

# Onderzoek zuivel

# Wakker Dier 2022/2023

Rapportage

16 februari 2023



# Achtergrond

---

## Doelstelling

Wakker Dier voert op verschillende manieren campagne om de dieren in de vee-industrie een beter leven te geven. Want Wakker Dier wil zowel de industrie als de consument wakker schudden. Momenteel is Wakker Dier actief met een campagne ten behoeve van een beter leven van de melkkoe in de vee-industrie ('Is zuivel wel zo zuiver als we denken'). DirectResearch is dit keer ingeschakeld om te achterhalen wat het algemene beeld is onder Nederlanders over de consumptie van zuivel en over koeien in de vee-industrie. In dit rapport worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd.

### Methode

- Kwantitatief online onderzoek
- Online research tool van DirectResearch
- Circa 25 vragen

### Periode

10 december 2022 – 17 januari 2023

### Doelgroep

- Een landelijk representatieve steekproef van n=1537 respondenten.

### Bron

- ME Research panel en extern panel (beiden ISO-gecertificeerd)

### Respons

NL representatief n=1537

Wanneer een verschil significant is wordt dit aangegeven met pijltjes. Bij een daling:↓, en bij een stijging:↑.



**Houding vee-/vlees- en melkindustrie**



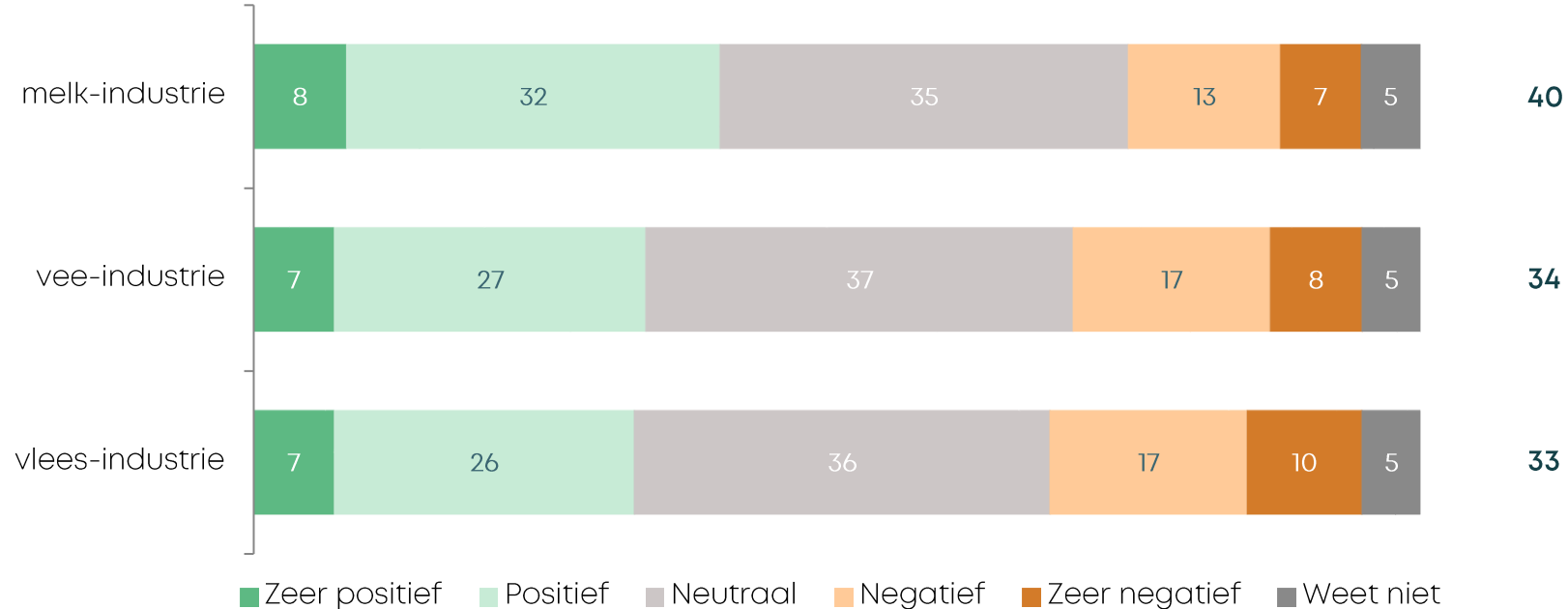
# Men is vergeleken met de vlees en de vee-industrie positiever gestemd over de melk-industrie.



In zeer/sterk stedelijke gebieden is men vaker negatief ten opzichte van de melkindustrie, dan in minder stedelijke gebieden/het platteland.

Houding ten opzichte van de vee-/melk- en vleesindustrie (%)

Top 2





# Zuivelgebruik

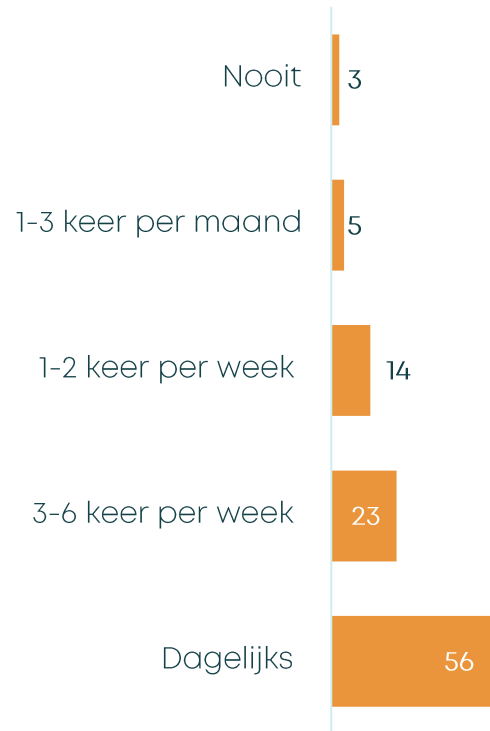


# Meer dan de helft consumeert dagelijks zuivelproducten, er is bijna niemand die dit nooit doet.

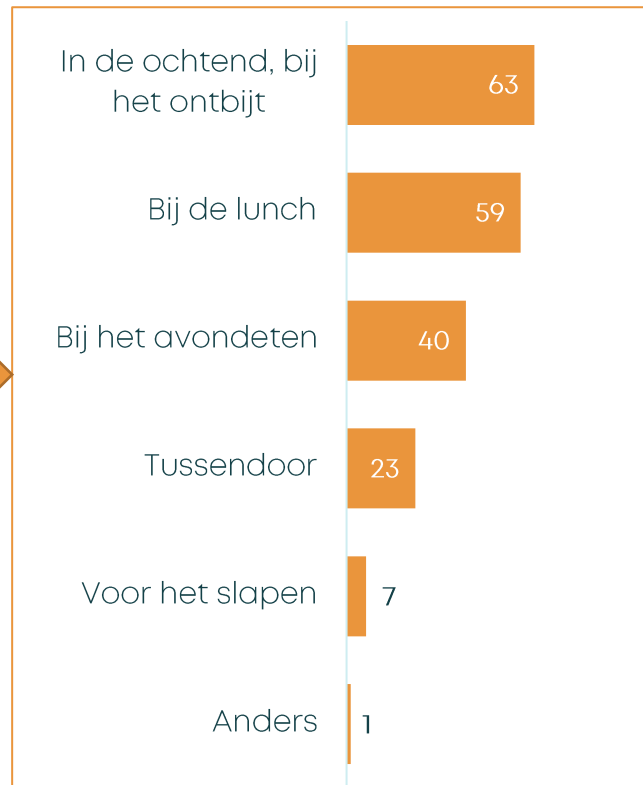


Men consumeert zuivel vooral omdat het lekker is of vanwege de gezondheid/voedingsstoffen. De momenten op de dag waarop zuivelproducten geconsumeerd worden lopen uiteen, maar meestal is dit bij het ontbijt of bij de lunch. Jongeren (18-35 jarigen) geven aanzienlijk vaker aan nooit tot enkele keren per maand zuivel te nuttigen dan de oudere doelgroepen (13% versus 5% onder 41-plussers). Ouderen drinken opvallend vaker melk omdat het gezond is dan de jongere Nederlanders (66-plussers 32% en 18-30 jaar 16%).

Consumptie zuivelproducten (%)



Consumptiemoment (%)



Consumptieredenen (%)



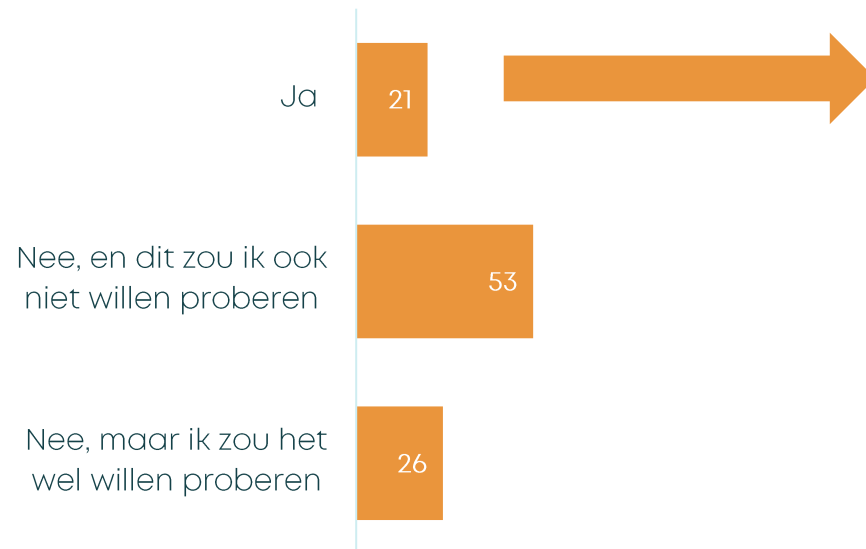


# Een ruime meerderheid van de Nederlanders gebruikt geen zuivelvervangers. De helft geeft daarnaast aan hier ook niet open voor te staan.

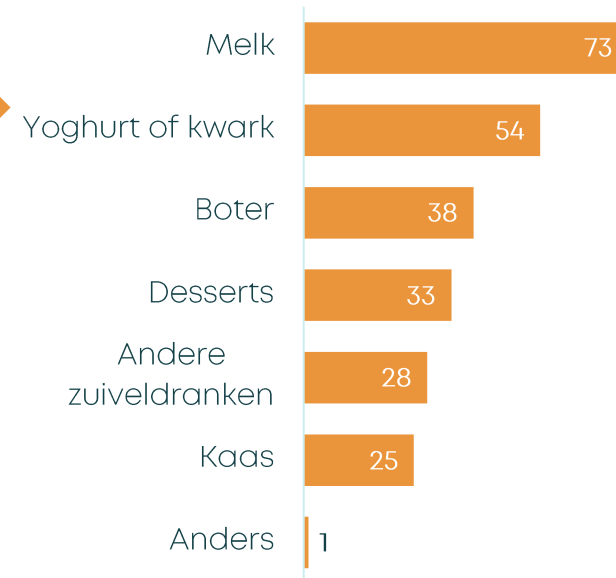


Indien men wel gebruik maakt van zuivelvervangers, dan doet bijna driekwart dit ter vervanging van melk. Ongeveer de helft gebruikt de vervangers voor yoghurt of kwark. Het gebruik van zuivelvervangers daalt naarmate de leeftijd stijgt (34%, 33%, 20%, 12% en 10%). Zuivelvervanger gebruikers staan vaker negatief tegenover de melkindustrie, dan positief/neutral.

Gebruik zuivelvervangers (%)



Gebruik soorten zuivelvervangers (%)





# Smaak is de belangrijkste factor bij de aankoop van zuivelproducten, ruim de helft let hierop.

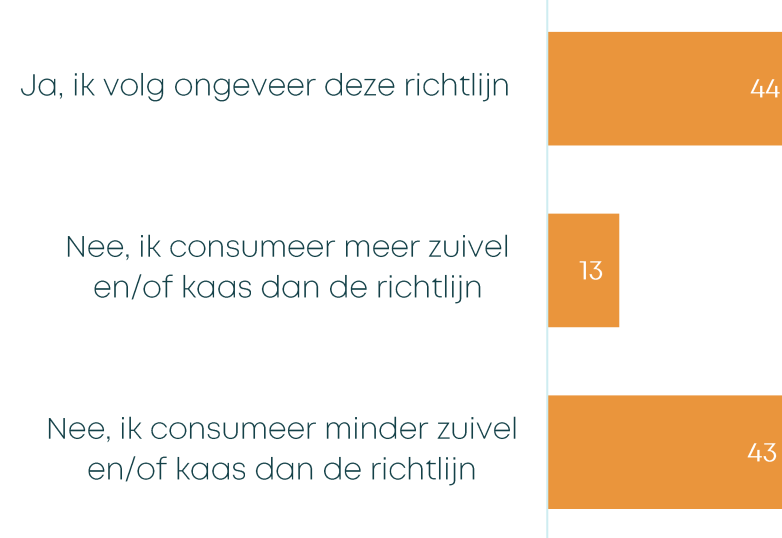


Daarnaast letten twee op de vijf op de aanbiedingen. Duurzaamheid en lokale productie van de melk is voor ongeveer één op de zes een belangrijke factor bij de aankoop van zuivel. Circa de helft houdt zich aan het advies van het voedingscentrum met betrekking tot het consumeren van zuivel. Een ruime meerderheid van de groep die aangeeft de richtlijn van het voedingscentrum niet te volgen geeft aan minder zuivel en/of kaas te consumeren. De groep 18-30 jarigen geeft significant vaker aan de richtlijnen niet te volgen en minder zuivel te consumeren (56%).

Aandacht bij aankoop zuivel (%)



Advies voedingscentrum (%)







Bescherming van melkkoeien

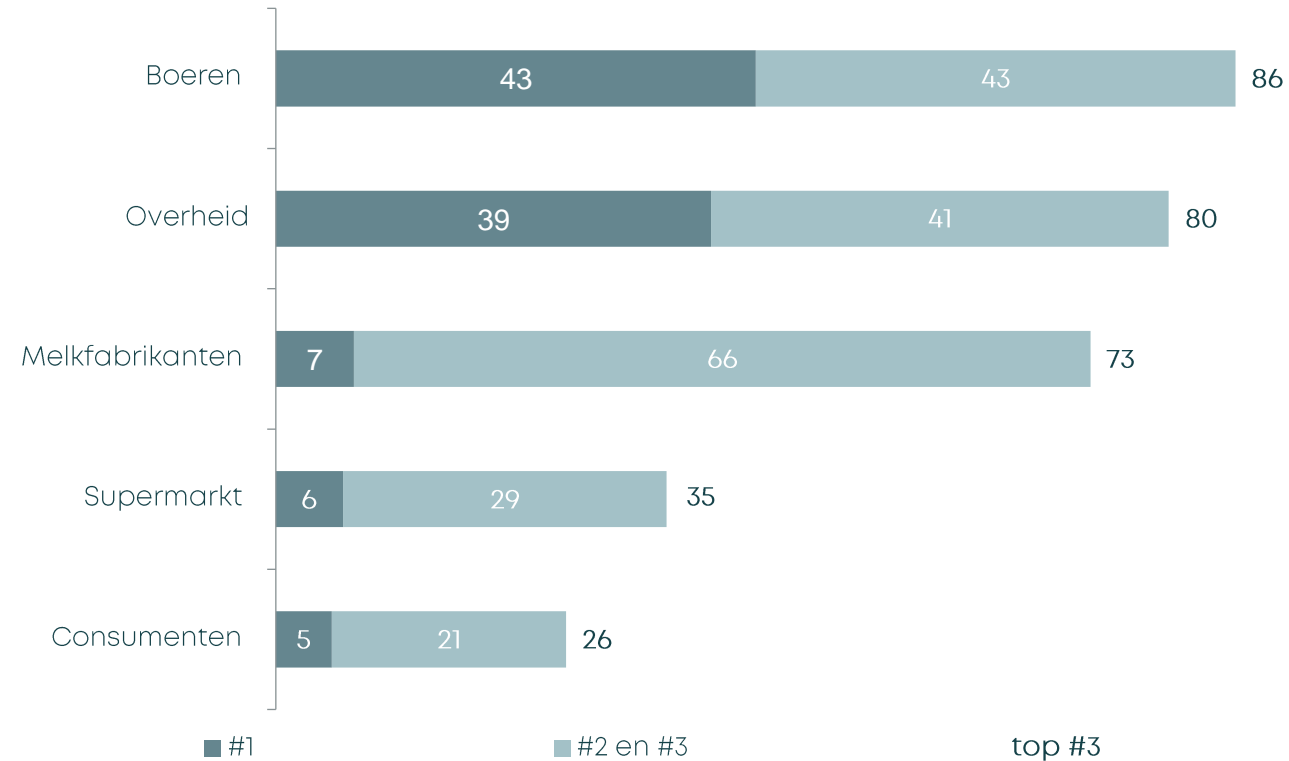


# De meeste Nederlanders vinden dat de verantwoordelijkheid voor het welzijn van melkkoeien met name bij de boeren ligt.



Ruim twee derde geeft daarnaast aan dat de overheid het meest verantwoordelijk is. Consumenten en supermarkten worden het minst vaak verantwoordelijk bevonden. Nederlanders tussen de 18 en 30 jaar leggen opvallend vaak verantwoordelijkheid voor het welzijn van melkkoeien bij de overheid en bij fabrikanten (63% en 47%).

## Verantwoordelijkheid voor welzijn melkkoeien (%)

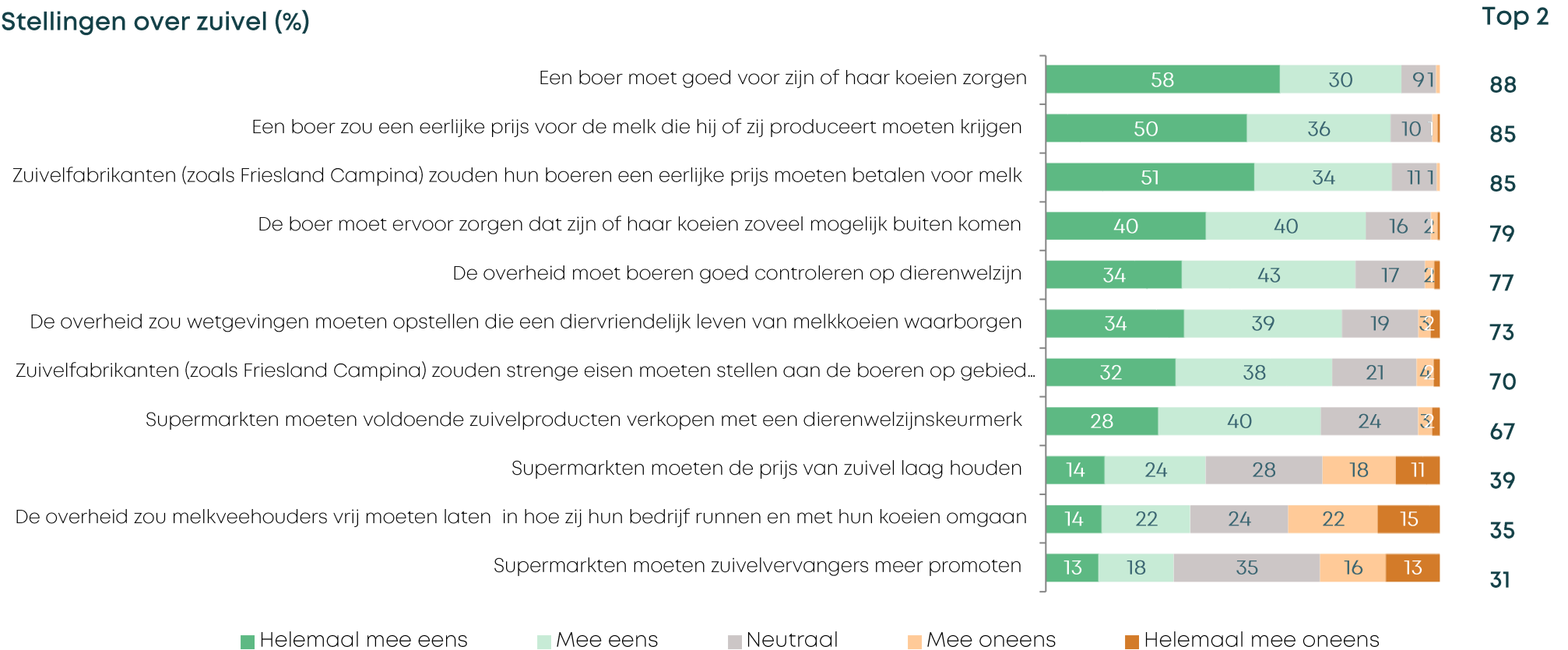




# Bijna iedereen vindt dat de boer goed voor haar koeien moet zorgen

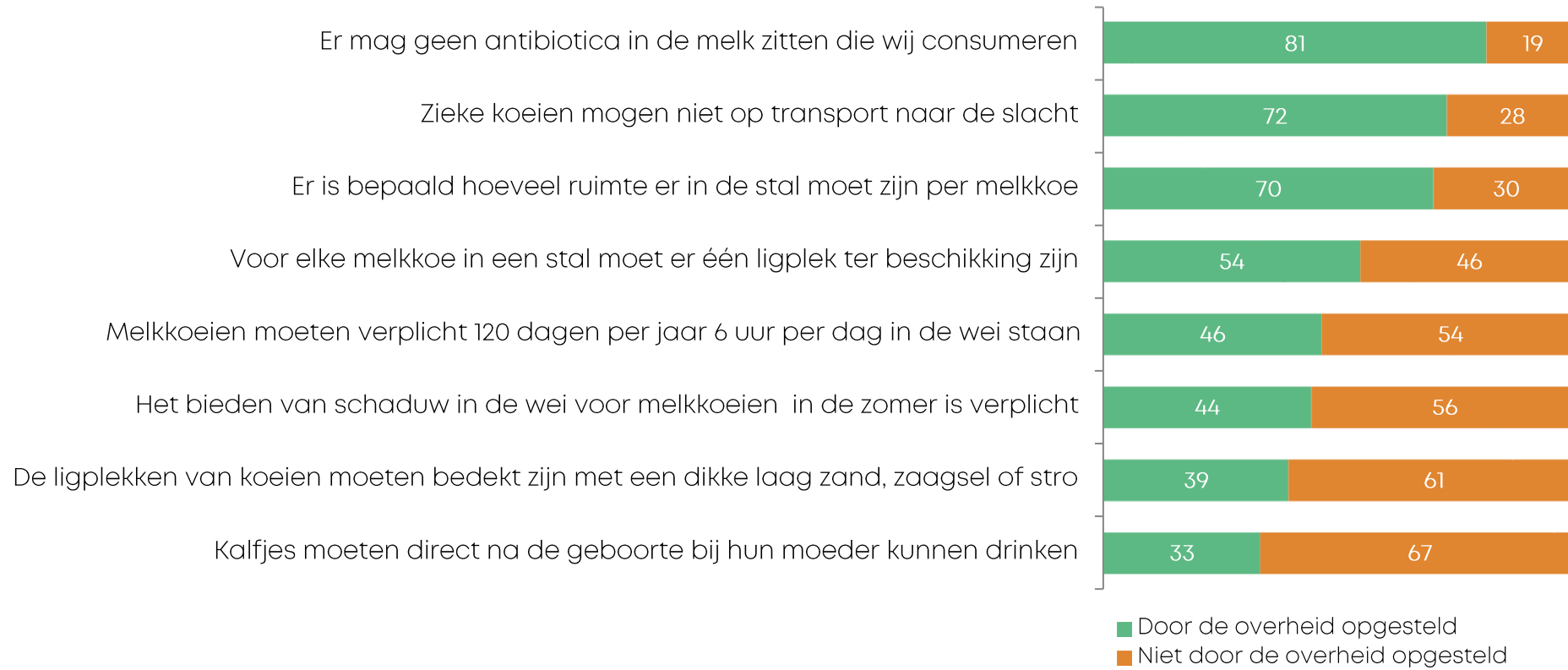
Ook geeft 85% aan dat een boer een eerlijke prijs moet krijgen voor de melk die wordt geproduceerd en dat zuivelfabrikanten een eerlijke prijs moeten betalen voor de melk die zij verkopen. Dat supermarkten zuivelvervangers meer moeten promoten is de uitspraak waar het laagste aandeel Nederlanders het mee eens (31%).

## Stellingen over zuivel (%)



# Veel Nederlanders geven aan dat de overheid regels heeft opgesteld voor de melkveehouderij, terwijl deze regels in werkelijkheid allemaal niet zijn opgesteld

Richtlijnen opgesteld versus niet opgesteld door overheid (%)





# Driekwart van de Nederlanders vindt dat er meer wetgeving moet komen die melkkoeien beschermt.



De belangrijkste regels die zouden moeten worden opgesteld zijn geen antibiotica in de melk, een transportverbod voor zieke dieren en een ligplek voor elke koe.

Respondenten kregen alvorens de volgende vragen de volgende tekst te lezen:

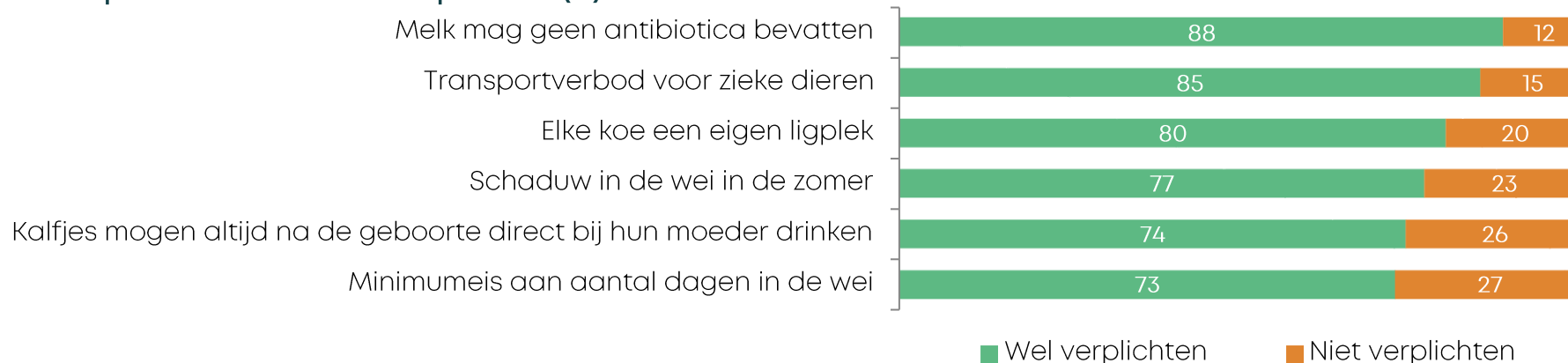
Er is in Nederland bijna geen wetgeving die melkkoeien beschermt, in tegenstelling tot kippen en varkens. Zo is het bijvoorbeeld niet verplicht dat koeien een eigen ligplek krijgen.

Stellingen over zuivel (%) :

*'Er zou in Nederland meer wetgeving moeten komen die melkkoeien beschermt'*



Wel verplichten versus niet verplichten (%)



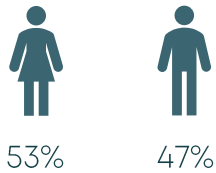


Bijlage

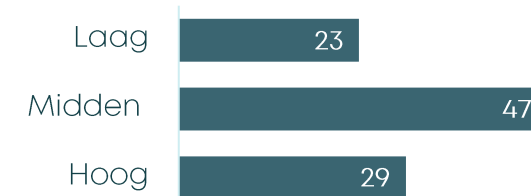


# Profiel steekproef NL representatief (n=1537) – Deel #1

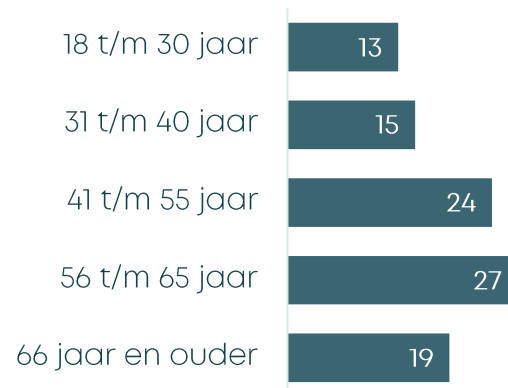
## Geslacht



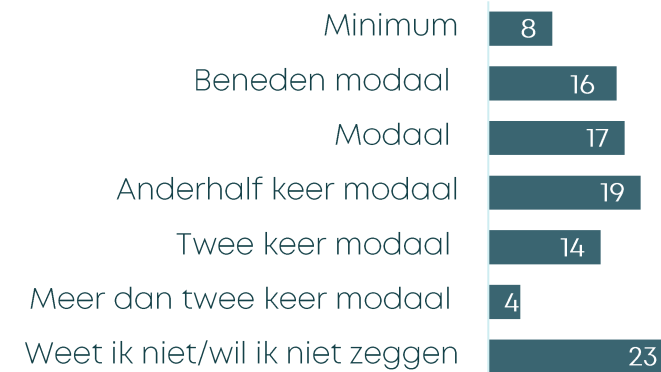
## Opleiding (%)



## Leeftijd



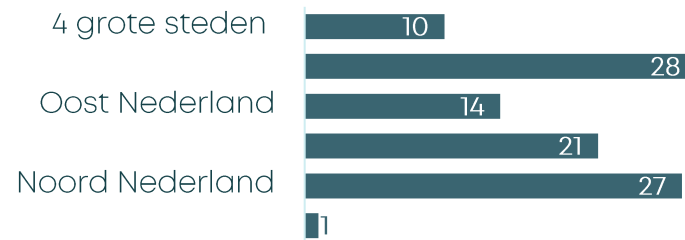
## Inkomen (%)





# Profiel steekproef NL representatief (n=1537) – Deel #2

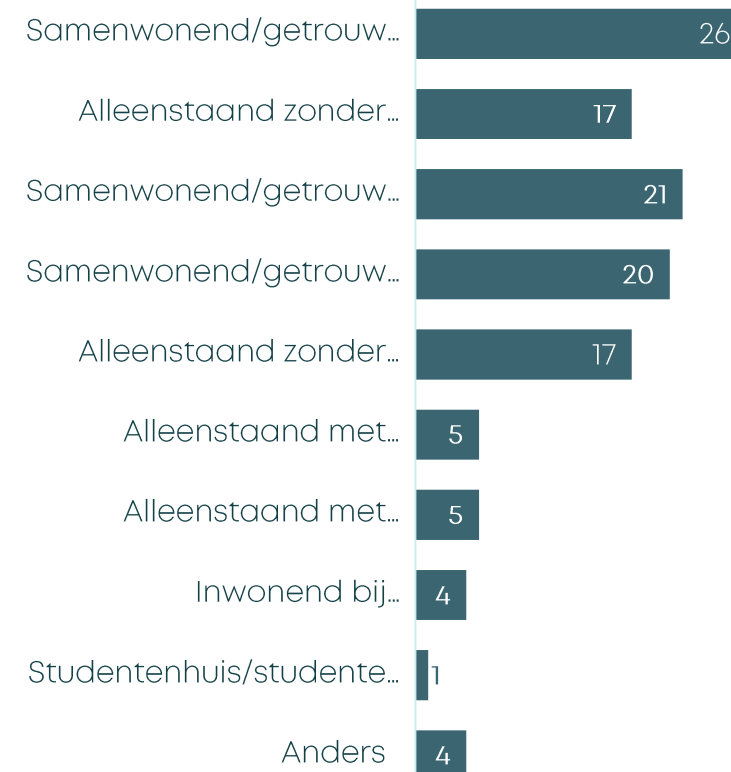
## Regio



## Huishoudsituatie (%)



## Arbeidssituatie (%)





---

DirectResearch BV

020 770 75 79

Herengracht 454

[info@directresearch.nl](mailto:info@directresearch.nl)

1017 CA Amsterdam

[www.directresearch.nl](http://www.directresearch.nl)