



Keurmerken op voeding

Consument en keurmerken: flitspeiling

september 2025



Aanleiding

Er is binnen de samenleving - en in het bijzonder onder professionele partijen zoals toezichthouders (bijvoorbeeld de ACM) - behoefte aan actuele en representatieve inzichten in het consumentengedrag rondom keurmerken voor voeding. Er is nog relatief weinig bekend over bij welke productgroepen binnen de productgroep eten en drinken consumenten daadwerkelijk letten op keurmerken, welke keurmerken zij kennen, en waarom zij er wel of niet op letten. Vanwege de nieuwe beoordeling van de voedingskeurmerken heeft Milieu Centraal dit consumentenonderzoek gedaan.

Doelstelling

De doelstellingen van het huidige onderzoek zijn:

- In kaart brengen in welke mate consumenten letten op keurmerken bij het aankopen van eten en drinken
- Bij welke productgroepen ze dit doen
- Inzicht krijgen in welke keurmerken worden herkend of bekend zijn
- Achterhalen welke drijfveren en belemmeringen er zijn om op keurmerken te letten
- Wat consumenten zou helpen vaker te letten op keurmerken.

Daarnaast is gevraagd naar geslacht, leeftijd en postcode (voor stedelijkheid), zodat verschillen tussen doelgroepen en regio's in kaart kunnen worden gebracht.

Methode

Het onderzoek is kwantitatief uitgevoerd door middel van een online vragenlijst, opgesteld door onderzoekers van Milieu Centraal en uitgezet onder het panel van onderzoeksbureau Norstat. Deze vragenlijst bestond uit zes inhoudelijke vragen aangevuld met sociodemografische achtergrondvragen.

De steekproef bestond uit 1001 respondenten in de leeftijd van 18 tot 87 jaar en is na weging representatief verdeeld naar geslacht, leeftijd en regio.

Samenvatting en conclusies

- Een grote meerderheid van de consumenten (83%) zegt minimaal weleens te letten op duurzaamheidskeurmerken bij het doen van boodschappen. Slechts 17% geeft aan dit nooit te doen. Vooral bij vlees (52%), eieren (49%) en groente en fruit (45%) wordt op keurmerken gelet.
- De belangrijkste motivatie om wél op keurmerken te letten is bijdragen aan het doel waar het keurmerk voor staat, zoals een beter milieu en klimaat, dierenwelzijn of eerlijke arbeidsomstandigheden.
- Redenen om níet op keurmerken te letten zijn de (veronderstelde) hogere prijs, de veelheid aan keurmerken waardoor men door de bomen het bos niet meer ziet, en het simpelweg niet actief erop letten of eraan denken.
- Consumenten geven aan dat een duidelijk overzicht kan helpen om keurmerken beter op waarde te schatten. Ze ervaren de hoeveelheid keurmerken nu als verwarrend en missen inzicht in wat ze precies betekenen.
- Bijna de helft (47,4%) zegt vaker te zullen letten op keurmerken als ze weten dat er een beperkt aantal (bijvoorbeeld 10) betrouwbare keurmerken bestaat die koplopers zijn op het gebied van duurzaamheid. Minder keurmerken en meer duidelijkheid kunnen er dus toe leiden dat consumenten actiever kiezen voor producten met keurmerk.



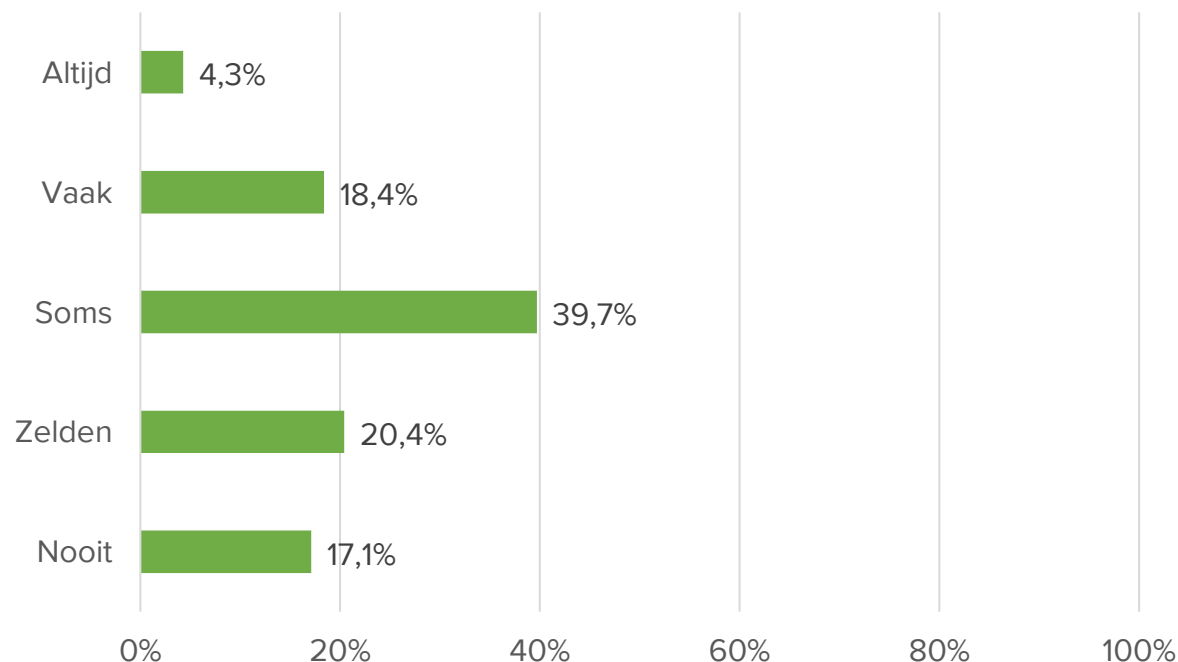
RESULTATEN



Huidig gedrag: letten mensen op keurmerken?

Slechts één op de vijf Nederlandse consumenten let goed op duurzaamheidskeurmerken bij het doen van boodschappen. Hierbij is 'altijd' (4,3%) en 'vaak' (18,4%) samengenomen.

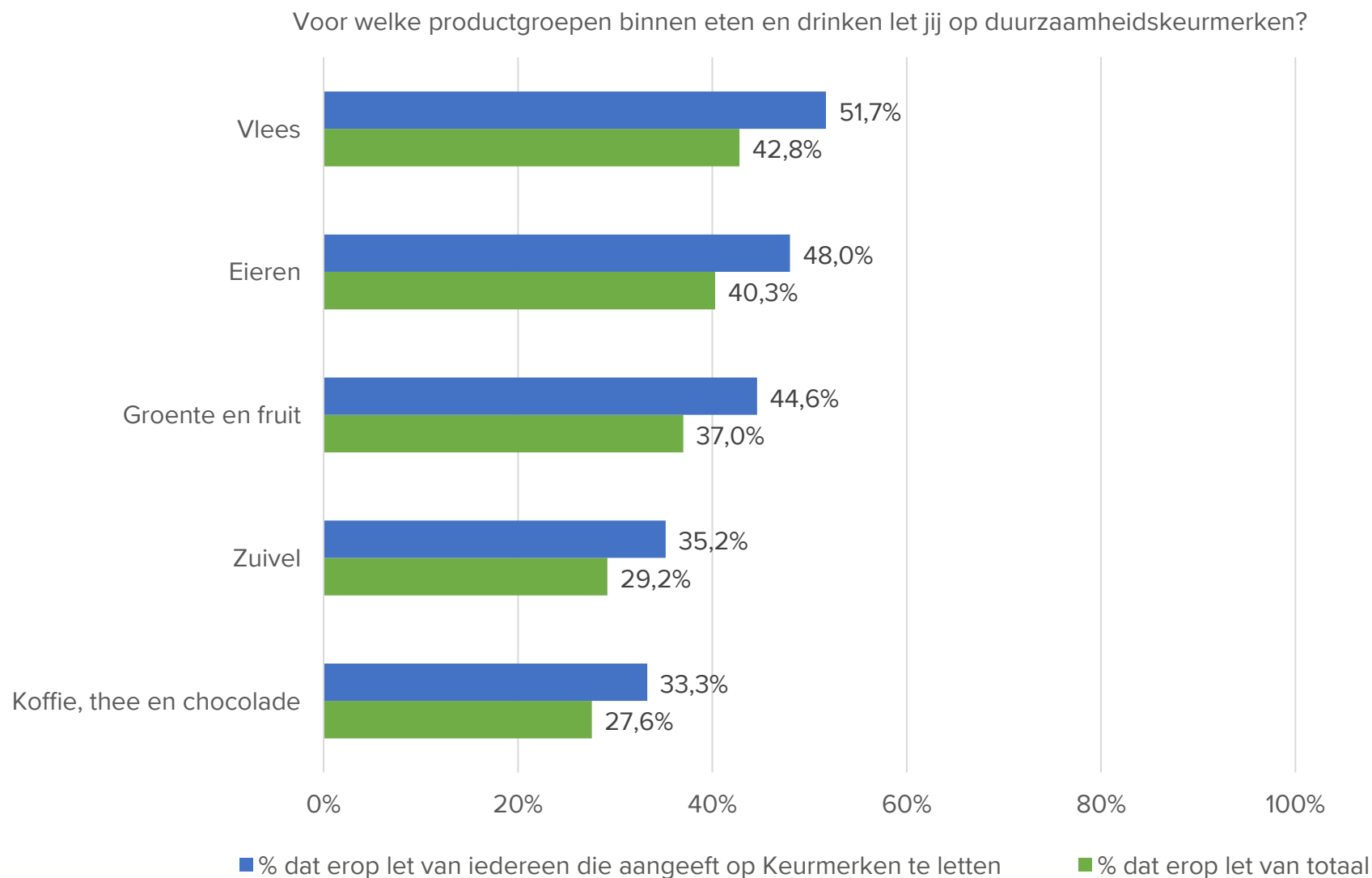
Let je bij het kopen van eten en drinken op duurzaamheidskeurmerken (zoals Fairtrade, Beter Leven, EU-biologisch)?



Letten op keurmerken =
antwoordcategorieën Altijd,
Vaak, Soms, Zelden
(samengenomen als let-op).
Niet letten op keurmerken =
antwoordcategorieën Nooit.

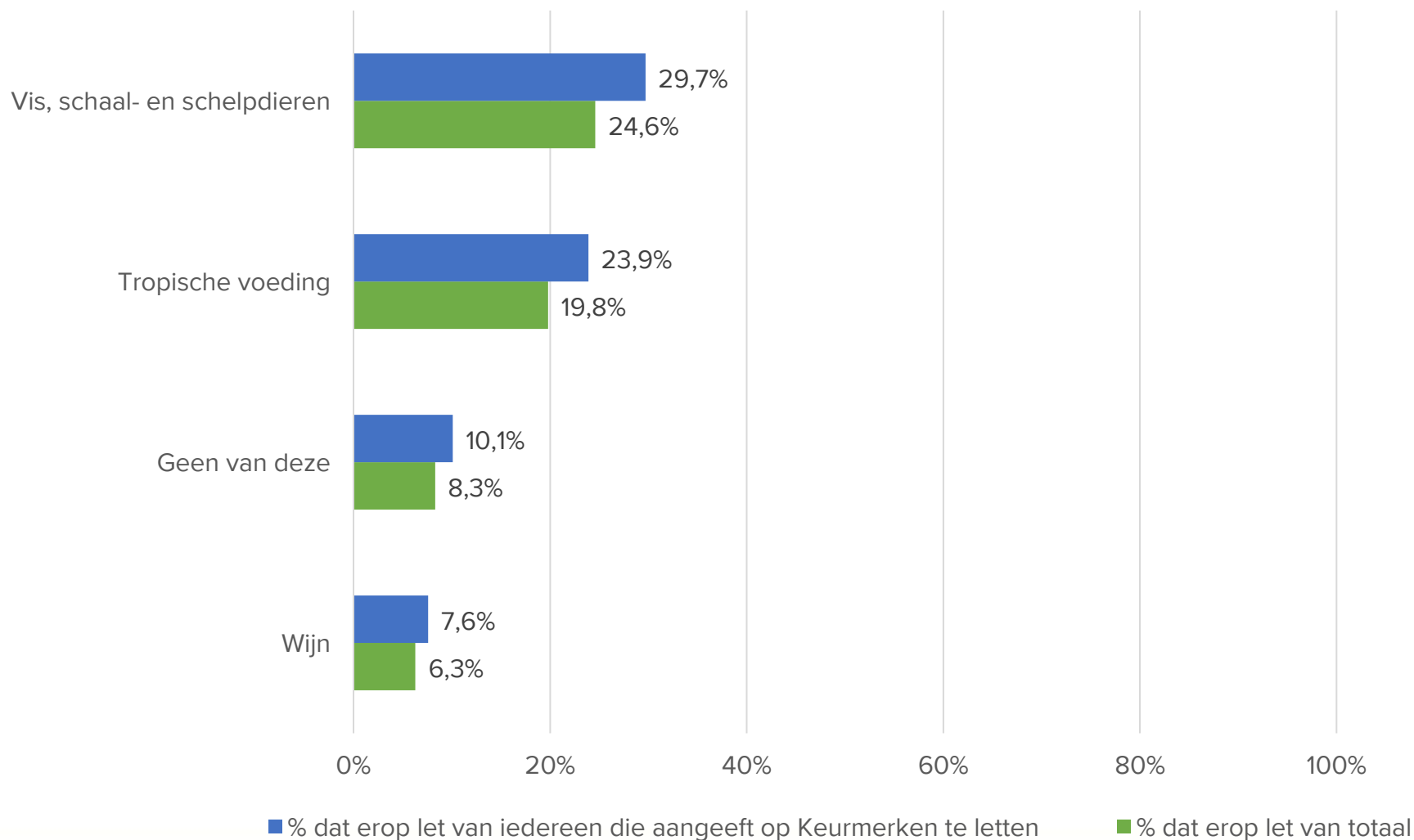
Bij welke producten letten mensen op keurmerken? – deel 1

De mensen die wel eens op keurmerken letten, letten hier vooral op bij vlees (51,7%), eieren (48,0%) en groente & fruit (44,6%)



Bij welke producten letten mensen op keurmerken? – deel 2

Voor welke productgroepen binnen eten en drinken let jij op duurzaamheidskeurmerken?

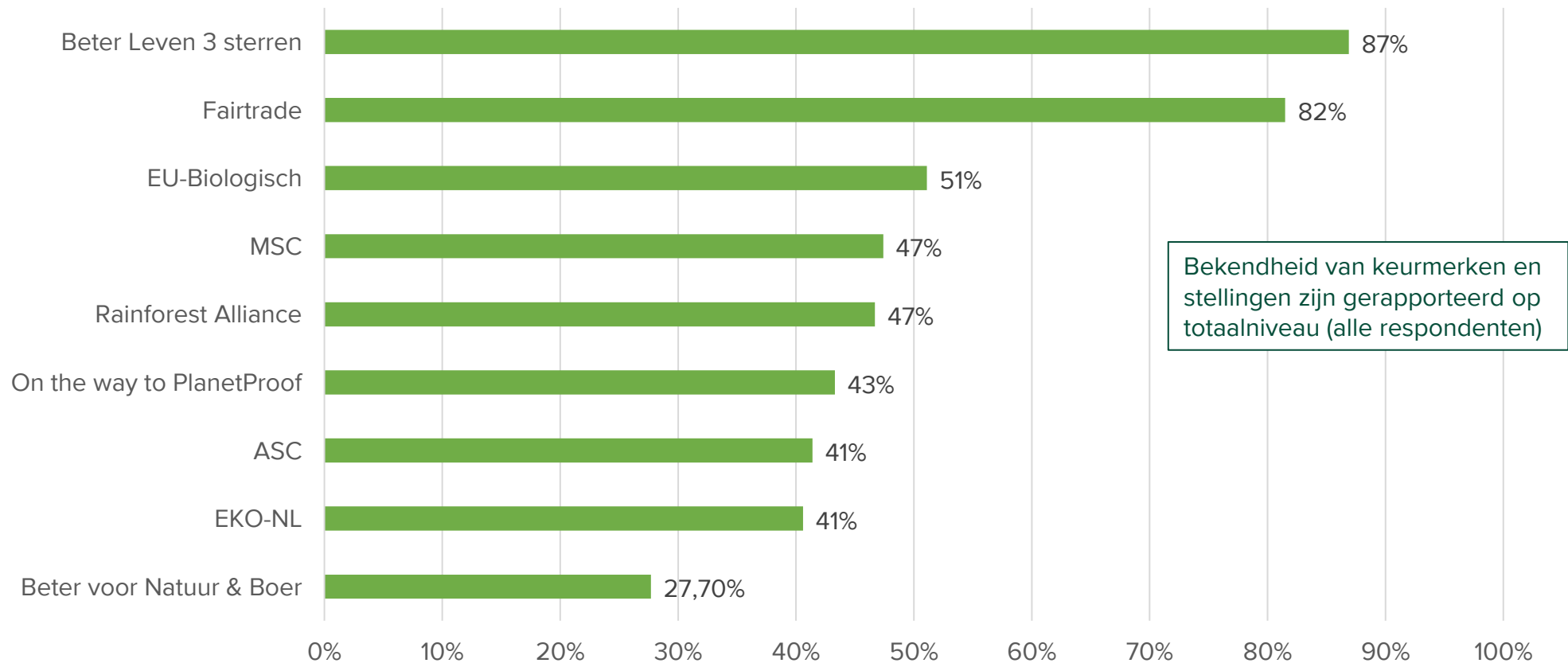


Welke duurzaamheidskeurmerken worden herkend? – deel 1

De keurmerken die het best herkend worden na het zien van naam en logo zijn Beter Leven 3 sterren (87%), Fairtrade (82%) en EU-biologisch (51%).

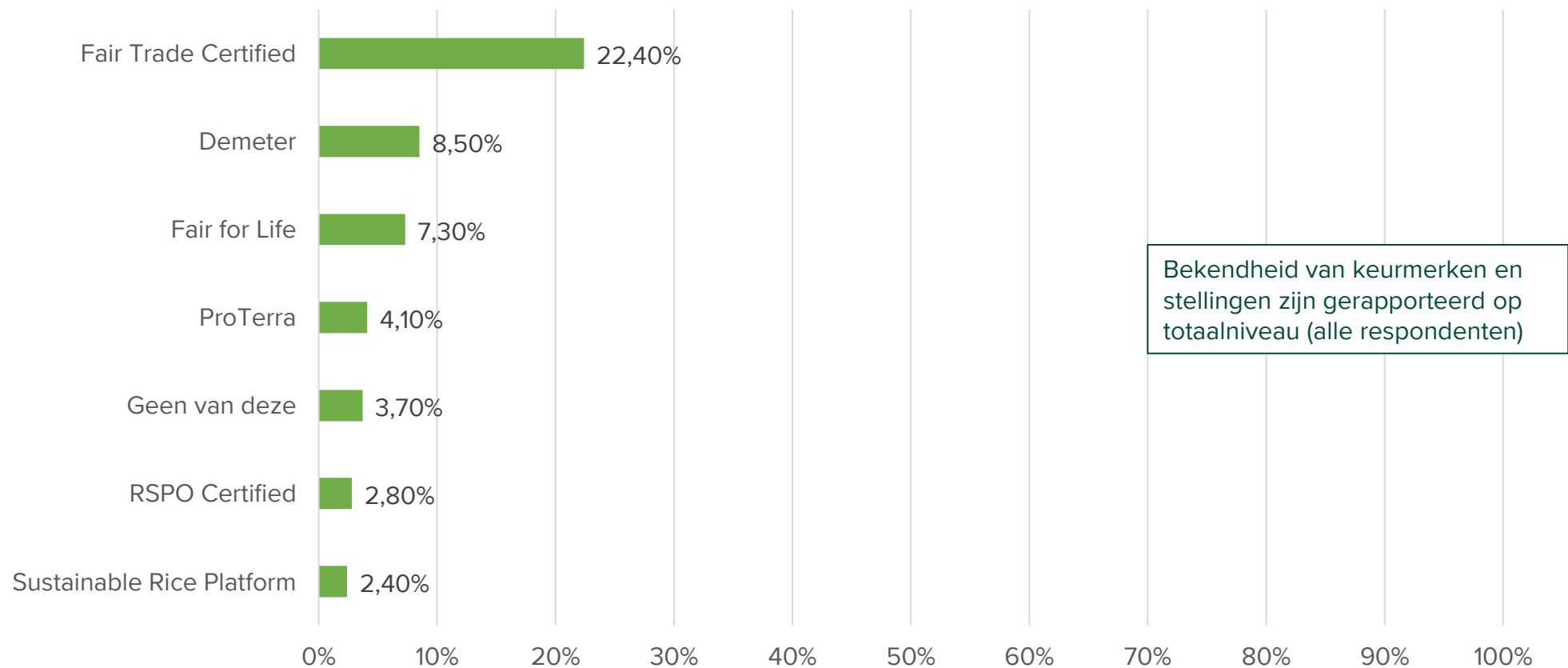
Herkenning is scheef verdeeld: enkele keurmerken worden heel vaak herkend, maar er zijn ook veel keurmerken die weinig bekend zijn. Dit ondersteunt de 'te veel/te onduidelijk'-beleving bij consumenten.

Welke van de volgende duurzaamheidskeurmerken herken je van naam of uiterlijk?



Welke duurzaamheidskeurmerken worden herkend? – deel 2

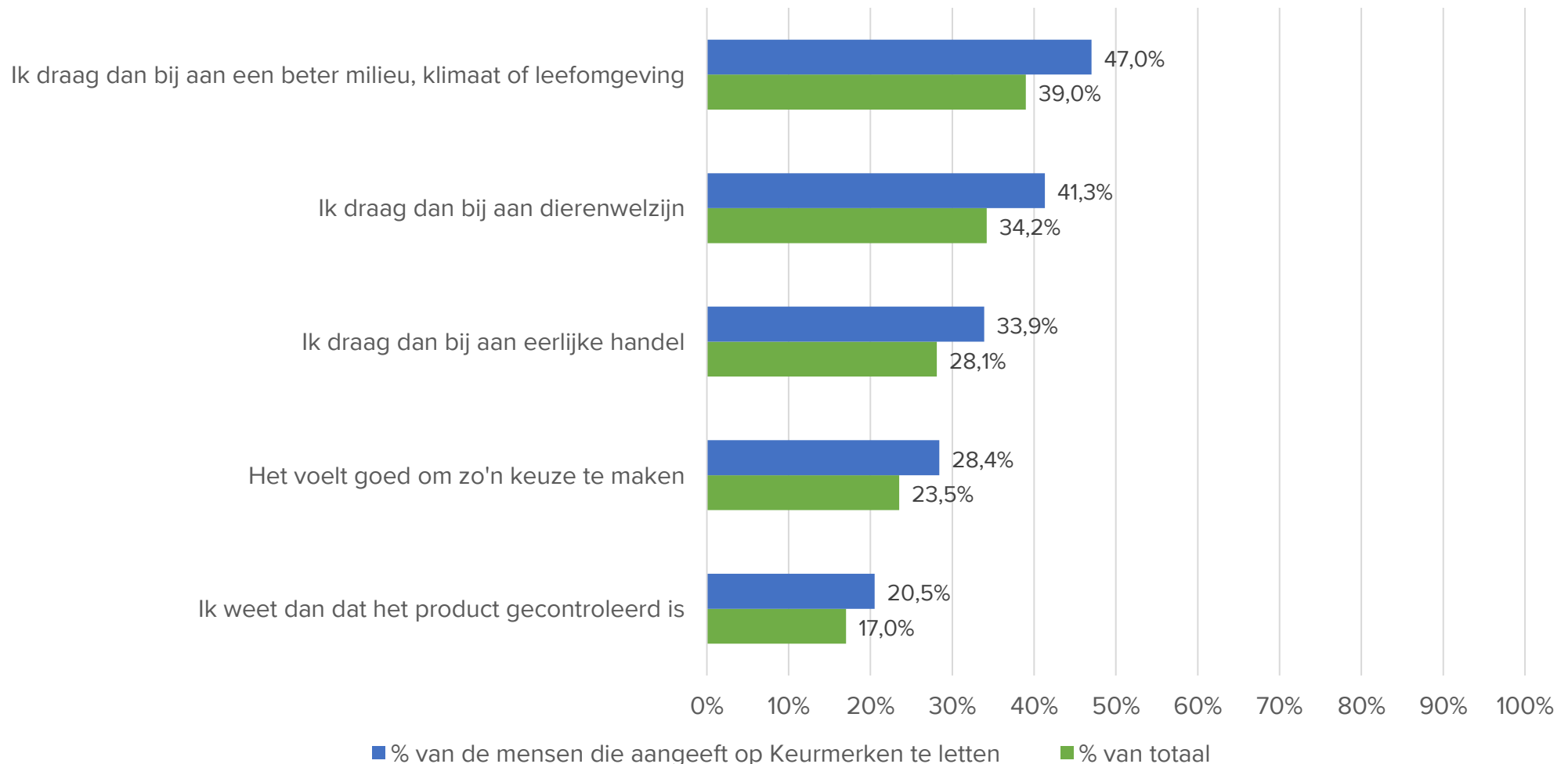
Welke van de volgende duurzaamheidskeurmerken herken je van naam of uiterlijk?



Wat zijn redenen voor mensen om wél op duurzaamheidskeurmerken te letten? – deel 1

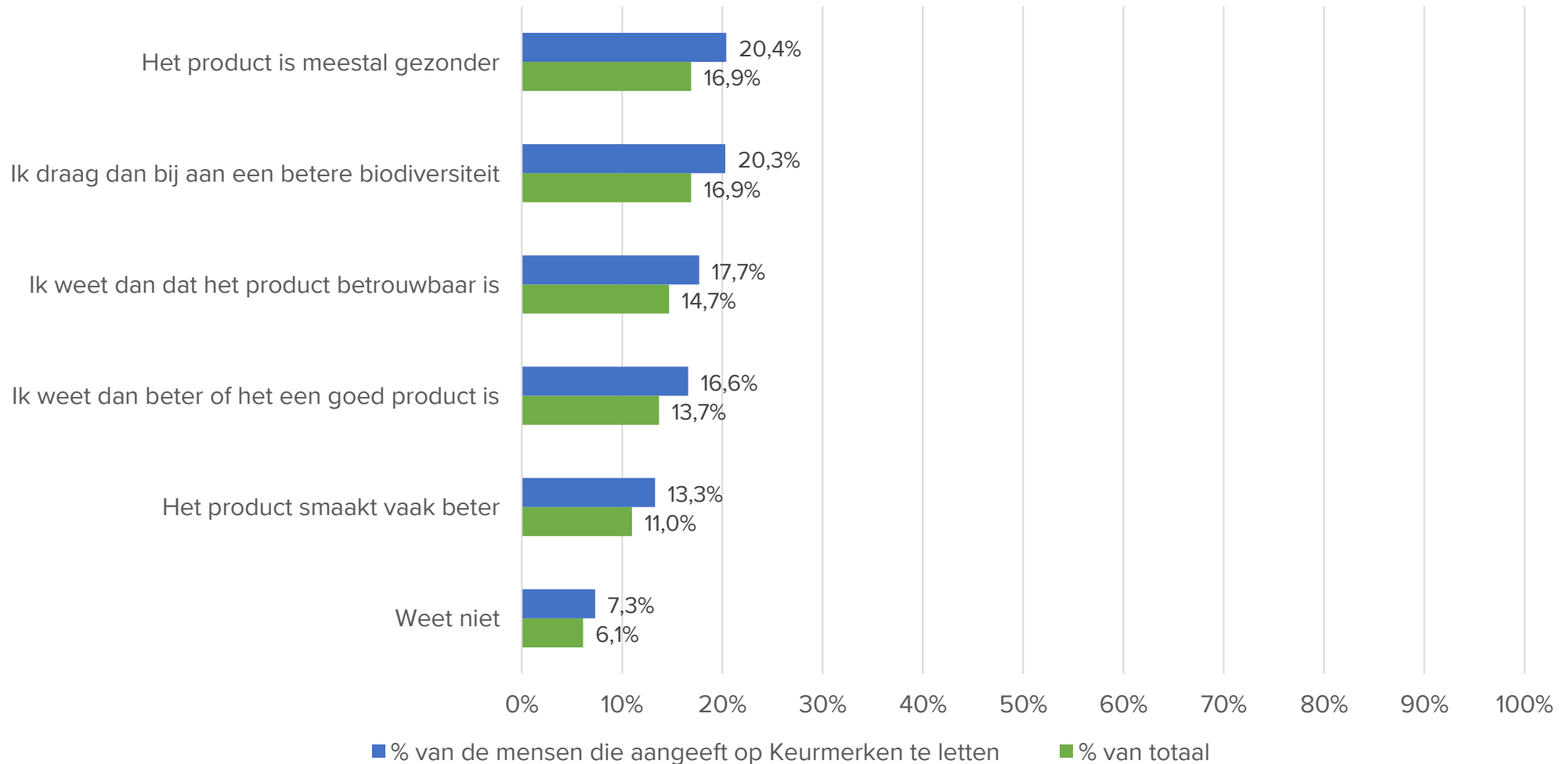
Voor mensen die wel eens op keurmerken letten, zijn milieu/klimaat (47%), dierenwelzijn (41,3%), en eerlijke handel (33,9%) de belangrijkste redenen om dat te doen. Zijn doen dit dus met name om bij te dragen aan het doel waar het keurmerk voor staat.

Wat zijn voor jou redenen om wél op duurzaamheidskeurmerken te letten?



Wat zijn redenen voor mensen om wél op duurzaamheidskeurmerken te letten? – deel 2

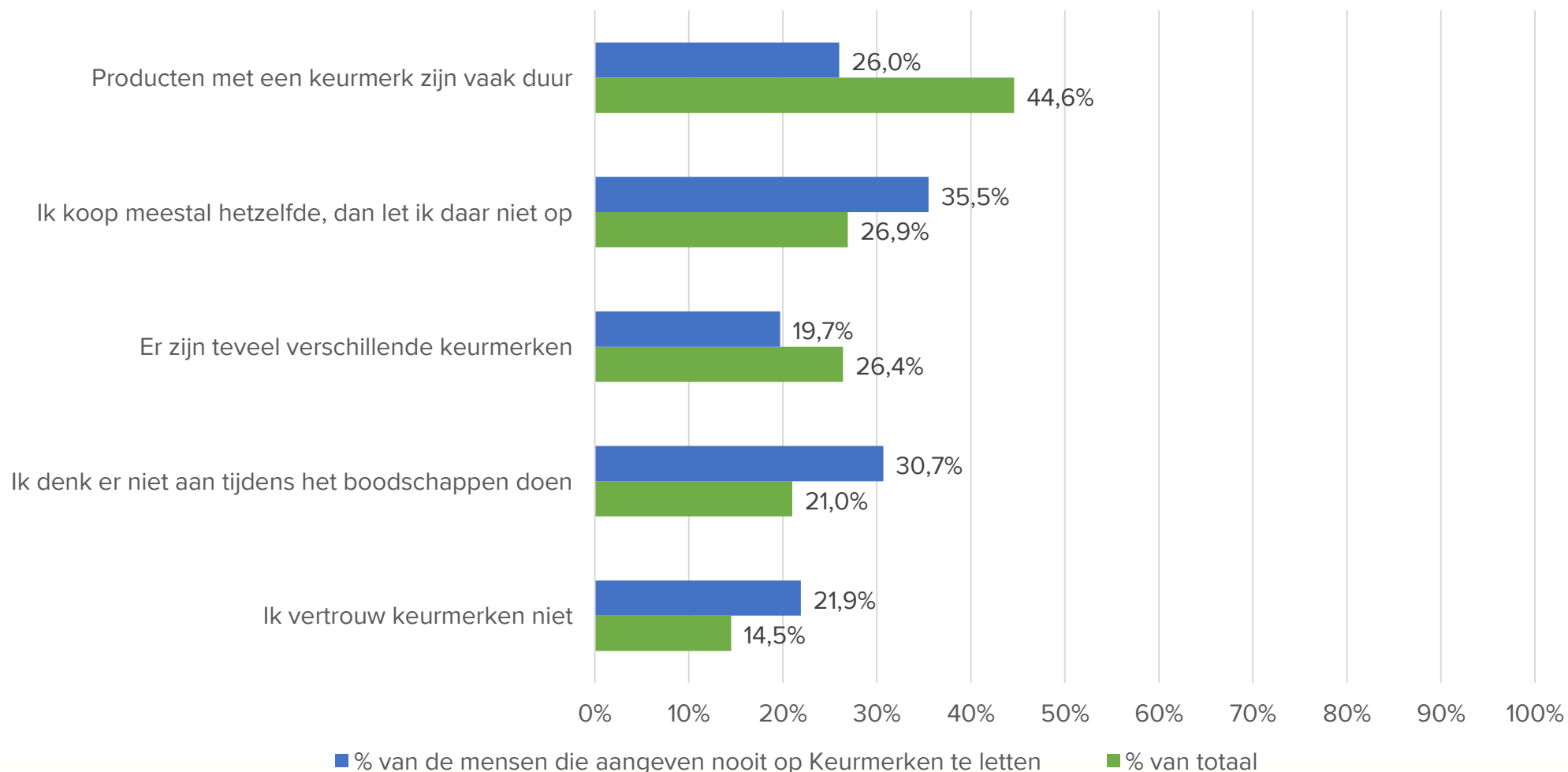
Wat zijn voor jou redenen om wél op duurzaamheidskeurmerken te letten? ?



Wat zijn redenen voor mensen om niet op duurzaamheidskeurmerken te letten? – deel 1

Als mensen niet op keurmerken letten, doen ze dat omdat ze denken dat producten met keurmerken duur zijn (26%), ze hier niet op letten (35,5%) of aan denken (30,7%) en het er te veel zijn (19,7%).

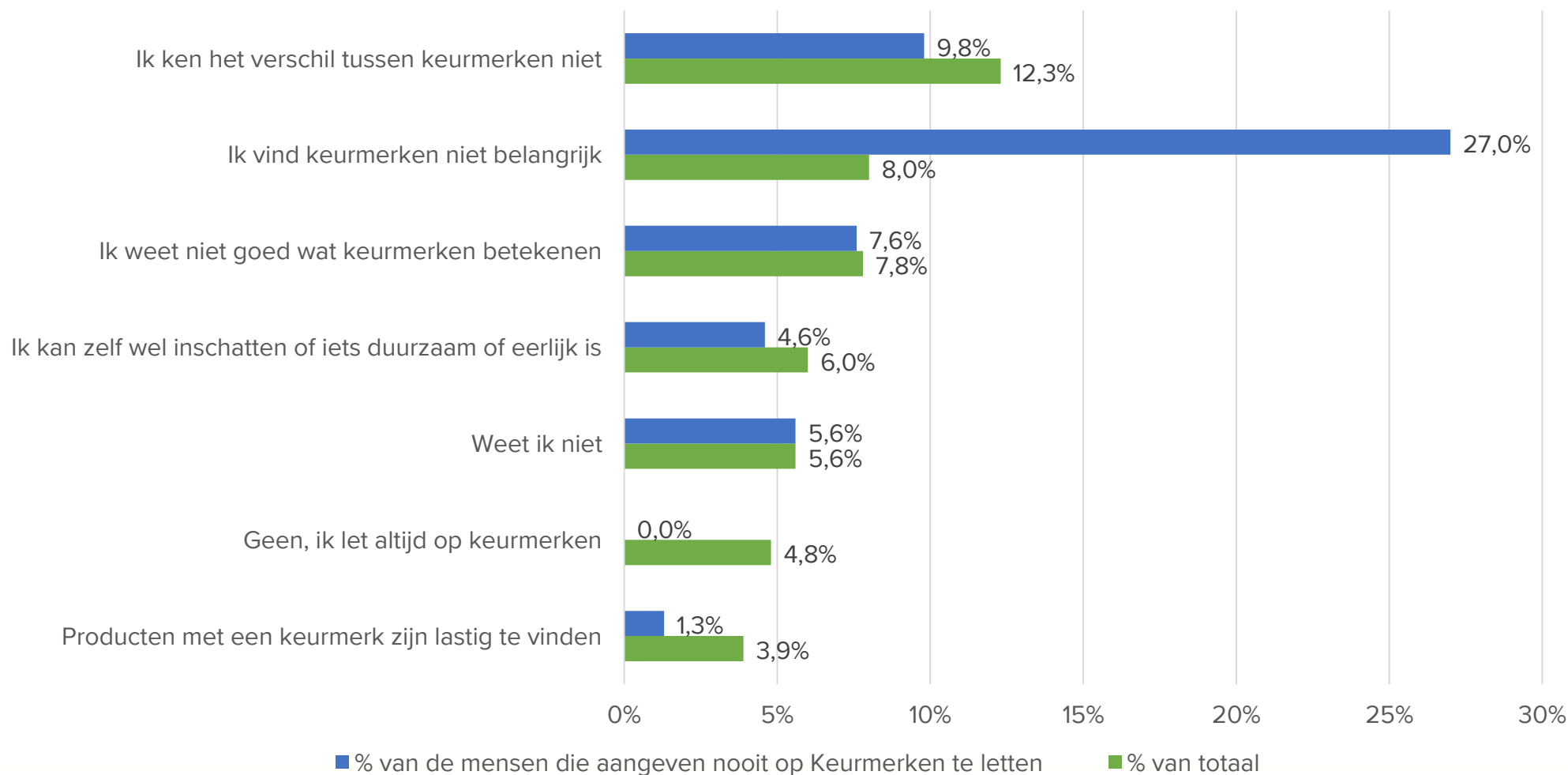
Wat zijn voor jou redenen om niet op duurzaamheidskeurmerken te letten? ?



Wat zijn redenen voor mensen om niet op duurzaamheidskeurmerken te letten? – deel 2

Voor mensen die nooit op keurmerken te letten is daarnaast een belangrijke reden dat ze keurmerken niet belangrijk vinden (27%).

Wat zijn voor jou redenen om niet op duurzaamheidskeurmerken te letten? ?

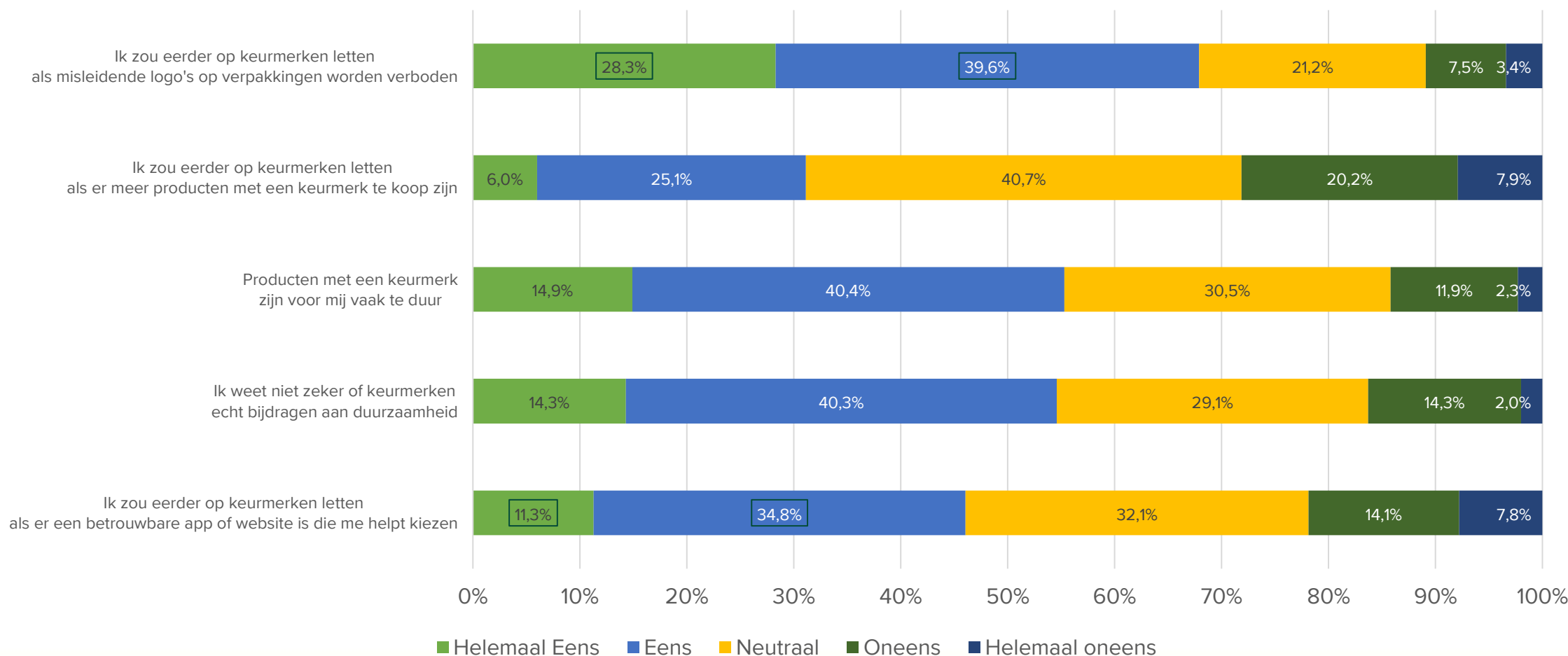


Wat zou mensen helpen in het kopen van producten met een keurmerk? – deel 1

Consumenten zeggen eerder op keurmerken te letten als misleidende logo's op verpakkingen worden verboden (28,3% en 39,6%).

Ze geven aan dat een duidelijk overzicht van de meest betrouwbare keurmerken kan helpen om voeding met een keurmerk te kopen (11,3% en 34,8%).

In hoeverre ben je het eens met de volgende uitspraken over wat je zou helpen om eten en drinken met een duurzaamheidskeurmerk te kopen van eten of drinken in de supermarkt?



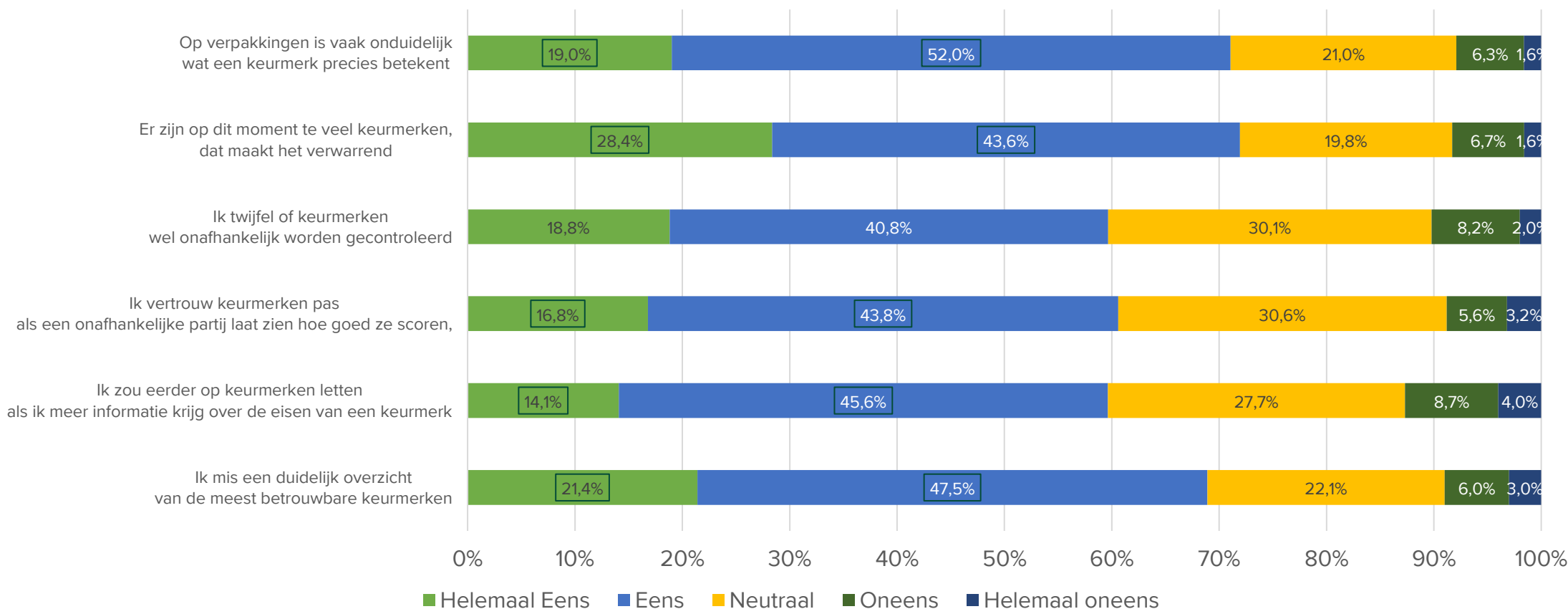
Wat zou mensen helpen in het kopen van producten met een keurmerk? – deel 2

Mensen geven aan dat op verpakkingen vaak onduidelijk is wat een keurmerk precies betekent (19% en 52%), en missen een duidelijk overzicht (21,4% en 47,5%).

Momenteel ervaart ruim twee derde van de consumenten de hoeveelheid keurmerken als verwarrend (28,4% en 43,6%).

Mensen zeggen keurmerken eerder te vertrouwen wanneer een onafhankelijke partij laat zien hoe goed ze scoren (16,8% en 43,8%) en als de eisen achter het keurmerk helder zijn (14,1% en 45,6%)

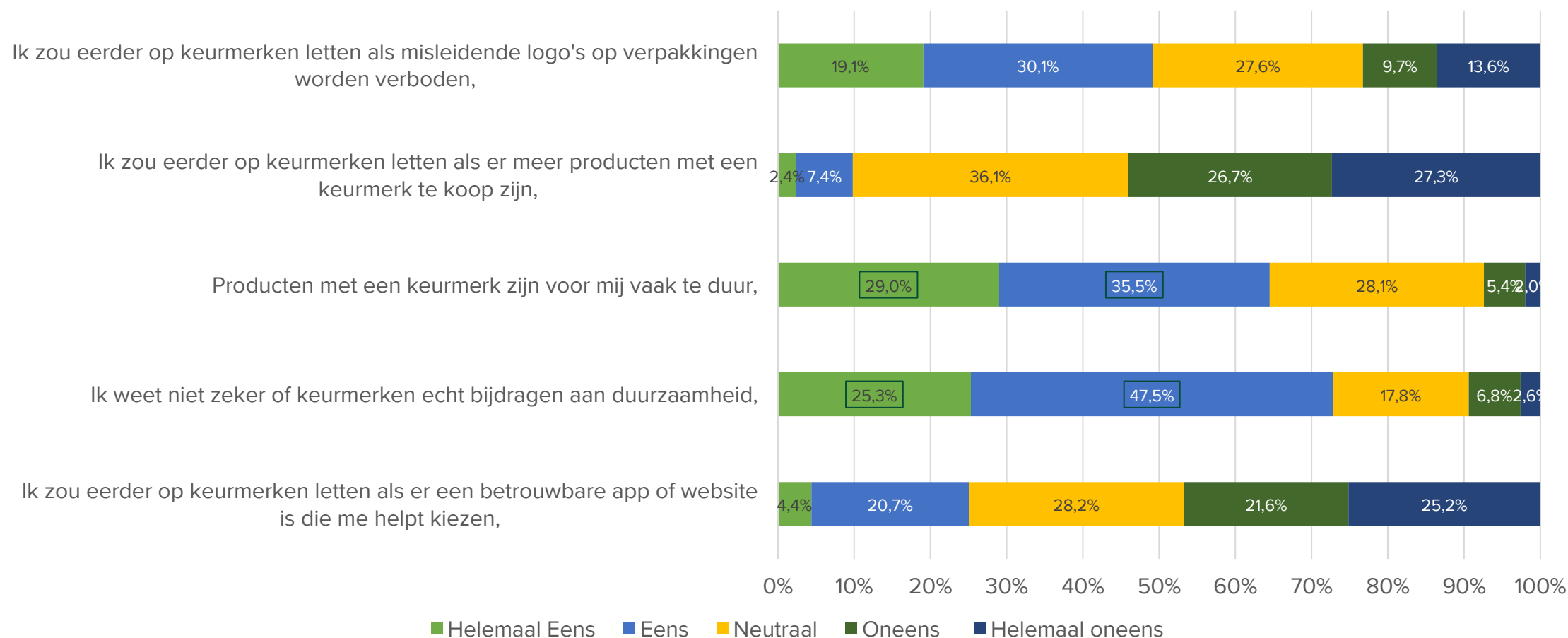
In hoeverre ben je het eens met de volgende uitspraken over wat je zou helpen om eten en drinken met een duurzaamheidskeurmerk te kopen van eten of drinken in de supermarkt?



Wat zou mensen die aangeven nooit op keurmerken te letten helpen in het kopen van producten met een keurmerk? – deel 1

Voor mensen die aangeven nooit op keurmerken te letten zou het helpen de perceptie dat keurmerken duur zijn te weerleggen (29,0% en 35,5%) , net als meer uitleg over hoe keurmerken bijdragen aan duurzaamheid (25,3% en 47,5%).

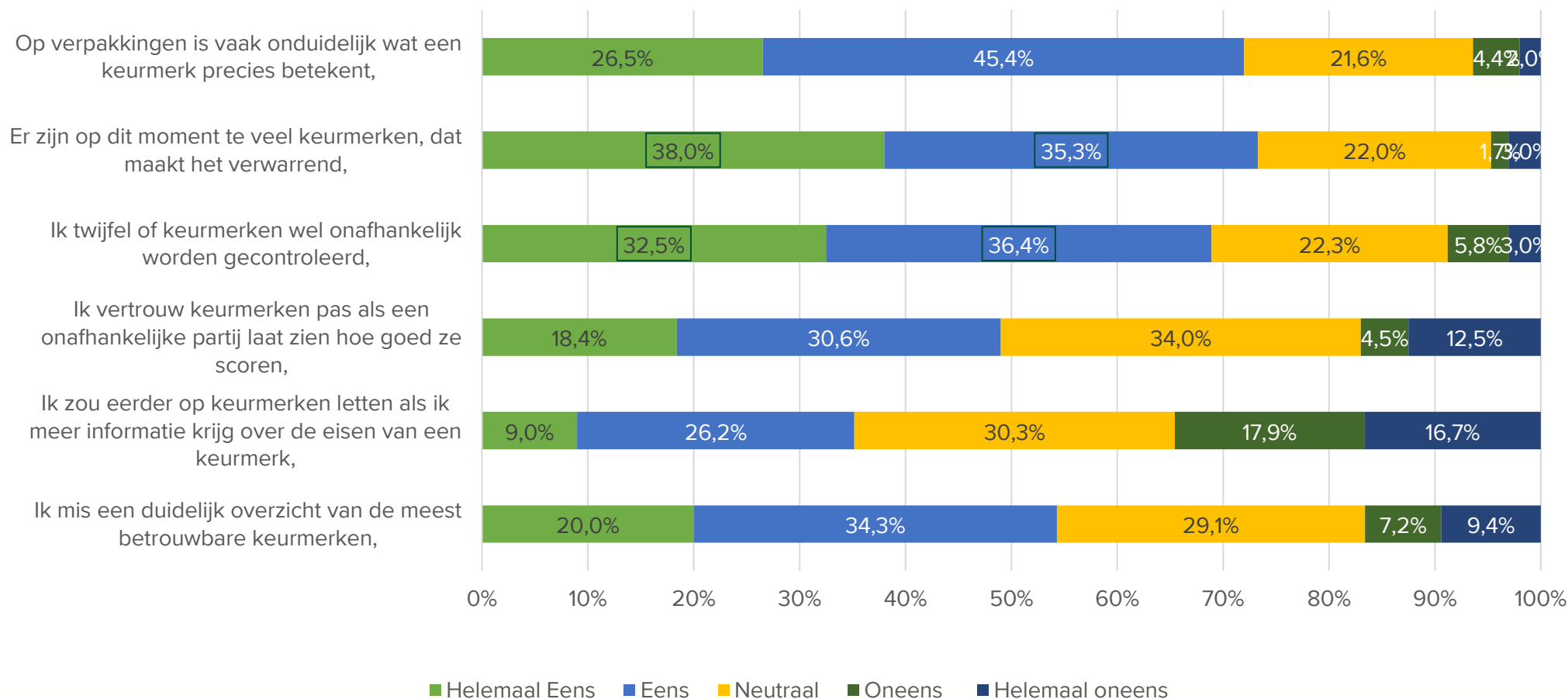
In hoeverre ben je het eens met de volgende uitspraken over wat je zou helpen om eten en drinken met een duurzaamheidskeurmerk te kopen van eten of drinken in de supermarkt?



Wat zou mensen die aangeven nooit op keurmerken te letten helpen in het kopen van producten met een keurmerk? – deel 2

Verder is bij deze groep ook weer de hoeveelheid (38,0% en 35,3%) en twijfel aan onafhankelijkheid een belangrijke factor (32,5% en 36,4%) .

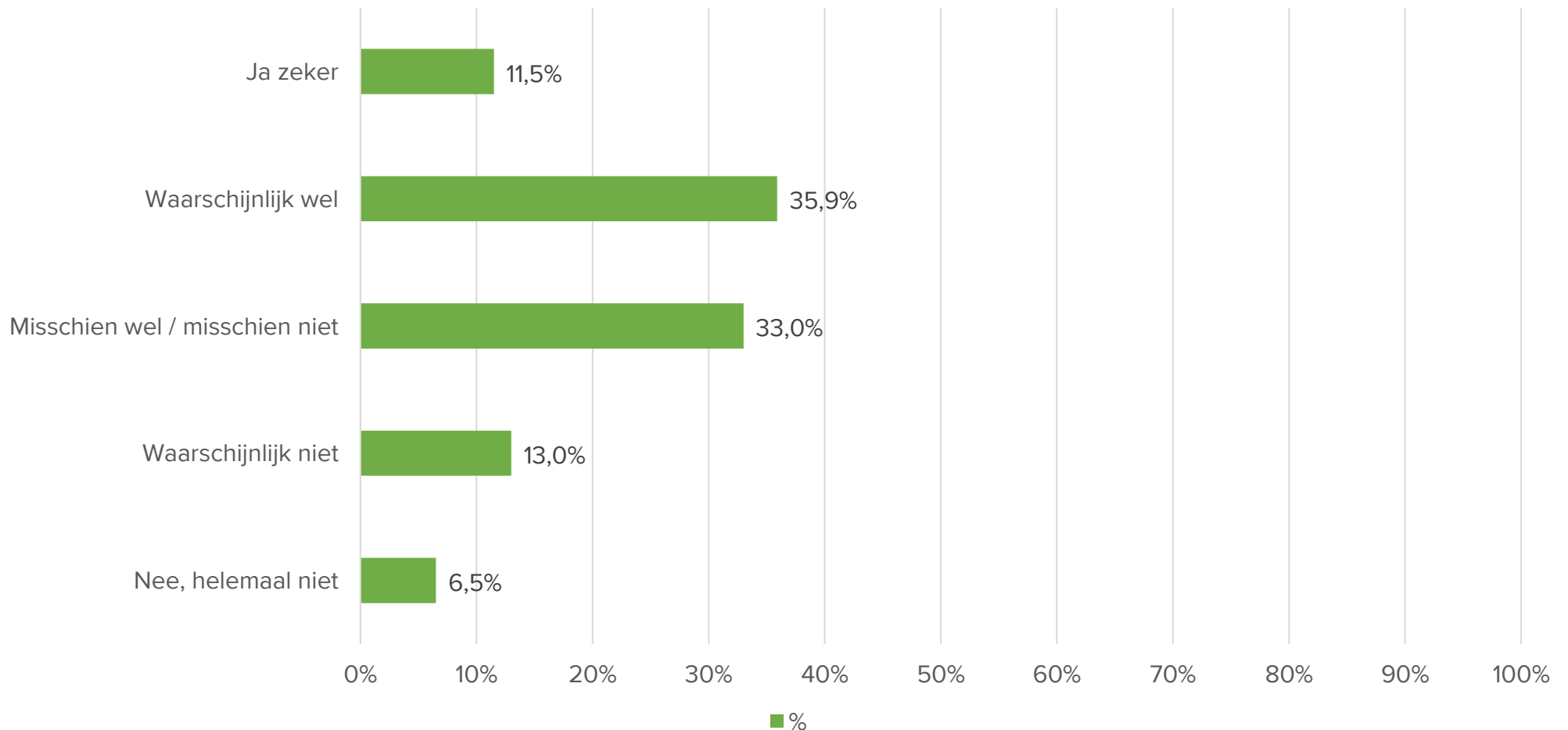
In hoeverre ben je het eens met de volgende uitspraken over wat je zou helpen om eten en drinken met een duurzaamheidskeurmerk te kopen van eten of drinken in de supermarkt?



Wat is de intentie van mensen in het letten op Keurmerken?

Bijna de helft (47,4%) zegt dat ze vaker op keurmerken zouden letten als ze weten welke betrouwbare keurmerken de koplopers op het gebied van duurzaamheid zijn. Zodra er een duidelijke selectie wordt gemaakt, is er dus een relatief grote groep die zegt vaker op keurmerken te gaan letten

Stel dat je weet dat er voor eten en drinken ongeveer 10 verschillende betrouwbare keurmerken bestaan die koploper zijn qua ambitie op duurzaamheid, Zou je dan geneigd zijn daar actiever op te letten?



BIJLAGEN



Methode en respondenten

Steekproef en respons.

De vragenlijst is uitgezet onder 1.519 panelleden van Norstat. Hiervan ronden 1.001 respondenten de vragenlijst volledig af (completes). Dit komt overeen met een completeratio van 65,9%. Alle analyses in dit rapport zijn uitgevoerd op de analysebasis van n = 1.001 (ongewogen) en zijn gewogen naar leeftijd, regio en geslacht (CBS, 2022).

Respondenten

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Vrouw	522	52,1%	504	50,3%
Man	479	47,9%	497	49,7%

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
18–29	171	17,1%	195	19,5%
30–44	229	22,9%	220	22,0%
45–59	282	28,2%	245	24,4%
60+	319	31,9%	341	34,0%

Methode en respondenten

Regio	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
G4 + randgemeenten	167	16,7%	194	19,4%
Noord-/Zuid-Holland & Utrecht	278	27,8%	275	27,4%
Friesland/Groningen/Drenthe	99	9,9%	75	7,5%
Overijssel/Gelderland/Flevoland	220	22,0%	217	21,7%
Noord-Brabant/Limburg/Zeeland	237	23,7%	240	23,9%

Definities

Meervoudige antwoorden: bij productgroepen, bekendheid en redenen kon men meerdere opties kiezen; totalen hoeven daardoor niet op te tellen tot 100%.

Rapportage.

De cijfers zijn gewogen percentages en weergegeven met één decimaal. Door afronding kan het totaal soms iets afwijken van 100%.

Software.

De analyses zijn gedaan in R (met de pakketten survey en tidyverse). Code en tabellenboek zijn op aanvraag beschikbaar.



Milieu Centraal
gedrag@milieucentraal.nl

milieucentraal.nl
verbeterjehuis.nl