

## Onderzoekssamenvatting

**Stelt u zich voor dat er voortaan alleen nog maar duurzaam geproduceerde melk te verkrijgen is in de supermarkt. Alle niet duurzame soorten worden niet langer verkocht. Hoe zou de consument het vinden als supermarkten alleen nog maar duurzame melk zouden verkopen? Dit is onderzocht onder een representatieve groep van ruim 1.100 inwoners van ons land.**

### *Groot draagvlak voor duurzaam geproduceerde melk*

Een groot deel van de consumenten hecht er belang aan dat melk op een duurzame wijze wordt geproduceerd. Driekwart van de consumenten (75%) vindt het heel belangrijk dat veehouders een eerlijke prijs krijgen voor hun melk. Een meerderheid vindt het bovendien heel belangrijk dat koeien voldoende in de wei lopen (63%), dat weidevogels worden beschermd (55%) en dat koeien lokaal geteeld veevoer krijgen (53%).

### *Driekwart consumenten staat open voor plan dat supermarkten alleen nog maar duurzame melk verkopen*

Bijna een derde (31%) van de consumenten vindt het zonder meer een goed plan om voortaan alleen nog maar duurzame melk te verkopen. Daar staat tegenover dat een zevende (15%) van de consumenten dit plan afwijst. De grootste groep consumenten (44%) zit er tussen in: ze vinden het misschien wel een goed plan. De overwegingen en twijfel van deze groep spitsen zich toe op twee punten: de keuzevrijheid van de consument en de gevolgen voor de prijs van melk.

### *Keuzevrijheid of keuzegemak?*

Een deel van de consumenten vindt dat supermarkten hun keuzevrijheid moet laten. Supermarkten zouden de keuze voor duurzame melk in hun ogen wel makkelijker kunnen maken, door bijvoorbeeld duurzame melk meer te promoten. Andere consumenten zien dan weer het beperken van de keuzevrijheid juist als voordeel. Zij wijzen op het gemak dat je er als consument op kunt vertrouwen dat alle melk die je koopt in de supermarkt een stuk beter is voor de natuur en het milieu.

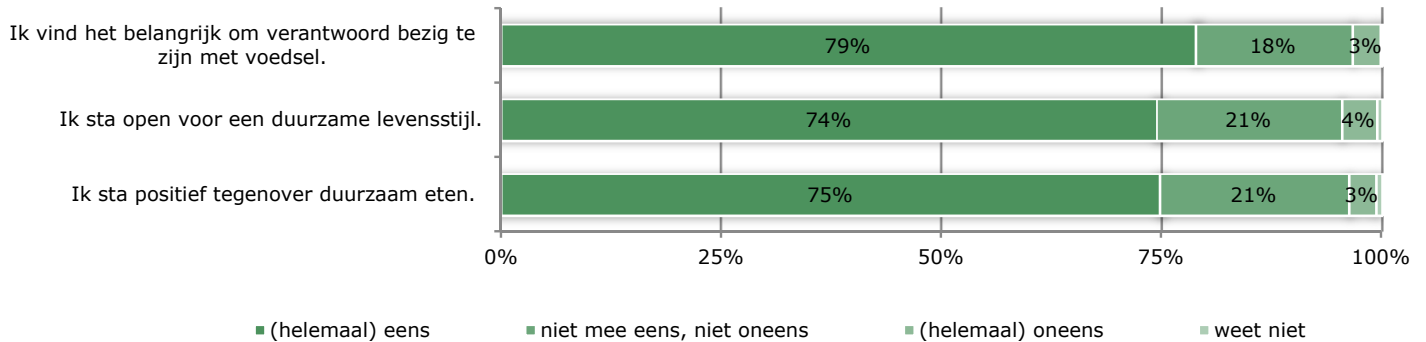
### *Prijsstijging van 6 cent is voor het merendeel acceptabel*

Behalve over de keuzevrijheid, maken de consumenten die twijfelen over het plan om alleen nog maar duurzame melk te verkopen in supermarkten, zich met name zorgen over de hogere prijs die betaald moet gaan worden voor melk. Het moet niet zo zijn dat lage inkomensgroepen melk niet meer kunnen betalen. Als de consumenten de voor verduurzaming noodzakelijke prijsstijging per liter (6 cent) voorgelegd krijgen, blijkt echter dat er slechts een beperkte groep problemen heeft met deze concrete prijsstijging. Zes op de zeven consumenten (86%) is bereid 6 cent extra te betalen voor melk als zij zeker weten dat de melk duurzaam geproduceerd is. Dit is inclusief de consumenten die twijfelen of het een goed plan is om alleen nog maar duurzaam geproduceerde melk te verkopen in de supermarkten. Voor een minderheid van de consumenten (14%) is een prijsstijging van 6 cent niet acceptabel.

I&O Research voerde van 6 oktober tot 16 oktober 2017 in opdracht van Milieudefensie een online onderzoek uit naar de standpunten en ervaringen van Nederlandse consumenten met betrekking tot duurzaam geproduceerde melk. De deelnemers zijn geselecteerd uit het I&O Research Panel. In totaal zijn 3.000 Nederlanders (18+) benaderd, waarvan 1.146 personen hebben deelgenomen aan het onderzoek (respons: 38%). Het I&O Research Panel is geworven op basis van aselecte personen- en huishoudensteekproeven (geen zelfaanmelding). De respondenten hebben geen financiële vergoeding gehad voor hun aanmelding voor het panel. Ook voor deelname aan dit onderzoek kregen respondenten geen vergoeding. De onderzoeksresultaten zijn na herweging op geslacht en leeftijd representatief voor Nederlanders van 18 jaar en ouder, voor wat betreft deze achtergrondkenmerken. Indien de percentages niet optellen tot 100 procent, is dit het gevolg van afrondingsverschillen.

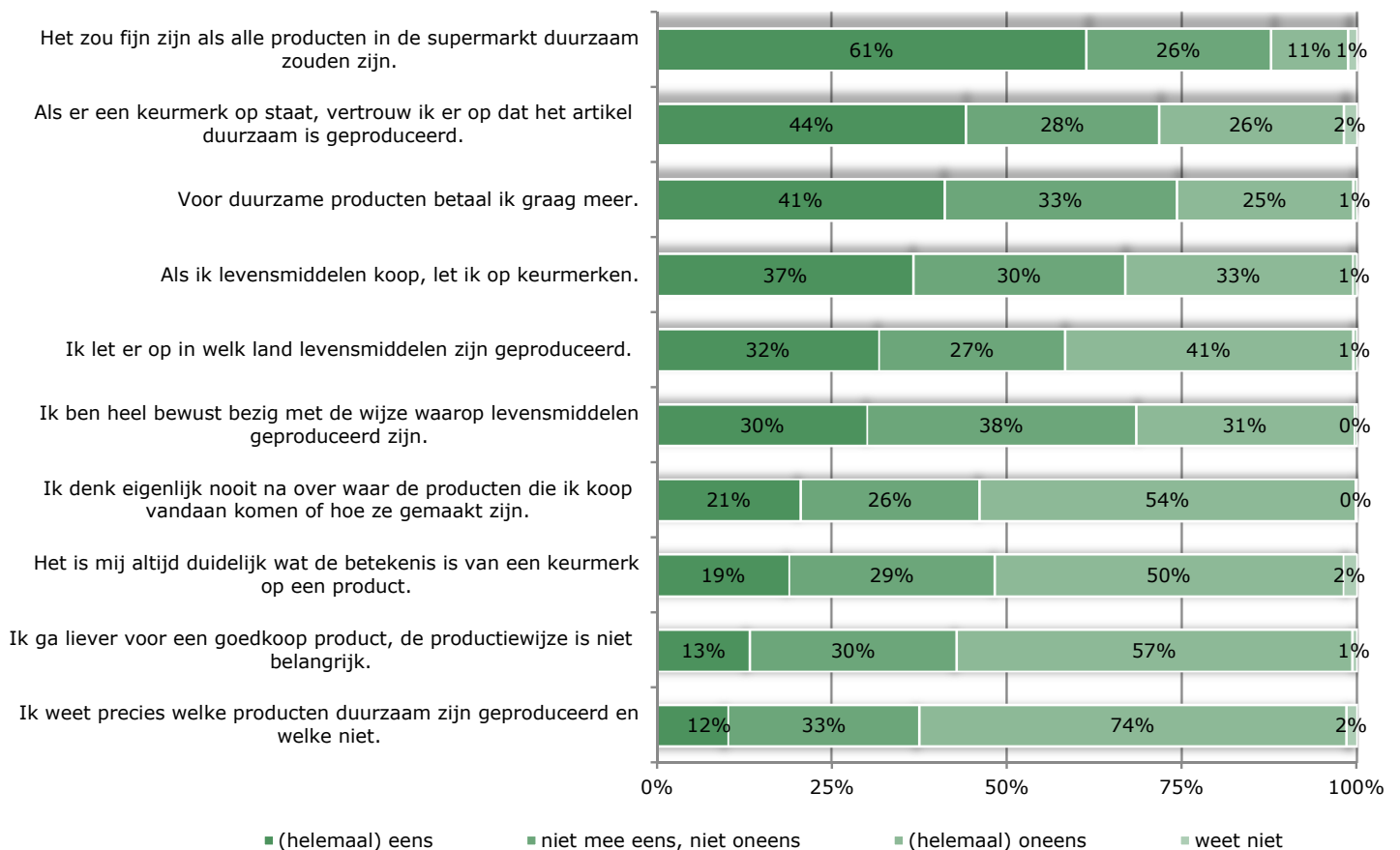
## Algemene houding ten opzichte van duurzaamheid

Een meerderheid van de consumenten is bewust bezig met duurzaamheid.



## Algemene houding ten opzichte van duurzaam consumentengedrag

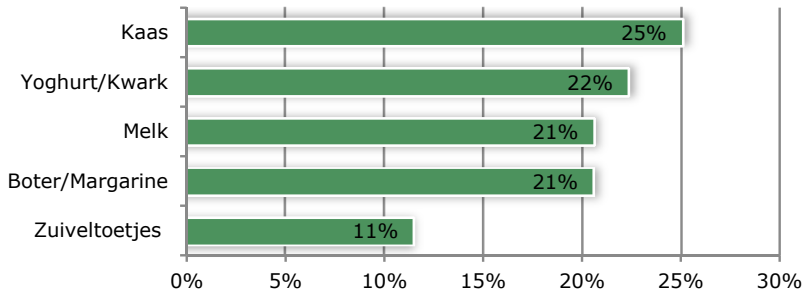
Een meerderheid van de consumenten zou het fijn vinden als alle producten in de supermarkt duurzaam geproduceerd zouden zijn. In de praktijk zijn consumenten niet altijd bewust bezig met duurzaamheid bij de aanschaf van producten. Ze weten niet goed welke producten duurzaam zijn geproduceerd. Er wordt ook niet altijd gelet op keurmerken, mede omdat het onduidelijk is wat de betekenis ervan is.



# Duurzame melk in supermarkten

## De consumptie van melk

95% van de consumenten koopt weleens melk of andere zuivelproducten. Kaas is het meest gekochte zuivelproduct.

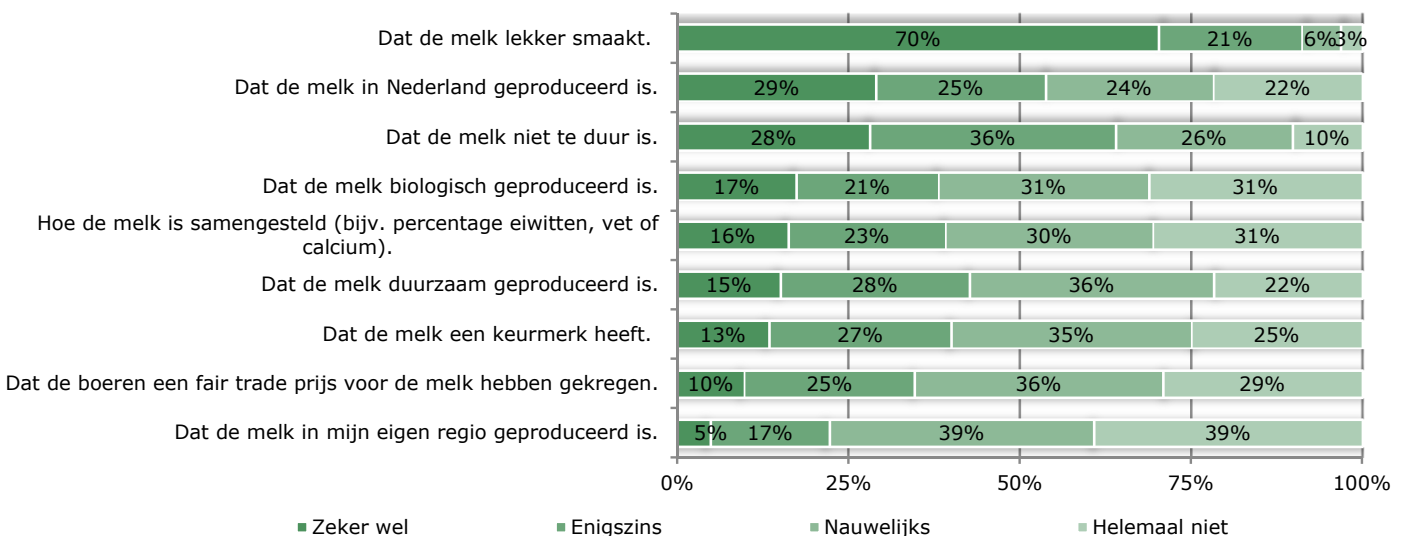


### Toelichting:

Overall waar in de volgende vragen 'melk' staat, kunt u lezen 'melk of andere zuivelproducten'

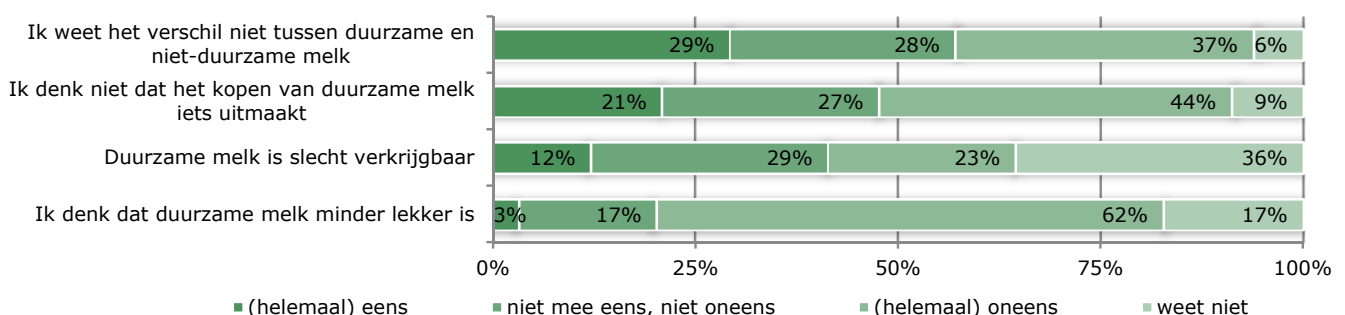
## Aspecten die een rol spelen bij de aankoop van melk

Consumenten letten met name op de smaak en de prijs als zij melk kopen, respectievelijk 91% en 64% geeft aan hier (enigzins) op te letten. Twee op de vijf consumenten (43%) let er (enigzins) op of melk duurzaam geproduceerd is.



## Houding ten opzichte van duurzame melk

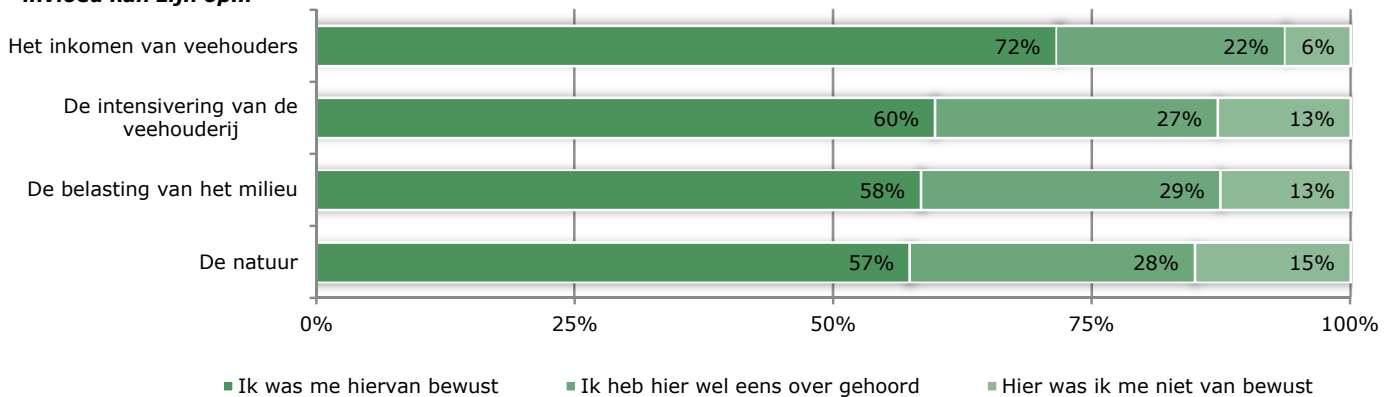
Meer dan twee vijfde van de consumenten (44%) denkt dat wel het uitmaakt of je duurzame melk koopt of niet. Slechts 29% weet echter wat het verschil is tussen duurzame en niet-duurzame melk.



## Bewustzijn over totstandkoming consumentenprijs van melk

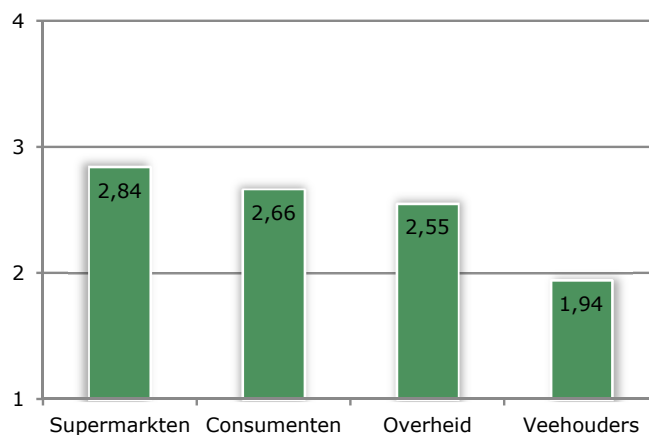
Het bewustzijn over aspecten waarop een verandering in het prijsniveau van melk van invloed kan zijn is groot onder consumenten. Het minst bewust zijn consumenten van de relatie tussen de prijs van melk en de natuur. 85% was hiervan op de hoogte.

*In hoeverre was u zich ervan bewust dat een verandering in de consumentenprijs van melk van invloed kan zijn op...*



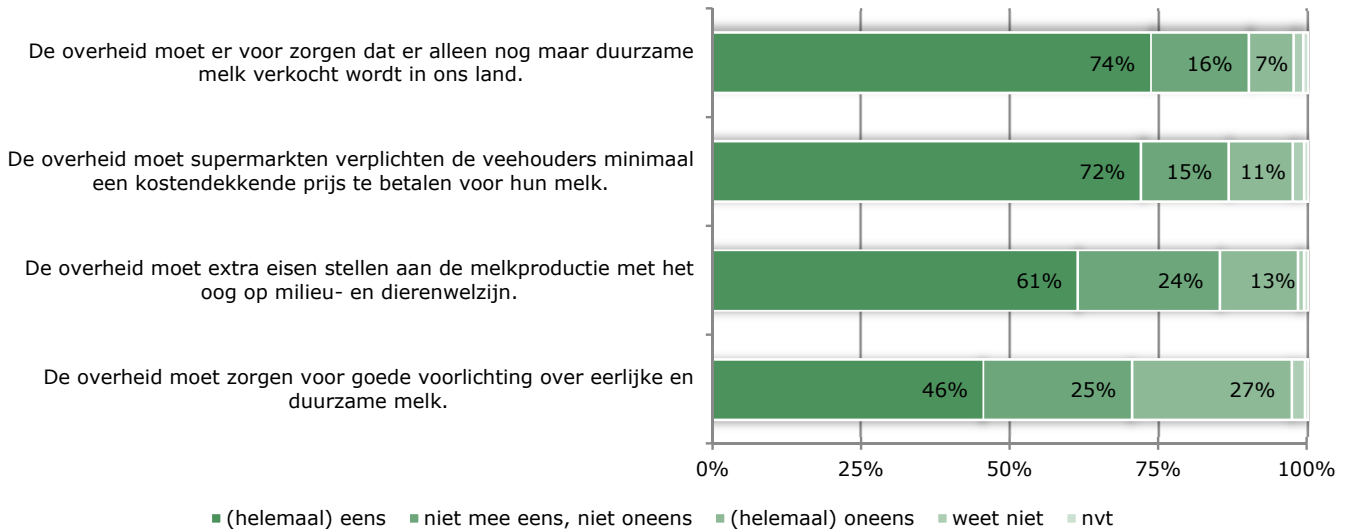
## Invloed op het koopgedrag omtrent duurzame melk

Consumenten is gevraagd om overheid, supermarkten, veehouders en consumenten te rangschikken naar de mate waarin zij invloed hebben op de aankoop van duurzame melk. De partij met de meeste invloed wordt op plaats 4 gezet en de partij met de minste invloed op plaats 1. Supermarkten hebben in de ogen van de consumenten de meeste invloed op dat er duurzame melk gekocht wordt, terwijl de veehouders hier de minste invloed op hebben. De supermarkten worden gemiddeld op plaats 2,84 gezet en de veehouders gemiddeld op plaats 1,94.



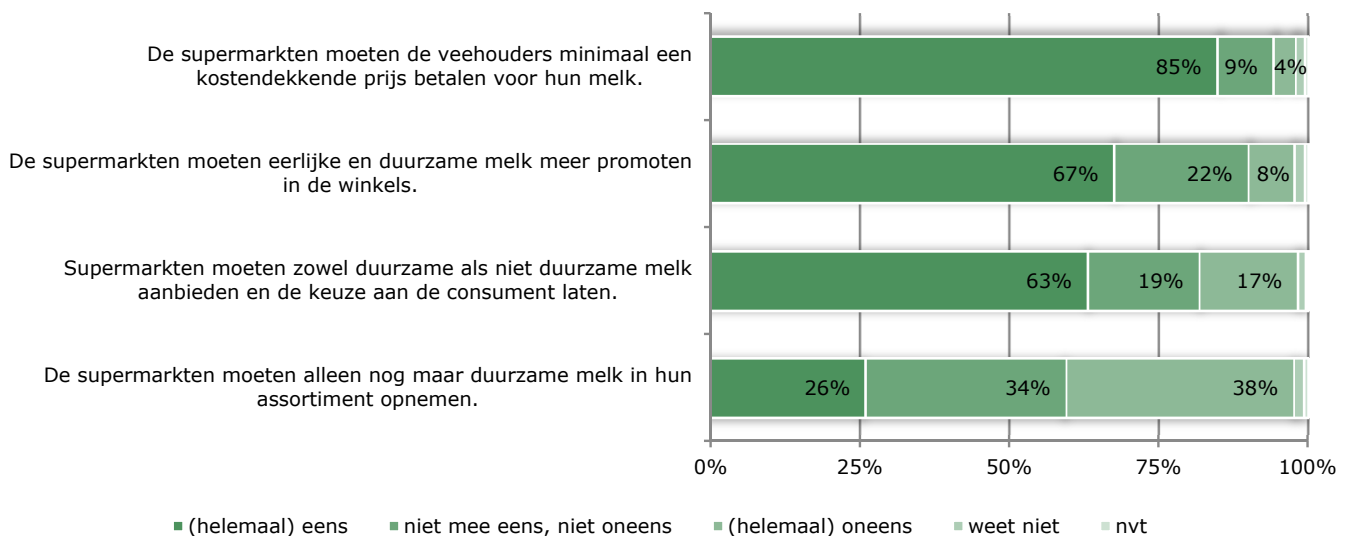
## Rol van de overheid in de productie van duurzame melk

Slechts 18% van de consumenten is van mening dat het niet de taak van de overheid is om een rol te spelen in het stimuleren van de productie van duurzame melk. De overheid kan met name een rol spelen door randvoorwaarden te stellen met het oog op een eerlijke prijs voor boeren en milieu- en dierenwelzijn.



## Rol van de supermarkten in de productie van duurzame melk

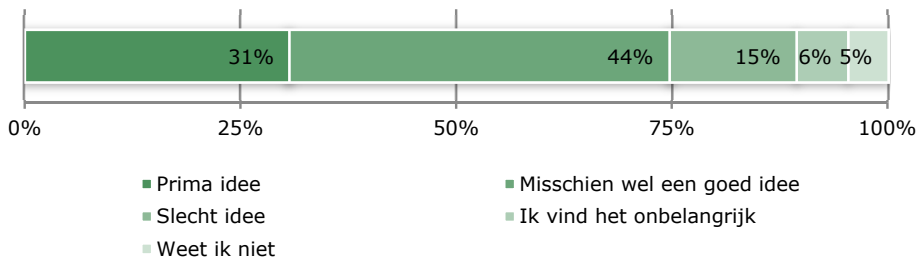
Ook slechts 18% van de consumenten is van mening dat het niet de taak van de supermarkten is om een rol te spelen in het stimuleren van de productie van duurzame melk. Het wordt belangrijk geacht dat supermarkten de veehouders minimaal een kostendeekkende prijs voor hun melk betalen. Supermarkten zouden daarnaast duurzame melk meer kunnen promoten in de winkels, maar met in achtneming van de keuzevrijheid voor consumenten.



## De verkoop beperken tot duurzame melk

De meerderheid van de consumenten staat open voor het idee dat er voortaan in supermarkten uitsluitend nog duurzame melk wordt verkocht. 31% van de consumenten vindt dit een prima idee en 44% van de consumenten vindt dit misschien wel een goed idee.

**Wat vindt u van het idee dat er voortaan in de supermarkten alleen nog maar duurzame melk te koop is?**



Duurzaam geproduceerde melk behelst dat:

- veehouders een eerlijke prijs krijgen voor hun melk voor een duurzame bedrijfsvoering.
- de koeien lopen minstens 120 dagen per jaar 6 uur in de wei.
- de koeien krijgen lokaal geteeld veevoer i.p.v. veevoer uit Zuid-Amerika.
- er maatregelen worden genomen om vogels op het boerenland te beschermen.
- boeren niet meer mest produceren dan ze op hun eigen land kwijt kunnen.

*Consumenten zouden het een goed idee vinden, omdat:*

- het goed voor de wereld is. "Goed voor het milieu en daardoor ook voor mens en dier." "het zal eens tijd worden dat we meer betalen voor een prachtig product en ook nog de natuur in stand houden zonder onnodige roofbouw of bijvoeding" "Dat zou een goede stap zijn op weg naar mens- en diervriendelijkere productie in de zuivelsector"
- het een manier is om (ver)koopgedrag te beïnvloeden. "een manier om er voor te zorgen dat duurzame producten worden gestimuleerd" "Mensen gaan altijd voor goedkoop, dus prijzen omhoog en alleen duurzame dingen verkopen. De keus niet bij de consument laten. Dan verandert er nooit iets".

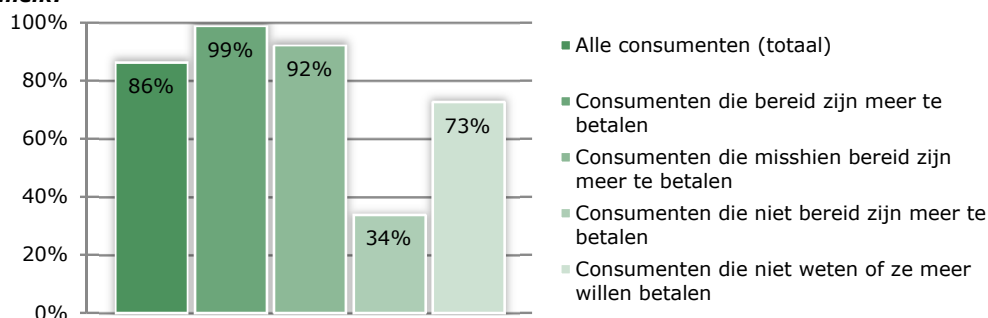
*Consumenten zouden het een minder goed/slecht idee vinden, omdat:*

- niet iedereen duurzame melk kan betalen. "En sommige gezinnen kunnen het gewoon niet betalen. Dus voor deze categorie moeten ook andere producten beschikbaar zijn. Het klinkt allemaal mooi ,maar dit wordt vaak vergeten". "Supermarkten moeten ook armere klanten bedienen, dus toch een low-budget variant houden"
- consumentenvrijheid belangrijk is. "Uiteindelijk moet de consument de keuze hebben tussen duurzame en niet-duurzame melk (geen verbod), maar kan hij/zij wel een duwtje in de goede richting." "Laat de markt z'n werk doen. Overheid bemoeit zich al te veel met allerlei zaken. En niet altijd succesvol" "Eerlijke, duurzame melk moet een goede concurrentiepositie en een beter imago krijgen. De markt moet wel keuzevrijheid houden"

## Bereidheid om meer te betalen voor duurzame melk

Consumenten zijn niet erg prijsbewust als het gaat om melk. 14% van de consumenten weet precies wat zij betaalt voor melk en 59% procent weet het ongeveer. Nadat de consumenten is verteld dat een gemiddeld literpak niet-duurzame melk 80 eurocent kost, is hen gevraagd of zij meer zouden willen betalen als zij de garantie kregen dat de melk duurzaam geproduceerd was. 82% is (misschien) bereid meer te betalen. Als er specifiek wordt gevraagd naar de voor verduurzaming noodzakelijke prijsstijging per liter (6 cent), dan is 86% van de consumenten bereid dit te betalen voor duurzame melk. De bereidheid om 6 cent per liter meer te betalen is het hoogst onder de consumenten die eerder al aangaven meer te willen betalen (99%) en het laagst onder de consumenten die eerder aangaven niet bereid zijn meer te betalen (34%).

**Bent u als consument bereid om 6 cent meer te betalen voor duurzame melk?**



## Belang aspecten van duurzame productie

Consumenten hechten veel waarde aan de afzonderlijke aspecten van een duurzame productie van melk. Een eerlijke prijs voor veehouders vindt men het belangrijkste (97% vindt het minimaal een beetje belangrijk) en lokaal geteeld veevoer vindt men verhoudingsgewijs het minst belangrijk (84% vindt het minimaal een beetje belangrijk).

### Hoe belangrijk zijn de volgende aspecten voor u?

