelen betrokken, zoals de woonwijk en de gezinssamenstelling. Verder is er gekeken of het nastreven van postmaterialistische waarden en houdingen ten opzichte van duurzaam voedsel invloed hadden op het consumeren van duurzaam voedsel. Tot slot is er gekeken of de beschikbaarheid en toegankelijkheid van duurzame producten in supermarkten een effect had op de consumptie van duurzaam voedsel.

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat de opleiding, het al dan niet rondkomen met het inkomen, de postmaterialistische waarden, de woonwijk, de opvatting dat duurzaam voedsel gezonder is én de opvatting dat duurzaam voedsel een betere smaak heeft, invloed hebben gehad op het consumeren van duurzaam voedsel.

Zoals in de theorie al verondersteld, is gebleken dat hogeropgeleiden vaker duurzaam voedsel kopen. Ook zijn de resultaten over de postmaterialistische waarden in lijn met de theorie. Zo wordt in de theorie van Inglehart beschreven dat mensen die postmaterialistische waarden nastreven het milieu belangrijker vinden, overeenkomend met de gevonden resultaten die aangeven dat de mensen die postmaterialistische waarden hooghouden vaker duurzaam voedsel eten en mensen die materialistische waarden nastreven minder vaak duurzaam voedsel eten.

Verder is gebleken dat het gemakkelijk rondkomen met het inkomen invloed had op het consumeren van duurzaam voedsel, maar dit effect werd verklaard doordat de respondenten dachten dat duurzaam voedsel gezonder is en een betere smaak heeft.

Uit de resultaten kwam naar voren dat bewoners van de achterstandswijken Ondiep en Overvecht, minder vaak duurzaam voedsel eten dan bewoners van een gezondere wijk (Wijk Oost). In de theorie werd aangegeven dat de bewoners van deze achterstandswijken overeenkomstige sociaaleconomische kenmerken hebben. Zo werd in theorie beschreven dat onder deze bewoners een relatief hoog aantal lageropgeleiden en mensen met een lager inkomen wonen. Uit de resultaten is gebleken dat het inkomen en opleiding deels een verklaring geven voor de keuze voor niet-duurzaam voedsel van de bewoners van de achterstandswijken. Het effect is echter niet volledig verklaard met slechts deze twee factoren.

Een verklaring kan zijn dat bewoners van de wijk elkaar direct of indirect elkaar beïnvloeden. Zo is uit het onderzoek van Vos en Knol (1994) gebleken dat sociale invloeden vanuit de wijk de levensstijl van de bewoners versterkt en bevestigt. Om die reden kan voor een vervolgonderzoek gekeken worden naar de directe of indirecte beïnvloeding van de bewoners onder elkaar, en/of er eventueel nog andere verklaringen zijn voor dit fenomeen.

Verder is gebleken dat de beschikbaarheid in de supermarkten geen invloed had op het consumeren van duurzame voeding. Tevens werd in de theorie verwacht dat vrouwen vaker duurzaam voedsel eten dan mannen en daarbij vrouwen met kinderen in het bijzonder. Er zijn echter voor zowel de beschikbaarheid als geslacht en het hebben van kinderen geen significante effecten gevonden waardoor er geen uitspraken er over kunnen worden gedaan.

Kort samengevat én om de onderzoeksvraag te beantwoorden hebben de wijk waarin men woont, de ontwikkeling van postmaterialistische waarden, het opleidingsniveau, de opvatting dat duurzaam voedsel een betere smaak heeft en de opvatting dat duurzaam voedsel beter is voor de gezondheid, invloed op de keuze voor duurzaam voedsel.

Een sterk punt van dit onderzoek is dat er een groot aantal respondenten in de wijken ondervraagd zijn, waardoor er een goed beeld is ontstaan over de bewoners van deze wijken en hun relatie tot duurzaam voedsel. Verder is de verhouding tussen het geslacht van de ondervraagden redelijk representatief, waardoor er een goed beeld is ontstaan van de verschillen tussen mannen en vrouwen. Daarbij is de leeftijdsbreedte erg groot. De jongste respondent was 16 jaar en de oudste 91 jaar. De gemiddelde leeftijd was 41 jaar. Hierbij is ook gebleken dat de voorkeur voor duurzaam voedsel toeneemt naar gelang de leeftijd.

Hoewel met dit onderzoek een eerste stap is gezet in het inzicht naar de beweegredenen van Utrechters tot het kiezen voor duurzaam voedsel, kent dit onderzoek een aantal beperkingen. Een eerste kritische kanttekening bij dit onderzoek kan zijn dat er maar twee stellingen zijn gebruikt om de postmaterialistische en materialistische waarden te toetsen. Voor een vervolgonderzoek kunnen er meerdere en andere stellingen worden gekozen zodat de verhouding tussen deze waarden en consumptiegedrag nauwkeuriger in kaart kan worden gebracht. Een ander verbeterpunt was dat het inkomen op een indirecte wijze is verkregen. Voor een vervolgonderzoek zou naar de daadwerkelijke hoogte van het inkomen gevraagd kunnen worden.

Een derde kanttekening kan geplaatst worden bij het weglaten van de vraag wie het vaakst de boodschappen doet in het huishouden. Voor vervolgonderzoek kan hiernaar worden gekeken. Zo kan er worden gekeken of dat bepalend voor de keuze van duurzaam voedsel is. Een voorlaatste verbeterpunt van het onderzoek is dat het voor de respondent niet duidelijk kan zijn welke supermarkten duurzaam voedsel verkopen. Zo zijn er in de wijk Ondiep verschillende kleine Turkse supermarkten waarvan men niet weet of er daadwerkelijk duurzaam voedsel wordt verkocht. Dit kan invloed hebben gehad op afhankelijke variabele. Ten slotte is in dit onderzoek alleen gekeken naar de drie verschillende wijken in Utrecht. Voor vervolgonderzoek zullen er meer wijken betrokken moeten worden, om een completer beeld te krijgen van het consumptiegedrag van duurzaam voedsel van de Utrechenaar.

Hoofdstuk 6 Beleidsadvies

In de vorige hoofdstukken is beschreven welke beweegredenen Utrechtse burgers hebben om al dan geen duurzaam voedsel te eten. In dit hoofdstuk zal in het kort worden uiteengezet hoe de beleidsvraag tot stand is gekomen met daaropvolgend een advies om de consumptie van duurzame voedsel te stimuleren.

6.1 Inleiding beleidsadvies

Binnen dit beleidsadvies wordt er antwoord gegeven op het beleid(s)/adviserende vraag: *Hoe kan de gemeente Utrecht haar inwoners stimuleren om duurzamere voedingsmiddelen te consumeren?*

Deze vraag is bedacht conform de achterliggende tendens van het integraal voedselbeleid vanuit de overheid, dat pleit voor transparantie over de voedselinformatie, eerlijkere handel voor boeren en reductie van de ecologische voetafdruk. Om de ecologische voetafdruk te reduceren zou de uitstoot van broeikasgassen en grondstoffen moeten worden ingeperkt. In lijn met het nationale voedselbeleid, moeten de kleinere overheden zoals provincies en gemeenten hun beleid hierop aanpassen. Om die reden heeft de gemeente Utrecht in haar beleidsnota van 2015-2018 aangegeven dat zij het lokale en duurzame voedsel gaan stimuleren. Via de eerder in deze scriptie aangehaalde onderzoeken kan er gekeken worden op welke terreinen extra stimulans nodig is om de burgers van de gemeente Utrecht vaker duurzaam voedsel te laten consumeren.

Uit het onderzoek is gebleken dat mensen in de achterstandswijken, Overvecht en Ondiep, minder vaak duurzaam voedsel kopen dan mensen die in Wijk Oost wonen. Tevens hebben het opleidingsniveau en de leeftijd invloed op het kopen en consumeren van duurzaam voedsel. Zo is gebleken dat hogeropgeleiden vaker duurzaam voedsel kopen en eten in vergelijking met lageropgeleiden. Ook kochten respondenten vaker duurzaam voedsel naar gelang hun leeftijd. Ten slotte hebben twee houdingen ten opzichte van duurzaam voedsel invloed op het daadwerkelijke consumptiepatroon van duurzaam voedsel. Zo bleek dat men sneller geneigd is om voor duurzaam voedsel te kiezen wanneer men denkt dat gezonder is en een betere smaak heeft.

6.2 Doel beleidsadvies

Het doel van dit beleid is op alle uitkomsten van het onderzoek oplossingen te bedenken zodat bewoners van Utrecht vaker duurzaam voedsel zullen gaan consumeren.

De eerste maatregel is een pilot binnen de achterstandswijken. Deze pilot zal marktplaatsen creëren in de wijk Overvecht en Ondiep waar lokale boeren tegen lage huurprijzen kraampjes kunnen plaatsen om één keer per week hun lokale voedsel te verkopen. Deze ruimtes zullen in centrale plekken van de wijken moeten staan, zodat zoveel mogelijk mensen worden gestimuleerd tot het eten van het duurzame voedsel. De pilot zou twee maanden moeten duren om te kijken of er voldoende vraag is vanuit bewoners van de achterstandswijken. De vraag

zal moeten worden afgestemd op de lokale boeren die de kraampjes daar stallen. Wanneer zij denken dat de vraag groot genoeg is, zouden de kraampjes voor een langere tijd kunnen blijven staan.

De tweede maatregel gaat de gemeente en scholen aan. Volgens het RIVM Centrum (2016) heeft de school naast het gezin de meeste invloed op de levensstijl van het kind. Het is een plek waar alle kinderen/studenten op een relatief gemakkelijke wijze kunnen worden benaderd. Gemeenten en scholen werken vaker samen om gedrags- en gezondheidsproblematiek tegen te gaan. Uit dit onderzoek is gebleken dat factoren als lager opleidingsniveau en leeftijd invloed hadden op het eten van duurzaam voedsel. Zo bleek dat lageropgeleiden minder vaak duurzaam voedsel consumeren in vergelijking met hoger opgeleiden. Ook bleek dat er vaker voor duurzaam voedsel wordt gekozen wanneer men ouder wordt. Om deze reden moeten scholen samen met de gemeente projecten uitvoeren zodat het duurzame voedsel wordt gestimuleerd. Om de lageropgeleiden beter te bereiken en stimuleren moet de gemeente Utrecht samen met de mbo Utrecht schoolprojecten opzetten om deze studenten zo vroeg mogelijk in aanraking te laten komen met duurzame voeding.

Nog niet alle verklaringen voor de lagere consumptie van duurzaam voedsel in achterstandswijken zijn bekend. Daarom zal als derde maatregel een onderzoek moeten worden gedaan om naast de pilot te onderzoeken wat andere verklaringen zouden kunnen zijn. Er wordt aanbevolen om te onderzoeken of de afstand tot een gespecialiseerde duurzame supermarkt en de beïnvloeding van wijkbewoners invloed heeft op het consumeren van duurzame voeding.

Uit het onderzoek is gebleken dat bewoners van wijk Oost vaker duurzaam voedsel eten dan bewoners van de wijken Overvecht en Ondiep. Daarbij bevinden er zich vijf duurzame supermarkten in de wijk Oost, terwijl er in de wijk Ondiep maar één duurzame supermarkt te vinden is en in de wijk Overvecht geen (Eerlijk winkelen, 2016). De afstand kan dus van invloed zijn op de keuze voor duurzame voeding. De bewoners kunnen elkaar echter ook direct of indirect beïnvloeden. Om die reden moet er eerst een onderzoek worden gedaan naar deze twee verklaringen. Wanneer uit het nieuwe onderzoek blijkt dat de afstand naar een speciale duurzame supermarkt van invloed is op het consumeren van duurzaam voedsel wordt er geadviseerd om startende ondernemers die een duurzame supermarkt willen gaan beginnen binnen de wijk Overvecht en Ondiep meer urgentie te geven om hen te ondersteunen en te faciliteren.

De vierde en tevens laatste maatregel, is een voorlichtingsmaatregel. De gemeente Utrecht zal campagnes moeten gaan voeren om de burgers te overtuigen van het nut van duurzame voeding. Dit kan de gemeente doen middels radiospots, tv-spots en/of via een website. Deze spots zullen moeten inzetten op de goede smaak van duurzame voeding, om ze de nodige overtuigingskracht bij te zetten. Uit het onderzoek bleek namelijk dat mensen sneller geneigd waren duurzame voeding te consumeren omdat zij denken dat het betere smaak. De campagne kan worden uitgevoerd met een slogan als *Een gemakkelijke manier om met de mode mee te gaan is om de smaak van duurzaam voedsel te beproeven.*

6.3 Beoordelingen maatregelen

In figuur 2 worden de maatregelen op verschillende randvoorwaarden beoordeeld. De eerste randvoorwaarde is de duur van de maatregel. Een tweede randvoorwaarde zijn de geraamde kosten van de maatregel voor de gemeente Utrecht. De laatste randvoorwaarde is de snelle inzetbaarheid.

Figuur 2: Maatregelen en randvoorwaarden

Randvoorwaarde -> Maatregelen:	Duur	Kosten	Direct inzetbaar
Pilot achterstandswijk	+	++	+/-
Schoolprojecten	++	--	++
Onderzoek andere verklaringen	--	++	++
Campagne die smaak duurzame voeding promoot	++	+	+

++ = zeer goed
 + = goed
 +/- = matig
 - = slecht

Van de eerste maatregel, de pilot met stalletjes waar lokaal voedsel kan worden verkocht, wordt verwacht dat deze twee maanden zal duren. De kosten zullen voor de gemeente Utrecht gunstig zijn, doordat er huur van de lokale boeren wordt ontvangen. Daarbij is de inzetbaarheid momenteel nog moeilijk te bepalen doordat de lokale boeren eerst moeten worden benaderd en geïnformeerd over de doelen van de gemeente en moet er afgetast worden of de lokale boeren hier interesse in hebben.

Voor de tweede maatregel, de schoolprojecten die de gemeente Utrecht zal moeten opzetten, geldt dat er op langer termijn er een goed effect zal optreden. Op school wordt de leefstijl van de student deels gevormd. De kosten zijn voor de gemeente echter erg hoog, doordat er meerdere mensen moeten worden ingezet om het project op te zetten en te monitoren. Om deze reden zijn de kosten van deze maatregel het hoogst in vergelijking met de andere maatregelen. Maatregel twee is goed inzetbaar, maar er moet samen met de scholen een plan van aanpak opgesteld worden alvorens het het project waar te kunnen maken.

De derde maatregel kan snel worden ingezet. De gemeente Utrecht heeft haar eigen onderzoeksafdeling die per direct kan worden gebruikt om onderzoek te doen naar de

verklaringen voor verlaagde consumptie van duurzaam voedsel in achterstandswijken, die in dit onderzoek niet aan het licht kwamen. De kosten voor deze maatregel zullen lager zijn, omdat er geen externe onderzoekers hoeven worden ingezet. De duur zal wel langer zijn dan de andere drie maatregelen: er wordt verwacht dat het onderzoek minimaal een half jaar zal beslaan.

De meest effectieve maatregel zal de campagne om de goede smaak van duurzaam voedsel te promoten zijn. Met de slogan *Een gemakkelijke manier om met de mode mee te gaan is om de smaak van duurzaam voedsel te beproeven* zullen mensen die nog nooit in aanraking met duurzame voeding geweest zijn, het hierdoor toch uitproberen. De duur van deze maatregel zal een maand zijn. Na deze maand zal het merendeel van de bewoners van Utrecht de campagne hebben gehoord of gezien. Omdat deze maatregel slechts een maand zal duren, zullen de kosten niet hoog zijn.

Literatuur:

- Backus, G.B.C.; Reinders, M.J., Sijtsma, S.J.; Haaster-de Winter, M.A. van; Hoste, R., Kortstee, H.J.M., Immink, V.M., P.L.M. van., Poppe, K.J. (2013) *Duurzaam Vlees 2020*. LEI Den Haag.
- Beckers, T.A.M., Harkink, E.W.F.P.M., Ingen, van E.J., Lampert, M.A., Lelij, van der B. & Ossenbruggen van, R. (2004). *Maatschappelijke waardering van duurzame ontwikkeling. Achtergrondrapport bij de Duurzaamheidsverkenning*. Bilthoven: RIVM.
- Carabain, C., van Gent, M., Boonstoppel, E. (2012). *Nederlanders & Mondiaal Burgerschap 2012*. Amsterdam: NCDO.
- Cunningham, R. (2001). The Organic Consumer Profile: Not Only Who You Think It Is! Strategic Information Services Unit. *Agriculture, Food and Rural Development, Alberta*.
- Dam, van Y.K., Hoog, de C. & Ophem van, J.A.C. (1997) *Voeding, consument en duurzaamheid*. Apeldoorn: Garant Uitgevers.
- Dijkstra, A. M., Seydel, E. R., & Gutteling, J. M. (2004). *Effectieve wetenschapscommunicatie: een communicatievraagstuk*. In: Noorlander, M.L., Braam, R.R., Loos, A.L. & Westbroek, M.A.G. (2003). Kennisdagen Communicatie 2003. Effectieve publiekscommunicatie: hints voor de Wetenschap en techniekcommunicatie. Papers, positiepapers en tips, 110- 120. Amsterdam: Stichting Weten.
- Evenhardt, V. (2014). *Volksgezondheidmonitor Utrecht 2014*. Geraadpleegd op 23 februari 2016. via <http://www.utrecht.nl/over-volksgezondheid/publicaties-en-onderzoek/kerncijfers-Utrecht>.
- Fagerli, R. A., & Wandel, M. (1999). Gender differences in opinions and practices with regard to a " healthy diet". *Appetite*, 32(2), 171-190.
- Friedman, M. (1957). *A theory of the consumption function*. National Bureau of Economic Research. Princeton: Princeton university press.
- Gatersleben, B. (2001). Sustainable household consumption and quality of life: the acceptability of sustainable consumption patterns and consumer policy strategies. *International Journal of Environment and Pollution*, 15(2), 200-216.
- Gelissen, J. (2007); Explaining Popular Support for Environmental Protection: A Multilevel Analysis of 50 Nations; *Environment and Behavior* 39-3; pp. 392-415.
- Gemeente Utrecht (2015). *Bouwen aan een gezonde toekomst een uitnodiging aan de stad*.

Volksgezondheidsbeleid 2015-2018. Geraadpleegd op 3 maart via <http://www.utrecht.nl/volksgezondheid/bouwen-aan-een-gezonde-toekomst/>

- Griffin, R. J., Neuwirth, K., Giese, J., & Dunwoody, S. (2002). Linking the heuristicsystematic model and depth of processing. *Communication Research*, 29(6), 705-732.
- Hill, H., & Lynchehaun, F. (2002). Organic milk: attitudes and consumption patterns. *British Food Journal*, 104(7), 526-542.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable development*, 13(1), 38-52.
- Hughner, R., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz II, C. J., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal Of Consumer Behaviour*, 6, 94-110.
- Inglehart, R. (1971). The silent revolution in Europe: Intergenerational change in postindustrial societies. *American political science review*, 65 (04), 991-1017.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies* (Vol. 19). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 263-291.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Lau, A. L., Cummins, R. A., & McPherson, W. (2005). An investigation into the cross-cultural equivalence of the Personal Wellbeing Index. *Social Indicators Research*, 72 (3), 403-430.
- Loureiro, M. L., McCluskey, J. J., & Mittelhammer, R. C. (2002). Will Consumers Pay a Premium for Eco-labeled Apples?. *Journal Of Consumer Affairs*, 36(2), 203.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*. 50(4), 370- 396.
- Magnusson M., K, Arvola A, Hursti U, Aberg L, Sjoden, P. (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal* (3): 209–227.
- Meester, G., P. Berkhout & L. Dries. (2013). *EU beleid voor landbouw, voedsel en groen. Van politiek naar praktijk*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
- Nayga Jr, R.M. (1996). Determinants of consumers' use of nutritional information on food packages. *Journal of Agricultural and Applied Economics*. 28 (2) 303– 312.
- Ophuis, P. A. O., & Van Trijp, H. C. (1995). Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. *Food quality and Preference*, 6(3), 177-183.

- Rijksoverheid. (2015). *Kabinet wil veilig, gezond en duurzaam voedsel*. Geraadpleeg op 29 februari 2016 via <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2015/10/30/kabinet-wil-veilig-gezond-en-duurzaam-voedsel>.
- Ruijsbroek, A., Droomers, M., Kunst, A. E., & Van Den Brink, C. (2011). Gezondheid en leefstijl in de krachtwijken: een verkenning. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 89(4), 214-221.
- Rosendaal, C. en T. Poiesz .(1987). *Milieu en consumentengedrag; een literatuuronderzoek*. Den Haag: SWOKA.
- Schwartz, M. (2007). Organic Growth. *Gifts & Decorative Accessories*, 108(8), 72-79.
- Segers, Y. (2003). *Economische groei en levensstandaard: de ontwikkeling van de particuliere consumptie en het voedselverbruik in België, 1800-1913*. Leuven University Press
- Shephard,R., Magnusson,M., Sjöden, P. (2005). Determinants of consumer behavior related to organic foods . *A journal of the human environment*. 34(4) 352 – 359.
- Sociaal- Economische Raad . (2003). *Duurzaamheid vraagt om openheid op weg naar een duurzame consumptie*. Den Haag: Sociaal- Economische Raad.
- Spaargaren, G., Beckers, T., Martens, S., Bargeman, B., & van Es, T. (2002). *Gedragpraktijken in transitie*. Tilburg: Globus.
- Stegeman,N., Franken , A. & Gilbert-Peek, W. (2013) *Voeding bij gezondheid en ziekte*. Groningen: Noordhoff Uitgevers
- Stephoe, A., Pollard, T. M., & Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire.*Appetite*, 25(3), 267-284.
- Story, M., Neumark-Sztainer, D., & French, S. (2002). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3), S40-S51.
- Tellis, G. J., & Gaeth, G. J. (1990). Best value, price-seeking, and price aversion: The impact of information and learning on consumer choices. *The Journal of Marketing*, 34-45.
- Tiemeijer, W. L., Thomas, C. A., & Prast, H. M. (2009). *De menselijke beslisser: over de psychologie van keuze en gedrag*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude– behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental ethics*, 19(2), 169-194.

- Voedingscentrum (2016) Duurzamer eten. Geraadpleegd op 21 april via <http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/duurzamereten.aspx>
- Waart de, S. A., & Stolk, M. (2015). Voeding en milieu. In *Informatorium voor Voeding en Diëtetiek* p 63-78. Bohn Stafleu van Loghum.
- Wackernagel, M & Rees, W. (1996). *Our ecological footprint : reducing human impact on the earth*. Gabriola Island: New Society Publishers.
- Weber, A. (2006). *Consumentengedrag: de basis*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Wierenga, B., & van Raaij, F. (1988). *Consumentengedrag: Theorie, analyse en toepassingen*. Leiden: Stenfert Kroes.
- Wyckmans, J. (2010). *Gezond van binnen, van buiten mooi: hoe gezonde voeding je leven positief verandert*. Antwerpen: Uitgeverij De Eenhoorn.
- Yiridoe, E. K., Bonti-Ankomah, S., & Martin, R. C. (2005). Comparison of consumer perceptions and preference toward organic versus conventionally produced foods: a review and update of the literature. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(04), 193-205.
- Yu X, Gao Z, Zeng Y. (2014). Willingness to pay for the “Green Food” in China. *Food Policy*, 45, 80–87.
- Zanoli R, Naspetti S. (2002). Consumer Motivations in the Purchase of Organic Food. *British Food Journal* 104(8): 643–653.

Bijlage 1

Enquête duurzaam voedsel:

V 1: Deze enquête wordt afgenomen in een:

- 1: Reguliere winkel
- 2: Speciale winkel waar alleen duurzame producten worden verkocht

V 2: Welke wijk woont u:

- 1: Overvecht
- 2: Wijk Oost

Binnen dit onderzoek wordt duurzaam voedsel omschreven als het lokale-, biologisch-, seizoensgebonden voedsel dat op een diervriendelijke-, biologische- en milieuvriendelijke manier is geproduceerd.

V. 3 Heeft u afgelopen jaar wel eens duurzaam voedsel gekocht:

- 1: Ja (ga verder naar vraag 4)
- 2: Nee (ga verder naar vraag 5)

V.4 Bent u in de toekomst vaker van plan om duurzaam voedsel te kopen.

- 1: Ja
- 2: Nee

V.5 Bent u in de toekomst van plan om duurzaam voedsel te kopen

- 1: Ja
- 2: Nee

V. 6 Hoe vaak heeft u afgelopen jaar duurzaam voedsel geconsumeerd:

- 1: Dagelijks
- 2: Wekelijks
- 3: Maandelijks
- 4: Eén of meerdere keren per jaar
- 5: Nooit

Graag bij de volgende stellingen omcirkelen welke van toepassing zijn.

V. 7 Duurzaam voedsel heeft een betere smaak dan niet duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 8 Duurzaam voedsel is verser dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V.9 Duurzaam voedsel is veiliger dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 10 Duurzaam voedsel is beter voor het milieu dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 11 Duurzaam voedsel is gezonder dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 12 De herkomst van duurzaam voedsel is duidelijker dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V.13 Duurzaam voedsel heeft een betere kwaliteit dan niet-duurzaam voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 14 Duurzaam voedsel is duurder dan niet-duurzame voedsel

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V.15 In de supermarkten zijn er voldoende duurzame producten

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V.16 Duurzame producten zijn gemakkelijk in de supermarkten te vinden

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V. 17 Ik voel me verantwoordelijk voor het milieu

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

V.18 Ik ben er tegen dat alles steeds maar duurder wordt

- 1: Eens
- 2: Oneens
- 3: Neutraal

Nu nog enkele korte vragen voor het onderzoek

V.19 Wat is uw geslacht:

- 1: Man
- 2: Vrouw

V.20 Wat is uw leeftijd:

....

V. 21 Wat is uw hoogst afgeronde opleiding:

- 1: Basisonderwijs
- 2: VMBO
- 3: MAVO
- 4: MBO
- 5: HAVO/VWO
- 6: HBO
- 7: WO

V 22 : Wonen er kinderen (jonger dan 18 jaar) in uw huishouden:

- 1: Ja
- 2: Nee

V 23: Hebt u het afgelopen 12 maanden moeite gehad om van het inkomen van uw huishouden rond te komen?

- 1: nee, geen enkele moeite
- 2: nee, geen moeite, maar ik moet wel letten op mijn uitgaven
- 3: ja, enige moeite
- 4: ja, grote moeite