

# NATIONAAL FRISDRANK ONDERZOEK 2017

Een kwantitatief onderzoek naar het gebruik en de  
waardering van frisdrank

CAROLINE VAN TEEFFELEN  
JEROEN HERMANS  
JORIS DE JONGH

AMSTERDAM, APRIL 2017



## INHOUDSOPGAVE

VOORAF 03

FRISDRANK CONSUMPTIE 06

SOORT FRISDRANK 12

FRISDRANK EN GEZONDHEID 15

VERPAKKINGEN 25

BIJLAGEN 30





VOORAF



## AANLEIDING EN DOEL

In samenwerking met de Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters, Sappen (FWS) heeft Ruigrok NetPanel onderzoek uitgevoerd naar het gebruik en de waardering van frisdrank. Dit onderzoek is het vervolg op het Nationaal Frisdrank Onderzoek uit 2011 en 2015.

Voor het onderzoek geldt de volgende onderzoeksvraag: *Hoe gebruiken en waarderen Nederlanders frisdrank?*

Net als de in de voorgaande metingen is dit onderzoek kwantitatief uitgevoerd. We vergelijken de uitkomsten waar mogelijk met 2011 en 2015. Door een aantal veranderingen en toevoegingen in de vragenlijst kunnen niet alle resultaten worden vergeleken met de eerdere metingen.

## DOELGROEP

De doelgroep van dit onderzoek is de Nederlander van 18 jaar en ouder die frisdrank drinkt, waarin frisdrank de verzamelnaam is voor zowel koolzuurhoudende als koolzuurvrije frisdranken, maar ook sportdranken en energiedranken. Vruchtendranken en sappen zijn niet meegenomen in het onderzoek.

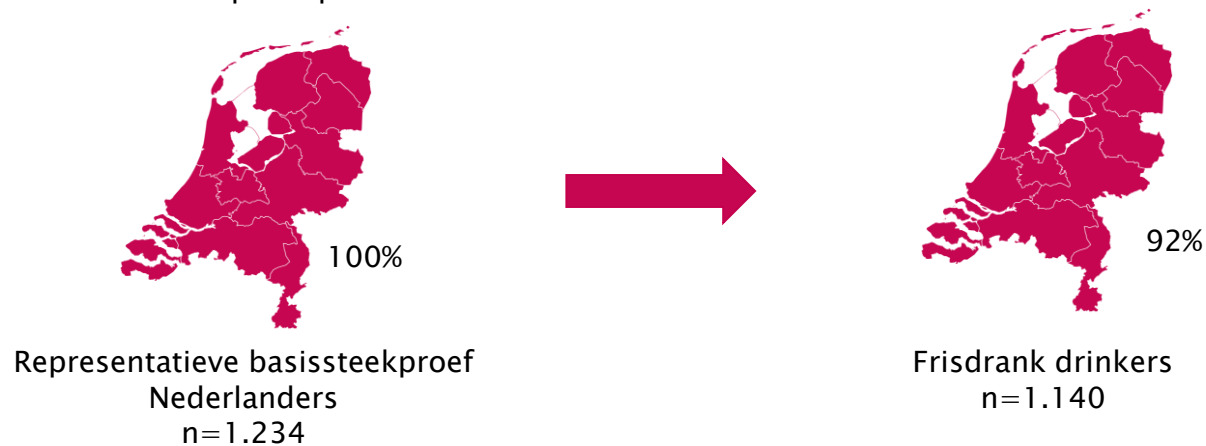
- In de pers kan de doelgroep van dit onderzoek worden omschreven als: *De Nederlander die frisdrank drinkt.*
- In deze rapportage noemen wij deze doelgroep: *frisdrank drinkers.*

De antwoorden op de open vragen zijn op een kwalitatieve wijze geanalyseerd. Hierbij geven we een indicatie van de meest gegeven antwoorden maar kijken we ook naar inhoudelijke redenen, geïllustreerd door relevante quotes. Deze hebben we in de rapportage cursief weergegeven. De verschillen tussen doelgroepen hebben we getoetst op significantie.



## ONDERZOEKSOPZET

Voor de steekproefopzet zijn wij uitgegaan van een representatieve basissteekproef van Nederlanders van 18 jaar en ouder, representatief naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau\*. Dit houdt in dat de samenstelling van de respondenten die zijn gestart met de vragenlijst representatief is naar de genoemde kenmerken. Vervolgens is de doelgroep (frisdrank drinkers) geselecteerd door een screeningsvraag te stellen (hoe vaak drink jij frisdrank, indien nooit dan behoort men niet tot de doelgroep). Als steekproefkader hebben we gebruik gemaakt van het panel van een gespecialiseerde access panel provider\*\*.



## UITVOERING

Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd. De datacollectie heeft plaatsgevonden van 22 maart tot en met 29 maart 2017. In totaal hebben 1.140\*\*\* frisdrank drinkers de vragenlijst volledig ingevuld. In de bijlage hebben we een uitgebreide onderzoeksverantwoording opgenomen.

\* Representativiteit wordt verkregen door middel van stratificatie van de steekproef (vooraf), quoterig (tijdens de datacollectie) en een kleine weging achteraf. Als referentiebestand maken we gebruik van de Gouden Standaard (ontwikkeld door de MOA en het CBS).

\*\* Wij werken met leveranciers die voldoen aan onze kwaliteitseisen conform het Research Keurmerk [based on ISO 20252].

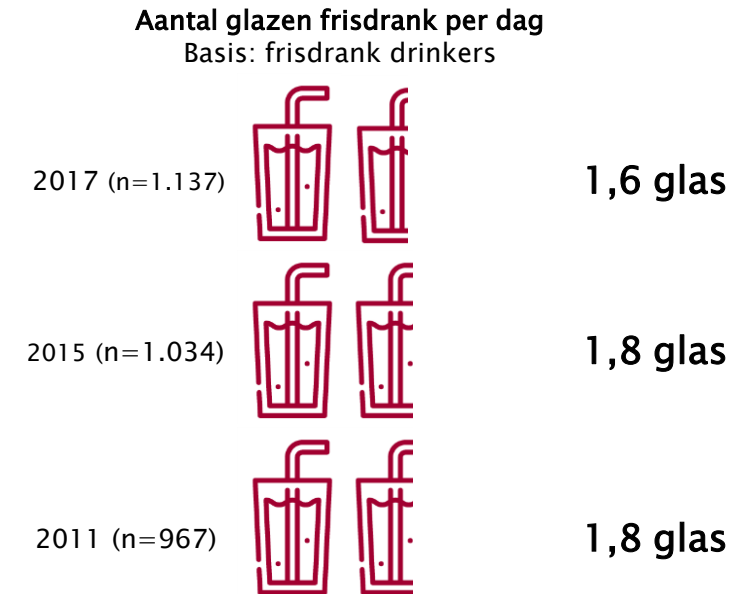
\*\*\* Bij een steekproefgrootte van n=1.140 bedraagt de steekproefmarge in het slechtste geval 2,9%. Dat wil zeggen dat bij een gevonden waarde van 50% in de steekproef het werkelijke percentage in de totale populatie tussen de 47,1% en de 52,9% ligt. Maar hoe extremer de gevonden percentages, hoe kleiner de afwijking. Bij een gevonden waarde van 5% of 95% is de afwijking nog maar 1,3%.



## FRISDRANK CONSUMPTIE



## MINDER NEDERLANDERS DRINKEN ELKE DAG FRISDRANK, OOK HET GEMIDDELDE AANTAL GLAZEN PER DAG IS AFGENOMEN



Bijna alle Nederlanders drinken wel eens frisdrank (92%), ongeveer vier op de tien (39%) doen dit minimaal vijf dagen in de week. Een kleinere groep Nederlanders (29%) drinkt elke dag frisdrank in vergelijking met 2015 en 2011 (beiden 37%). De consumptie van het aantal glazen frisdrank per dag is gedaald ten opzichte van 2015 en 2011.

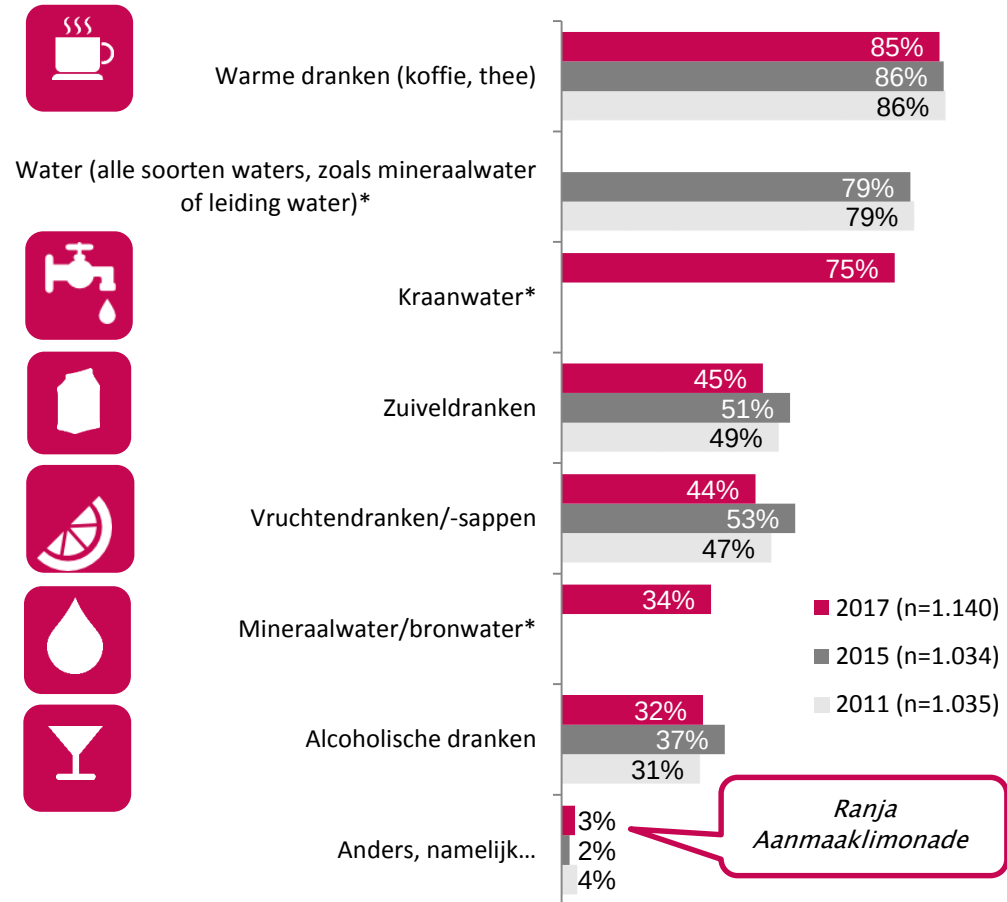
- Mannen drinken vaker minimaal 5 dagen in de week frisdrank dan vrouwen (45% versus 33%). Naast dat mannen op meer dagen frisdrank drinken, nuttigen zij ook meer glazen frisdrank per dag dan vrouwen (1,8 versus 1,3)
- Men drinkt vaker minimaal vijf dagen in de week frisdrank naarmate men lager is opgeleid. Ook het gemiddelde aantal glazen frisdrank per dag groeit naarmate men lager is opgeleid (daggemiddelde laag 2,1, middel 1,5, hoog 1,1).

## NAAST FRISDRANK DRINKT MEN DAGELIJKS VOORAL WARME DRANKEN EN WATER

Frisdrank drinkers kiezen naast frisdrank vooral warme dranken en kraanwater.

De keuze voor zuiveldranken, vruchtendranken of – sappen en alcoholische dranken naast frisdrank is sinds 2015 afgenomen.

- Naarmate men hoger is opgeleid kiest men vaker voor water (zowel kraanwater als mineraal/bronwater).
- Mannen drinken vaker dan vrouwen dagelijks alcoholische dranken naast frisdrank (38% versus 25%).
- Ouderen (55 t/m 65 jaar) kiezen het vaakst dagelijks alcoholische dranken (41%).





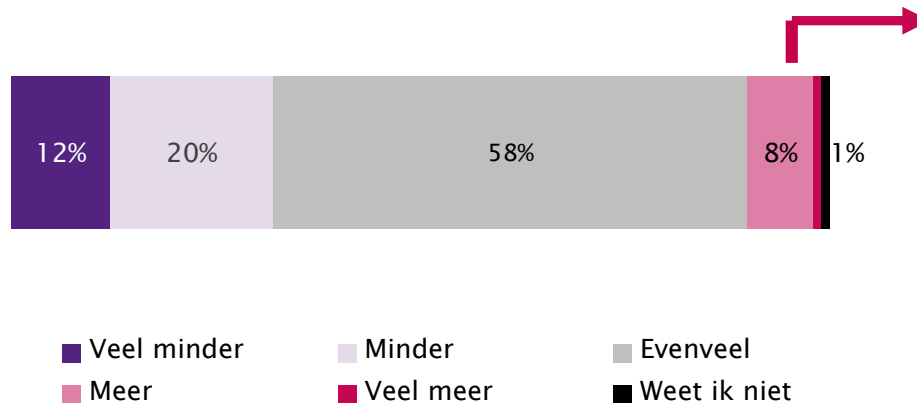
## SMAAK BELANGRIJKSTE BIJ KEUZE OM FRISDRANK TE DRINKEN. SUIKERS EN NEGATIEVE EFFECT OP GEZONDHEID BELANGRIJKE REDENEN OM GEEN FRISDRANK TE DRINKEN



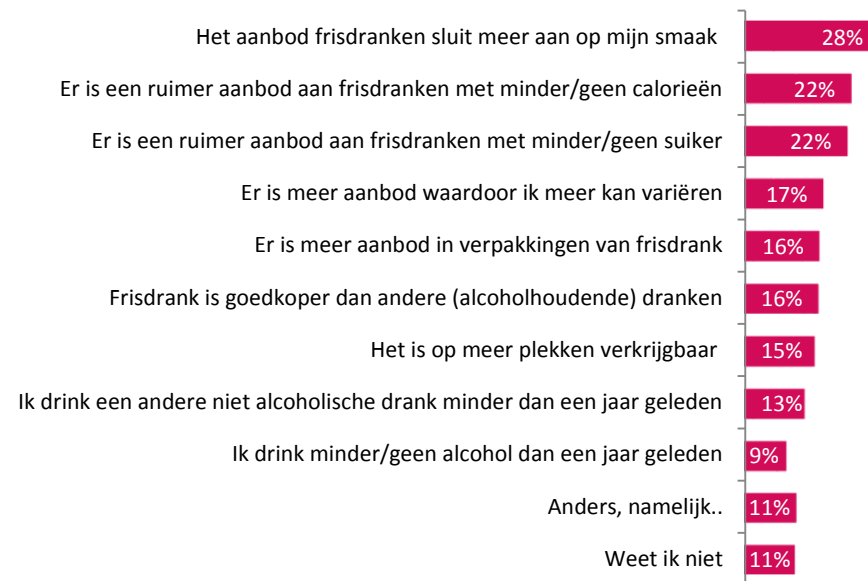
Frisdrank drinkers doen dit vooral omdat zij frisdrank lekker vinden, maar ook de verfrissende eigenschap maakt frisdrank aantrekkelijk. Nederlanders die geen frisdrank drinken (n=94) benoemen voornamelijk negatieve gezondheidseffecten van frisdrank als reden om geen frisdrank te drinken. Bijvoorbeeld omdat er suiker in zit (47%), omdat het slecht voor de gezondheid is (44%) en omdat je er dik van wordt (31%). Smaak is ook een belangrijke reden (41%).

**TWEE VIJFDE VAN DE FRISDRANK DRINKERS DRINKT EVENVEEL FRISDRANK ALS EEN JAAR GELEDEN. EEN RUIMER AANBOD AAN FRISDRANKEN MET MINDER/GEEN CALORIEËN IS VOOR EEN OP DE TIEN FRISDRANK DRINKERS EEN REDEN OM VAKER VOOR FRISDRANK TE KIEZEN**

**In hoeverre drink jij nu meer of minder frisdrank dan een jaar geleden?**  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



**Waarom drink je (veel) meer frisdrank dan een jaar geleden?**  
Basis: indien men (veel) meer frisdrank is gaan drinken (n=103)

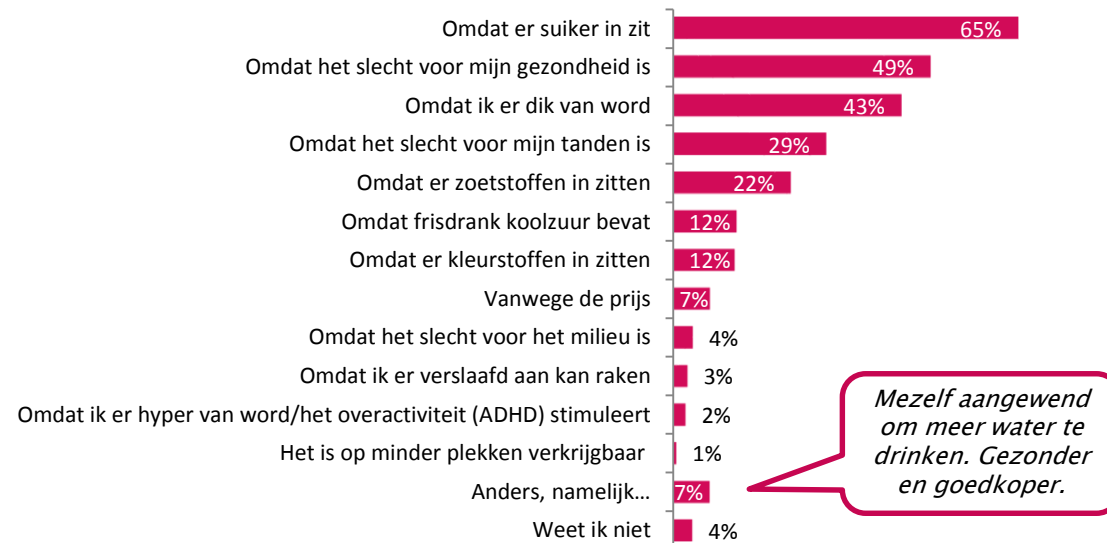


Voor frisdrank drinkers die meer frisdrank drinken dan een jaar geleden is vooral een beter aansluitend aanbod de reden. Het huidige aanbod sluit beter aan op hun smaak en biedt meer soorten frisdrank met minder/geen calorieën of minder/geen suiker. Ruim een derde van de frisdrank drinkers geeft aan (veel) minder frisdrank te zijn gaan drinken.

## HET MERENDEEL VAN DE FRISDRANK DRINKERS DIE AFGELOPEN JAAR MINDER FRISDRANK ZIJN GAAN DRINKEN DOEN DIT VOORNAMELIJK VANWEGE GEZONDHEIDSREDENEN

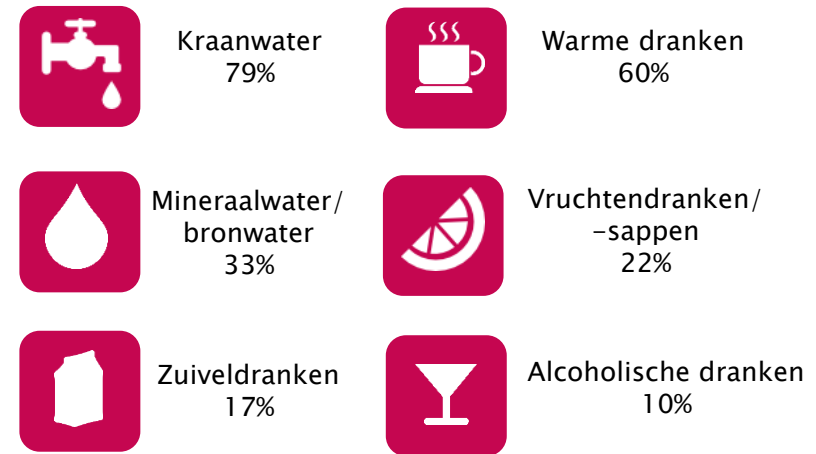
### Waarom drink je (veel) minder frisdrank dan een jaar geleden?

Basis: indien men (veel) minder frisdrank is gaan drinken (n=364)



### Wat voor drank drink jij nu (wel eens) in plaats van frisdrank?

Basis: indien men (veel) minder frisdrank is gaan drinken (n=364)



Frisdrank drinkers die het afgelopen jaar minder frisdrank zijn gaan drinken geven vooral aan dat zij dit doen omdat frisdrank suiker bevat, het slecht is voor de gezondheid en omdat ze dik worden van frisdrank. Frisdrank wordt voornamelijk vervangen door kraanwater, gevolgd door warme dranken.

- Vrouwen geven vaker dan mannen aan dat zij minder frisdrank zijn gaan drinken omdat ze er dik van worden (47% versus 39%).
- Suikers in frisdranken (73%) en de slechte invloed op de gezondheid (64%) zijn voornamelijk voor hoog opgeleiden belangrijke argumenten om minder frisdrank dan een jaar geleden te drinken.

SOORT FRISDRANK





## COLA BLIJF MEESTGEDRONKEN FRISDRANK

De frisdrank drinker kiest nog altijd het vaakst voor een cola, zowel regular als light/zero/max (etc.). Dit kwam ook uit het Nationaal Frisdrank Onderzoek van 2011 en 2015. Cola light/zero/max wordt wel minder vaak als meest gedronken frisdrank gekozen dan in 2015 (19% versus 23%). Daarnaast worden ook ijsthee regular, koolzuurvrije frisdranken regular en sinas regular regelmatig gekozen.

- Cola regular is vaker de meest gedronken frisdrank onder mannen vergeleken met vrouwen (27% versus 20%).
- Cola regular is het minst populair onder 55-plussers (12%).



**Welke frisdrank drink jij het meeste? Top 5**  
Basis: frisdrank drinkers die minimaal een soort frisdrank drinken

|                            | 2017<br>(n=1.136) | 2015<br>(n=1.029) | 2011<br>(n=967) |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 1. Cola                    | 24%               | 27%               | 24%             |
| 2. Cola light/Zero/Max     | 19%               | 23%               | 23%             |
| 3. Ijsthee                 | 10%               | 10%               | 9%              |
| 4. Koolzuurvrije frisdrank | 10%               | 9%                | 10%             |
| 5. Sinas                   | 8%                | 7%                | 8%              |

FRISDRANK EN GEZONDHEID



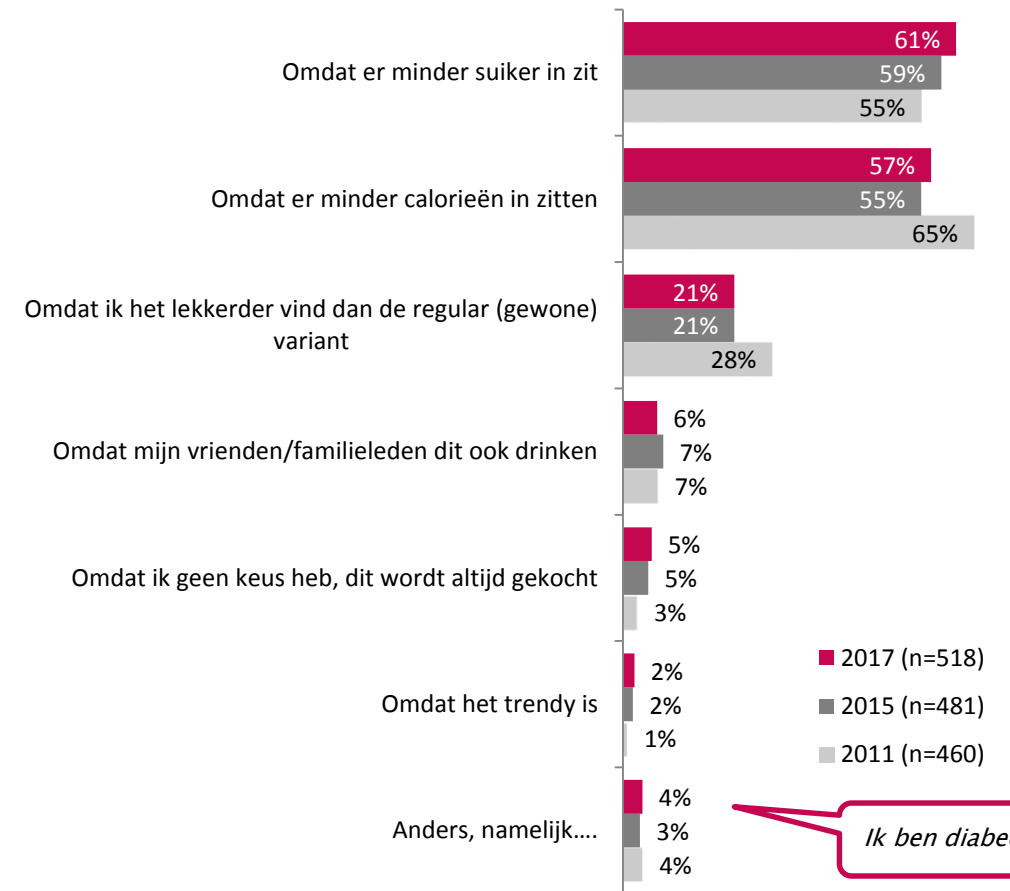
## BEPERKTE HOEVEELHEID SUIKER EN CALORIEËN BLIJVEN BELANGRIJKSTE REDENEN OM LIGHT FRISDRANK TE DRINKEN

Frisdrank drinkers die (ook wel eens) kiezen voor een light variant doen dit vooral omdat er minder suiker in zit en omdat er minder calorieën in zitten. Andere redenen om voor deze soort frisdrank te kiezen spelen in mindere mate een rol.

- Vrouwen kiezen vaker dan mannen voor light omdat zij deze lekkerder vinden dan regular (24% versus 17%).
- Hoog opgeleiden kiezen vaker voor light omdat er minder suiker in zit dan laag opgeleiden (71% versus 50%) en omdat er minder calorieën in zitten (64% versus 49%).

### Waarom drink jij light frisdrank?

Basis: light frisdrank drinker



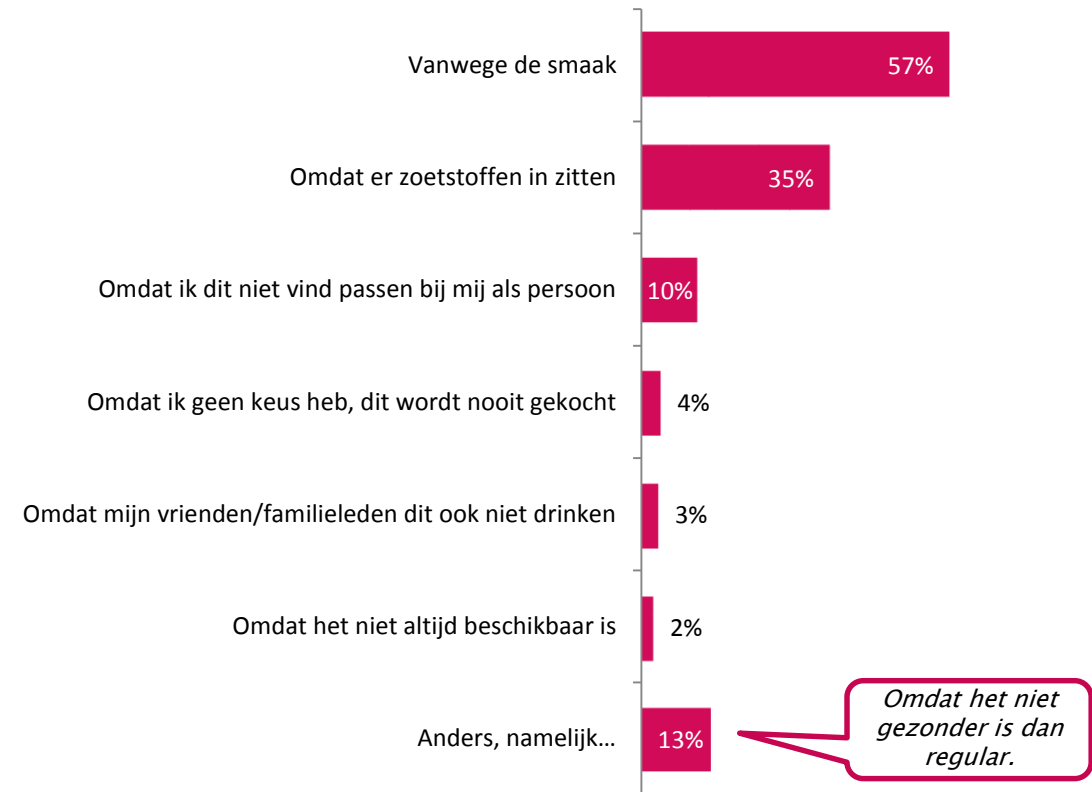
## DE SMAAK EN DE AANWEZIGHEID VAN ZOETSTOFFEN ZIJN REDENEN OM GEEN LIGHT FRISDRANKEN TE DRINKEN

Frisdrank drinkers die geen light frisdrank drinken kiezen voornamelijk vanwege de smaak en aanwezigheid van zoetstoffen niet voor light frisdrank.

- Vrouwen drinken vaker geen light frisdrank vanwege de aanwezigheid van zoetstoffen (41% versus 30%).
- Mannen drinken vaker geen light omdat zij dit niet bij zichzelf als persoon vinden passen (13% versus 7%).
- De jongste groep frisdrank drinkers (18 t/m 24 jaar) drinkt vaker 'gedwongen' geen light. Zij laten zich meer leiden door een gebrek aan keuze (13%) en vrienden en familieleden (12%).
- Overall drinkt men vaker geen light omdat er zoetstoffen inzitten naarmate men hoger is opgeleid (laag 24%, middel 34%, hoog, 48%).
- Laag opgeleiden (68%) kiezen vaker om geen light te drinken omdat ze dit niet lekker vinden dan middel (54%) en hoog opgeleiden (51%).

## Waarom drink jij geen light frisdrank?

Basis: frisdrank drinker die geen light frisdranken drinkt (n=622)





## GROOT DEEL FRISDRANK DRINKERS OVERSCHAT HET AANTAL CALORIEËN EN SUIKERKLONTJES IN COLA

Hoeveel calorieën/suikerklontjes denk jij dat er in een glas regular cola (250 ml) zitten?

Basis: frisdrank drinkers, exclusief weet niet

Werkelijk 103 kcal 6,5 suikerklontjes



Regular



Hoeveel calorieën/suikerklontjes denk jij dat er in een glas cola light (250 ml) zitten?

Basis: frisdrank drinkers, exclusief weet niet

0 kcal 0 suikerklontjes



Light



Hoeveel calorieën/suikerklontjes denk jij dat er in een glas cola Zero, MAX etc. (250 ml) zitten?

Basis: frisdrank drinkers, exclusief weet niet

0 kcal 0 suikerklontjes



Zero



(Over)schatting 157 kcal 7,7 suikerklontjes  
(n=629) (n=768)

48 kcal 3 suikerklontjes  
(n=664) (n=810)

34 kcal 2 suikerklontjes  
(n=660) (n=774)

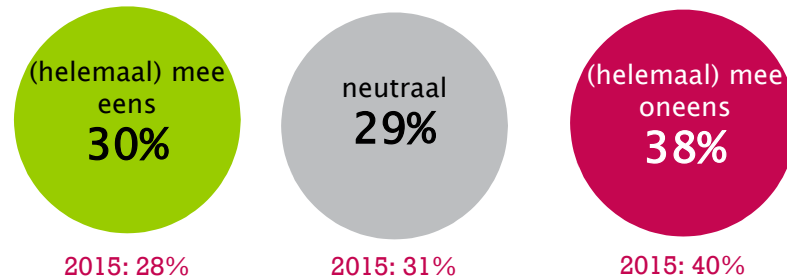
Een glas van 250 milliliter regular cola bevat 103 calorieën, eenzelfde glas cola light of cola Zero, Max etc. bevat 0 calorieën\*. Frisdrank drinkers overschatten het aantal calorieën in een glas voor zowel regular, light als zero varianten cola. Drie vijfde van de frisdrank drinkers (62%) denkt dat er meer dan 100 kcal in een glas cola regular zitten, gemiddeld 157 kcal. Eén op de tien (12%) weet goed te benoemen dat er geen calorieën in een glas cola light zitten, bij cola zero (Zero, MAX etc.) is dit bijna een derde van de frisdrank drinkers (31%). De overige frisdrank drinkers overschatten het aantal calorieën (light: 88%, zero: 69%). In 2015 werd het aantal calorieën in een cola light ook al door drie kwart van de frisdrank drinkers overschat\*.

Er zitten ongeveer 6,5 suikerklontjes in een glas cola regular van 250 ml\*. Frisdrank drinkers schatten gemiddeld in dat een glas cola regular 7,7 suikerklontjes bevat. Bijna drie op de tien (28%) denken dat er tien of meer suikerklontjes in een glas cola zitten. Ruim een derde denkt terecht dat er nul suikerklontjes in een glas cola light zitten (35%), bij cola zero (Zero, MAX et cetera) is dit ruim de helft (54%).

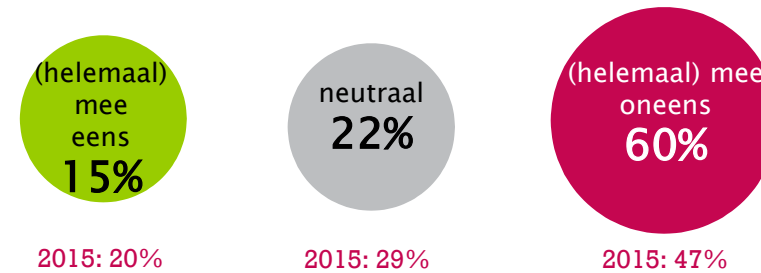


## NET ALS IN 2015 LET DRIE OP DE TIEN FRISDRANK DRINKERS OP HET AANTAL CALORIEËN BIJ HET KOPEN VAN FRISDRANK

Bij het kopen van frisdrank let ik op het aantal calorieën dat er in zit  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



Ik denk dat als het gaat om een goede vochtopname in het lichaam, frisdrank even goed is als water  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



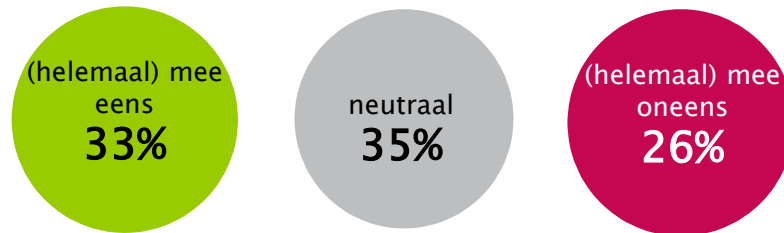
Net als in 2015 (28%) letten bijna drie op de tien frisdrank drinkers bij het kopen van frisdrank op het aantal calorieën (30%). Een net iets grotere grote groep (38%) geeft aan niet te letten op het aantal calorieën in frisdrank. Een meerderheid van de frisdrank drinkers (60%) denkt dat frisdrank slechter is dan water voor vochtopname in het lichaam, in 2015 was dit minder dan de helft van de frisdrank drinkers (47%).

- Vrouwen letten vaker op het aantal calorieën in frisdrank dan mannen (37% (helemaal) mee eens versus 24%). Hoog opgeleiden letten vaker bij het kopen van frisdrank op het aantal calorieën dan laag en middel opgeleiden (40% versus laag 25%, middel 26%).
- Vrouwen zijn vaker van mening dat frisdrank slechter is dan water voor een goede vochtopname in het lichaam dan mannen (67% versus 53%).

## BIJNA DE HELFT VAN ALLE FRISDRANK DRINKERS VINDT WANNEER JE OP JE GEWICHT LET JE BETER EEN LIGHT VARIANT VAN EEN FRISDRANK KAN DRINKEN DAN EEN REGULAR VARIANT

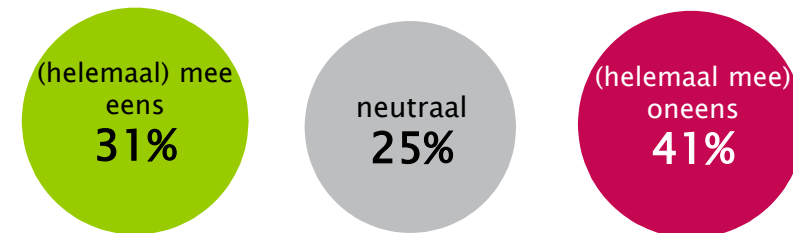
Ik denk dat koolzuurvrije frisdranken gezonder zijn dan koolzuurhoudende frisdranken

Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



Ik denk dat light varianten van frisdranken gezonder zijn dan de regular (normale) varianten van frisdranken omdat er geen suiker in zit

Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



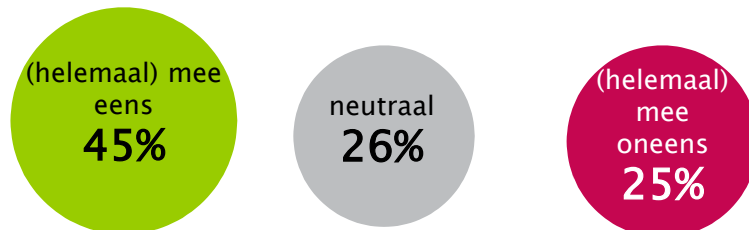
2015: 27%

2015: 35%

2015: 36%

Als je op je gewicht let is het volgens mij beter om de light variant van een frisdrank te drinken dan de regular (normale) variant

Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



Hoewel twee vijfde (41%) van de frisdrank drinkers niet denkt dat light frisdranken gezonder zijn dan regular frisdranken omdat er geen suiker in zit, denkt wel bijna de helft (45%) dat het beter is om light te drinken dan regular als je op je gewicht let.

- Vrouwen denken vaker dan mannen dat light niet gezonder is dan regular (49% versus 35%). Hoog opgeleiden denken dit ook vaker dan laag opgeleiden (36% versus 25%).
- Bijna de helft van de jongeren t/m 34 jaar (48%) denkt dat light niet gezonder is dan regular.
- Vrouwen denken daarnaast ook vaker dan mannen dat het niet beter is om light frisdrank te drinken in plaats van regular als je op je gewicht let (30% versus 22%).

## MINDER FRISDRANK DRINKERS DENKEN DAT ZOETSTOFFEN IN FRISDRANKEN SCHADELIJK ZIJN VOOR DE GEZONDHEID

**Zoetstoffen in frisdranken zijn schadelijk voor de gezondheid**  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



**Frisdranken met zoetstoffen zijn beter voor je tanden dan frisdranken met suiker**  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



**Frisdranken gezoet met aspartaam zijn schadelijk voor de gezondheid**  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



**Frisdranken met stevia zijn beter voor de gezondheid dan frisdranken met aspartaam**  
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



In vergelijking met 2015 (63%) denken in 2017 minder frisdrank drinkers (55%) dat zoetstoffen in frisdranken schadelijk zijn voor de gezondheid. Meer frisdrank drinkers weten hier het antwoord niet op dan in 2015 (25% versus 14%). Bijna de helft van de frisdrank drinkers denkt dat de zoetstof aspartaam schadelijk voor de gezondheid is en is positiever over de zoetstof stevia dan aspartaam.

- Laag opgeleiden denken overall minder vaak dat de voorgelegde stellingen over zoetstoffen waar zijn dan middel en hoog opgeleiden.



VERPAKKINGEN



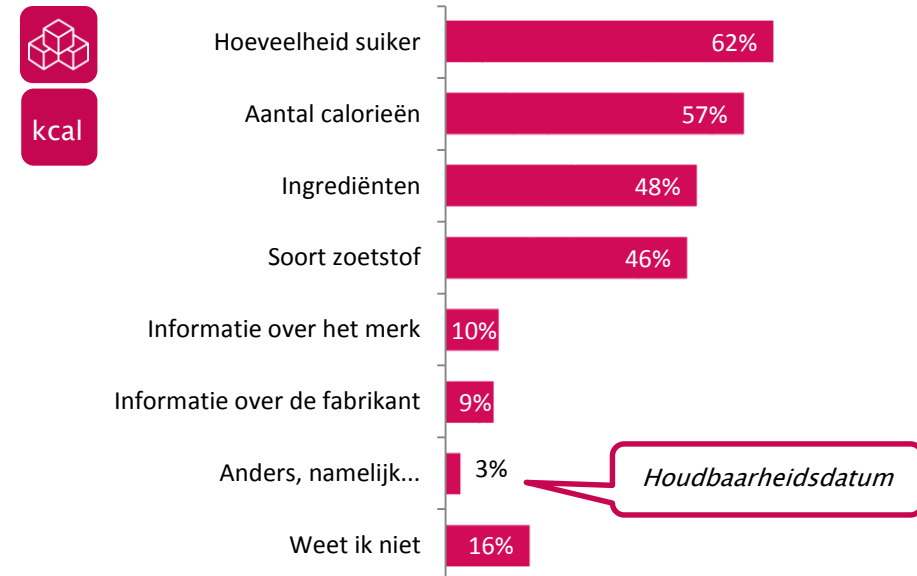
## FRISDRANK DRINKERS HEBBEN BEHOEFTE AAN GEZONDHEIDSINFORMATIE OP FRISDRANKVERPAKKINGEN, MET NAME OVER DE HOEVEELHEID SUIKERS EN HET AANTAL CALORIEËN WIL MEN GRAAG INFORMATIE LEZEN

Frisdrank drinkers willen op een frisdrankverpakking vooral graag informatie lezen over de hoeveelheid suiker en het aantal calorieën. Bijna de helft wil ook graag informatie zien over de ingrediënten en/of het soort zoetstof dat is toegevoegd.

- Overall willen vrouwen meer informatie op een frisdrankverpakking lezen dan mannen, gemiddeld 2,9 soorten informatie versus 2,7 soorten informatie.
- Vrouwen willen vaker informatie lezen over de hoeveelheid suiker (69% versus 56%), aantal calorieën (63% versus 51%), ingrediënten (56% versus 40%) en zoetstoffen (51% versus 41%).
- Naarmate men hoger is opgeleid geeft men vaker aan dat zij graag informatie lezen over calorieën (laag 47%, middel 55%, hoog 65%) en over ingrediënten (laag 35%, middel 48%, hoog 57%).

### Welke van de onderstaande informatie wil jij graag op een frisdrankverpakking lezen?

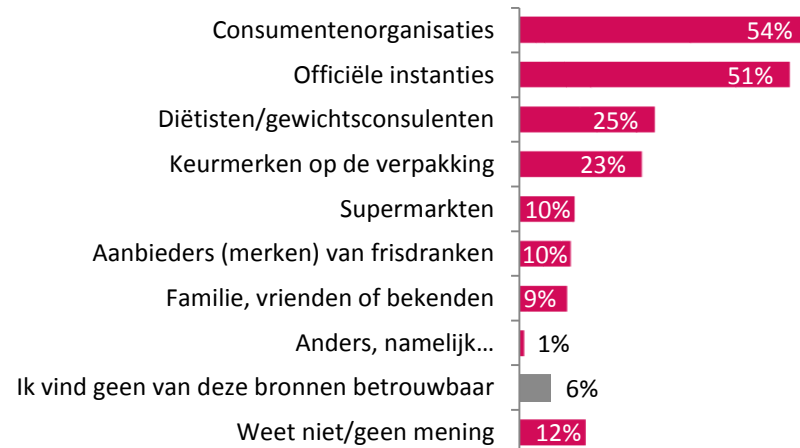
Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



## DRIE KWART VAN DE NEDERLANDERS RAADPLEEGT WEL EENS BRONNEN VOOR PRODUCTINFORMATIE, CONSUMENTENORGANISATIES EN OFFICIËLE INSTANTIES WORDEN HET MEEST VERTROUWD EN GEBRUIKT

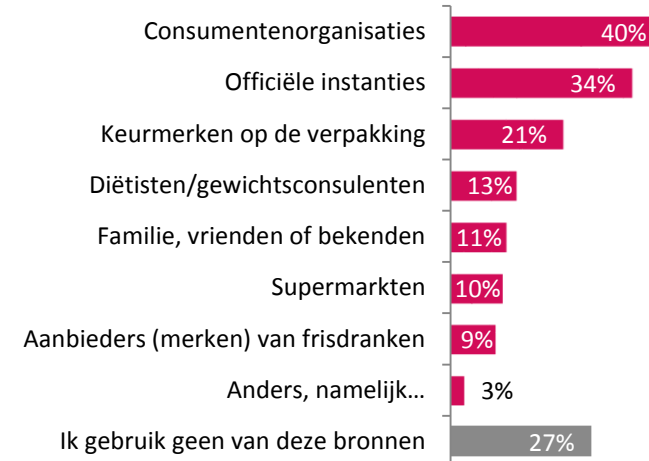
### Welke van de volgende bronnen voorzien volgens jou in betrouwbare productinformatie?

Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



### Welke van de volgende bronnen gebruik jij voor betrouwbare productinformatie?

Basis: frisdrank drinkers (n=1.140)



Meer dan de helft van de frisdrank drinkers denkt dat consumentenorganisaties (zoals Consumentenbond, Foodwatch en Keuringsdienst van Waarde) en officiële instanties (bijvoorbeeld het Voedingscentrum of de GGD) voorzien in betrouwbare informatie over producten. Dit zijn ook de meest gebruikte bronnen voor productinformatie door frisdrank drinkers. Eén op de tien frisdrank drinkers gelooft dat supermarkten en frisdrank merken voorzien in betrouwbare informatie, deze bronnen worden ook door slechts een kleine groep gebruikt.

- Vrouwen denken vaker dan mannen dat consumentenorganisaties (58% versus 51%) en officiële instanties (55% versus 47%) voorzien in betrouwbare productinformatie. Vrouwen maken ook vaker gebruik van officiële instanties voor informatie (39% versus 31%).
- Overall denkt naarmate men hoger is opgeleid vaker dat consumentenorganisaties en officiële instanties voorzien in betrouwbare productinformatie.

## GEMAK EN BEPERKTE INHOUD BELANGRIJKSTE REDENEN OM KLEINE FLESJES FRISDRANK TE KOPEN, PRIJS GROOTSTE BARRIERE

Ben jij bekend met de kleine plastic (PET) flesjes frisdrank (200/250 ml) die te koop zijn in supermarkten, tankstations et cetera?

Basis: fris drinkers (n=1.140)

Ja  
69%

Nee  
31%



Zou je overwegen een klein plastic flesje frisdrank (200/250 ml) te kopen?

Basis: niet bekend met kleine flesjes (n=355)

Ja, omdat  
14%

Nee, omdat  
35%

Weet niet  
51%



Koop jij wel eens een klein plastic flesje frisdrank (200/250 ml)?

Basis: bekend met kleine flesjes (n=785)

Ja, omdat  
49%

Nee, omdat  
51%

Frisdrank drinkers die wel eens een klein plastic flesje frisdrank kopen of dit overwegen geven hiervoor de reden dat de flesjes **handig en gemakkelijk** zijn voor onderweg. Vooral het kunnen **afsluiten** van de flesjes is hierbij belangrijk. Daarnaast geven zij aan dat zij 250 ml een **prettige inhoud** vinden, bijvoorbeeld voor de kleine dorst, om minder calorieën binnen te krijgen of voor kinderen.

- *Het handig is voor tussendoor en ik niet teveel suikers wil.*
- *Makkelijk mee te nemen en toch voldoende inhoud.*

Frisdrank drinkers die nooit een klein plastic flesje frisdrank kopen of dit niet overwegen te doen vinden de flesjes (in verhouding) **te duur**, kopen **alleen grote flessen** of vinden de **inhoud te weinig**:

- *Weinig inhoud, veel te duur.*
- *Te klein als je dorst hebt, in verhouding te duur.*

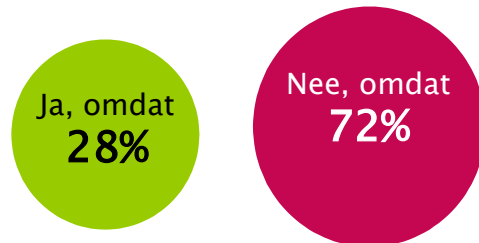


## KLEINE BLIKJES ZIJN BEKEND ONDER FRISDRANKDRINKERS, MAAR WORDEN NOG NIET VEEL GEKOCHT. GEMAK EN HOEVEELHEID BELANGRIJKSTE REDENEN OM DIT FORMAAT TE OVERWEGEN

Ben jij bekend met de kleine blikjes frisdrank (150 ml) die te koop zijn in supermarkten, tankstations et cetera?  
Basis: fris drinkers (n=1.140)



Koop jij wel eens een klein blikje frisdrank (200/250 ml)?  
Basis: bekend met kleine blikjes (n=960)



Zou je overwegen een klein blikje frisdrank (150 ml) te kopen?  
Basis: niet bekend met kleine blikjes (n=179)



Frisdrank drinkers die wel eens een klein blikje frisdrank kopen of overwegen dit te doen geven aan dat deze blikjes **handig zijn** en gemakkelijk zijn om **mee te nemen**. Verder geven ze aan dat 150 ml als **portie groot genoeg** is.

- *Blikjes drinken lekker.*
- *Het handig is om mee te nemen.*
- *Het precies een mooie hoeveelheid is als je zin hebt in frisdrank maar er niet te veel van wilt drinken.*

Frisdrank drinkers die nooit een klein blikje frisdrank kopen of dit niet overwegen te doen geven vooral aan dat zij de blikjes (in verhouding) **te duur** vinden. Er is ook een grote groep die aangeeft de **inhoud** van de blikjes **te weinig** te vinden.

- *Het te klein is en veel kost.*
- *Ik liever frisdrank in flessen koop.*



## BIJLAGEN



## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

### Steekproefomvang en betrouwbaarheid

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een steekproef, niet iedereen uit de populatie heeft zijn of haar mening gegeven. Als de uitkomsten van dit onderzoek worden gebruikt om over de populatie uitspraken te doen, dan moeten betrouwbaarheidsmarges in acht worden genomen. Bij een steekproefomvang van  $n=1.140$  bedraagt de maximale marge bij 95% betrouwbaarheid 2,9%.

### Steekproef en steekproefkader

Als steekproefkader hebben we gebruik gemaakt van het onlinepanel van Panelclix. Wij werken met leveranciers die voldoen aan onze kwaliteitseisen conform het Research Keurmerk, gebaseerd op ISO-norm 20252. Hieruit is een gestratificeerde steekproef getrokken.

### Representativiteit

De steekproef is representatief voor Nederlanders van 18 tot en met 65 jaar naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. De representativiteit is bereikt door stratificatie van de bruto steekproef voorafgaand aan de dataverzameling en een kleine weging achteraf. Op de volgende pagina staat meer informatie over de weging. Als referentiebestand hebben we gebruik gemaakt van Gouden Standaard 2016, ontwikkeld door de MOA en het CBS).

### Vragenlijst

De vragenlijst heeft online gestaan van 22 maart 2017 tot en met 29 maart 2017. De vragenlijst is in nauw overleg met FWS tot stand gekomen. Gemiddeld hebben deelnemers 10 minuten nodig gehad om de vragenlijst in te vullen.

## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

**Weging**

In onderstaande tabel zijn de wegingsvariabelen terug te vinden met een overzicht van de aantallen voor en na weging.

| Weging               |                  |        |      |           |        |      |
|----------------------|------------------|--------|------|-----------|--------|------|
| Geslacht en leeftijd | Ongewogen n      |        |      | Gewogen n |        |      |
|                      | Opleidingsniveau |        |      |           |        |      |
| Man                  | Laag             | Middel | Hoog | Laag      | Middel | Hoog |
| 18 t/m 24 jaar       | 21               | 68     | 16   | 33        | 69     | 9    |
| 25 t/m 34 jaar       | 19               | 55     | 40   | 32        | 74     | 49   |
| 35 t/m 44 jaar       | 28               | 92     | 38   | 35        | 75     | 54   |
| 45 t/m 54 jaar       | 40               | 120    | 41   | 48        | 89     | 56   |
| 55 jaar en ouder     | 74               | 88     | 40   | 54        | 74     | 52   |
| Vrouw                |                  |        |      |           |        |      |
| 18 t/m 24 jaar       | 22               | 112    | 13   | 25        | 69     | 15   |
| 25 t/m 34 jaar       | 22               | 65     | 53   | 24        | 67     | 63   |
| 35 t/m 44 jaar       | 27               | 75     | 39   | 33        | 74     | 58   |
| 45 t/m 54 jaar       | 42               | 119    | 33   | 52        | 92     | 48   |
| 55 jaar en ouder     | 84               | 97     | 24   | 76        | 68     | 37   |



## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

### Profiel deelnemers

#### Geslacht

|       |     |
|-------|-----|
| Man   | 50% |
| Vrouw | 50% |



#### Leeftijd

|                |     |
|----------------|-----|
| 18 t/m 24 jaar | 14% |
| 25 t/m 34 jaar | 19% |
| 35 t/m 44 jaar | 20% |
| 45 t/m 54 jaar | 24% |
| 55 t/m 65 jaar | 23% |



#### Opleidingsniveau

|        |     |
|--------|-----|
| Laag   | 26% |
| Middel | 47% |
| Hoog   | 27% |





In opdracht van FWS, april 2017

Caroline van Teeffelen,  
[caroline@ruigroknetaanel.nl](mailto:caroline@ruigroknetaanel.nl)



Jeroen Hermans,  
[jeroenHermans@ruigroknetaanel.nl](mailto:jeroenHermans@ruigroknetaanel.nl)



Joris de Jongh,  
[joris@ruigroknetaanel.nl](mailto:joris@ruigroknetaanel.nl)



Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam, Telefoon 020-7820400, e-mail: [info@ruigroknetaanel.nl](mailto:info@ruigroknetaanel.nl), KvK 34135878, BTW 809001469B01, Bank 659170264

