

NVWA Consumentenmonitor januari 2019

**Onderzoek naar het vertrouwen van de consument
in de veiligheid van voedingsmiddelen**



Drs. M. Temminghoff
I. van der Velden MSc
F. de Kruijff MSc

Dongen, februari 2019

Inhoud

Samenvatting	3
Inleiding	5
1. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen.....	8
2. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen.....	11
3. Consumentenvertrouwen in informatie verstrekt door verschillende partijen	14
4. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen	17
5. Waar maakt de consument zich zorgen over?	22
6. Bekendheid incidenten rond voedselveiligheid en vertrouwen	26

Samenvatting

In deze rapportage worden de resultaten beschreven van de meting die in januari 2019 is uitgevoerd in het kader van de Consumentenmonitor Voedselveiligheid. De vragenlijst is grotendeels identiek aan de vragenlijsten van de vorige metingen. De resultaten worden waar mogelijk vergeleken met de resultaten van eerdere metingen (2006 tot en met 2011, 2013, 2015 en 2018). Resultaten van de voorgaande meting in 2018 worden waar mogelijk direct vergeleken met de huidige resultaten. In 2019 hebben 3557 consumenten deelgenomen via een internet vragenlijst. De resultaten van dit onderzoek kunnen als volgt worden samengevat:

- Het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen blijft stabiel in de periode 2018 tot en met 2019. In de periode 2015-2018 steeg het algemene consumentenvertrouwen nog.
- Het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen toont zich vrij stabiel over langere termijn. In de periode 2009-2011 was er sprake van een lichte toename in het consumentenvertrouwen. De consumenten gingen zich wel meer zorgen maken over de veiligheid van voedingsmiddelen vanaf 2009. De voedselschandalen zouden deze zorgen kunnen hebben aangewakkerd. In 2013 kwam er verandering in de mate van vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen. Er was sprake van een flinke daling in het consumentenvertrouwen. Deze daling werd voornamelijk veroorzaakt door de nieuwsberichten over de "paardenvlees affaire". In 2013 werd op grote schaal paardenvlees aangetroffen in producten die waren bestempeld als rundvleesproducten. Deze daling in consumentenvertrouwen heeft zich door gezet in 2015. In de periode 2015-2018 is het consumentenvertrouwen weer gegroeid, maar tegelijkertijd zijn de zorgen over de veiligheid van voeding en voedingsmiddelen ook toegenomen. Televisieprogramma's, dierenwelzijn organisaties en websites brengen misstanden bij mensen onder de aandacht. Het consumentenvertrouwen lijkt niet direct beïnvloed te worden door voedselschandalen. De consumenten lijken gewent geraakt te zijn aan voedselschandalen. De stabiele tevredenheid over de veiligheid van voedingsmiddelen gaat echter wel gepaard met grote zorgen over voedingsmiddelen.
- Voor het merendeel van de aspecten met betrekking tot het vertrouwen van de consument in voedingsmiddelen geldt dat het consumentenvertrouwen gelijk is gebleven ten opzichte van de meting in 2018. De onderstaande 'positieve' stellingen laten de grootste verandering zien ten opzichte van 2018:
 - In 2018 waren 58% van de consumenten optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen. In 2019 is dit percentage gedaald naar 56%.
 - 53% van de consumenten vinden dat er over het algemeen weinig risico's verbonden zijn aan voeding in 2018. In 2019 is dit percentage gedaald naar 51%.
- Alle 'negatief' geformuleerde stellingen zijn hetzelfde beoordeeld als in 2018. De stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald' is hierop een uitzondering. In 2018 is 19% het eens met deze stelling. Dit percentage is gedaald naar 16% in 2019.
- Bij het grootste deel van de productgroepen is er een stijging te zien in het consumentenvertrouwen in 2019. De stijging in het consumentenvertrouwen die in 2018 is begonnen zet door. Alleen het vertrouwen in de productgroep rundvlees, varkensvlees, kip, vis, varkensvlees en voorbewerkte verse groenten is gedaald in 2019 ten opzichte van 2018.
- Consumenten hebben het meeste vertrouwen in de productgroepen verse groenten en fruit, kaas, broodproducten en melkproducten. De grootste relatieve stijging in het vertrouwen is te zien in de productgroepen babyvoeding, vleesvervangers en eieren.

Het vertrouwen in de laatst genoemde productgroep is weer deels hersteld na het Fipronil incident.

- Consumenten hebben het meeste vertrouwen in de Consumentenbond als het gaat om informatie verstrekken over de veiligheid van voedsel. In 2015 en 2018 was dit ook het geval. 72% van de consumenten hebben vertrouwen in de informatie die door de Consumentenbond wordt verstrekt over de veiligheid van voedsel. Speciaalzaken en tv-programma's als Radar of Keuringsdienst van waren maken de top 3 compleet. De NVWA staat op de 5^e plaats. In totaal hebben 65% van de consumenten vertrouwen in de informatie die door de NVWA wordt verstrekt over de veiligheid van voedsel. 7% van de consumenten heeft (helemaal) geen vertrouwen in de NVWA als informatiebron als het gaat om veiligheid van voedsel. Consumenten hebben het minst vertrouwen in de informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door de sociale media. Maar liefst 41% van de consumenten heeft (helemaal) geen vertrouwen in deze informatiebron.
- In 2019 vinden 61% van de consumenten dat er voldoende wordt gedaan aan de veiligheid van voedsel. Dit percentage is grotendeels gelijk gebleven aan de vorige metingen. Alleen in 2015 is er een dip geweest in de mate waarin consumenten vinden dat er voldoende wordt gedaan aan de veiligheid van voedsel.
- Consumenten maken zich relatief meer zorgen over voeding of de productie van voedingsmiddelen in 2019 vergeleken met 2018. Consumenten maken zich het meeste zorgen over de hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen. De groei in zorgen om de hoeveelheid suiker zwakt af vergeleken met de vorige jaren. Over antibiotica in vlees en de hoeveelheid zout in voedingsmiddelen maken consumenten zich ook veel zorgen. De zorgen om deze beide groepen stabiliseert in de periode 2018-2019 na een periode van groei. Over gezond eten maken consumenten zich het minst zorgen. De zorgen over gezond eten nemen wel toe ten opzichte van 2018. De grootste relatieve stijging in zorgen vindt op dit zelfde aspect plaats.

Opvallend is dat er een tegengestelde beweging zich voordoet in de ontwikkeling. Enerzijds blijft het consumentenvertrouwen in voedselveiligheid stabiel, maar daarentegen groeien de zorgen van consumenten over voeding of de productie van voedingsmiddelen in 2019.

Ook in dit onderzoek is er gevraagd naar de herinnering van incidenten waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden. De belangrijkste resultaten hiervan zijn:

- Bijna een derde van de consumenten (32%) geeft aan zich een incident te herinneren waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden. In 2018 was dit nog 52% van de consumenten. De breed uitgemeten Fipronil kwestie in 2017 kan dit verschil verklaren. Voor de meting in 2019 hebben er geen grote incidenten plaatsgevonden.
- 43% van de consumenten kan zich de Fipronil affaire herinneren. Het is wel opmerkelijk dat consumenten dit incident noemen terwijl dit incident langer een jaar geleden plaats vond. Verder kunnen consumenten zich incidenten over voorwerpen in voedsel en paardenvlees in plaats van rundvlees herinneren.

Inleiding

Onderzoek naar de consumentenbeleving van voedselveiligheid is van belang voor de identificatie van knelpunten in het vertrouwen en de zorgen van consumenten ten aanzien van de veiligheid van producten en productiemethoden. Inzichten in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen kunnen vervolgens gebruikt worden bij het ontwikkelen van beleidsstrategieën en risicocommunicatie.

Voedselveiligheid Monitor 2003-2006

In de jaren 2003-2006 heeft de NVWA jaarlijks de Voedselveiligheid Monitor uitgevoerd met als doel het volgen van de ontwikkelingen in consumentenbeleving ten aanzien van voedselveiligheid in de tijd. Deze Consumentenmonitor is ontwikkeld door de NVWA in samenwerking met Wageningen Universiteit. De dataverzameling van deze onderzoeken is uitgevoerd door GfK.

Hiervoor zijn elk jaar twee meetinstrumenten gebruikt; namelijk het Webpanel en het GfK ConsumerScan panel. Webpanelleden beantwoordden de vragenlijst via internet, de GfK ConsumerScan panelleden ontvingen een schriftelijke vragenlijst. Een deel van deze twee vragenlijsten komt met elkaar overeen. Met name in de internet vragenlijst (webpanel) zijn meer vragen opgenomen.

Het web onderzoek is gehouden onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking. Bij deze metingen werd gebruik gemaakt van een quota steekproef op basis van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, aantal personen in het huishouden en regio. Het onderzoek onder GfK ConsumerScan panelleden betreft een representatieve steekproef van Nederlandse huishoudens. Deze steekproef is representatief naar leeftijd huisvrouw/-man, gemeentegrootte en regio voor de huishoudens in Nederland.

De resultaten van deze Consumentenmonitor (2003-2006) zijn in juni 2007 door Wageningen Universiteit in samenwerking met de NVWA gepubliceerd in een rapport. In dat rapport is ervoor gekozen de ontwikkelingen in het consumentenvertrouwen weer te geven op basis van de resultaten van het web onderzoek.

Voedselveiligheid Monitor vanaf 2007

In 2007 heeft de NVWA zich beraden op de toekomstige informatiebehoefte en heeft zij besloten de Voedsel Veiligheid Monitor te willen voortzetten en daarbij te kiezen voor één meetinstrument, namelijk de meting op GfK ConsumerScan. De huishoudens in dit panel scannen in opdracht van GfK hun dagelijkse boodschappen bij supermarkten, speciaalzaken, de markt en drogisterijen. Een voordeel van onderzoek onder deze groep is de mogelijkheid gegevens uit het onderzoek naar voedselveiligheid te koppelen aan de beschikbare aankoopinformatie.

Voorafgaand aan deze beslissing van NVWA heeft GfK een analyse uitgevoerd om na te gaan in hoeverre de resultaten van de 2 meetinstrumenten van elkaar afwijken. Daartoe zijn enkele analyses uitgevoerd op de data van de meest recente meting (2006). Hieruit is naar voren gekomen dat de verschillen klein zijn.

Eind 2007 is daarom alleen de meting op het ConsumerScan panel uitgevoerd. In 2008 heeft GfK de ontwikkelingen in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen in de periode 2006-2007 gerapporteerd. Deze resultaten waren gebaseerd op de resultaten van de GfK ConsumerScan metingen in 2006 en 2007. In beide jaren is dezelfde vragenlijst voorgelegd aan consumenten.

In 2008 en in 2009 heeft wederom een meting op het GfK ConsumerScan panel plaatsgevonden. NVWA heeft er in 2008 voor gekozen de vragenlijst aan te passen ten opzichte van de versie van 2006 en 2007. Ten opzichte van de vragenlijst van 2008 zijn er in 2009 2 vragen vervallen, namelijk de vragen of en zo ja, waarover men zich zorgen maakt als het gaat om voeding of de productie van voedingsmiddelen (open vraag).

Dataverzameling 2010

Kwantitatief marktonderzoek wordt steeds vaker uitgevoerd met behulp van internet. Dat betekent dat consumenten via e-mail worden uitgenodigd en via een link met wachtwoord toegang krijgen tot een online vragenlijst. Consumenten kunnen de vragenlijst dus volledig via internet beantwoorden.

De vragenlijst voor de Consumentenmonitor Voedselveiligheid is in 2010 voor een groot deel van de steekproef (ca. 75%) via internet afgenomen. Wel uiteraard bij hetzelfde GfK ConsumerScan- huishoudpanel.

Deze methode van dataverzameling is vooraf met NVWA besproken. Het uitgangspunt hierbij was dat dit geen effect heeft op de resultaten van het onderzoek. Uit een eerder voor NVWA uitgevoerde vergelijking van resultaten bleken er niet of nauwelijks verschillen in de uitkomsten van een schriftelijk en online onderzoek.

Dataverzameling vanaf 2011

Sinds 2011 is de vragenlijst volledig via internet afgenomen bij het GfK ConsumerScan- huishoudpanel.

Het onderhavige rapport beschrijft de resultaten van de meting die in januari 2019 is uitgevoerd. Bij alle vragen zal, waar mogelijk, een vergelijking met de resultaten van eerdere metingen (2006 tot en met 2011, 2013, 2015 en 2018) worden gemaakt. Resultaten van de voorgaande meting in 2018 worden waar mogelijk direct vergeleken met de huidige resultaten. In 2019 hebben 3557 consumenten de internet vragenlijst ingevuld.

Leeswijzer

In de volgende hoofdstukken wordt steeds een bepaald aspect van het vertrouwen van consumenten in de veiligheid van voedingsmiddelen besproken. Hoofdstuk 1 start met een beschrijving van het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen in het algemeen. In hoofdstuk 2 wordt gekeken naar het consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen. De mate waarin consumenten vertrouwen hebben in informatie over de veiligheid van voeding verstrekt door verschillende partijen wordt in hoofdstuk 3 behandeld. Ook bevat dit hoofdstuk informatie over de mate waarin consumenten vinden dat er voldoende wordt gedaan aan de veiligheid van voedsel. Hoofdstuk 4 gaat in op het vertrouwen van consumenten in verschillende partijen wat betreft voedselveiligheid. In hoofdstuk 5 wordt gekeken naar de zorgen van consumenten ten aanzien van voeding of de productie van voedingsmiddelen. In hoofdstuk 6 wordt beschreven in hoeverre consumenten zich incidenten van het afgelopen jaar herinneren waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden.

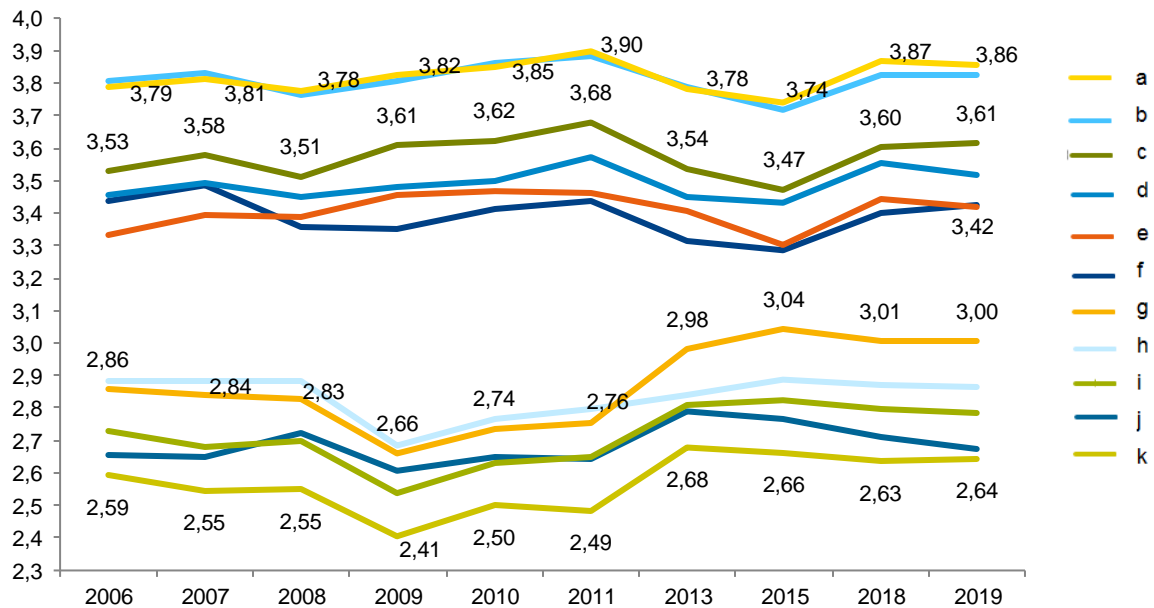
De volledige rapportage van de resultaten van de 2019-meting bestaat naast dit rapport uit een Excel tabellenrapport. De bruto-steekproef vormt een representatieve afspiegeling van alle huishoudens in Nederland. De netto-steekproef is gewogen naar voor de populatie relevante kenmerken, zodat ook deze een representatieve afspiegeling vormt. In het tabellenrapport zijn de gewogen resultaten weergegeven in de vorm van rechte tellingen van elke vraag. De resultaten zijn hierin weergegeven naar jaar; afhankelijk van de jaren waar over de resultaten beschikbaar zijn.

Bij het bepalen van gemiddelde scores op vragen zijn de consumenten die 'weet ik niet' hebben ingevuld buiten beschouwing gelaten. Bij het analyseren van verschillen tussen de metingen is telkens tweezijdig getoetst en een significantieniveau van 5% gehanteerd. Significante verschillen ten opzichte van de voorgaande meting zijn in de tabellen met letters aangegeven.

1. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen

Het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen laat in de meting van 2019 weinig verandering zien ten opzichte van de voorgaande meting. Vergeleken met 2018 is het consumentenvertrouwen in de veiligheid nagenoeg gelijk gebleven.

In figuur 1 zijn de gemiddelde scores weergegeven van stellingen die betrekking hebben op voedselveiligheid over de jaren heen. Consumenten gaven bij elke stelling aan in welke mate zij het eens zijn met deze stelling (helemaal niet mee eens (1) – helemaal mee eens (5)).



Figuur 1. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Stellingen:

	2018	2019
a. Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig	3.87	3.86
b. Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn	3.82	3.83
c. Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen	3.60	3.61
d. Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen	3.55	3.52
e. Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding	3.44	3.42
f. Voedingsmiddelen worden steeds veiliger	3.40	3.42
g. Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen	3.01	3.00
h. Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel	2.87	2.87
i. Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen	2.80	2.79
j. Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald	2.71	2.67
k. Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen	2.63	2.64

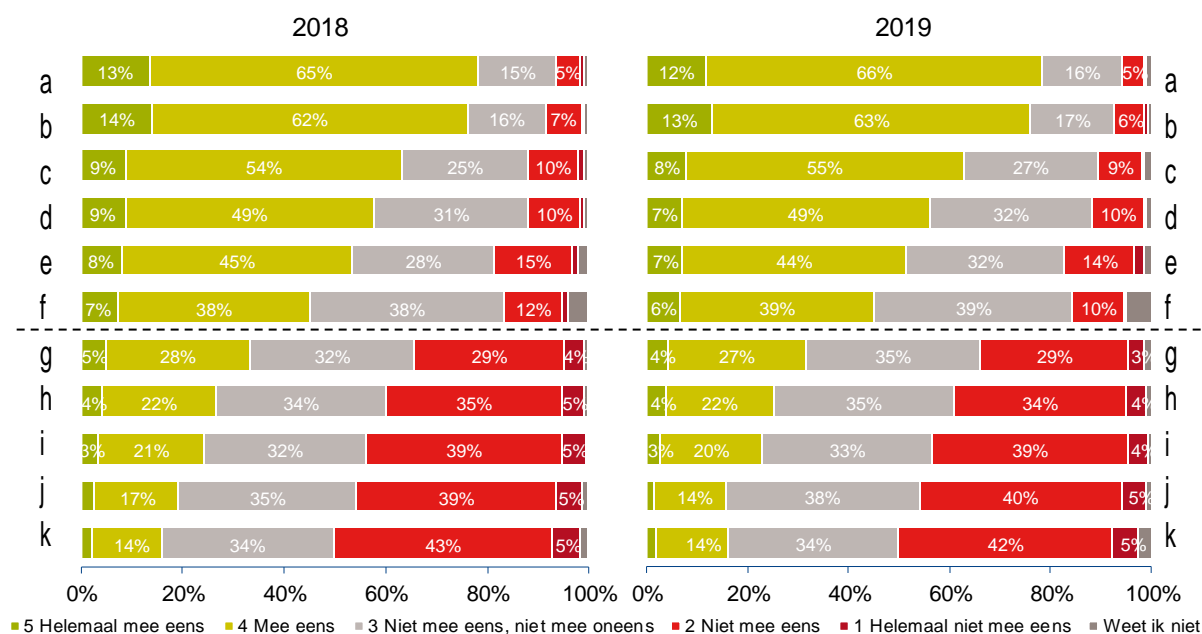
Er zijn weinig duidelijke veranderingen te zien in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen in 2019 ten opzichte van 2018. De grootste absolute stijging van het gemiddelde vindt plaats op de stelling 'Voedingsmiddelen worden steeds veiliger'. Deze score komt in de buurt van de gemiddelde score gegeven in 2011. De stellingen 'Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn' en 'Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen' zijn ook in 2019 iets hoger beoordeeld dan in 2018. De stelling 'Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen' is daarentegen iets gedaald. De waargenomen verschillen zijn echter gering, al met al kan men spreken van een stabiel beeld in de beoordeling van de positief geformuleerde stellingen in de periode 2018-2019.

Er zijn ook geen grote verschillen te vinden in de beoordeling van de negatief geformuleerde stellingen ten opzichte van het voorgaande jaar. De daling in de beoordeling van de stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald' is hierop een uitzondering. De daling, die in 2013 is gestart, zet ook verder door in 2019. Het afgelopen jaar is het vertrouwen van de consumenten dus minder gedaald ten opzichte van de voorgaande

meting. Alleen de stelling 'Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen' is hoger beoordeeld in 2019 dan in 2018. De rest van de negatief geformuleerde stellingen zijn gelijk of lager beoordeeld in 2019 dan in 2018. Dit is een redelijk positieve ontwikkeling omdat dit wil zeggen dat meer van de ondervraagde consumenten het oneens zijn met de stellingen die negatieve uitspraken over het vertrouwen in voedselveiligheid doen.

Uit de resultaten blijkt dat er geen duidelijke stijging of daling te zien is in het vertrouwen in de voedselveiligheid in 2019 ten opzichte van in 2018. Dit wordt tevens inzichtelijk wanneer de percentages '(helemaal) mee eens' van afgelopen metingen met elkaar vergeleken worden (zie figuur 2). In het figuur is te zien dat de percentages '(helemaal) mee eens' nagenoeg overeenkomen.

Maar liefst 78% van de consumenten is het '(helemaal) eens' met de stelling 'Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig'. Dit percentage is gelijk gebleven ten opzichte van 2018. Net zoals in 2018, is minder dan de helft van de consumenten (45%) is het '(helemaal) eens' met de stelling 'Voedingsmiddelen worden steeds veiliger'. Dit is het laagste percentage van alle positief geformuleerde stellingen.



Figuur 2. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen (% (helemaal) mee eens).

Stellingen:

- a. Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig
- b. Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn
- c. Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen
- d. Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen
- e. Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding
- f. Voedingsmiddelen worden steeds veiliger
- g. Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen
- h. Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel
- i. Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen
- j. Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald
- k. Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen

Om naast de ontwikkeling van de gemiddelde en de absolute scores inzicht te krijgen in de aspecten waar zich de grootste veranderingen in het consumentenvertrouwen voor doen, toont tabel 1 een ranking van de stellingen op basis van de grootste relatieve veranderingen.

Rank	Index	<u>Positieve stelling</u>
1	100	Voedingsmiddelen worden steeds veiliger
2	100	Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn
3	100	Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig
4	100	Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen
5	97	Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen
6	96	Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding
Rank	Index	<u>Negatieve stelling</u>
1	82	Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald
2	95	Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen
3	95	Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel
4	95	Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen
5	102	Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen

Tabel 1. Ranking stellingen op basis van grootste relatieve verandering in consumentenvertrouwen gebaseerd op de index van het percentage '(helemaal) eens' van 2019 t.o.v. 2018.

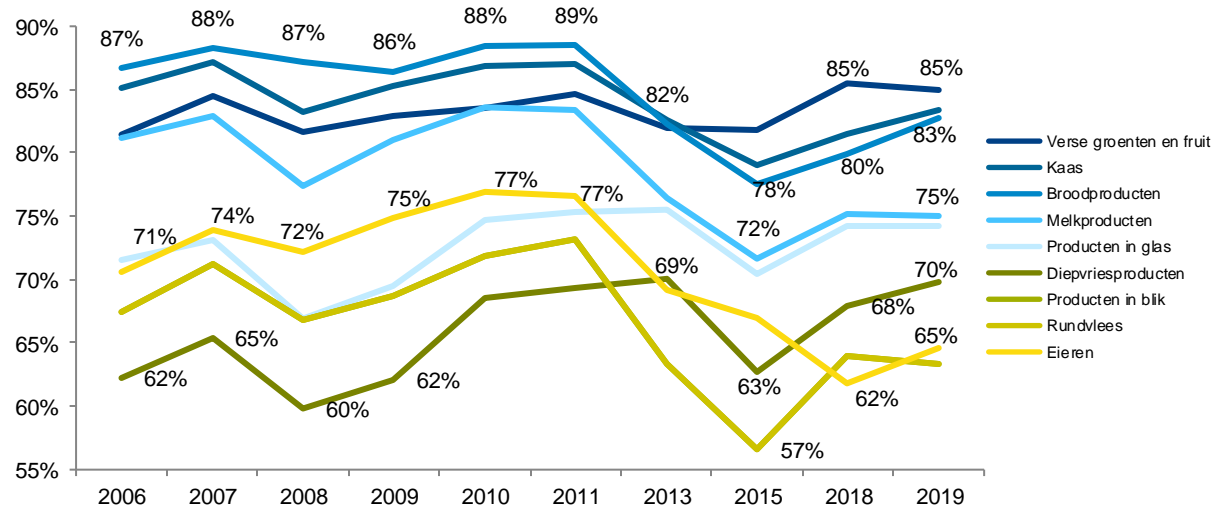
Uit tabel 1 blijkt dat een groot deel van de positieve stellingen hetzelfde wordt beoordeeld in 2019 als in 2018. Geen van positieve stellingen is hoger beoordeeld ten opzichte van 2018. Verder geven de cijfers aan dat minder consumenten optimistisch zijn over de veiligheid van voedingsmiddelen: index 97. Daarnaast vinden minder consumenten dat er over het algemeen weinig risico's verbonden zijn aan voeding: index 96.

De grootste verandering ten opzichte van 2018 is zichtbaar bij de negatief geformuleerde stellingen. Deze laten een relatieve daling zien, wat betekent dat consumenten vaker een lage score hebben gegeven ten opzichte van 2018 en dus positiever gestemd zijn. Vooral de stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald' laat een sterke daling zien: index 82. Daarentegen zijn er iets meer consumenten die zich onbehaaglijk voelen over de veiligheid van voedingsmiddelen: index 102.

2. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen

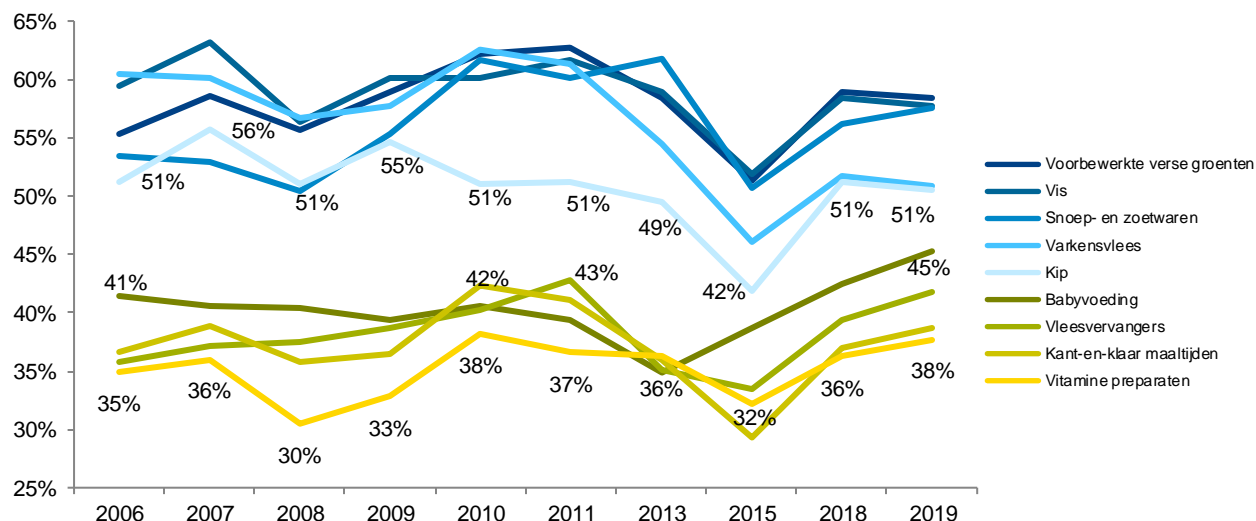
Net als in voorgaande metingen zijn aan de consumenten vragen gesteld met betrekking tot het consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen van voedingsmiddelen. In figuren 3a en 3b staan de ontwikkelingen van het consumentenvertrouwen in de veiligheid van 18 verschillende productgroepen weergegeven. Consumenten konden per productgroep aangeven hoeveel vertrouwen ze hebben in de veiligheid van de productgroep op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor "helemaal geen vertrouwen" en 5 voor "volledig vertrouwen". In de figuren 3a en 3b zijn per productgroep de percentages consumenten weergegeven die score 4 of 5 ((volledig) vertrouwen) hebben gegeven.

Uit figuur 3a blijkt dat het consumentenvertrouwen in de veiligheid van de verschillende productgroepen grotendeels gelijk is gebleven of zelfs is gestegen in 2019 ten opzichte van 2018. Er is alleen een kleine daling te zien in het vertrouwen in de veiligheid bij de productgroep rundvlees. Terugkerende media uitingen over gesjoemel met etikettering en misstanden in slachthuizen zouden deze daling kunnen verklaren. Het vertrouwen in veiligheid in de productgroepen broodproducten en eieren is het meest gestegen. Het consumentenvertrouwen de veiligheid van eieren herstelt zich weer na de Fipronil affaire in de zomer van 2017 maar het is nog niet op het niveau van voor de crisis.



Figuur 3a. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen (1/2) (% (volledig) vertrouwen).

Net als in voorgaande jaren hebben consumenten het meeste vertrouwen in de productgroepen verse groenten en fruit, kaas, broodproducten en melkproducten. Het vertrouwen in kaas en broodproducten is sterker gestegen ten opzichte van het vertrouwen van verse groenten en fruit en melkproducten.



Figuur 3b. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen (2/2) (% (volledig) vertrouwen).

In figuur 3b is te zien het consumentenvertrouwen in de veiligheid van varkensvlees met een procentpunt daalt. Met uitzondering van de productgroepen varkensvlees en rundvlees is het vertrouwen in alle productgroepen gestegen ten opzichte van 2018. In de periode 2015-2018 is er, na een dip, een stijging te zien in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van de verschillende productgroepen. In 2019 zet deze stijging in consumentenvertrouwen zich door.

In de figuren 3a en 3b zijn de absolute cijfers betreffende de groep consumenten die vertrouwen heeft in specifieke productgroepen te zien. Om het beeld van de ontwikkeling van deze cijfers verder te verduidelijken, is in tabel 2 een ranking gemaakt van de relatieve stijging in het vertrouwen in de productgroepen op basis van een index van het percentage '(volledig) vertrouwen' 2018 ten opzichte van 2015.

In tabel 2 is te zien dat babyvoeding, vleesvervangers en eieren de grootste relatieve stijging in het vertrouwen laten zien (met respectievelijk een index van 107, 106 en 105).

Rank	Index	Productgroep	Rank	Index	Productgroep
1	107	Babyvoeding	11	102	Kaas
2	106	Vleesvervangers	12	100	Noten
3	105	Eieren	13	100	Producten in glas
4	104	Kant-en-klaar maaltijden	14	100	Melkproducten
5	104	Vitamine preparaten	15	100	Verse groenten en fruit
6	104	Diepvriesproducten	16	99	Voorbewerkte verse groenten
7	103	Broodproducten	17	99	Rundvlees
8	103	Peulvruchten	18	99	Vis
9	103	Producten in blik	19	99	Kip
10	102	Snoep- en zoetwaren	20	98	Varkensvlees

Tabel 2. Ranking productgroepen gebaseerd op de index van het percentage '(volledig) vertrouwen' van 2019 t.o.v. 2018.

Babyvoeding (index 107) laat de grootste relatieve stijging zien ten opzichte van 2018. Het consumentenvertrouwen herstelt zich weer nadat er eind 2017 uit voorzorg babyvoeding uit de schappen is gehaald vanwege een (mogelijke) salmonella besmetting. Het vertrouwen in babyvoeding is groter in 2019 dan in alle voorafgaande metingen. Naast babyvoeding is er ook een grote stijging te zien bij de productgroep vleesvervangers in vergelijking met de meting in 2018 (index 106).

Het vertrouwen in de voedselveiligheid van de productcategorie eieren (index 105) zich herstelt weer na het Fipronil incident in de zomer van 2017. Het kwam in het nieuws dat het giftige bestrijdingsmiddel Fipronil was gebruikt in honderden kippenstallen. Als gevolg hiervan zijn miljoenen eieren uit de schappen gehaald. Dit incident is breed uitgemeten in de media. Inmiddels is het vertrouwen van de consumenten weer deels herstelt na deze gebeurtenis. Het vertrouwen in de productgroepen kant-en-klaar maaltijden, vitamine preparaten en diepvriesproducten stijgt ook ten opzichte van 2018 (index 104).

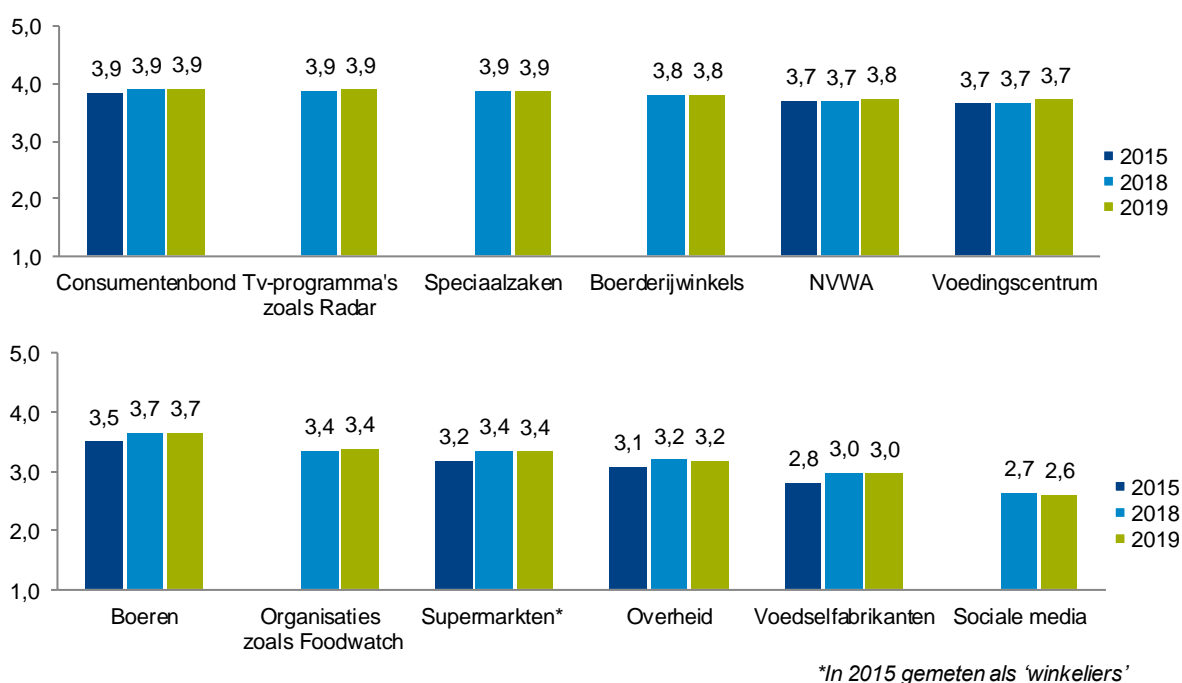
Aan het eind van ranking staan de productcategorieën rundvlees, vis, kip en varkensvlees (index 99/98). Het consumentenvertrouwen in rundvlees is waarschijnlijk geschaad omdat er gefraudeerd is met de houdbaarheid van het vlees en dat paardenvlees verkocht is als rundvlees in de afgelopen jaren.

Samenvattend is, vergeleken met 2018, in 2019 het vertrouwen in de veiligheid in de verschillende productgroepen is toegenomen.

3. Consumentenvertrouwen in informatie verstrekt door verschillende partijen

Naast de basisvragen die al sinds 2006 deel uit maken van de vragenlijst voor het onderzoek naar het vertrouwen van de consument in de veiligheid van voedingsmiddelen, is er sinds de meting van 2013 een aantal vragen toegevoegd. Met deze extra vragen wordt het consumentenvertrouwen in informatie over de veiligheid van voedsel zoals verstrekt door verschillende partijen in kaart gebracht. In 2018 is ervoor gekozen om extra partijen uit te vragen en zodoende een beter overzicht te krijgen van het consumentenvertrouwen in de informatie die de betreffende partijen uitsturen. Daarnaast wordt er sinds de meting van 2018 niet meer naar 'winkeliers' gevraagd, maar een onderscheid gemaakt in 'supermarkten' en 'speciaalzaken'. Hierdoor is een vergelijking over de jaren heen tussen 'winkeliers' en 'supermarkten' niet zuiver mogelijk.

Consumenten hebben per organisatie aangegeven hoeveel vertrouwen ze hebben in de door deze partij verstrekte informatie over de veiligheid van voedsel op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor "helemaal geen vertrouwen" en 5 voor "volledig vertrouwen". In figuur 4 zijn de gemiddelde scores van deze schaalverdeling per organisatie weergegeven over de jaren heen.



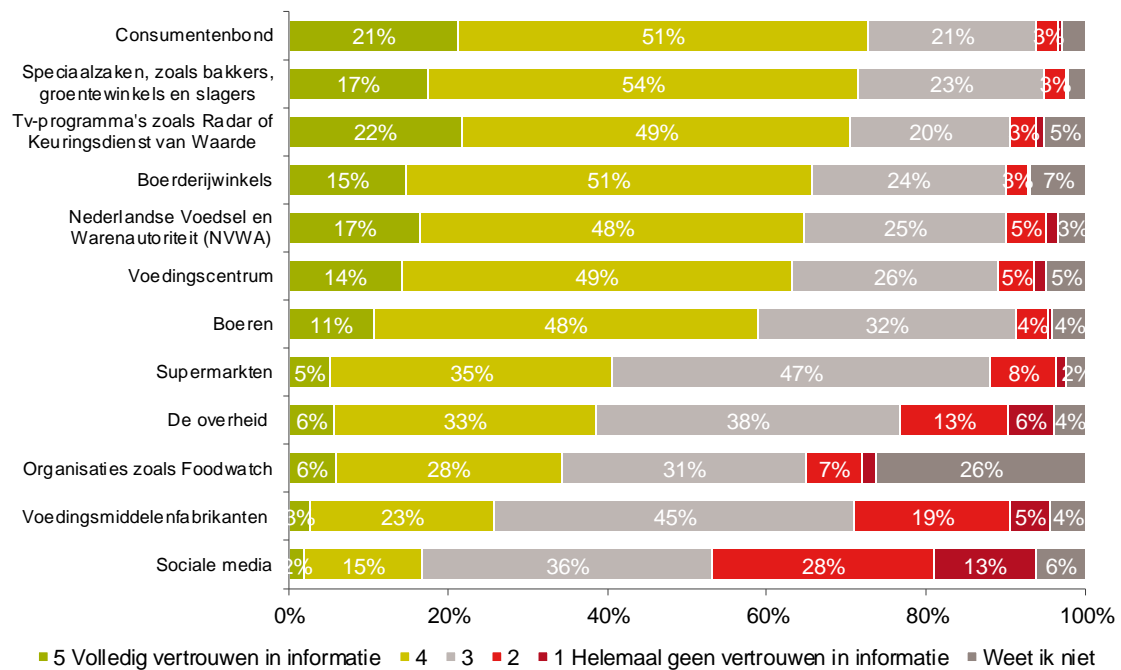
Figuur 4. Consumentenvertrouwen in informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door verschillende partijen (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

De Consumentenbond, TV-programma's zoals Radar en Keuringsdienst van Waarde en speciaalzaken krijgen de hoogste score van consumenten. Dit betekent dat consumenten het meeste vertrouwen hebben in de informatie die verstrekt is door deze organisaties. De score van deze partijen is gelijk gebleven ten opzichte van vorig jaar. De gemiddelde score voor de NWWA is gestegen naar 3.8. De score van het Voedingscentrum en de boeren zijn gelijk gebleven.

Organisaties zoals Foodwatch, supermarkten, overheid en voedselabrikanten krijgen daarna de hoogste scores. De scores van deze partijen zijn ook gelijk gebleven ten opzichte van de meting in 2018. Onderaan de ranking staat sociale media. De score van Social media is zelfs nog iets gedaald ten opzichte van de vorige meting.

In figuur 5 is voor alle gemeten organisaties te zien hoe zij in deze meting scoren op de betrouwbaarheid van verstrekte informatie over de veiligheid van voedsel op een vijfpuntschaal van 'helemaal geen vertrouwen' (1) tot 'volledig vertrouwen' (5).

De Consumentenbond wordt als meest betrouwbare organisatie gezien door de consumenten als het gaat om informatie over voedselveiligheid. Maar liefst 72% van de consumenten heeft (volledig) vertrouwen in de informatie die de Consumentenbond verstrekt. Slechts 3% van de consumenten heeft geen vertrouwen in de betrouwbaarheid van de Consumentenbond. De Consumentenbond scoort waarschijnlijk hoog omdat het een vereniging zonder winstoogmerk is die opkomt voor de belangen van de consument.



Figuur 5. Consumentenvertrouwen in informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door verschillende partijen van 2019

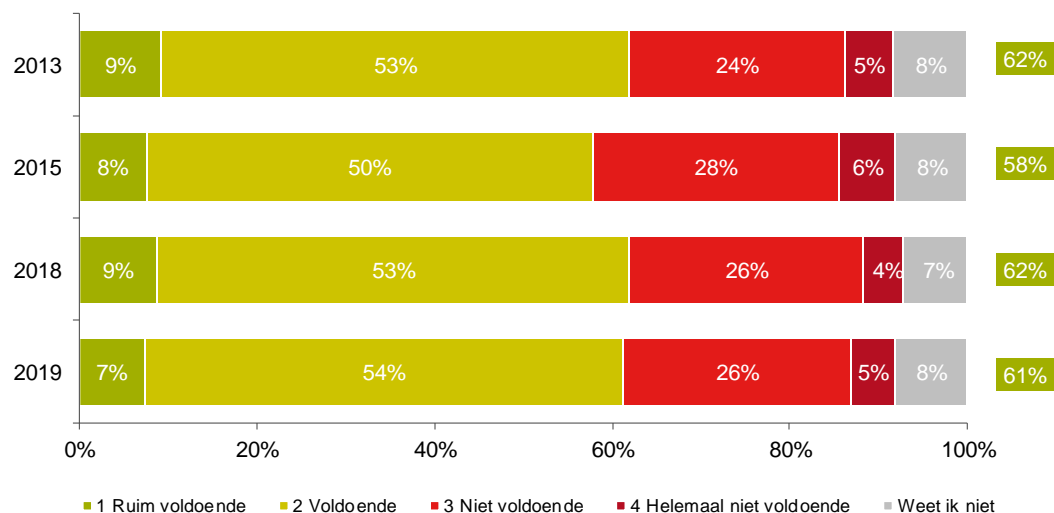
Opmerkelijk is dat kleinere winkels zoals speciaalzaken (71% (volledig) vertrouwen) en boerderijwinkels hoog scoren als het gaat om betrouwbaarheid (66% (volledig) vertrouwen). De persoonlijke band met de klant en het gebruik van natuurlijke producten speelt hierin misschien een rol. Opmerkelijk is het grote verschil in vertrouwen tussen deze kleinere spelers en grote spelers zoals supermarkten. De zichtbaarheid van het productieproces in kleinere winkels tegenover het productieproces in fabrieken kan een positieve invloed hebben op de betrouwbaarheid.

Verder hebben consumenten ook veel vertrouwen in de informatie over voedselveiligheid die vertrekt wordt door consumenten tv-programma's zoals Keuringsdienst van Waarde of Radar, maar liefst 71% van de consumenten geeft aan (volledig) vertrouwen te hebben in deze tv-programma's. Het percentage consumenten dat '(volledig) vertrouwen heeft in de informatie die verstrekt wordt door de NVWA is gestegen met 3% ten opzichte van vorig jaar.

Consumenten hebben een stuk minder vertrouwen in de betrouwbaarheid van voedingsmiddelenfabrikanten, 25% van de consumenten heeft (volledig) vertrouwen in deze informatiebron. Bijna de helft van de consumenten (45%) geeft aan dat ze neutraal tegenover informatie staan die vertrekt wordt voor de voedingsmiddelenfabrikanten. Sociale media is de enige partij waar meer consumenten (helemaal) geen vertrouwen (41%) dan (volledig) vertrouwen (17%) hebben in de betrouwbaarheid. Dit komt waarschijnlijk doordat iedereen op sociale media informatie kan verspreiden zonder dat het gecheckt wordt.

Naast het beoordelen van een aantal partijen op de betrouwbaarheid van de door hen verstrekte informatie over voedselveiligheid, is aan de consumenten gevraagd aan te geven in welke mate men vindt dat er voldoende aan de veiligheid van voedsel wordt gedaan.

Figuur 6 laat zien dat in alle vier de jaren de meerderheid vindt dat er 'voldoende' of zelfs 'ruim voldoende' aan voedselveiligheid wordt gedaan. In 2019 is het percentage consumenten dat vindt dat er 'ruim voldoende' wordt gedaan aan de voedselveiligheid gedaald ten opzichte van de jaren daarvoor. Bijna een derde (31%) van de consumenten vindt dat er '(helemaal) niet voldoende' aan de veiligheid wordt gedaan. Deze percentages zijn nagenoeg gelijk aan de meting van 2018.

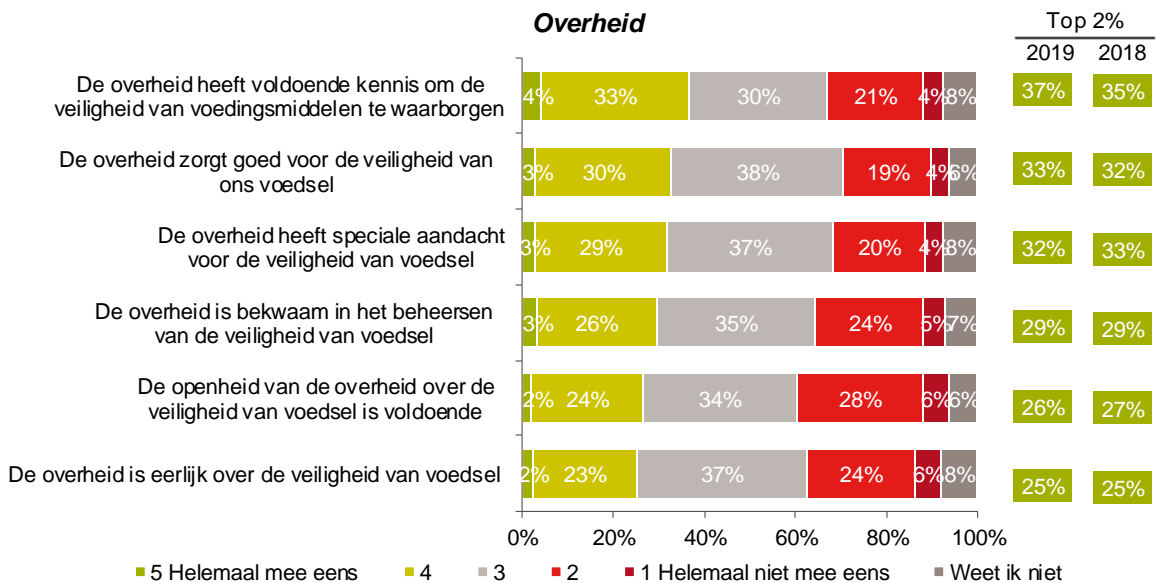


Figuur 6. Mate waarin consumenten vinden dat er voldoende gedaan wordt aan de veiligheid van voedsel.

4. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen

In een eerdere meting van 2007 zijn enkele vragen gesteld met betrekking tot het vertrouwen in de verschillende partijen wat betreft voedselveiligheid. Aan consumenten is gevraagd om verschillende partijen (de overheid, voedingsmiddelenfabrikanten, boeren en supermarkten) te beoordelen op een zestal stellingen omtrent de houding en het gedrag van deze partijen wat betreft voedselveiligheid. Om telkens een actueel inzicht te krijgen in het vertrouwen, zijn de vragen vanaf de meting van 2013 weer opnieuw gesteld. Er wordt eerst gekeken naar de stellingen per organisatie, verderop in het rapport worden de verschillende partijen onderling vergeleken.

In de figuren 7a t/m 7d staat per partij voor elke stelling weergegeven wat de verdeling is van de gegeven antwoorden (antwoord 1 t/m 5). Daarnaast zijn de percentages van de top 2 antwoorden (antwoordcategorie 1 en 2, (helemaal) mee eens) weergegeven.

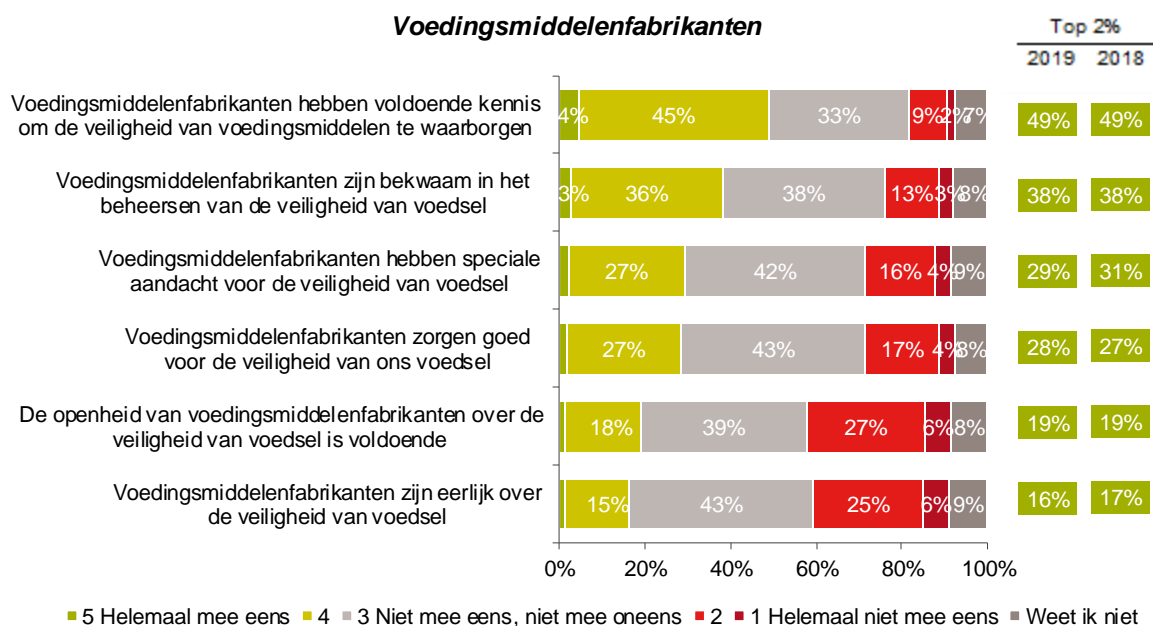


Figuur 7a. Consumentenvertrouwen in de overheid wat betreft voedselveiligheid (plus % (helemaal) mee eens).

Over het algemeen is er tussen 2018 en 2019 weinig veranderd in de houding van consumenten tegenover de betrouwbaarheid van de overheid met betrekking tot voedselveiligheid. Vergeleken met 2018 is er in 2019 een hoger percentage consumenten dat er vertrouwen heeft in dat de overheid voldoende kennis heeft om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen (respectievelijk 35% en 37%).

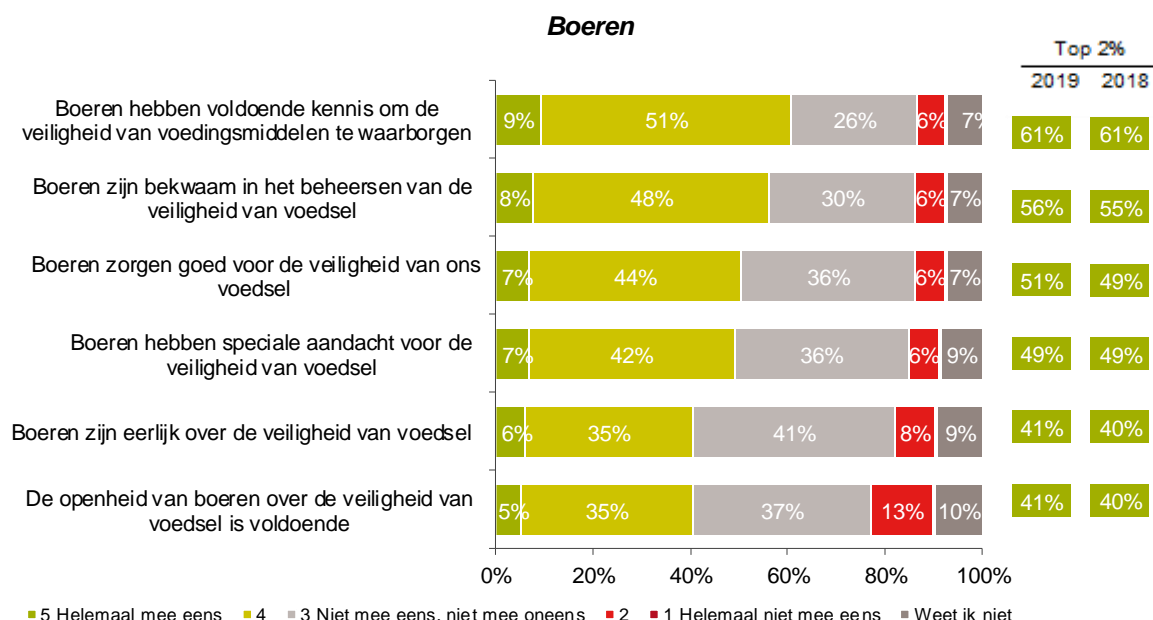
De openheid en eerlijkheid van de overheid over de veiligheid van voedsel worden nog steeds als laagste beoordeeld. Het consumentenvertrouwen in openheid van de overheid is iets omhoog gegaan in 2019. Nog steeds beoordelen 74% van de consumenten deze stelling neutraal of negatief.

Alleen voedselproducenten krijgen op deze stelling een nog lagere score, supermarkten en boeren scoren echter ruim beter. Dat betekent dat de consument boeren en supermarkten meer vertrouwt eerlijk over de veiligheid van voedsel te zijn dan de overheid.



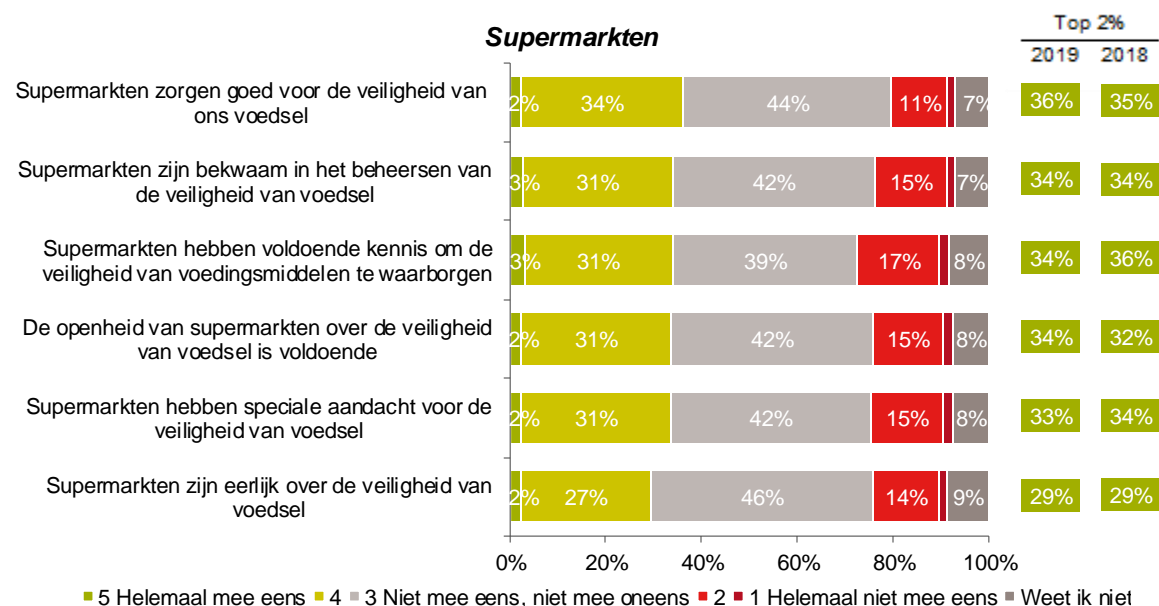
Figuur 7b. Consumentenvertrouwen in voedingsmiddelenfabrikanten wat betreft voedselveiligheid (plus % (helemaal) mee eens).

Ook het consumentenvertrouwen in voedingsmiddelenfabrikanten (figuur 7b) blijft stabiel in de periode 2018-2019. Opmerkelijk is het verschil tussen de waardering van de verschillende stellingen over voedingsmiddelenfabrikanten. Bijna de helft van de consumenten (49%) denkt dat de voedingsmiddelenfabrikanten voldoende kennis hebben om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen. Slechts 16% van de consumenten is het (helemaal) eens met de stelling of voedingsmiddelenfabrikanten eerlijk zijn over de veiligheid van voedsel. Dit percentage (16%) is lager dan het percentage in 2018 (17%). Herstel richting waarderingen zoals gegeven in 2007 (29% (helemaal) eens) lijken nog ver weg.



Figuur 7c. Consumentenvertrouwen in boeren wat betreft voedselveiligheid (plus % (helemaal) mee eens).

Het vertrouwen in de boeren is grotendeels stabiel gebleven in de periode 2018-2019. Consumenten hebben gemiddeld het meeste vertrouwen in boeren wat betreft voedselveiligheid. Bijna twee derde (61%) van de consumenten vindt dat boeren voldoende kennis hebben om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen. Dit is het hoogste percentage van alle partijen. Er is alleen een kleine daling te zien in het percentage consumenten dat het eens is met de stelling 'Boeren hebben speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel'. Daar komt bij dat bij alle stellingen voor de boeren veruit de laagste percentages ('helemaal' mee oneens) genoemd zijn.



Figuur 7d. Consumentenvertrouwen in supermarkten wat betreft voedselveiligheid (plus % (helemaal) mee eens).

Over de gehele linie is het consumentenvertrouwen in supermarkten stabiel gebleven. Op een aantal aspecten, zoals 'Supermarkten zorgen goed voor de veiligheid van ons voedsel' en 'De openheid van supermarkten over de veiligheid van ons voedsel' is het vertrouwen licht gestegen ten opzichte van 2018. 'Supermarkten hebben voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen' en 'Supermarkten hebben speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel' zijn daarentegen iets gedaald ten opzichte van 2018.

In tabel 3 is te zien dat het gemiddelde vertrouwen op alle aspecten voor de meeste partijen gelijk is gebleven ten opzichte van 2018. Het vertrouwen in de boeren is op alle verschillende aspecten hetzelfde gebleven of toegenomen ten opzichte van 2018. Bij de andere drie partijen is het vertrouwen op een paar aspecten iets gedaald. Van alle aspecten binnen de verschillende partijen is de openheid van supermarkten het meest gestegen (index 107). Het vertrouwen in de eerlijkheid van de voedingsmiddelenfabrikanten is het meest gedaald (index 94).

Rank	Index		Rank	Index	
		Overheid			Voedingsmiddelenfabrikanten
1	106	Voldoende kennis	1	105	Veiligheid
2	104	Goed zorgen	2	102	Bekwaam in het beheersen
3	102	Bekwaam in het beheersen	3	100	Voldoende kennis
4	101	Eerlijk	4	98	Openheid
5	98	Openheid	5	95	Speciale aandacht
6	96	Speciale aandacht	6	94	Eerlijk

Rank	Index		Rank	Index	
		Boeren			Supermarkten
1	103	Goed zorgen	1	107	Openheid
2	102	Bekwaam in het beheersen	2	102	Veiligheid
3	102	Eerlijk	3	102	Eerlijk
4	102	Openheid	4	99	Bekwaam in het beheersen
5	101	Speciale aandacht	5	98	Speciale aandacht
6	100	Voldoende kennis	6	95	Voldoende kennis

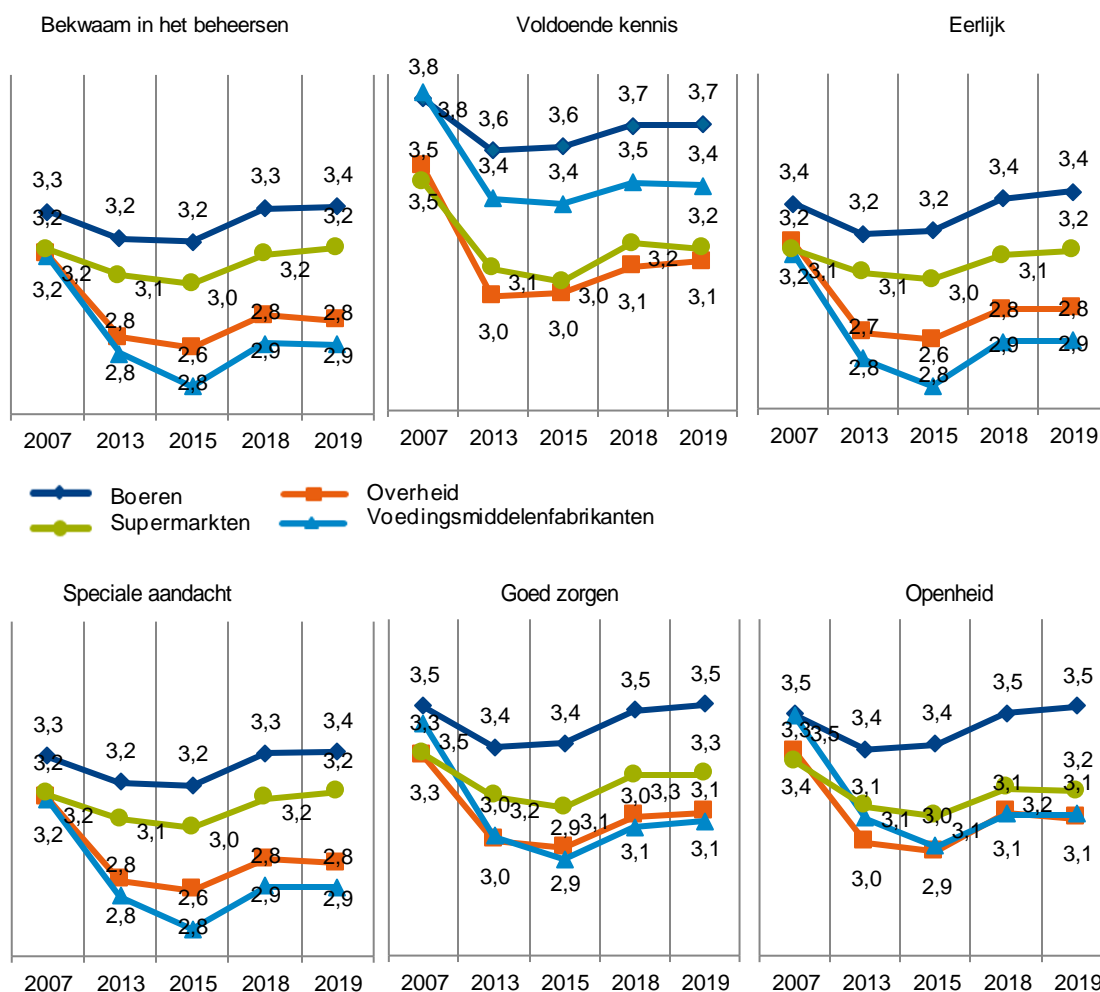
Tabel 3. Ranking stellingen op basis van grootste verandering in de mate waarin consumenten de verschillende partijen vertrouwen wat betreft voedselveiligheid, gebaseerd op de index van het percentage '(helemaal) mee eens' van 2019 t.o.v. 2018.

Stellingen:

Bekwaam in het beheersen:
Voldoende kennis:

Eerlijk:
Speciale aandacht:
Goed zorgen:
Openheid:

Deze partij is bekwaam in het beheersen van veiligheid van voedsel
Deze partij heeft voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen
Deze partij is eerlijk over de veiligheid van voedsel
Deze partij heeft speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel
Deze partij zorgt goed voor de veiligheid van ons voedsel
De openheid van deze partij over de veiligheid van voedsel is voldoende

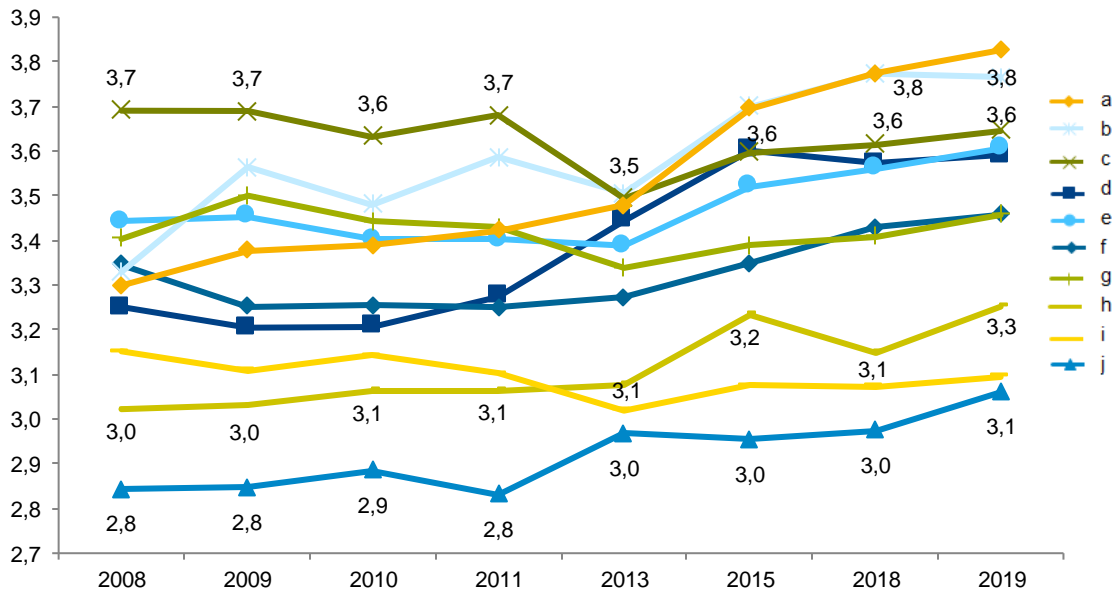


Figuur 7e. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen wat betreft voedselveiligheid per aspect

Figuur 7e toont de gemiddelde score op ieder aspect van de verschillende partijen in de periode 2007-2019. Hierboven is de ontwikkeling in het vertrouwen op de aspecten zichtbaar. Opvallend is dat de boeren op alle aspecten de hoogste scores in consumentenvertrouwen laten zien. De overheid en de supermarkten scoren lager vergeleken met de andere partijen. Vooral op de aspecten bekwaam in beheersen, eerlijk en speciale aandacht scoren de supermarkten lager dan de andere drie partijen. Na 2007 hebben alle partijen vertrouwen van consumenten verloren. Boeren hebben grotendeels het vertrouwen weer teruggewonnen. Vooral voor de overheid en supermarkten is het lastig weer terug te komen op het niveau in 2007.

5. Waar maakt de consument zich zorgen over?

Om meer inzicht te krijgen in de specifieke zorgen van consumenten, is aan hen gevraagd in hoeverre zij zich over 17 uiteenlopende zaken zorgen maken. In figuren 8a en 8b staat per onderwerp de gemiddelde score weergegeven van hoeveel zorgen de consument zich hierover maakt (helemaal geen zorgen (1) – heel veel zorgen (5)). Een hoge gemiddelde score betekent dat de consument zich veel zorgen maakt over het betreffende onderwerp.



Figuur 8a. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (1/2) (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Categorieën:

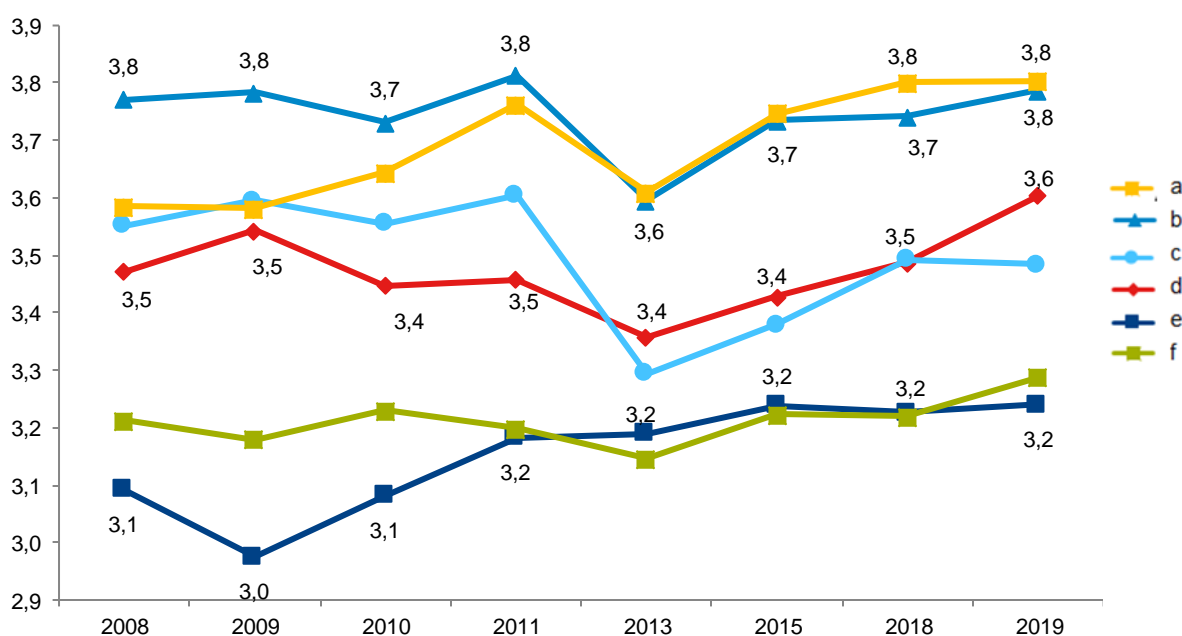
- a. De hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen
- b. De hoeveelheid zout in voedingsmiddelen
- c. Het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij het verbouwen van gewassen
- d. Het gebruik van toevoegingen
- e. Genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen
- f. Bacteriën, virussen en parasieten die voedselinfecties kunnen veroorzaken
- g. De hoeveelheid vet in voedingsmiddelen
- h. De kwaliteit van informatie op etiketten
- i. Voedselallergieën
- j. Gezond eten

Over het algemeen maken consumenten zich meer zorgen over de voeding of de productie van voedingsmiddelen in 2019 vergeleken met 2018. Op veel punten maken consumenten zich vanaf 2013 al meer zorgen over voedingsmiddelen. De zorgen om de hoeveelheid suiker hebben een hoogtepunt bereikt vergeleken met de andere jaren. Over dit aspect maken consumenten zich het meest zorgen. In de afgelopen jaren zijn er veel campagnes over de negatieve impact van suiker op de gezondheid in de media verschenen. Met productverpakkingen en reclames wordt ingespeeld op het feit dat consumenten zich zorgen maken om de hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen. Zo zijn er in de afgelopen jaren bijvoorbeeld steeds meer 'light' producten op de markt gebracht. De consumenten maken na de hoeveelheid suiker zich het meest zorgen over de hoeveelheid zout in voedingsmiddelen. De zorgen over de hoeveelheid zout in voedingsmiddelen stabiliseert in 2019 na groeiende zorgen vanaf 2013.

Daarnaast is er ook een duidelijke stijging te zien in de zorgen om het gebruik van bestrijdingsmiddelen en genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen in de afgelopen jaren. Deze stijging is doorgezet in 2019. De zorgen om voedselallergieën blijft stabiel over de jaren heen.

De score op het aspect 'De kwaliteit van informatie op etiketten' is gestegen in 2019 ten opzichte van 2018. Hierover is veel te doen geweest afgelopen tijd. Veel voedingsmiddelen fabrikanten spelen in op de 'clean label' trend. Dit zijn begrijpelijke etiketten waarop de ingrediënten duidelijk vermeld staan en het geen raadsel is wat ze betekenen. Het probleem hierbij is dat fabrikanten andere termen gaan gebruiken om bepaalde ingrediënten te verbloemen. Zo wordt er gebruik gemaakt van het woord sapconcentraat in plaats van suiker. Vaak zijn consumenten zich hiervan niet bewust. Dit maakt het lastig voor consumenten om gezonde voedselkeuzes te maken. Dit kan bijdragen aan de hogere score op dit aspect.

Als het om dierlijke producten gaat maakt de consument zich het meeste zorgen over antibiotica en hormonen in vlees. De zorgen over de antibiotica in vlees stabiliseert in 2019 na groeiende zorgen vanaf 2013. De zorgen om de levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie zijn verder gestegen in 2019. Afgelopen jaar zijn er opnieuw rapporten in het nieuws gekomen over het dierenwelzijn in slachthuizen. Daarin kwam naar voren dat in een groot gedeelte van de Nederlandse slachthuizen misstanden plaats vinden. De zorgen om dierziekten is gelijk gebleven ten opzichte van 2018.



Figuur 8b. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (2/2) (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Categorieën:

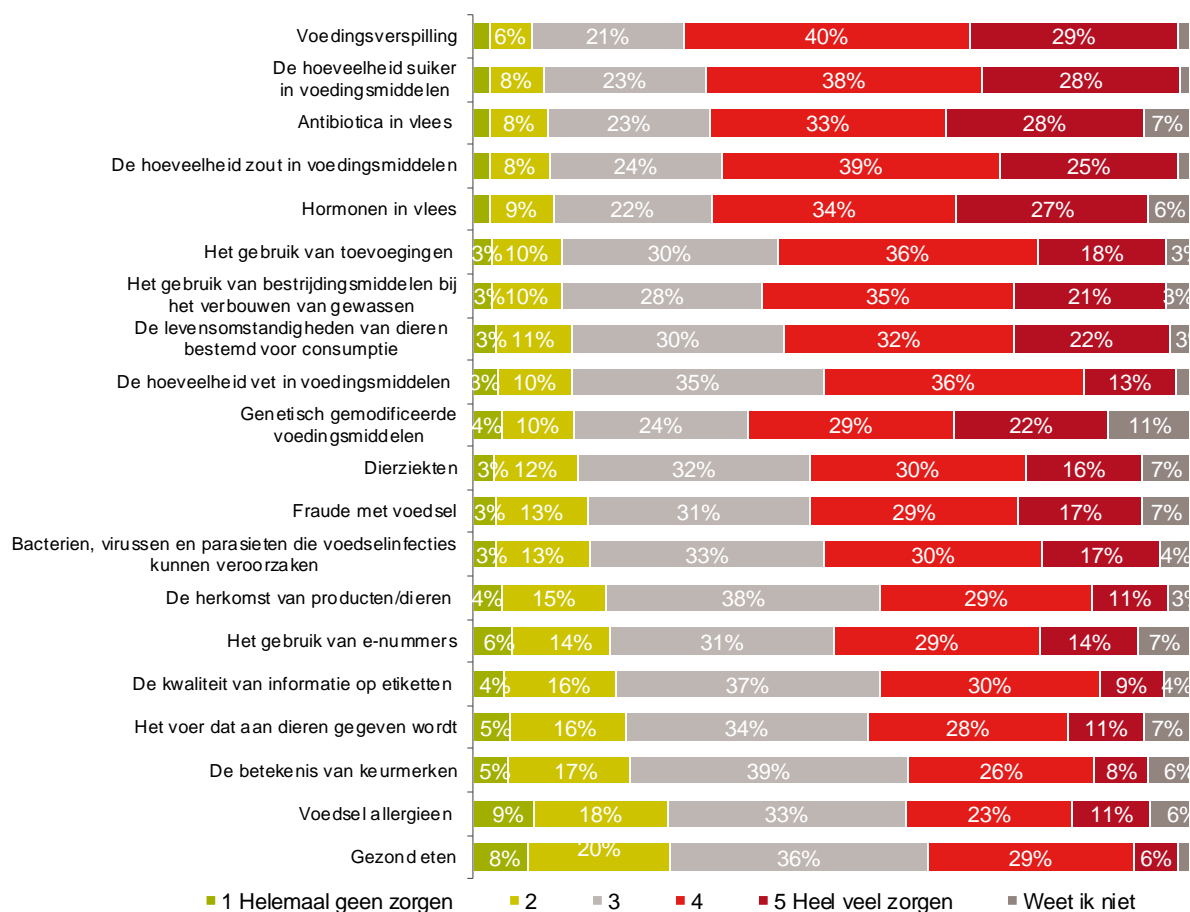
- a. Antibiotica in vlees
- b. Hormonen in vlees
- c. Dierziekten
- d. De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie
- e. Het voer dat aan dieren gegeven wordt
- f. De herkomst van producten/dieren

Consumenten maken zich relatief minder zorgen over het voer dat aan dieren wordt gegeven en de herkomst van producten/dieren ten opzichte van de andere aspecten. De zorgen over dit laatste aspect zijn vrij stabiel gebleven in de afgelopen jaren. Dit ondanks dat in de voedingsbranche steeds vaker de nadruk in reclames voor voedingsmiddelen ligt op de herkomst van de producten. Op veel productverpakkingen staan teksten over waar en door wie het product geproduceerd is.

Vervolgens is in figuur 9 per item te zien hoe consumenten op deze onderwerpen scoren op een schaal van 'helemaal geen zorgen' tot 'heel veel zorgen'. In het figuur is te zien dat twee derde van de consumenten (66%) zich '(heel) veel zorgen' maakt over de hoeveelheid suiker in

voedingsmiddelen. Zoals eerdergenoemd wordt er veel aandacht besteed aan dit onderwerp in de media. Mede door de trends rond suiker/koolhydraat arme diëten worden consumenten zich steeds meer bewust van suiker.

Gezond eten is een onderwerp waar consumenten zich het minst zorgen over maken. In totaal maken 35% van de consumenten zich zorgen over dit aspect. De zorgen groeien wel ten opzichte van 2018. In 2018 maakten 31% van de consumenten zich zorgen over gezond eten.



Figuur 9. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen

Naast de in figuren 8 en 9 getoonde omvang van de groep consumenten die zich zorgen maakt over bepaalde aspecten, laat tabel 5 een ranking van deze items zien op basis van de grootste relatieve verandering in het aantal consumenten dat zich daar '(heel veel) zorgen' over maakt. Een index is berekend van het percentage consumenten dat zich '(heel veel) zorgen' maakt in 2019 ten opzichte van 2018.

Ranking items op basis van grootste relatieve stijging in zorgen					
1	111	Gezond eten	11	102	De hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen
2	109	De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie	12	101	Het voer dat aan dieren gegeven wordt
3	109	De kwaliteit van informatie op etiketten	13	100	Het gebruik van E-nummers
4	107	De herkomst van producten/dieren	14	100	Het gebruik van toevoegingen
5	106	Voedselverspilling	15	100	Bacteriën, virussen en parasieten die voedselinfecties kunnen veroorzaken
6	104	De betekenis van keurmerken	16	100	Voedsel allergieën
7	103	De hoeveelheid vet in voedingsmiddelen	17	99	Fraude met voedsel
8	103	Genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen	18	98	Dierziekten
9	111	Gezond eten	19	98	De hoeveelheid zout in voedingsmiddelen
10	109	De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie	20	97	Antibiotica in vlees

Tabel 5. Ranking items op basis van grootste stijging in de mate waarin consumenten zich zorgen maken gebaseerd op de index van het percentage '(heel veel) zorgen' van 2019 t.o.v. 2018.

In de tabel is te zien dat het percentage mensen die zich '(heel) veel zorgen' maken relatief het meest gestegen is ten opzichte van de meting in 2018 (index 111). De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie en de kwaliteit van informatie op etiketten maken de top 3 compleet (beide index van 109). Zoals eerder genoemd zijn de misstanden in slachthuizen veel behandeld in het nieuws afgelopen tijd. Deze berichtgevingen kunnen de hogere score verklaren. Consumenten maken zich ook meer zorgen over voedselverspilling (index 106). Er worden steeds meer nieuwe concepten ontwikkeld die voedselverspilling zouden kunnen tegen gaan. Zo kun je bijvoorbeeld overgebleven eten uit restaurants ophalen. Mensen worden steeds meer geconfronteerd met hoeveel voedsel wordt weggegooid. De aandacht voor dit onderwerp zou er toe kunnen leiden dat consumenten zich hierover meer zorgen over maken.

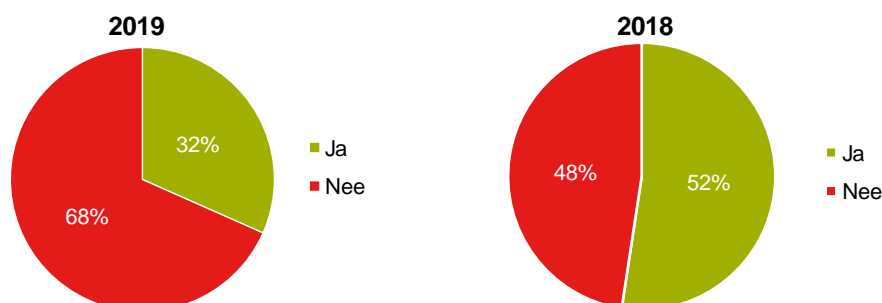
Consumenten maken zich relatief minder zorgen over fraude met voedingsmiddelen (index 99). Dit is een opmerkelijk resultaat omdat de fraude omtrent de etikettering van rundvlees breed is uitgemeten in de media. Ook minder consumenten maken zich '(heel) veel zorgen' over de hoeveelheid zout in voedingsmiddelen (index 98) in 2019 ten opzichte van 2018.

Samenvattend kan worden gesteld dat consumenten zich in toenemende mate zorgen maken over voeding of de productie van voedingsmiddelen. Dit staat in contrast met het feit dat er weinig is veranderd in het consumentenvertrouwen in 2019 ten opzichte van 2018. De consument heeft in het algemeen vertrouwen in de veiligheid van voedsel. Wanneer er specifieker gevraagd wordt naar het vertrouwen in productgroepen blijkt dat de consumenten zich hier zorgen over maken. Bij de vragen over specifieke productgroepen kunnen consumenten zich misschien ook makkelijker incidenten voor de geest halen. De verschillende incidenten die de media halen wakkeren de bezorgdheid aan.

6. Bekendheid incidenten rond voedselveiligheid en vertrouwen

Evenals in de voorgaande meting zijn enkele vragen gesteld met betrekking tot incidenten waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden. Als eerste is aan consumenten gevraagd of zij zich een bepaald incident van het afgelopen jaar kunnen herinneren. Deze herinnering kan gebaseerd zijn op persoonlijke ervaring of op informatie die men via de media heeft verkregen.

In figuur 10 is af te lezen dat nog slechts een derde (32%) van de ondervraagden aangeeft zich iets te herinneren van een incident in het afgelopen jaar waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden. In 2018 lag dit percentage nog op ruim de helft van de ondervraagden (52%). Een waarschijnlijke verklaring voor de afname in het percentage respondenten dat zich een voedselschandaal herinnert, is dat er zich geen grote incidenten hebben voorgedaan voorafgaand aan de huidige meting. In tegenstelling tot de meting van 2018, toen het Fipronil incident recent daarvoor had plaats gevonden en nog door veel consumenten herinnerd werd. Dit is in lijn met de bevindingen van voorgaande metingen, zoals in 2015. In de periode rondom de meting van 2015 waren er ook geen grote incidenten geweest en herinnerde 30% zich een incident van dat afgelopen jaar.



Figuur 10. Herinnering van incident van het afgelopen jaar waarbij veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden (in %).

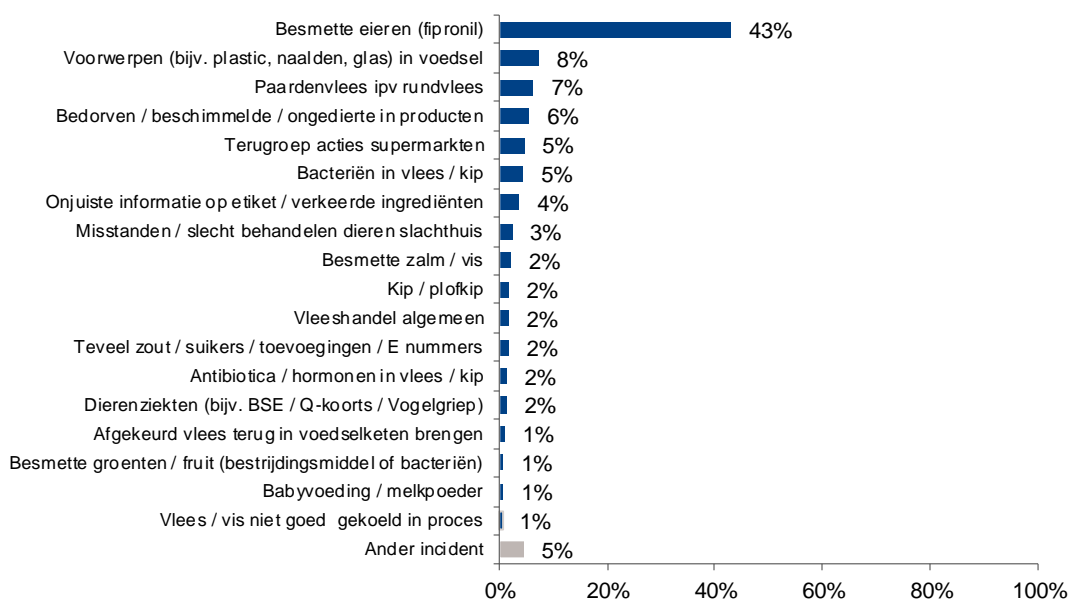
Aan de consumenten die zich een incident van het afgelopen jaar konden herinneren is vervolgens gevraagd te omschrijven welk incident of welke incidenten zij zich herinneren. Zoals te zien is in figuur 11 werd het eerdergenoemde Fipronil incident nog steeds door bijna de helft van de betreffende consumenten (43%) spontaan genoemd. Deze affaire vond weliswaar plaats in de zomer van 2017, maar in mei 2018 werd bij een kippenboer wederom een te hoge concentratie Fipronil in zijn eieren geconstateerd en moesten de kippen en eieren zodoende wederom geruimd worden.

Kijkende naar de overige genoemde incidenten, valt het op dat bijna 1 op de 10 consumenten zich een incident met voorwerpen in voedsel herinnert. Men doelt hier onder andere op de stukjes plastic die afgelopen november in chocoladeletters van de HEMA waren gevonden, maar ook het Australische aardbeien incident, waarbij naalden doelbewust door een verdachte in aardbeien werden gestoken, werd veelvuldig genoemd. Verder worden vaak terugroepacties door de supermarkt of producent in algemene zin genoemd door de consument (5%), waarvan een deel waarschijnlijk ook betrekking zal hebben op de HEMA-chocoladeletters.

Het voedselschandaal van het paardenvlees dat als rundvlees werd verkocht, wat zich afspeelde in 2013, werd nog door 7% genoemd, nagenoeg gelijk aan het percentage van de voorgaande meting (8%). Ook al speelde dit zich schandaal zich alweer meer dan 5 jaar geleden af, de verschillende rechtszaken rondom de vervolging van de vleeshandelaren en de afwikkeling van de affaire door de NVWA zijn afgelopen jaren nog veelvuldig in het nieuws geweest. Dit zou kunnen verklaren waarom een relatief hoog percentage consumenten dit schandaal nog steeds spontaan benoemt.

De consument heeft relatief vaak een incident benoemd wat op de persoonlijke ervaring betrekking had, in plaats van een schandaal dat breed uitgemeten werd in de media. Het betrof

in 6% van de gevallen beschimmelde of bedorven producten bij aankoop in de winkel of thuis, een relatieve stijging van 1,5 procentpunt ten opzichte van 2018. Binnen deze categorie worden beschimmelde groenten en fruit relatief vaak genoemd, maar ook bedorven vlees en vleeswaren, alsmede beschimmelde voorverpakte afbakbroodjes.



Figuur 11. Herinnering van incident waarbij veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden (basis: consumenten die aangeven zich een incident te herinneren, in %, open vraag).

Gaf 6% van de consumenten in vorige meting nog aan zich incidenten over dierenziekten te herinneren, in de huidige meting is dat percentage gezakt naar 2%. Er lijken het afgelopen jaar dan ook weinig berichtgevingen in het nieuws te zijn gedaan over dierziekten. De zorgen over dierziekten zijn daarentegen gelijk gebleven ten opzichte van 2018 (zie hoofdstuk 5).

3% van de consumenten benoemt incidenten die gaan over misstanden in slachthuizen, tegenover 2% in de voorgaande meting en minder dan 1% in de meting van 2015. Deze stijging is in lijn met de eerder beschreven toename van zorgen over de levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie. Meer dan de helft (54%) van de consumenten maakt zich hier (heel) veel zorgen maakt over (zie hoofdstuk 5).

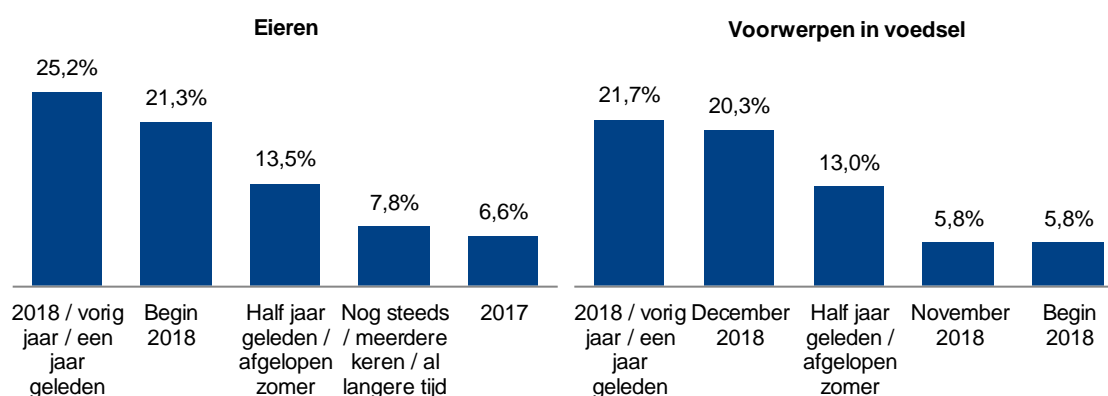
Tot slot is aan de consumenten gevraagd aan te geven wanneer het door hen genoemde incident plaatsvond. In figuren 12 a t/m d zijn voor de 4 meest genoemde incidenten, namelijk incidenten aangaande eieren, voorwerpen in voedsel, paardenvlees i.p.v. rundvlees en als laatste bedorven/beschimmelde producten, de top 5 van de meest aangeduide tijdsperiodes weergegeven.

Het eierschandaal speelde zich af in de zomer van 2017 en sleepte zich nog enkele maanden voort. Meer dan de helft (60%) geeft aan dat het incident ergens in 2018 heeft plaatsgevonden. Zoals eerder aangegeven, is het Fipronil incident ook in 2018 in het nieuws geweest, doordat een kippenboer wederom getroffen was. Dat maakt het lastig te interpreteren of consumenten zich vergissen in de tijd, wanneer zij aangeven dat het incident in 2018 plaatsvond, of dat ze refereren naar de besmetting van 2018. De publicatie van het rapport van de Commissie onderzoek Fipronil in eieren afgelopen zomer zou eraan bijgedragen kunnen hebben dat men zich vergist in de periode. Het incident zelf en de afwikkeling daarvan waren die periode namelijk weer veelvuldig in het nieuws.

Het incident waarbij voorwerpen in voedsel is aangetroffen, zijn geclusterde incidenten waar onder andere het plastic in HEMA-chocoladeletters bedoeld wordt. Deze worden allemaal benoemd als zijnde afgespeeld in november of december, maar gegeven dat dit nog zeer recent in het collectief geheugen staat en het natuurlijk een seizoensgebonden product betreft, maakt het niet verwonderlijk dat dit incident juist herinnerd werd. De naalden in de aardbeien werden

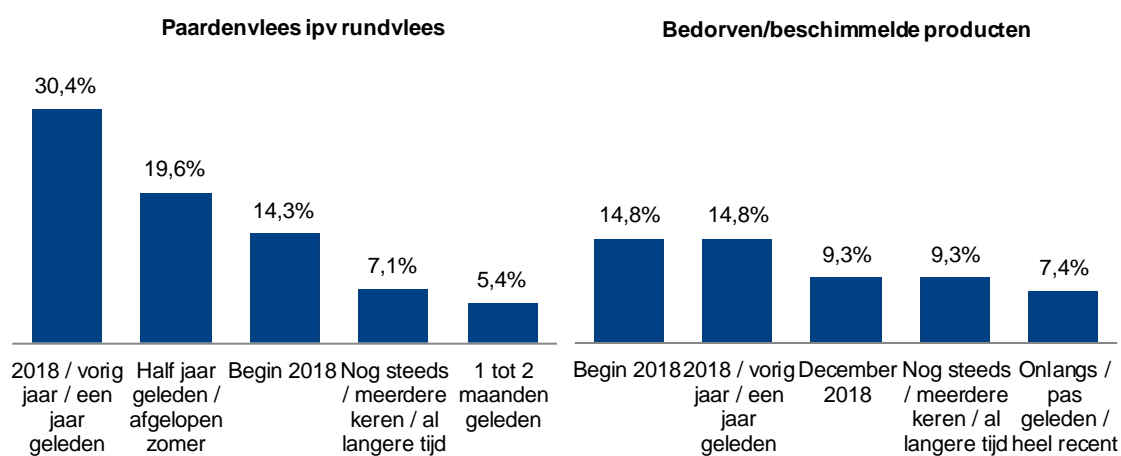
ook juist in de tijd geplaatst, de meesten gaven aan dat dit in de zomer van 2018 was gebeurd. Er zijn ook verscheidene losstaande incidenten benoemd van voorwerpen in voedsel, die meer op zichzelf staande incidenten betref, waarvan niet te achterhalen is af deze juist in de tijd zijn geplaatst.

De grootschalige fraude met paardenvlees speelde zich in 2013 af, maar door de jaren heen zijn er meerdere incidenten rondom paardenvlees geweest. De eerdergenoemde media-aandacht rondom de rechtszaken van de vleeshandelaren afgelopen jaren kan hierbij ook een rol van betekenis gespeeld hebben.



Figuur 12 a. Herinnering tijdsperiode van incident met **eieren** (basis: consumenten die aangeven zich het incident te herinneren, in %, open vraag).

Figuur 12 b. Herinnering tijdsperiode van incident met **voorwerpen in voedsel** (basis: consumenten die aangeven zich het incident te herinneren, in %, open vraag).



Figuur 12 c. Herinnering tijdsperiode van incident met **paardenvlees ipv rundvlees** (basis: consumenten die aangeven zich het incident te herinneren, in %, open vraag).

Figuur 12 d. Herinnering tijdsperiode van incident met **bedorven / beschimmelde producten** (basis: consumenten die aangeven zich het incident te herinneren, in %, open vraag).