



Feedbackglobal – Supermarktcampagne  
Resultaten van peiling uitgevoerd door Ipsos (21068311)  
11.10.2021

---

### **Conclusie en samenvatting**

Overwegingen op het gebied van klimaat en duurzaamheid zijn voor veel Nederlanders niet doorslaggevend wanneer het gaat om de aankoop van vlees in de supermarkt. Kwaliteit en prijs worden als meest belangrijke aspecten gezien. Dat betekent echter niet dat de klimaatimpact helemaal niet wordt meegewogen; bijna de helft van alle consumenten zegt hier wel bij stil te staan. Bovendien koopt ongeveer 9% van alle consumenten geen vlees. Onder jongeren (18-34 jaar) is dit aandeel bijna twee keer zo groot (18%), en ook vrouwen zeggen vaker geen vlees te kopen dan mannen (12% versus 6%). Wanneer het gaat om het stimuleren van het beperken van vleesconsumptie dan vinden veel Nederlanders dat dit een eigen verantwoordelijkheid van consumenten betreft waar overheden en supermarkten zich niet direct mee moeten bemoeien. De data laten zien dat jongeren duurzaamheid belangrijker lijken te vinden dan ouderen. Zo zien jongeren meer in een actieve rol voor de overheid dan ouderen, en bovendien is een relatief groot aandeel van de jongeren enthousiast over het idee dat supermarkten het kopen van vlees zouden moeten ontmoedigen. De data laten daarnaast zien dat kiezers van linkse en progressieve partijen zich in het algemeen meer laten leiden door overwegingen op het gebied van duurzaamheid en klimaat dan aanhangers van rechtse partijen.

- **Wanneer u vlees koopt in de supermarkt, in hoeverre vindt u onderstaande aspecten dan belangrijk?**

- *Smaak/kwaliteit: 88%, Prijs: 77%, Keurmerk / label: 58%, Impact op klimaat: 46%*

De smaak en kwaliteit van het vlees dat in de supermarkt wordt gekocht is voor bijna 90% van alle consumenten een belangrijk aspect. Bijna 8 op de 10 consumenten vinden de prijs belangrijk. Een eventueel keurmerk of label wordt minder belangrijk gevonden, maar toch zegt een meerderheid van bijna 60% dit wel mee te laten wegen bij het koopgedrag in de supermarkt. Net iets minder dan de helft van alle consumenten – 46% - zegt dat voor hen de impact van de productie van het vlees op het klimaat belangrijk is. Het zijn vooral aanhangers van GroenLinks voor wie de klimaatimpact belangrijk is (71%); voor kiezers van bijvoorbeeld de PVV weegt dit aspect veel minder zwaar mee (33%). Opvallend is dat er geen verschil is tussen jongeren (18-34 jaar) en ouderen (55+) in de mate waarin zij de klimaatimpact mee laten wegen bij de aankoop van vlees in de supermarkt.

- **Wie zou consumenten moeten stimuleren om minder vlees te kopen?**

- Supermarkten; (helemaal) mee eens: 29%, (helemaal) mee oneens: 41%
- Overheid; (helemaal) mee eens: 23%, (helemaal) mee oneens: 49%
- Eigen verantwoordelijkheid; (helemaal) mee eens: 68%, (helemaal) mee oneens: 9%

Een grote meerderheid van alle Nederlanders vindt dat het bij de consument zelf ligt om minder vlees te kopen. Een beleid vanuit de overheid om vleesconsumptie minder aantrekkelijk te maken wordt dan ook niet gesteund, bijna de helft van de Nederlanders geeft aan het daar niet mee eens te zijn. Vooral onder aanhangers van de PVV is een grote weerstand dat de overheid een beleid moet ontwikkelen om vlees

consumptie minder aantrekkelijk te maken: 71% zegt hier tegen te zijn. Aanhangers van partijen als de PvdA (41%), GroenLinks (63%) en de Partij voor de Dieren (50%) zien wel meer in een actieve rol van de overheid. Jongeren zijn vaker dan ouderen geneigd te zeggen dat de overheid consumenten moet stimuleren om minder vlees te kopen: 33% van de jongeren vindt dat, tegenover 23% van de ouderen. Eenzelfde patroon is zichtbaar bij de vraag of supermarkten moeten pogen om het kopen van vlees te ontmoedigen: vooral onder aanhangers van de PVV is een grote weerstand dat supermarkten consumenten moeten stimuleren om minder vlees te kopen: 68% zegt hier tegen te zijn. Aanhangers van GroenLinks (68%), de Partij voor de Dieren (63%) en D66 (50%) zien wel meer in een grotere rol van de supermarkten. Vier op de tien jongeren (18-34 jaar) vinden dit een goed idee. Onder burgers in de leeftijdsgroep 35-54 jaar ligt dat aandeel op slechts 19%, onder 55-plussers op 29%. Hoogopgeleiden zijn – vaker dan laagopgeleiden – van mening dat supermarkten een rol moeten spelen in het ontmoedigen van vleesconsumptie. Bijna de helft (43%) van alle hoogopgeleiden ziet een dergelijke rol voor supermarkten, onder laagopgeleiden is dat slechts 15%.

- **Wat moet er gebeuren met de ‘corona winst’ die supermarkten in 2020 hebben gemaakt?**
  - Aanbieden plantaardige en duurzame producten; (helemaal) mee eens: 38%, (helemaal) mee oneens: 24%
  - Naar boeren en arbeiders; (helemaal) mee eens: 63%, (helemaal) mee oneens: 9%
  - Naar supermarkten en aandeelhouders; (helemaal) mee eens: 21%, (helemaal) mee oneens: 43%

De winst die supermarkten hebben gemaakt tijdens de corona pandemie moeten volgens Nederlanders vooral terecht komen bij de boeren en arbeiders die de producten hebben aangeleverd: ruim zes op de tien Nederlanders ziet dat idee wel zitten. Het investeren van die winst in het plantaardige en duurzame aanbod wordt gezien als een minder aantrekkelijk idee, maar hier geldt wel dat de groep voorstanders groter is dan de groep tegenstanders: 38% tegen 24%. Er is relatief veel weerstand tegen het idee om de winst ten goede van de supermarkten (en hun aandeelhouders) zelf te laten komen. Wanneer we kijken naar politieke voorkeur blijkt dat vooral aanhangers van GroenLinks iets zien in het investeren in een plantaardig en duurzaam assortiment: bijna driekwart van hen (73%) vindt dat de corona winsten daar naar toe moeten gaan. Ook veel kiezers van D66 (49%) zien dit wel zitten. Aanhangers van de PvdA (79%) vinden juist dat de winst uitgekeerd moet worden aan de boeren en arbeiders, en dat idee kan op sympathie van veel ouderen (75%) rekenen. Veel jongeren, ten slotte, zijn ook van mening dat de extra winsten van de supermarkten moeten gaan naar verduurzaming van het assortiment en meer plantaardige opties: 45% van hen vindt dat een goed idee. Dat aandeel is vergelijkbaar onder 55-plussers (44%), maar ligt een stuk lager onder burgers in de leeftijdsgroep 35-54 (26%).

### Onderzoeksverantwoording

Deze gegevens zijn gebaseerd op onlineonderzoek van Ipsos onder een representatieve steekproef van 994 stemgerechtigde Nederlanders. Afwijkingen tussen de samenstelling van de steekproef en de samenstelling van de Nederlandse stemgerechtigde bevolking op de kenmerken leeftijd, geslacht, opleiding, regio, werkzaamheid en stemgedrag bij de laatste landelijke verkiezingen (de Tweede Kamerverkiezingen van 2021) zijn door middel van een weging gecorrigeerd. De gegevens zijn verzameld van vrijdag 24 september tot en met maandag 27 september 2021. De foutmarges lopen uiteen van ongeveer 1% tot ongeveer 3%.

