

Nationale Week Zonder Vlees

Sentiment peiling Vleesvervangers

Michael Petit, Hans de Jong, Bob Derix
Maart 2021

Vleesvervangers zijn populairder dan ooit!

Iedere dag vlees eten is niet meer van deze tijd, vindt bijna de helft (49%) van de Nederlanders

Tijdens de Nationale Week Zonder Vlees (8 t/m 14 maart) voerde Markteffect voor de derde keer een onderzoek uit naar het sentiment rondom vleesvervangers in Nederland. Uit de laatste meting blijkt dat steeds meer Nederlanders wel eens vleesvervangers eten; liefst 54% zelfs minimaal maandelijks. Als we dit percentage vergelijken met de jaarlijkse Vleesvervangers Monitor van Markteffect, is dat een stijging van liefst 14% ten opzichte van september 2019 en 8% stijging ten opzichte van september 2020.

De toenemende populariteit van vleesvervangers gaat (logischerwijs) gepaard met een dalende populariteit van gewoon vlees. Niet alleen wordt er steeds minder vlees gegeten (42% geeft aan nu minder vlees te eten dan 12 maanden geleden), ook lijkt het sentiment te kantelen. Bijna de helft van alle Nederlanders (49%) geeft aan dat iedere dag vlees eten niet meer van deze tijd is. Bovendien is een kwart van de Nederlanders voor de invoering van extra belasting op het kopen van vlees, al zal de eventuele invoering hiervan nog wel even op zich laten wachten.

Dat de populariteit van Vleesvervangers stijgt, is ook te zien aan het steeds groter wordende aanbod in supermarkten. Waar voorheen 'slechts enkele producten' te vinden waren in het schap, werken supermarkten hard om de consument voldoende keuze te bieden. Een sprekend voorbeeld hiervan is Plus, dat deze zomer liefst 10 nieuwe huismerk producten in deze categorie zal introduceren.

Dit onderzoek is uitgevoerd onder 1.041 respondenten en daarmee betrouwbaar en representatief voor Nederland. In september 2021 zal de derde editie van de Vleesvervangers Monitor worden uitgevoerd. In dit onderzoek worden onder andere ook de bekendheid, het imago en de overweging van de verschillende aanbieders van vleesvervangers meegenomen. Voor meer informatie kunt u uiteraard bij ons terecht.

Wij wensen u veel leesplezier!

Michael Petit, Bob Derix & Hans de Jong



Steekproefsamenstelling

n = 1.041



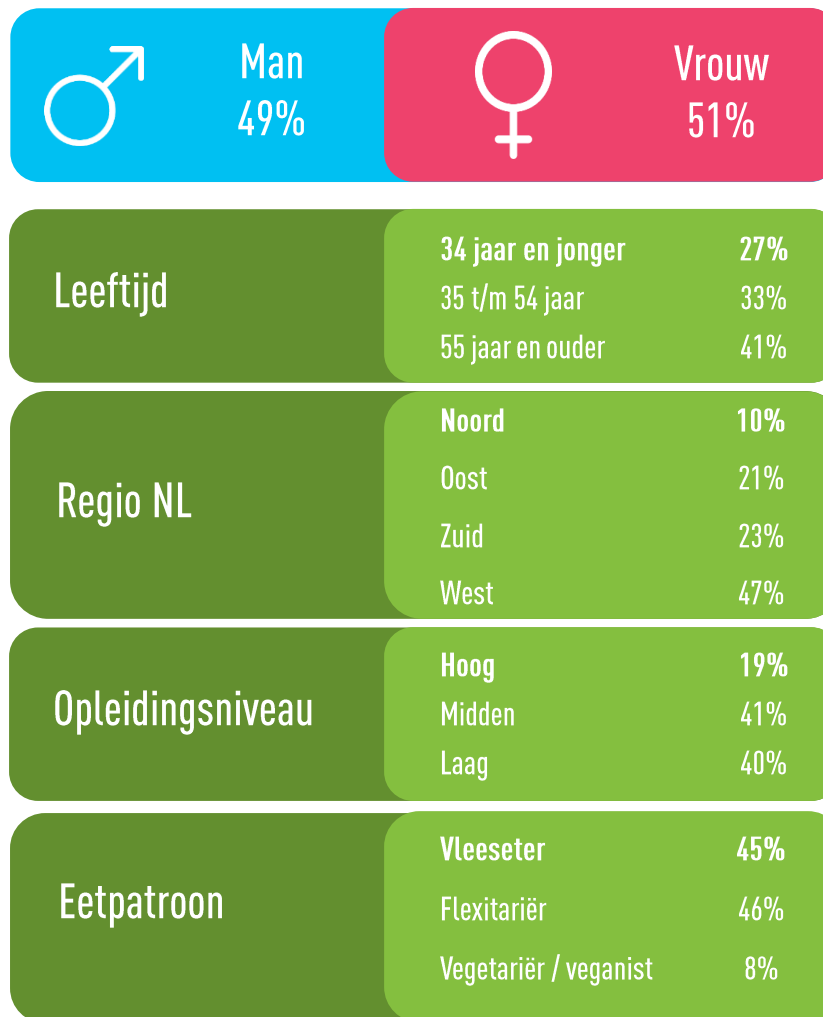
Woonachtig in Nederland



Nationaal representatief op leeftijd (18+), geslacht en regio



(Mede-) verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen



Het online veldwerk heeft plaatsgevonden in de 'Nationale Week zonder vlees', van 8 t/m 14 maart

Stellingen voeding

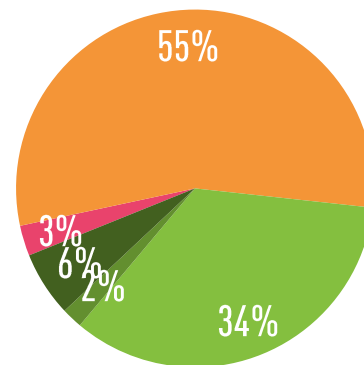
Stellingen vleesconsumptie

- › Ruim een derde van de Nederlanders (36%) geeft aan in de afgelopen 12 maanden minder vlees te zijn gaan eten of helemaal te zijn gestopt. Dit is voornamelijk te zien in de stijging in het aantal flexitariërs;
- › Tijdens de corona situatie is een derde van de Nederlanders bewuster op hun voeding gaan letten (33%). Hetzelfde percentage geeft aan dat anderen in hun omgeving bewuster zijn gaan eten;
- › De helft van de Nederlanders vindt elke dag vlees eten niet meer van deze tijd (49%);
- › Voornamelijk jongeren geven aan bewuster te zijn gaan eten in de afgelopen tijd (39%) en zien dit ook terug in hun omgeving (42%).



Naar schatting, eet je momenteel meer of minder vlees op weekbasis dan 12 maanden geleden?

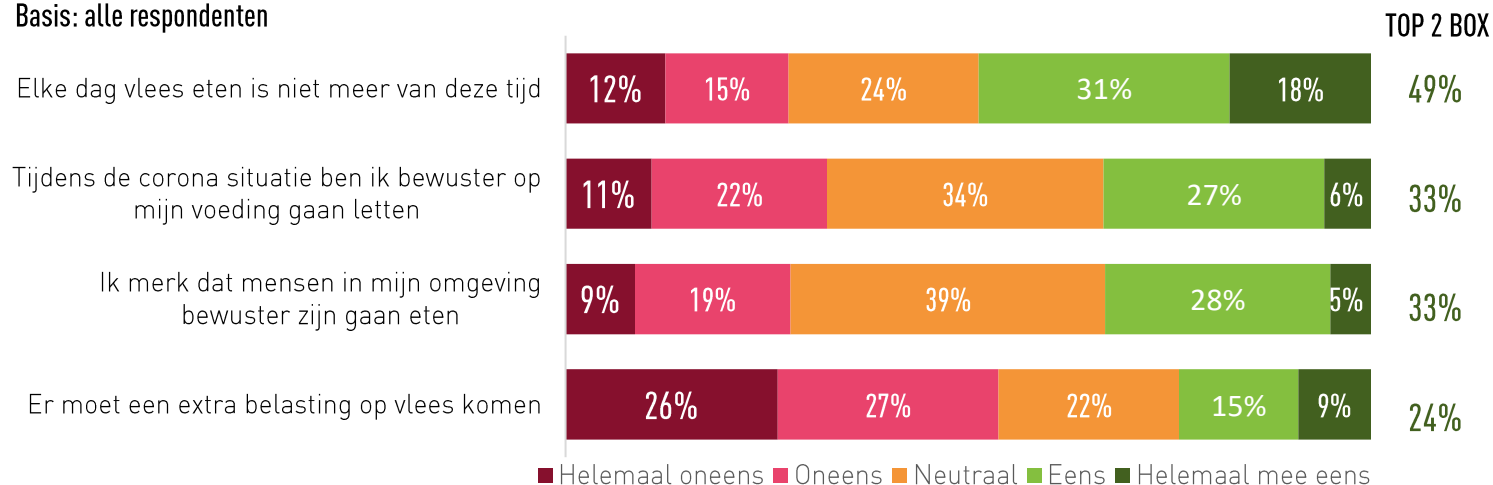
Basis: alle respondenten



- Ik eet nu meer vlees
- Ik eet nu ongeveer evenveel vlees
- Ik eet nu minder vlees
- Ik eet nu geen vlees meer en een jaar geleden nog wel
- Ik eet nu geen vlees meer en deed dat 12 maanden geleden ook niet

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

Basis: alle respondenten



Ontwikkeling eetpatroon

Eetpatroon en beschrijving

› Sinds de eerste meting (Vleesvervangersmonitor, 2019) zijn er meer Nederlanders die (soms) geen vlees eten (55%) dan Nederlanders die nog (vrijwel) elke dag vlees eten (47%).

Definitie eetpatronen

Vleeseters / alleseters (45%)

- Eet (vrijwel elke dag) vlees

Flexitariërs (47%)

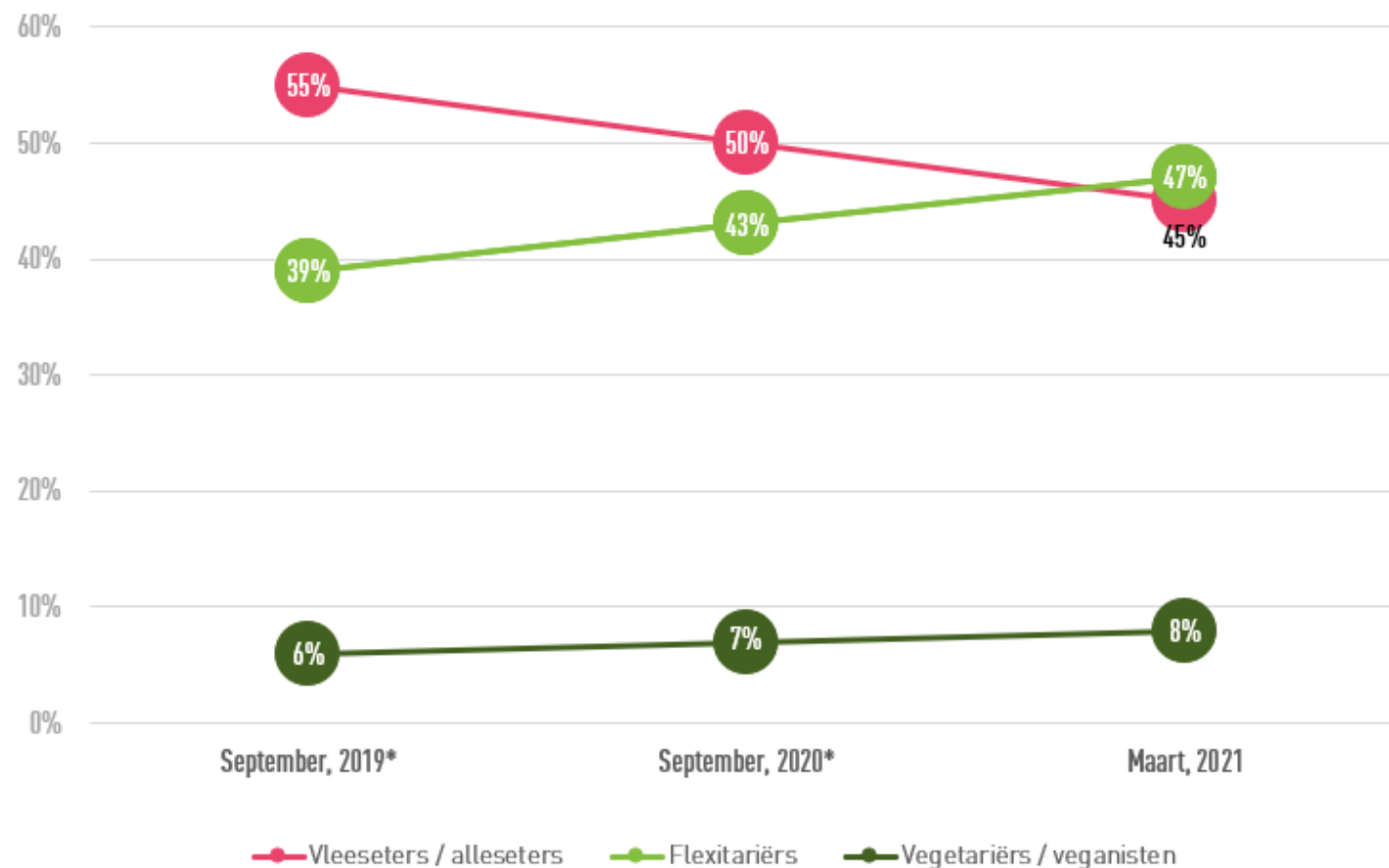
- Eet een aantal dagen per week bewust geen vlees;
- Bijna volledig vegetarisch, maar eet soms nog wel vlees

Vegetariërs / veganisten (8%)

- Vegetarisch, maar wel vis;
- Volledig vegetarisch, maar wel andere producten van dierlijke oorsprong (zoals eieren of zuivel);
- Volledig plantaardig, geen producten van dierlijke oorsprong.

Welk van de volgende beschrijvingen komt het best overeen met je eetpatroon?

Basis: alle respondenten



* Markteffect Vleesvervangersmonitor 0-meting en 1-meting

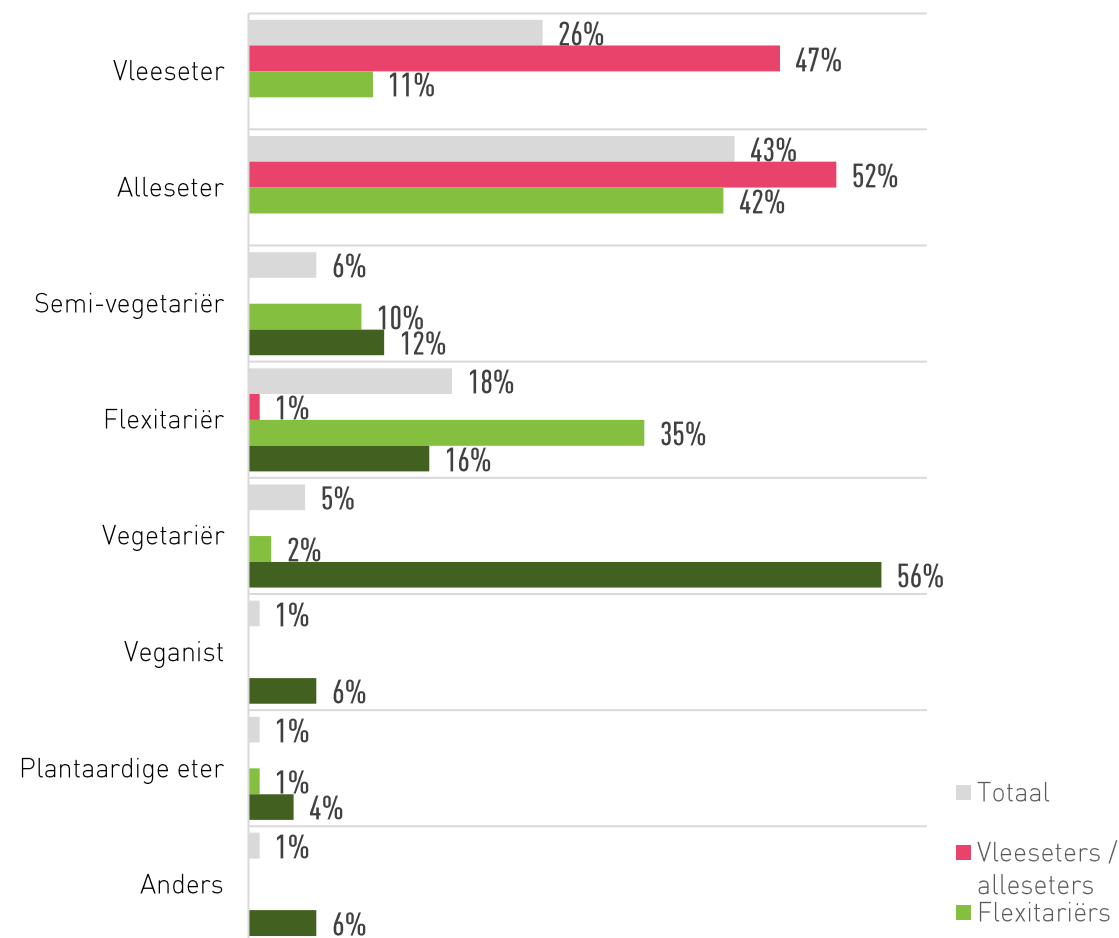
Beschrijvingen eetpatroon

Eetpatroon en beschrijving

- › In het onderzoek is een onderscheid gemaakt tussen het eetpatroon 'Welk van de volgende beschrijvingen komt het best overeen met je eetpatroon' en welke beschrijving men het best bij zichzelf vindt passen 'Welke van de volgende beschrijvingen past het best bij jou?';
- › Op totaalniveau, vindt het grootste deel van de Nederlanders de beschrijving 'alleseter' het best bij zichzelf passen (43%). Een kwart noemt zichzelf vleeseter (26%) en een op de vijf Nederlanders vindt de term 'flexitariër' het best bij zichzelf passen;
- › Wanneer we segmenteren op eetpatroon, is opvallend om te zien dat de meeste mensen die onder de noemer 'flexitariër' vallen de term 'alleseter' het best bij zichzelf vinden passen (42%). Een derde noemt zichzelf 'flexitariër';
- › Nederlanders die (vrijwel) elke dag vlees eten noemen zich in vrijwel alle gevallen alleseter (52%) of vleeseter (47%).

Welke van de volgende beschrijvingen past het best bij jou?

Basis: alle respondenten



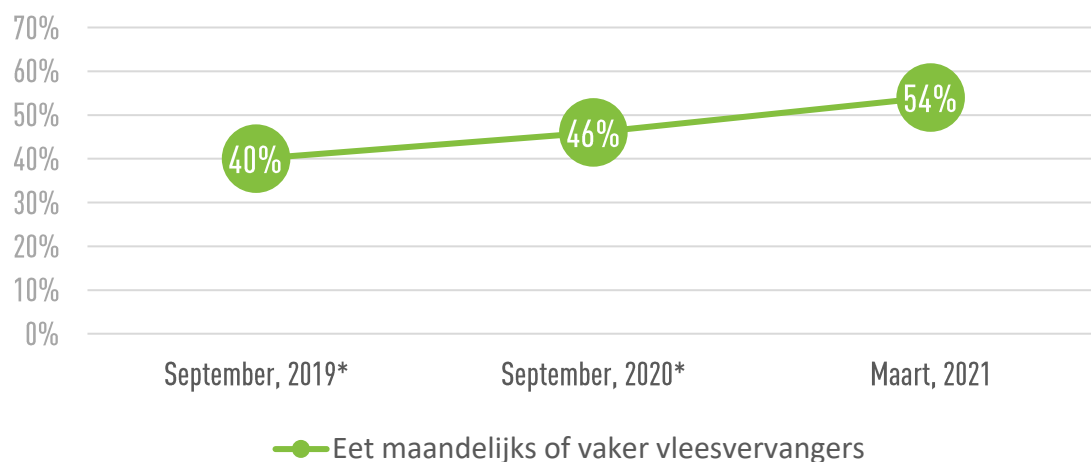
Consumptie vleesvervangers

Gebruikers van de categorie

- › Meer dan de helft van de Nederlanders eet maandelijks of vaker weleens vleesvervangers;
- › Indien men (weleens) vleesvervangers eet, geeft men in ruim 9 van de 10 gevallen (91%) dit soms of vaak te doen wanneer zij zelf een maaltijd bereiden;
- › De helft van de mensen die weleens vleesvervangers eten doen dit (soms) tijdens de barbecue (49%) en bijna de helft bestelt of haalt vleesvervangers (soms) af (47%).

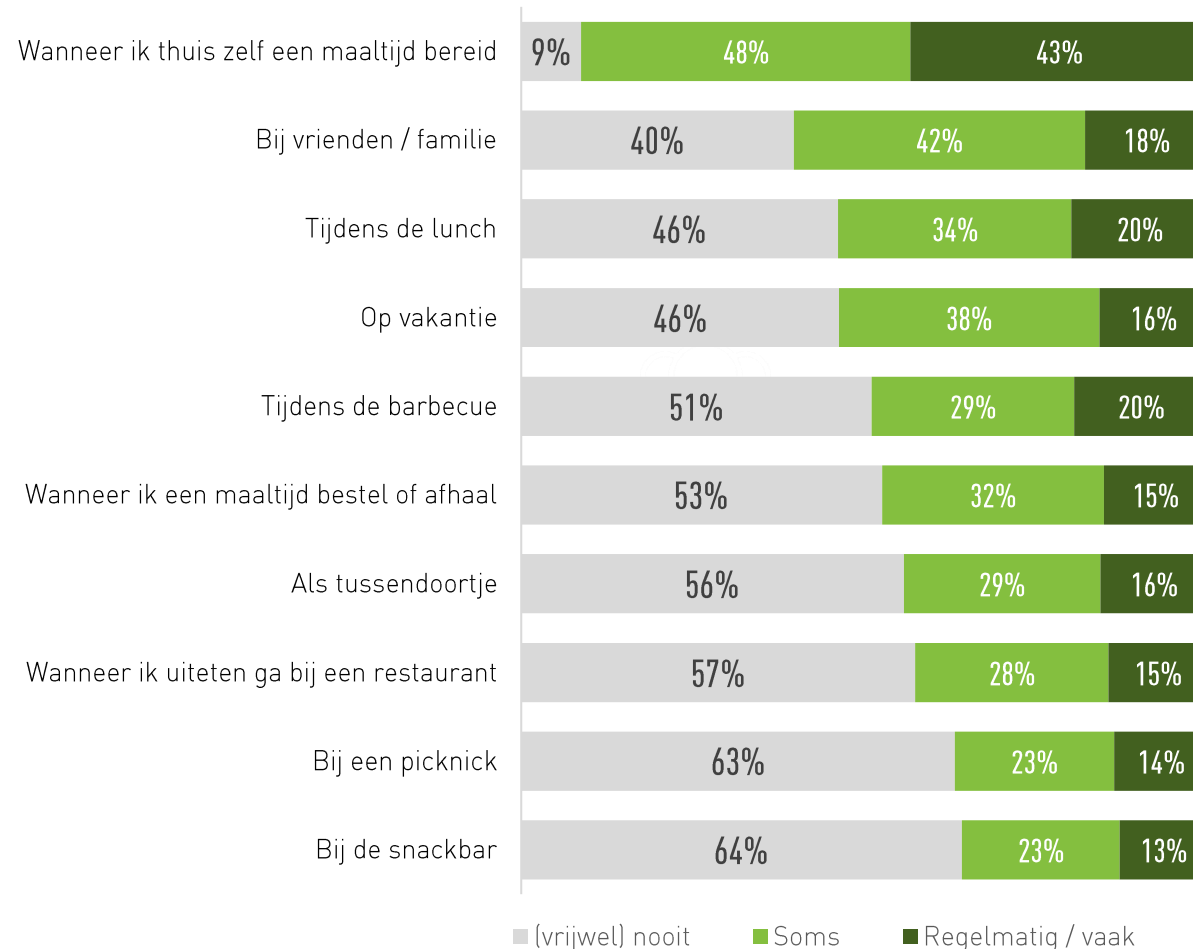
Naar schatting, hoe vaak eet je gemiddeld vleesvervangers?

Basis: alle respondenten | maandelijks of vaker



Bij welke van de volgende gelegenheden eet/bestel je vleesvervangers?

Basis: Eet weleens vleesvervangers (n=644)



* Markteffect Vleesvervangersmonitor 0-meting en 1-meting

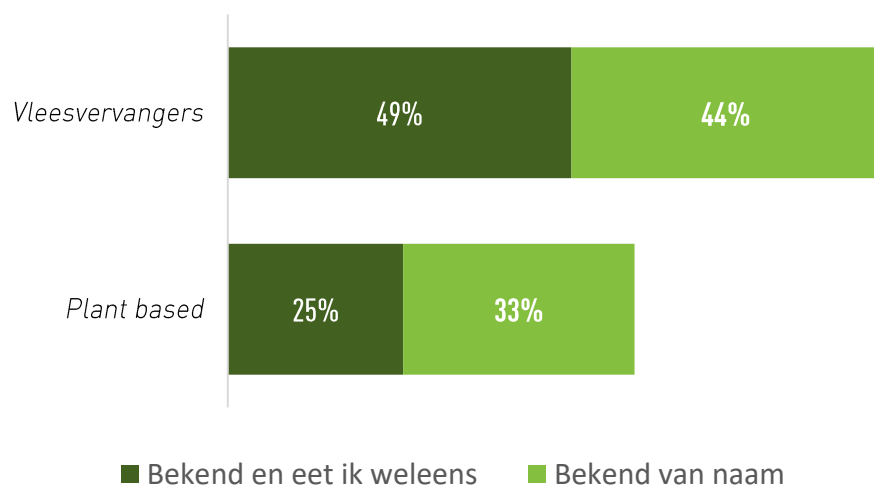
Vleesvervangers / plant based

Vleesvervangers vs. Plant based

- › Het merendeel van de Nederlanders (93%) is bekend met de term 'vleesvervangers'. Plant based is een stuk minder bekend (58%);
- › Voornamelijk jongvolwassenen van 18 t/m 34 geven vaak aan weleens 'plant based' producten te eten (35%);
- › Door Nederlanders die het product weleens eten, worden de beschrijvingen gezond (67%) en aantrekkelijk (67%) vaker als '(helemaal) van toepassing' ervaren. Bovendien geven gebruikers vaker aan dat het bij hen past (57% vs. 46%) en dat ze verwachten dit in de toekomst meer gaan eten (62% vs. 51%);

In hoeverre ben je bekend met de volgende termen:

Basis: alle respondenten



In hoeverre zijn de volgende stellingen van toepassing op...

Basis: eet (weleens) vleesvervangers / plant based producten (TOP 2 BOX (helemaal) van toepassing)

	Vleesvervangers (n=564)	Plant based producten (n=262)
Zijn innovatief / vernieuwend	69%	70%
Zijn goed voor het milieu	59%	63%
Zijn gezond	50%	67%
Zijn lekker	55%	61%
Verwacht ik in de toekomst meer te gaan eten	51%	62%
Passen bij mij	46%	57%
Zijn aantrekkelijk	43%	55%

Nutri-Score

Nutri-Score

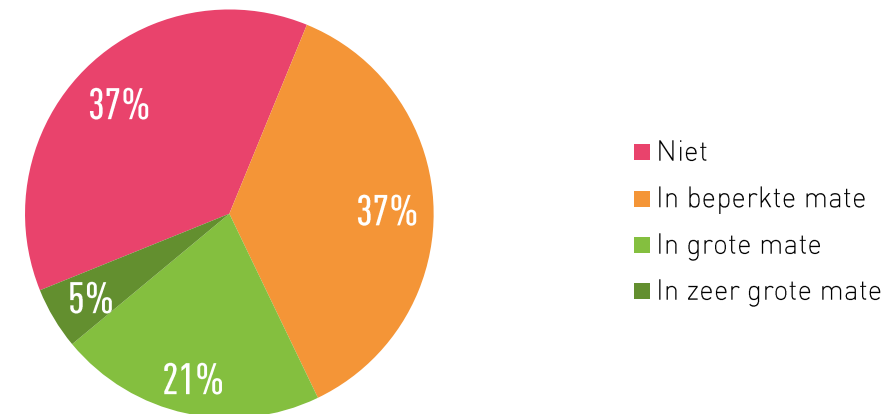
- › Meer dan de helft van de Nederlanders (55%) is goed bekend met de Nutri-Score, of kent deze van naam;
- › Meer Nederlanders die maandelijks of vaker vleesvervangers eten (62%) dan Nederlanders die minder vaak dan maandelijks, of helemaal nooit vleesvervangers eten (48%) zijn bekend met de Nutri-Score. Een kwart van de vegetariërs en veganisten is bekend met de Nutri-Score (74%). Onder flexitariërs is dit (58%);



55%

Is bekend met de Nutri-Score van naam,
(Hiervan is 20% 'goed bekend'.)

In hoeverre speelt de Nutri-Score mee wanneer u een vleesvervanger wilt kopen? Basis: bekend met Nutri-Score en eet weleens vleesvervangers (n=394)



- › Indien bekend met de Nutri-Score geven kopers van vleesvervangers in ruim een kwart van de gevallen aan dat de Nutri-Score meespeelt wanneer zij een vleesvervanger kopen (26%).



Over Markteffect

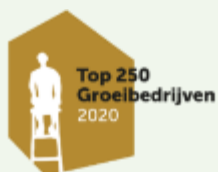
Marktonderzoeksbureau Markteffect

Eindhoven, sinds 2007

Over ons

- › Full service marktonderzoek
- › Top 10 onderzoeksbureau in NL
- › +- 50 Onderzoeksspecialisten
- › Eigen veldwerkteam (+ 75 mdw.)
- › Eigen panels (B2C & B2B)
- › Actief in meer dan 65 landen
- › Official Sponsor PSV (sinds 2012)

Awards



Contactpersonen



Michael Petit

Consultant FMCG / MT

M + 31 6 15 57 25 86

E m.petit@markteffect.nl



Hans de Jong

Client Consultant

M + 316 285 699 23

E h.dejong@markteffect.nl



Bob Derix

Onderzoeksspecialist FMCG

M + 31 40 239 22 90

E b.derix@markteffect.nl

Enkele referenties



Wij zijn uitgeroepen tot 'Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020'!

Onze specialisaties in Food & FMCG

01

Categorie onderzoek

Hoe ziet de perceptie en journey van consumenten er uit t.a.v. een specifieke productcategorie?

02

Prijsmeter

Ben niet te duur, maar ook niet te goedkoop. De prijsmeter helpt bij het bepalen van de juiste prijs.

03

Concept test

Men beoordeelt eerst het concept, dan het product. Is er verschil tussen de verwachting & ervaring?

01

04

02

05

03

06

04

Verpakkingsonderzoek

Valt de verpakking voldoende op en slaag je erin om de boodschap op de juiste manier over te brengen?

05

Usage & Attitude

Inzicht in de oriëntatie, de aankoop én het gebruik. Geeft inzicht in de 'wat', 'wie' en 'waarom' vraag.

06

Shopping Segmentatie

Onderzoek naar de verschillen van categorie kopers van een bepaald product op totaalniveau én per retailer

Colofon

Markteffect B.V.
Schimmelt 46
5611 ZX Eindhoven

040 239 22 90
<https://markteffect.nl/>

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief ten behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuratesse en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.

