

NVWA Consumentenmonitor 2021

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



M. Peeters
A. van den Heuvel

Dongen, mei 2021

Inhoud

Samenvatting	3
Inleiding	6
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	18
5. Waar maakt de consument zich zorgen over?	22
6. Bekendheid incidenten rond voedselveiligheid en vertrouwen	28

Samenvatting

In deze rapportage worden de resultaten beschreven van de meting die in maart/april 2021 is uitgevoerd in het kader van de Consumentenmonitor Voedselveiligheid. De vragenlijst is grotendeels identiek aan de vragenlijsten van de vorige metingen. Er zijn wel enkele vragen toegevoegd gerelateerd aan de coronacrisis. De resultaten worden waar mogelijk vergeleken met de resultaten van eerdere metingen. Resultaten van de voorgaande meting in 2019 worden waar mogelijk direct vergeleken met de huidige resultaten. In 2021 hebben 3568 consumenten deelgenomen via een internet vragenlijst. De resultaten van dit onderzoek kunnen als volgt worden samengevat:

1. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen

- Het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen is gestegen in de periode 2019 tot en met 2021. In 2019 was het stabiel ten opzichte van een jaar eerder, waar het algemene consumentenvertrouwen in de periode 2015-2018 nog steeg.
- Voor alle aspecten met betrekking tot het vertrouwen van de consument in voedingsmiddelen geldt dat het consumentenvertrouwen is gestegen ten opzichte van de meting in 2019. De onderstaande 'positieve' stellingen laten de grootste stijging zien ten opzichte van 2019:
 - 'Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen'
 - 'Voedingsmiddelen worden steeds veiliger'
 - 'Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen'.
- Alle 'negatief' geformuleerde stellingen hebben een lagere score gekregen dan in 2019. Dit betekent dat meer van de ondervraagde consumenten het oneens zijn met de stellingen die negatieve uitspraken over het vertrouwen in voedselveiligheid doen. De afgelopen jaren is het vertrouwen van de consumenten dus gestegen. De sterkste daling is te zien bij de stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald', gevolgd door de stellingen 'Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen' en 'Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen'.
- De gemiddelde score op de stelling 'Corona/COVID-19 heeft geen invloed op de veiligheid van voedingsmiddelen' is 3,70 op een schaal van 1 (helemaal) niet mee eens tot 5 (helemaal) mee eens. 60% heeft aangegeven het (helemaal) eens te zijn met deze stelling. Dit is een positieve score en is een indicatie dat de consument er vertrouwen in heeft dat COVID-19 geen of weinig invloed heeft op de veiligheid van voedingsmiddelen.
- Gekeken naar de langere termijn, dan was er in de periode 2009-2011 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 gewend te zijn geraakt aan voedselschandalen. De stabiele tevredenheid over de veiligheid van voedingsmiddelen gaat echter wel gepaard met grote zorgen over voedingsmiddelen.

2. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen

- Bij het verreweg het grootste deel van de productgroepen is er een stijging te zien in het consumentenvertrouwen in 2021 ten opzichte van 2019. Alleen het vertrouwen in de productgroepen melkproducten en babyvoeding is gelijk gebleven en het vertrouwen in snoep- en zoetwaren is gedaald.
- Consumenten hebben het meeste vertrouwen in de productgroepen verse groenten en fruit, noten, kaas, broodproducten en peulvruchten. De grootste relatieve stijging in het vertrouwen is te zien in de productgroepen eieren, kip en producten in glas.

3. Consumentenvertrouwen in informatie verstrekt door verschillende partijen

- Consumenten hebben het meeste vertrouwen in speciaalzaken als het gaat om de informatieverstrekking over de veiligheid van voedsel, gevolgd door TV-programma's zoals Radar. De Consumentenbond maakt de top 3 compleet. Consumenten hebben het minst vertrouwen in de informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door de sociale media. Maar liefst 48% van de consumenten heeft (helemaal) geen vertrouwen in deze informatiebron.
- De NVWA staat wat betreft de gemiddelde score van vertrouwen in de informatieverstrekking over de veiligheid van voedsel op de 5^e plaats maar de scores liggen heel dicht bij elkaar. In totaal heeft 66% (2019: 65%) van de consumenten vertrouwen in de informatie die door de NVWA wordt verstrekt over de veiligheid van voedsel. 6% van de consumenten (2019: 7%) heeft (helemaal) geen vertrouwen in de NVWA als informatiebron als het gaat om veiligheid van voedsel.
- In 2021 vinden 65% van de consumenten dat er voldoende wordt gedaan aan de veiligheid van voedsel. Dit percentage is wat hoger dan in de vorige metingen (2019: 61%, 2018: 62%). De laagste score in de mate waarin consumenten vinden dat er voldoende gedaan wordt aan de veiligheid van voedsel was in 2015. Toen vond 58% van de consumenten dat er voldoende werd gedaan aan de veiligheid van voedsel.

4. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen

- Over het algemeen is de houding van consumenten tegenover de betrouwbaarheid van de overheid, voedingsmiddelenfabrikanten, boeren en supermarkten met betrekking tot voedselveiligheid gestegen tussen 2019 en 2021.
- De grootste relatieve stijging is te zien bij de stelling 'Voedingsmiddelenfabrikanten zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel', gevolgd door 'Boeren zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel'. Bij geen van de stellingen over de vier genoemde partijen (overheid, voedingsmiddelenfabrikanten, boeren en supermarkten) is een relatieve daling te zien ten opzichte van de vorige meting in 2019.
- Ruim twee op de vijf consumenten is het (helemaal) eens met de stelling dat de overheid goed voor de veiligheid van ons voedsel zorgt, ondanks de coronacrisis.

5. Waar maakt de consument zich zorgen over?

- Consumenten maken zich relatief minder zorgen over voeding of de productie van voedingsmiddelen in 2021 vergeleken met 2019. Consumenten maken zich het meeste zorgen over voedselverspilling, gevolgd door de hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen. Voor beide productgroepen geldt dat de groei in zorgen wat afzwakt vergeleken met de vorige jaren. Over de hoeveelheid zout in voedingsmiddelen en het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij het verbouwen van gewassen maken consumenten zich ook veel zorgen.
- Over gezond eten maken consumenten zich het minst zorgen. De zorgen over gezond eten nemen na een lichte stijging in 2019 nu ook weer wat af. De grootste relatieve stijging is te zien bij zorgen over dierziekten.
- Bijna de helft van de consumenten maakt zich (heel) veel zorgen over COVID-19 algemeen en 38% maakt zich (heel) veel zorgen over COVID-19 in slachterijen.

6. Bekendheid incidenten rond voedselveiligheid en vertrouwen

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:

- 17% van de consumenten geeft aan zich een incident te herinneren waarbij de veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden. Dit is lager dan in de voorgaande metingen: In 2019 was dit namelijk nog 32% en in 2018 52% van de consumenten. De breed uitgemeten Fipronil kwestie in 2017 kan dit verschil verklaren. Voor de meting in 2021 hebben er geen grote incidenten plaatsgevonden. Daarnaast lag de focus in de media in het voorgaande jaar voornamelijk bij de berichtgeving omtrent het coronavirus
- Het incident dat het vaakst wordt genoemd is de Fipronil affaire. Het is wel opmerkelijk dat consumenten dit incident noemen terwijl dit langer dan een jaar geleden plaatsvond. Verder worden terugroepacties van supermarkten, bedorven producten en misstanden in slachthuizen veel genoemd. Met de terugroepacties van supermarkten doelt men waarschijnlijk onder andere op de terugroepactie van verontreinigd sesamzaad eind 2020. In het sesamzaad zaten te veel resten van het kankerverwekkende gewasbeschermingsmiddel ethyleenoxide. Dit incident is door 4% van de mensen die zich een incident herinnert ook apart benoemd.

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, gemeentegroote 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 aankoop informatie.

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 de periode maart-april 2021 is uitgevoerd. Bij alle vragen zal, waar mogelijk, een vergelijking met de resultaten van eerdere metingen (2006 tot en met 2011, 2013, 2015, 2018 en 2019) worden gemaakt. Resultaten van de voorgaande meting in 2019 worden waar mogelijk direct vergeleken met de huidige resultaten. In 2021 hebben 3568 consumenten de internetvragenlijst 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.

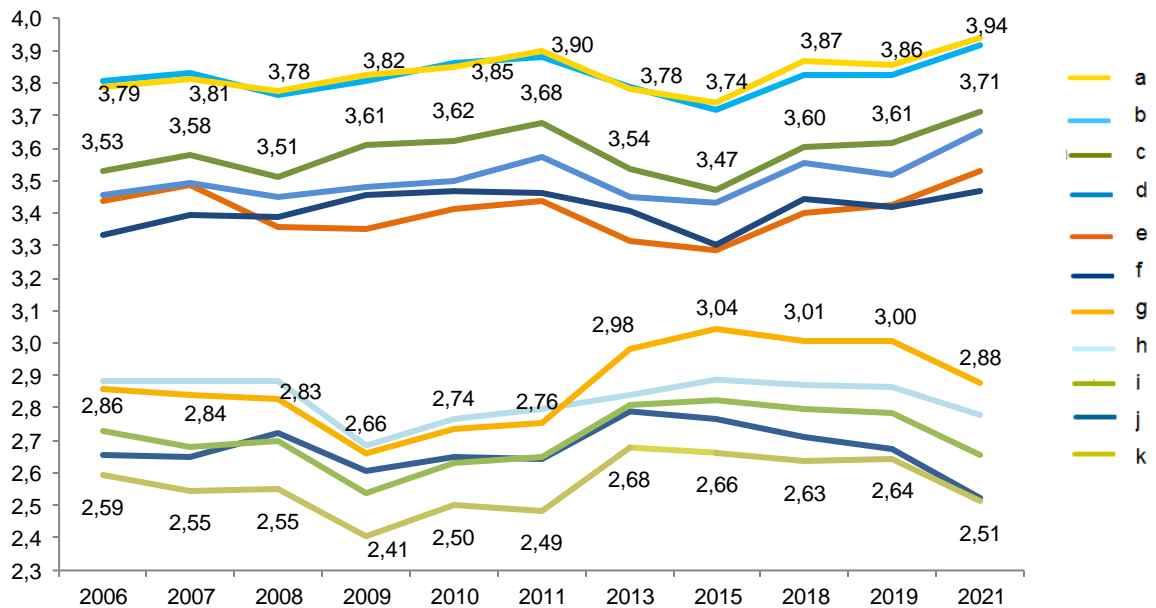
De volledige rapportage van de resultaten van de 2021-meting bestaat naast dit rapport uit een Excel tabellenrapport. De bruto-steekproef vormt een representatieve afspiegeling van alle huishoudens in Nederland. De netto-steekproef is gewogen naar voor de populatie relevante kenmerken, zodat ook deze 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 2021 een wat positiever beeld zien ten opzichte van de voorgaande meting. Vergeleken met 2019 is het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gestegen.

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:

	2019	2021
a. Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig	3,86	3,94
b. Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn	3,83	3,92
c. Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen	3,61	3,71
d. Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen	3,52	3,65
e. Voedingsmiddelen worden steeds veiliger	3,42	3,53
f. Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding	3,42	3,47
g. Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen	3,00	2,88
h. Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel	2,87	2,78
i. Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen	2,79	2,66
j. Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald	2,67	2,52
k. Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen	2,64	2,51
l. Corona/COVID-19 heeft geen invloed op de veiligheid van voedingsmiddelen	n.v.t.	3,70

Er zijn duidelijk positieve veranderingen te zien in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen in 2021 ten opzichte van 2019. De grootste absolute stijging van het gemiddelde vindt plaats op de stelling 'Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen'. Verder staan in de top-3 van hoogste stijgers de stellingen 'Voedingsmiddelen worden steeds veiliger' en 'Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen'. De overige drie positief geformuleerde stellingen zijn ook hoger beoordeeld dan in 2019. De waargenomen verschillen zijn gering; toch kan men al met al spreken van een gestegen score in de beoordeling van de positief geformuleerde stellingen in de periode 2019-2021.

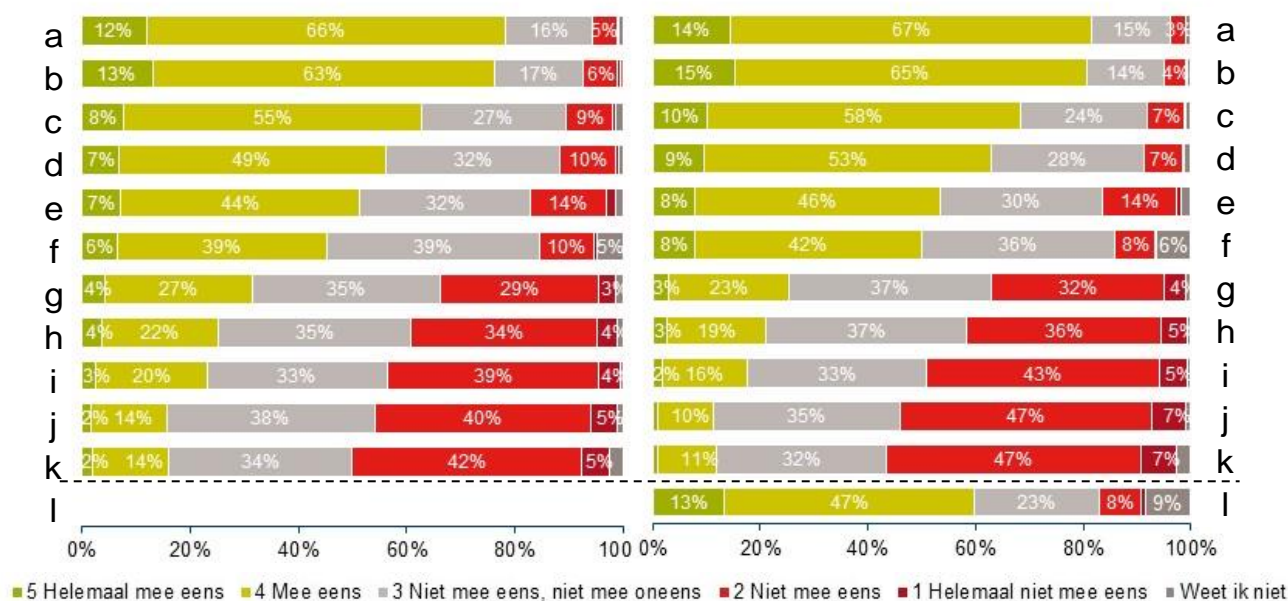
Er zijn ook verschillen te vinden in de beoordeling van de negatief geformuleerde stellingen ten opzichte van de voorgaande meting. De daling in de beoordeling van de stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald' is het sterkst,

gevolgd door de stellingen 'Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen' en 'Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen'. De rest van de negatief geformuleerde stellingen zijn ook lager beoordeeld in 2021 dan in 2019. De daling, die in 2013 is gestart, zet ook verder door in 2021. Dit is een 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. De afgelopen jaren is het vertrouwen van de consumenten dus gestegen.

Dit jaar is voor het eerst een stelling opgenomen over de invloed van corona/COVID-19 op de veiligheid van voedingsmiddelen. Met een gemiddelde score van 3,7 past deze stelling in het rijtje met de positief geformuleerde stellingen. Consumenten geven dus voornamelijk aan dat zij het er mee eens zijn dat de voedselveiligheid door de coronacrisis niet in het geding is.

De stijging in het vertrouwen in de voedselveiligheid in 2021 ten opzichte van in 2019 wordt tevens inzichtelijk wanneer de percentages '(helemaal) mee eens' van afgelopen metingen met elkaar vergeleken worden (zie figuur 2). In de figuur is te zien dat de percentages '(helemaal) mee eens' bij de positief geformuleerde stellingen hoger en bij de negatief geformuleerde stellingen lager zijn.

Maar liefst 82% van de consumenten is het '(helemaal) mee eens' met de stelling 'Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig'. Dit percentage is 3 procentpunten hoger dan in 2019. De positief geformuleerde stelling met het laagste percentage '(helemaal) mee eens' is 'Voedingsmiddelen worden steeds veiliger'. Dit percentage is 50% terwijl dit in 2019 nog 45%



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

Stellingen:

	2019	2021
a. Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig	78%	82%
b. Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn	76%	81%
c. Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen	63%	68%
d. Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen	56%	63%
e. Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding	51%	54%
f. Voedingsmiddelen worden steeds veiliger	45%	50%
g. Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen	32%	25%
h. Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel	25%	21%
i. Ik maak me zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen	23%	18%
j. Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald	16%	11%
k. Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen	16%	12%
l. Corona/COVID-19 heeft geen invloed op de veiligheid van voedingsmiddelen	n.v.t.	60%

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 voordoen, toont tabel 1 een ranking van de stellingen op basis van de grootste relatieve verandering en.

Rank	Index	<u>Positieve stelling</u>
1	112	Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen
2	111	Voedingsmiddelen worden steeds veiliger
3	109	Ik ben tevreden over de veiligheid van voedingsmiddelen
4	106	Ik vertrouw erop dat voedingsmiddelen veilig zijn
5	104	Over het algemeen zijn er weinig risico's verbonden aan voeding
6	104	Over het algemeen zijn voedingsmiddelen veilig
Rank	Index	<u>Negatieve stelling</u>
1	72	Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald
2	74	Ik voel me onbehaaglijk over de veiligheid van voedingsmiddelen
3	76	Ik maak mij zorgen over de veiligheid van voedingsmiddelen
4	80	Door voedselschandalen sta ik wantrouwend tegenover bepaalde voedingsmiddelen
5	83	Door voedselschandalen maak ik me extra druk over de veiligheid van voedsel

Tabel 1. Ranking stellingen op basis van grootste relatieve verandering in consumentenvertrouwen gebaseerd op de index van het percentage 'helemaal' mee eens van 2021 t.o.v. 2019.

Uit tabel 1 blijkt dat alle positieve stellingen beter wordt beoordeeld in 2021 dan in 2019. De stelling waar consumenten het meest positief over zijn is 'Ik ben optimistisch over de veiligheid van voedingsmiddelen': index 112.

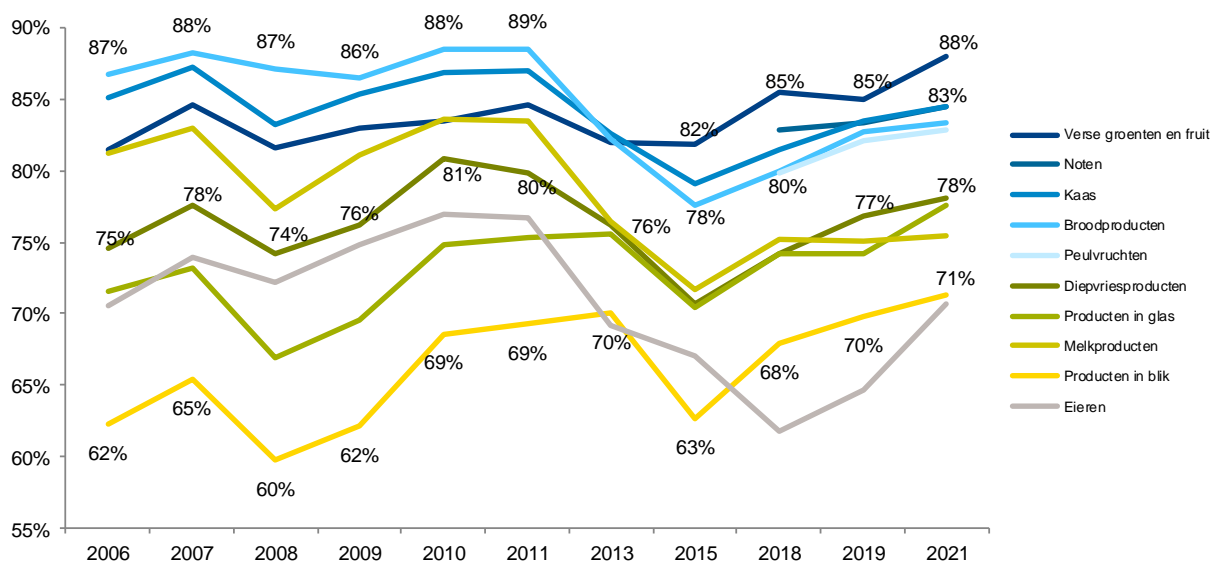
De grootste verandering ten opzichte van 2019 is zichtbaar bij de negatief geformuleerde stellingen. Deze laten een relatieve daling zien, wat betekent dat consumenten in 2021 vaker een lage score hebben gegeven ten opzichte van 2019 en dus positiever gestemd zijn. Vooral de stelling 'Het afgelopen half jaar is mijn vertrouwen in de veiligheid van voedingsmiddelen gedaald' laat een sterke daling zien: index 72.

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 voor alle productgroepen is gestegen in 2021 ten opzichte van 2019. Alleen het vertrouwen in de veiligheid van de productgroep melkproducten is gelijk gebleven in vergelijking met de metingen in 2019 en 2018. Het vertrouwen in de veiligheid van de productgroepen eieren en producten in glas is het meest gestegen. Het consumentenvertrouwen in 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.

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

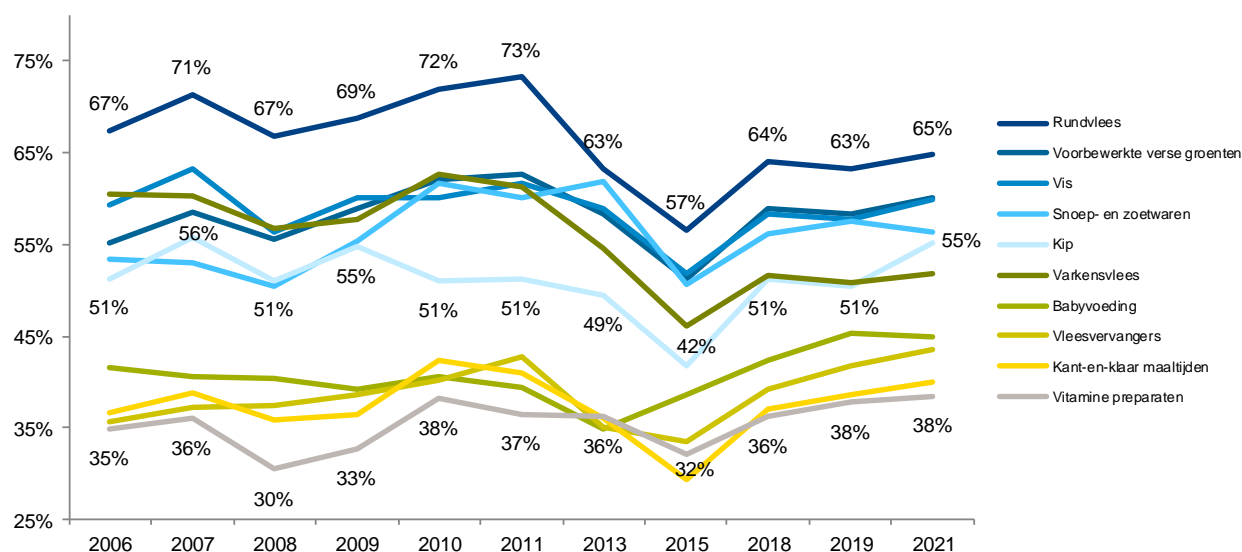


Figuur 3a. Consumentenvertrouwen in de veiligheid van verschillende productgroepen (1/2) (% (volledig) vertrouwen).

Productgroepen:	2019	2021
a. Verse groenten en fruit	85%	88%
b. Noten	83%	84%
c. Kaas	83%	84%
d. Broodproducten	83%	83%
e. Peulvruchten	82%	83%
f. Diepvriesproducten	77%	78%
g. Producten in glas	74%	78%
h. Melkproducten	75%	75%
i. Producten in blik	70%	71%
j. Eieren	65%	71%

In figuur 3b is te zien dat het consumentenvertrouwen in de veiligheid van snoep- en zoetwaren licht is gedaald ten opzichte van 2019. Het vertrouwen in de productgroep babyvoeding is gelijk gebleven. Met uitzondering van deze twee productgroepen is het vertrouwen in alle

productgroepen licht gestegen in 2021 ten opzichte van 2019. In de periode 2015-2019 is er, na een dip, een stijging te zien in het consumentenvertrouwen in de veiligheid van de verschillende productgroepen. In 2021 zet deze stijging in consumentenvertrouwen licht door.



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

Productgroepen:	2019	2021
a. Rundvlees	63%	65%
b. Voorbewerkte verse groenten	58%	60%
c. Vis	58%	60%
d. Snoep- en zoetwaren	58%	56%
e. Kip	51%	55%
f. Varkensvlees	51%	52%
g. Babyvoeding	45%	45%
h. Vleesvervangers	42%	44%
i. Kant-en-klaarmaaltijden	39%	40%
j. Vitaminepreparaten	38%	38%

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' 2021 ten opzichte van 2019.

In tabel 2 is te zien dat in 2021 het vertrouwen in de veiligheid in de bijna alle productgroepen is toegenomen ten opzichte van 2019. Eieren, kip en producten in glas laten de grootste relatieve stijging in het vertrouwen laten zien (met respectievelijk een index van 109, 109 en 105) en babyvoeding en snoep- en zoetwaren de grootste relatieve daling (met respectievelijk een index 99 en 98).

Babyvoeding liet de afgelopen jaren de grootste relatieve stijging in consumentenvertrouwen zien. Dit vertrouwen herstelde zich weer nadat er eind 2017 uit voorzorg babyvoeding uit de schappen was gehaald vanwege een (mogelijke) salmonella besmetting. Het vertrouwen in babyvoeding was in 2019 groter dan in alle voorafgaande metingen. In 2021 is dit gestabiliseerd, met een index van 99. Ten opzichte van de meting in 2019 is het vertrouwen in snoep- en zoetwaren het meest gedaald (index 98). Wellicht komt dit doordat er in de afgelopen jaren veel campagnes zijn geweest over de negatieve impact van suiker op de gezondheid in de media.

Het vertrouwen in de voedselveiligheid van de productcategorie eieren (index 109) herstelt zich nog steeds na het Fipronil incident in de zomer van 2017. 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 hersteld na deze gebeurtenis.

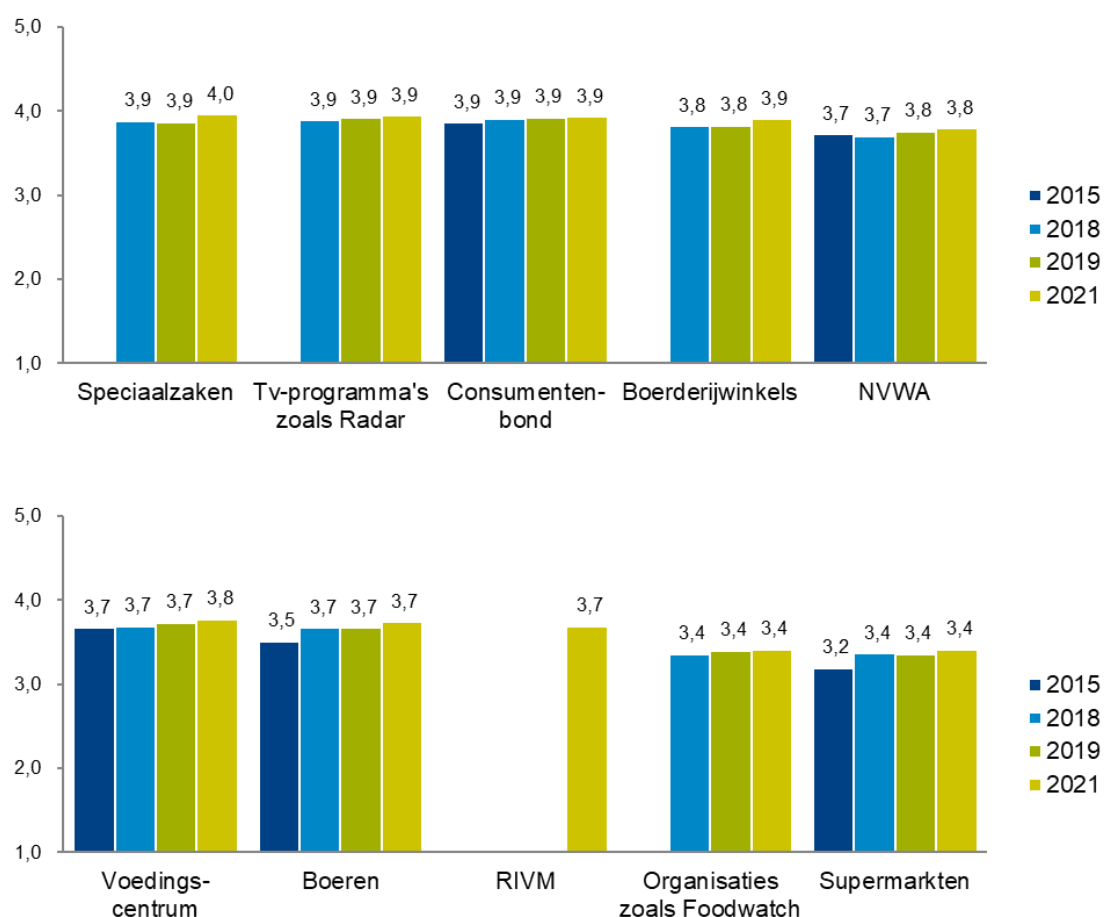
Rank	Index	Productgroep
1	109	Eieren
2	109	Kip
3	105	Producten in glas
4	104	Vleesvervangers
5	104	Vis
6	104	Verse groenten en fruit
7	103	Kant-en-klaarmaaltijden
8	103	Vorbewerkte verse groenten
9	102	Rundvlees
10	102	Producten in blik
11	102	Vitamine preparaten
12	102	Varkensvlees
13	102	Diepvriesproducten
14	101	Noten
15	101	Kaas
16	101	Peulvruchten
17	101	Broodproducten
18	100	Melkproducten
19	99	Babyvoeding
20	98	Snoep- en zoetwaren

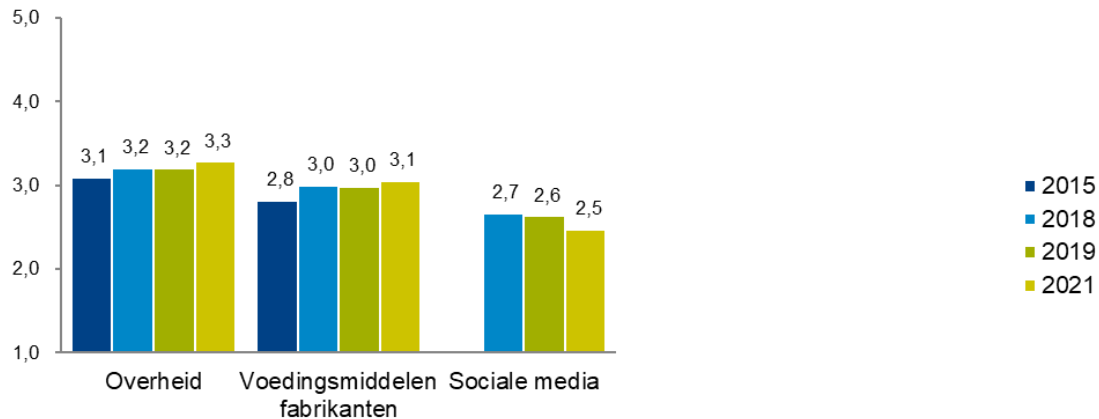
Tabel 2. Ranking productgroepen o.b.v. de index van het percentage '(volledig) vertrouwen' van 2021 t.o.v. 2019.

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 vanaf 2015.





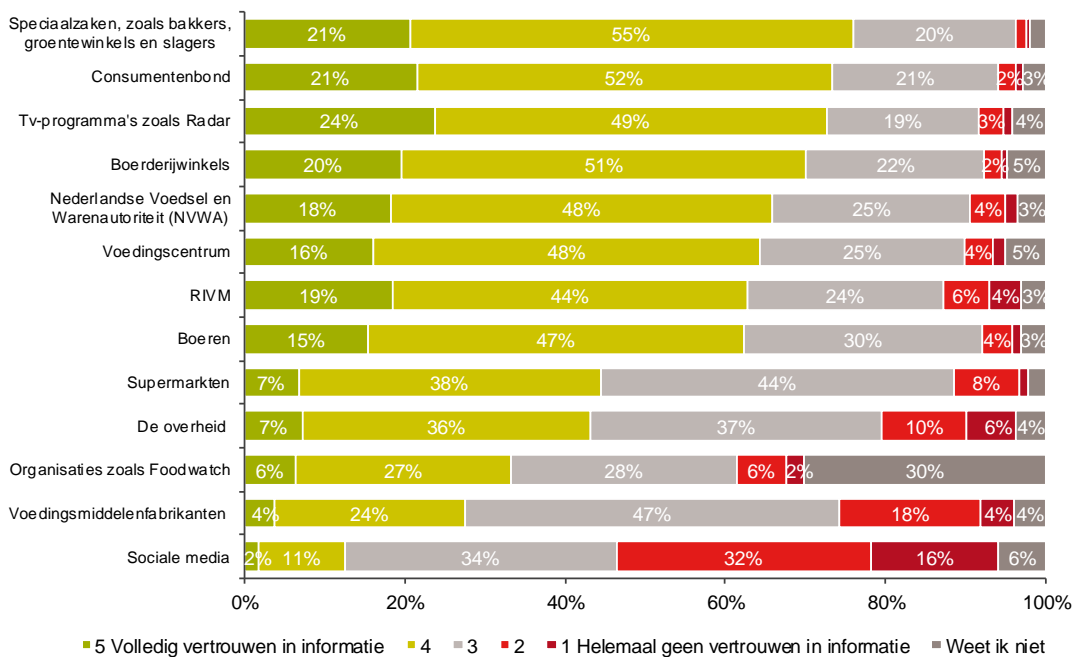
Figuur 4. Consumentenvertrouwen in informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door verschillende partijen (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Partijen:	2019	2021
a. Speciaalzaken	3,9	4,0
b. TV-programma's zoals Radar	3,9	3,9
c. Consumentenbond	3,9	3,9
d. Boerderijwinkels	3,8	3,9
e. NVWA	3,8	3,8
f. Voedingscentrum	3,7	3,8
g. Boeren	3,7	3,7
h. RIVM	n.v.t.	3,7
i. Organisaties zoals Foodwatch	3,4	3,4
j. Supermarkten	3,4	3,4
k. Overheid	3,2	3,3
l. Voedingsmiddelenfabrikanten	3,0	3,1
m. Sociale media	2,6	2,5

De speciaalzaken, TV-programma's zoals Radar, de Consumentenbond en boerderijwinkels krijgen de hoogste score van consumenten. Dit betekent dat consumenten het meeste vertrouwen hebben in de informatie die verstrekt is door deze organisaties.

Het consumentenvertrouwen van de meeste van de partijen in figuur 4 is gelijk gebleven of licht gestegen. De enige daling is te zien bij het vertrouwen in de informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door sociale media. Sociale media heeft met 2,5 de laagste score van alle genoemde partijen.

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).



Figuur 5. Consumentenvertrouwen in informatie over de veiligheid van voedsel verstrekt door verschillende partijen van 2019 (% (Volledig) vertrouwen)

Partijen:	2019	2021
a. Speciaalzaken	72%	76%
b. Consumentenbond	73%	73%
c. TV-programma's zoals Radar	71%	73%
d. Boerderijwinkels	66%	70%
e. NVWA	65%	66%
f. Voedingscentrum	63%	64%
g. RIVM	n.v.t.	63%
h. Boeren	59%	62%
i. Supermarkten	41%	44%
j. Overheid	38%	43%
k. Organisaties zoals Foodwatch	34%	33%
l. Voedingsmiddelenfabrikanten	26%	28%
m. Sociale media	17%	13%

Speciaalzaken worden als meest betrouwbare partij gezien door de consumenten als het gaat om informatie over voedselveiligheid. Maar liefst 76% van de consumenten heeft (volledig) vertrouwen in de informatie die speciaalzaken verstrekken. Slechts 2% van de consumenten heeft (helemaal) geen vertrouwen in de betrouwbaarheid van speciaalzaken.

Ook de Consumentenbond wordt als betrouwbare organisatie gezien door de consumenten als het gaat om informatie over voedselveiligheid. Maar liefst 73% 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.

Verder hebben consumenten ook veel vertrouwen in de informatie over voedselveiligheid die vertrekt wordt door consumenten TV-programma's zoals Radar of Keuringsdienst van Waarde, maar liefst 73% 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 1 procentpunt ten opzichte van vorig jaar.

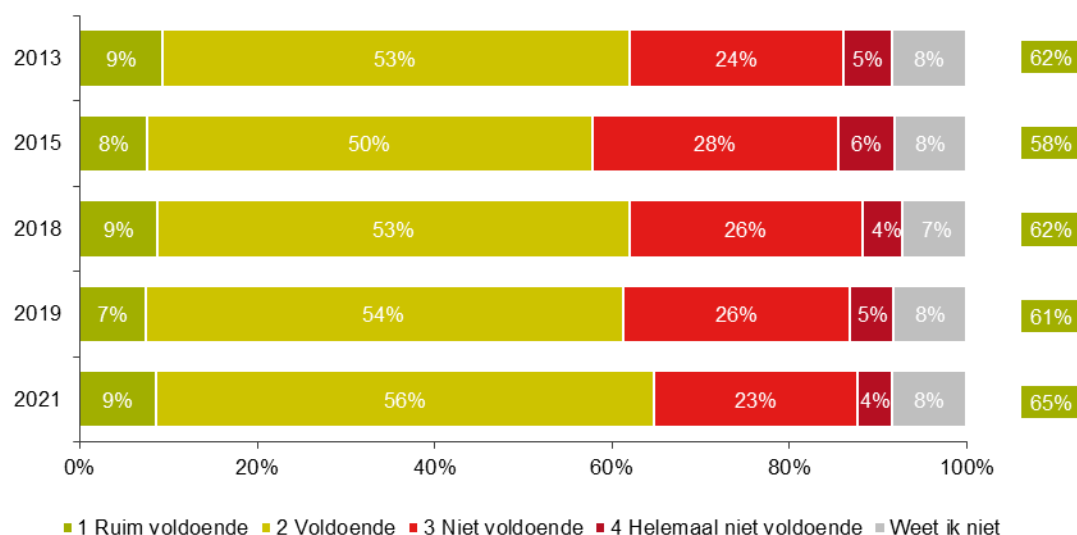
Opmerkelijk is dat kleinere winkels zoals de genoemde speciaalzaken (76% (volledig) vertrouwen) en boerderijwinkels (71% (volledig) vertrouwen) hoog scoren als het gaat om betrouwbaarheid. De persoonlijke band met de klant en het gebruik van natuurlijke producten speelt hierin wellicht een rol. Opmerkelijk is het grote verschil in vertrouwen tussen deze kleinere spelers en grote spelers zoals supermarkten (45% (volledig) vertrouwen). De zichtbaarheid van

het productieproces in kleinere winkels tegenover het productieproces in fabrieken kan een positieve invloed hebben op de betrouwbaarheid.

Consumenten hebben een stuk minder vertrouwen in de betrouwbaarheid van voedingsmiddelenfabrikanten, 28% van de consumenten heeft (volledig) vertrouwen in deze informatiebron. Bijna de helft van de consumenten (47%) 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 (48%) dan (volledig) vertrouwen (13%) 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 2021 is het percentage consumenten dat vindt dat er 'ruim voldoende' wordt gedaan aan de voedselveiligheid gestegen ten opzichte van de jaren daarvoor. Daarnaast vindt ruim een kwart (27%) van de consumenten dat er '(helemaal) niet voldoende' aan de veiligheid wordt gedaan. Dit aandeel is lager dan in de meting van 2019.



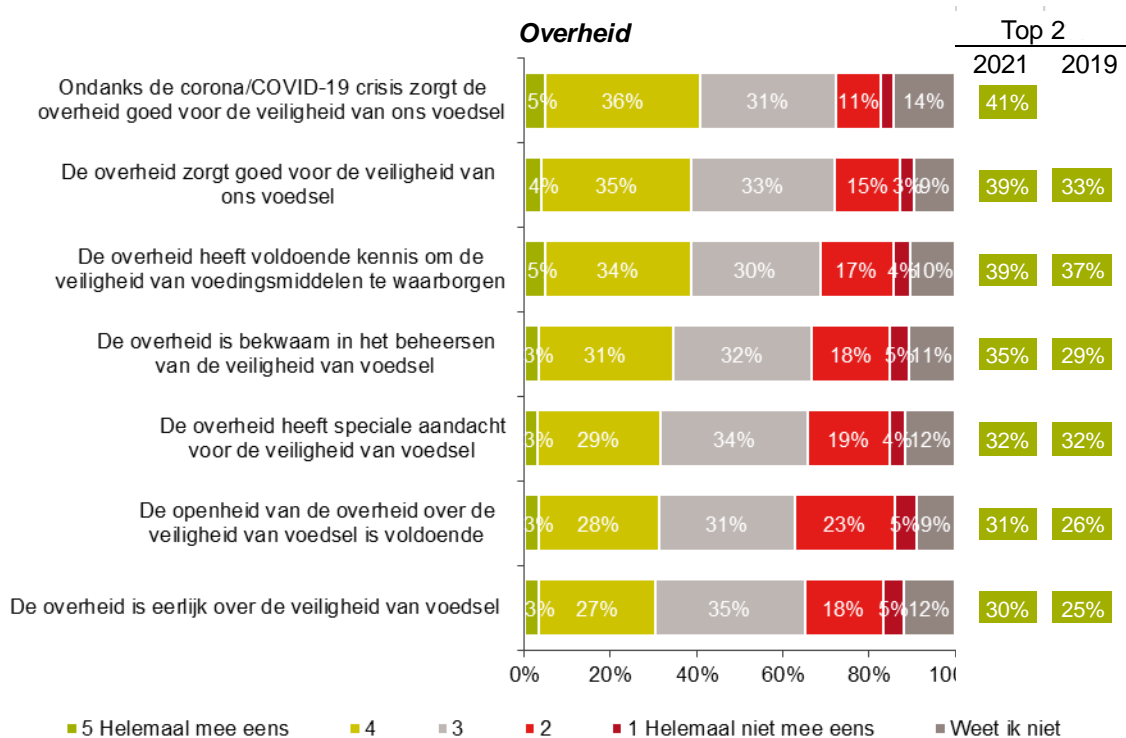
Figuur 6. Mate waarin consumenten vinden dat er voldoende gedaan wordt aan de veiligheid van voedsel.

Jaren:	% (Ruim) voldoende
a. 2013	62%
b. 2015	58%
c. 2018	62%
d. 2019	61%
e. 2021	65%

4. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen

Sinds 2013 wordt consumenten gevraagd om verschillende partijen (de overheid, voedingsmiddelenfabrikanten, boeren en supermarkten) te beoordelen op een aantal stellingen omtrent de houding en het gedrag van deze partijen wat betreft voedselveiligheid. 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 4 en 5, (helemaal) mee eens) weergegeven.



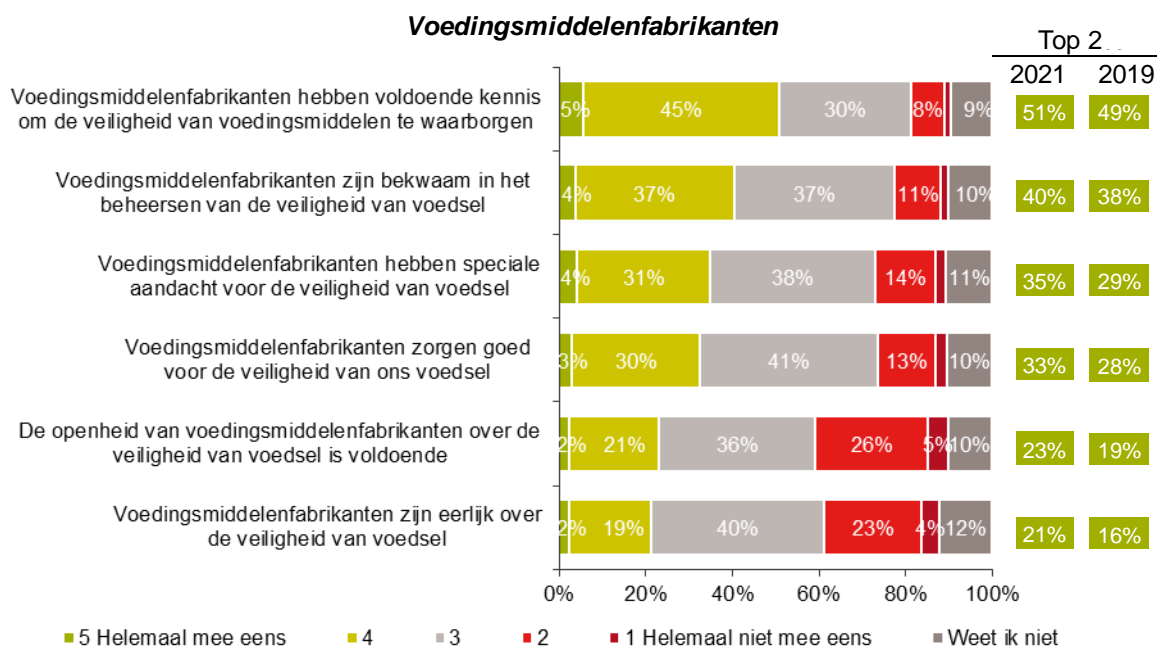
Figuur 7a. Consumentenvertrouwen in de overheid wat betreft voedselveiligheid (plus % (helemaal) mee eens).

Stellingen:

	2019	2021
a. Ondanks de corona/COVID-19 crisis zorgt de overheid goed voor de veiligheid van ons voedsel	n.v.t.	41%
b. De overheid zorgt goed voor de veiligheid van ons voedsel	33%	39%
c. De overheid heeft voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen	37%	39%
d. De overheid is bekwaam in het beheersen van de veiligheid van voedsel	29%	35%
e. De overheid heeft speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel	32%	32%
f. De openheid van de overheid over de veiligheid van voedsel is voldoende	26%	31%
g. De overheid is eerlijk over de veiligheid van voedsel	30%	30%

Over het algemeen is de houding van consumenten tegenover de betrouwbaarheid van de overheid met betrekking tot voedselveiligheid gestegen tussen 2019 en 2021. Vergeleken met 2019 is in 2021 het percentage consumenten dat er vertrouwen in heeft dat de overheid goed zorgt voor de veiligheid van ons voedsel en dat de overheid bekwaam is in het beheersen van de veiligheid van voedsel het sterkst gestegen, namelijk met zes procentpunten. Alleen het percentage (helemaal) mee eens op de stelling dat de overheid speciale aandacht heeft voor de veiligheid van voedsel is niet gestegen maar gelijk gebleven.

Dit jaar is een stelling toegevoegd over het vertrouwen dat de overheid ondanks de corona/COVID-19 crisis goed zorgt voor de veiligheid van ons voedsel. Deze stelling scoort met 41% (helemaal) mee eens het hoogste. De openheid en eerlijkheid van de overheid over de veiligheid van voedsel worden evenals in de metingen van 2018 en 2019 als laagste beoordeeld. Het consumentenvertrouwen is voor beide stellingen wel met vijf procentpunten gestegen in 2021.



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

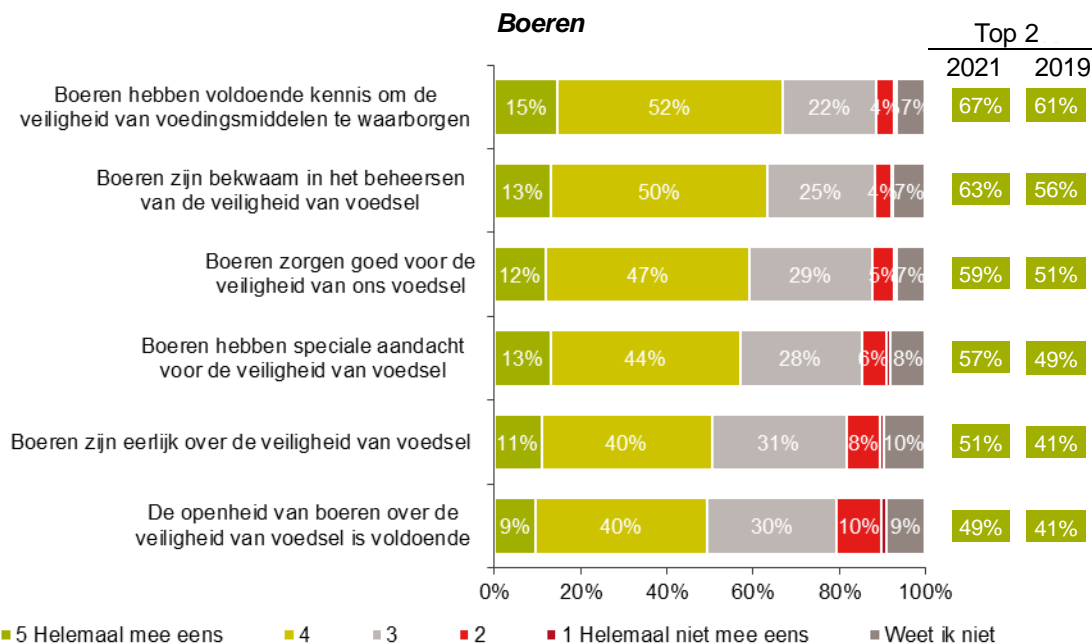
Stellingen:	2019	2021
a. Voedingsmiddelenfabrikanten hebben voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen	49%	51%
b. Voedingsmiddelenfabrikanten zijn bekwaam in het beheersen van de veiligheid van voedsel	38%	40%
c. Voedingsmiddelenfabrikanten hebben speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel	29%	35%
d. Voedingsmiddelenfabrikanten zorgen goed voor de veiligheid van ons voedsel	28%	33%
e. De openheid van voedingsmiddelenfabrikanten over de veiligheid van voedsel is voldoende	19%	23%
f. Voedingsmiddelenfabrikanten zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel	16%	21%

Ook het consumentenvertrouwen in voedingsmiddelenfabrikanten (figuur 7b) is gestegen in de periode 2019-2021. Opmerkelijk is het verschil tussen de waardering van de verschillende stellingen over voedingsmiddelenfabrikanten. De helft van de consumenten (51%) denkt dat de voedingsmiddelenfabrikanten voldoende kennis hebben om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen. De stelling waarbij het consumentenvertrouwen het meest is gestegen ten opzichte van 2019 is dat voedingsmiddelenfabrikanten goed zorgen voor de veiligheid van ons voedsel.

Slechts 21% van de consumenten is het (helemaal) eens met de stelling of voedingsmiddelenfabrikanten eerlijk zijn over de veiligheid van voedsel. Dit percentage is hoger dan het percentage in 2019 (16%). Langzaam lijkt de waardering zoals gegeven in 2007 (29% (helemaal) eens) zich weer te herstellen.

Het vertrouwen in de boeren (figuur 7c) is eveneens gestegen in de periode 2019-2021. Consumenten hebben gemiddeld het meeste vertrouwen in boeren wat betreft voedselveiligheid. Daar komt bij dat bij alle stellingen voor de boeren veruit de laagste percentages '(helemaal) mee oneens' genoemd zijn.

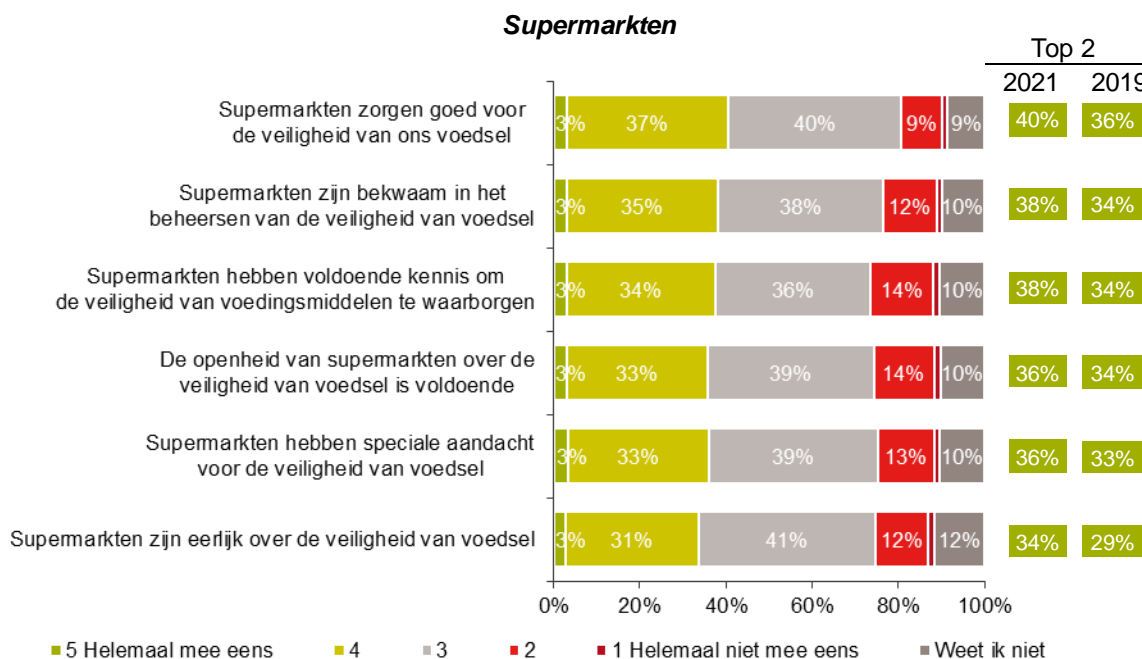
Twee derde (67%) van de consumenten vindt dat boeren voldoende kennis hebben om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen. Dit is het hoogste percentage van alle partijen. De grootste stijging (van 41% in 2019 naar 51% in 2021) in consumenten vertrouwen is te zien bij de stelling 'Boeren zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel'.



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

Stellingen:	2019	2021
a. Boeren hebben voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen	61%	67%
b. Boeren zijn bekwaam in het beheersen van de veiligheid van voedsel	56%	63%
c. Boeren zorgen goed voor de veiligheid van ons voedsel	51%	59%
d. Boeren hebben speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel	49%	57%
e. Boeren zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel	41%	51%
f. De openheid van boeren over de veiligheid van voedsel is voldoende	49%	49%

Over de gehele linie is het consumentenvertrouwen in supermarkten gestegen ten opzichte van 2019. Opvallend is dat de scores van deze zes aspecten onderling dichter bij elkaar liggen dan bij de overheid, voedingsmiddelenfabrikanten en boeren. De stelling 'Supermarkten zorgen goed voor de veiligheid van ons voedsel' wordt wederom het hoogst gewaardeerd met 40% (helemaal) mee eens.



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

Stellingen:

	2019	2021
a. Supermarkten zorgen goed voor de veiligheid van ons voedsel	36%	40%
b. Supermarkten zijn bekwaam in het beheersen van de veiligheid van voedsel	34%	38%
c. Supermarkten hebben voldoende kennis om de veiligheid van voedingsmiddelen te waarborgen	34%	38%
d. De openheid van supermarkten over de veiligheid van voedsel is voldoende	34%	36%
e. Supermarkten hebben speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel	33%	36%
f. Supermarkten zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel	29%	34%

In tabel 3 is te zien dat het gemiddelde vertrouwen op alle aspecten voor alle partijen gestegen is ten opzichte van 2019, behalve voor één aspect dat gelijk is gebleven in de lijst van de overheid: 'speciale aandacht' (De overheid heeft speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel). De hoogste index is 129 en is te zien bij voedingsmiddelenfabrikanten: 'Eerlijk' (Voedingsmiddelenfabrikanten zijn eerlijk over de veiligheid van voedsel). Opvallend is dat het aspect 'eerlijk' bij alle partijen op de eerste plaats staat. Dit duidt erop dat het vertrouwen van consumenten in de eerlijkheid van de partijen over de veiligheid van voedingsmiddelen het sterkst is gestegen in 2021 ten opzichte van 2019.

Rank	Index	
Overheid		
1	120	Eerlijk
2	119	Goed zorgen
3	119	Openheid
4	117	Bekwaam in het beheersen
5	105	Voldoende kennis
6	100	Speciale aandacht
Voedingsmiddelenfabrikanten		
1	129	Eerlijk
2	121	Openheid
3	119	Speciale aandacht
4	114	Veiligheid
5	106	Bekwaam in het beheersen
6	104	Voldoende kennis
Boeren		
1	124	Eerlijk
2	122	Openheid
3	117	Goed zorgen
4	116	Speciale aandacht
5	113	Bekwaam in het beheersen
6	110	Voldoende kennis
Supermarkten		
1	114	Eerlijk
2	112	Bekwaam in het beheersen
3	112	Veiligheid
4	111	Voldoende kennis
5	108	Speciale aandacht
6	106	Openheid

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 2021 t.o.v. 2019.

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

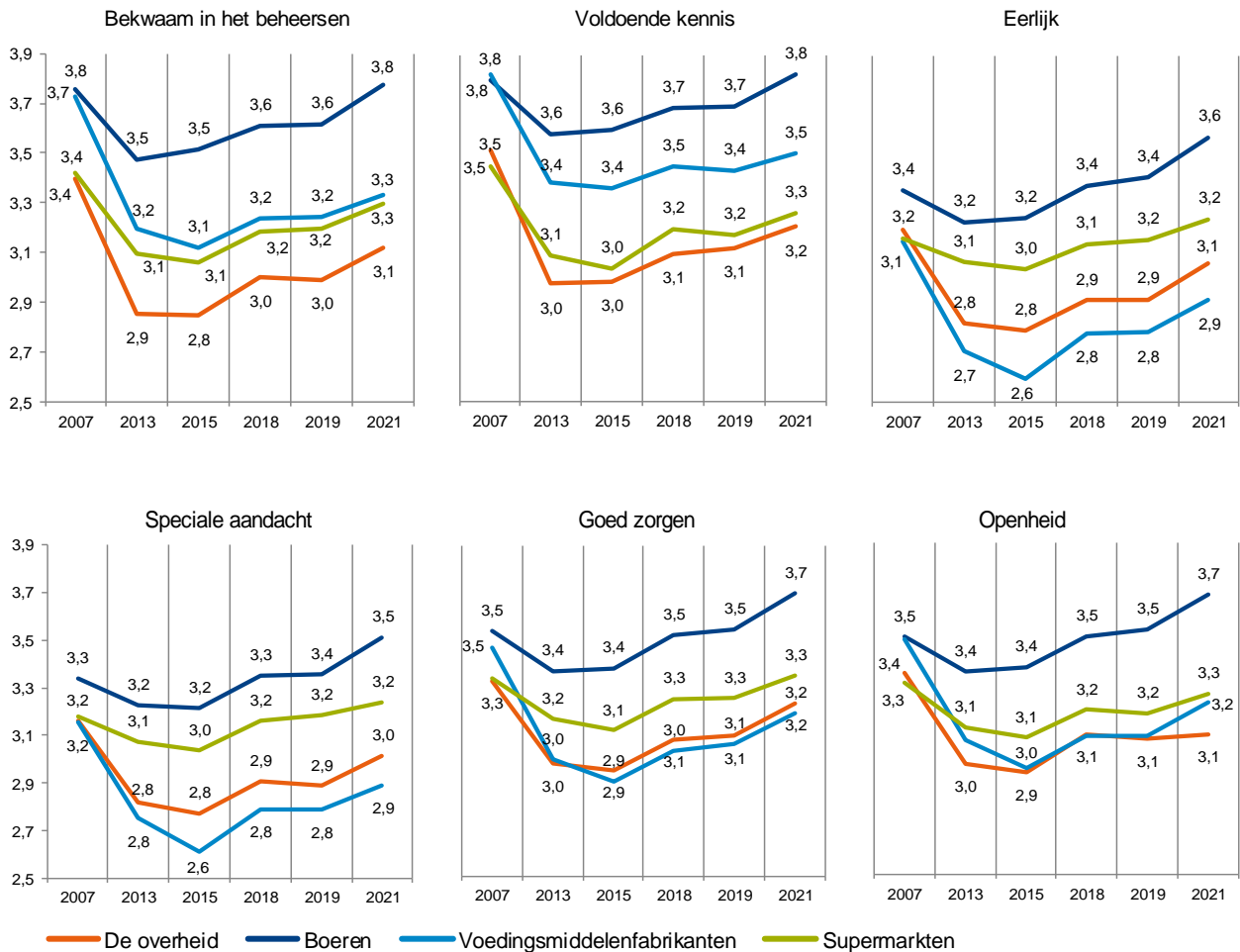
Deze partij heeft speciale aandacht voor de veiligheid van voedsel

Deze partij zorgt goed voor de veiligheid van ons voedsel

De openheid van deze partij over de veiligheid van voedsel is voldoende

Figuur 7e toont de gemiddelde score op ieder aspect van de verschillende partijen in de periode 2007-2021. Hierdoor 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 vooral lager op de aspecten bekwaam in beheersen en voldoende kennis. De overheid en voedingsmiddelenfabrikanten scoren voornamelijk lager op de aspecten eerlijk, speciale aandacht, goed zorgen en openheid.

Na 2007 hebben alle partijen vertrouwen van consumenten verloren. Boeren en supermarkten hebben het vertrouwen grotendeels weer teruggewonnen. Boeren scoren op de meeste aspecten (eerlijk, speciale aandacht, goed zorgen en openheid) zelfs hoger dan in 2007. Vooral voor de voedingsmiddelenfabrikanten is het lastig weer terug te komen op het niveau in 2007.



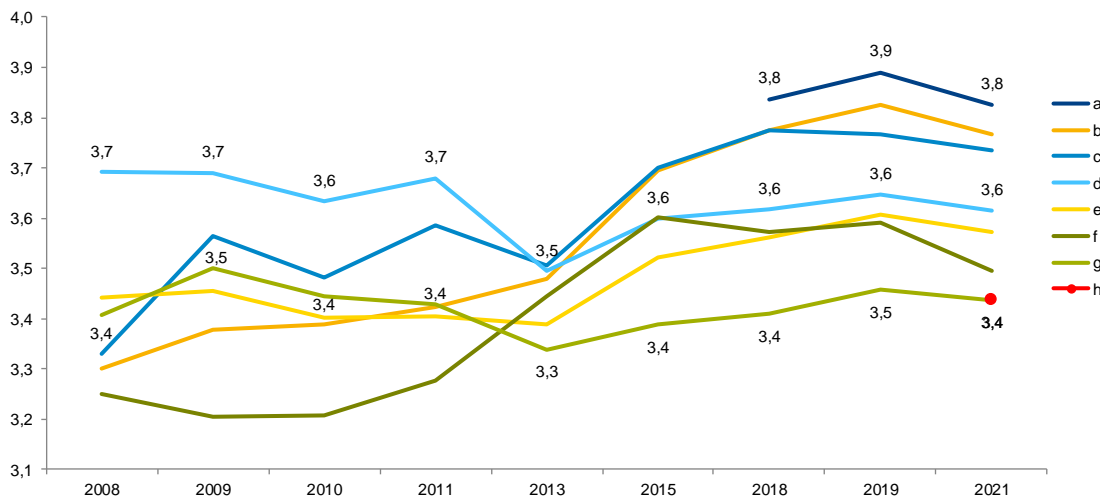
Figuur 7e. Consumentenvertrouwen in verschillende partijen wat betreft voedselveiligheid per aspect

Aspecten:	Overheid		Boeren		Voedingsm.fabr.		Supermarkten	
	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021
a. Bekwaam in beheersen	3,0	3,1	3,6	3,8	3,2	3,3	3,2	3,3
b. Voldoende kennis	3,1	3,2	3,7	3,8	3,4	3,5	3,2	3,3
c. Eerlijk	2,9	3,1	3,4	3,6	2,8	2,9	3,2	3,2
d. Speciale aandacht	2,9	3,0	3,4	3,5	2,8	2,9	3,2	3,2
e. Goed zorgen	3,1	3,2	3,5	3,7	3,1	3,2	3,3	3,3
f. Openheid	3,1	3,1	3,5	3,7	3,1	3,2	3,2	3,3

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 22 uiteenlopende zaken zorgen maken. In de figuren 8a, 8b en 8c 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.

Over het algemeen maken consumenten zich in 2021 minder zorgen over de voeding of de productie van voedingsmiddelen dan in 2019. Op veel punten maken consumenten zich vanaf 2013 al meer zorgen over voedingsmiddelen maar in de huidige meting is er weer een daling ingezet.



Figuur 8a. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (1/3) (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

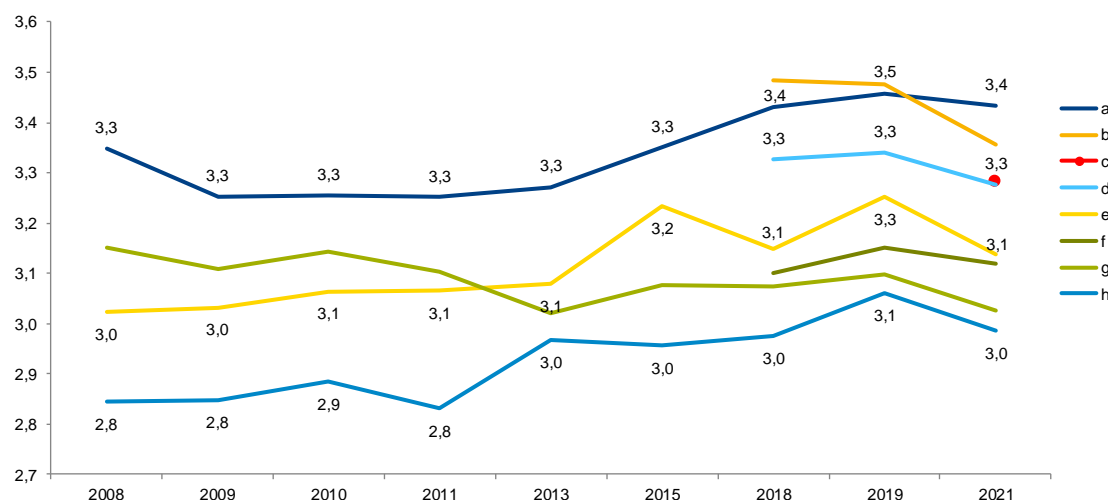
Categorieën:	2019	2021
a. Voedselverspilling	3,9	3,8
b. De hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen	3,8	3,8
c. De hoeveelheid zout in voedingsmiddelen	3,8	3,7
d. Het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij het verbouwen van gewassen	3,6	3,6
e. Genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen	3,6	3,6
f. Het gebruik van toevoegingen	3,6	3,5
g. De hoeveelheid vet in voedingsmiddelen	3,5	3,4
h. Corona/COVID-19 (in 2021 voor het eerst gemeten)	n.v.t.	3,4

In figuur 8a worden de acht aspecten getoond waarover consumenten zich het meeste zorgen maken. Voedselverspilling heeft de hoogste gemiddelde score en is dus het aspect waarover de meeste zorgen bestaan.

Net als bij de zorgen om voedselverspilling bereikte de zorgen om de hoeveelheid suiker in 2019 een hoogtepunt en is dit jaar een lichte daling in de gemiddelde score te zien. De zorgen hierover blijven hoog maar het lijkt te stabiliseren. In de afgelopen jaren zijn er veel campagnes over de negatieve impact van suiker op de gezondheid in de media verschenen. Met product verpakkingen 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 sinds 2019 na groeiende zorgen in de jaren ervoor. De zorgen om de hoeveelheid vet in voedingsmiddelen is al jaren stabiel.

Daarnaast is er, na een duidelijke stijging in de afgelopen jaren, een stabiel beeld te zien in de zorgen om het gebruik van bestrijdingsmiddelen en genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen. In 2021 is voor eerst gemeten in hoeverre consumenten zich zorgen maken

om corona/COVID-19 in relatie met voedselveiligheid. De gemiddelde score die hieruit voortkomt is 3,4 en ligt dus wat dichterbij 'heel veel zorgen (5)' dan bij 'helemaal geen zorgen (1)'.



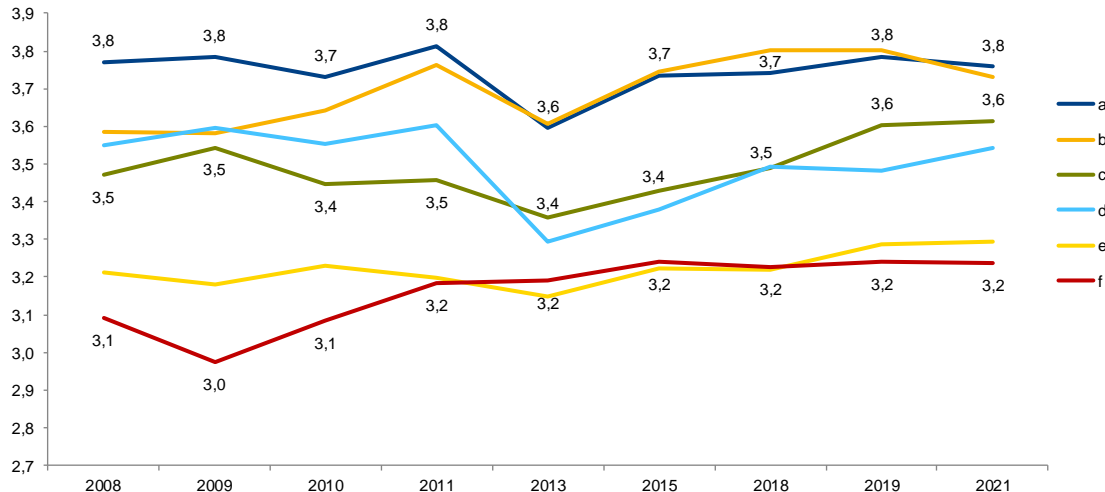
Figuur 8b. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (2/3) (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Categorieën:

	2019	2021
a. Bacteriën, virussen en parasieten die voedselinfecties kunnen veroorzaken	3,5	3,4
b. Fraude met voedsel	3,5	3,4
c. Corona/COVID-19 in slachterijen (in 2021 voor het eerst gemeten)	n.v.t.	3,3
d. Het gebruik van E-nummers	3,3	3,3
e. De kwaliteit van informatie op etiketten	3,3	3,1
f. De betekenis van keurmerken	3,2	3,1
g. Voedselallergieën	3,1	3,0
h. Gezond eten	3,1	3,0

Figuur 8b toont de acht aspecten waarover consumenten zich wat minder zorgen maken. Voor alle aspecten in deze grafiek is te zien dat een stijging in de zorgen over de afgelopen jaren stagneert en er een lichte daling te zien is.

De score op het aspect 'De kwaliteit van informatie op etiketten' schommelt de afgelopen jaren rond de 3,1. Hierover is enkele jaren geleden veel te doen geweest. Veel voedingsmiddelenfabrikanten speelden 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. Vaak zijn consumenten zich hiervan niet bewust. Dit maakt het lastig voor consumenten om gezonde voedselkeuzes te maken. In 2021 is de score weer licht afgenomen. Wellicht komt dit doordat er het afgelopen jaar weinig over in het nieuws is geweest.



Figuur 8c. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (3/3) (gemiddelde scores op schaal 1 tot 5).

Categorieën:

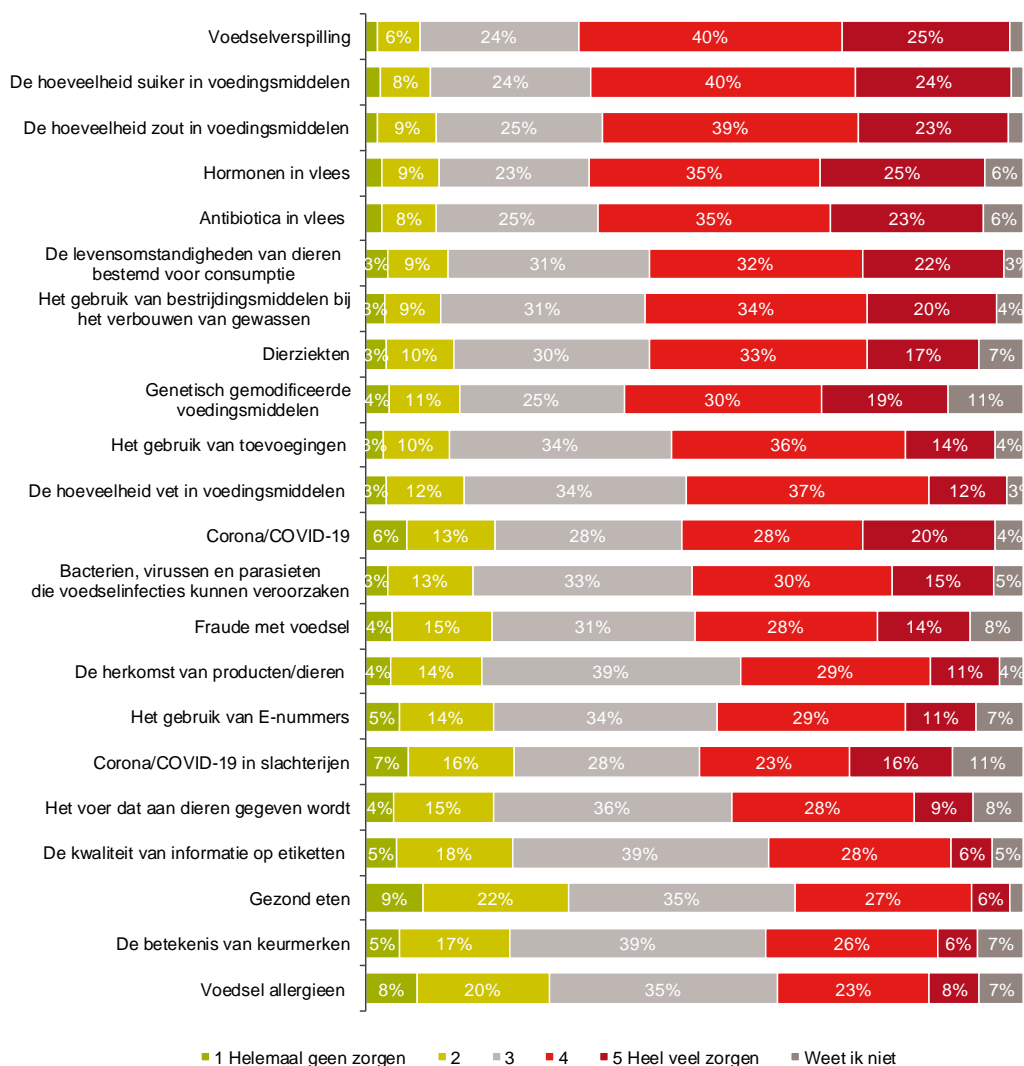
	2019	2021
a. Hormonen in vlees	3,8	3,8
b. Antibiotica in vlees	3,8	3,7
c. De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie	3,6	3,6
d. Dierziekten	3,5	3,5
e. De herkomst van producten/dieren	3,3	3,3
f. Het voer dat aan dieren gegeven wordt	3,2	3,2

Als het om dierlijke producten gaat maakt de consument zich het meeste zorgen over hormonen en antibiotica in vlees. De zorgen over de antibiotica in vlees daalt licht in 2021 na groeiende zorgen vanaf 2013. De zorgen om hormonen in vlees is al een aantal jaren stabiel. De zorgen om de levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie en om dierziekten zijn wederom gestegen in 2021.

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 wat betreft dierlijke producten. De zorgen hierover zijn vrij stabiel gebleven in de afgelopen jaren. Dit ondanks dat in reclames voor voedingsmiddelen regelmatig de nadruk ligt op de herkomst van de producten. Op veel product verpakkingen 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' (gesorteerd op het percentage (heel) veel zorgen). In de figuur is te zien dat voedselverspilling het aspect is waarover consumenten zich het meeste zorgen maken. Twee derde (65%) maakt zich hierover (heel) veel zorgen. Ook de hoeveelheden suiker en zout in voedingsmiddelen baren de consumenten zorgen. Respectievelijk 64% en 62% maakt zich hierover (heel) veel zorgen. Zoals eerdergenoemd wordt er veel aandacht besteed aan dit onderwerp in de media. Mede door de trends rond suiker-/koolhydraatarme diëten worden consumenten zich steeds meer bewust van suiker.

Voedselallergieën is het onderwerp waar consumenten zich het minst zorgen over maken. In totaal maakt 31% van de consumenten zich hier zorgen over. Ook de betekenis van keurmerken en gezond eten zijn aspecten waar consumenten zich weinig zorgen over maken als het gaat om voeding, met respectievelijk 32% en 33% (heel) veel zorgen.



Figuur 9. Zorgen van de consument over voeding of de productie van voedingsmiddelen (% (Heel) veel zorgen)

Stellingen:

	2019	2021
a. Voedselverspilling	69%	65%
b. De hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen	66%	64%
c. De hoeveelheid zout in voedingsmiddelen	63%	62%
d. Hormonen in vlees	61%	60%
e. Antibiotica in vlees	60%	59%
f. De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie	54%	54%
g. Het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij het verbouwen van gewassen	56%	53%
h. Dierziekten	46%	50%
i. Genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen	50%	49%
j. Het gebruik van toevoegingen	54%	49%
k. De hoeveelheid vet in voedingsmiddelen	49%	49%
l. Corona/COVID-19	n.v.t.	48%
m. Bacteriën, virussen en parasieten die voedselinfecties kunnen veroorzaken	47%	46%
n. Fraude met voedsel	46%	42%
o. De herkomst van producten/dieren	40%	39%
p. Het gebruik van E-nummers	42%	39%
q. Corona/COVID-19 in slachterijen	n.v.t.	38%
r. Het voer dat aan dieren gegeven wordt	38%	37%
s. De kwaliteit van informatie op etiketten	39%	34%
t. Gezond eten	35%	33%
u. De betekenis van keurmerken	34%	32%
v. Voedsel allergieën	34%	31%

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 2021 ten opzichte van 2019.

Rank	Index	
1	108	Dierziekten
2	101	De levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie
3	99	De hoeveelheid vet in voedingsmiddelen
4	99	Hormonen in vlees
5	99	De herkomst van producten/dieren
6	98	Genetisch gemodificeerde voedingsmiddelen
7	98	Bacteriën, virussen en parasieten die voedselinfecties kunnen veroorzaken
8	97	De hoeveelheid zout in voedingsmiddelen
9	97	Antibiotica in vlees
10	97	De hoeveelheid suiker in voedingsmiddelen
11	96	De betekenis van keurmerken
12	95	Het voer dat aan dieren gegeven wordt
13	95	Het gebruik van bestrijdingsmiddelen bij het verbouwen van gewassen
14	95	Voedselverspilling
15	93	Gezond eten
16	93	Het gebruik van E-nummers
17	91	Fraude met voedsel
18	91	Het gebruik van toevoegingen
19	90	Voedselallergieën
20	86	De kwaliteit van informatie op etiketten

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 2021 t.o.v. 2019.

In de tabel is te zien dat het aandeel mensen dat zich '(heel) veel zorgen' maakt over dierziekten relatief het meest gestegen is ten opzichte van de meting in 2019 (index 108). De zorgen om de levensomstandigheden van dieren bestemd voor consumptie is ook relatief gestegen met een index van 101. Dit zijn de enige twee aspecten van de lijst waarbij de index gestegen is.

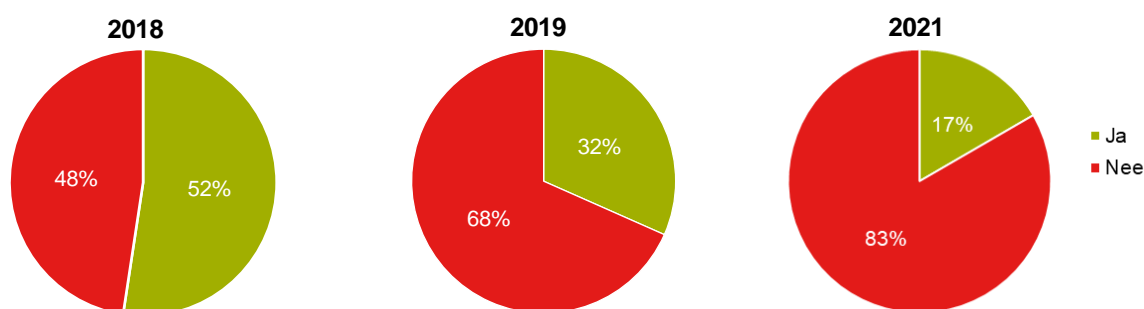
De grootste daling in het aandeel consumenten dat (heel) veel zorgen heeft is over de kwaliteit van informatie op etiketten (index 86). Ook maken minder consumenten zich (heel) veel zorgen over voedselallergieën en het gebruik van toevoegingen.

Samenvattend kan worden gesteld dat consumenten zich in 2021 wat minder zorgen maken over voeding of de productie van voedingsmiddelen dan de afgelopen jaren. De consument heeft in het algemeen vertrouwen in de veiligheid van voedsel. Wanneer er specifiek gevraagd wordt naar het vertrouwen in productgroepen blijkt dat de consumenten zich hier wel in meer of mindere mate 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 17% 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. Hierin is duidelijk een dalende trend waar te nemen want in 2019 lag dit percentage nog op een derde (32%) en in 2018 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. Daarnaast lag de focus in de media in het afgelopen jaar vooral bij de berichtgeving omtrent het coronavirus. In tegenstelling tot de meting van 2018, toen het Fipronil-incident recent daarvoor had plaatsgevonden en nog door veel consumenten herinnerd werd. In de periode rondom de meting van 2019 waren er ook geen grote incidenten geweest.



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

Jaren:	Ja	Nee
a. 2018	52%	48%
b. 2019	32%	68%
c. 2021	17%	83%

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 wordt het Fipronil incident nog steeds spontaan genoemd. Wel is dat aantal aan het dalen: in 2021 wordt dit door 17% van de consumenten die zich een incident herinneren spontaan genoemd ten opzichte van 43% in 2019. Deze affaire vond plaats in de zomer van 2017 en in mei 2018 werd bij een kippenboer wederom een te hoge concentratie Fipronil in de eieren geconstateerd en moesten de kippen en eieren zodoende wederom geruimd worden. Hoewel dit intussen een aantal jaren gelden is, blijft dit een incident dat herinnerd wordt door consumenten.

Kijkende naar de overige genoemde incidenten valt het op dat ruim 1 op de 10 consumenten die zich iets een incident herinnert een terugroepactie van supermarkten noemt. Men doelt hier onder andere op de terugroepactie van verontreinigd sesamzaad eind 2020. In het sesamzaad zaten te veel resten van het kankerverwekkende gewasbeschermingsmiddel ethyleenoxide. Dit incident is door 4% van de mensen die zich een incident herinnert ook apart genoemd.

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 9% van de genoemde gevallen bedorven producten bij aankoop in de winkel of thuis, een stijging van 3 procentpunt ten opzichte van 2019. Binnen deze categorie worden beschimmelde

groenten en fruit, bedorven vlees en vleeswaren en beschimmelde voorverpakte afbakbroodjes genoemd.

Ook misstanden in slachthuizen behoren tot de meest genoemde incidenten, namelijk genoemd door 6% van de consumenten die zich een incident herinnert. Dit is een verdubbeling ten opzichte van 2019, toen dit door 3% werd genoemd. Wellicht komt dit doordat in 2020 een aantal keer een incident in de media is gekomen waarbij ongewenste praktijken in slachthuizen naar voren kwamen.



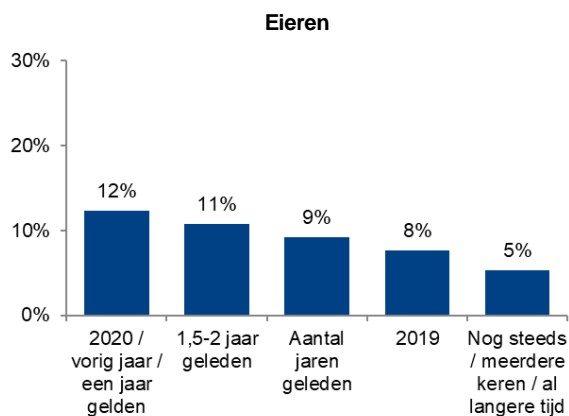
Figuur 11. Herinnering van incident waarbij veiligheid van voedsel in gevaar was of het vertrouwen in voedsel is geschonden (basis: consumenten die aangeven zich een incident te herinneren, in %, open vraag).

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 besmette eieren, terugroepacties supermarkten, bedorven producten en misstanden in slachthuizen de top 5 van de meest aangeduide tijdsperiodes weergegeven.

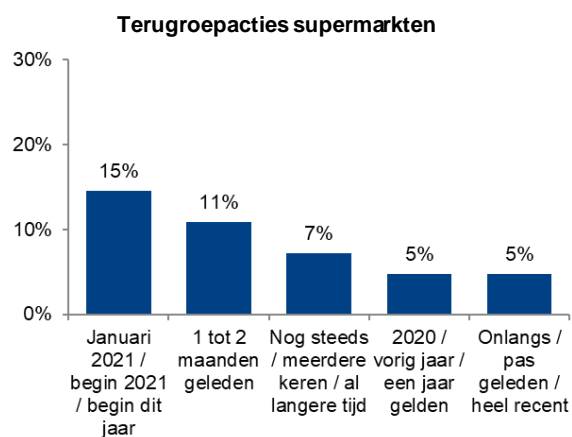
Het eierschandaal speelde zich af in de zomer van 2017 en sleepte zich nog enkele maanden voort. Zoals eerder aangegeven, is het Fipronil incident ook in 2018 in het nieuws geweest, doordat een kippenboer wederom getroffen was. Hierdoor, en doordat het al een aantal jaren geleden is, is het voor respondenten wellicht moeilijk te herinneren wanneer het precies plaatsvond. De antwoorden lopen dan ook nogal uiteen, van 'vorig jaar' tot 'nog steeds'.

Er zijn geregeld terugroepacties van supermarkten en door de respondenten worden ook uiteenlopende producten genoemd waarvoor er terugroepacties waren. Het afgelopen jaar was er de eerder genoemde grote terugroepactie van sesamzaad vanwege resten van het kankerverwekkende gewasbeschermingsmiddel ethyleenoxide. Vermoedelijk hebben respondenten dit ook in hun hoofd gehad bij het benoemen van de periode, aangezien de antwoorden slechts uiteenlopen van 'vorig jaar' tot 'heel recent'.

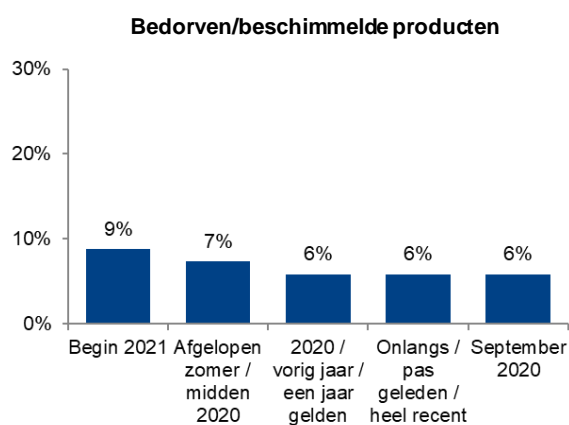
De meeste respondenten die misstanden in slachthuizen hebben genoemd als incident dat zij zich herinnerden, noemden dat dit in 2020 heeft plaatsgevonden. Hoewel dergelijke incidenten door de jaren heen vaker plaatsvinden, is er inderdaad vorig jaar in de zomer berichtgeving omtrent misstanden bij slachthuizen in de media geweest. Dit zal de antwoorden hebben beïnvloed.



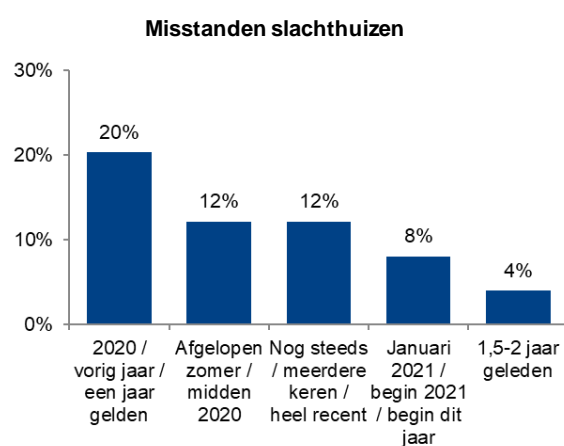
Figuur 12 a. Herinnering tijdsperiode van incident met **eieren** (basis: consumenten die aangeven zich het incident te herinneren, in %, open vraag).



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



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



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