

Jongeren en biologisch voedsel

Een onderzoek naar de biologische consument en de jongere consument in het bijzonder.

Josine Borghuis
Inge Marks
Laurens Meijer
Simone Zebeda

Rapport 210

Jongeren en biologisch voedsel

Een onderzoek naar de biologische consument en de jongere consument in het bijzonder.

Josine Borghuis, Inge Marks, Laurens Meijer, Simone Zebeda

Wageningen Universiteit en Researchcentrum

Wetenschapswinkel Wageningen UR
Maart 2005

Rapport 210

Colofon

Jongeren en biologisch voedsel
Josine Borghuis, Inge Marks, Laurens Meijer, Simone Zebeda
Wageningen UR

Wetenschapswinkel Wageningen UR, rapportnummer 210
Maart 2005

ISBN: 90-6754-864-2
Omslag: Andrew Zeegers, Domino Design, Groningen
Druk: Drukkerij G.S.C. van Gils B.V., Wageningen

www.wur.nl/wewi

Jongeren en biologisch voedsel

Rapportnummer 210

Josine Borghuis, Inge Marks, Laurens Meijer, Simone Zebeda
Wageningen, maart 2005

Opdrachtgevers:

**KLV-Studiekring
Biologische Landbouw**

p/a: Derk Jan Stobbelaar
Johan Buziastraat 71
6708 NR Wageningen
(0317) 486914
E-mail: Derk-jan.stobbelaar@wur.nl

www.klv.nl/studiekringen/sbl/index.php

De Studiekring Biologische Landbouw (SBL) is bedoeld voor iedereen die zich bezighoudt met biologische landbouw en die affiniteit heeft met het onderzoek, voorlichting en onderwijs daarin.

De Studiekring Biologische Landbouw organiseert discussies en excursies en geeft een nieuwsbrief uit.

**KLV-Studiekring
Consumentenstudies**

p/a Gerda Casimir
Postbus 8060
6700 DA Wageningen
E-mail: consukring@wur.nl

www.klv.nl/studiekringen/consumentenstudies

De kring consumentenstudies is een netwerk van betrokkenen bij vraagstukken van consumenten en huishoudens.

De kring wil de kwaliteit van de beroepsuitoefening van de leden bevorderen.

Kennis en informatieuitwisseling staan daarbij centraal. Daarnaast wil de kring het consumentenperspectief in beleid, onderzoek en onderwijs stimuleren.

Wetenschapswinkel Wageningen UR

Postbus 9101
6700 HB Wageningen
0317-485649
e-mail: wetenschapswinkel@wur.nl

www.wur.nl/wewi
www.wetenschapswinkels.nl

Maatschappelijke organisaties zoals verenigingen en belangengroepen, die niet over voldoende financiële middelen beschikken, kunnen met onderzoeksvragen terecht bij de Wetenschapswinkel Wageningen UR. Deze biedt ondersteuning bij de realisatie van onderzoeksprojecten. Aanvragen moeten aansluiten bij de werkgebieden van Wageningen UR: duurzame landbouw, voeding en gezondheid, een leefbare groene ruimte en maatschappelijke veranderings-processen.

Voorwoord

De Nederlandse overheid wil de teelt van biologische producten flink uitbreiden en wel zo dat in het jaar 2010 10% van het beschikbare areaal op biologische wijze bebouwd wordt. Nu al blijkt dat deze ambitie moeilijk gehaald kan worden, vooral omdat de afzet van biologische voedingsmiddelen stagneert. In onderzoeken zegt ongeveer een derde van de consumenten vóór biologische landbouw te zijn. Maar uit marktgegevens blijkt dat nog geen 3% van de gekochte voedingsmiddelen biologisch is. Hoe komt dit? Waarom zeggen mensen iets anders dan ze doen?

Deze vragen waren aanleiding voor de KLV-studiekringen Consumentenstudies en Biologische landbouw om op 10 maart 2005 een studiedag te organiseren onder de titel 'Toch biologisch – dilemma's van de consument'. Het eerste deel van die dag is gewijd aan de analyse van het probleem, het tweede deel aan mogelijke strategieën.

Eén van die strategieën zou kunnen zijn: het benaderen van de jeugd, de consumenten van de toekomst. De organisatoren van de studiedag vroegen zich af of hedendaagse jongeren wel te porren zijn voor biologische voedingsmiddelen. En zo ja, of zij over voldoende kennis beschikken om verantwoorde keuzes te kunnen maken. Verondersteld werd dat VWO-leerlingen wellicht meer belangstelling voor het onderwerp zouden hebben dan VMBO-leerlingen. Al snel bleek dat hierover weinig bekend was. Daarom hebben wij dankbaar gebruik gemaakt van de mogelijkheid om via de Wetenschapswinkel van Wageningen UR deze vragen nader te laten onderzoeken.

De opdracht is uitgevoerd door Josine Borghuis, Inge Marks, Laurens Meijer en Simone Zebeda in het kader van het Academic Master Cluster, een vak voor masters studenten in verschillende studierichtingen aan Wageningen Universiteit. Zij hebben een literatuurstudie gedaan naar de houding en kennis van consumenten ten aanzien van biologische voedingsmiddelen. Op grond daarvan zijn enquêtevragen opgesteld, die vervolgens zijn uitgezet onder scholieren van zowel VWO- als VMBO-scholen. In korte tijd hebben zij een kleine 700 ingevulde enquêtes teruggekregen, uit verschillende delen van het land. De resultaten – waarvan dit rapport een neerslag vormt – geven aanleiding tot beleidsadviezen en suggesties voor verder onderzoek. Deze studie vormt een welkome aanvulling op de studiedag en zal kunnen bijdragen aan de discussie over de dilemma's van de consument.

Gerda Casimir, Derk-Jan Stobbelaar
Organisatiecommissie 'Toch biologisch – dilemma's van de consument'

Inhoudsopgave

Jongeren en biologisch voedsel	iii
Voorwoord	v
Inhoudsopgave	vii
Jongeren en biologisch voedsel: samenvatting	1
Hoofdstuk 1 Inleiding	3
1.1 Inleiding	3
1.2 Probleemomschrijving en doelstelling	3
1.3 Onderzoeksvragen	3
1.4 Onderzoeksmethode	4
Hoofdstuk 2 De Nederlandse consument	5
2.1 Inleiding	5
2.2 Kennis van de consument over biologisch voedsel	5
2.3 Mening van de Nederlandse consument over biologisch voedsel	5
2.4 Koopgedrag van de consument	6
2.5 Demografische gegevens van de biologische consument.	8
2.6 Conclusie	10
Hoofdstuk 3 Jongeren en biologisch voedsel	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Onderzoeksvragen met betrekking tot jongeren	12
3.3 Begripsbepaling	12
3.4 Verwachtingen	12
3.5 Methode jongerenonderzoek	13
Hoofdstuk 4 Resultaten onderzoek jongeren	17
4.1 Respons en profiel van de scholier	17
4.2 Wat denken jongeren te weten over biologisch voedsel?	18
4.3 Percepties van jongeren over biologisch voedsel	20
4.4 Houding van scholieren ten opzichte van biologisch voedsel	23
4.5 Verband tussen het steunen van goede doelen en houding ten opzichte van biologisch voedsel	25
4.6 Invloed van belang van milieu- en dierwelzijn op mening jongeren biologisch voedsel	25
4.7 Waarom wel of niet biologisch eten?	26
4.8 'Aankoopgedrag' van jongeren zelf	28
4.9 Hoeveel invloed denken jongeren uit te oefenen op gezins aankopen?	29
4.10 Conclusies uit het jongerenonderzoek	30
Hoofdstuk 5 Discussie	33
5.1 Betrouwbaarheid van de resultaten	33
5.2 Generalisatie naar de populatie	33
Hoofdstuk 6 Aanbevelingen en algemene conclusies	35
6.1 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	35
6.2 Algemene conclusies	35
6.3 Aanbevelingen	37
Nawoord	39
Lijst van geraadpleegde literatuur	41
Bijlage 1 Vragenlijst	a

Jongeren en biologisch voedsel: samenvatting

De doelstelling van dit onderzoek is het in kaart brengen van de drijfveren van de Nederlandse consument om biologisch voedsel aan te schaffen, met bijzondere aandacht voor de attitude van jongeren (de toekomstige consument) over biologisch voedsel. Het onderzoek bestaat uit twee delen, het eerste is een literatuuronderzoek naar de consument, het tweede gedeelte bestaat uit een schriftelijke enquête onder scholieren.

Er kan gesteld worden dat tegenwoordig vrijwel alle consumenten wel eens van biologische producten hebben gehoord. De naamsbekendheid is de laatste jaren gegroeid en is nu erg groot. De daadwerkelijke kennis van de Nederlandse consument over biologische producten is een stuk lager. De Nederlandse consument staat over het algemeen redelijk positief tegenover biologisch voedsel. Het aankoopgedrag van de consument is echter minder positief dan de houding van de consument. De markt voor biologische producten is slechts licht gestegen de laatste jaren. Van de bestedingen aan voedsel, wordt ongeveer 1,6 % aan biologische producten besteed. De afgevlakte economische groei en de prijzenoorlog tussen supermarkten zijn mede debet aan de stagnatie in de groei van de biologische markt.

De 'typische biologische consument' is een hoog opgeleide, getrouwde of samenwonende vrouw met een hoog inkomen. Vaak heeft ze kinderen en doet ze boodschappen bij de supermarkt. De belangrijkste motieven van de consument om biologische in plaats van gangbare producten te kopen zijn: milieuvriendelijker, diervriendelijker, gezonder en lekkerder. Een belangrijke reden om geen biologische producten te willen kopen is dat deze als te duur worden ervaren. De laatste jaren worden biologische producten meer en meer door supermarkten verkocht en daardoor daalt het marktaandeel van de gespecialiseerde natuurvoedingswinkels. De supermarkten zijn in het voordeel omdat ze een steeds uitgebreider assortiment hebben, zich vaak dichterbij de klant bevinden en vaak ruimere openingstijden hebben. Voor het laatste jaar (2004) gaat dit niet op. De omzet van de natuurvoedingswinkels is namelijk sterk gestegen, terwijl er in de omzet van biologische producten in de supermarkt stagnatie optrad. Dit is te verklaren uit het feit dat in de prijzenoorlog de biologische producten niet in prijs gedaald zijn en dus relatief duurder zijn geworden.

Van de jongeren denkt 88% te weten wat biologisch voedsel is. Net als bij de consumenten is het werkelijke kennisniveau bij jongeren ook een stuk lager dan men zelf aangeeft. Evenals de consument, geven jongeren aan (redelijk) positief ten opzichte van biologische producten te staan. Het (fictieve) aankoopgedrag van de jongeren, gemeten aan de hand van de belangstelling voor biologische producten in de kantine en welke producten ze zelf zouden willen kopen in de supermarkt, komt ook aardig overeen met het gedrag van de consumenten. De houding ten opzichte van biologische producten is een stuk positiever dan het (daadwerkelijke) aankoopgedrag.

Meisjes denken meer te weten over biologische producten dan jongens. Op het werkelijke kennisniveau is er geen significant verschil te vinden tussen jongens en meisjes. Er is wel een verschil tussen VMBO- en VWO-leerlingen, de hoger opgeleide VWO-leerlingen hebben meer kennis van biologische producten dan de lager

opgeleide VMBO-leerlingen. Qua houding ten opzichte van biologisch voedsel komen de VWO- en VMBO-leerlingen overeen.

De jongeren hebben over het algemeen dezelfde motieven om biologische producten te kopen als de oudere consument. Voor jongeren die aangeven biologische producten te willen eten, zouden de meest belangrijke motieven om biologisch voedsel te kopen diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid, gezondheid en nieuwsgierigheid zijn. Redenen om het niet te willen kopen zijn de hoge prijs, desinteresse en het feit dat jongeren denken dat biologisch voedsel niet lekker is. Deze mening is mede te verklaren door het feit dat jongeren biologisch associëren met tofu en andere vleesvervangers.

Willen beleidsmakers, producenten en leveranciers de consument van de toekomst interesseren voor biologische producten, dan zullen zij enerzijds moeten werken aan de negatieve aspecten, zoals het beeld dat biologische voedingsmiddelen niet lekker zouden zijn en de prijs van de producten. Anderzijds kunnen de positieve aspecten zoals diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid en mogelijk ook gezondheid meer benadrukt worden. Ook kan men aan de nieuwsgierigheid van jongeren appelleren door bijvoorbeeld te laten zien dat de biologische landbouw interessante producten voortbrengt.

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Inleiding

In de beleidsnota biologische landbouw 2001-2004 van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), genaamd 'een biologische markt te winnen', kondigde het ministerie zijn ambitie aan. Deze ambitie behelst dat in het jaar 2010 op 10% van het beschikbare areaal in Nederland op biologische wijze geteeld wordt. Onderzoeksgegevens wijzen echter uit dat deze ambitie moeilijk gehaald kan worden. In 2002 was het biologische areaal namelijk slechts 2,2% van het totale landbouwareaal (Organic Europe, 2002). Het groeipercentage van het totaal aantal hectares aan biologische landbouw was negatief in 2003, maar door het feit dat het totale landbouwareaal afnam is het percentage in dat jaar gelijk gebleven (Platform Biologica, 2003).

Er is de laatste jaren een verschuiving gekomen in het beleid rondom biologische landbouw. Waar dit eerst vooral op de productie was gericht, is er steeds meer aandacht voor de consument (LNV, 2001). Dit vraaggerichte beleid zou meer vraag van consumenten naar biologische producten moeten creëren, wat op haar beurt weer een bijdrage levert aan de productie. Maar ondanks het feit dat veel mensen aangeven vóór biologische landbouw te zijn, blijkt dit niet uit hun koopgedrag (Platform Biologica, 2002).

In deze studie geven wij allereerst, door middel van een literatuurverkenning antwoord op de vraag waarom het koopgedrag achterblijft bij de mening die burgers geven in onderzoeken. Vervolgens onderzoeken wij de attitude van jongeren ten opzichte van biologisch voedsel en de kennis die zij daarover hebben.

1.2 Probleemomschrijving en doelstelling

Over de attitude ten opzichte en kennis van biologische producten bij jongeren is nog niet zoveel bekend. Wel is de laatste jaren een groot aantal onderzoeken gedaan naar de consument en biologisch voedsel.

Doelstelling van deze studie is het in kaart brengen van de drijfveren van de Nederlandse consument om biologisch voedsel aan te schaffen, met bijzondere aandacht voor de attitude van jongeren (de toekomstige consument) over biologisch voedsel. Zo kunnen handvatten geboden worden ter ondersteuning van de kennisoverdracht met betrekking tot de consument en biologisch voedsel, om zo de verkoop van biologische producten te kunnen stimuleren.

1.3 Onderzoeksvragen

De hoofdvraag is de volgende:

'Wat zijn de drijfveren van de consument, c.q. de jongere, om biologisch voedsel wel of niet te kopen?'

Hieruit volgen de deelvragen:

- *Wat weet de consument, c.q. de jongere, over biologisch voedsel?*
- *Wat is de mening van de Nederlandse consument, c.q. de jongere, over biologisch voedsel?*
- *Wat is het aankoopgedrag van biologisch voedsel van de Nederlandse consument, c.q. de jongere?*
- *Wat zijn de demografische gegevens van de biologische consument?*

1.4 Onderzoeksmethode

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen wordt gebruik gemaakt van een literatuurstudie. Deze methode dient om de deelvragen met betrekking tot de Nederlandse consument te beantwoorden. De literatuur omtrent de drijfveren van de consument wordt gezocht op het Internet en in de bibliotheek. Om enigszins een afbakening te maken, wordt voornamelijk de literatuur gebruikt die in de periode 1999-2004 is geschreven. Deze is het meest relevant voor dit onderzoek omdat daarin de huidige trends en bevindingen met betrekking tot biologisch voedsel worden beschreven.

Om de vragen ten aanzien van jongeren te kunnen beantwoorden is op grond van de literatuurverkenning een enquête opgesteld. Deze is onder scholieren van VWO- en VMBO-scholen afgenomen. Meer hierover leest u in hoofdstuk 3.

Hoofdstuk 2 De Nederlandse consument

2.1 Inleiding

De eerste paragraaf van dit hoofdstuk gaat in op de kennis van de consument over biologisch voedsel, de tweede paragraaf beschrijft de mening van de consument, vervolgens worden achtereenvolgens de aankoopmotieven en de demografische gegevens beschreven.

2.2 Kennis van de consument over biologisch voedsel

Volgens het Internationale Handels Centrum (ITC) heeft 96% van de Nederlanders in 2001 wel eens van biologische producten gehoord. Horen van en kennis hebben over is echter nogal een verschil (EKO-monitor 2001). Zanolli & Marino (2002) hebben dan ook onderzoek gedaan naar de (werkelijke) kennis van Italianen over biologisch voedsel. Uit hun onderzoek bleek dat in Italië slechts 10% van de bevolking weet wat de betekenis van biologisch voedsel is. Dat wil zeggen dat zij vijf of meer vragen van zeven vragen over biologisch voedsel goed hebben beantwoord. 28% weet het een beetje (drie of vier vragen goed beantwoord) en 62% weet bijna niets over biologisch voedsel (minder dan drie van de zeven vragen goed).

Een ander onderzoek van Zanolli (2004) waar 749 consumenten uit acht Europese landen (Nederland niet inbegrepen) aan deelnamen toonde aan dat 5% van de consumenten vrijwel geen kennis heeft van biologische producten (minder dan drie van de zeven vragen over biologische producten goed beantwoord), 30% gemiddeld (drie of vier vragen goed beantwoord) en 65% veel (meer dan vier van de zeven vragen goed). Volgens het Instituut voor Strategisch consumentenonderzoek (SWOKA, 1999) heeft slechts vier op de tien Nederlandse consumenten wel eens gehoord van EKO-producten.

Het platform over biologisch voedsel dat in 2001 in België is gehouden en waarbij jongeren hun mening over voedsel konden geven, maakte duidelijk dat er in 8% van de huishoudens gepraat wordt over gezond voedsel. In slechts 1% van de huishoudens wordt er gepraat over biologisch voedsel.

Door SWOKA is nog onderzoek gedaan naar hoe de potentiële koper denkt een biologisch product te kunnen herkennen in de supermarkt. Hierbij let 61% op de term 'biologisch', 23% op het EKO-keurmerk, 11% zoekt in de aparte schappen van de supermarkt, 10% denkt te gaan kopen bij de biologische of de natuurvoedingswinkel, en 1% let op de aanduiding 'AH-biologisch' (SWOKA, 1999).

Volgens Viester (2003) denkt de Nederlandse biologische consument dat voeding een grote invloed heeft op de gezondheid. Deze 'biologische consumenten' hebben meer kennis over voedsel in het algemeen dan niet-biologische consumenten.

2.3 Mening van de Nederlandse consument over biologisch voedsel

Uit het Socioconsultonderzoek 2000 van de Amsterdamse marktonderzoek organisatie Motivaction kwam naar voren dat twintig procent van de Nederlandse consumenten in 2000 een voorkeur voor biologisch had. In 2002 was volgens consumentenonderzoek van het NIPO 32% van de consumenten het eens met de stelling: "Biologisch, dat is wel iets voor mij". Verder stond 56% enigszins positief ten

opzichte van deze stelling en 12% stond neutraal tot negatief ten opzichte van de stelling. Eveneens bleek dat voor 25% van boodschappend Nederland biologisch in aanmerking zou komen om te kopen en voor 51% enigszins in aanmerking. Hieruit blijkt dat de Nederlandse consument over het algemeen positief ten opzichte van biologische producten staat.

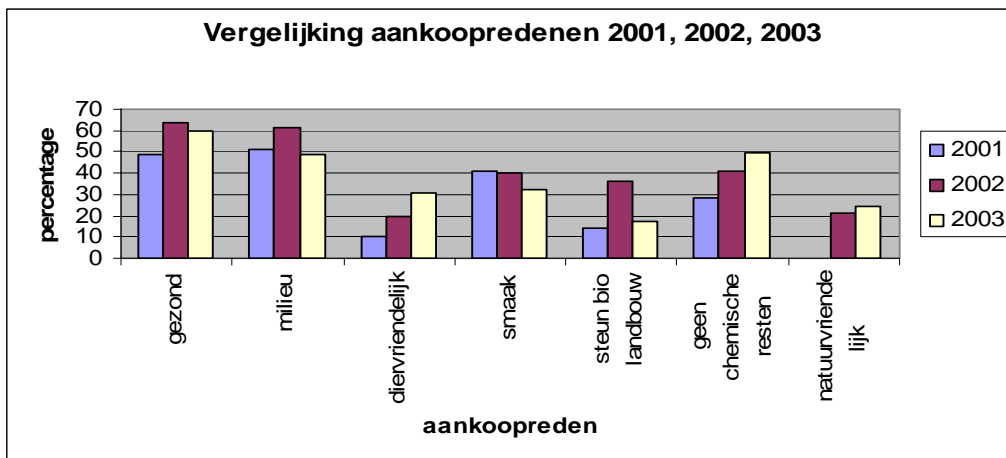
Toch kan dit (positieve) antwoord een vertekend beeld geven van de werkelijke situatie. Een veel gehoorde klacht van biologische producenten en anderen die de biologische sector een warm hart toedragen is namelijk dat de burger en de consument twee totaal verschillende personen zijn. Dit staat bekend als het 'burger consument dilemma'. De burger stelt allerlei eisen aan de producent, maar is daar als consument niet bereid voor te betalen. De burger, zo stelt men dan, heeft de mond vol van mooie woorden over het milieu en dierenwelzijn, maar als consument in de winkel blijkt er iets anders uit zijn aankoopdaden. De mens is beide personen, maar niet op hetzelfde moment (Casimir en Dutilh, 2003).

2.4 Koopgedrag van de consument

Verkoopgegevens geven een beeld over het koopgedrag van de Nederlandse consument. Platform Biologica heeft zowel in 2001, 2002 en 2003 het consumenten onderzoek: 'De betrokken biologische consument' uitgevoerd onder vaste klanten van natuurvoedingwinkels, abonnees van groente- en/of fruittassen van Udea en Odin en vaste klanten van supermarkten die hier hun biologische producten kopen. Daarbij is het belangrijk te vermelden dat deze onderzoeken niet representatief zijn voor de Nederlandse bevolking aangezien alleen consumenten van biologische producten benaderd zijn.

Daarnaast is het ook van belang te weten wat nu de aankoopmotieven zijn voor het kopen van biologisch voedsel en wat de redenen zijn om juist geen biologisch voedsel te kopen. Als motief om biologisch voedsel te kopen worden vaak de volgende redenen aangegeven: gezonder, beter voor het milieu, dierenwelzijn, lekkerder, betrouwbaarder en voor de kinderen (Platform Biologica 2002).

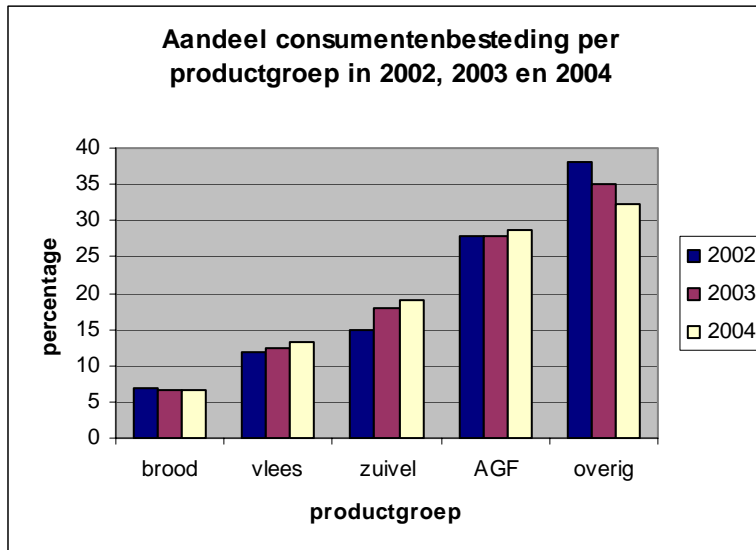
Figuur 1 geeft een vergelijking weer van de belangrijkste redenen om biologische producten te kopen in 2001, 2002 en 2003 volgens deze onderzoeken (het percentage geeft het aandeel van consumenten weer waarbij een bepaalde aankoopreden heeft meegespeeld).



Figuur 1: Vergelijking van de factoren die een stimulerende rol spelen bij aankoop biologische producten in 2001, 2002 en 2003. Uit: Viester, 2003

Uit deze figuur kan worden opgemaakt dat gezondheid, diervriendelijkheid en het gebrek aan chemische resten steeds belangrijkere redenen zijn geworden om biologische producten aan te schaffen. Aan de andere kant lijkt een betere smaak minder belangrijk te zijn geworden, dit geldt ook voor steun aan biologische landbouw. Hierbij moet worden opgemerkt dat in 2001 de mensen gevraagd werd naar spontane redenen om biologisch aan te schaffen. In 2002 en 2003 heeft deze vraag gesloten antwoordmogelijkheden gekregen (Viester, 2003).

Redenen om geen biologische producten te kopen zijn onder andere: te duur, let er niet op, vind het niet belangrijk, divers (smaak, kwaliteit bewaren) (Platform Biologica, 2002). Het onderzoek van SWOKA (1999) wees ongeveer hetzelfde uit, hier werd echter het feit dat de producten in de buurt of in de winkel niet te koop zijn eveneens als belangrijke reden aangegeven om biologische producten niet te kopen (door 37% van de consumenten in dit onderzoek). In de loop der jaren traden er veranderingen op en is de ontwikkeling in de biologische productie zeker niet achter gebleven. Om een overzicht te geven zijn hieronder enkele belangrijke ontwikkelingen weergegeven:



Figuur 2: Aandeel consumenten besteding per productgroep

In de biologische variant, zoals te zien is in figuur 2, worden vooral groenten en fruit, vlees en zuivel gekocht. Het percentage aankopen aan vlees en zuivel stijgt licht ten opzichte van de voorgaande jaren. Waarschijnlijk is dit een gevolg van de voedselcrises waar Nederland de laatste jaren mee te maken heeft gehad.

Enkele jaren geleden was biologisch voedsel voornamelijk in gespecialiseerde natuurvoedingswinkels te verkrijgen. Tegenwoordig bieden ook steeds meer supermarkten biologisch voedsel aan. Steeds meer biologische producten worden dan ook gekocht in de supermarkt. Dit omdat supermarkten een steeds uitgebreider biologisch assortiment hebben, maar ook doordat de reguliere supermarkten zich vaak dichterbij bevinden en ruimere openingstijden hebben dan de meer gespecialiseerde natuurvoedingswinkels (Viester, 2003).

De afgelopen jaren is de omzet van biologische producten jaarlijks tussen de vijf en tien procent gegroeid tot een kleine € 400 miljoen in 2003. Dat is een goede prestatie als men bedenkt dat de omstandigheden waarin deze groei werd gerealiseerd niet meewerkten. Zo was de economische groei minimaal en zorgde de

prijzenoorlog ervoor dat de focus vooral op de prijs van producten kwam te liggen en veelal omlaag ging (www.eigenlijkheelloogisch.nl). Deze groei laat zich ook zien in de kopersprofielen uit de Ekomonitoren. Zo bedroeg het percentage 3-persoonshuishoudens in 2002 11,8%. In 2003 was dit al 32,9%. Het percentage 5-persoonshuishoudens bedroeg in 2002 4% en in 2003 was dit 6%. Ook de percentages in inkomensgroepen zijn veranderd vanaf 2001. In 2002 was het aandeel van de inkomensgroep met meer dan 1700 Euro per maand 39,4%. In 2003 was dit percentage 45,2%. Het aandeel van de inkomensgroep met minder dan 900 Euro per maand is gedaald. In 2002 was dit aandeel nog 13,5%. In 2003 is dit gedaald naar 9,0%.

2.5 Demografische gegevens van de biologische consument.

De typische biologische consument wordt in verschillende onderzoeken beschreven. Hieronder volgt een overzicht van de verschillende onderzoeken en de bijbehorende demografische gegevens.

Het Landbouw Economisch Instituut (LEI) heeft in 2000 een profiel van de biologische consument samengesteld uitgaande van vier groepen consumenten. De "heavy buyers", de "selective purchasers", de "connaisseurs" en de "non-connaisseurs". De heavy buyers kopen alleen biologische voeding in natuurvoedingswinkels. Zij vormen de kleinste groep (slechts 1-2% van het totale aantal biologische consumenten in 2000). De daarop volgende groep van de selective purchasers vormen ook maar een klein deel van de biologische consumenten. Deze selective purchasers kopen altijd bepaalde biologische voeding in natuurvoedingswinkels. Andere voedingsmiddelen worden via het gangbare kanaal gekocht. Een derde groep, de connaisseurs, wordt gevormd door de consumenten die bekend zijn met biologische producten en in principe voldoende kennis hebben om een bewuste keuze te maken. Tenslotte vormt het grootste deel, iets meer dan de helft, van de consumenten de groep van de non-connaisseurs. Zij zijn slecht op de hoogte van biologische producten en kopen deze dan ook nooit. De grootverbruikers en de selectieve kopers worden door het LEI (2000) aangewezen als de meest interessante groepen om het aandeel van biologische producten ten opzichte van de totale consumptie te verhogen (ITC, 2001).

Volgens het onderzoek van Motivaction (2000) hebben bepaalde sociale milieus meer of minder voorkeur hebben voor biologische producten. De grootste voorkeur voor biologische producten vinden we bij de zogenoemde 'postmaterialisten', een groep die 9% van de totale bevolking omvat. Zij kenmerken zich door een groot milieubewustzijn, hebben een kritische en politiekbetrokken leefstijl en zijn hoog opgeleid. De helft van deze groep heeft een voorkeur voor biologische producten. De groep kent een redelijk gelijkmatige verdeling over de verschillende sociaal-economische klassen. Ook de 'kosmopolieten' hebben een voorkeur voor biologische producten. Deze groep omvat 12% van de bevolking en kenmerkt zich door een hoge opleiding gekoppeld aan een hoog inkomen en een actieve en veelzijdige leefstijl. Ook is er binnen deze groep veel aandacht voor kunst en cultuur. Zij zijn maatschappelijk betrokken, maar kopen biologische producten meer om gezondheidsredenen. Voor deze groep moeten biologische producten er aantrekkelijk uitzien en lekker smaken, anders kiest men eerder voor de gangbare productvariant. Het overgrote deel van de bevolking heeft een gemiddelde voorkeur voor biologische producten.

Het consumentenonderzoek van Platform Biologica (2001) maakt onderscheid tussen "heavy buyers", "medium buyers" en "light buyers" (Biologica,2001). In het onderzoek van Viester (2003) is hierbij 15% van de biologische consumenten een heavy buyer, 54% medium buyer en 31% is een light buyer. Als er per jaar naar de percentuele gegevens van deze groepen gekeken wordt, worden de volgende verschillen zichtbaar:

Tabel 1: Indeling in de groepen users

Soort user	2001 (n=1280) (in %)	2002 (n=400) (in %)	2003 (n=347) (in %)	p
Heavy user	15	13	10	< 0.02
Medium user	54	52	50	
Light user	31	35	40	
Totaal	100	100	100	

Uit: Viester 2003

Uit bovenstaande tabel 1 is duidelijk een afname zichtbaar in het aantal heavy users terwijl het aantal light users blijkt te zijn toegenomen. De verschillen tussen 2001 en 2002 en tussen 2002 en 2003 zijn niet significant, maar het verschil tussen 2001 en 2003 is wel significant (Viester, 2003).

Verder is uit het onderzoek van Platform Biologica gebleken dat er verschillen zijn in aankooppatronen en inkomensgroepen. De hogere inkomenscategorieën (€1300-1700 en >€1700 per maand) kopen meer biologische producten (Biologica, 2001). Opvallend is dat onder de heavy buyers meer lage inkomens vertegenwoordigd zijn dan hoge inkomens (17% van de lage inkomensgroep is een heavy user terwijl 10% van de hoge inkomensgroep een heavy user is). Dit tegenover de light buyers waar 32% van hoge inkomensklasse een light buyer is ten opzichte van 27% van de lage inkomensklasse (Biologica, 2001). Al met al zal een hoger percentage van de hogere inkomens biologische producten kopen, maar wel in kleinere aantallen en waarschijnlijk minder vaak.

Aan de hand van een ander onderzoek van Platform Biologica (2002) kan de conclusie worden getrokken dat gemiddeld genomen ouderen en huishoudens zonder kinderen in hogere mate biologische producten kopen. De meest voorkomende combinaties zijn huishoudens zonder kinderen en minimaal één van de personen 54+ en huishoudens zonder kinderen en perso(o)n(en) tussen de 35 en 54 jaar (Biologica, 2002). Volgens Viester (2003) is de typische biologische consument een samenwonende of getrouwde vrouw met een hoog inkomen. Vaak heeft ze kinderen en doet ze boodschappen bij de supermarkt (Tilikidou & Zotos, 1999; Fotopoulos & Krystallis, 2002 In: Viester, 2003).

Ook is de typische biologische consument sterk gericht op gezond leven en neemt deze dan ook vaker preventieve gezondheidsmaatregelen (Schifferstein & Oude Ophuis, 1998 In: Viester, 2003). De biologische consument denkt dat voeding een grote invloed heeft op de gezondheid. Daarmee gepaard gaat het hebben van meer kennis over voedsel dan niet-biologische consumenten. Zij waarderen biologisch voedsel en zijn daarom ook bereid meer voor biologische producten te betalen (Viester, 2003) De typische biologische consument leest voornamelijk *de Volkskrant*, *NRC-Handelsblad* en regionale bladen. Ook ondersteunen zij specifieke doelen in grote mate. De meest genoemde goede doelen zijn Natuurmonumenten, Greenpeace en het Wereld Natuur Fonds (De betrokken consument, 2002).

2.6 Conclusie

Concluderend kan gesteld worden dat tegenwoordig vrijwel alle consumenten wel eens van biologische producten hebben gehoord. De naamsbekendheid is de laatste jaren gegroeid en is nu erg groot. De daadwerkelijke kennis van de Nederlandse consument over biologische producten is een stuk lager. De Nederlandse consument staat over het algemeen redelijk positief tegenover biologisch voedsel. Het aankoopgedrag van de consument is echter minder positief dan de houding van de consument. De markt voor biologische producten is slechts licht gestegen de laatste jaren. Van de bestedingen aan voedsel, wordt ongeveer 1,6 % aan biologische producten besteed. De afgevlakte economische groei en de prijzenoorlog tussen supermarkten zijn mede debet aan de stagnatie in de groei van de biologische markt.

De 'typische biologische consument' is een hoog opgeleide, getrouwde of samenwonende vrouw met een hoog inkomen. Vaak heeft ze kinderen en doet ze boodschappen bij de supermarkt. De belangrijkste motieven van de consument om biologische in plaats van gangbare producten te kopen zijn: milieuvriendelijker, diervriendelijker, gezonder en lekkerder. Een belangrijke reden om geen biologische producten te willen kopen is dat deze als te duur worden ervaren. De laatste jaren worden biologische producten meer en meer door supermarkten verkocht en daardoor daalt het marktaandeel van de gespecialiseerde natuurvoedingswinkels. De supermarkten zijn in het voordeel omdat ze een steeds uitgebreider assortiment hebben, zich vaak dichterbij de klant bevinden en vaak ruimere openingstijden hebben. Voor het laatste jaar (2004) gaat dit echter niet op. De omzet van de natuurvoedingswinkels is namelijk sterk gestegen terwijl er in de omzet van biologische producten in de supermarkt stagnatie optrad. Dit is te verklaren uit het feit dat in de prijzenoorlog de biologische producten niet in prijs gedaald zijn en dus relatief duurder zijn geworden (Stobbelaar, 2004).

Hoofdstuk 3 Jongeren en biologisch voedsel

3.1 Inleiding

Ter verbetering van de groei en ontwikkeling van de biologische productie zal men moeten inspelen op de verkoop van de producten. Vanuit het oogpunt van producenten gezien, kunnen jongeren en kinderen een belangrijke doelgroep zijn. Dit om meerdere redenen. Ten eerste zijn ze al consument, of worden dat op den duur. Daarbij kan worden aangetekend dat kinderen ook steeds meer te besteden hebben. De belangrijkste reden voor het belang van jongeren als doelgroep is echter dat aangetoond is dat ze een ontegenzeggelijke invloed uitoefenen op de aankopen binnen het gezin. Dit laatste zal nader worden toegelicht.

De invloed die kinderen hebben op de aanschaf van producten hangt af van een aantal verschillende factoren. Een belangrijke factor is product type. Over het algemeen kan gesteld worden dat kinderen het meeste invloed hebben op de aanschaf van producten waar ze zelf een belangrijke consument van zijn. Hierbij kan gedacht worden aan ontbijtgranen, speelgoed en schoolartikelen. Kinderen hebben ook aanzienlijke invloed op de vrijetijdsbesteding van het gezin. Dit is waarschijnlijk te danken aan het feit dat dit activiteiten zijn waarbij het kind betrokken is. Hoe groter de 'kind-betrokkenheid' is, hoe groter de invloed van kinderen. Bij grotere aankopen van het gezin zoals bijvoorbeeld een auto neemt de invloed van kinderen af, dit hangt samen met het financiële risico dat er aan verbonden is (Mangleburg, 1990).

Uit een onderzoek van de wakkere consument (2003) bleek dat negen van de tien Belgische jongeren de aankoop van producten voorstelt. Vierentachtig procent daarvan wordt, onder voorwaarden, aanvaard door de ouders. Voor enkele specifieke producten is de invloed bepaald: Voor ontbijtgranen was de invloed van het kind 56%, snacks 58%, zuivel 43%, algemene voeding 43%. Uit dit onderzoek zou de conclusie getrokken kunnen worden dat om de consumptie van biologische producten te bevorderen, het van belang is dat kinderen weten wat biologisch voedsel is en dat ze er positief tegenover staan, aangezien ze invloed uitoefenen op de aankoop van algemene voeding en zuivelproducten.

Het platform over biologisch voedsel dat in 2001 in België heeft plaatsgevonden toonde aan dat jongeren prijs belangrijker vinden dan het merk. Hieruit blijkt dat jongeren gevoelig zijn voor de prijs. Waarschijnlijk zullen zij de hogere prijs dan ook vaak een bezwaar vinden om biologisch voedsel te kopen.

De Wakkere Consument (2004) liet echter zien dat een derde van de Belgische jongeren vindt dat boeren die diervriendelijk produceren een betere prijs voor hun producten zouden moeten krijgen. Een vierde van deze jongeren geeft aan bereid te zijn een hogere prijs te betalen voor een diervriendelijk product.

Ook als jongeren zich bewust zijn van ethische aspecten kunnen ze de aanschaf van producten beïnvloeden. De wakkere consument (2004) liet zien dat jongeren dierwelzijn erg belangrijk vinden. Volgens dit blad vindt 85% van de Belgische jongeren dat de maatschappij zich moet inspannen om dierenleed te vermijden. Daarnaast vindt 70% van deze jongeren dat een dier nooit pijn mag lijden, om welke reden dan ook.

3.2 Onderzoeksvragen met betrekking tot jongeren

Naar aanleiding van bovenstaande literatuur met betrekking tot de consument en jongeren zelf komen we tot de volgende hoofdvraag:

‘Wat is de attitude van jongeren ten opzichte van biologisch voedsel?’

Deelvragen volgende uit hoofdvraag 2:

- *In hoeverre staan jongeren positief tegenover biologisch voedsel?*
- *Wat is de kennis van jongeren over biologisch voedsel?*
- *Wat zijn de percepties die jongeren hebben over biologisch voedsel?*
- *Wat is het verschil tussen VWO- en VMBO-scholieren voor wat betreft de bovenstaande vragen?*
- *Hoeveel invloed denken jongeren uit te oefenen op de gezins aankopen?*

3.3 Begripsbepaling

In dit onderzoek worden de volgende begrippen gehanteerd:

- *Attitude*: Wijze waarop men over iets of iemand denkt (Van Dale, 2004)
- *Jongeren*: In dit onderzoek worden jongeren gedefinieerd als Nederlandse 15- of 16 jarigen die een VMBO opleiding of een VWO opleiding doen.
- *Biologisch voedsel*: Voedselproducten die geen kunstmest, chemische bestrijdingsmiddelen, chemisch-synthetische geur-, kleur- en smaakstoffen, conserveringsmiddelen en genetisch gemanipuleerde ingrediënten bevatten. Ook is er meer aandacht voor het dierwelzijn. De producten zijn herkenbaar aan het EKO-keurmerk (Viester, 2003).
- *Houding*: In dit onderzoek wordt de houding van jongeren ten opzichte van biologisch voedsel bedoeld. Deze kan negatief, neutraal of positief zijn.
- *Percepties*: Waarnemingen (Van Dale, 2004) van jongeren over bepaalde factoren van (biologisch) voedsel
- *VWO*: Voortgezet Wetenschappelijk Onderwijs in Nederland.
- *VMBO*: Voorbereidend Middelbaar Beroeps Onderwijs in Nederland. In dit onderzoek worden alleen het niveau ‘kaderberoeps gerichte leerweg’ en ‘basisberoeps gerichte leerweg’ meegenomen. Dit zijn de hoogste niveaus binnen het VMBO.
- *Involed*: Inwerking van een persoon op een andere persoon (Van Dale, 2004).

3.4 Verwachtingen

Om de deelvragen en andere interessante relaties te toetsen zijn naar aanleiding van de literatuur over consumenten en jongeren zelf, de volgende verwachtingen opgesteld.

Verwacht wordt dat het overgrote deel van de Nederlandse jongeren wel eens heeft gehoord van biologisch voedsel en aangeeft te weten wat biologisch voedsel is, maar dat de werkelijke kennis van de Nederlandse jongeren over biologisch voedsel minder is dan ze beweren.

Ook wordt verwacht dat de houding van de jongeren ten opzichte van biologisch voedsel overwegend positief is en nog positiever zal zijn nadat uitgelegd is wat biologisch voedsel precies is. De verwachting bestaat dat de opleiding van de ouders een verklarende factor is. De kinderen van ouders met een hoge opleiding zullen meer kennis hebben van en meer interesse hebben in biologische voedsel dan kinderen van ouders met een lage opleiding. Ook maatschappelijke betrokkenheid zou

een verklarende factor kunnen zijn. Kinderen van ouders die 'maatschappelijk betrokken' zijn of kinderen die zelf maatschappelijk betrokken zijn (d.w.z één of meer goede doelen steunen ten behoeve van dier- of milieuwzijn), zullen meer kennis hebben over en meer geïnteresseerd zijn in biologisch voedsel. Naast maatschappelijke betrokkenheid als verklarende factor zou ook het feit dat de ouders en/of de respondent zelf vegetariër zijn, of dat de respondent ouders, familie en/of kennissen in de landbouw heeft van invloed kunnen zijn op de kennis die een respondent heeft over biologisch voedsel en de mate van interesse die de respondent heeft in biologisch voedsel.

De verwachting is dat de belangrijkste motieven voor jongeren om biologisch voedsel te willen eten zijn: gezondheid, dierwzijn en milieuoverwegingen. De belangrijkste producten die de jongeren zouden willen kopen zullen groenten, fruit, vlees en zuivelproducten zijn.

3.5 Methode jongerenonderzoek

In deze paragraaf wordt de methode van onderzoek beschreven. In paragraaf 3.5.1 wordt ingegaan op de keuze van het instrument, in paragraaf 3.5.2 wordt de steekproef behandeld en in de laatste paragrafen wordt de opbouw van de enquête en de verwerking behandeld.

3.5.1 Keuze van het instrument

Voor het bepalen van de attitude van jongeren met betrekking tot biologisch voedsel is een enquête afgenomen. Er is gekozen voor deze (kwantitatieve) methode omdat het vooral van belang geacht wordt om een zo overzichtelijk mogelijk beeld van de jongeren te geven dat representatief is voor de Nederlandse jongeren. Voor het opstellen van de enquêtes zijn onder andere de resultaten uit de literatuurstudie (hoofdstuk 1) gebruikt.

3.5.2 Steekproef

Er is voor gekozen middelbare scholieren uit 4 VWO en 4 VMBO te benaderen. Aangezien het huidige VMBO een samenvoeging is van het IVBO, VBO en de MAVO, en dit een erg grote spreiding van niveau met zich meebrengt, hebben wij ervoor gekozen om alleen de theoretische leerweg en de basisberoepsgerichte leerweg van het VMBO mee te nemen in ons onderzoek. Er is voor het VMBO en het VWO gekozen omdat een doel van het onderzoek is om te kijken of er verschillen zijn naar opleidingsniveau. Dit zou niet mogelijk geweest zijn indien ook hogere klassen dan de vierde klassen, opgenomen zouden zijn. Er zijn immers geen hogere VMBO klassen. Een andere reden hiervoor is dat op deze manier dezelfde leeftijdsgroep benaderd kan worden om de leeftijds spreiding tot een minimum te beperken.

3.5.3 Procedure

Voor dit onderzoek zijn 950 enquêtes uitgezet op 12 middelbare scholen. De enquêtes zijn afgenomen bij middelbare scholen door de desbetreffende biologie leraren. Om een zo representatief mogelijke steekproef te krijgen, zijn middelbare scholen uit verschillende delen van Nederland benaderd.

Allereerst is er contact opgenomen met middelbare scholen en vervolgens met de biologie leraren. Er is gekozen voor het benaderen van biologie leraren aangezien verwacht werd dat zij het meeste affiniteit met het onderwerp hebben. Wanneer deze biologie leraren bereid waren om mee te werken, werden hen de enquêtes opgestuurd die, eenmaal ingevuld, naar een (gratis) antwoord nummer teruggestuurd konden

worden. De biologie leraren hebben de leerlingen in het begin van hun les (10 tot 15 min) de gelegenheid gegeven om de enquête in te kunnen vullen. Om ervoor te zorgen dat onze enquête goed is opgesteld en onze onderzoeksvraag beantwoordt, zijn er eerst een aantal proefenquêtes afgenomen bij zowel VWO- als VMBO-scholieren. Er is bovendien geprobeerd VMBO- en VWO-scholieren beide te vertegenwoordigen in elke stad waar de enquêtes zijn uitgedeeld.

3.5.4 Opbouw van de enquête

De enquête bevat 31 vragen waarvan 4 vragen open zijn gesteld en 27 vragen vooraf opgestelde antwoordmogelijkheden hebben. Zie voor de precieze vragen Bijlage 1.

3.5.4.1 Profiel van de scholier

De eerste 15 vragen zijn opgesteld om meer te weten te komen over de achtergrond van de respondent. Hierbij moet gedacht worden aan schooltype, opleiding ouders, of de respondent zelf of zijn/haar ouders lid is van een/meerder goede doelen/vegetariër is, wat de respondent belangrijk vindt aan voedsel en of de respondent milieu- en diervriendelijkheid al dan niet belangrijk vindt. Deze vragen zijn opgenomen om vervolgens te kijken of er een verband bestaat tussen één of meer van deze variabelen en de attitude ten opzichte en/of kennis van biologisch voedsel.

3.5.4.2 Kennis/perceptie/houding van de scholier

De andere helft van de enquête is opgesteld om meer te weten te komen over de kennis van jongeren van biologisch voedsel, hun perceptie van biologisch voedsel en hun houding ten opzichte van dit onderwerp. Om de kennis van jongeren te meten is hen gevraagd of ze weten wat biologisch voedsel is en vervolgens is hen gevraagd woorden op te noemen die bij ze opkomen als ze aan biologisch voedsel denken. Dit laatste om te meten wat hun werkelijke kennis van biologisch voedsel is.

Om perceptie te meten is de jongeren gevraagd in hoeverre ze denken dat biologisch: duur/goedkoop, lekker/niet lekker, gezond/ongezond, milieuvriendelijk/onvriendelijk, diervriendelijk/onvriendelijk. Dit kon door de jongeren op een 5-puntsschaal aangegeven worden.

Er is gekeken of er een verschil is in houding voor en na het lezen van een definitie over biologisch voedsel. Dit omdat het van te voren niet zeker is of de respondenten wel een goed beeld hebben van biologisch voedsel. Ook is meegenomen of de respondent al eens biologisch voedsel gegeten heeft.

Verder is gevraagd (op een 5-puntsschaal) in hoeverre de respondent belangstelling zou hebben om biologisch voedsel in de kantine te kopen wanneer het daar beschikbaar zou zijn. Dit om te proberen enig inzicht te verkrijgen in het verschil tussen houding en daadwerkelijke aankoop. Ook is hen gevraagd welke biologische producten ze zouden kopen als ze daar de kans toe zouden hebben.

3.5.4.3 Invloed van scholier op aankopen ouders

Ten slotte is een vraag opgenomen die het belang van het onderzoek verder zou kunnen aantonen. Namelijk in hoeverre de respondent denkt de aankopen van zijn/haar gezin te kunnen beïnvloeden.

3.5.5 Verwerking

De resultaten zijn verwerkt in Excel en in het statistische programma SAS 8.2. Om de resultaten te verwerken is vooral gebruikt gemaakt van beschrijvende statistiek. Om proporties tussen twee groepen te vergelijken zijn Chi-kwadraattoetsen uitgevoerd. Deze toets wordt gebruikt om verschillen in kruistabellen te toetsen. Het significantie niveau is gesteld op $p < 0.05$.

Hoofdstuk 4 Resultaten onderzoek jongeren

4.1 Respons en profiel van de scholier

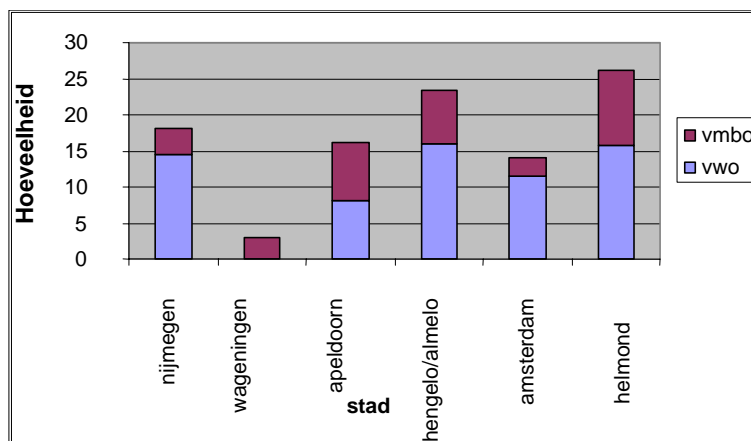
Van de 950 opgestuurde enquêtes zijn er uiteindelijk 682 enquêtes teruggestuurd. Alle scholen hebben enquêtes teruggestuurd, alleen niet altijd de hoeveelheid die hen toegestuurd was. De respons was 72%. Aangezien de gemiddelde respons bij enquêtes rond de 30% ligt is de respons bij dit onderzoek erg hoog (Swanborn, 1981 In: Viester, 2003). Er is een ongelijke verdeling tussen jongens en meisjes (63% meisjes ten opzichte van 36% jongens; 1 % is onbekend). Het VMBO is eveneens ondervertegenwoordigd in onze steekproef: 36% van alle enquêtes is afkomstig van VMBO-leerlingen ten opzichte van 64% van VWO-leerlingen. De gemiddelde leeftijd van de scholieren bedraagt 15 jaar. De gemiddelde leeftijd van de VMBO-scholieren is 15,7 (15 t/m 18) ten opzichte van 15,5 (14 t/m 19) bij de VWO-scholieren. De vaders van de respondenten hebben in 59 % van de gevallen een hoge opleiding genoten (d.w.z: hogere beroepsopleiding of universiteit), de moeders van de respondenten in 41% van de gevallen. Kinderen van hoog opgeleide ouders worden zelf ook vaak hoogopgeleid. Dit is te zien in Tabel 1:

Tabel 1: verband tussen opleiding ouders en opleiding kind.

	ouders hoog opgeleid (%)	ouders laag opgeleid (%)
VMBO	22	78
VWO	56	44

P=0.0001

Zoals te zien in figuur 3 zijn de enquêtes ingevuld door leerlingen van middelbare scholen die zich in Nijmegen, Wageningen, Apeldoorn, Hengelo, Almelo, Amsterdam en Helmond bevinden. In elke stad zijn VMBO- en VWO-scholieren vertegenwoordigd, behalve in Wageningen.



Figuur 3: Spreiding scholen over Nederland

Van de respondenten kent 66% niemand die werkzaam is in de landbouw. Van de respondenten is een kleine 4 % vegetarisch en 6% is deeltijd vegetariër. De ouders van de respondenten zijn in 96% van de gevallen niet vegetariër. De (gezinnen van de) respondenten steunen in 20% van de gevallen geen enkel goed doel, in 57% enkele goede doelen en in 23% van de gevallen veel goede doelen (meer dan 4).

Gevraagd is of scholieren de volgende factoren van belang vinden bij het maken van een keuze voor voedsel: prijs, uiterlijk van voedsel, houdbaarheid, diervriendelijkheid, smaak, voedingsstoffen, milieuvriendelijkheid en/of zonder toevoegingen. De resultaten hiervan zijn hieronder weergegeven:

Tabel 3: Wat vinden scholieren belangrijk aan voedsel?

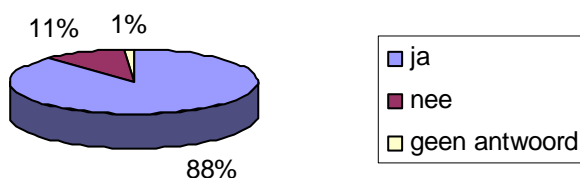
Factor	Percentage dat factor x belangrijk vindt (in %)
Smaak	92
Uiterlijk van voedsel	44
Prijs	43
Houdbaarheid	43
Voedingsstoffen	31
Diervriendelijkheid	29
Milieuvriendelijkheid	18
Zonder toevoegingen	<4

Uit tabel 3 blijkt dat de smaak toch het allerbelangrijkste is voor jongeren. Ook het uiterlijk, de prijs en de houdbaarheid is van belang. Diervriendelijkheid (29%) wordt belangrijker gevonden dan milieuvriendelijkheid (18%). Of er wel of geen additieven aan voedsel zijn toegevoegd wordt door een kleine 4% van de jongeren belangrijk gevonden.

4.2 Wat denken jongeren te weten over biologisch voedsel?

4.2.1 Hoe denken jongeren over hun kennis?

Het overgrote deel van de scholieren meent te weten wat biologisch voedsel is zoals in het taartdiagram hieronder is te zien.



Figuur 4: Denken jongeren te weten wat biologisch voedsel is?

Vervolgens is gekeken naar het verschil tussen meisjes en jongens met betrekking tot deze vraag. Uit deze analyse bleek dat 93% van de meisjes meent te weten wat biologisch voedsel is. Van de jongens geeft 86% dit aan. Het verschil tussen beide groepen is significant met een p-waarde 0,0052 (zie Tabel 4)

Tabel 4: Het verschil tussen meisjes en jongens in het zelf waargenomen kennisniveau.

	Denkt geen kennis te hebben (%)	Denkt wel kennis te hebben (%)
Meisjes	7	93
Jongens	14	86

P=0.0052

Tabel 5 hieronder laat zien dat van alle VMBO-scholieren 13% aangeeft niet te weten wat biologisch voedsel is. Van alle VWO-scholieren geeft 8% dit aan. Het verschil tussen beide groepen is significant. ($p=0,0196$).

Tabel 5: Het verschil tussen VWO en VMBO-scholieren in het zelf waargenomen kennisniveau.

	Denkt geen kennis te hebben (%)	Denkt wel kennis te hebben (%)
VMBO	13	87
VWO	8	92

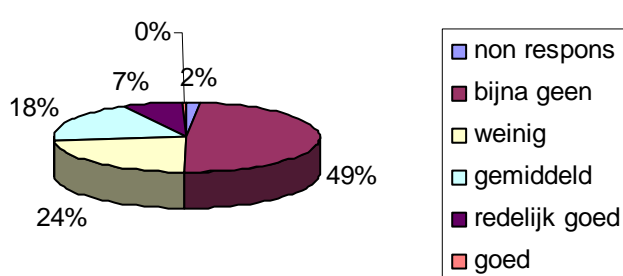
$P=0.0196$

Het feit dat ouders wel of niet (enkele) goede doelen ondersteunen is wel van invloed op de kennis die jongeren denken te hebben over biologisch voedsel. Van de jongeren die denken te weten wat biologisch voedsel is, bedraagt het percentage van de ouders die goede doelen ondersteunt en niet ondersteunt, respectievelijk 81% en 19% ($p=0.014$). Of ouders, familie en/of kennissen in de landbouw werkzaam zijn of een landbouwbedrijf hebben, is niet van invloed op het feit dat jongeren denken te weten wat biologisch voedsel is. Voor jongeren waarvan er wel ouders, familie en/of kennissen op een landbouw bedrijf werkt, denkt 91% te weten wat biologisch voedsel is, terwijl 9% het niet denkt te weten ($p=0,778$). Ook is er geen significante relatie gevonden in verband met het vegetariër zijn van jongeren of ouders en het meer weten over biologisch voedsel ($P=0,952$).

4.2.2 Werkelijke kennis van jongeren over biologisch voedsel

Er is aan de jongeren gevraagd of zij enkele woorden kunnen opschrijven die zij associëren met biologisch voedsel. Dit om te testen wat de werkelijke kennis is van jongeren over biologisch voedsel. Aan de gegeven woorden is vervolgens een score toegekend. Een 1 is toegekend wanneer zij geen of nauwelijks kennis hadden van biologisch voedsel, een 5 voor een goede kennis. Hoe meer juiste associaties gegeven werden, hoe hoger de score die werd toegekend. Hierbij dient gezegd te worden dat dit een enigszins subjectieve manier van meten is.

Uit onderstaand taartdiagram (figuur 5) blijkt dat bijna 50% nauwelijks of geen kennis heeft van biologisch voedsel. 24% van de jongeren kan weinig woorden opnoemen die ze in verband brengen met biologisch voedsel. Achttien procent van de jongeren heeft een redelijke kennis over biologisch voedsel en slechts 8% weet redelijk veel over biologisch voedsel. De meest gegeven score is 1.



Figuur 5: Wat is de werkelijke kennis van jongeren over biologisch voedsel?

Deze resultaten zijn in strijd met de resultaten die bleken uit de vraag "Weet je wat biologisch voedsel is. Dit is te zien in de volgende tabel (tabel 6).

Tabel 6: Denken te weten in relatie tot kennisniveau

Kennisniveau →	1	2	3	4	5
Denken niet te weten	78%	12%	8%	2%	<1%
Denken te weten	46%	25%	20%	9%	<1%

P=0.0002

Uit bovenstaande tabel is duidelijk af te lezen dat het kennisniveau lager ligt dan wat scholieren denken te weten over biologisch voedsel. Van de scholieren die denken te weten wat biologisch voedsel is, heeft het grootste deel (46%) een kennisniveau van 1, 25% een kennisniveau 2 terwijl 20%, 9% en 1% een kennisniveau hebben van respectievelijk 3, 4 en 5. Er is overtuigend bewezen dat veel minder scholieren kennis hebben van biologisch voedsel dan ze zelf denken te weten.

Er is geen significant verschil tussen jongens en meisjes wat betreft kennisniveau ($p=0.082$). Wel is het zinvol onderscheid te maken tussen VMBO-scholieren en VWO-scholieren in de hoeveelheid kennis die ze hebben van biologisch voedsel. De resultaten zijn te zien in Tabel 7.

Tabel 7: Verschil tussen VMBO- en VWO-scholieren in kennisniveau.

	1	2	3	4	5
VMBO	62	23	11	4	0
VWO	40	25	24	10	1

P=0.001, Getallen zijn in procenten (%)

Beide typen scholieren kunnen weinig correcte woorden opnoemen die zij associëren met biologisch voedsel. VWO-scholieren scoren op deze vraag echter net iets beter. Opvallend is dat er vrij groot verschil is tussen het aantal keren dat de score 1 is toegekend aan VMBO-scholieren en VWO-scholieren. In 62% van de gevallen heeft een VMBO-scholier een score 1 gekregen. Bij VWO-scholieren kwam dat voor in 40% van de gevallen.

In het geval dat ouders, familie en/of kennissen in de landbouw werkzaam zijn is er geen afwijkende score te vinden in de mate waarin jongeren juiste woorden kunnen associëren met biologisch voedsel ($p=0,4491$). Relaties in de landbouw heeft dus geen invloed op de werkelijke kennis op het gebied van biologisch voedsel. De percentages zijn opgenomen in tabel 8.

Tabel 8: Relatie van landbouw achtergrond met kennisniveau van de jongeren

	1	2	3	4	5
Niet landbouw	50	24	19	7	<1
Wel landbouw	48	24	18	9	<1

P=0.4491

4.3 Percepties van jongeren over biologisch voedsel

De jongeren is gevraagd of ze kunnen aangeven in hoeverre zij denken dat biologisch voedsel lekker, duur, gezond, milieuvriendelijk en diervriendelijk is op een schaal van 1 tot en met 5. Deze resultaten zijn meteen uitgesplitst voor VMBO- en VWO-scholieren. Dit heeft tot de volgende resultaten geleid:

Hieronder allereerst een beschrijving van de vraag in hoeverre de scholieren biologisch voedsel lekker vinden (Tabel 9):

Tabel 9: Scholieren beschouwen biologisch voedsel in de volgende mate als lekker:

	niet lekker (%)	een beetje lekker (%)	neutraal (%)	redelijk lekker (%)	lekker (%)
VMBO	3	12	40	27	18
VWO	2	9	32	34	23

P=0.0046

Zoals te zien in bovenstaande tabel is een groot percentage scholieren neutraal ten opzichte van het lekker vinden van biologisch voedsel. Er is een significant verschil tussen VMBO- en VWO-scholieren voor wat betreft het lekker vinden van biologisch voedsel. VWO-scholieren beschouwen biologisch voedsel als lekkerder dan VMBO-scholieren, 34% en 23% van de VWO-scholieren geven respectievelijk het antwoord 4 en 5 ten opzichte van 27% en 18% bij de VMBO-scholieren. Ook zijn meer VMBO-scholieren neutraal dan VWO-scholieren (40% ten opzichte van 32%). Vijftien procent (score 1 en 2 opgeteld) van de VMBO-scholieren beschouwt biologisch voedsel als niet lekker ten opzichte van 11% van de VWO-scholieren.

Hieronder is weergegeven in welke mate scholieren biologisch voedsel als duur beschouwen (Tabel 10):

Tabel 10: Scholieren beschouwen biologisch in de volgende mate als duur:

	Duur (%)	redelijk duur (%)	Neutraal (%)	redelijk goedkoop (%)	Goedkoop (%)
VMBO	33	35	22	8	2
VWO	35	43	13	7	2

P=0.0965

De schaal loopt van 1 tot en met 5 waarbij 1 staat voor duur en 5 staat voor goedkoop. Zowel de VMBO-scholieren als de VWO-scholieren kennen vaak het cijfer 2 toe. Het meest gegeven antwoord is dan ook 2. Er is geen significant verschil tussen beide groepen. Wel kan uit de tabel afgelezen worden dat de meeste scholieren biologisch voedsel als redelijk duur beschouwen.

Tabel 11 geeft de resultaten weer die zijn verkregen met betrekking tot de perceptie van gezondheid van biologisch voedsel:

Tabel 11: Scholieren beschouwen biologisch voedsel in de volgende mate als gezond:

	Ongezonder (%)	redelijk ongezond (%)	neutraal (%)	redelijk gezond (%)	gezond (%)
VMBO	1	3	10	29	57
VWO	0	2	13	38	47

P=0.2684

De schaal loopt wederom van 1 tot en met 5 waarbij 1 staat voor ongezond en 5 voor gezond. Zoals te zien in de bovenstaande tabel geven zowel VWO-scholieren als VMBO-scholieren meestal een 5. Er is dus nauwelijks een verschil tussen de opleidingen (p=0.268). Aangezien 29% en 57% van de VMBO- en 38% en 47% van de VWO-scholieren biologisch voedsel als (redelijk) gezond beschouwen kan gesteld worden dat het merendeel van de scholieren biologisch voedsel als gezond beschouwt. De volgende tabel (Tabel 12) laat de perceptie zien van de scholieren ten aanzien van milieuvriendelijkheid.

Tabel 12: Scholieren beschouwen biologisch voedsel in de volgende mate als milieuvriendelijkheid:

	milieuvriendelijk (%)	redelijk milieuvriendelijk (%)	neutraal (%)	redelijk milieuvriendelijk (%)	milieuvriendelijk (%)
VMBO	1	3	9	19	68
VWO	1	2	3	29	65

P=0.4445

Beide groepen scholieren beschouwen biologisch voedsel als milieuvriendelijk. De meest gegeven score is, net als bij de factor gezondheid, 5. Biologisch voedsel wordt door de meerderheid van de middelbare scholieren als (redelijk) milieuvriendelijk beschouwd.

Tenslotte is er nog gevraagd in hoeverre de scholieren denken dat biologisch voedsel diervriendelijk is. Deze resultaten zijn weergegeven in Tabel 13.

Tabel 13: Scholieren beschouwen biologisch voedsel in de volgende mate als diervriendelijk:

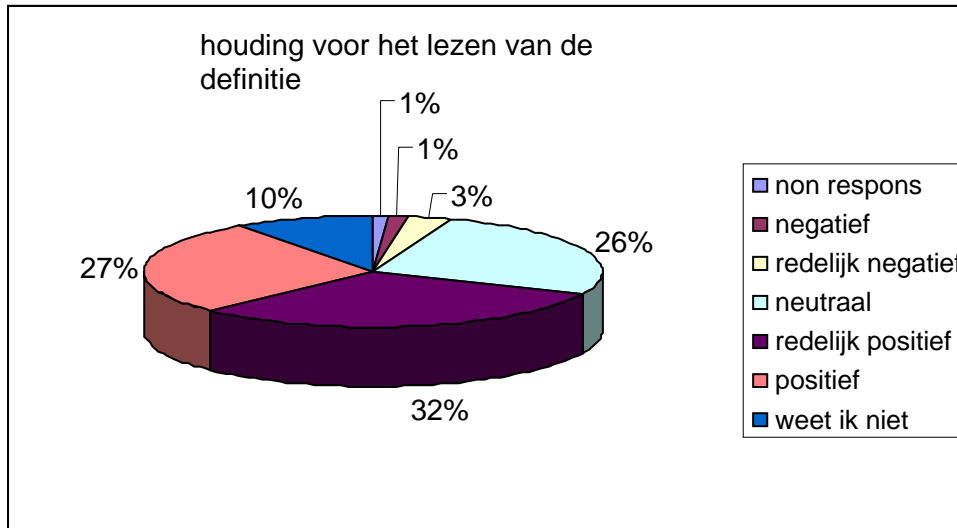
	dieronvriendelijk (%)	redelijk dieronvriendelijk (%)	neutraal (%)	redelijk diervriendelijk (%)	diervriendelijk (%)
VMBO	2	4	10	23	61
VWO	1	3	5	30	62

P=0.0880

Beide groepen scholieren geven eveneens een hoge score aan de diervriendelijkheid van biologisch voedsel. Zowel VMBO-scholieren als VWO-scholieren geven vaak een 5 als mate van diervriendelijkheid aan biologisch voedsel. Biologisch voedsel wordt dus als (redelijk) diervriendelijk beschouwd (p= 0.088).

4.4 Houding van scholieren ten opzichte van biologisch voedsel

Op een schaal van 1 tot en met 5 konden jongeren aangeven in welke mate zij negatief of positief ten opzichte van biologisch voedsel staan (waarbij 1 negatief is, 5 positief en 3 neutraal). De volgende antwoorden met bijbehorende percentages zijn verkregen:



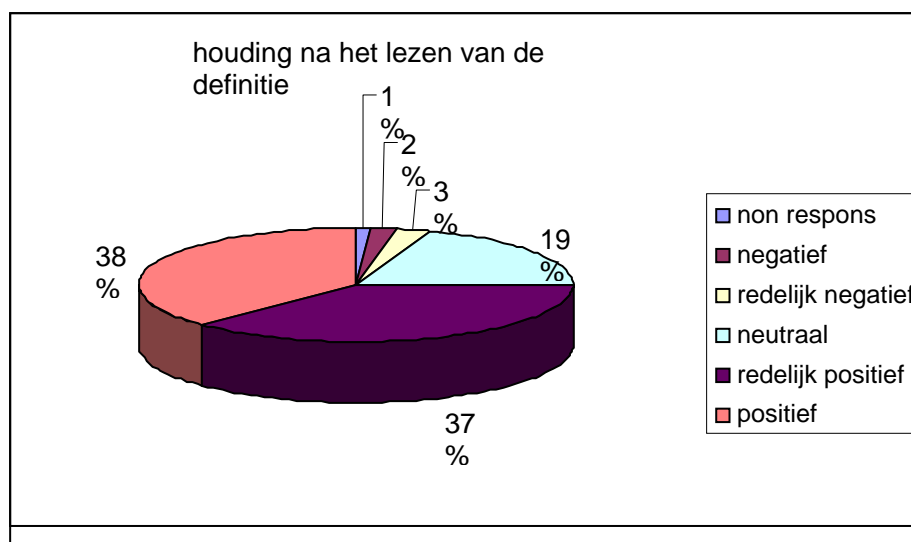
Figuur 6: Houding van scholieren ten opzichte van biologisch voedsel voor het lezen van de definitie.

De meeste scholieren geven een score van 4. Over het algemeen staan jongeren al vrij positief ten opzichte van biologisch voedsel voordat ze een definitie van biologisch voedsel hadden gelezen.

Vervolgens werd de volgende definitie van biologisch voedsel gegeven met het bijbehorende EKO-keurmerk. De definitie luidde als volgt:

Biologisch voedsel is voedsel dat geen kunstmest, chemische bestrijdingsmiddelen, kunstmatige geur, kleur- en smaakstoffen, conserveringsmiddelen en genetisch gemanipuleerde ingrediënten bevat. Ook is er meer aandacht voor het dierwelzijn en het milieu. De producten zijn herkenbaar aan het EKO-keurmerk.

Verwacht werd dat jongeren niet precies weten wat biologisch voedsel is. Vervolgens werd dan ook dezelfde vraag gesteld ter controle zodat bekeken kon worden of de houding van jongeren ten opzichte van biologisch voedsel veranderd is na het lezen van de definitie.



Figuur 7: Houding van scholieren ten opzichte van biologisch voedsel na het lezen van de definitie.

Onderstaande tabel (tabel 14) geeft de verschillen weer in attitude voor en na het lezen van de definitie.

Tabel 14: Verschil in attitude voor en na het lezen van de definitie

Score	Percentage voor definitie (%)	Percentage na definitie (%)
1: negatief	1	2
2: redelijk negatief	3	3
3: neutraal	27	19
4: redelijk positief	32	37
5: positief	28	38
weet niet	10	1
Totaal	100	100

Ook bij deze vraag wordt het cijfer vier het vaakst toegekend.

Voor de houding ten opzichte van biologisch voedsel is er voor en na het lezen van de definitie geen significant verschil gevonden tussen VWO- en VMBO-scholieren (respectievelijk $p=0.5728$ en $p=0.1334$). Het blijkt dat scholieren biologisch voedsel over het algemeen positief waarderen. Ook blijkt dat scholieren biologisch voedsel na het gelezen hebben van de definitie nog positiever waarderen (28 % voor, 38% na).

4.5 Verband tussen het steunen van goede doelen en houding ten opzichte van biologisch voedsel

Hier is het verband onderzocht tussen ‘maatschappelijke betrokkenheid’ en houding ten opzichte van biologisch voedsel. Maatschappelijke betrokkenheid werd gemeten aan de hand van het steunen van goede doelen. De goede doelen die hiermee bedoeld worden zijn Greenpeace, Wereld Natuur Fonds, Natuurmonumenten, Wakker Dier, Bont voor dieren en Dierenbescherming. Ook is gelegenheid gegeven om bij de optie ‘anders’ aan te geven of er nog andere, niet genoemde, goede doelen worden ondersteund.

Tabel 15: Verband tussen houding en maatschappelijke betrokkenheid (milieu).

	negatief (%)	redelijk negatief (%)	neutraal (%)	redelijk positief (%)	positief (%)	weet niet (%)
Geen milieu-doel	2	4	30	30	22	12
1 milieu-doel	0	2	21	32	39	6
2 of meer milieu-doelen	0	1	16	33	43	7

P=0.0020

Uit tabel 15 blijkt dat hoe meer goede doelen ten behoeve van het milieu er ondersteund worden, des te positiever jongeren ten opzichte van biologisch voedsel staan. Ook is er gekeken of het feit dat ouders één of meerdere goede doelen ten behoeve van het dierenwelzijn ondersteunen, invloed heeft op de mening van jongeren over biologisch voedsel. De volgende resultaten zijn verkregen:

Tabel 16: Verband tussen houding en maatschappelijke betrokkenheid (dier).

	negatief (%)	redelijk negatief (%)	neutraal (%)	redelijk positief (%)	positief (%)	weet niet(%)
Geen “dier-doel”	2	3	28	31	26	10
1 “dier-doel”	0	2	8	32	47	10
2 of meer “dier-doelen”	0	0	0	0	100	0

P=0.0003

Uit tabel 16 blijkt dat het feit dat ouders één of meerdere goede doelen ondersteunen effect heeft op de mening van jongeren over biologisch voedsel. Over het algemeen kan gezegd worden dat hoe meer goede doelen ten behoeve van het dierenwelzijn ondersteund worden door hun ouders, des te positiever staan de jongeren (aantal van 417) ten opzichte van biologisch voedsel.

4.6 Invloed van belang van milieu- en dierenwelzijn op mening jongeren biologisch voedsel

In de enquêtes zijn de specifieke vragen gesteld “hoe belangrijk is milieuvriendelijkheid voor jou?” en “hoe belangrijk is dierenwelzijn voor jou?”. Op een schaal van 1 tot en met 5 kon aangegeven worden in hoeverre de jongeren deze twee factoren belangrijk vinden. 1 staat daarbij voor onbelangrijk, 5 voor belangrijk en 3 voor neutraal.

Voor de factor diervriendelijkheid zijn de volgende resultaten verkregen:

Tabel 17: houding ten opzichte van belang van diervriendelijkheid

Diervriendelijk→	onbelangrijk (%)	redelijk onbelangrijk (%)	neutraal (%)	redelijk belangrijk (%)	belangrijk (%)	weet niet (%)
Attitude biologisch voedsel						
1	17	8	33	8	13	21
2	2	8	39	22	4	25
3	2	4	40	28	15	11
4	0	2	19	40	31	8
5	0	0	12	27	57	4

P=0.0001

In tabel 17 is te zien dat hoe meer belang jongeren hechten aan diervriendelijkheid, des te positiever ze zijn over biologisch voedsel.

Tabel 18: houding ten opzichte van belang van milieuvriendelijkheid

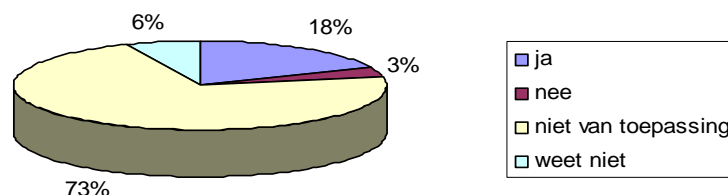
Milieuvriendelijk→	negatief (%)	redelijk negatief (%)	Neutraal (%)	redelijk positief (%)	positief (%)	weet niet (%)
Attitude biologisch voedsel						
1	31	0	25	6	13	25
2	2	9	35	17	13	24
3	0	5	38	29	15	13
4	0	2	24	40	27	7
5	20	5	8	14	38	5

P=0.0001

Hetzelfde geldt voor de factor milieuvriendelijkheid. Ook hier geldt dat des te meer belang jongeren hechten aan het milieu, des te positiever staan ze ten opzichte van biologisch voedsel.

4.7 Waarom wel of niet biologisch eten?

Aan scholieren werd allereerst gevraagd of ze al eens biologisch voedsel gegeten hebben. Hieruit bleek dat 73% van de scholieren al eens biologisch voedsel gegeten had. Aan de scholieren die nog nooit biologisch voedsel gegeten hadden werd gevraagd of ze het wel eens zouden willen eten. De percentages zijn in het figuur hieronder weergegeven. Hierbij is de groep die 'niet van toepassing' heet, de groep die al eens biologisch voedsel gegeten heeft.

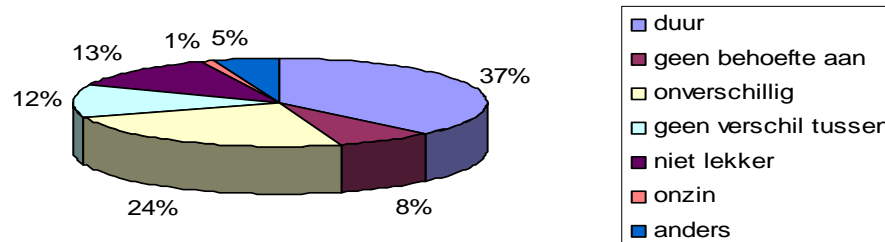


Figuur 8: Zou je wel eens biologisch willen eten?

Uit figuur 8 blijkt dat van alle scholieren die nog nooit biologisch voedsel hebben gegeten, 18% wel eens biologisch voedsel wil eten, 3% niet en 6% weet het niet.

Vervolgens is aan alle scholieren gevraagd wat de redenen voor hen zouden zijn waarom ze juist wèl of niet biologisch voedsel zouden willen eten. Hier werden 196 negatieve antwoorden gegeven en 470 positieve antwoorden. Dit aantal is meer dan het aantal ingevulde enquêtes omdat het een open vraag betrof en er antwoorden gegeven zijn die zowel positieve als negatieve redenen bevatten.

Figuur 9 geeft de redenen weer waarom mensen geen biologisch voedsel willen eten:

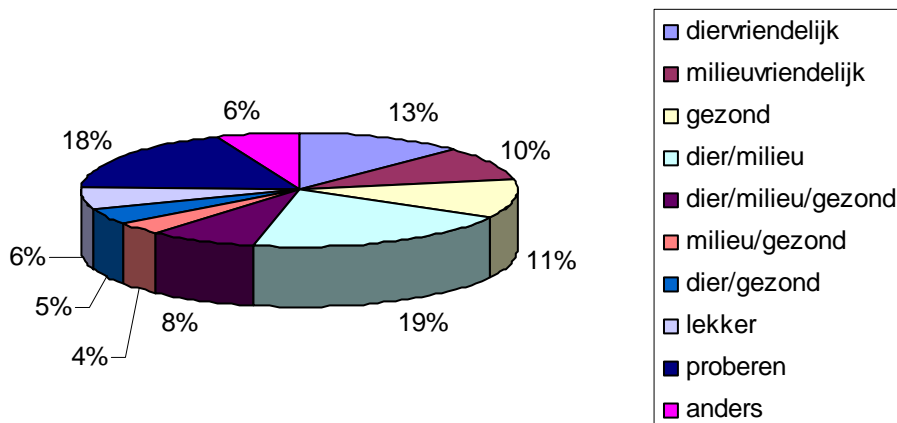


Figuur 9: Waarom geen biologisch voedsel?

De top 3 van redenen om geen biologisch voedsel te willen eten is als volgt:

- “Duur”, genoemd door ruim 37 %.
- “Maakt me niks uit” (=onverschillig), genoemd door 24%.
- “Biologisch is niet lekker”, genoemd door 13%.

De volgende figuur (figuur 10) geeft de redenen weer waarom mensen wèl biologisch voedsel zouden willen eten.



Figuur 10: Waarom wel biologisch willen eten?

De top 4 van redenen om biologisch voedsel te willen eten is als volgt:

- “diervriendelijker”, genoemd door 46%.
- “milieuvriendelijker”, genoemd door 42%.
- “gezond”, genoemd door 28%.
- “ik wil het wel eens uitproberen”, genoemd door 18%.

Hierbij dient te worden opgemerkt dat in 96 van de 470 ingevulde enquêtes zowel diervriendelijk als milieuvriendelijk werd genoemd. Van deze 96 zijn er 75 afkomstig van het VWO en 21 van het VMBO. Van de 86 jongeren die zeiden biologisch voedsel wel eens te willen proberen waren er 45 VWO'ers en 41 VMBO'ers.

4.8 'Aankoopgedrag' van jongeren zelf

Aan de jongeren is gevraagd aan te geven welke biologische producten ze zelf zouden willen kopen in de winkel als zij zelf de boodschappen zouden mogen doen. De jongeren hadden de keus uit diverse producten. Opvallend vaak zeggen de jongeren dat zij eieren, groente en fruit zouden willen kopen. Hierbij is het verschil tussen VMBO- en VWO-scholieren nauwelijks te merken.

Tabel 19: Welk product zou de scholier zelf kopen, indien hij/zij de kans had.

	Product wel kopen (aantal)	Product niet kopen (aantal)	VWO'ers wel (%)	VWO'ers niet (%)	VMBO'ers wel (%)	VMBO'ers niet (%)
Groente	410	267	59	41	63	37
Fruit	426	251	61	39	66	34
Melk	248	429	34	66	41	59
Kaas	242	435	31	69	43	57
Eieren	422	255	64	36	59	41
Brood	241	436	30	70	45	55
Vlees	361	316	52	48	55	45
Snoep	111	566	14	86	21	79
Wijn	60	617	9	91	9	91

Ook is de scholieren gevraagd of zij, indien er biologische producten in de kantine van hun school werden verkocht, belangstelling voor deze producten zouden hebben. De volgende resultaten zijn verkregen:

Tabel 20: Belangstelling voor het kopen van biologisch voedsel in de kantine

	geen belangstelling (%)	bijna geen belangstelling (%)	neutraal (%)	redelijke belangstelling (%)	wel belangstelling (%)
VMBO	16	12	43	21	8
VWO	15	17	44	19	5

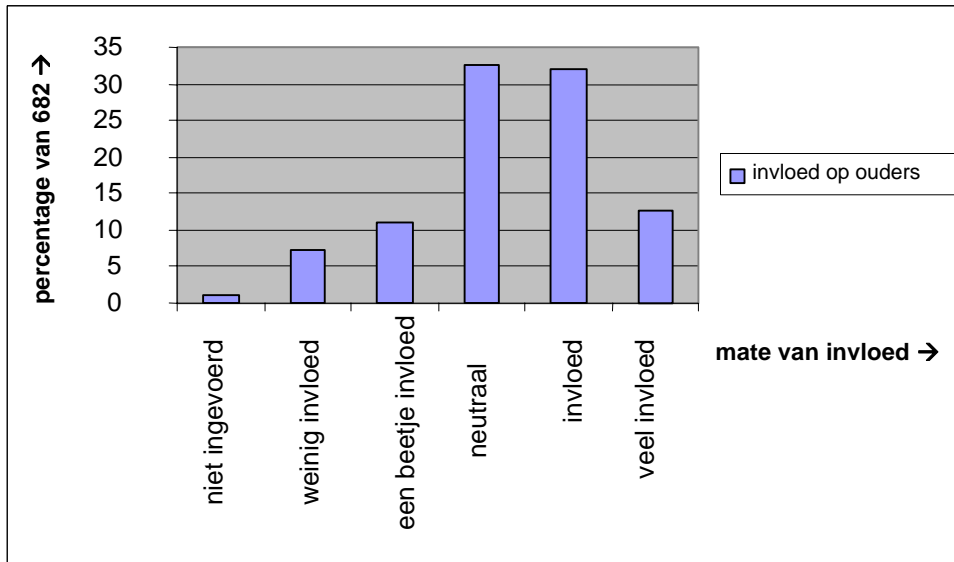
P=0.2003

In tabel 20 is te zien dat de meeste scholieren een neutrale mening hebben over het kopen van biologische producten in de schoolkantine. Ook is er nauwelijks een verschil tussen VMBO- en VWO-scholieren (p=0.2003).

Hierbij is gekeken naar het verband tussen het positief staan ten opzichte van biologisch voedsel en de bereidheid biologische producten aan te kopen in de kantine. Het resultaat is opmerkelijk: uit de analyse blijkt dat van de 393 jongeren die aangeven positief tot zeer positief te staan tegenover biologisch voedsel er 243 aangeven negatief tot neutraal te staan over biologische aankopen in de schoolkantine.

4.9 Hoeveel invloed denken jongeren uit te oefenen op gezins aankopen?

Tenslotte is de vraag gesteld in hoeverre de scholieren denken invloed uit te kunnen oefenen op de gezins aankopen. In onderstaande figuur zijn de resultaten hiervan weergegeven.



Figuur 11: Wat is de invloed van jongeren op het koopgedrag van hun ouders?

Bovenstaande grafiek toont aan dat een groot deel van scholieren denkt invloed te hebben op de gezins aankopen. Een groot deel van de scholieren staat hier er neutraal tegenover. Een minderheid denkt een beetje tot weinig invloed uit te kunnen oefenen op de gezins aankopen.

In tabel 21 wordt duidelijk gemaakt wat het verschil is tussen VWO en VMBO-scholieren voor wat betreft de invloed die ze denken uit te kunnen oefenen op de gezins aankopen.

Tabel 21: Verschil in invloed op gezins aankopen tussen VWO en VMBO-scholieren

	Geen invloed (%)	een beetje invloed (%)	neutraal (%)	invloed (%)	veel invloed (%)
VMBO	13	12	37	24	14
VWO	4	16	31	37	12

P=0.0178

Deze tabel laat ook zien dat VWO-scholieren (37%) meer invloed op de gezins aankopen denken te hebben dan VMBO-scholieren (24%). Ongeveer hetzelfde aantal VWO- als VMBO-scholieren, respectievelijk 12% en 14%, denken echter veel invloed uit te kunnen oefenen op de gezins aankopen.

4.10 Conclusies uit het jongerenonderzoek

In dit hoofdstuk zullen conclusies getrokken worden aan de hand van de opgestelde onderzoeksvragen. De onderzoeksvragen waren:

- *Wat weet de jongere van biologisch voedsel?*
- *In hoeverre staan jongeren positief tegenover biologisch voedsel?*
- *Wat is houding van jongeren met betrekking tot biologisch voedsel?*
- *Wat zijn de percepties die jongeren hebben over biologisch voedsel?*
- *Hoeveel invloed denken jongeren uit te oefenen op de gezins aankopen?*

Bij al deze vragen wordt gekeken naar het verschil tussen VWO en VMBO-scholieren.

4.10.1 *Wat is de kennis van jongeren over biologisch voedsel?*

Voor het beantwoorden van deze vraag zijn twee enquêtevragen opgenomen. Allereerst werd de respondenten gevraagd of zij denken te weten wat biologisch voedsel is. Het bleek dat een grote meerderheid van alle respondenten aangaf te denken te weten wat biologisch voedsel is. Als gekeken wordt naar het onderscheid tussen jongens en meisjes, kan gezegd worden dat meisjes net iets vaker menen te weten wat biologisch voedsel is. Voor het onderscheid tussen VWO-scholieren en VMBO-scholieren geldt dat VWO-scholieren net iets vaker aangeven te weten wat biologisch voedsel is. De verschillen zijn overigens niet groot. Wel is er een duidelijk verschil tussen wat scholieren denken te weten van biologisch voedsel en wat zij werkelijk weten over biologisch voedsel.

De helft van de respondenten scheen nauwelijks of geen correcte associaties met biologisch voedsel op te kunnen noemen. De kennis van het overgrote deel van de jongeren over biologisch voedsel is dus (erg) gering. Een klein percentage weet redelijk veel tot veel van biologisch voedsel. Ook is er een verschil tussen VWO-scholieren en VMBO-scholieren. VWO-scholieren scoren namelijk net iets beter op de zojuist omschreven vraag. Schooltype zou in dit geval een verklarende factor voor de mate van kennis van biologisch voedsel kunnen zijn.

4.10.2 *Wat is de houding van jongeren met betrekking tot biologisch voedsel?*

Scholieren geven aan positief ten opzichte van biologisch voedsel te staan. VWO-scholieren zijn over het algemeen net iets positiever over biologisch voedsel dan VMBO-scholieren. Dit zou samen kunnen hangen met het feit dat VWO-scholieren net iets meer kennis van biologisch voedsel hebben. Omdat verwacht werd dat scholieren niet exact zouden weten wat biologisch voedsel is, werd na het geven van de definitie van biologisch voedsel dezelfde vraag nog eens gesteld. Opvallend is dat de scholieren dan aangeven biologisch voedsel nog meer te waarderen.

Uit de resultaten blijkt evenwel dat een positieve houding ten opzichte van biologisch voedsel helemaal niet betekent dat ze het ook daadwerkelijk zouden kopen in de kantine. Dit maakt zogenaamde 'burger consument dilemma', waarin voorgaande literatuur over uitgeweid is, ook in dit onderzoek zichtbaar. Bij deze vraag wordt namelijk duidelijk gemaakt dat er een verschil is in het hebben van een positieve houding en (hypothetisch) aankoopgedrag.

Tenslotte zijn er positieve verbanden gevonden tussen het steunen van milieuorganisaties en een positieve houding ten opzichte van biologisch voedsel,

alsmede tussen het belangrijk vinden van milieu- en diervriendelijkheid en een positieve houding ten opzichte van biologisch voedsel.

De vraag naar het waarom wel en niet willen eten van biologisch voedsel heeft duidelijk gemaakt dat diervriendelijkheid en milieuvriendelijkheid de belangrijkste redenen zijn om biologisch voedsel wèl te willen eten, gevolgd door het feit dat de scholieren het wel eens willen proberen. Dit laatste waarschijnlijk om te kijken of het even lekker en gezond is als conventioneel voedsel.

Het feit dat biologisch voedsel te duur is wordt genoemd als belangrijkste reden om het niet te willen eten, onverschilligheid is een andere belangrijke reden, gevolgd door het feit dat de scholieren het niet lekker vinden. Dit komt mede doordat veel jongeren biologisch associëren met tofu en andere vleesvervangers.

4.10.3 Wat zijn de percepties die jongeren hebben over biologisch voedsel?

Aan jongeren is gevraagd in hoeverre zij biologisch voedsel als duur/goedkoop, lekker/niet lekker, gezond/ongezond, milieuvriendelijk/onvriendelijk, diervriendelijk/onvriendelijk beschouwen. Dit kon door de respondenten op een 5-puntsschaal worden aangegeven.

De scholieren vinden biologisch voedsel niet per definitie lekker of niet lekker. Ze zijn vrij neutraal ten opzichte van deze factor. VWO-scholieren geven een net iets hogere score aan de smaak ('lekkerheid') van biologisch voedsel. Beide groepen scholieren geven aan biologisch voedsel als duur, erg gezond en milieuvriendelijk te beschouwen. Ook wordt biologisch voedsel als erg diervriendelijk beschouwd. VWO-scholieren geven hier een net iets hogere score aan deze factor. Uit de antwoorden die gegeven zijn op deze vraag kan opgemaakt worden dat scholieren biologisch voedsel als erg milieu- en diervriendelijk beschouwen.

4.10.4 Wat voor invloed oefenen jongeren uit op de gezins aankopen?

Aan de respondenten werd gevraagd of zij denken invloed uit te oefenen op wat er thuis gegeten wordt en daarmee dus wat er aangekocht wordt door de ouders. Zoals uit de resultaten is gebleken, is duidelijk dat jongeren een redelijke tot grote invloed denken te hebben op de aankopen van hun ouders voor wat betreft voedselaankopen.

HOOFDSTUK 5 DISCUSSIE

5.1 Betrouwbaarheid van de resultaten

Ondanks het feit dat er veel gegevens verwerkt zijn, is het mogelijk enkele kritische kanttekeningen te maken bij de resultaten. Allereerst is het niet duidelijk in welke omstandigheden de enquêtes zijn ingevuld aangezien de biologie leraren hiervoor verantwoordelijk waren. De indruk bestaat dat bij sommige klassen verdacht vaak hetzelfde antwoord gegeven werd. Er kan dus clustering zijn opgetreden voor wat betreft klas en antwoorden op de vragen. Het is eveneens niet bekend in hoeverre de leraar invloed heeft gehad op het beantwoorden van de vragen. Ook kan het zo zijn geweest dat bepaalde klassen net les hadden gehad over (biologisch) voedsel. Dit kan geleid hebben tot een hoger kennisniveau. Wegens tijdsgebrek is echter niet verder onderzocht wat de invloed hiervan precies was.

Ook kan het zo zijn dat de enquête zelf de mening van de scholieren beïnvloed heeft in de zin dat ze sociaal wenselijke antwoorden hebben gegeven. Zoals één respondent het goed verwoordde: “het is asociaal om niet vòòr biologische landbouw te zijn”. Er kon bovendien niet gecontroleerd worden voor het feit dat bepaalde scholieren de hele enquête misschien al doorgelezen hadden voor ze tot invullen over zijn gegaan. Toch bleek er een significant verschil te zijn tussen de attitude voor en na het lezen van de definitie. Ook kunnen de vragen over houding ten opzichte van dier- en milieuvriendelijkheid de houding van de scholier beïnvloed hebben.

Uit de enquête bleek dat de jongeren over het algemeen niet veel afwisten van biologisch voedsel. Een reden hiervoor kan een verkeerde vraagstelling zijn. Aangezien de vraag meer gericht was op de gedachten die bij jongeren opkomen wanneer ze aan biologisch voedsel denken en niet op een definitie ervan, kunnen de resultaten vertekend zijn.

Er is geprobeerd het ‘burger consument dilemma’ te onderzoeken met de vraag of de scholieren biologisch voedsel in de kantine zouden kopen als het beschikbaar zou zijn. Bij deze vraag moet echter gezegd worden dat het niet duidelijk is of ze het niet zouden kopen omdat ze gewoon nooit op school eten of omdat ze gewoon niet geïnteresseerd zijn in het kopen van biologisch voedsel. Voor de beantwoording van deze vraag is nader onderzoek nodig.

5.2 Generalisatie naar de populatie

Aangezien de enquêtes in groepen (scholen) zijn afgenomen is het niet mogelijk de resultaten naar de populatie van Nederlandse jongeren te generaliseren. Er heeft namelijk geen ‘at random’ steekproeftrekking plaatsgevonden en kan clustering opgetreden zijn (zoals reeds boven vermeld). Ook kunnen er geen uitspraken gedaan worden voor wat betreft regio aangezien er dan op verschillende scholen per regio en per schooltype enquêtes uitgezet hadden moeten worden. Het feit dat er hoofdzakelijk 15 en 16 jarigen zijn geënquêteerd betekent eveneens dat men de resultaten niet kan generaliseren. Toch geven de resultaten wel een goed beeld van jongeren. Ten eerste omdat een groot aantal respondenten is bereikt. Ten tweede omdat sprake is van een goede geografische spreiding.

Hoofdstuk 6 Aanbevelingen en algemene conclusies

6.1 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

De kennis over biologisch voedsel zou met een andere vraagstelling gemeten moeten worden. Het is misschien beter de scholieren te vragen een eigen definitie te geven van biologisch voedsel. Zo is namelijk zeker dat de scholieren weten wat er precies bedoeld wordt met de vraag en is vervolgens duidelijker wat de vraag precies meet. Verder zou men dit in het vervolg met de kenmerken van jongeren en voedsel in het algemeen kunnen vergelijken.

Wanneer in het begin van de enquête naar de houding ten opzichte van biologisch voedsel gevraagd zou worden, voor de vragen naar het belang van 'milieuvriendelijkheid' en 'diervriendelijkheid' en dergelijke aan bod gekomen zijn, kan men het geven van sociaal wenselijke antwoorden beperken.

Om daadwerkelijke uitspraken over de Nederlandse jongeren te kunnen doen moeten op meerdere scholen in de verschillende regio's enquêtes uitgezet worden in meerdere leeftijdsgroepen. Ook mag meer aandacht geschonken worden aan de aanwezigheid van voeding, met name gezonde voeding, in het onderwijspakket.

6.2 Algemene conclusies

Uit de enquête is gebleken dat veel jongeren niet precies weten wat biologisch voedsel inhoudt. Uit spontane antwoorden werd ook duidelijk dat veel jongeren de fout maken biologisch voedsel te associëren met soja en tofu en andersoortige vleesvervangers, ook vinden veel scholieren het niet lekker. Het feit dat veel scholieren biologisch voedsel niet lekker vinden komt hoogstwaarschijnlijk door deze associatie.

Duidelijk is geworden dat de scholieren over het algemeen een positieve houding hebben ten opzichte van biologisch voedsel en dat hun houding nog positiever wordt nadat ze weten wat biologisch voedsel precies inhoudt. Dit onderzoek toont eveneens aan dat veel scholieren denken invloed uit te kunnen oefenen op de gezins aankopen. Uit dit alles blijkt het belang van een goede informatievoorziening die ook de jongeren bereikt waardoor deze op vroege leeftijd in contact komen met biologisch voedsel en hun ouders mede kunnen overtuigen van het nut ervan. Zeker voor wat betreft de verkoop van biologisch vlees kan veel bereikt worden wanneer jongeren weten dat biologische productie rekening houdt met dierenwelzijn.

Aan de hand van de conclusies over consumenten, die getrokken zijn met behulp van de literatuur, is het interessant om te kijken naar overeenkomsten en verschillen met de conclusies over jongeren. Bij de conclusies over consumenten wordt gesteld dat bijna alle consumenten (96%) wel eens gehoord hebben van de term 'biologische producten'. Van de jongeren denkt 88% te weten wat biologisch voedsel is. Omdat de vraagstelling niet overeenkomt kan dit eigenlijk niet echt vergeleken worden, maar toch kan gesteld worden dat er hier slechts een heel klein verschil is met de consumenten. Van de consumenten heeft dan wel een groot deel gehoord van de term biologisch voedsel, de werkelijke kennis over biologisch voedsel is aanzienlijk lager. Net als bij de consumenten is het werkelijke kennisniveau bij jongeren ook een stuk lager dan men zelf aangeeft. Evenals de consument, geven jongeren aan

(redelijk) positief ten opzichte van biologische producten te staan. Het (fictieve) aankoopgedrag van de jongeren, gemeten aan de hand van de belangstelling voor biologische producten in de kantine en welke producten ze zelf zouden willen kopen in de supermarkt, komt ook aardig overeen met het gedrag van de consumenten. De houding ten opzichte van biologische producten is een stuk positiever dan het (daadwerkelijke) aankoopgedrag. Dit vertaalt zich in het 'burger consument dilemma'.

Uit de literatuurstudie is gebleken dat de typische biologische consument een hoog opgeleide vrouw is met een hoog inkomen en vaak kinderen. Aangezien de meeste van deze kenmerken (nog) niet echt op gaan voor de meeste van de jongeren zijn deze kenmerken (nog) niet van toepassing. Daarom is gekeken naar de kenmerken die wat zouden kunnen verklaren in dezelfde richting. Meisjes denken meer te weten over biologische producten dan jongens. Op het werkelijke kennisniveau is er geen significant verschil te vinden tussen jongens en meisjes. Er is wel een verschil tussen VMBO en VWO-leerlingen, de hoger opgeleide VWO-leerlingen hebben meer kennis van biologische producten dan de lager opgeleide VMBO-leerlingen. Qua houding ten opzichte van biologisch voedsel komen de VWO- en VMBO-leerlingen overeen. Dus hoog opgeleide mensen en VWO-leerlingen komen overeen.

De jongeren hebben over het algemeen dezelfde motieven om biologische producten te kopen als de oudere consument. Voor jongeren die aangeven biologische producten te willen eten, zouden de meest belangrijke motieven om biologisch voedsel te kopen diervriendelijkheid, milieuvriendelijkheid, gezondheid en nieuwsgierigheid zijn. Voor de consument zijn de belangrijkste motieven gezondheid, geen chemische toevoegingen en milieuvriendelijkheid. De consument geeft aan dat de (lekkere) smaak van biologische producten ook een motief is om biologisch voedsel te kopen. De factor 'lekker' wordt door de jongeren echter maar in 6% genoemd, maar in het algemeen is smaak de belangrijkste factor voor jongeren om voedsel te kopen. Dit is dus een groot verschil. Een erg belangrijk motief van de consument om geen biologisch voedsel te willen kopen is de hogere prijs van de producten. Dit wordt door de jongeren ook als belangrijkste motief genoemd om geen biologische producten te willen kopen. Ook de onverschilligheid, wat na prijs als vaakst genoemd wordt, kenmerkt zowel de jongeren als de normale consumenten. Hierna komt wederom de factor 'lekker' om de hoek: 13% van de jongeren die aangeven geen biologische producten te willen eten is er van overtuigd dat biologisch niet lekker is.

Er blijken dus niet erg veel verschillen te zijn tussen de jongeren en de normale consument. Opvallend is dat jongeren aangeven dat biologisch voedsel niet lekker is. Dit gecombineerd met het feit dat jongeren redelijk veel invloed hebben op wat er thuis gegeten wordt, zou een rem kunnen zijn op de consumptie van biologische producten. Daarbij kan gezegd worden dat 73% van de jongeren wel eens biologisch heeft gegeten en dat 18% van de 27% die dat nog nooit gedaan heeft dat wel eens zou willen proberen.

6.3 Aanbevelingen

Om de groei van de biologische markt te bevorderen zullen een aantal aanbevelingen voor de praktijk gedaan worden. Uit dit onderzoek zijn namelijk een aantal interessante punten naar voren gekomen die mee kunnen werken aan het opheffen of verminderen van blokkades die de groei van de biologische markt in de weg staan. Zowel de gewone consument als de jongeren geven aan dat ze de prijs van biologisch voedsel erg hoog vinden. Ook geven jongeren aan dat ze de smaak van biologisch voedsel niet lekker vinden. Het is van belang om deze negatieve percepties van biologisch voedsel weg te nemen of om om te zetten in positieve percepties zodat de groei van de biologische markt wordt bevorderd.

Een belangrijk positief punt is dat jongeren erg veel waarde hechten aan diervriendelijkheid en biologisch voedsel associëren met diervriendelijkheid. Het benadrukken van diervriendelijkheid in relatie met biologisch voedsel zou wellicht een goed en sterk punt kunnen zijn voor het aantrekkelijker maken van biologisch voedsel. Naast het benadrukken van diervriendelijkheid zouden ook de positieve aspecten milieuvriendelijkheid en gezondheid benadrukt kunnen worden.

Een aantal jongeren maken een redelijk onverschillige indruk in dit onderzoek. Het is echter de vraag of dit werkelijke of gespeelde onverschilligheid is. Dit is een onderzoekswaardige vraag. Een mogelijke oplossing voor deze onverschilligheid is het verhogen van het kennisniveau van de jongeren of het koppelen van diervriendelijkheid aan voedsel. Hierbij zou er ook aandacht besteedt kunnen worden aan het verwarren van biologisch voedsel met vegetarische producten. Uit dit onderzoek is namelijk gebleken dat jongeren vegetarische producten als biologische producten zien en het daarbij meteen bestempelen als 'niet lekker'. Daarbij verschilt de smaakbeleving van biologisch voedsel tussen de consument en de jongere. Voor de consument is 'smaak' immers een belangrijk motief om biologisch voedsel te kopen. Voor de jongeren is het echter een motief om het niet te kopen.

De jongeren in dit onderzoek gaven aan dat ze wel eens biologische producten zouden willen eten uit nieuwsgierigheid. Op deze nieuwsgierigheid inspelen kan een ander positief punt zijn. Dit kan gerealiseerd worden door bijvoorbeeld het biologische assortiment te laten verschillen van het gangbare assortiment in de supermarkten. Te denken valt hierbij aan het aanbieden van zogenaamde vergeten groenten als schorseneer, pastinaken, aardamandelen, haverwortel en kardoer. Laten zien dat de biologische landbouw interessante producten voortbrengt is hierbij belangrijk.

Verder is het van belang om de drie belangrijke begrippen rond (onder andere) voedsel te verbinden aan biologisch voedsel. Deze begrippen zijn *gemak*, *genot* en *gewin*. Als de consument het kopen van biologisch voedsel verbindt met de termen gemak, genot en gewin en dit besef ook doordringt tot de consumenten van de toekomst, ligt er een b(l)oeiende toekomst voor de biologische sector in het verschiet.

Nawoord

Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst!

Dit aloude Nederlandse gezegde is een waarheid als een koe. En zoals met de meeste spreekwoorden en gezegden, bevat deze zinsnede een diepere boodschap. Uit die ene enkele zin valt een les te trekken waar de biologische sector mee verder kan: jongeren zijn de consumenten van de toekomst. Dit maakt jongeren tot een interessant onderzoeksonderwerp.

Het rapport wat nu voor u ligt is het resultaat van het onderzoek naar jongeren en biologisch voedsel als deel van het Academic Master Cluster. Het is uitgevoerd als onderdeel van onze opleiding aan Wageningen Universiteit. Graag willen we onze hartelijke dank uitspreken voor alle ondersteuning en begeleiding die we tijdens ons onderzoek hebben gekregen van Marian Blom (IBL), Gerda Casimir (WUR), Lisette Graat (WUR), Derk Jan Stobbelaar (WUR), Gerard Straver (Wetenschapswinkel) en Sjors Willems (IBL). Ook willen we de (biologie) leraren van de desbetreffende VWO- en VMBO scholen hartelijk danken voor hun medewerking. Wij hopen dat u dit verslag met plezier gelezen heeft en hopen met dit onderzoek een bijdrage te hebben geleverd aan een bloeiende toekomst van de biologische sector.

Josine Borghuis
Inge Marks
Laurens Meijer
Simone Zebeda

Lijst van geraadpleegde literatuur

Atkin, C.K. (1978). Observation of Parent-Child Interaction in Supermarket Decision-Making. *Journal of Marketing*, vol. 42 (Oktober), pp. 41-5.

Belch, G., Micheal, A. en Gayle, C. (1985). Parental and Teenage Influences in Family Decision Making. *Journal of Business Research*, vol. 13 (April), pp. 163-76.

Biologisch eigenlijk heel logisch. www.eigenlijkheellogisch.nl

Casimir, G.J. & Dutilh, C.E. (2003). Sustainability: a gender studies perspective. In: *International Journal of Consumer Studies* 27 (4), pp. 316-325.

Casimir, G.J. en Dutilh, C. (2003). Consument en burger vanuit een genderperspectief. In: *Burgers en consumenten : tussen tweedeling en twee-eenheid / Dagevos, H., Sterrenberg, L, . - Wageningen : Wageningen Academic Publishers, p. 99 - 110.*

Dam van, Y., Hoog de, C. en Ophem van, J. (1997). Voeding, consument en duurzaamheid.

De Wakkere Consument (2003). Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO), nr. 143.

Instituut voor strategisch consumentenonderzoek (SWOKA) (1999). Voedingsmonitoren. www.swoka.nl

Jenkins, R. L. (1979). The influence of Children in Family Decision-Making: Parents' Perceptions. In: *Advances in Consumer Research*, vol. 6, pp. 413-18.

Landbouw Economisch Instituut (LEI) (2000). Project: Biologische landbouw en Nederlandse consument (maart 2000).

Mangleburg, T. F. (1990). Children's Influence in Purchase Decisions: A Review and Critique. In: *Advances in Consumer Research*, vol. 17, pp. 813-825.

Ministerie van Landbouw Natuur en Visserij (2001). Een biologische markt te winnen, beleidsnota biologische landbouw 2001-2004.

Ministerie van Landbouw Natuur en Visserij (2002). Uitgevoerd door consumentenplatform: Kiezen voor groenten en fruit, Opinieonderzoek (2002).

Moschis, G. P. en Mitchell, L.G. (1986). Television Advertising and Interpersonal Influences on Teenagers' Participation in Family Consumer Decisions. In: *Advances in Consumer Research*, vol. 6, pp. 181-6.

Organic Europe, 2002. <http://www.organic-europe.net>

Platform Biologica, EKO-Monitoren 2001, 2002, 2003, 2004.

Platform Biologica (2001). Consumentenonderzoek "De betrokken biologische consument 2001"

Platform Biologica (2002). Consumentenonderzoek "De betrokken biologische consument 2002"

Productschap Tuinbouw (2001). Project: Consumentenonderzoek biologische groenten en fruit in Nederland (oktober 2001).

Sioen, I. (2004). De Wakkere Consument. Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO), nr. 151 en nr. 82

Stobbelaar D.J. (2004). De scherven van de prijzenoorlog: Wie wordt er geraakt? In: Nieuwsbrief KLV-studiekring biologische landbouw November 2004 pp. 3-4

Van Dale (1992). Groot woordenboek der Nederlandse Taal. Twaalfde Herziene Druk door Geerts, G. en Heestermans, M.

Van Dale (2004). On-line woordenboek. www.vandale.nl/opzoeken/woordenboek.

Viester, M. (2003). Hoe zit de vork aan de steel? Een onderzoek naar de biologische consument. Universiteit Twente, Enschede. Afstudeerscriptie.

Ward, S. en Wackman, D.B. (1972). Children's Purchase Influence Attempts and Parental Yielding. *Journal of Marketing Research*, vol. 9 (November), pp. 316-19.

Bijlage 1 Vragenlijst

Enquête onderzoek biologisch voedsel

1. Wat is je leeftijd: ... Jaar

2. Wat is je opleiding?

<input type="checkbox"/> VMBO (Theoretische leerweg)	<input type="checkbox"/> VWO (NG)
<input type="checkbox"/> VMBO (Praktijkgerichte leerweg)	<input type="checkbox"/> VWO (EM)
<input type="checkbox"/> VMBO (Kaderberoepsgerichte leerweg)	<input type="checkbox"/> VWO (NT)
<input type="checkbox"/> VMBO (Basisberoepsgerichte leerweg)	<input type="checkbox"/> VWO (CM)
<input type="checkbox"/> HAVO	<input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....

3. Wat is je geslacht? meisje
 jongen

4. Werkt je moeder? nee
 ja
 Zo ja, wat voor een beroep heeft je moeder?

5. Wat is de laatst afgeronde opleiding van je moeder?

<input type="checkbox"/> lagere school	<input type="checkbox"/> universiteit
<input type="checkbox"/> middelbare school	<input type="checkbox"/> weet niet
<input type="checkbox"/> beroepsopleiding	<input type="checkbox"/> anders, namelijk
<input type="checkbox"/> hogere beroepsopleiding	

6. Werkt je vader? nee
 ja
 Zo ja, wat voor een beroep heeft je vader?.....

7. Wat is de laatst afgeronde opleiding van je vader?

<input type="checkbox"/> lagere school	<input type="checkbox"/> universiteit
<input type="checkbox"/> middelbare school	<input type="checkbox"/> weet niet
<input type="checkbox"/> beroepsopleiding	<input type="checkbox"/> anders, namelijk
<input type="checkbox"/> hogere beroepsopleiding	

8. Werken je ouders, familie of kennissen in de landbouw/op een boerderij?

<input type="checkbox"/> ja, ouders	<input type="checkbox"/> ja, kennissen
<input type="checkbox"/> ja, familie	<input type="checkbox"/> nee

9. Zijn je ouders vegetariër?

<input type="checkbox"/> ja, beiden	<input type="checkbox"/> één van beiden
<input type="checkbox"/> nee	<input type="checkbox"/> weet niet

10. Ben jij vegetariër?

<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> soms
<input type="checkbox"/> nee	<input type="checkbox"/> niet meer

Zo ja, ga verder met vraag 12

11. Zo nee, heb je er wel eens over nagedacht om vegetariër te worden?

- ja
- nee

12. Waarom wel, waarom niet?

.....
.....

13. Ben jij, of zijn je ouders lid van een goed doel?

- ja
- nee
- weet niet

Zo nee, ga verder met vraag 15

14. Zo ja, van welk doel ben jij, of zijn je ouders lid?

- Unicef
- Dierenbescherming
- Greenpeace
- Wakker Dier
- Artsen zonder Grenzen
- Kanker stichting
- Wereld Natuur Fonds
- Natuurmonumenten
- Amnesty International
- Bont voor dieren
- Aids Fonds
- Anders, namelijk.....

15. Wat is voor jou belangrijk aan voedsel? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- prijs
- uiterlijk van voedsel
- houdbaarheid
- diervriendelijk
- anders, namelijk
- smaak
- voedingsstoffen
- milieuvriendelijk
- zonder toevoegingen

16. Hoe belangrijk is diervriendelijkheid voor jou?

helemaal niet belangrijk erg belangrijk

17. Hoe belangrijk is milieuvriendelijkheid voor jou?

helemaal niet belangrijk erg belangrijk

18. Weet je wat biologisch voedsel is?

- ja
- nee

19. Kun je enkele woorden noemen die bij je opkomen als je aan biologisch voedsel denkt?

-
-
-
-
-

20. Geef op hieronder aan in hoeverre je denkt dat biologisch voedsel.....

Niet lekker/lekker is:

niet lekker lekker

Duur/goedkoop is:
duur goedkoop

Ongezond/gezond is:
on gezond gezond
Milieuvriendelijk/vriendelijk
milieuvriendelijk milieuvriendelijk

Dieronvriendelijk/vriendelijk
dieronvriendelijk diervriendelijk
(Kruis je het middelste vakje aan, dan wil dat zeggen dat je neutraal bent)

21. Hoe sta jij tegenover biologisch voedsel?
negatief positief
 weet niet

We zullen je nu een definitie van biologisch voedsel geven, zodat je weet wat biologisch voedsel nou precies is:

Biologisch voedsel is voedsel dat geen kunstmest, chemische bestrijdingsmiddelen, kunstmatige geur-, kleur- en smaakstoffen, conserveringsmiddelen en genetisch gemanipuleerde ingrediënten bevat. Ook is er meer aandacht voor het dierwelzijn en het milieu. De producten zijn herkenbaar aan het EKO-keurmerk dat hieronder is afgebeeld:



22. Nu je de definitie van biologisch voedsel weet, hoe sta je nu tegenover biologisch voedsel?

negatief positief
 weet niet

23. Heb je wel eens biologisch voedsel gegeten?

ja
 nee
 weet niet

Zo nee of weet niet, ga verder met vraag 27

24. In welke situatie heb je toen biologisch voedsel gegeten?

thuis op school (kantine)
 bij familie bij kennissen
 weet niet anders, namelijk

25. Hoe komt het dat je biologisch voedsel hebt gegeten of eet?

- ouders kopen het
- ik geef aan dat ik het zelf graag wil eten
- anders namelijk

26. Hoe vaak eet je biologisch voedsel?

- 1x per maand meer dan 3x per week
- 1 of 2x per week anders, namelijk
- 3x per week weet niet

Ga verder met vraag 28

27. Je hebt aangegeven geen biologisch voedsel te eten. Zou je wel eens biologisch voedsel willen eten? ja

- nee
- weet niet

28. Waarom zou je wel of niet biologisch voedsel willen eten?

.....
.....
.....

29. Als er in de kantine op jullie school biologisch voedsel wordt verkocht, zou je er dan belangstelling voor hebben om het te kopen?

Weinig belangstelling veel belangstelling

30. Welke biologische producten zou je willen kopen als je zelf boodschappen zou doen?

- groente wijn
- fruit snoep
- vlees brood
- melk kaas
- eieren anders, namelijk.....
- geen

31. In welke mate denk je dat je invloed uitoefent op wat er bij jou thuis gegeten wordt?

Weinig invloed veel invloed

Hartelijk dank voor het invullen van deze enquête. Per school zal er een bioscoopbonnet verloot worden. Om hierop kans te maken kun je hieronder je naam en e-mail adres invullen. Je naam en e-mail adres zullen niet in verband worden gebracht met de door jou gegeven antwoorden. Je blijft dus anoniem.

Naam: E-mail adres: