

Onderzoek 'De Eerste Bio-keuze'

Rapport Ipsos I&O



www.ipsos-publiek.nl

Colofon

Uitgave

Ipsos I&O

Amstelveenseweg 760
1081 JK Amsterdam

Rapportnummer

180

Datum

september 2026

Opdrachtgever

Ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur

Auteurs

Jord van Beek

Copyright

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Aanleiding & doelstelling	5
1.2	Onderzoeksverantwoording	5
2	Conclusies	8
3	Biologisch kopen	10
4	Eerste bio-keuzes	19
5	EU-biologisch keurmerk	27
Bijlage A: Achtergrondgegevens		30
Bijlage B: Gebruikte vragenlijst		31

Inleiding

1 Inleiding

1.1 Aanleiding & doelstelling

De najaarscampagne voor Biologisch Voedsel start op 12 oktober 2026 en richt zich op de bewuste koper: consumenten die positief staan tegenover biologisch, maar niet structureel voor biologische producten kiezen. De communicatie verschuift van een brede waardenboodschap naar een concrete productkeuze: welk product kies je biologisch, waarom, en wat levert dat op?

Dienst Publiek en Communicatie heeft, namens het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) aan Ipsos I&O Publiek gevraagd om een kwantitatief communicatieonderzoek uit te voeren naar “De Eerste Bio-keuze” – van welk alledaags product zouden Nederlanders als eerste kiezen voor de biologische variant?

Het doel van het communicatieonderzoek is om in kaart te brengen welk product de meest logische eerste Bio-keuze is voor Nederlanders en welke redenen en barrières daarbij meespelen.

De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek is:

"Van welk alledaags product (met specifieke focus op de start van de dag/ontbijt, maar ook opties voor lunch en avondeten) zouden Nederlandse consumenten als eerste kiezen voor biologisch, en waarom?"

Om deze vraag te beantwoorden zijn ook een aantal deelvragen opgesteld:

- In hoeverre letten Nederlanders op het kopen van Biologisch voedsel?
- Wat zijn de belangrijkste redenen om voor biologisch eten te kiezen? En welke rol spelen kinderen daarbij?
- Wat zijn de belangrijkste drempels om vaker biologisch te kopen en hoe kunnen deze drempels worden weggenomen?
- Van welke producten zouden Nederlanders bij het ontbijtmoment als eerste kiezen voor een biologische variant en waarom? En hoe zit dat bij andere maaltijden?
- Wat is de kans dat Nederlanders hun Bio-keuze ook daadwerkelijk doorvoeren bij de volgende keer dat zij boodschappen doen?
- Herkennen Nederlanders het EU-biologisch keurmerk? Letten zij hierop bij het kopen van producten en weten ze eigenlijk wel wat het inhoudt?

De resultaten van het onderzoek (kunnen) worden gebruikt voor het ontwikkelen van passend campagnemateriaal en kan dienen als input voor persberichten, factsheets en visuele content.

1.2 Onderzoeksverantwoording

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online kwantitatieve vragenlijst (zie Bijlage B). De respondenten voor dit onderzoek zijn benaderd via het I&O Research Panel. Hiervoor is een steekproef van 600 panelleden per provincie getrokken (7.200 in totaal), representatief per provincie op de kenmerken geslacht, leeftijd (18+) en opleidingsniveau. De dataverzameling vond plaats van 11 tot en met 21 september 2026. In totaal hebben 4.045 respondenten volledig aan het onderzoek deelgenomen.

Op de netto steekproef zijn twee losse wegingen toegepast: eentje op landelijk niveau en eentje op provinciaal niveau. Zodoende zijn de uitkomsten in de figuren representatief voor inwoners van Nederland op kenmerken: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en provincie. Waar provincies onderling met elkaar worden vergeleken, is de weging op provinciaal niveau toegepast en is iedere provincie afzonderlijk representatief op leeftijd, geslacht en opleidingsniveau.

Om de leesbaarheid te vergroten spreken we in het rapport over ‘Nederlanders’, maar het gaat hier dus alleen over Nederlanders van 18 jaar en ouder. Significante verschillen op basis van achtergrondkenmerken worden in de tekst beschreven. In de figuren tellen de percentages niet altijd precies op tot 100% vanwege afronding.

Conclusies

2 Conclusies

Over het algemeen zijn Nederlanders bewust bezig met hun voedselkeuzes, maar kiezen zij daarbij meestal niet voor de biologische variant van eten en drinken. Als zij hier wel voor kiezen, dan gaat het meestal om groenten, eieren of fruit. Een belangrijke kanttekening hierbij is dat hierbij geen onderscheid wordt gemaakt tussen of iemand het product niet-biologisch koopt of helemaal niet koopt. Zo zal iemand die vegetarisch eet nooit biologisch vlees kopen. Dat producten als vlees en zuivel minder vaak biologisch worden gekocht dan bijvoorbeeld groenten, zal er dus ook mee te maken hebben dat Nederlanders deze producten in het algemeen minder vaak kopen.

De meeste Nederlanders kiezen voor biologisch omwille van de natuur. Zij kiezen voor biologisch omdat dit beter is voor natuur, bodem en biodiversiteit en bijdraagt aan duurzaamheid en een beter milieu. De grootste drempel om vaker biologisch te kopen is de prijs. Een lagere prijs zou het dan ook voor de meeste Nederlanders makkelijker maken om vaker voor biologisch te kiezen. Thuiswonende kinderen hebben maar een beperkte invloed op het kiezen van biologische producten, voor de meeste Nederlanders is dit geen extra stimulans om voor biologisch te kiezen.

Nederlanders variëren sterk in hoe hun ontbijt eruitziet. Yoghurt of kwark, eieren en fruit zijn bij het ontbijtmoment de producten waarbij als eerste voor de biologische variant gekozen zou worden. De bereidheid om ook daadwerkelijk voor de biologische variant te kiezen verschilt per product. Voor yoghurt en kwark geeft 21 procent aan dat er een (zeer) grote kans is dat zij dit de volgende keer biologisch kopen, voor eieren is dit 16 procent en voor fruit 10 procent. Over alle producten samengenomen geven ongeveer vier op de tien Nederlanders (38%) aan dat de kans (zeer) groot is dat zij van het door hen gekozen product de biologische variant zouden kiezen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen. Het avondeten is de meest populaire maaltijd om voor biologische producten te kiezen. Verse groenten zijn daarbij verreweg het meest populaire product.

In het algemeen herkennen bijna alle Nederlanders wel een keurmerk voor eten of drinken, maar wordt ieder afzonderlijk keurmerk door de helft of minder herkend. Vier op de tien (39%) herkennen het EU-biologisch keurmerk. Er is nog veel onbekendheid over wat het keurmerk precies inhoudt. Zeven op de tien Nederlanders weten dit niet precies.

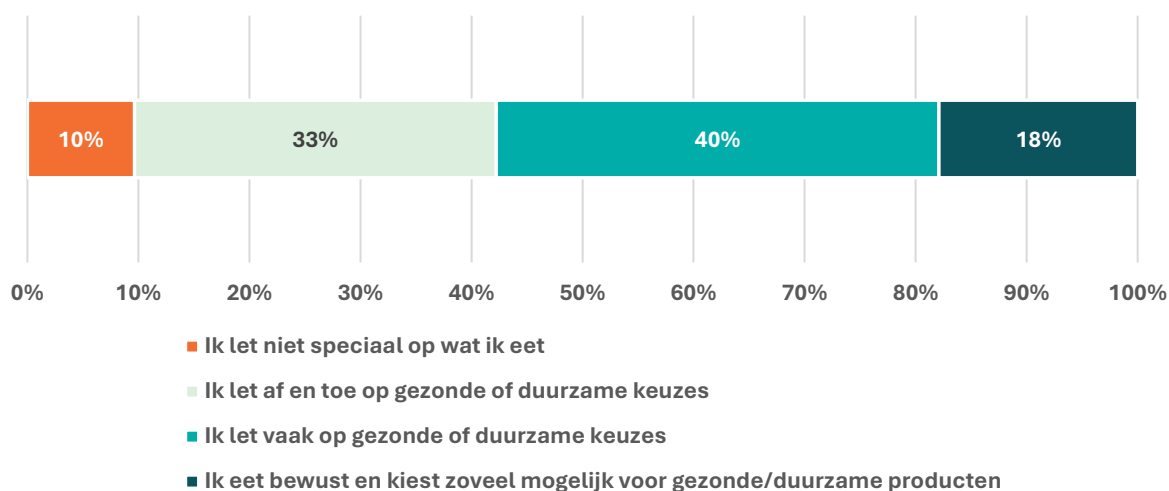
Belangrijkste bevindingen

3 Biologisch kopen

In dit hoofdstuk bespreken we in hoeverre Nederlanders bewust bezig zijn met voedsel en biologisch kopen. De redenen waarom ze dit doen, de drempels om dit (vaker) te doen en de mogelijke oplossingen om deze drempels weg te nemen, komen aan bod. Daarnaast kijken we ook naar de rol die (thuiswonende) kinderen spelen bij de keuze om biologisch te kopen.

Ongeveer één op de vijf Nederlanders (18%) zegt bewust te eten en zoveel mogelijk te kiezen voor gezonde of duurzame producten (Figuur 1). Vier op de tien (40%) letten vaak op gezonde of duurzame keuzes en nog eens drie op de tien (33%) letten hier af en toe op. De meeste Nederlanders zijn er dus regelmatig mee bezig, maar ook weer niet zoveel mogelijk. Eén op de tien (10%) geeft aan dat zij niet speciaal letten op wat ze eten. Vrijwel iedereen is er dus in zekere mate mee bezig.

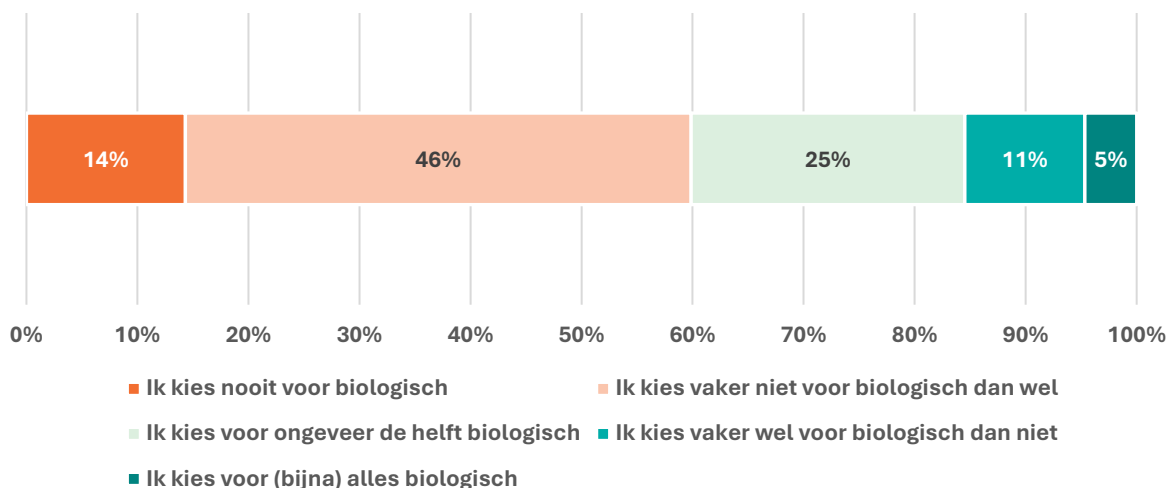
Figuur 1: In hoeverre bent u bewust bezig met voedsel? (basis: allen, n=4.045)



Vrouwen geven in hogere mate aan dat zij vaak of zo veel mogelijk kiezen voor gezonde of duurzame keuzes (64%) dan mannen (50%). Ook hoger opgeleiden geven vaker aan dat zij vaak of zoveel mogelijk kiezen voor gezonde of duurzame keuzes (68%) dan lager en middelbaar opgeleiden (49% en 52% resp.).

Zes op de tien Nederlanders (60%) geven aan dat zij meestal niet voor de biologische variant van eten en drinken kiezen (Figuur 2). Een kwart (25%) zegt ongeveer even vaak wel als niet voor de biologische variant te kiezen en zestien procent kiest vaker of zelfs (bijna) altijd voor de biologische variant. Voor de meeste Nederlanders is biologisch eten en drinken nu dus niet de standaard.

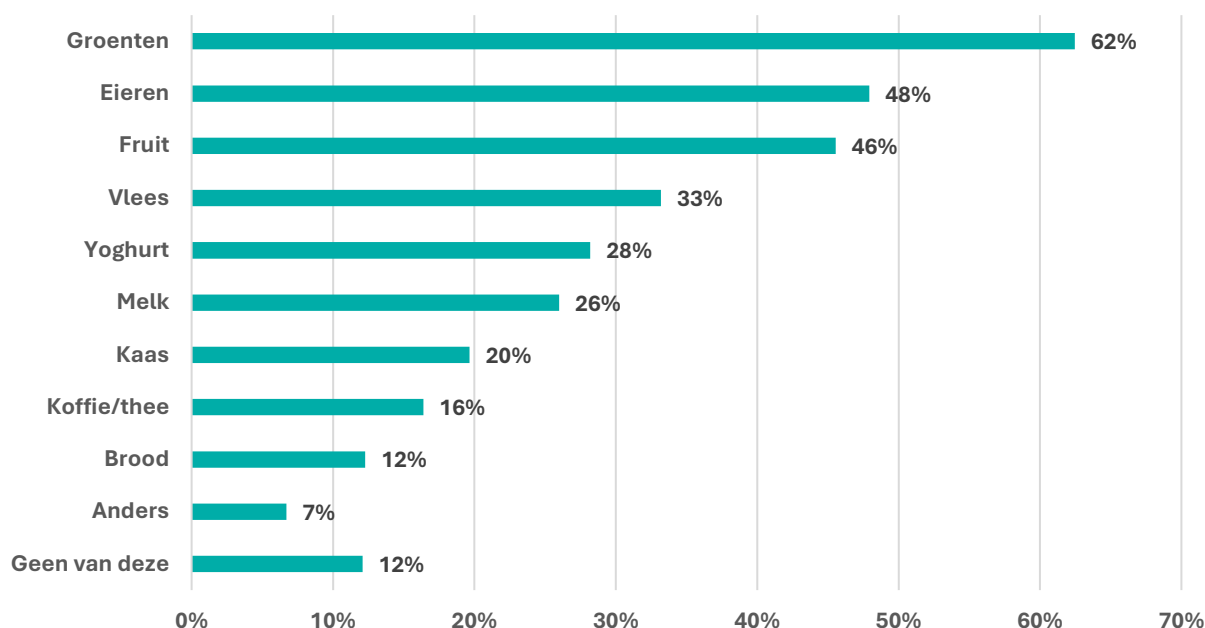
Figuur 2: Als u eten en drinken koopt, hoe vaak kiest u dan voor de biologische variant? (basis: allen, n=4.045)



Ouderen (65+) kiezen in hogere mate vaker of altijd voor biologisch (20%) dan jongere leeftijdsgroepen (14%) en hoger opgeleiden geven vaker deze antwoorden (19%) dan lager en middelbaar opgeleiden (13%). Mannen zeggen vaker nooit voor biologisch te kiezen (19%) dan vrouwen (10%).

Nederlanders die wel eens biologisch eten of drinken kopen, kiezen daarbij vooral voor de biologische variant van groenten (62%), eieren (48%) en fruit (46%) (Figuur 3). Voor groenten wordt zelfs door meer dan de helft van de Nederlanders (53% in totaal: 62% van de 86% die wel eens biologisch koopt) minstens één keer per week de biologische variant gekozen. Vlees en zuivel worden in iets mindere mate genoemd. Van koffie of thee, brood en andere producten worden maar in beperkte mate voor de biologische variant gekozen. Twaalf procent geeft van geen van de genoemde producten aan minstens één keer per maand de biologische variant te kiezen.

Figuur 3: Van welke van de volgende producten koopt u regelmatig (minstens 1x per maand) de biologische variant? (basis: iedereen die wel eens voor biologisch kiest, n=3.506)



Vrouwen kopen vaker de biologische variant van eieren (50%) en groenten (64%) dan mannen (45% en 60% resp.). Mannen kopen vaker biologisch vlees (35% vs 32%). Dat kan betekenen dat vrouwen vaker niet-biologisch vlees kopen, maar het kan er ook op duiden dat vrouwen in het algemeen minder vlees kopen, biologisch of niet. Dit geldt ook voor alle andere producten waar verschillen zichtbaar zijn tussen groepen Nederlanders: minder vaak de biologische variant van een product kopen, kan komen doordat de groep in kwestie het product sowieso minder vaak koopt.

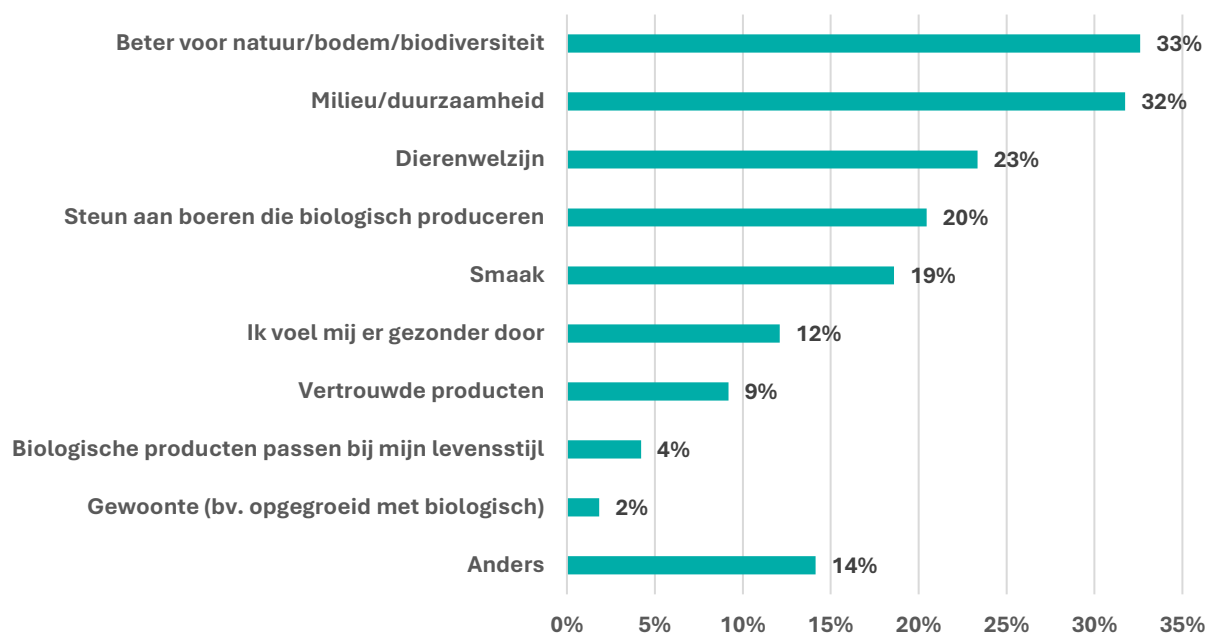
Jongeren (18-39 jaar) kopen vaker van fruit (52%) en koffie/thee (19%) de biologische variant dan oudere leeftijdsgroepen en zij kopen minder vaak biologisch vlees (26%). Ouderen (65+) kopen vaker de biologische variant van yoghurt (32%), brood (16%) en kaas (24%) dan de jongere leeftijdsgroepen. Hoger opgeleiden kiezen van ieder product, behalve van brood, vaker de biologische variant dan lager en middelbaar opgeleiden.

Bij de belangrijkste redenen om voor biologische producten te kiezen, is een verloop te zien van grotere naar kleinere schaal. De belangrijkste redenen om voor biologische producten te kiezen zijn dat het beter is voor natuur/bodem/biodiversiteit en vanwege het milieu/duurzaamheid (Figuur 4). Beide redenen worden door ongeveer één op de drie (32-33%) gekozen. Deze redenen hangen met elkaar samen, in de zin dat ze allebei te maken hebben met de effecten van voedselproductie op de planeet. Dit zijn voordelen die spelen op een grote schaal en die niet zozeer direct voordelig zijn voor alleen de consument.

De redenen die daarna worden genoemd zijn dierenwelzijn (23%) en steun aan de boeren die biologisch produceren (20%). Ook hier gaat het niet direct om voordelen voor de consument, maar om voordelen omwille van andere mensen of dieren. Dit is op een wat kleinere schaal dan natuur en milieu in zijn algemeenheid, maar gaat nog wel verder dan de consument zelf. De meer directe voordelen (betere smaak of je meer gezonder voelen) worden door één tot twee op de tien genoemd (12% en 19% resp.). Minder dan één op de tien Nederlanders kiest voor biologische producten omdat deze vertrouwd zijn (9%), passen bij hun levensstijl (4%) of nou eenmaal een gewoonte zijn (2%).

Veertien procent noemt nog een andere reden. Hieronder wordt bijvoorbeeld genoemd als de biologische variant goedkoper of in de actie/bonus is. Het thema van kosten komt later in dit hoofdstuk verder aan bod. Ook noemen mensen onder 'anders' dat zij voor de biologische variant kiezen als de niet-biologische variant op is of er geen andere keuze is, dat zij een eigen (moes)tuin hebben waar het product uit komt of dat zij gewoon toevallig wel eens een biologische variant kopen. Tot slot noemt een aantal ook dat zij de biologische variant kopen omdat hier minder gifstoffen/pesticiden op zitten en/of dat het gezonder is. Zij vinden dit een wezenlijk ander antwoord dan dat zij zich er gezonder door voelen. Het gezondheidsaspect van biologische producten is dus waarschijnlijk wat belangrijker dan de twaalf procent uit de onderstaande figuur doet vermoeden.

Figuur 4: Wat is de hoofdrede(n) dat u (soms) voor biologische producten kiest? (basis: iedereen die wel eens voor biologisch kiest, n=3.506)



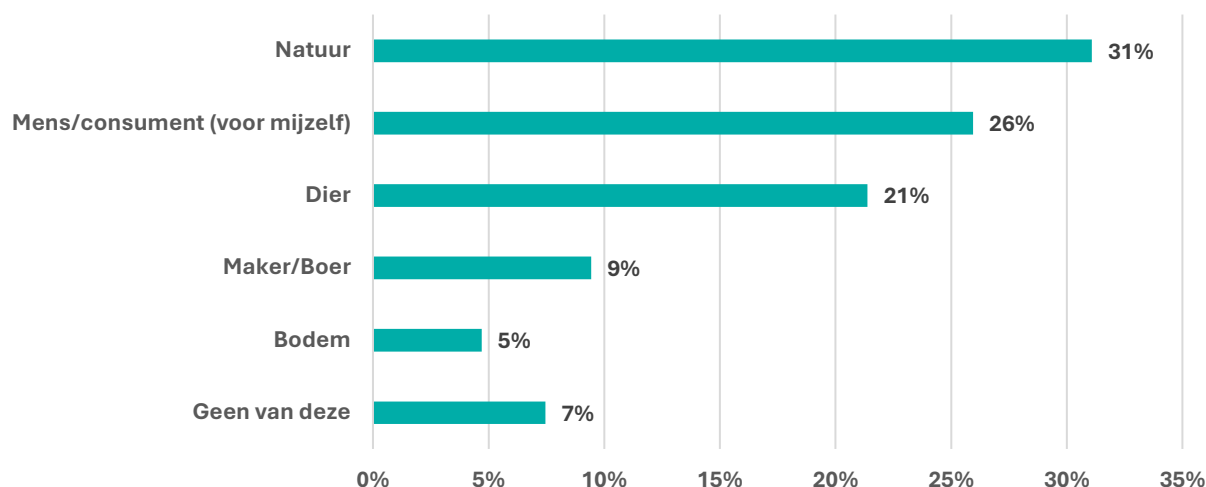
Jongeren (18-39) kiezen vaker voor de reden dat zij zich er gezonder door voelen (16%) en kiezen ook vaker ‘anders’, waarbij gezondheid regelmatig terugkomt als thema. Ouderen (65+) kiezen vaker voor de reden dat zij de boeren willen steunen (27%). Vrouwen kiezen vaker dan mannen voor dierenwelzijn (26% vs 20%), dat het beter is voor natuur/bodem/biodiversiteit (34% vs 30%) en dat biologische producten beter passen bij hun levensstijl (5% vs 3%).

Er zitten een aantal verschillen tussen hoger opgeleiden en lager of middelbaar opgeleiden als het gaat om de redenen om biologische producten te kopen. Hoger opgeleiden noemen vaker beter voor natuur/bodem/biodiversiteit (40%), milieu/duurzaamheid (39%), dierenwelzijn (27%) en dat zij zich er gezonder door voelen (15%). Lager en middelbaar opgeleiden noemen vaker smaak (24% en 21% resp.), steun aan de boeren (23% en 24% resp.) en dat de producten vertrouwd zijn (12% voor beiden).

De redenen die hierboven zijn aangegeven, kunnen grofweg gegroepeerd worden in een aantal thema's. Als Nederlanders die wel eens biologische producten kopen één van deze thema's mogen kiezen als de belangrijkste, dan komt het thema natuur als belangrijkste thema naar voren (Figuur 5). Ongeveer één op de drie (31%) kiest dit thema. Dat komt overeen met de resultaten van de vorige vraag. Het is dus niet zo dat veel Nederlanders de natuur-gerelateerde redenen wel belangrijk vinden, maar uiteindelijk toch vooral voor zichzelf gaan als ze maar één thema mogen kiezen.

Dit zien we wel terug bij de reden om de boeren te steunen. Waar eerder twintig procent voor deze reden koos, is dat nog negen procent als zij maar één thema mogen kiezen. De mens/consument wordt door ongeveer een kwart (26%) als belangrijkste thema genoemd. Het komt daarmee op de tweede plek, achter natuur en voor dieren en makers/boeren.

Figuur 5: Welk van de volgende thema's vindt u het belangrijkste bij het kiezen voor biologische producten?
(basis: iedereen die wel eens voor biologisch kiest, n=3.506)



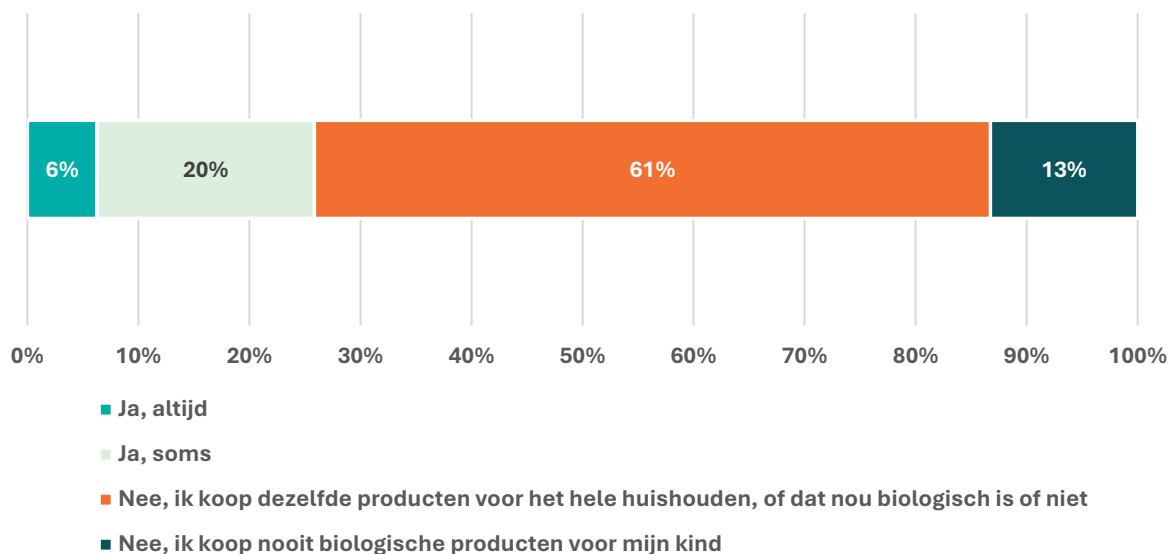
De resultaten naar achtergrondgegevens laten een vergelijkbaar beeld zien met dat van de vorige vraag. Jongeren (18-39) kiezen vaker natuur als belangrijkste thema (38%) dan oudere leeftijdsgroepen, vrouwen kiezen vaker dier dan mannen (24% vs 18%) terwijl mannen vaker mens/consument kiezen (28% vs 25%). Hoger opgeleiden kiezen vaker natuur (39%) en minder vaak de maker/boer (6%) dan lager en middelbaar opgeleiden. Inwoners uit Utrecht en Noord-Holland kiezen relatief weinig voor de maker/boer als belangrijkste thema (4% en 5% resp.), terwijl dit thema in Drenthe, Flevoland, Friesland, Gelderland, Overijssel en Zeeland vaker wordt gekozen (12-16%).

Ongeveer één op de vijf Nederlandse huishoudens heeft een thuiswonend kind van onder de 18¹. Dit is ook zo voor onze steekproef (zie Figuur 23 in Bijlage A). Voor thuiswonende kinderen tot 18 jaar, zullen de ouders/verzorgers voornamelijk bepalen welke producten aan eten en drinken er voor hen worden gekocht. Wel kunnen zij zelf bij hun ouders aangeven welke producten zij graag zouden willen. Ook de keuze voor biologische producten kan hierdoor worden beïnvloed.

Ongeveer een kwart (26%) van de Nederlanders met thuiswonende kinderen tot 18 jaar, geeft aan dat zij specifiek biologische producten kopen voor hun kinderen, ook als zij voor zichzelf de niet-biologische variant zouden kiezen (Figuur 6). Voor deze groep wordt de keuze voor biologische producten dus beïnvloed door hun kind(eren). Voor het merendeel van de huishoudens (61%) geldt echter dat zij dezelfde producten kopen voor het hele gezin, ongeacht of dat biologisch is of niet. Dertien procent geeft aan nooit biologische producten voor hun kind te kopen.

¹ Huishoudens; kindertal, leeftijdsklasse kind, regio, 1 januari | CBS

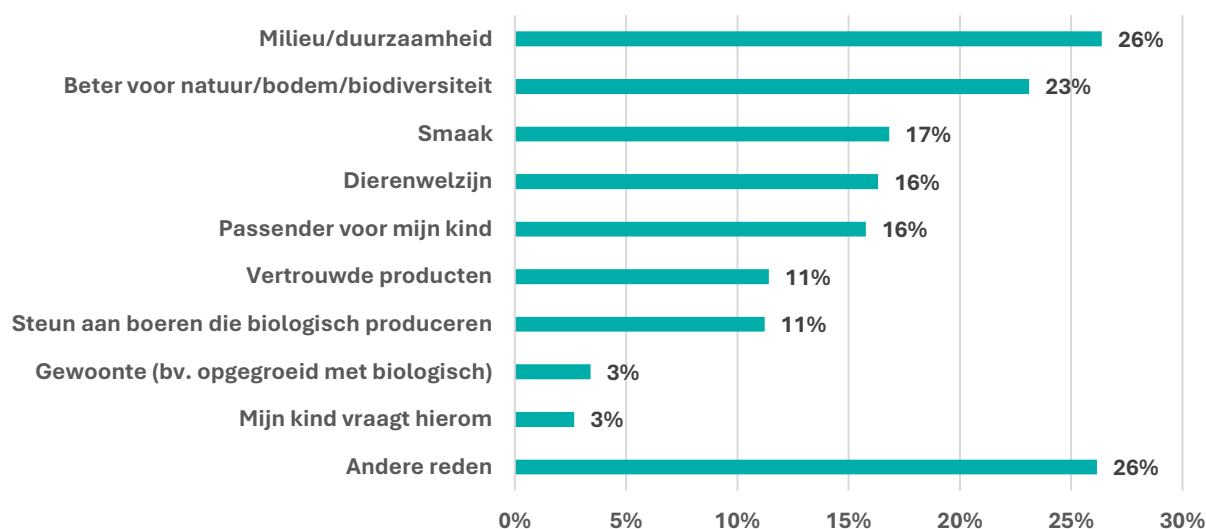
Figuur 6: Koopt u specifiek biologische producten voor uw kind/kinderen, ook als u voor uzelf de niet biologische variant zou kiezen? (basis: iedereen met één of meerdere thuiswonende kinderen van onder de 18 jaar, n=601)



De voornaamste redenen dat Nederlanders wel eens biologische producten voor hun kind(eren) kopen, komen overeen met de redenen waarom zij voor zichzelf biologische producten kopen (Figuur 7). Het gaat hierbij vooral om milieu/duurzaamheid (26%) en dat het beter is voor natuur/bodem/biodiversiteit (23%). De vraag om biologische producten komt maar in weinig gevallen vanuit het kind zelf (3%). In het merendeel van de gevallen komt het dus vanuit de ouder(s).

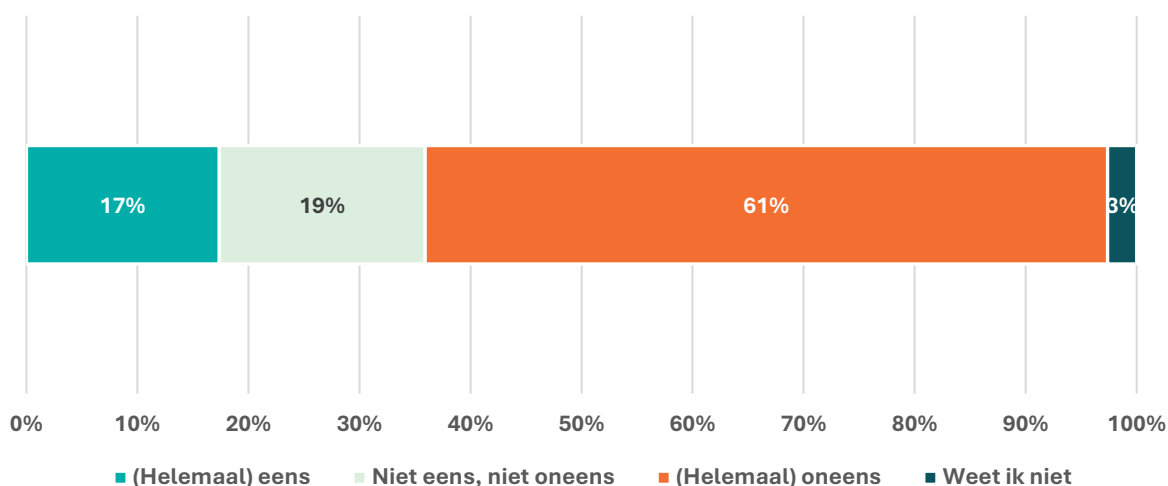
Een relatief grote groep noemt een andere reden (26%). Hier komt, net als bij de eerdere redenen, vaak naar voren dat er minder gifstoffen/pesticiden op zitten en dat het dus (volgens de respondent) gezonder is. Sommigen benoemen dit specifiek voor babyvoeding, waarbij zij het belangrijk vinden dat hun baby geen pesticiden of gifstoffen binnenkrijgt.

Figuur 7: Wat is de hoofdreden dat u wel eens biologische producten voor uw kind/kinderen koopt? (basis: iedereen die wel eens biologisch koopt voor hun kind(eren), n=521)



Over het algemeen stimuleren kinderen hun ouders niet om vaker biologische producten te kopen (Figuur 8). Zes op de tien ouders met thuiswonende kinderen van 0 tot 18 jaar (61%) geven dit aan, terwijl het voor zeventien procent wel zo is. Dit is vaker zo bij jongere ouders (18-39), die vaker jongere kinderen (baby's) hebben. De eerdergenoemde redenen rondom babyvoeding kunnen voor deze ouders de reden zijn dat zij biologische producten kopen.

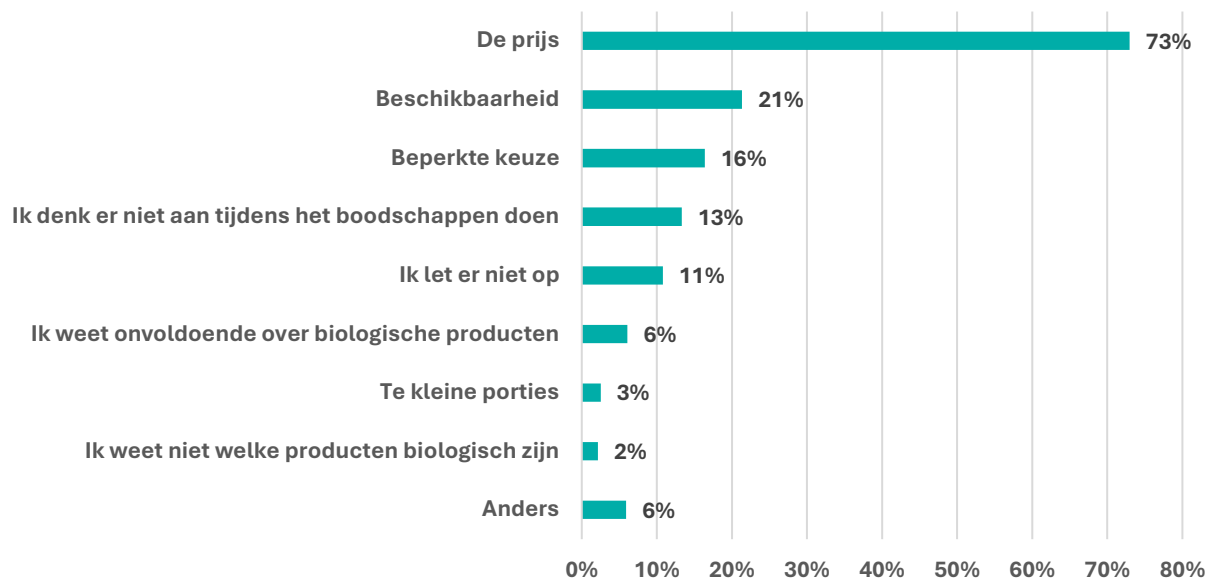
Figuur 8: In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling: “Mijn kinderen stimuleren mij om vaker biologische producten te kopen” (basis: iedereen met één of meerdere thuiswonende kinderen van onder de 18 jaar, n=601)



De belangrijkste drempel om vaker biologische producten te kopen is de prijs (Figuur 9). Dit is voor driekwart van de Nederlanders (73%) de belangrijkste drempel. In eerdere resultaten kwam de prijs al naar voren als een mogelijke reden om juist wel biologisch te kopen. Prijs blijft daarmee voor de meeste Nederlanders de doorslaggevende factor om juist wel of juist niet voor de biologische variant te kiezen.

Beschikbaarheid en beperkte keuze worden door een klein deel van de Nederlanders genoemd (21% en 26% resp.). Een breder assortiment aan biologische alternatieven kan dus voor sommigen de drempels om het vaker te kopen wegnemen, maar als de prijs te hoog blijft, zal dit voor de meesten een te hoge drempel blijven. Tot slot is er nog een kleine groep die er niet aan denkt of op let bij het boodschappen doen (11-13%). Te kleine porties en onwetendheid over welke producten biologisch zijn, is voor vrijwel niemand een drempel (2-3%). Biologische producten zijn voor de meesten dus goed te herkennen, een onderwerp dat in een later hoofdstuk verder aan bod komt.

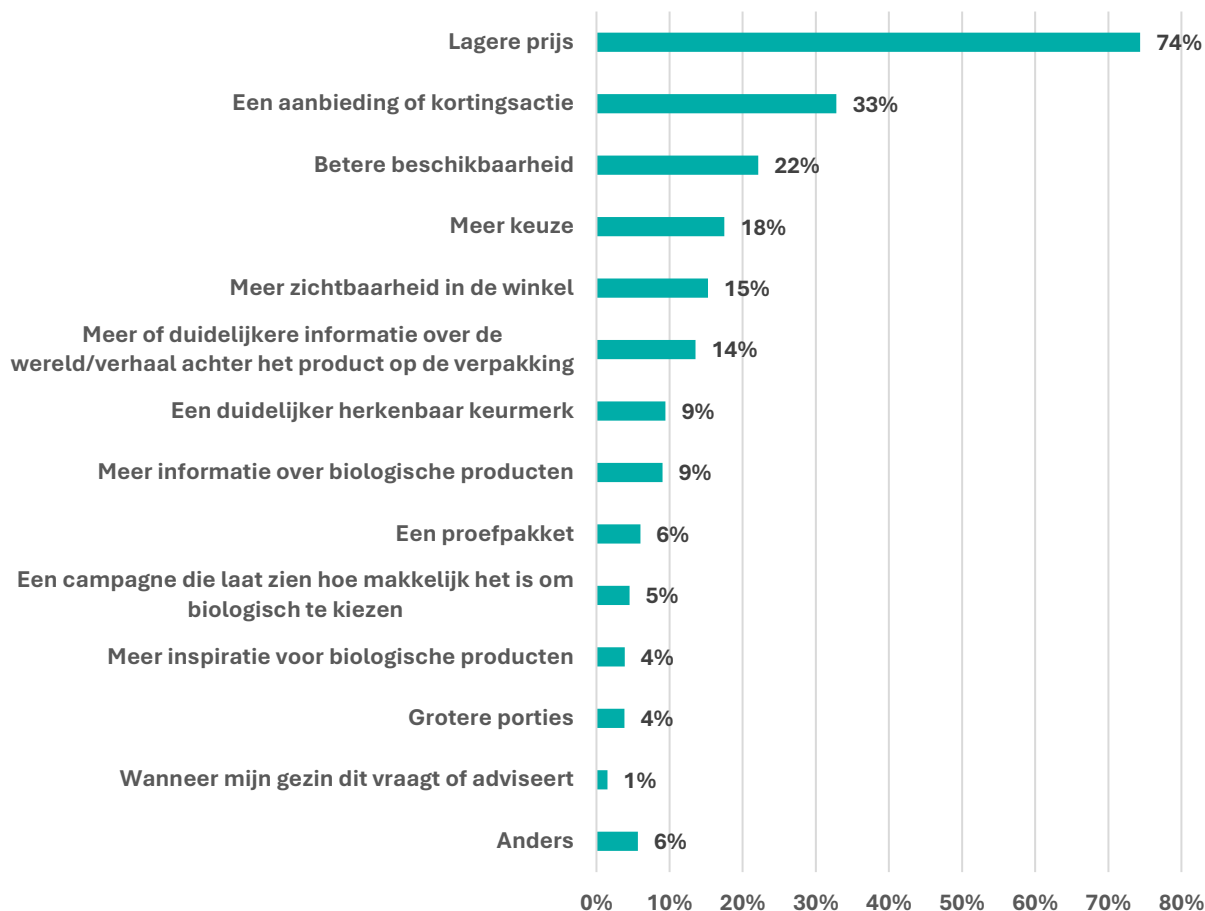
Figuur 9: Wat is voor u de belangrijkste drempel om vaker biologische producten te kopen? (basis: allen, n=4.045)



Jongeren (18-39) geven vaker dan oudere leeftijdsgroepen aan dat de prijs voor hen een drempel is (84%) en zij geven ook vaker aan dat de porties te klein zijn (5%). Ouderen (65+) kiezen vaker de beschikbaarheid (29%), beperkte keuze (16%) en dat zij er niet aan denken (17%). Vrouwen geven vaker dan mannen aan dat de prijs voor hen een drempel is (77% vs 68%), terwijl mannen vaker aangeven dat zij er niet aan denken (16% vs 11%) of op letten (14% vs 8%). Ook lager en middelbaar opgeleiden geven deze twee redenen vaker op (lager: 18% en 13% resp., middelbaar: 15% en 13% resp.) dan hoger opgeleiden (9% en 7% resp.). Hoger opgeleiden noemen vaker de prijs (78%) of beperkte keuze (21%).

Met het oog op de drempels uit Figuur 9, is het niet verrassend dat een lagere prijs het vaakst wordt genoemd als iets wat zou helpen om vaker voor biologisch te kiezen (Figuur 10). Dit wordt door driekwart (74%) gekozen, vergelijkbaar met de groep die een te hoge prijs opgaf als drempel. Ook het op een na vaakst gekozen antwoord, een aanbieding of kortingsactie, heeft met de prijs te maken. Eén op de drie (33%) geeft aan dat dit hen zou helpen vaker voor biologisch te kiezen. Net als bij de drempels, wordt het verbeteren van de beschikbaarheid en vergroten van de keuze na de prijs het vaakst genoemd (22% en 18% resp.). Ondanks dat onwetendheid over welke producten biologisch zijn door bijna niemand wordt genoemd als drempel, geeft toch vijftien procent aan dat betere zichtbaarheid in de winkel hen zou helpen om vaker voor biologisch te kiezen en negen procent zegt dat een duidelijker herkenbaar keurmerk hen zou helpen. De herkenbaarheid van het keurmerk is onderwerp van hoofdstuk vijf.

Figuur 10: Welke van onderstaande dingen zou u het meest helpen om vaker biologisch te kiezen? (basis: allen, n=4.045)



Vrouwen kiezen vaker voor een lagere prijs en een aanbieding of kortingsactie dan mannen (76% vs 73% en 38% vs 27% resp.). Jongeren (18-39) kiezen deze opties ook vaker dan oudere leeftijdsgroepen (84% en 38% resp.). Daarnaast kiezen ze ook vaker voor grotere porties (7%). Ouderen kiezen vaker voor meer zichtbaarheid in de winkel (20%), een duidelijker herkenbaar keurmerk (17%), meer informatie over biologische producten (12%) en een campagne die laat zien hoe makkelijk het is om biologisch te kiezen (7%). Een duidelijker herkenbaar keurmerk wordt ook door lager opgeleiden vaker gekozen (13%).

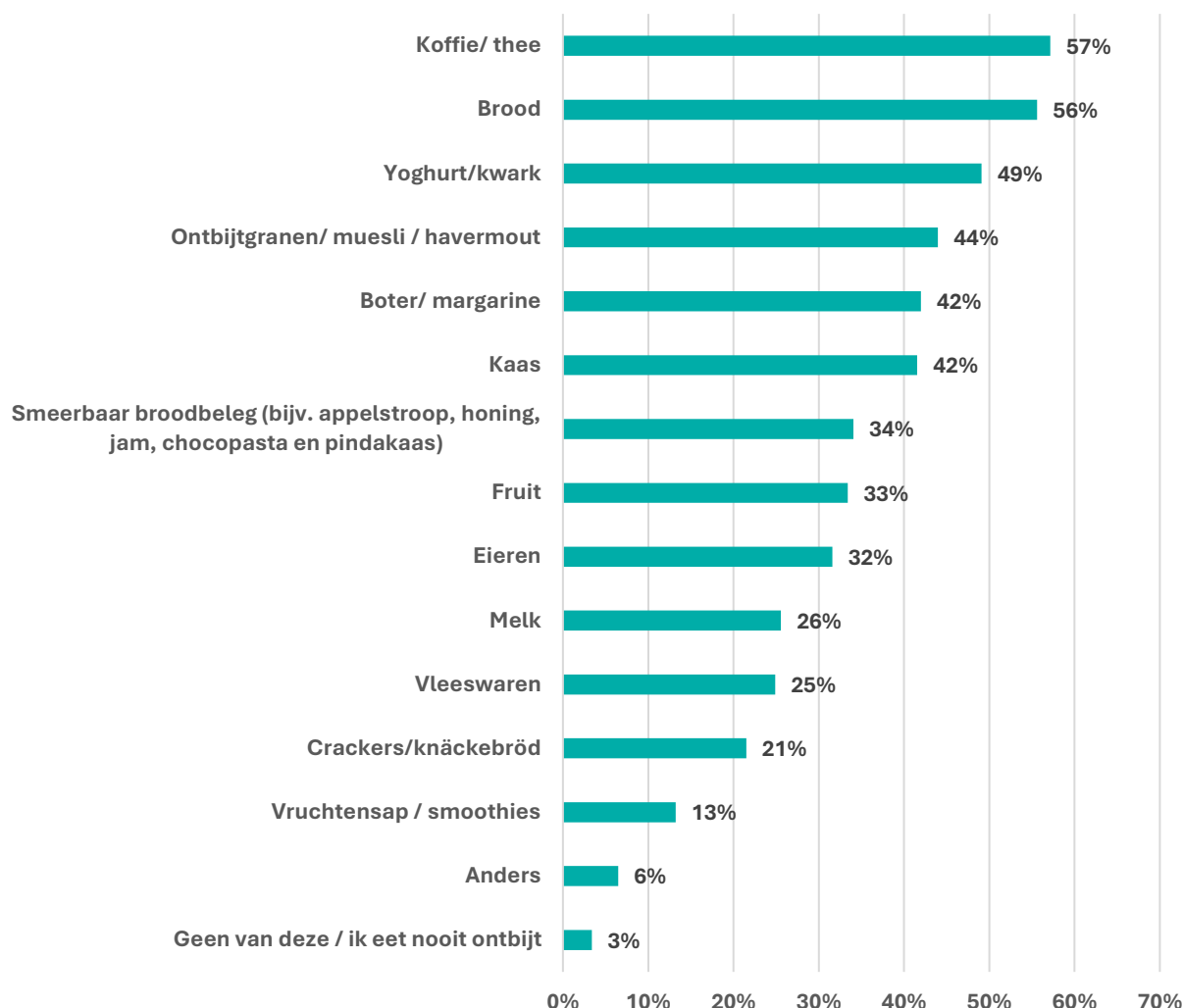
Over het algemeen zijn Nederlanders bewust bezig met hun voedselkeuzes, maar kiezen zij daarbij meestal niet voor de biologische variant van eten en drinken. Als zij hier wel voor kiezen, dan gaat het meestal om groenten, eieren of fruit. De meeste Nederlanders doen dit omwille van de natuur. Zij kiezen voor biologisch omdat dit beter is voor natuur, bodem en biodiversiteit en bijdraagt aan duurzaamheid en een beter milieu. De grootste drempel om vaker biologisch te kopen is de prijs. Een lagere prijs zou het dan ook voor de meeste Nederlanders makkelijker maken om vaker voor biologisch te kiezen. Thuiswonende kinderen hebben maar een beperkte invloed op het kiezen van biologische producten, voor de meeste Nederlanders is dit geen extra stimulans om voor biologisch te kiezen.

4 Eerste bio-keuzes

In dit hoofdstuk zoomen we in op de eerste bio-keuze: van welk alledaags product zouden Nederlanders als eerste de biologische variant kopen. We kijken hierbij voornamelijk naar het ontbijtmoment, maar ook lunch, avondeten en tussendoortjes komen aan bod.

Nederlanders zijn erg gevarieerd in wat zij regelmatig eten bij het ontbijt (Figuur 11). Er is geen 'standaard' ontbijt voor alle Nederlanders. De enige producten die door meer dan de helft van de Nederlanders regelmatig bij het ontbijt worden genuttigd, zijn koffie of thee (57%) en brood (56%). Verder worden yoghurt en kwark door ongeveer de helft van de Nederlanders regelmatig gegeten (49%), vaak in combinatie met ontbijtgranen, muesli of havermout (44%). Zuivel voor op brood, in de vorm van boter of margarine en kaas, wordt door iets meer dan vier op de tien Nederlanders regelmatig bij het ontbijt gegeten (42%). Eén op de drie eet regelmatig ander (smeerbaar) broodbeleg (34%), fruit (33%) of eieren (32%) bij het ontbijt. Een kwart drinkt melk (26%) en/of eet vleeswaren (25%). Eén op de vijf eet crackers of knäckebröd bij het ontbijt (21%) en iets meer dan één op de tien drinkt vruchtensap of smoothies (13%). Er is maar een heel klein deel (3%) dat nooit ontbijt.

Figuur 11: Welke van de volgende producten eet u regelmatig bij het ontbijt (meer dan 1x per maand)? (basis: allen, n=4.045)



Mannen en vrouwen verschillen sterk in waar hun ontbijt uit bestaat. Mannen eten vaker brood en alle soorten broodbeleg (kaas (46%), boter/margarine (44%), smeerbaar broodbeleg (38%) en vleeswaren (31%)) en ze drinken vaker melk (29%) en vruchtensap of smoothies (15%). Vrouwen eten juist vaker yoghurt of kwark (55%), ontbijtgranen, muesli of havermout (51%), fruit (38%) en crackers of knäckebröd (24%). Alleen eieren en koffie of thee worden in dezelfde mate genuttigd.

Ook tussen leeftijdsgroepen zitten grote verschillen. Jongeren (18-39) eten vaker yoghurt of kwark (58%), ontbijtgranen, muesli of havermout (52%), fruit (40%) en eieren (35%) en ze drinken ook vaker melk (32%) en vruchtensap of smoothies (17%). Ze eten minder vaak boter of margarine (34%) en drinken minder vaak koffie of thee (51%). Ouderen (65+) eten vaker boter of margarine (50%) en kaas (47%).

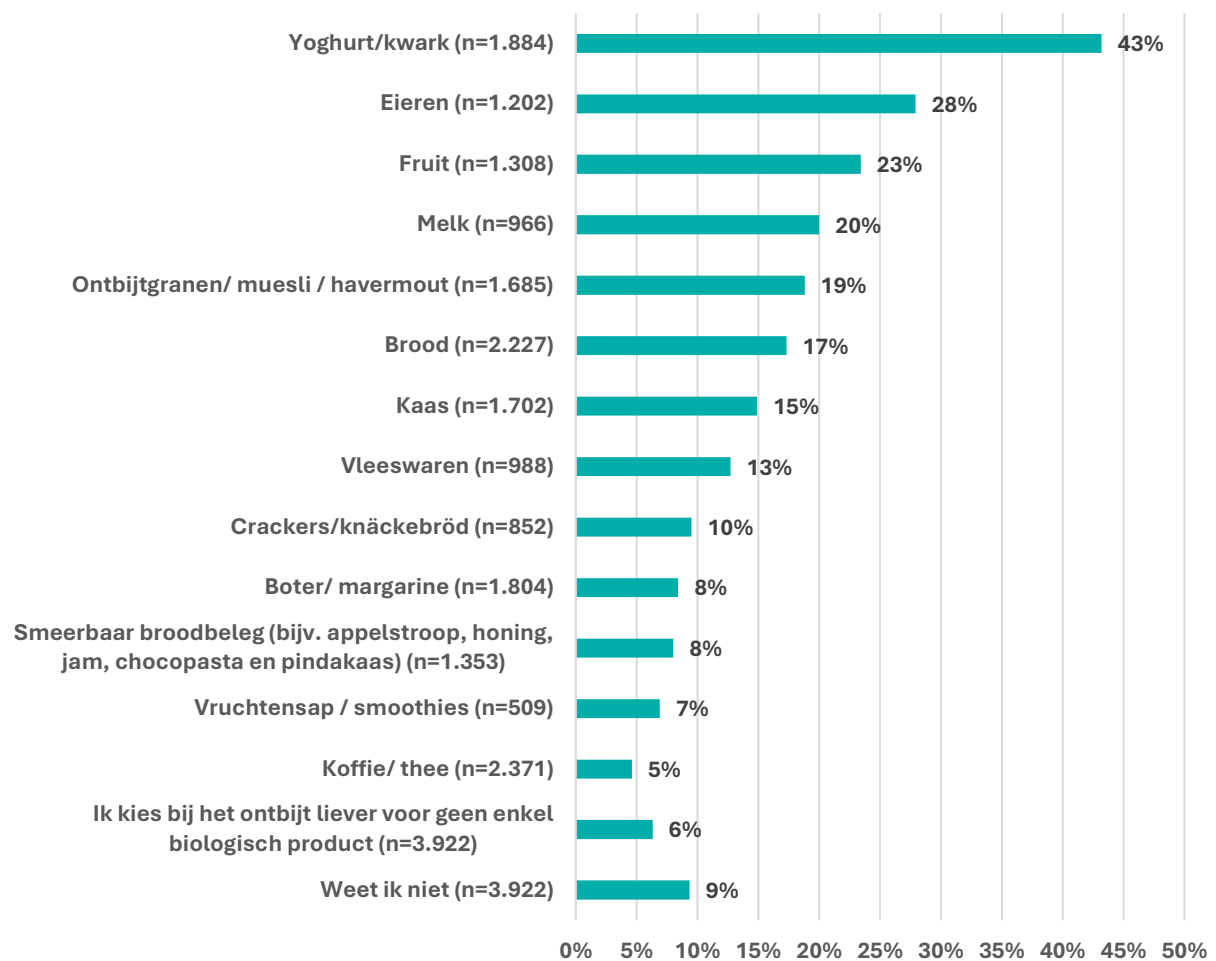
Hoger opgeleiden eten vaker yoghurt of kwark (56%), ontbijtgranen, muesli of havermout (55%), fruit (43%) en drinken vaker vruchtensap of smoothies (16%) en ze eten juist minder vaak vleeswaren (21%) dan lager en middelbaar opgeleiden.

Voor de meeste provincies is de samenstelling van het ontbijt redelijk hetzelfde, maar Limburg is hierop een uitzondering. Limburgers eten vaker brood (67%), kaas (57%), eieren (43%) en vleeswaren (43%) dan in de meeste andere provincies. Voor ieder van deze producten zitten Limburgers ruim boven het Nederlands gemiddelde.

We hebben Nederlanders gevraagd van welk van de producten bij het ontbijt zij het eerst de biologische variant zouden kiezen (Figuur 12). Daarbij moesten ze kiezen uit alle producten waarvan ze hadden aangegeven dat ze die regelmatig eten of drinken.

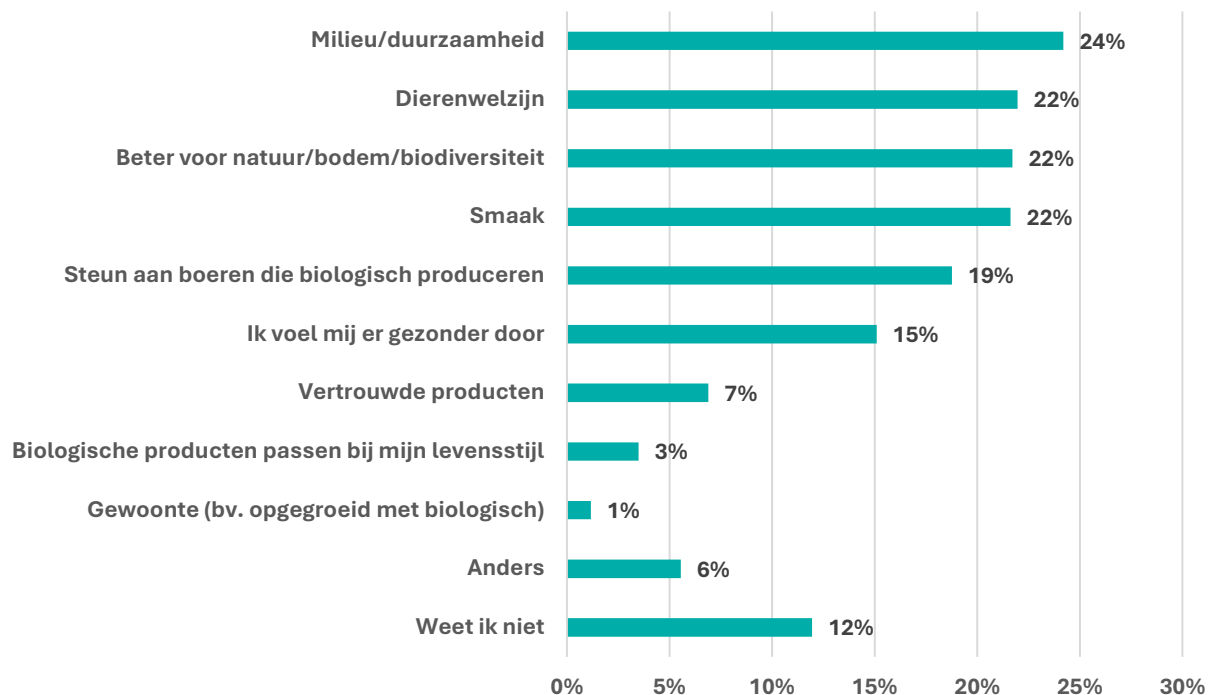
Het ontbijtproduct waarbij Nederlanders het snelst voor de biologische variant zouden kiezen, is yoghurt of kwark. Meer dan vier op de tien (43%) die dit regelmatig bij het ontbijt eten, zouden dit product als eerste biologisch kiezen. Eieren (28%), fruit (23%) en melk (20%) worden ook relatief vaak genoemd als eerste product, ook al worden deze producten in absolute zin minder vaak gegeten bij het ontbijt. Daar tegenover staan producten als brood (17%) en koffie of thee (5%), die wel door heel veel Nederlanders worden genuttigd bij het ontbijt, maar die niet populair zijn als product om de biologische variant van te kopen. Er is maar een klein aandeel (6%) dat aangeeft helemaal niet bereid te zijn om de biologische variant te kopen van een van de producten die zij regelmatig eten of drinken bij het ontbijtmoment.

Figuur 12: Stel, u kiest morgen bij het ontbijt van één alledaags product de biologische variant. Welk product heeft dan uw eerste voorkeur? (basis per product: iedereen die aangeeft dit product regelmatig (1x per maand of vaker) te eten/drinken, totale n=3.922)



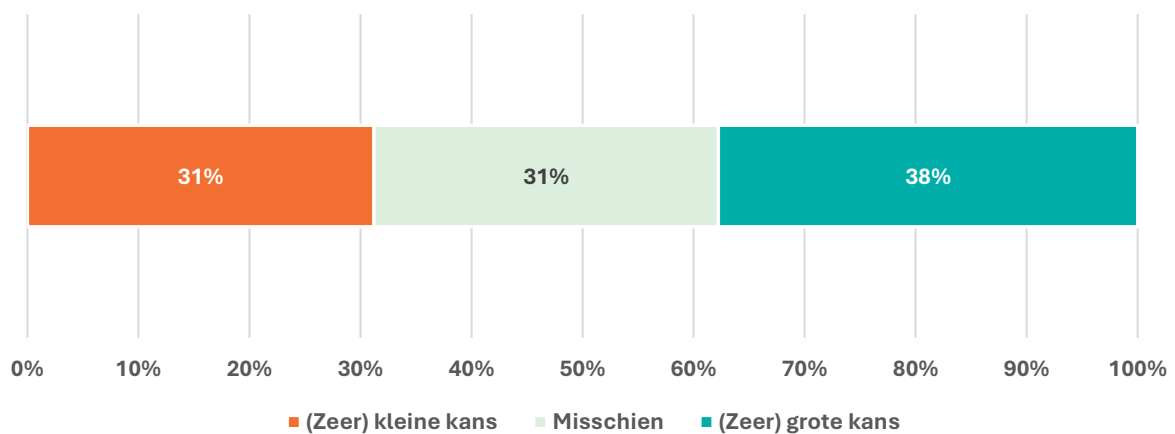
De redenen waarom Nederlanders specifiek voor het door hen gekozen product kiezen, lijken sterk op de redenen die zij in het algemeen hebben om biologische producten te kopen (Figuur 13). Wel zijn de verschillen hier kleiner tussen de redenen die vooral met het thema natuur te maken hebben (milieu/duurzaamheid en beter voor natuur/bodem/biodiversiteit) en dierenwelzijn en smaak. Deze kleinere verschillen kunnen worden verklaard doordat drie van de vier meest gekozen producten om bij het ontbijt de biologische variant van te kopen, dierlijke producten zijn. Daarnaast is het meest gekozen algemene product dat biologisch wordt gekocht, namelijk groenten, voor de meeste Nederlanders geen onderdeel van het ontbijtmoment. Groenten worden met name biologisch gekocht omwille van de natuur, dus het is logisch dat die redenen minder worden gekozen bij een eetmoment waarop groenten niet worden genuttigd.

Figuur 13: Waarom zou u bij dit product kiezen voor de biologische variant? (basis: iedereen die voor een biologische variant zou kiezen van een product dat zij bij het ontbijt eten of drinken, n=3.658)



Hoewel we nu een beeld hebben van welke producten Nederlanders het eerst de biologische variant zouden kiezen bij hun ontbijt, wil dat nog niet zeggen dat ze dit ook daadwerkelijk gaan doen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen. Ongeveer vier op de tien (38%) zeggen dat er een (zeer) grote kans is dat ze dit wel doen, terwijl drie op de tien (31%) zeggen dat dit juist een (zeer) kleine kans is (Figuur 14). Een even grote groep (31%) zit er tussenin en zegt het misschien te gaan kiezen. Over het algemeen is het merendeel van de Nederlanders dus niet per se van plan om voor de biologische variant te kiezen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen.

Figuur 14: Hoe waarschijnlijk is het dat u bij uw eerstvolgende keer boodschappen doen kiest voor de biologische variant van dit product? (basis: iedereen die voor een biologische variant zou kiezen van een product dat zij bij het ontbijt eten of drinken, n=3.658)

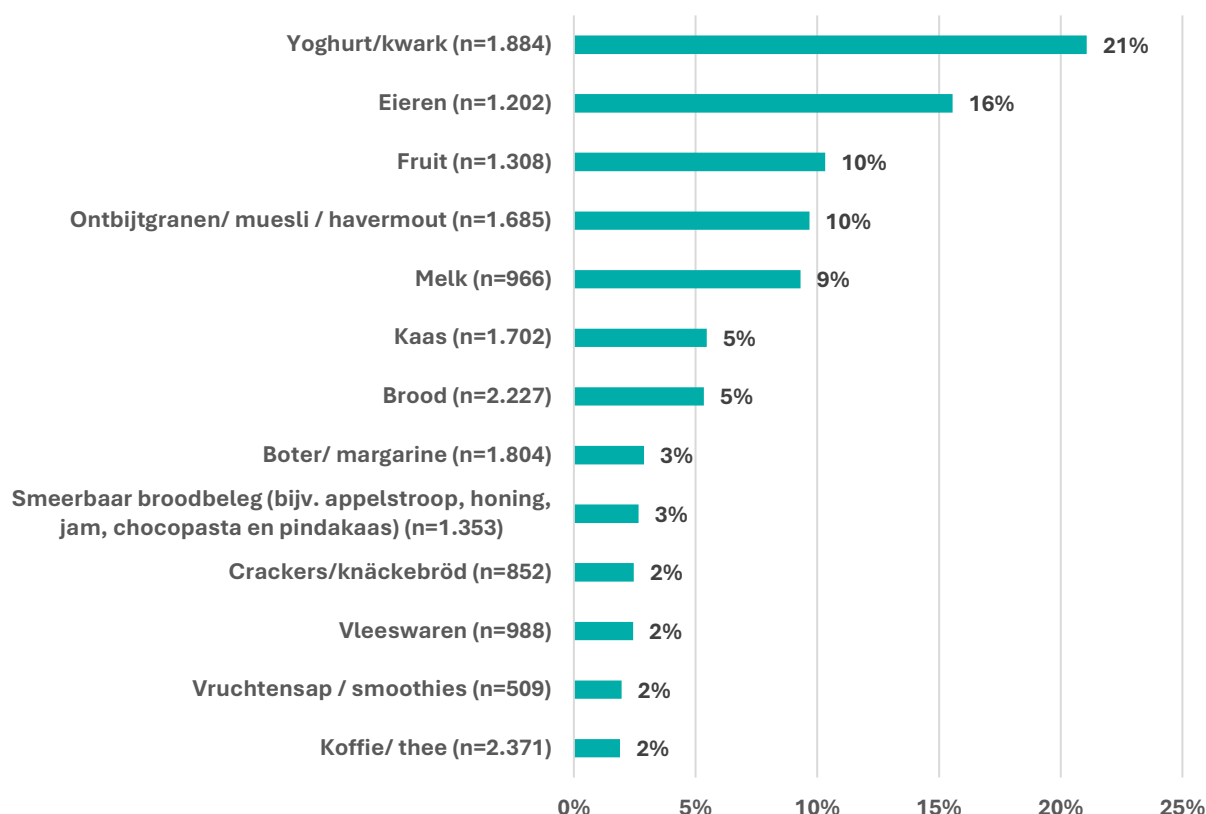


Vrouwen zeggen vaker dat de kans (zeer) groot is dat zij de biologische variant kiezen dan mannen (40% vs 35%), ouderen (65+) zeggen vaker dat de kans (zeer) groot is dan jongeren (18-39) en Nederlanders van middelbare leeftijd (40-64) (44% vs 36% en 35% resp.). Hoger opgeleiden zeggen dit ook vaker dan lager en middelbaar opgeleiden (44% vs 36% en 32% resp.).

Het is inzichtelijker om per product te kijken hoe waarschijnlijk het is dat Nederlanders hiervoor de biologische variant kiezen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen (Figuur 15). We kijken hierbij naar het aandeel Nederlanders dat aangeeft dat er een (zeer) grote kans is dat ze de biologische variant van het product kopen, van de Nederlanders die aangeven het product regelmatig bij het ontbijt te nuttigen. De percentages in deze figuur lijken vrij laag, maar dat komt omdat iedere respondent maar één product kan kiezen voor de eerste bio-keuze. Wel geeft dit een realistischer beeld van wie er daadwerkelijk voor de biologische variant zullen kiezen dan de percentages in Figuur 12.

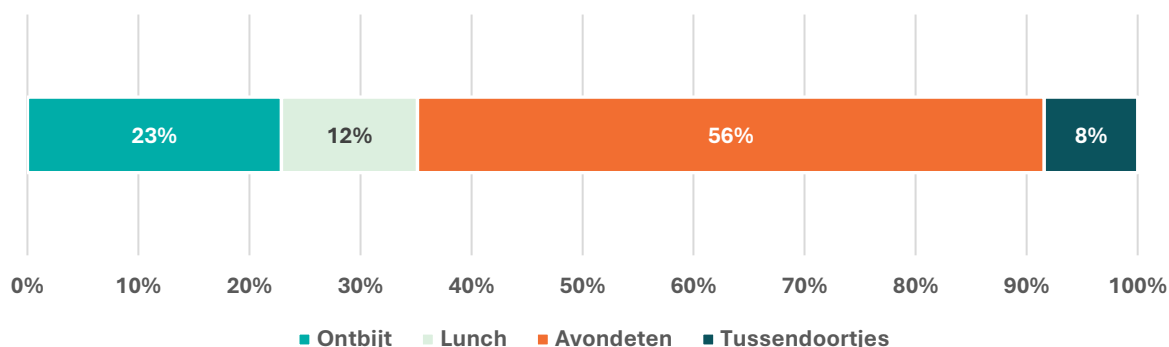
Van alle Nederlanders die regelmatig yoghurt of kwark eten, geeft ongeveer één op vijf (21%) aan dat de kans (zeer) groot is dat ze hiervan de biologische variant kiezen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen. Voor eieren is dit zestien procent en voor fruit, melk en ontbijtgranen, muesli of havermout, geeft één op de tien (9-10%) aan dit waarschijnlijk biologisch te gaan kopen. Voor de andere producten is het aandeel vijf procent of lager. Met name voor koffie of thee, het product dat door de meeste Nederlanders wordt genuttigd bij het ontbijt, is de intentie om dit biologisch te kopen erg laag (2%).

Figuur 15: Hoe waarschijnlijk is het dat u bij uw eerstvolgende keer boodschappen doen kiest voor de biologische variant van dit product? (% (zeer) grote kans) (basis per product: iedereen die aangeeft dit product regelmatig (1x per maand of vaker) te eten/drinken, totale n=3.922)



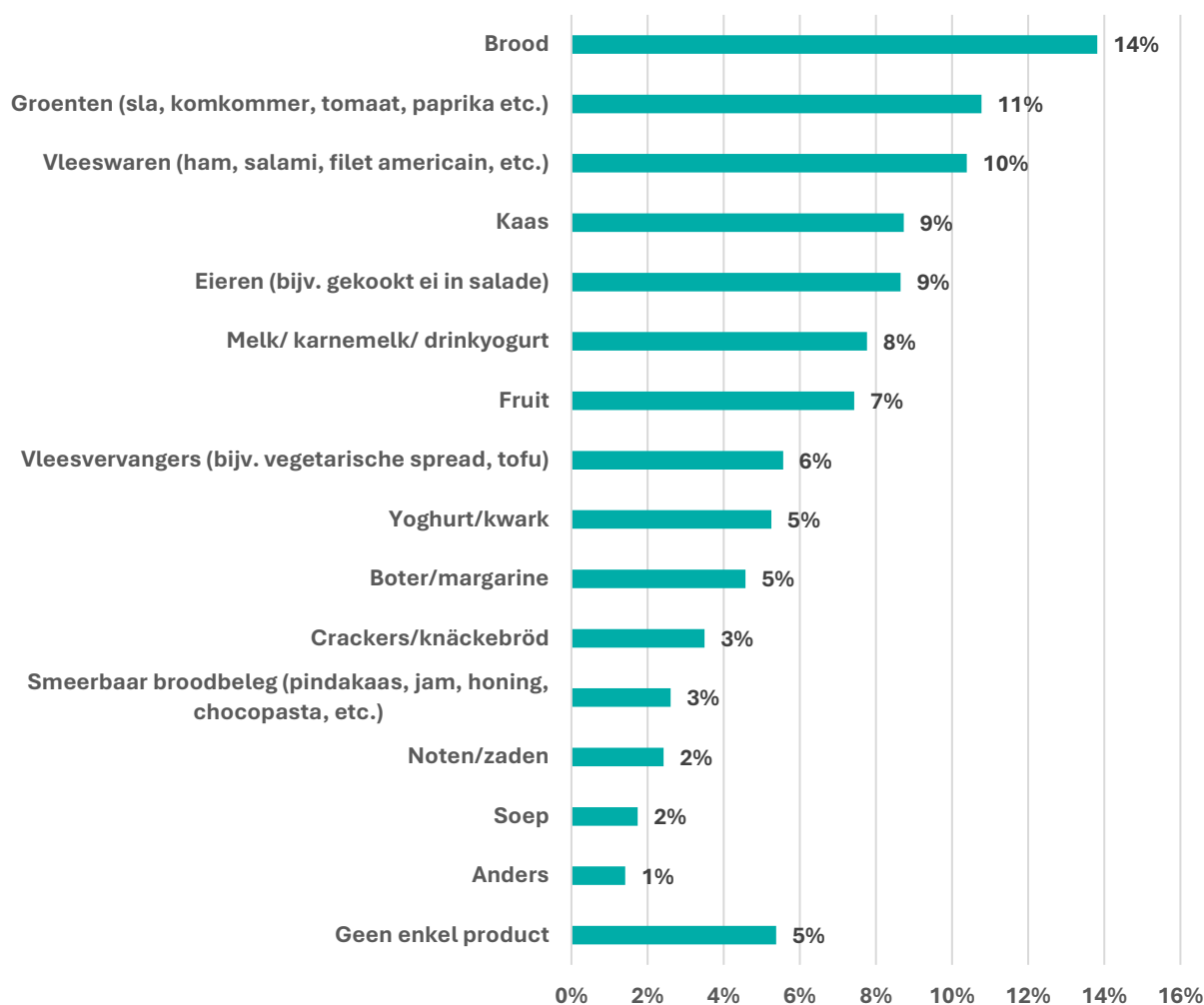
Hoewel dit onderzoek zich voornamelijk richt op het ontbijtmoment, hebben we ook gekeken naar andere eetmomenten (Figuur 16). Het eetmoment waarbij het makkelijkst één of meer producten vaker biologisch gekozen kunnen worden, is voor de meeste Nederlanders niet het ontbijt, maar het avondeten. Voor meer dan de helft (56%) is dit de meest gekozen optie. Ongeveer een kwart kiest voor het ontbijt (23%) en zowel lunch als tussendoortjes worden door een klein deel van de Nederlanders genoemd (12% en 8% resp.).

Figuur 16: Bij welk eetmoment zou u het makkelijkst één of meer producten vaker biologisch kunnen kiezen?
(basis: allen, n=4.045)



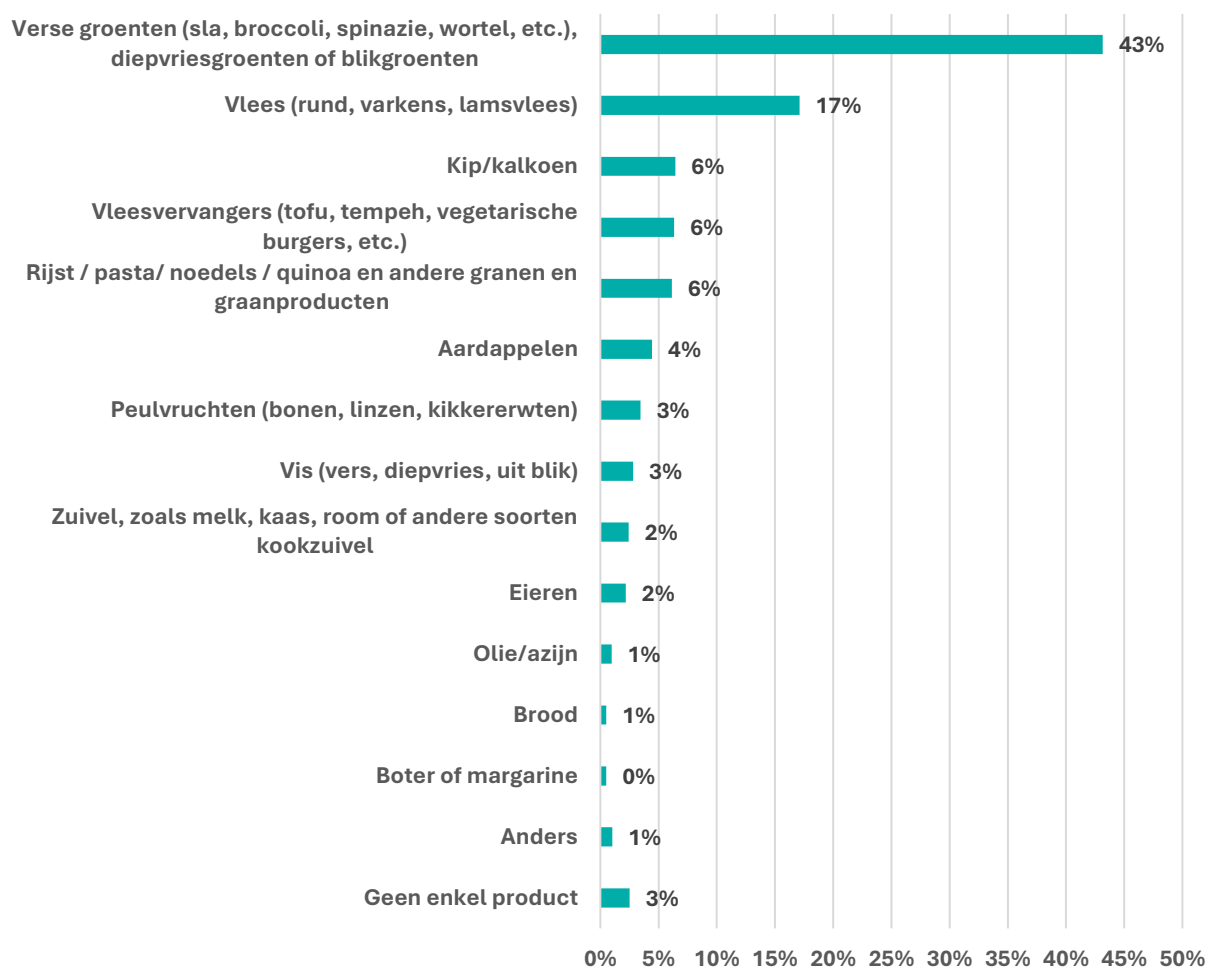
Voor Nederlanders die het makkelijkst voor biologisch zouden kiezen bij de lunch, is brood de meest populaire keuze om biologisch te kopen (Figuur 17). Dit is opvallend, omdat brood bij het ontbijt juist betrekkelijk weinig wordt gekozen. Ook vleeswaren doen het hier relatief beter, terwijl opties als yoghurt of kwark en boter of margarine minder worden gekozen.

Figuur 17: Lunch: Welk product zou dit zijn? (basis: iedereen die lunch als makkelijkste eetmoment heeft gekozen, n=490)



Bij het avondeten is het product dat Nederlanders als eerste biologisch zouden kopen, duidelijk groenten (Figuur 18). Voor meer dan vier op de tien (43%) is dit hun product van voorkeur. Dit komt overeen met de eerdere resultaten dat groenten het voornaamste product zijn dat nu al biologisch wordt gekocht (zie Figuur 3). Vlees (van rund, varken en lam) komt op de tweede plaats (17%). Alle andere opties worden weinig gekozen.

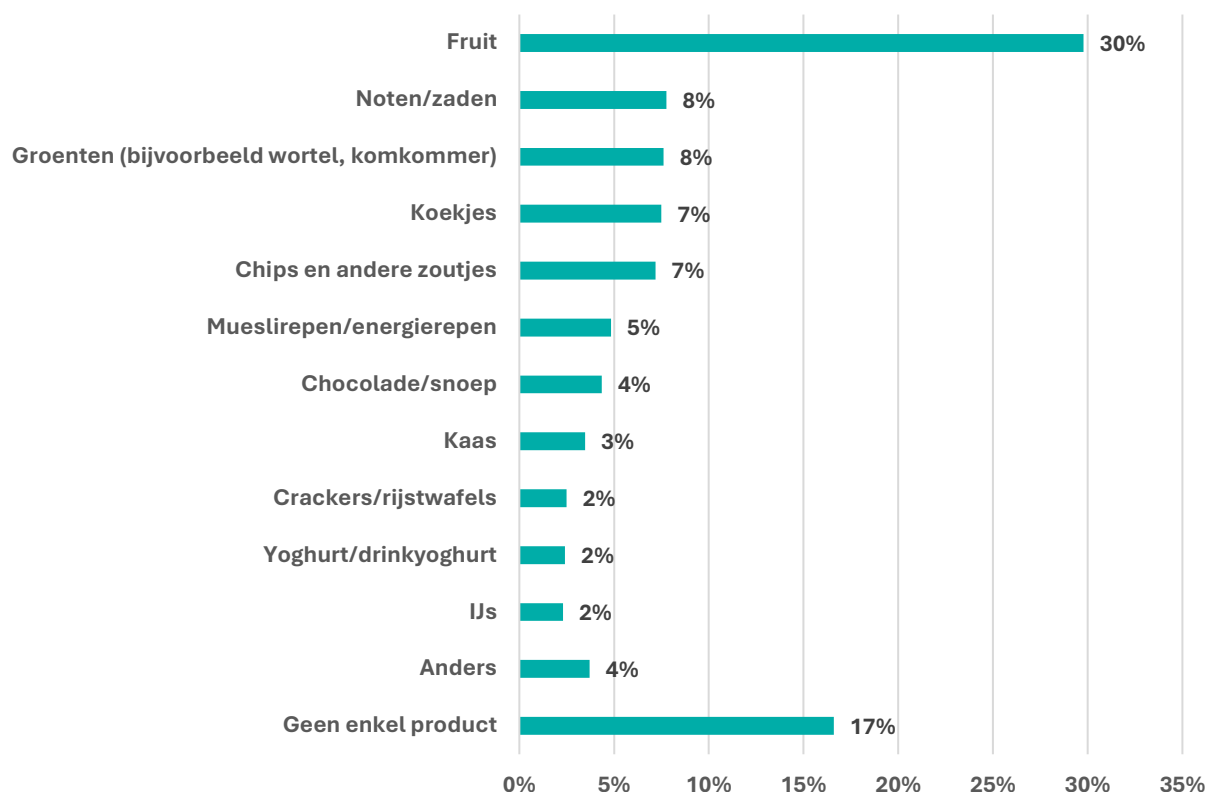
Figuur 18: Avondeten: Welk product zou dit zijn? (basis: iedereen die avondeten als makkelijkste eetmoment heeft gekozen, n=2.289)



Vrouwen kiezen vaker voor verse groenten dan mannen (46% vs 39%) terwijl mannen vaker kiezen voor vlees (20% vs 15%). Ook jongeren (18-39) kiezen vaker voor verse groenten dan oudere leeftijdsgroepen (48%). Hoger opgeleiden kiezen vaker vleesvervangers dan lager en middelbaar opgeleiden (8% vs 4% en 5% resp.).

Bij het tussendoortje is fruit overduidelijk het vaakst gekozen product om als eerste biologisch te kopen (Figuur 19). Drie op de tien (30%) kiezen dit product. De andere opties worden betrekkelijk weinig gekozen.

Figuur 19: Tussendoortje: Welk product zou dit zijn? (basis: iedereen die tussendoortje als makkelijkste eetmoment heeft gekozen, n=339)



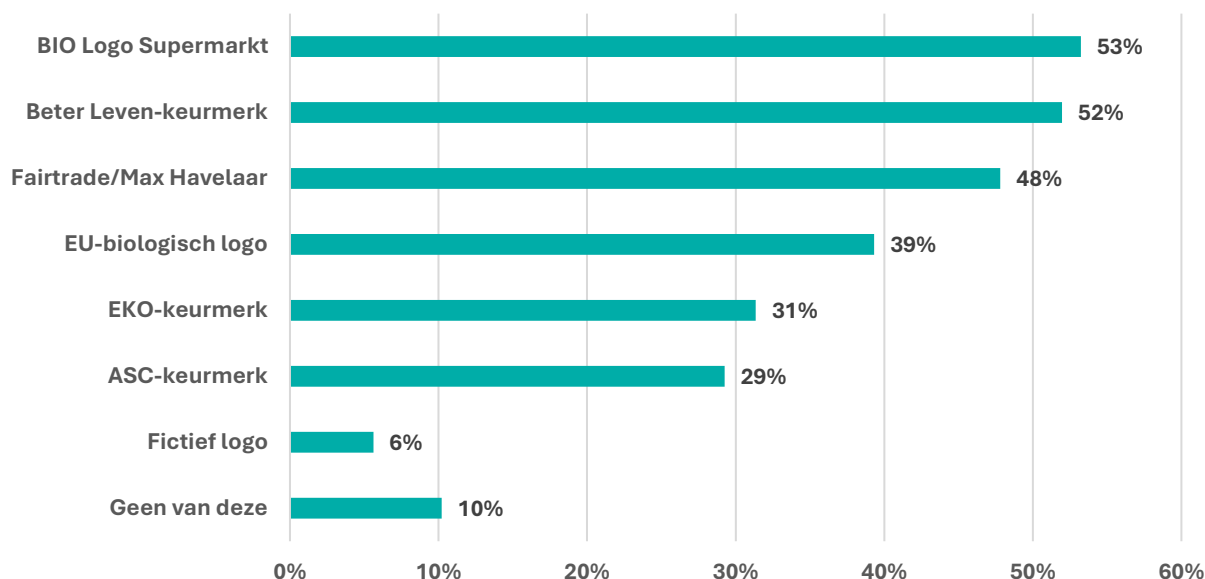
De resultaten uit dit hoofdstuk laten zien dat Nederlanders sterk variëren in hoe hun ontbijt eruitziet. Yoghurt of kwark, eieren en fruit zijn bij het ontbijtmoment de producten waarbij als eerste voor de biologische variant gekozen zou worden. De bereidheid om ook daadwerkelijk voor de biologische variant te kiezen verschilt per product. Voor yoghurt en kwark geeft 21 procent aan dat er een (zeer) grote kans is dat zij dit de volgende keer biologisch kopen, voor eieren is dit 16 procent en voor fruit 10 procent. Over alle producten samengenomen geven ongeveer vier op de tien Nederlanders (38%) aan dat de kans (zeer) groot is dat zij van het door hen gekozen product de biologische variant zouden kiezen bij de eerstvolgende keer boodschappen doen. Het avondeten is de meest populaire maaltijd om voor biologische producten te kiezen. Verse groenten zijn daarbij verreweg het meest populaire product.

5 EU-biologisch keurmerk

In hoofdstuk 3 is al naar voren gekomen dat Nederlanders over het algemeen weinig moeite hebben met herkennen welke producten biologisch zijn. In dit hoofdstuk kijken we specifiek naar één van de keurmerken voor biologische producten: het EU-biologisch keurmerk.

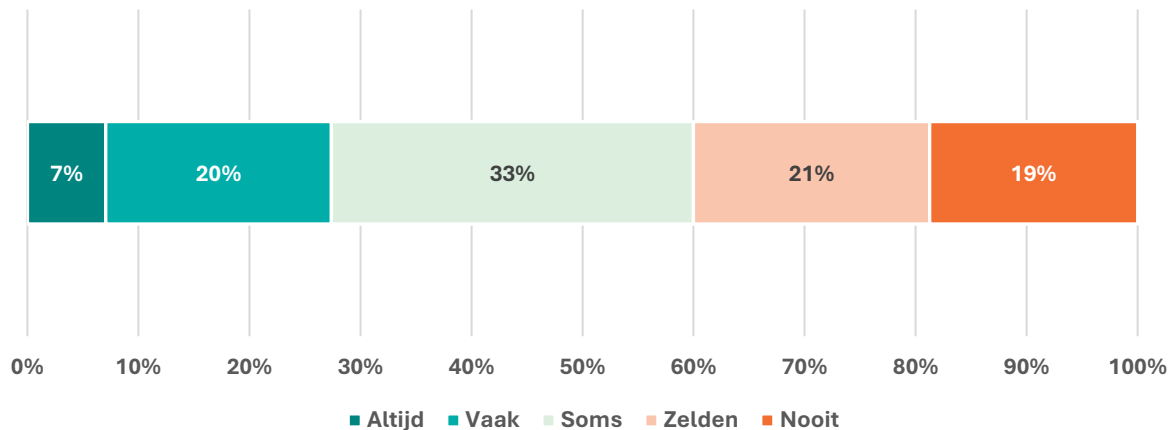
We hebben Nederlanders een lijst van verschillende keurmerken laten zien. Ongeveer vier op de tien Nederlanders (39%) herkende het EU-biologisch logo als officieel Europees keurmerk voor biologische producten (Figuur 20). Dat betekent dat dit logo voor het merendeel van de Nederlanders (nog) niet herkenbaar is.

Figuur 20: Welke van deze keurmerken herkent u als officieel Europees keurmerk voor biologische producten? (basis: allen, n=4.045)



Ongeveer een kwart van de Nederlanders (27%) die het EU-biologisch keurmerk herkennen, geven aan dat zij hier altijd of vaak op letten bij het boodschappen doen (Figuur 21). Nog eens één op de drie (33%) let hier soms op. Vier op de tien (40%) letten zelden of nooit op het keurmerk als zij producten kopen. Dit betekent dat in totaal ongeveer één op de tien Nederlanders (27 procent van 39 procent is 10,5 procent) vaak of altijd let op het EU-biologisch keurmerk.

Figuur 21: Hoe vaak let u op het EU-biologisch keurmerk wanneer u boodschappen doet? (basis: iedereen die het EU-biologisch logo herkent, n=1.512)

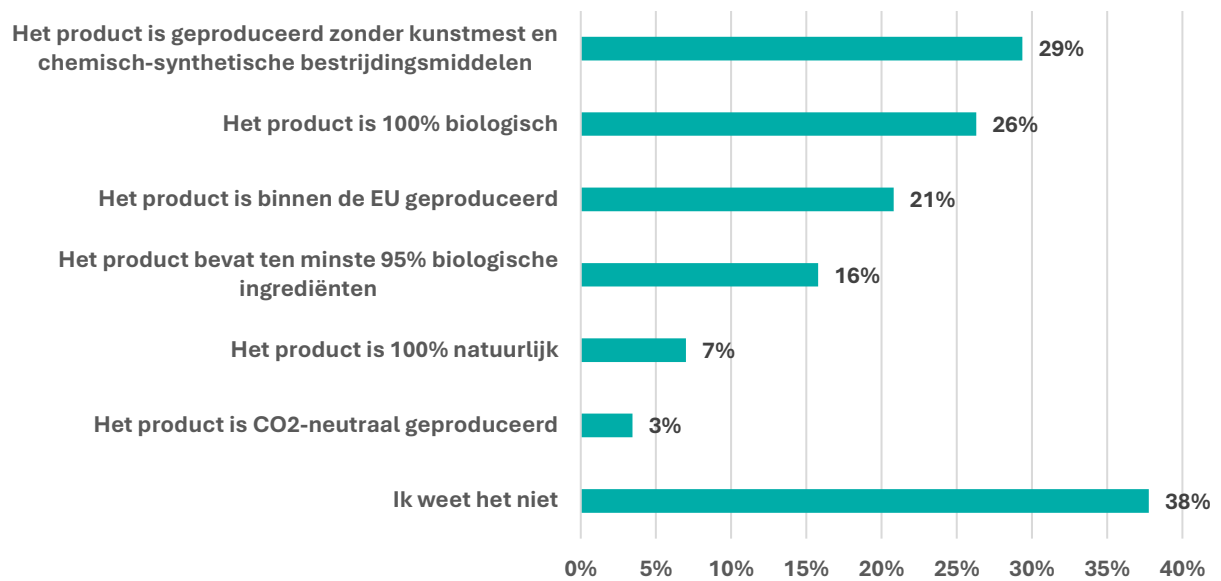


We hebben aan alle respondenten gevraagd wat het EU-biologisch keurmerk volgens hen inhoudt, of ze deze nou zeiden te herkennen of niet (Figuur 22). In de lijst met antwoorden die zij konden kiezen stonden goede en foute antwoorden. Vier op de tien (38%) respondenten gaven aan dat zij het niet weten. Uit eerdere resultaten bleek dat 61 procent onbekend was met het logo, dus dat betekent dat er bij deze vraag een grote groep is die het logo niet heeft herkend, maar die wel ten minste één antwoord heeft gegeven op wat het keurmerk volgens hen inhoudt.

De vaakst genoemde antwoorden zijn dat het product is geproduceerd zonder kunstmest en chemisch-synthetische bestrijdingsmiddelen (29%) en dat het product 100% biologisch is (26%). Dit zijn ook de twee juiste antwoorden. Ondanks dat de meest gekozen antwoorden dus de juiste antwoorden zijn, weten ongeveer zeven op de tien Nederlanders niet dat deze antwoorden allebei kloppen.

Het vaakst gekozen onjuiste antwoord is dat het product binnen de EU is geproduceerd. Ongeveer één op de vijf (21%) koos dit foute antwoord. De antwoordoptie dat het product ten minste 95 procent biologische ingrediënten bevat, is wat lastig te interpreteren. Aangezien het 100 procent moet zijn, en dus niet 95 procent, is het antwoord eigenlijk fout. Echter, er zijn ook respondenten die beide antwoorden hebben geselecteerd, met het idee dat een product dat 100 procent biologisch is, automatisch ook ten minste 95 procent biologische ingrediënten bevat. De onjuiste antwoorden dat het product 100 procent natuurlijk is of dat het CO₂-neutraal is geproduceerd, worden allebei door minder dan één op de tien gekozen.

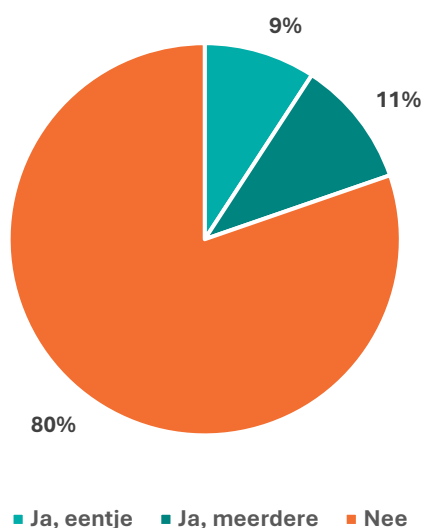
Figuur 22: Wat betekent het EU-biologisch keurmerk volgens u? (basis: allen, n=4.045)



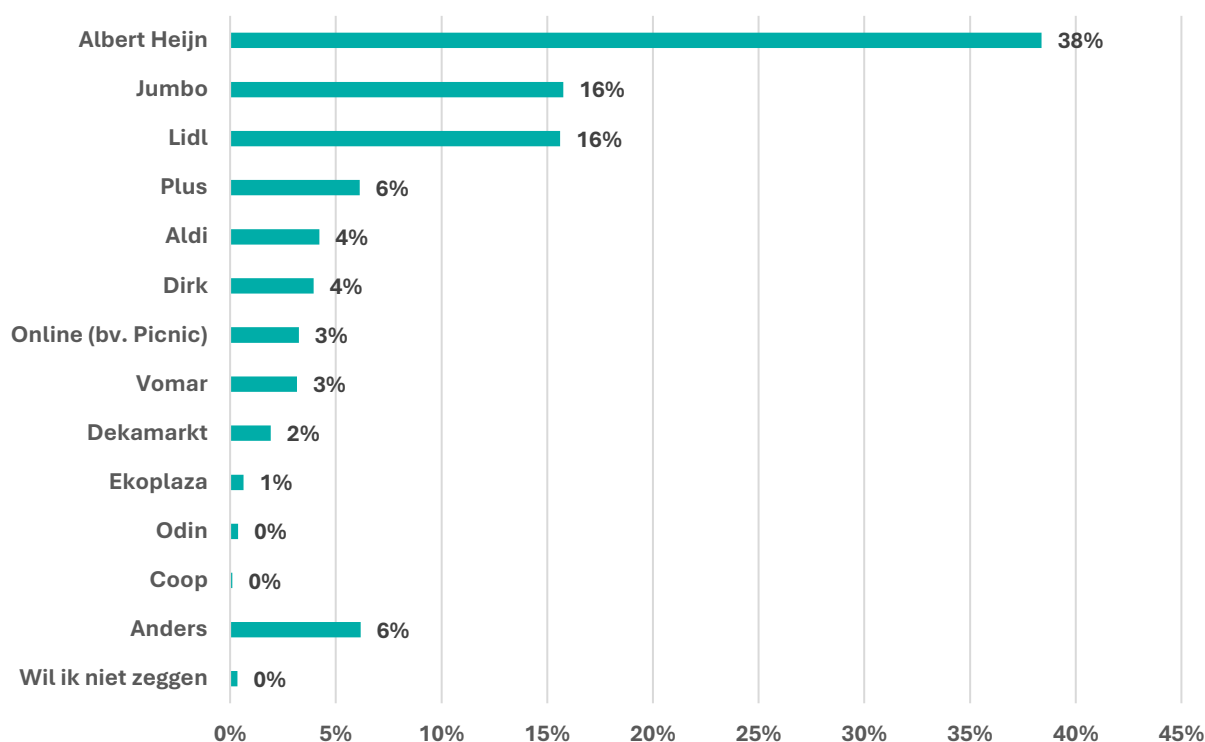
In het algemeen herkennen bijna alle Nederlanders wel een keurmerk voor eten of drinken, maar wordt ieder afzonderlijk keurmerk door de helft of minder herkend. Vier op de tien (39%) herkennen het EU-biologisch keurmerk. Er is nog veel onbekendheid over wat het keurmerk precies inhoudt. Zeven op de tien Nederlanders weten dit niet precies.

Bijlage A: Achtergrondgegevens

Figuur 23: Heeft u kinderen jonger dan 18 jaar in uw huishouden? (basis: allen, n=4.045)



Figuur 24: Bij welke supermarkt doet u het vaakst uw boodschappen? (basis: allen, n=4.045)



Bijlage B: Gebruikte vragenlijst

Deze vragenlijst gaat over het kopen van eten en drinken. We willen u graag wat vragen stellen over welke keuzes u maakt bij het kopen van eten en drinken voor uzelf en uw gezin.

Biologisch kopen

Vraag 1

"In hoeverre bent u bewust bezig met voedsel?"

- Ik let niet speciaal op wat ik eet
- Ik let af en toe op gezonde of duurzame keuzes
- Ik let vaak op gezonde of duurzame keuzes
- Ik eet bewust en kiest zoveel mogelijk voor gezonde/duurzame producten

Vraag 2

"Als u eten en drinken koopt, hoe vaak kiest u dan voor de biologische variant? Denk hierbij aan producten met het EU-biologisch keurmerk. U kunt een schatting maken als u het niet zeker weet."

- Ik kies nooit voor biologisch
- Ik kies vaker niet voor biologisch dan wel
- Ik kies voor ongeveer de helft biologisch
- Ik kies vaker wel voor biologisch dan niet
- Ik kies voor (bijna) alles biologisch

Vraag 3 (indien vraag 2 = NIET nooit)

"Van welke van de volgende producten koopt u **regelmatig** (minstens 1x per maand) de biologische variant? (Meerdere antwoorden mogelijk)" *(randomiseren)*

- Eieren
- Melk
- Yoghurt
- Brood
- Fruit
- Groenten
- Vlees
- Kaas
- Koffie/thee

- Anders, namelijk: _____ (open veld)
- Geen van deze

Vraag 4 (indien vraag 2 = NIET nooit)

"Wat is de **hoofddreden** dat u (soms) voor biologische producten kiest? (Kies maximaal 2)" (randomiseren)

- Dierenwelzijn
- Smaak
- Ik voel mij er gezonder door
- Biologische producten passen bij mijn levensstijl
- Milieu/duurzaamheid
- Steun aan boeren die biologisch produceren
- Gewoonte (bv. opgegroeid met biologisch)
- Vertrouwde producten
- Beter voor natuur/bodem/biodiversiteit
- Anders, namelijk: _____ (open veld)

Vraag 5 (indien vraag 2 = NIET nooit)

Welk van de volgende vier thema's vindt u het belangrijkste bij het kiezen voor biologische producten?

- Bodem
- Dier
- Natuur
- Maker/Boer
- Mens/consument (voor mijzelf)
- Geen van deze

Vraag 6

"Heeft u kinderen jonger dan 18 jaar in uw huishouden?"

- Ja, eentje > gebruik enkelvoud bij vragen 7, 8 en 9
- Ja, meerdere > gebruik meervoud bij vragen 7, 8 en 9
- Nee (sla Vraag 7, Vraag 8 en Vraag 9 over)

Vraag 7

"Koopt u specifiek biologische producten voor uw [kind/kinderen], ook als u voor uzelf de niet biologische variant zou kiezen?"

- Ja, altijd

- Ja, soms
- Nee, ik koop dezelfde producten voor het hele huishouden, of dat nou biologisch is of niet
- Nee, ik koop nooit biologische producten voor mijn [kind/kinderen] *(sla Vraag 8 over)*

Vraag 8

"Wat is de hoofdrede(n) dat u wel eens biologische producten voor uw [kind/kinderen] koopt? (Kies maximaal 2)" *(randomiseren)*

- Dierenwelzijn
- Smaak
- Milieu/duurzaamheid
- Steun aan boeren die biologisch produceren
- Gewoonte (bv. opgegroeid met biologisch)
- Beter voor natuur/bodem/biodiversiteit
- Passender voor mijn [kind/kinderen]
- Vertrouwde producten
- Mijn [kind/kinderen] [vraagt/vragen] hierom
- Andere reden, namelijk... _____(open veld)

Vraag 9

In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling:

"Mijn [kind/kinderen] [stimuleert/stimuleren] mij om vaker biologische producten te kopen."

5-puntsschaal helemaal eens tot helemaal oneens + weet ik niet

Vraag 10

"Wat is voor u de **belangrijkste drempel** om vaker biologische producten te kopen? (Kies maximaal 2)" *(randomiseren)*

- De prijs
- Beschikbaarheid
- Beperkte keuze
- Te kleine porties
- Ik weet niet welke producten biologisch zijn
- Ik let er niet op
- Ik denk er niet aan tijdens het boodschappen doen
- Ik weet onvoldoende over biologische producten

- Anders, namelijk: _____ (open veld)

Vraag 11

Welke van onderstaande dingen zou u het meest helpen om vaker biologisch te kiezen? (Maximaal 3 antwoorden) (randomiseren)

- Lagere prijs
- Betere beschikbaarheid
- Meer keuze
- Grotere porties
- Meer zichtbaarheid in de winkel
- Meer informatie over biologische producten
- Meer of duidelijkere informatie over de wereld/verhaal achter het product (bijv. over de maker/boer) op de verpakking
- Een duidelijker herkenbaar keurmerk
- Een aanbieding of kortingsactie
- Meer inspiratie voor biologische producten
- Een proefpakket
- Een campagne die laat zien hoe makkelijk het is om biologisch te kiezen
- Wanneer mijn gezin dit vraagt of adviseert
- Anders, namelijk: _____ (open veld)

Het Ontbijtmoment

Vraag 13

"Welke van de volgende producten eet u **regelmatig bij het ontbijt (meer dan 1x per maand)**? (Meerdere antwoorden mogelijk)" (randomiseren)

- Brood
- Crackers/knäckebröd
- Boter/ margarine
- Eieren
- Yoghurt/kwark
- Melk
- Fruit
- Ontbijtgranen/ muesli / havermout

- Kaas
- Vleeswaren
- Koffie/ thee
- Vruchtensap / smoothies
- Smeerbaar broodbeleg (bijv. appelstroop, honing, jam, chocopasta en pindakaas)
- Andere, namelijk: _____ (open veld)
- Geen van deze / ik eet nooit ontbijt > naar vraag 17

Vraag 14

“Stel, u kiest morgen bij het ontbijt van één alledaags product de biologische variant. Welk product heeft dan uw eerste voorkeur?”

(Gebruik gekozen opties uit Vraag 13, en toevoegen:)

- Ik kies bij het ontbijt liever voor geen enkel biologisch product
- Weet ik niet

Vraag 15

Waarom zou u bij dit product kiezen voor de biologische variant? (Kies maximaal 2) (randomiseren)

- Dierenwelzijn
- Smaak
- Ik voel mij er gezonder door
- Biologische producten passen bij mijn levensstijl
- Milieu/duurzaamheid
- Steun aan boeren die biologisch produceren
- Gewoonte (bv. opgegroeid met biologisch)
- Vertrouwde producten
- Beter voor natuur/bodem/biodiversiteit
- Anders, namelijk: _____ (open veld)
- Weet ik niet

Vraag 16

“Hoe waarschijnlijk is het dat u bij uw eerstvolgende keer boodschappen doen kiest voor de biologische variant van [product uit Vraag 14]”

- Zeer kleine kans

- Kleine kans
- Misschien
- Grote kans
- Zeer grote kans

Vraag 17

Bij welk eetmoment zou u het makkelijkst één of meer producten vaker biologisch kunnen kiezen?

- Ontbijt > naar vraag 19
- Lunch > naar vraag 18 lijst A
- Avondeten > naar vraag 18 lijst B
- Tussendoortjes > naar vraag 18 lijst C

Vraag 18

Welk product zou dit zijn?

A. Lunch (*randomiseren*)

- Brood
- Crackers/knäckebröd
- Boter/margarine
- Kaas
- Melk/ karnemelk/ drinkyogurt
- Vleeswaren (ham, salami, filet americain, etc.)
- Smeerbaar broodbeleg (pindakaas, jam, honing, chocopasta, etc.)
- Groenten (sla, komkommer, tomaat, paprika etc.)
- Fruit
- Yoghurt/kwark
- Soep
- Eieren (bijv. gekookt ei in salade)
- Noten/zaden
- Vleesvervangers (bijv. vegetarische spread, tofu)
- Andere, namelijk: _____ (*open veld, optioneel*)
- *Geen enkel product*

B. Avondeten (*randomiseren*)

- Vlees (rund, varkens, lamsvlees)
- Kip/kalkoen
- Vis (vers, diepvries, uit blik)
- Vleesvervangers (tofu, tempeh, vegetarische burgers, etc.)
- Eieren
- Verse groenten (sla, broccoli, spinazie, wortel, etc.), diepvriesgroenten of blikgroenten
- Aardappelen
- Rijst / pasta/ noedels / quinoa en andere granen en graanproducten
- Peulvruchten (bonen, linzen, kikkererwten)
- Olie/azijn
- Boter of margarine
- Zuivel, zoals melk, kaas, room of andere soorten kookzuivel
- Brood
- Andere, namelijk: _____ (*open veld, optioneel*)
- *Geen enkel product*

C. Tussendoortjes (*randomiseren*)

- Fruit
- Noten/zaden
- Yoghurt/drinkyoghurt
- Kaas
- Crackers/rijstwafels
- Mueslirepen/energierepen
- Chocolade/snoep
- Koekjes
- Chips en andere zoutjes
- IJs
- Groenten (bijvoorbeeld wortel, komkommer)
- Andere, namelijk: _____ (*open veld, optioneel*)
- *Geen enkel product*

EU-Biologisch keurmerk

Vraag 19

"Hieronder ziet u verschillende keurmerken die op voedselverpakkingen kunnen staan. Welke van deze keurmerken herkent u als officieel Europees keurmerk voor biologische producten?" (Meerdere antwoorden mogelijk) (volgorde randomiseren als dat kan met afbeeldingen)

1. EU-biologisch logo
 2. EKO-keurmerk
 3. ASC-keurmerk
 4. Fairtrade/Max Havelaar
 5. Beter Leven-keurmerk
 6. Fictief logo
 7. BIO Logo Supermarkt (bijv AH / Lidl?)
- Geen van deze

Vraag 20 (alleen voor respondenten die bij vraag 19 – het EU-biologisch logo hebben geselecteerd)

"Hoe vaak let u op het EU-biologisch keurmerk wanneer u boodschappen doet?"

- Altijd
- Vaak
- Soms
- Zelden
- Nooit

Vraag 21

"Wat betekent het EU-biologisch keurmerk volgens u? Kies alle antwoorden die volgens u van toepassing zijn." (meerdere antwoorden mogelijk) (randomiseren)

- Het product is 100% biologisch
- Het product is 100% natuurlijk
- Het product is geproduceerd zonder kunstmest en chemisch-synthetische bestrijdingsmiddelen
- Het product bevat ten minste 95% biologische ingrediënten
- Het product is binnen de EU geproduceerd
- Het product is CO2-neutraal geproduceerd
- Ik weet het niet (vastzetten onderaan)

Vraag 22

"Bij welke supermarkt doet u het vaakst uw boodschappen?"
(single)

- Albert Heijn
- Jumbo
- Lidl
- Aldi
- Plus
- Dirk
- Coop
- Vomar
- Dekamarkt
- Odin
- Ekoplaza
- Online (bv. Picnic)
- Andere supermarkt, namelijk: _____
- Wil ik niet zeggen

Contactgegevens

Ipsos I&O

Zuiderval 70
7543 EZ Enschede
053 - 200 52 00

Amstelveenseweg 760
1081 JK Amsterdam
020 - 607 07 07

Ericssonstraat 2
5121 ML Rijen
020-607 07 07

