



PERCEPTIEVERSCHILLEN VOOR KENMERKEN VAN BIOLOGISCH VOEDSEL

Eindwerkstuk bachelor Communicatie- en Informatiewetenschappen



Laura van Surksun
22 JANUARI 2021
STUDENTNUMMER: 6557813
AANTAL WOORDEN: 5845

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	2
1. INLEIDING	3
1.1 AANLEIDING	3
1.2 THEORETISCH KADER	4
1.3 RELEVANTIE	7
1.4 ONDERZOEKSVRAAG	7
2. METHODE	9
2.1 VERANTWOORDING	9
2.2 PARTICIPANTEN	9
2.3 DESIGN	9
2.4 MATERIAAL	10
2.5 PROCEDURE	11
2.6 DATA-ANALYSE	11
3. RESULTATEN	12
4. DISCUSSIE	15
5. CONCLUSIE	18
6. LITERATUURLIJST	19
7. BIJLAGEN	21
7.1 INSTRUERENDE TEKSTEN VOOR DEELNAME ONDERZOEK	21
7.2 DE VRAGENLIJST	22

Samenvatting

In de huidige maatschappij bestaat veel aandacht voor gezonde levensstijlen en het milieu. Eco-labels worden op grootschalige manier gebruikt in supermarkten om aan te tonen welke producten hogere ecologische kwaliteit hebben. Deze labels zijn niet meer weg te denken uit ons leven (Brécard et al., 2009). Door de huidige bewustwording van consumenten over het belang van deze ecologische kwaliteit groeien industrieën die ecologisch voedsel produceren. De biologische voedselindustrie maakt hier deel van uit.

Om deze industrie nog verder te laten groeien en om een leemte in wetenschappelijk onderzoek te vullen is er onderzoek gedaan naar perceptieverschillen voor vier eigenschappen van biologisch voedsel, tussen twee doelgroepen. Het doel van dit onderzoek is om deze perceptieverschillen uiteen te zetten. Zodoende moeten bedrijven in de biologische voedselindustrie op die perceptieverschillen kunnen inspelen, bijvoorbeeld in marktstrategieën. Met het oog op marktstrategieën is ervoor gekozen om de doelgroepen ‘jongeren versus ouderen’ en ‘mannen versus vrouwen’ te onderzoeken.

Aan de hand van een vragenlijst onder 109 deelnemers zijn de percepties die mensen hebben voor biologisch voedsel achterhaald. Middels een kwantitatieve analyse is onderzocht of er verschillen optreden in de percepties voor vier eigenschappen van biologisch voedsel, namelijk: voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid. De resultaten wijzen uit dat er sprake is van perceptieverschillen tussen de groepen jongeren versus ouderen en mannen versus vrouwen. Zo blijkt dat de percepties van jongeren en ouderen verschillen als het aankomt op de voedingswaarde van biologisch voedsel. De percepties van mannen en vrouwen verschillen als het aankomt op het ecologisch welzijn van biologisch voedsel. Bedrijven in de biologische voedselindustrie weten dankzij dit onderzoek via welke eigenschappen ze biologisch voedsel het beste kunnen promoten voor een bepaalde doelgroep. Daarbij weten bedrijven nu ook voor welke eigenschappen er nog winst te behalen valt.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Over de jaren is er steeds meer aandacht ontstaan voor de ‘gezonde levensstijl’ (Lee & Yun, 2015). Woorden als ‘duurzaam’, ‘ecologisch’ en ‘milieuvriendelijk’ zijn niet meer weg te denken uit campagnes voor allerlei producten. Zo kunnen we tegenwoordig gerecyclede kleding kopen bij de H&M, veganistische schriften vinden bij de Bruna en komen supermarkten steeds voller te liggen met biologisch voedsel. Langzaam maar zeker hebben ethische consumptiekwesties hun weg gebaand in ons leven. Het *eco-label* maakt hier ook deel van uit.

Een *eco-label* is een instrument dat door bedrijven wordt gebruikt om hogere ecologische kwaliteit aan te duiden in vergelijking met niet-gelabelde producten. Ook is het label bedoeld om het bewustzijn van het belang van die ecologische kwaliteit te vergroten (Brécard et al., 2009). De milieugevolgen verbonden aan de productie en consumptie van producten zijn over het algemeen niet zichtbaar voor consumenten. Het *eco-label* is een manier voor consumenten om die informatie wel te achterhalen (Brecard et al., 2009). Door consumenten bewuster te maken van de gevolgen van bepaalde aankopen wordt er gestreefd naar meer milieuvriendelijk koopgedrag. Dat vergroot de vraag naar milieuvriendelijke producten, waardoor fabrikanten op hun beurt aangemoedigd worden om die gevraagde milieuvriendelijke producten te produceren. Hierdoor groeit de biologische voedselindustrie. Dat gebeurt in zekere zin al een tijdje. Zo is de biologische voedselproductie in Amerika al enorm gegroeid. In 2001 werd er voor 15 miljard Amerikaanse dollars aan biologisch voedsel verkocht terwijl dat in 2016 is opgelopen naar 90 miljard Amerikaanse dollars (Willer & Lernoud, 2018). Deze groei is gunstig voor de maatschappij aangezien de productie en consumptie van biologisch voedsel beter is voor het milieu en dieren- en mensenwelzijn, dan de productie en consumptie van conventioneel voedsel (info.nu, 2018).

Om de biologische voedselindustrie verder te laten groeien, moeten bedrijven weten hoe verschillende mensen tegen verschillende eigenschappen van biologisch voedsel aankijken. Zo weten we bijvoorbeeld niet of iedereen eenzelfde beeld heeft van een begrip als ‘ecologisch welzijn’. Dat is echter een eigenschap van biologisch voedsel die doorslaggevend kan zijn voor consumenten om een aankoop te doen (Lee & Yun, 2015).

Indien mensen verschillende beelden hebben van een begrip als ecologisch welzijn, spreken we van perceptieverschillen (Lee & Yun, 2015). Zo is het mogelijk dat iemand die opgroeit met biologisch voedsel meer waarde hecht aan ecologisch welzijn dan iemand die niet is aangeleerd aan het milieu te denken. Echter, er is nog weinig onderzoek gedaan naar zulke perceptieverschillen bij biologisch voedsel.

Daarom is het doel van dit onderzoek het uiteenzetten van perceptieverschillen bij verschillende doelgroepen voor een aantal eigenschappen van biologisch voedsel. Met de uitkomsten van dit onderzoek kunnen bedrijven in deze industrie op die perceptieverschillen inspelen,

bijvoorbeeld in marktstrategieën. Met het oog op marktstrategieën is ervoor gekozen om doelgroepen te onderzoeken die markttechnisch gezien te onderscheiden zijn en waarvan de verwachting is dat perceptieverschillen worden gevonden. Zo zijn de doelgroepen ‘jongeren versus ouderen’ en ‘mannen versus vrouwen’ ontstaan.

1.2 Theoretisch kader

Eigenschappen van biologisch voedsel

Zoals in de inleiding benoemd is er binnen de biologische voedselindustrie sprake van groei; biologisch voedsel wordt steeds meer geconsumeerd. Steeds meer mensen kiezen voor producten voorzien van een eco-label. Daar zijn verschillende redenen voor.

Ten eerste vinden Nadricka et al. (2020) met hun onderzoek dat mensen biologische rijst als gezonder ervaren dan conventionele rijst, wat uiteindelijk resulteert in hogere smaakevaluaties. Met andere woorden: biologische rijst wordt lekkerder gevonden dan gewone rijst.

Ten tweede vinden Sörqvist et al. (2015) dat het effect van het eco-label niet alleen van toepassing is op smaakevaluaties maar ook op andere eigenschappen, zoals gezondheidsvoordelen, vitamine- en mineraalgehalten en mentale prestatievoordelen. Makkelijker gezegd toont dit onderzoek aan dat mensen niet alleen voor biologisch voedsel kiezen aan de hand van smaak, maar ook wegens andere factoren (zoals hierboven genoemd).

Lee en Yun (2015) gaan met hun onderzoek nog een stapje verder. Zij hebben niet alleen onderzocht welke percepties mensen hebben voor biologisch voedsel, maar ook hoe die percepties de koopintentie van consumenten beïnvloeden. Hieruit bleek dat de koopintentie van consumenten wordt beïnvloed door hun perceptie van de voedingswaarde, het ecologisch welzijn, zintuigelijke aantrekkingskracht en de prijskenmerken van biologisch voedsel. Dat wil zeggen dat consumenten middels hun percepties voor bovenstaande eigenschappen bepalen of ze een aankoop doen.

Voor het huidige onderzoek zullen perceptieverschillen worden onderzocht voor eigenschappen van biologisch voedsel die in eerdere onderzoeken al naar voren zijn gekomen. Zodoende is met zekerheid te zeggen dat de gekozen eigenschappen echt bij biologisch voedsel horen. Afgeleid uit het onderzoek van Lee en Yun (2015) is besloten de percepties voor de volgende eigenschappen te onderzoeken: voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid. De voedingswaarde betreft de optelsom van de verschillende voedingsstoffen die in het voedsel zitten. De natuurlijke content van voedsel betreft de inhoud van het voedsel afgezien van kunstmatige ingrediënten. Het ecologisch welzijn betreft de mate waarin de productie van het voedsel het welzijn van natuur en dieren aantast. Hoe minder aantasting, hoe hoger het ecologisch welzijn. En de gezondheid van voedsel betreft hoe goed het voedsel is voor de gezondheid van de consument.

Het is wetenschappelijk en maatschappelijk gezien relevant om perceptieverschillen voor deze eigenschappen van biologisch voedsel te onderzoeken, aangezien percepties de houdingen van

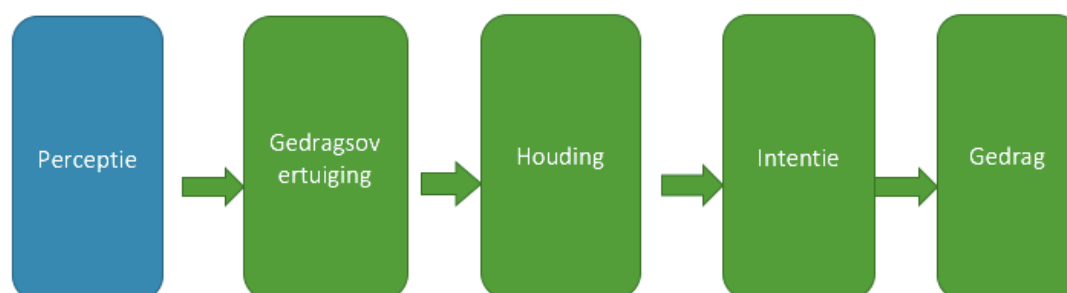
consumenten kunnen voorspellen (Lee & Yun, 2015). Die houdingen beïnvloeden de gedragsintenties om biologische producten te kopen.

Percepties

De zojuist genoemde percepties zijn een belangrijk onderdeel van het proces dat mensen doorlopen om een aankoop te doen. Een perceptie is de wijze waarop mensen een begrip of object waarnemen en interpreteren. Deze percepties zijn volgens de *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991) medeverantwoordelijk voor het vormen van overtuigingen. Hierbij zijn voor dit onderzoek alleen *gedragsovertuigingen* relevant, aangezien het gaat om *koopgedrag*.

De gedragsovertuigingen die iemand heeft worden gevormd door een heleboel determinanten. Zo spelen demografische variabelen en cultuur, maar ook percepties dus een rol bij het vormen van een gedragsovertuiging (Fishbein & Yzer, 2003). Dat komt ook naar voren in het *expectancy-value model of attitudes* (Fishbein & Ajzen, 1975). Men vormt gedragsovertuigingen namelijk door een object te associëren met bepaalde kenmerken of gebeurtenissen (percepties). Die overtuigingen zijn weer verantwoordelijk voor de houdingen die mensen vormen voor dat object. De houding ten opzichte van gedrag wordt gevormd door die kenmerken van een object te koppelen aan een bepaald resultaat. Op deze manier geven we de voorkeur aan gedrag waarvan we denken dat het grotendeels wenselijke consequenties heeft, en vormen we een ongunstige houding ten opzichte van gedrag dat we associëren met ongewenste gevolgen. Aan de hand van de wenselijkheid van de gevolgen bepalen we dus onze intenties.

Makkelijker gezegd zorgen positieve percepties van biologisch voedsel voor positieve houdingen die leiden tot een positieve koopintentie. Daarbij zorgen negatieve percepties van biologisch voedsel voor negatieve houdingen die leiden tot een negatieve koopintentie. De intentie die mensen uiteindelijk aan dit proces overhouden is weer bepalend voor het wel of niet uitvoeren van gedrag (zie Figuur 1). De percepties die mensen hebben van een object zijn dus een belangrijk onderdeel van het aankoopproces.



FIGUUR 1: VAN PERCEPTIE NAAR GEDRAG (AANGEPAST OVERGENOMEN UIT FISHBEIN, M., & YZER, M. C. (2003). USING THEORY TO DESIGN EFFECTIVE HEALTH BEHAVIOR INTERVENTIONS. *COMMUNICATION THEORY*, 13(2), 164-183.

Het is voor bedrijven dus wenselijk dat consumenten positieve percepties hebben voor de producten die dat bedrijf verkoopt. Dat is ook in ander onderzoek geconcludeerd. Zo heeft Beaudreault (2009) gevonden dat we gevoeliger zijn voor advertenties en labels die op onze percepties aansluiten. Dat houdt in dat men meer prikkelbaar is voor advertenties en labels die bevestigen wat ze al denken of vinden. Indien mensen dus positieve percepties hebben van biologisch voedsel, schaffen ze die producten sneller aan. Echter, percepties verschillen per persoon. Daarom is het relevant om perceptieverschillen voor kenmerken van biologisch voedsel te achterhalen. Verschillen in perceptie leiden namelijk tot verschillen in houding en verschillen in houding leiden tot verschillen in koopintentie (Lee & Yun, 2015).

Doelgroepen

Voor bedrijven in de biologische voedselindustrie is het belangrijk om te weten of percepties voor hun producten bij mensen verschillen. Als mensen verschillende percepties hebben, worden ze op verschillende manieren tot consumeren aangezet. Wanneer een groep mensen niet zoveel geeft om de milieuvriendelijkheid van producten maar wel om de voedingswaarde, dan is het niet effectief om deze doelgroep te prikkelen met een milieuvriendelijkheidsaspect op de verpakking. Daarom is het maatschappelijk gezien relevant om te achterhalen hoe verschillende type mensen de verschillende eigenschappen van biologisch voedsel waarnemen. Zodoende kunnen bedrijven hun marktstrategieën hierop aanpassen.

Aangezien in deze studie perceptieverschillen worden onderzocht is het belangrijk dat de onderzochte doelgroepen uit verschillende type mensen bestaan. De verwachting is namelijk dat perceptieverschillen optreden tussen groepen die van elkaar verschillen.

Biologisch voedsel wordt pas sinds de jaren zestig actief geproduceerd in Nederland en is pas sinds de jaren negentig dusdanig populair dat het niet alleen in natuurwinkels wordt verkocht maar ook in reguliere supermarkten (Kooc, 2017). Mensen die voor de jaren negentig zijn geboren zijn dus niet opgevoed met biologisch voedsel en het belang hiervan. Om die reden wordt aangenomen dat de percepties van ouderen (ouder dan 30 jaar) en jongeren (tussen de 16 en 29 jaar) verschillen. Zodoende is de eerste doelgroep die vergeleken wordt jongeren versus ouderen. Voorgaande onderzoeken vinden echter niet altijd ondersteuning voor deze aanname. Zo hebben Bosona en Gebresenbet (2018) in hun onderzoek aangetoond dat leeftijdsverschil tussen mensen geen invloed heeft op hun percepties voor biologisch voedsel. Deze bevinding wordt in dit onderzoek in twijfel getrokken vanwege de aanname dat 30-plussers niet met biologisch voedsel en het belang hiervan zijn opgevoed. Voor dit onderzoek wordt dus verwacht dat leeftijdsverschil wel een rol speelt bij perceptieverschillen omdat de verschillende groepen in hun leven op een andere manier in aanraking komen met biologisch voedsel.

De tweede doelgroep die wordt vergeleken is mannen versus vrouwen. Onderzoek van Bel (2015) heeft namelijk uitgewezen dat vrouwen vaker (69%) biologische producten consumeren dan

mannen (63%). Uit dit onderzoek blijkt dat vrouwen meer aandacht besteden aan hun gezondheid en het milieu, waardoor ze vaker kiezen voor biologisch voedsel. Daarbij wijst onderzoek van Lea en Worsley (2005) uit dat vrouwen over het algemeen positiever denken over biologisch voedsel dan mannen. Datzelfde geldt voor onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018), dat aantoont dat vrouwen een positiever beeld hebben van biologisch voedsel dan mannen. Het is dus relevant om te kijken naar perceptieverschillen binnen deze groepen, dat zou namelijk een verklaring kunnen zijn voor het positievere beeld dat vrouwen hebben.

1.3 Relevantie

Zoals al een aantal keer aan bod is gekomen is het voor bedrijven in de biologische voedselindustrie belangrijk om te weten of percepties voor hun producten bij mensen verschillen. Als mensen verschillende percepties hebben, worden ze op verschillende manieren tot consumeren aangezet. Daarom is het maatschappelijk gezien relevant om te achterhalen hoe verschillende type mensen de verschillende eigenschappen van biologisch voedsel waarnemen. Zodoende kunnen bedrijven hun marktstrategieën hierop aanpassen en hun publiek echt aanspreken op de percepties die ze al hebben. Hiermee kan de biologische voedselindustrie nog groter groeien. Het groter groeien van deze industrie is wenselijk voor de maatschappij, aangezien de productie en consumptie van biologisch voedsel beter is voor het milieu en dieren- en mensenwelzijn, dan de productie en consumptie van conventioneel voedsel (info.nu, 2018).

De wetenschappelijke relevantie zit in het feit dat er weinig onderzoek is gedaan naar perceptieverschillen voor biologisch voedsel. Zo is er in Thailand bijvoorbeeld wel onderzoek naar gedaan, maar wegens cultuurverschillen is dat niet generaliseerbaar (Sangkumchaliang & Huang, 2012). Datzelfde geldt voor Zweeds onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018) en Australisch onderzoek van Lea en Worsley (2005). Daarbij onderzoeken veel van deze studies maar een deel van de aspecten die in dit onderzoek aan bod zullen komen (bijvoorbeeld alleen de verschillen tussen man en vrouw). Er bestaat in Nederland dus een leemte in kennis aangaande dit fenomeen. Dit onderzoek moet die leemte hier opvullen en de bestaande kennis over perceptieverschillen wereldwijd aanvullen.

1.4 Onderzoeksvraag

Het doel van dit onderzoek is het uiteenzetten van perceptieverschillen bij verschillende doelgroepen voor vier eigenschappen van biologisch voedsel. De vraag die daarom centraal staat in dit onderzoek luidt als volgt:

Op welke manier verschillen jongeren van ouderen en mannen van vrouwen met betrekking tot hun percepties van voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid van biologische producten?

Zoals eerder al genoemd heersen er twee verwachtingen omtrent de te onderzoeken perceptieverschillen voor biologisch voedsel. Zo is de eerste verwachting dat de jongere doelgroep meer is grootgebracht met biologisch voedsel en daarom positievere percepties heeft, dan de oudere groep. De verwachting is dat de jongere groep biologisch voedsel van hogere voedingswaarde, hogere natuurlijke content, hoger ecologisch welzijn en hogere gezondheid inschat, dan de oudere groep. Uit deze aanname volgen de volgende hypothesen:

- H1a: Jongeren achten de voedingswaarde van biologisch voedsel hoger dan ouderen.
- H1b: Jongeren achten de natuurlijke content van biologisch voedsel hoger dan ouderen.
- H1c: Jongeren achten het ecologisch welzijn van biologisch voedsel hoger dan ouderen.
- H1d: Jongeren achten de gezondheid van biologisch voedsel hoger dan ouderen.

De tweede verwachting is dat vrouwen positievere percepties hebben van biologisch voedsel dan mannen, omdat bekend is dat vrouwen eerder de neiging hebben te kiezen voor biologisch voedsel (Bel, 2015; Lea & Worsley, 2005; Bosona & Gebresenbet, 2018). Uit deze verwachting volgen de volgende hypothesen:

- H2a: Vrouwen achten de voedingswaarde van biologisch voedsel hoger dan mannen.
- H2b: Vrouwen achten de natuurlijke content van biologisch voedsel hoger dan mannen.
- H2c: Vrouwen achten het ecologisch welzijn van biologisch voedsel hoger dan mannen.
- H2d: Vrouwen achten de gezondheid van biologisch voedsel hoger dan mannen.

2. Methode

2.1 Verantwoording

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd waarbij datacollectie plaatsvond middels online-vragenlijsten. De keuze voor deze methode was tweeledig. Ten eerste sloot deze methode aan op de onderzoeksvraag, die hiermee naar verwachting te beantwoorden was. Daarbij was het een goede manier om de variabelen te meten. Ten tweede was deze methode online uitvoerbaar wat noodzakelijk was wegens COVID-19.

2.2 Participanten

Aan dit onderzoek hebben in totaal 117 participanten deelgenomen. Er zijn 8 deelnames verwijderd omdat deze participanten voortijdig zijn gestopt, of de vragenlijst niet serieus hebben ingevuld. Dat was af te leiden aan de hand van de snelheid waarmee de vragenlijst was doorlopen. De gemiddelde tijd die deelnemers nodig hadden voor het voltooien van de vragenlijst was 5 minuten. Om die reden zijn de responses verwijderd van alle deelnemers die in minder dan anderhalve minuut door de vragenlijst gingen. Verder werden responses verwijderd waarbij participanten voor alle 20 stellingen hetzelfde antwoord gaven.

Er werd gestreefd naar ongeveer honderd participanten voor dit onderzoek, zodat er na het opsplitsen van de doelgroepen genoeg mensen over bleven per groep. Uiteindelijk bleken 109 responses bruikbaar voor dit onderzoek.

De participanten zijn verworven via een oproep op sociale media. De leeftijd van de deelnemers lag tussen de 17 en 78 jaar (om de doelgroep jongeren en ouderen tegenover te kunnen zetten). Hierbij werden alle 30-plussers tot ouderen gerekend, om de verdeling tussen jongeren en ouderen gelijk te houden. De verdeling tussen mannelijke en vrouwelijke respondenten was gelijk (om de doelgroepen man en vrouw tegenover elkaar te kunnen zetten). De deelnemersgroep geeft een realistisch beeld van de daadwerkelijke marktgroep van de biologische voedselindustrie.

2.3 Design

Voor dit experiment is een 2x2-design gehanteerd, waarbij sprake was van twee verschillende leeftijdsgroepen en twee verschillende gendergroepen. De responses zijn per doelgroep vergeleken. Elke deelnemer ontving dus dezelfde vragenlijst.

De afhankelijke variabelen waren de percepties voor voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid. De onafhankelijke variabelen in dit onderzoek waren leeftijd en gender.

De schaal voor het meten van *voedingswaarde* was betrouwbaar (vijf items; $\alpha = .757$). De gebruikte stellingen voor deze schaal zijn te vinden in bijlage 7.2.1. Voor de schaal *natuurlijke content* zijn vier stellingen gebruikt (zie bijlage 7.2.2). Deze schaal was betrouwbaar (vier items; $\alpha = .827$). Voor de schaal *ecologisch welzijn* zijn zes stellingen gebruikt (zie bijlage 7.2.3). Deze schaal was betrouwbaar (zes items; $\alpha = .825$). Tot slot zijn voor de schaal *gezondheid* vijf stellingen gebruikt (zie bijlage 7.2.4). Deze schaal was betrouwbaar (zes items; $\alpha = .861$).

Al deze stellingen zijn afgeleid uit verschillende bestaande onderzoeken. De resulterende complete vragenlijst (zie bijlage 7.2) was betrouwbaar (twintig items; $\alpha = .886$).

2.4 Materiaal

Het materiaal in dit onderzoek bestond uit een vragenlijst met twintig 7-puntsschaalvragen, die inzicht gaven in de percepties van de participanten voor de vier eigenschappen van biologisch voedsel. Deze vragenlijsten zijn afgeleid uit onderzoek van Lee en Yun (2015), Steptoe et al. (1995) en Lindeman en Vanaanen (2000). Verder bevatte de vragenlijst een demografisch onderdeel om gegevens te verzamelen voor de onderverdeling van de doelgroepen.

De vragenlijst is gemaakt met het programma Qualtrics. De vragenlijst begon met een instructieblad waarop een korte introductie werd gegeven van de aard van het onderzoek en de rechten van de participant (zie bijlage 7.1.2). Vervolgens kregen de deelnemers een korte instructie over hoe de vragenlijst ingevuld diende te worden (zie bijlage 7.1.3). Hierna volgde de daadwerkelijke vragenlijst (zie bijlage 7.2).

Alle afhankelijke variabelen zijn gemeten middels een 7-punts Likert-schaal met antwoordopties variërend van ‘heel erg oneens’ (1) tot ‘heel erg eens’ (7). Middels deze stellingen konden de percepties van deelnemers gemeten worden. De stellingen werden per afhankelijke variabele weergegeven, echter werd deze variabele niet benoemd in de vragenlijst. Om percepties van voedingswaarde te meten werden er stellingen gebruikt als: “Biologisch voedsel is voedzaam.” Om percepties van natuurlijke content te meten werden er stellingen gebruikt als: “Biologisch voedsel is weinig bewerkt.” Om percepties van ecologisch welzijn te meten werden er stellingen gebruikt als: “Biologisch voedsel is milieuvriendelijk.” En om percepties van gezondheid te meten werden er stellingen gebruikt als: “Biologisch voedsel is goed voor mijn lichaam.”

De stellingen zijn telkens per construct gerandomiseerd zodat er geen volgorde-effect kon optreden. De vragenlijst eindigde met een afsluitende tekst waarin het doel van dit onderzoek werd aangekaart en een bedankje stond (bijlage 7.1.4).

2.5 Procedure

De participanten zijn via sociaal medium Whatsapp verzameld middels een persoonlijk bericht met daarin een link naar de Qualtrics vragenlijst (zie Bijlage 7.1.1). De eerste vragenlijsten werden op 1 december 2020 afgenomen en de laatste op 11 december 2020. Het voltooien van de vragenlijst duurde ongeveer 5 minuten. Elke participant werd gevraagd om stellingvragen te beantwoorden door telkens aan te geven wat het meest van toepassing was voor hen. Na het beantwoorden van de stellingvragen werd de vragenlijst teruggestuurd naar Qualtrics waardoor de resultaten zichtbaar werden. Vanuit Qualtrics is de data overgezet naar het statistiek programma SPSS.

2.6 Data-analyse

Er is voor dit onderzoek een kwantitatieve analyse uitgevoerd middels IBM SPSS Statistics 26. Allereerst is er een frequentietabel gemaakt om de leeftijds- en genderverdeling vast te stellen. Daarna is voor alle afhankelijke variabelen de betrouwbaarheid (Cronbach's alpha) berekend. Vervolgens zijn de responses van de deelnemers per doelgroep met elkaar vergeleken via een Factorial MANOVA. Dit houdt in dat groepen vergeleken werden op zowel meerdere afhankelijke als meerdere onafhankelijke variabelen, in één keer. Voor dit onderzoek is met de Factorial MANOVA dus gekeken of verschillende leeftijden en verschillende genders (onafhankelijke variabelen) verschillen in hun percepties voor voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid (afhankelijke variabelen).

3. Resultaten

De resultaten voor dit onderzoek zijn vergaard middels een kwantitatieve analyse in SPSS. Aan het onderzoek hebben 109 mensen deelgenomen, waarvan 56 jongeren en 53 ouderen. Verder namen er 51 mannen en 58 vrouwen deel. Tabel 1 en 2 geven de gemiddelden en standaarddeviaties van de stellingclusters per type deelnemer weer.

Tabel 1

Gemiddelden en standaarddeviaties van de 7-puntsschaalvragen, per stellingcluster en leeftijdscategorie.

	Leeftijdscategorie	Gemiddelde	SD
Voedingswaarde	Jong	25.03	4.49
	Oud	23.17	4.40
Natuurlijke content	Jong	20.72	4.42
	Oud	21.33	4.30
Ecologisch welzijn	Jong	28.86	5.50
	Oud	28.67	5.57
Gezondheid	Jong	23.65	3.92
	Oud	24.75	4.40

Tabel 2

Gemiddelden en standaarddeviaties van de 7-puntsschaalvragen, per stellingcluster en geslacht.

	Geslacht	Gemiddelde	SD
Voedingswaarde	Man	24,45	4.09
	Vrouw	23.76	4.79
Natuurlijke content	Man	20.56	4.85
	Vrouw	21.48	3.87
Ecologisch welzijn	Man	26.78	6.69
	Vrouw	30.75	4.38
Gezondheid	Man	23.81	3.38
	Vrouw	24.59	3.91

De gemiddelde verkregen scores per variabele wijzen uit dat de deelnemers over het algemeen niet hele uitgesproken percepties hebben van biologisch voedsel. De gemiddelde scores (zie Tabel 1 en Tabel 2) liggen veelal in het midden tussen de twee uitersten (heel erg oneens – heel erg eens). Men

blijft in het midden hangen qua percepties. Dat houdt in dat veel van de participanten niet heel positief denken over biologisch voedsel, maar ook niet heel negatief.

Om de hypothesen te toetsen is een Factorial MANOVA uitgevoerd. Hieruit blijkt dat er een significant verschil is gevonden voor geslacht en voor leeftijdscategorie. Er is dus sprake van enkele hoofdeffecten. Uit de Factorial MANOVA blijkt ook dat er geen significant effect optreedt voor een interactie tussen geslacht en leeftijd ($F(4,102) = .84, p = .503$). Er is dus geen sprake van interactie-effect, er zijn geen wisselwerkingen tussen de verschillende variabelen.

Om hypothese 1 te toetsen zijn de variabelen voedingswaarde (a), natuurlijke content (b), ecologisch welzijn (c) en gezondheid (d) vergeleken voor de groep jongeren versus ouderen. Uit de Factorial MANOVA blijkt dat er een significant verschil is tussen deze groepen ($F(4,102) = 4,37, p < .05$).

De univariate tests laten zien dat deze groepen op de variabele voedingswaarde verschillen ($F(1,105) = 4.61, p < .05$). Hierbij wordt H1a aangenomen. Er blijkt uit de resultaten dat jongeren positievere percepties hebben voor biologisch voedsel als het aankomt op de voedingswaarde van dit voedsel. Jongeren gaan er dus meer vanuit dat biologisch voedsel een goede voedingswaarde heeft dan ouderen.

Deze groepen verschillen echter niet op de variabele natuurlijke content ($F(1,105) = .50, p = .480$). H1b wordt dus verworpen. Datzelfde geldt voor de variabele ecologisch welzijn ($F(1,105) = .03, p = .864$). H1c wordt dus ook verworpen. En voor de variabele gezondheid wordt ook geen significant verschil gevonden ($F(1,105) = 1.81, p = .182$). H1d wordt dus ook verworpen. Voor deze variabelen lopen de resultaten dus niet genoeg uiteen om te kunnen zeggen dat de ene groep andere percepties heeft dan de ander.

Om hypothese 2 te toetsen zijn de variabelen voedingswaarde (a), natuurlijke content (b), ecologisch welzijn (c) en gezondheid (d) vergeleken voor de groep mannen versus vrouwen. Uit de Factorial MANOVA blijkt dat er sprake is van een significant verschil tussen mannen en vrouwen ($F(4,102) = 4.46, p < .05$).

De univariate tests laten zien dat deze groepen op ecologisch welzijn verschillen ($F(1,105) = 13.36, p < .001$). H2c wordt dus aangenomen. Er blijkt uit de resultaten dat vrouwen positievere percepties hebben voor biologisch voedsel als het aankomt op de eigenschap ecologisch welzijn. Vrouwen gaan er dus meer vanuit dat biologisch eten goed is voor milieu en dierenwelzijn dan mannen.

Deze groepen verschillen echter niet op de variabele voedingswaarde ($F(1,105) = .63, p = .429$). H2a wordt dus verworpen. Datzelfde geldt voor de variabele natuurlijke content ($F(1,105) = 1.15, p = .286$). H2b wordt ook verworpen. En wederom wordt er voor de variabele gezondheid ook geen significant verschil gevonden ($F(1,105) = .94, p = .334$). H2d wordt dus ook verworpen. Voor

deze variabelen lopen de resultaten dus niet genoeg uiteen om te kunnen zeggen dat de ene groep andere percepties heeft dan de ander.

Aan de hand van de resultaten kan dus gezegd worden dat er verschillen zijn opgetreden tussen de doelgroepen. Zo hebben jongeren positievere percepties van de voedingswaarde van biologisch voedsel dan ouderen. Waardoor H1a kan worden aangenomen. Verder hebben vrouwen positievere percepties van het ecologisch welzijn dan mannen, waardoor H2c kan worden aangenomen. Voor de overige variabelen en hypothesen is echter geen ondersteuning gevonden.

4. Discussie

Dit onderzoek levert een bijdrage aan het onderzoek naar perceptieverschillen voor biologisch voedsel. Uit kwantitatief onderzoek is gebleken dat jongeren en vrouwen positievere percepties hebben voor sommige eigenschappen van biologisch voedsel dan ouderen en mannen. Dat geldt echter enkel voor specifieke eigenschappen van biologisch voedsel. Zo blijkt er uit de resultaten dat de percepties van jongeren en ouderen verschillen als het aankomt op de voedingswaarde van biologisch voedsel. Jongeren hebben een positiever beeld van de voedingswaarde dan ouderen. H1a: Jongeren achten de voedingswaarde biologisch voedsel hoger dan ouderen, is aangenomen. Daarbij blijkt ook dat de percepties van mannen en vrouwen verschillen als het aankomt op het ecologisch welzijn van biologisch voedsel. Vrouwen hebben een positiever beeld van ecologisch welzijn dan mannen. H2c: Vrouwen achten het ecologisch welzijn van biologisch voedsel hoger dan mannen, is ook aangenomen. Verder is in de resultaten naar voren gekomen dat mensen een vrij algemeen beeld hebben van biologisch voedsel. De scores die de deelnemers hebben gegeven aan de eigenschappen van biologisch voedsel zijn telkens vrij gemiddeld. Men heeft dus geen extreem uitgesproken beeld over of biologisch voedsel wel of niet goed is.

Opvallend aan de resultaten is dat er bij beide doelgroepen maar voor één van de eigenschappen een duidelijk perceptieverschil is gevonden en dat die eigenschap per doelgroep verschilde. Dat jongeren positievere percepties hebben van voedingswaarde dan ouderen is aan de hand van theorieën moeilijk te verklaren. In dit onderzoek werd aangenomen dat jongeren positievere percepties zouden hebben van alle eigenschappen van biologisch voedsel. Waarom dat uiteindelijk alleen voor voedingswaarde gold, is onduidelijk. Er zijn niet eerder vergelijkbare resultaten gevonden. Zodoende is dat een interessante kwestie voor vervolgonderzoek.

Dat vrouwen positievere percepties hebben voor ecologisch welzijn dan mannen is echter wel te verklaren. Zo heeft onderzoek van Bel (2016) al eens uitgewezen dat vrouwen meer biologisch voedsel consumeren dan mannen, omdat vrouwen meer aandacht besteden aan onder andere het milieu. De bevinding dat vrouwen positievere percepties hebben voor ecologisch welzijn dan mannen, sluit hierop aan. Deze perceptieverschillen zijn een mogelijke verklaring voor de aankoopverschillen. Dat verklaart ook deels waarom dit effect bij de jongeren versus ouderen groep niet optrad, er hebben namelijk iets meer jonge mannen deelgenomen dan jonge vrouwen.

Het doel van dit onderzoek was het uiteenzetten van perceptieverschillen bij verschillende doelgroepen voor vier eigenschappen van biologisch voedsel. Met de resultaten van dit onderzoek kunnen bedrijven in deze industrie inspelen op de gevonden perceptieverschillen. Zo is dankzij dit onderzoek duidelijk dat bedrijven bij hun marktstrategieën voor jongeren het beste op de voedingswaarde van biologisch voedsel kunnen inspelen, aangezien ze daar een aanzienlijk positiever beeld van hebben dan ouderen. Daarbij weten bedrijven dankzij dit onderzoek ook dat ze nog winst

kunnen behalen voor de eigenschappen natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid van biologisch voedsel. Er kan meer nadruk worden gelegd op deze eigenschappen en het belang ervan, in reclames bijvoorbeeld. Zodoende zouden de percepties van zowel jongeren als ouderen positiever kunnen worden. Want voor de oudere doelgroep is duidelijk dat ze voor geen van de eigenschappen echt hele uitgesproken percepties hebben.

Verder is dankzij dit onderzoek ook duidelijk dat bedrijven bij hun marktstrategieën voor vrouwen het beste op het ecologisch welzijn van biologisch voedsel kunnen inspelen. Dit onderzoek toonde, net als voorgaande onderzoeken, aan dat vrouwen voor dit aspect positievere percepties hebben dan mannen. Daarbij weten bedrijven dankzij dit onderzoek ook dat er nog winst te behalen valt voor de eigenschappen voedingswaarde, natuurlijke content en gezondheid van biologisch voedsel. Er kan meer nadruk worden gelegd op deze eigenschappen en het belang ervan, in reclames bijvoorbeeld. Zodoende kunnen de percepties van zowel vrouwen als mannen nog positiever worden. Voor de mannelijke doelgroep is namelijk duidelijk dat ze voor geen van de eigenschappen echt hele uitgesproken percepties hebben.

Al met al kan er voor de eigenschappen natuurlijke content en gezondheid voor alle type mensen nog winst behaald worden. De resultaten van dit onderzoek wijzen uit dat geen van de doelgroepen hier uitgesproken percepties van heeft. Aan de hand van deze gegevens kunnen bedrijven ervoor kiezen om deze eigenschappen buiten beschouwing te houden, omdat mensen er weinig waarde aan hechten. Daarentegen kunnen bedrijven er ook voor kiezen om juist meer aandacht te besteden aan deze eigenschappen, zodat consumenten er meer waarde aan zullen hechten in de toekomst. Het belang van deze eigenschappen kan bijvoorbeeld explicieter worden uitgesproken in reclames of marketingacties. Het belang van biologisch voedsel in het algemeen kan ook explicieter worden aangeduid in de marketingacties van bedrijven in deze industrie. Sommige deelnemers hebben na voltooiing van de vragenlijst namelijk reacties achter gelaten. Veel van deze mensen gaven aan weinig te weten over biologisch voedsel en het belang ervan. Ook gaven veel deelnemers aan dat het invullen van de vragenlijst een van de eerste keren waren dat ze echt goed nadachten over hun percepties van biologisch voedsel.

Dit onderzoek geeft tot op zekere hoogte ondersteuning aan voorgaande onderzoeken. Zo vonden eerdere onderzoeken ook verschillen tussen mannen en vrouwen, waarbij vrouwen telkens positievere evaluaties hadden dan mannen (Bel, 2016; Bosona & Gebresenbet, 2018; Lea & Worsley, 2005). Het verschil tussen jongeren en ouderen is te verklaren aan de hand van de aanname dat jongeren meer zijn opgegroeid met biologisch voedsel dan ouderen. Zodoende kan er gedacht worden dat jongeren meer weten van biologisch voedsel en het belang ervan en het daarom positiever inschatten dan ouderen.

Dat is echter niet in overeenkomst met alle voorgaande onderzoeken. Zo vond het onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018) juist dat er geen verschillen bestaan tussen jongeren en ouderen. Een verklaring voor de tegenspraak tussen deze onderzoeken is dat de leeftijdsgrenzen in het huidige

onderzoek en het onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018) slecht vergelijkbaar zijn. In het huidige onderzoek werden alle 30-plussers tot ouderen gerekend om de verhouding tussen jong en oud gelijk te houden. Zo deden er 56 jongeren en 53 ouderen mee. In het huidige onderzoek wordt 61% van de deelnemers dus als jong beschouwd. Aan het onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018) deden honderd mensen mee waarvan er minder dan twintig deelnemers tussen de 18 en 34 jaar oud waren. Dat betekent dat bij Bosona en Gebresenbet (2018) ongeveer 20% van de deelnemers in dezelfde leeftijdscategorie zit als 61% van de deelnemers in het huidige onderzoek. Zodoende kan het zijn dat er in het andere onderzoek geen effecten zijn gevonden omdat die groep te klein was. Om dit met zekerheid te kunnen bestempelen zal echter nader onderzoek moeten worden uitgevoerd. Dit vervolgonderzoek zou bijvoorbeeld alleen op leeftijdsverschil kunnen focussen. Bij vervolgonderzoek moeten er ook grotere groepen deelnemen in plaats van de kleine aantallen uit het onderzoek van Bosona en Gebresenbet (2018). Het ontwerp van de vragenlijst zou wel hetzelfde kunnen blijven als in het huidige onderzoek. Bij de resultaten kan dan specifiekere gekeken worden voor welke eigenschappen van biologisch voedsel er wel of geen verschil optreedt. Als hier meer onderzoek naar gedaan wordt kan er meer duidelijkheid geboden worden over deze verschillen.

Dit onderzoek kent een aantal beperkingen. Zo is gebleken dat de vragenlijst vrij kort was. De participanten zijn over het algemeen vrij snel door de vragenlijst gegaan. Het kan dus zijn dat sommige deelnemers niet lang genoeg bij elke stelling hebben stilgestaan. Mogelijk zijn de percepties van sommige deelnemers toch anders dan ze nu hebben ingevuld omdat ze er niet genoeg over na hebben gedacht. Daarnaast hebben er misschien te weinig mensen deelgenomen aan het onderzoek. Hoe groter de participanten groep hoe meer generaliserend de uitspraken over de resultaten zijn. Met 109 deelnemers is wellicht nog niet te garanderen dat wat in dit onderzoek gevonden is voor heel Nederland geldt.

Verdere logische stappen voor vervolgonderzoek zijn dan ook bovenstaande beperkingen aanpakken. Toekomstig onderzoek naar perceptieverschillen kan de tijds kwestie verbeteren door deelnemers aan te sporen langer na te denken over hun percepties. Bijvoorbeeld door in de instructie explicieter aan te duiden dat de deelnemers alle tijd hebben en goed over hun antwoorden mogen nadenken. Verder zou vervolgonderzoek grootschaliger kunnen om meer deelnemers te verwerven, zodat er meer generaliserende uitspraken kunnen worden gedaan. Daarbij is het zoals eerder al genoemd ook zaak om meer onderzoek te doen naar de perceptieverschillen tussen jongeren en ouderen. Ook kan er in vervolgonderzoek gekeken worden naar waarom jongeren en ouderen specifiek voor de eigenschap voedingswaarde verschillende percepties hebben.

5. Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om de perceptieverschillen voor eigenschappen van biologisch voedsel uiteen te zetten voor de groepen jongeren versus ouderen en mannen versus vrouwen.

Zodoende moest dit onderzoek een antwoord formuleren op de volgende onderzoeksvraag: *“Op welke manier verschillen jongeren van ouderen en mannen van vrouwen met betrekking tot hun percepties van voedingswaarde, natuurlijke content, ecologisch welzijn en gezondheid van biologische producten?”* Deze vraag is geprobeerd te beantwoorden door een vragenlijst af te nemen die de percepties van deelnemers meet. Aan de hand van een kwantitatieve analyse zijn deze percepties voor de groepen jongeren versus ouderen en mannen versus vrouwen vergeleken.

Ondanks het feit dat dit onderzoek een aantal beperkingen heeft is het gelukt om deze perceptieverschillen te achterhalen en dus deze onderzoeksvraag te beantwoorden. Zo blijkt er uit de resultaten dat de percepties van jongeren en ouderen verschillen als het aankomt op de voedingswaarde van biologisch voedsel. Jongeren hebben een positiever beeld van de voedingswaarde dan ouderen. Daarbij blijkt ook dat de percepties van mannen en vrouwen verschillen als het aankomt op het ecologisch welzijn van biologisch voedsel. Vrouwen hebben een positiever beeld van ecologisch welzijn dan mannen.

Dit betekent dat de biologische voedselindustrie aan de hand van deze resultaten kan inspelen op bovenstaande verschillen in hun markt- of reclamestrategieën. Zodoende kan deze industrie nog groter groeien dan hij al is. Dat is gunstig voor de maatschappij omdat biologisch voedsel milieu- en diervriendelijker is dan conventioneel voedsel (info.nu, 2018). In het licht van de huidige milieuproblemen is het dus wenselijk dat mensen milieuvriendelijker gaan eten. Verder draagt dit onderzoek bij aan de wetenschap door de leemte omtrent onderzoek naar perceptieverschillen voor biologisch voedsel in Nederland teniet te doen.

6. Literatuurlijst

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Auteur onbekend, (2017, augustus, 25). *Wat is biologisch voedsel en waar komt het vandaan?* Kooc.nl. Laatst geraadpleegd op 20 oktober 2020 via: [https://www.kooc.nl/blogs/blog/wat-is-biologisch-voedsel-en-waarom-kiest-kooc-voo/](https://www.kooc.nl/blogs/blog/wat-is-biologisch-voedsel-en-waarom-kiest-kooc-vo/)
- Beaudreault, A. R. (2009). Natural: Influences of students' organic food perceptions. *Journal of Food Products Marketing*, 15(4), 379-391
- Bel, S. (2016). Biologische voeding. In: T. Lebacqz, & E. Teppers (Eds.), *Voedselconsumptiepeiling 2014-2015 Rapport 1* (pp. 315- 332). WIV-ISP Brussel.
- Bosona, T., & Gebresenbet, G. (2018). Swedish consumers' perception of food quality and sustainability in relation to organic food production. *Foods*, 7(4), 54
- Brécard, D., Hlaimi, B., Lucas, S., Perraudeau, Y., & Salladarré, F. (2009). Determinants of demand for green products: An application to eco-label demand for fish in Europe. *Ecological economics*, 69(1), 115-125.
- Fishbein, M., & Yzer, M. C. (2003). Using theory to design effective health behavior interventions. *Communication theory*, 13(2), 164-183.
- Infonu.nl, (2018, maart, 3). *Biologische voeding: gezond biologisch eten*. Mens-en gezondheid.infonu.nl. Laatst geraadpleegd op 2 januari 2021 via: <https://mens-en-gezondheid.infonu.nl/gezonde-voeding/164879-biologische-voeding-gezond-biologisch-eten.html>
- Lea, E., & Worsley, T. (2005). Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British food journal*.
- Lee, H. J., & Yun, Z. S. (2015). Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. *Food quality and preference*, 39, 259-267.
- Lindeman, M., & Vaananen, M. (2000). Measurement of ethical food choice motives. *Appetite*, 34(1), 55-59.
- Nadricka, K., Millet, K., & Verlegh, P. W. (2020). When organic products are tasty: Taste inferences from an Organic= Healthy Association. *Food Quality and Preference*, 83, 103896.
- Sangkumchaliang, P., & Huang, W. C. (2012). Consumers' perceptions and attitudes of organic food products in Northern Thailand. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15(1030-2016-82915), 87-102.
- Sörqvist, P., Haga, A., Langeborg, L., Holmgren, M., Wallinder, M., Nöstl, A., ... & Marsh, J. E. (2015). The green halo: Mechanisms and limits of the eco-label effect. *Food quality and preference*, 43, 1-9.
- Step toe, 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.

Willer, H., & Lernoud, J. (2019). *The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends 2019*, Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick and IFOAM Organics International.

7. Bijlagen

7.1 Instruerende teksten voor deelname onderzoek

7.1.1 Tekst voor persoonlijk bericht

Hallo ...! Via deze weg wil ik je benaderen om mee te doen aan een onderzoek voor mijn bachelor-eindwerkstuk. Dit onderzoek richt zich op de ideeën die mensen hebben over biologisch voedsel. Meedoen aan dit onderzoek kan met een leeftijd vanaf 16 jaar. Het onderzoek bestaat uit het invullen van een vragenlijst en zal ongeveer 10 minuten duren. Deelnemen kan via onderstaande link. Alvast bedankt!

7.1.2 Tekst op introductie pagina van de vragenlijst en toestemmingsverklaring

Beste participant,

In het kader van de afronding van mijn bacheloropleiding Communicatie- en informatiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht voer ik een onderzoek uit. Hartelijk dank dat u hieraan mee wil werken!

Dit onderzoek heeft betrekking op de ideeën die mensen hebben over biologisch voedsel. Dit onderzoek bestaat daarom uit een korte vragenlijst over verschillende eigenschappen van biologisch voedsel.

Deelname aan dit onderzoek is volledig anoniem, u hoeft geen naam achter te laten. De gegevens die bij dit onderzoek verkregen worden zullen enkel en alleen voor mijn bachelor-eindwerkstuk worden gebruikt en dus niet worden verstrekt aan derden. Daarbij is deelname aan dit onderzoek volledig vrijwillig en mag u uw deelname, als u niet tevreden bent, op elk gewenst moment beëindigen. Deelname aan dit onderzoek brengt geen risico's of ongemakken met zich mee. De antwoorden op de vragen van dit onderzoek worden met de grootst mogelijke vertrouwelijkheid behandeld.

Klik op "volgende" als u vindt dat u voldoende geïnformeerd bent en akkoord gaat met uw deelname. De instructie voor het maken van de vragenlijst vindt u op de volgende pagina.

7.1.3 Instructie voor aanvang vragenlijst

Op de volgende pagina zal u zo'n 20 stellingen vinden met betrekking tot biologisch voedsel. Het is de bedoeling dat u per stelling aangeeft in hoeverre u het met de stelling eens bent. Antwoorden kunnen variëren op een schaal van 1- totaal niet eens tot 7- volledig eens. Vul uw antwoorden zo eerlijk mogelijk in.

Belangrijk bij de interpretatie van de stellingen is dat u van het algemene uitgaat. Het kan zijn dat u thuis weinig biologisch voedsel eet, maar alsnog van mening bent dat het milieuvriendelijker is dan conventioneel voedsel. Het gaat bij dit onderzoek puur om de ideeën die u over biologisch voedsel heeft en dus niet de acties die u daadwerkelijk uitvoert. Daarbij gaat het ook om de ideeën voor alle vormen van biologisch voedsel (dus niet specifiek over biologisch vlees of biologische rijst bijvoorbeeld).

7.1.4 Tekst na afloop deelname

Dat was de vragenlijst. Het idee achter dit onderzoek is dat mensen hele verschillende ideeën kunnen hebben over biologisch voedsel en het belang hiervan. Met dit onderzoek wil ik die verschillen tussen de percepties van mensen achterhalen.

Mocht u in het onderzoek iets zijn tegen gekomen waarover u vragen of opmerkingen heeft mag u mij altijd een mailtje sturen. Gebruik daarvoor het volgende mailadres: l.r.vansurksun@students.uu.nl

Nogmaals ontzettend bedankt voor uw deelname!

7.2 De vragenlijst

Notitie: hierbij heeft het eerste groepje stellingen betrekking tot voedingswaarde, het tweede groepjes tot natuurlijke content, het derde groepje tot ecologisch welzijn en het vierde groepje tot gezondheid.

7.2.1

Geef op een schaal van 1- heel erg oneens tot 7- heel erg eens aan in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen.

Biologisch voedsel bevat veel vitamines en mineralen

Biologisch voedsel houdt me gezond

Biologisch voedsel is voedzaam

Biologisch voedsel bevat veel eiwitten

Biologisch voedsel bevat veel koolhydraten

7.2.2

Biologisch voedsel bevat geen toevoegingen

Biologisch voedsel bevat natuurlijke ingrediënten

Biologisch voedsel bevat geen kunstmatige ingrediënten

Biologisch voedsel is weinig bewerkt

7.2.3

Biologisch voedsel is geproduceerd op een manier die het evenwicht van de natuur niet heeft aangetast

Biologisch voedsel wordt op een milieuvriendelijke manier verpakt

Biologisch voedsel wordt op een milieuvriendelijke manier bereid

Biologisch voedsel is zo geproduceerd dat dieren een goed leven hebben gehad

Biologisch voedsel is geproduceerd op een manier waarbij de rechten van dieren worden gerespecteerd

Biologisch voedsel is milieuvriendelijk

7.2.4

Biologisch voedsel is goed voor mijn lichaam

Biologisch voedsel is goed voor mijn spijsvertering

Biologisch voedsel is rijk aan vezels

Biologisch voedsel bevat belangrijke voedingsstoffen

Biologisch voedsel is gezond

7.2.5 Demografische gegevens

Wat is uw geslacht?

Antwoordopties → Man, vrouw of *anders* (indien mensen deze optie kiezen niet meenemen in het onderzoek).

Wat is uw leeftijd?

Getal invullen

Wat is uw hoogst genoten opleiding?

Antwoordopties → mavo, havo, vwo, MBO, HBO, WO, anders.