

Groningers en Duurzaam Voedsel

*Motieven voor verduurzaming
van het voedselsysteem en
consumptiegedrag*

Groningers en Duurzaam Voedsel
Enquête over motieven voor verduurzaming van
het voedselsysteem en consumptiegedrag
©NMG (Natuur en Milieufederatie Groningen)
Groningen, november 2015

Contact

Akkeliene Postema (a.postema@nmfgroningen.nl)

Auteur

Akkeliene Postema MSc

Met dank aan

Wout Veldstra, Anke van Duuren (gemeente Groningen)

Laura de Jong (Onderzoek en Statistiek Groningen)

Trudy Rood, Marjolein van Gelder en Henk van Zeijts (allen Planbureau voor de Leefomgeving)

U kunt deze publicatie downloaden via de website www.nmfgroningen.nl. Delen uit de publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding. Postema, A. (2015) *Groningers en Duurzaam Voedsel. Enquête over motieven voor verduurzaming van het voedselsysteem en consumptiegedrag*, Groningen: NMG.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Respondenten en enquête	6
3. Resultaten.....	8
3.1. Lokale of streekproducten	8
3.2 Nederlandse producten	10
3.3 Voedselverspilling	13
3.4 Vleesconsumptie.....	18
3.5 Investeren in duurzame voedselproductie.....	20
3.6 Rol van gemeente Groningen	21
4. Groningers versus Nederlanders - vergelijking resultaten	23
4.1 Lokale of streekproducten.....	23
4.2 Nederlandse producten.....	24
4.3 Voedselverspilling	25
4.4 Vleesconsumptie.....	26
4.5 Investeren in duurzame voedselproductie.....	29
4.6 Rol van gemeente Groningen versus rol van de overheid. .	31
5. Conclusie	32
6. Literatuur	33

1. Inleiding

Voedsel is vrijwel dagelijks in het nieuws. Een greep uit de laatste weken: "Ruim helft Nederlandse huishoudens gooit wekelijks voedsel weg", 'Kabinet wil dat Nederlanders vaker insecten eten' en 'Sinaasappelsap net zo slecht als cola'. Het is duidelijk: de huidige inrichting van ons voedselsysteem houdt de gemoederen danig bezig. Voedsel staat ook hoog op de agenda van de politiek. De ambitie van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), welke in 2010 is opgegaan in het Ministerie van Economische Zaken, is om Nederland mondiaal koploper te laten zijn op het gebied van duurzaam voedsel (Bakker en Dagevos, 2010).

De zorgen met betrekking tot ons voedselsysteem zijn niet alleen van nu. Al in 1798 schreef Thomas Maltus (1766-1834) over de voedseltekorten en hongersnood die hij voorspelde door de groeiende wereldpopulatie. Een wereldwijde crisis bleef echter uit, omdat er gebruik werd gemaakt van bestrijdingsmiddelen waardoor er meer voedsel kon worden geproduceerd. In de jaren '60 was er veel kritiek op het gebruik van bestrijdingsmiddelen. In het boek 'Silent Spring' (1962) beschrijft Rachel Carson dat de gevolgen van het gebruik van bestrijdingsmiddelen desastreus zijn. In 1972 publiceerde de Club van Rome 'Limits of Growth' dat ook leidde tot veel discussie. Ook daarin werden de negatieve gevolgen van de verdere intensivering van de voedselproductie op natuur en milieu beschreven. Deze intensivering in combinatie met de groeiende wereldbevolking zou volgens dit rapport op den duur leiden tot voedseltekorten.

Nog steeds groeit de vraag naar vis, vlees en zuivelproducten gestaag. Dit komt niet alleen door de mondiale bevolkingsgroei, maar ook door de toenemende welvaart. De komende veertig jaar groeit de wereldwijde vraag met meer dan 50%, zo wordt voorspeld. In 2050 moeten er naar verwachting negen miljard mensen gevoed worden binnen de draagkracht van het mondiale ecosysteem (LNV, 2009).

Een deel van de mensheid vindt dat we niet langer roofbouw mogen plegen op onze natuurlijke bronnen, en dat we moeten overstappen naar een duurzamer voedselsysteem. Nederlanders zijn steeds meer betrokken bij voedsel, maar de groep die bewust kiest voor duurzame producten is nog relatief klein (Gast e.a. 2009, p 28), al wordt deze wel steeds groter (Rijksoverheid, 2015).

Voedsel speelt in bijna alle milieuproblemen een rol (Diamond, 2008). Maar doordat er zoveel actoren betrokken zijn, is het onmogelijk om de verantwoordelijkheid bij één partij neer te leggen. Het is onduidelijk hoe het voedselsysteem verduurzaamd kan worden, maar door middel van dit onderzoek willen we in ieder geval in kaart brengen hoe de Groningse consumenten in dit complexe vraagstuk staan en wat hun motieven of belemmeringen zijn om duurzaam voedsel wel of niet te kopen. Bovendien is bevestigd welke rol de gemeente Groningen in dit proces zou kunnen vervullen.

In 2014 heeft het Planbureau voor de Leefomgeving het onderzoek '*Nederlanders en Duurzaam Voedsel. Enquête over motieven voor verduurzaming van het voedselsysteem en consumptiegedrag*' uitgevoerd. In dat onderzoek werden de respondenten bevraagd op activiteiten die kunnen bijdragen aan verduurzaming van het voedselsysteem. De activiteiten hebben betrekking op het verspillen, consumeren, produceren en bereiden van voedsel.

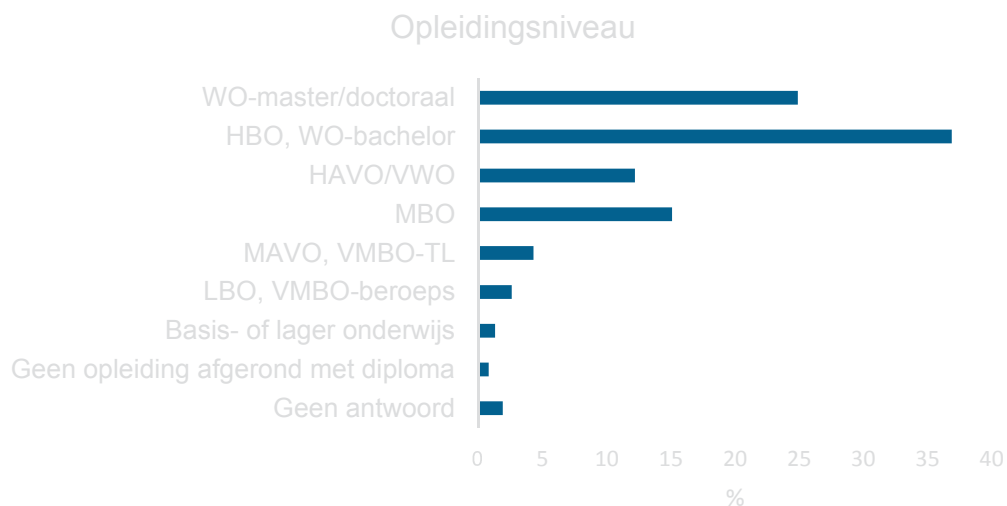
In dit onderzoek zijn Groningers op de onderwerpen consumeren en verspillen bevestigd. Sommige vragen zijn letterlijk overgenomen uit het landelijke onderzoek, omdat zo inzicht verworven kan worden in de overeenkomsten in en verschillen tussen Gronings en Nederlands gedrag. Er zijn echter ook enkele vragen toegevoegd, en er is voor gekozen om een aantal vragen en onderwerpen weg te laten. Concreet zijn vragen gesteld over de volgende onderwerpen:

- Het kopen van lokale of streekproducten
- Het kopen van Nederlandse producten
- Gedrag met betrekking tot voedselverspilling

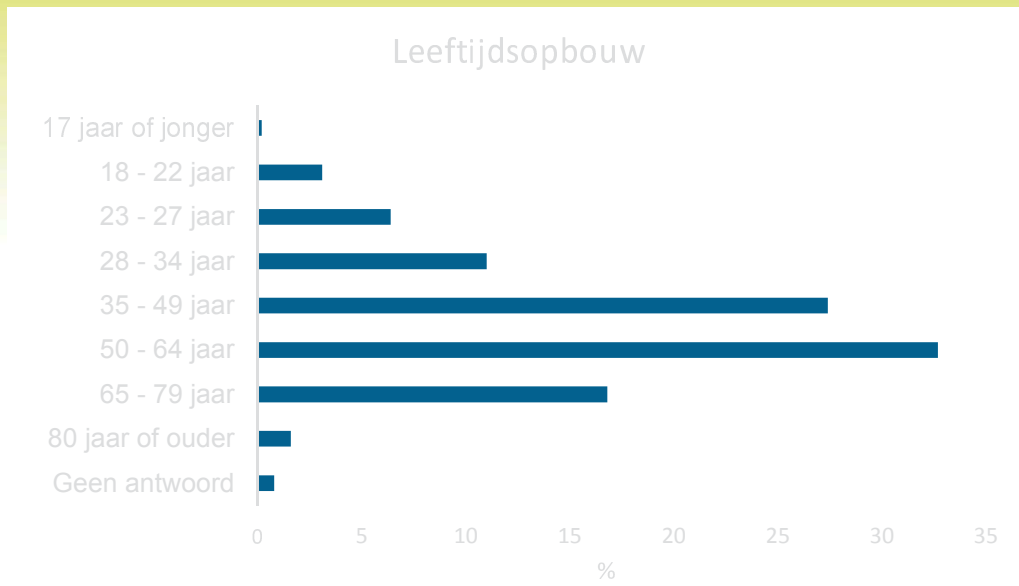
2. Respondenten en enquête

De enquête is in oktober 2015 online uitgezet in het stadspanel van Onderzoek en Statistiek Groningen. Het Stadspanel is het burgerpanel van Groningen en bestaat uit een groep van ongeveer 9000 inwoners van de gemeente Groningen die over allerlei onderwerpen in hun wijk en de stad hun opinie geven. Er hebben 3803 respondenten van het panel meegedaan. Tevens heeft de Natuur en Milieufederatie Groningen de enquête via de eigen website en Twitter onder de aandacht gebracht bij andere geïnteresseerden. Zo zijn er nog eens 152 respondenten door middel van een open link bijgekomen. In totaal hebben 3955 respondenten meegedaan. Gedurende de enquête hebben 303 respondenten de enquête niet tot het einde ingevuld. Er is bij de verwerking van de resultaten voor gekozen om deze respondenten niet mee te nemen in de resultaten.

Het panel vormt qua opleidingsniveau niet een betrouwbare afspiegeling van de stad, aangezien het percentage hoogopgeleiden oververtegenwoordigd is. 1% van de respondenten heeft geen opleiding afgerond met een diploma, het percentage dat alleen lager onderwijs heeft genoten is 4%, 19% heeft een diploma van middelbaar niveau, en de meerderheid heeft hoger onderwijs gevolgd (74%).



Tevens is de leeftijdsopbouw van het panel niet representatief voor de stad Groningen. Maar liefst een derde (33%) van de respondenten zit in de leeftijdscategorie tussen 50 en 64 jaar. Iets meer dan een kwart (27%) is tussen 35 en 49 jaar, gevolgd door 17% tussen 65 en 79 jaar. 11% is tussen 28 en 34, 6% tussen 23 en 27 jaar, 3% tussen 18 en 22 jaar, 2% is 80 jaar of ouder en 1% heeft de leeftijd niet ingevuld.



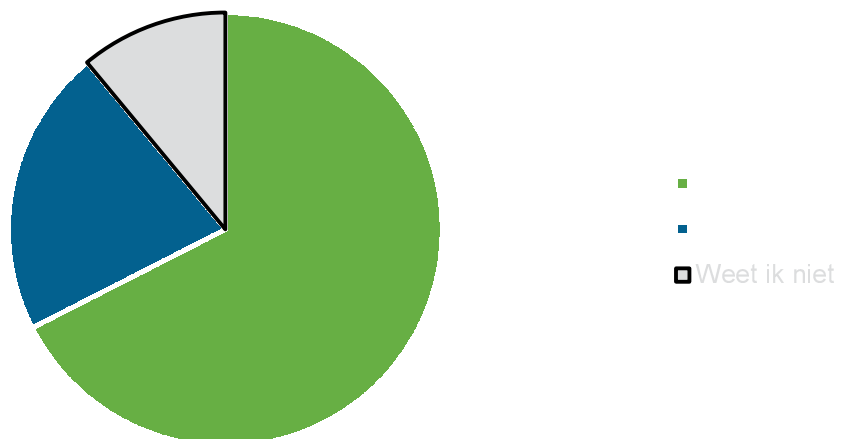
3. Resultaten

Door de globalisering liggen de schappen van de supermarkten vol met voedselproducten van over de hele wereld. Toch hechten consumenten juist door dit verschijnsel steeds meer waarde aan hun lokale en/of nationale identiteit. Door deze ontwikkeling is er in de laatste jaren een trend te zien van de toename van het aanbod van streekproducten (Rijksoverheid, 2015) en ook de consumenten richten zich meer op de herkomst van de producten. Traceerbaarheid en herkomst, maar ook authenticiteit worden belangrijker voor de consument. Het kopen van streekproducten heeft invloed op de lokale economie en de voedseltransporten zijn korter, wat zijn weerslag heeft op het milieu.

3.1. Lokale of streekproducten

Van de Groningers geeft 68% aan lokale of streekproducten te kopen. 22% koopt nooit streekproducten en 11% weet het niet.

Koopt u of iemand in uw huishouden weleens streekproducten of lokale producten?



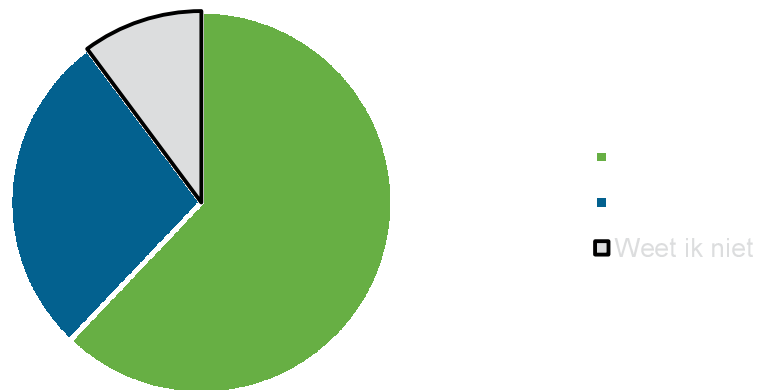
Motieven om geen lokale of streekproducten te kopen

Van de respondenten die aangeven nooit streekproducten te kopen geeft het merendeel aan te weinig lokale producten te kennen (53%) (tabel 1). Andere redenen om geen lokale of streekproducten te kopen zijn dat er te weinig lokale producten in de buurt te koop zijn (30%), dat er geen behoefte aan is (29%) en dat lokale producten duurder zijn (22%).

3.2 Nederlandse producten

In de enquête werden de respondenten ook bevraagd op het aankoopgedrag van Nederlandse producten. De vraag die werd gesteld was of mensen weleens producten kochten omdat ze in Nederland waren geproduceerd. Bijna twee derde (62%) van de respondenten geeft aan dat dit het geval is. Meer dan een kwart (28%) antwoordt ontkennend en 10% weet niet of dit binnen het huishouden gebeurt.

Koopt u of iemand in uw huishouden weleens een bepaald voedselproduct omdat het in Nederland is geproduceerd?



Motieven om geen Nederlandse producten te kopen omdat ze in Nederland zijn geproduceerd

Van de respondenten die aangeven nooit producten te kopen omdat zij in Nederland zijn geproduceerd, vindt meer dan de helft (54%) het niet belangrijk dat producten in Nederland zijn geproduceerd. 28% geeft aan te weinig producten, waarvan bekend is dat ze uit Nederland komen, te kennen (tabel 2).

Tabel 2
Barrières om Nederlandse producten te kopen (in aandeel van de bevolking die geen Nederlandse producten koopt omdat ze in Nederland geproduceerd zijn)

Tabel 3
Consumptie van lokale of streekproducten of productie van producten uit Nederland (in aandeel van de bevolking die lokale of streekproducten of producten uit Nederland koopt)

Motieven om producten te kopen omdat ze in Nederland zijn geproduceerd

Net zoals er bij de lokale en streekproducten is uitgevraagd op motieven, is dit ook bij de Nederlandse producten gedaan. Twee van de drie belangrijkste redenen komen overeen, zij het in een andere volgorde. De reden die door meer dan de helft werd aangevinkt was dat de transportafstanden korter zijn (52%), gevolgd door de overweging dat het beter is voor milieu, natuur en landschap (45%) en voor de Nederlandse economie (38%).

Van de respondenten die nu al aangeven dat zij producten kopen omdat ze uit Nederland komen, zou nog eens 70% deze producten vaker willen kopen. 11% geeft aan dit niet vaker te willen kopen en 19% weet het niet. Dit zijn precies dezelfde uitkomsten als bij de streekproducten.

De redenen die gegeven werden om de producten niet vaker aan te schaffen zijn dat er te weinig producten waarvan bekend is dat ze uit Nederland komen in de winkel liggen (48%), dat mensen te weinig producten kennen die uit Nederland komen (39%), en dat Nederlandse producten soms duurder zijn dan producten uit het buitenland (37%).

De mensen die aangaven niet vaker producten te willen kopen omdat ze in Nederland worden geproduceerd, kozen merendeels voor de optie om zelf iets in te vullen. Mensen vonden dat ze al veel Nederlandse producten kochten, of hadden er geen behoefte aan.

3.3 Voedselverspilling

De consument is in de voedselketen de grootste verspiller. Uit de meest recente schattingen blijkt dat consumenten gemiddeld 12% van het aangekochte voedsel weggooien (Milieucentraal, 2012). Dat is bijna 50 kilogram per persoon per jaar. Uit onderzoek van de Europese Commissie (2010) blijkt dat de consument voor 42% verantwoordelijk is voor de verspilling, op de voet gevolgd door de producenten die 39% van de totale verspilling voor hun rekening nemen. Andere ketens met een aandeel in voedselverspilling zijn de horeca en de supermarkten.

Frequentie voedsel weggooien

De meeste Groningers (40%) gooien minder dan één keer in de week voedsel weg (tabel 4). Ongeveer een kwart gooit eens per week en een kwart gooit een aantal keren in de week voedsel weg. Bijna een tiende gooit dagelijks voedsel weg.

Tabel 4
Frequentie weggooien van voedsel

Tabel 5
Motieven om voedsel weg te gooien (in aandeel van de bevolking die voedsel weggooit)

Tabel 6
Motieven voor het vermijden van voedselverspilling
(In aandeel van de bevolking die voedselverspilling vermijdt)

Tabel 7
Verwachting over gemeentelijke maatregel voor het vermijden van
voedselverspilling (in aandeel van de bevolking die vindt dat de gemeente iets
moet doen)

Tabel 8
Franse maatregelen tegen voedselverspilling een goed idee om in Nederland in
te voeren?

Aanschaf na houdbaarheidsdatum

Vervolgens werd het panel bevestigd over een eventuele aanschaf van producten waarbij de 'tenminste houdbaar tot'-datum werd overschreden. Wel werd uitgelegd dat de kwaliteit van het product na de THT-datum achteruit kan gaan, maar dat het product in veel gevallen nog wel geschikt is voor consumptie.

Ook werd het verschil met TGT uitgelegd, 'te gebruiken tot'-producten moeten voordat de houdbaarheidsdatum verstrekken is geconsumeerd worden. Er werd aan de respondenten gevraagd of zij producten waarvan de houdbaarheidsdatum (THT) is verstreken tegen een gereduceerd tarief zouden kopen. Hier konden zij antwoorden met 'zeer waarschijnlijk', 'waarschijnlijk', 'onwaarschijnlijk', 'zeer onwaarschijnlijk' of 'weet ik niet'.

Meer dan twee derde (70%) van het panel geeft aan dat zij 'zeer waarschijnlijk' of 'waarschijnlijk' producten waarvan de houdbaarheidsdatum is verstreken zouden kopen (tabel 9).

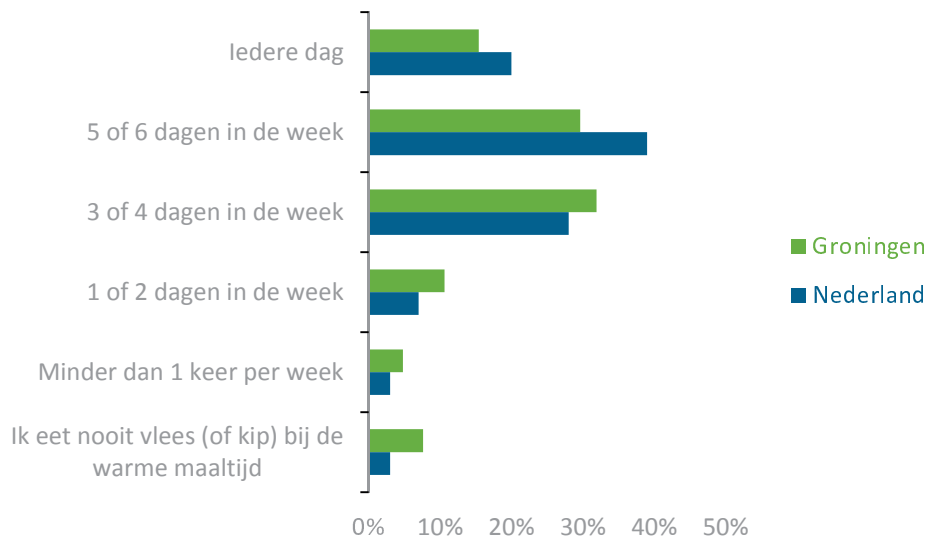
Horeca en meenemen overgebleven voedsel

De horeca is verantwoordelijk voor 14% van de voedselverspilling binnen de gehele voedselketen. Grote hoeveelheden voedsel worden soms in één keer weggegooid als dat over is na buffetten (tijdens bijvoorbeeld feesten, bijeenkomsten, werkoverleggen, recepties). De Natuur en Milieufederatie Groningen wil in gesprek met de horeca om te zien of overgebleven voedsel na bijvoorbeeld een buffet meegenomen kan worden door de consument. Onbekend was echter of consumenten gebruik zouden maken van deze mogelijkheid indien deze werd aangeboden. Wederom kon er op een waarschijnlijkheidsschaal worden aangegeven waar de voorkeur naar uitging.

Tabel 9
Producten waarvan houdbaarheidsdatum is verstreken tegen gereduceerd tarief kopen en meenemen van voedsel na buffetten

3.4 Vleesconsumptie

In Nederland eten we jaarlijks zo'n 40 kilo vlees per persoon (rund, varken en kip samen); dat is ruim twee maal zoveel als vijftig jaar geleden. Behalve consumeren exporteren we ook: ruim driekwart van het geproduceerde vlees gaat Nederland uit. De veehouderij, die al dat vlees produceert, stoot broeikasgassen uit, verbruikt veel water, neemt wereldwijd veel ruimte in beslag voor de



45% vindt een maaltijd zonder vlees diervriendelijker en ziet dat als reden om geen vlees te eten.

Redenen iedere dag vlees eten

De mensen die iedere dag voor vlees kiezen is gevraagd naar hun motieven. Circa zes tiende van de respondenten geeft als reden dat vlees erg lekker is en ongeveer evenveel (58%) vindt dat vlees een warme maaltijd compleet maakt. Bijna de helft (49%) vindt een warme maaltijd zonder vlees minder lekker.

Redenen niet iedere dag vlees eten

De reden die het vaakst (41%) werd genoemd voor het niet elke dag eten van vlees was dat het beter is voor milieu, natuur en landschap. Daarop volgden de redenen dat minder vlees eten beter is voor de eigen gezondheid en/of die van kinderen (38%), of dat het geen bewuste keuze is maar dat de maaltijd toevallig geen vlees bevat (38%). Meer dan een kwart (29%) geeft aan af en toe geen vlees te eten omdat het diervriendelijker is.

Vaker een maaltijd zonder vlees

Aan de mensen die hebben aangegeven niet elke dag vlees te eten, is gevraagd of ze nog vaker een warme maaltijd zonder vlees willen eten. Bijna de helft (45%) geeft aan dit niet te willen, 39% geeft aan nog vaker minder vlees te willen en 17% weet het niet.

Redenen om niet minder vaak vlees te eten, terwijl ze dat wel willen

De respondenten die antwoordden dat zij wel minder vaak vlees zouden willen eten, is tevens gevraagd wat hen tegenhoudt om hun vleesconsumptie te minderen. Dat vlees erg lekker is werd het vaakst (28%) als reden gegeven, een kwart (25%) geeft als reden dat vlees eten een gewoonte is die moeilijk te veranderen is. Bijna een kwart van de respondenten (22%) geeft andere redenen aan.

Redenen om niet vaker een maaltijd zonder vlees te willen

Respondenten die aangaven niet vaker een maaltijd zonder vlees te willen, is gevraagd wat daar de redenen van zijn. Wederom werd door de meeste mensen aangegeven dat vlees erg lekker is (44%). Andere redenen waren dat vlees een warme maaltijd compleet maakt (24%) en dat voldoende vlees nodig is om gezond te leven (22%). Ook gaf 22% van de respondenten andere redenen.

3.5 Investeren in duurzame voedselproductie

Frequentie investeren

Het overgrote deel van het panel geeft aan niet te investeren in duurzame voedselproductie (89%). Toch geeft 6% aan weleens geld te hebben geïnvesteerd met de adoptie van bijvoorbeeld een kip of appelboom. Een andere vorm van geld investeren is door middel van crowdfunding (1%) en 2% zegt geld te hebben geïnvesteerd op een andere manier.

Omvang van investering

De mensen die op enigerlei wijze hebben geïnvesteerd in duurzame voedselproductie, is ook gevraagd om hoeveel geld het ging. Bij bijna de helft (49%) ging het om 100 euro of minder, bij een kwart (24%) waren de investeringen gemaakt voor 2014. 11,5% geeft aan niet te weten om hoeveel geld het ging en 13% investeerde tussen de 100 en 1000 euro. Een klein aantal respondenten gaf aan tussen de 1000 en 10.000 euro (4) en meer dan 10.000 euro (2) te hebben geïnvesteerd.

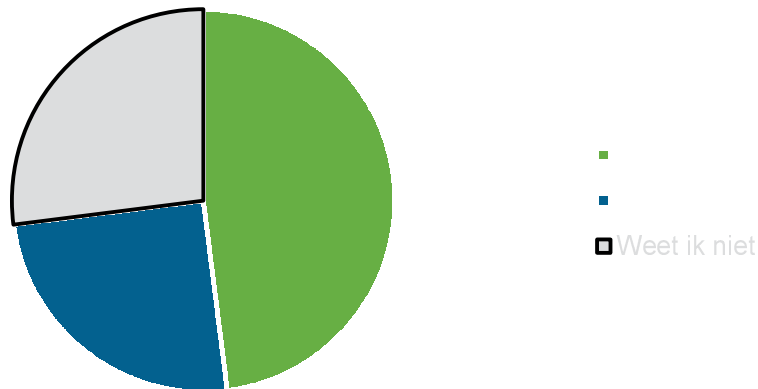
Redenen om geld te investeren in boerenbedrijf

Bijna twee derde (62%) geeft aan te hebben geïnvesteerd omdat de investering bijdraagt aan een beter milieu, landschap en natuur. Ongeveer de helft (48%) geeft als reden dat de investering bijdraagt aan een beter dierenwelzijn en voor een vijfde (20%) is het betere inkomen van de boer een reden om te investeren.

3.6 Rol gemeente Groningen

In de enquête is gevraagd of de gemeente Groningen iets zou moeten doen zodat mensen meer duurzame voedingsproducten kopen. Bijna de helft van de respondenten (48%) geeft aan dat zij hierin een rol voor de gemeente zien weggelegd, tegenover een kwart (25%) die hierin geen rol voor de gemeente ziet en iets meer dan een kwart (27 %) die zegt niet te weten of de gemeente hier iets aan zou moeten doen.

Zou de gemeente Groningen volgens u iets moeten doen zodat mensen meer duurzame voedingsproducten kopen?



Wederom is de respondenten die een rol voor de gemeente zien weggelegd gevraagd welke rol de gemeente moet vervullen, en opnieuw is het geven van goede voorlichting over duurzaam voedsel het meest als antwoord gegeven (66%). Respondenten vonden ook dat de gemeente het goede voorbeeld moest geven (54%) en dat de gemeente producten goedkoper moest maken (52%) (tabel 10).

De mensen die aangaven behoefte te hebben aan voorlichting is bovendien nog gevraagd op welk vlak zij dit zouden willen. Meer dan een derde van de respondenten (34%) wil graag meer informatie over de herkomst van producten (voedselkilometers). Er is tevens behoefte aan voorlichting op het gebied van bestrijdingsmiddelengebruik (31%) en E-nummers (30%), en aan seizoen informatie van voedselproducten (30%).

Tabel 10

Groningers en Duurzaam Voedsel

Rol van de gemeente Groningen om mensen te stimuleren meer duurzame voedingsproducten te kopen (in aandeel van de bevolking die vindt dat de gemeente Groningen iets moet doen)

4. Groningers versus Nederlanders - vergelijking resultaten

Het is nodig om een aantal kanttekeningen te plaatsen voorafgaand aan deze vergelijkende analyse. Ten eerste is de steekproef van het landelijke onderzoek een representatieve geweest, iets dat van het Groningse panel helaas niet kan worden gezegd. Zo zijn bepaalde leeftijdsgroepen oververtegenwoordigd en is het panel tevens zeer hoogopgeleid. Dit maakt dat sommige uitkomsten niet helemaal overeen zullen komen met het algehele gedrag in de stad Groningen en dat een vergelijking ook lastig is op basis van deze resultaten. Daarnaast konden de respondenten bij de meeste vragen in het landelijke onderzoek een onbeperkt aantal antwoorden aanvinken, terwijl de deelnemers aan het Groningse onderzoek waren beperkt tot een maximum van drie redenen. Hierdoor zijn de percentages in het landelijke onderzoek opgeteld veelal hoger. Toch is dan nog wel een vergelijking mogelijk. Een laatste opmerking betreft het verschil in uitzetten van de enquêtes: de dataverzameling in het landelijke onderzoek vond plaats in januari 2013, terwijl de Groningse data in oktober 2015 werden verzameld. Omdat er bijna drie jaar tussen deze verzameldata zit, kan het gedrag en de meningen van de respondenten in het landelijke onderzoek inmiddels ook weer veranderd zijn.

4.1 Lokale of streekproducten

Opmerkelijk is dat Groningers aangeven meer dan twee keer zo vaak lokale of streekproducten te kopen in vergelijking met de uitkomsten uit het landelijke onderzoek (68% versus 30%). De frequentie van het aankopen van dergelijke producten is nagenoeg gelijk.

De redenen om streekproducten te kopen lopen uiteen. De grootste verschillen worden hier toegelicht. In het landelijke onderzoek kwam smaak als belangrijkste reden uit de bus (57%), terwijl dit in Groningen met 36% op de derde plek kwam. In het landelijke onderzoek werd smaak gevolgd door de kennis over de herkomst van het product (49%), terwijl dit in Groningen met 30% de vierde plek innam. In Groningen spelen milieu gerelateerde aspecten de grootste rol bij de aankoop van streekproducten, zoals 'beter voor natuur en milieu' of 'minder transport'. Een ander opvallend verschil is dat in het landelijke onderzoek de prijs (goedkoper) voor 25% een reden zou zijn om een streekproduct te kopen, terwijl dit in Groningen maar voor 4% geldt (tabel 11). Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat bij het landelijke onderzoek onbeperkt redenen aangekruist konden worden, terwijl in dit onderzoek is gekozen voor maximaal drie redenen. Al eerder bleek uit onderzoek van het Voedingscentrum dat 35% van de Groningers het belang van mens en milieu op het gebied van voeding zwaarder vindt wegen dan de prijs (tegenover 29% gemiddeld in Nederland) (Voedingscentrum, 2015).

De grootste barrières die in het landelijke onderzoek naar voren kwamen voor het niet vaker kopen van streekproducten waren verkrijgbaarheid en prijs, hetgeen overeen komt met de bevindingen in Groningen.

4.3 Voedselverspilling

In het landelijke onderzoek wordt door 53% aangegeven minder dan één keer in de week voedsel weg te gooien, terwijl dit in Groningen lager is met 40%. In Groningen geeft 8% aan bijna dagelijks voedsel weg te gooien, terwijl het landelijk 5% is. De percentages achter 'een aantal keer per week' en 'een keer in de week' zijn in Groningen ook iets hoger (respectievelijk 3% en 4%, zie tabel 12).

Tabel 12
Frequentie weggooien van voedsel

4.5 Investeren in duurzame voedselproductie

In het landelijke onderzoek gaf 2% aan weleens in een boerenbedrijf te hebben geïnvesteerd. In Groningen komt dat met 11% vaker voor. De manieren van investeren komen overeen met de landelijke gegevens, waarbij het adopteren van een kip of appelboom het populairst is (tabel 14).

Tabel 14
Wijze van investering in boerenbedrijf
(in aandeel van de bevolking die heeft geïnvesteerd)

Tabel 15
Investeringsbedrag (in aandeel van de bevolking die heeft geïnvesteerd)

4.6 Rol van gemeente Groningen versus rol van de overheid

In het landelijke onderzoek is bevraagd op de rol van de rijksoverheid, terwijl dit in Groningen vervangen is door de rol van de gemeentelijke overheid, namelijk de gemeente Groningen. Bijna de helft van de Nederlanders vindt dat de overheid een rol heeft bij het terugdringen van voedselverspilling, vooral op het gebied van voorlichting en in mindere mate ook door zelf het goede voorbeeld te geven, de regelgeving te verbeteren of belastingvoordelen te gunnen aan bedrijven. In Groningen vindt ook bijna de helft van de respondenten dat de gemeente iets moet doen zodat mensen minder voedsel weggooien, en veruit de meesten vinden daarbij het geven van voorlichting een taak van de gemeente. Wat opvalt is dat de cijfers nauwelijks verschillen, respondenten vinden niet dat er verschil zit tussen de taak van de gemeente en van de overheid (tabel 17).

Tabel 17
Verwachting over maatregelen gemeente (GR)/overheid (NL) voor het vermijden van voedselverspilling (in aandeel van de bevolking die vindt dat de gemeente/overheid iets moet doen)

5. Conclusie

Op basis van de resultaten kunnen we concluderen dat redelijk veel Groningers lokale en streekproducten kopen en dat veel van hen deze producten zelfs nog vaker willen kopen. Hier liggen nog veel kansen, omdat veel Groningers vinden dat er te weinig lokale producten in de buurt te koop zijn en dat zij te weinig lokale producten kennen. Als meer mensen kennismaken met lokale producten en als het aanbod van dergelijke producten toeneemt, zal de consumptie van lokale producten logischerwijs ook toenemen.

6. Literatuur

Bakker, E. de & H. Dagevos (2010), Vleesminnaar, vleesminderaars en vleesmijders. Duurzame eiwitconsumptie in een carnivore eetcultuur. Den Haag: LEI.

Carson, R (2002), Silent spring. Fortieth anniversary edition. New York: Houghton Mifflin Company.

Diamond, J. (2008), Ondergang. Waarom zijn sommige beschavingen verdwenen en hoe kan de onze haar ondergang voorkomen? Houten: Spectrum Uitgeverij Unieboek.

European Commission. (2010) *Preparatory study on Food Waste across EU27* (Online) http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/bio_foodwaste_report.pdf (geraadpleegd 10 augustus 2015)

Gast, L. , P. Hupperts & W. van der Klein (2009), Van minder naar anders. Duurzame innovaties in de voedingssector. Amsterdam: The Terrace

Milieu Centraal. (2015) Voeding, Vlees, Vis of Vega, Vlees (Online) <http://www.milieucentraal.nl/voeding/vlees-vis-of-vega/vlees/> (geraadpleegd 17 november 2015)

Nienhuis, C (2011) Onderzoek naar de potentie van Regio Groningen-Assen & Provincie Groningen.