

HET NATIONALE FRISSE DRANKEN ONDERZOEK 2021

Een kwantitatief onderzoek onder drinkers van frisse dranken in opdracht van FWS

ANOUK TRAMPER
FERNANDO MCDUGAL
JULIA VRIJALDENHOVEN

AMSTERDAM, MEI 2021



INHOUDSOPGAVE

- > Vooraf 03
- > Profiel 09
- > Consumptie 11
- > Gezondheid 20
- > Verpakking 29
- > Maatregelen 36
- > Bijlagen 38





DOEL

- > Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters, Sappen (FWS). In dit onderzoek hebben we de consumptie van frisse dranken onder Nederlanders in kaart gebracht.
- > Frisse dranken is de verzamelnaam voor:
 - Frisdrank, regular (gewone):
 - Frisdrank, light / zero
 - Vruchtensappen / -dranken
 - Mineraal- / bronwater
 - Water met een smaakje
 - Limonadesiroop aangelengd met water
 - Energiedrank
- > Zie pagina 5 voor een weergave van de voorgelegde toelichting bij bovenstaande frisse dranken.
- > Voorafgaand aan de vragenlijst hebben we deelnemers een uitleg gegeven over wat we verstaan onder deze frisse dranken. Deze uitleg is op de volgende pagina te vinden.
- > In 2019 heeft het onderzoek naar het gebruik van frisse dranken onder Nederlanders voor het eerst plaatsgevonden. Dit jaar is het onderzoek opnieuw uitgevoerd, zodat de trends en ontwikkelingen in kaart kunnen worden gebracht.
- > De inzichten gebruikt FWS voor interne doeleinden en voor het genereren van pers voor frisse dranken.

Onderzoeksvraag

- > *Hoe consumeren en waarderen Nederlanders het alcoholvrije drankenschap?*



INTRODUCTIE EN TOELICHTING FRISSE DRANKEN

Frisdrank, regular (gewone)

- > Frisdrank met prik (bijvoorbeeld Cola, Sinas / Fanta, 7up / Sprite, Cassis, Bitter Lemon, Tonic, IJsthee, Bionade, Fentimans (zoals Ginger Beer of Rose Lemonade) et cetera).
- > Frisdrank zonder prik (bijvoorbeeld Dubbelfriss, Taksi, Bos Ice-Tea et cetera).

Frisdrank, light / zero

- > Frisdrank met prik (bijvoorbeeld Cola light / zero, Fanta Light, Ice tea Light et cetera).
- > Frisdrank zonder prik (bijvoorbeeld Dubbelfriss Light, Crystal Clear, Rivella, Wicky 0% suiker et cetera).

Vruchtensappen / -dranken

- > Verpakte sappen (niet vers geperst) gemaakt van fruit.
- > Vruchtensap (bijvoorbeeld appelsap, sinaasappelsap en tomatensap).
- > Vruchtendrank / -nectar of dubbeldrank (bijvoorbeeld multivitaminen, tropische vruchten, mango et cetera).

Mineraal- / bronwater

- > Mineraal- of bronwater, zonder koolzuur (plat) en met koolzuur (bruisend).

Water met een smaakje

- > Water met een smaakje, zonder en met koolzuur (bijvoorbeeld Spa Touch of Lemon, Chaudfontaine Fusion limoen-munt, Evian Fruits & Plantes, Sourcy sprankelend met framboosmaak).

Limonadesiroop aangelengd met water

- > Bijvoorbeeld Karvan Cévitam, Raak, Ranja, Van de Boom en Belvoir.

Sportdrank

- > Bijvoorbeeld Aquarius, AA Drink en Gatorade.

Energiedrank

- > Bijvoorbeeld Red Bull, Monster, Go Fast, Golden Power en Coca Cola Energy.

Koffie

- > Bijvoorbeeld zwarte koffie, espresso, cappuccino et cetera.

Thee

- > Bijvoorbeeld groene thee, zwarte thee, kruidentheo, verse muntthee et cetera.

Zuiveldranken

- > Bijvoorbeeld melk, chocomel, yoghurt drink et cetera.

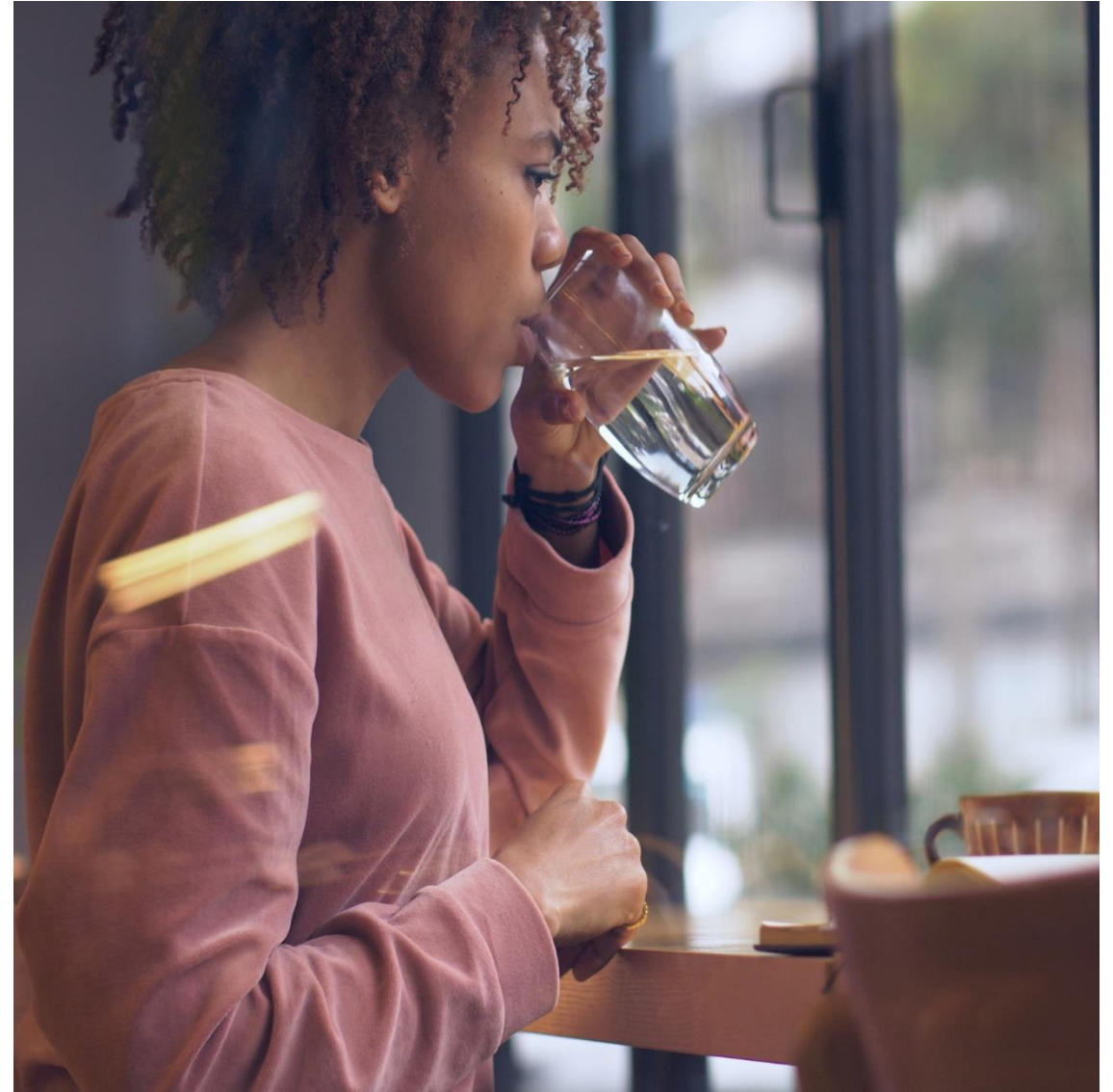
DOELGROEP

- > De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit Nederlanders die minimaal één keer per maand fris drinken. Deze steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.
 - > In de pers kan de doelgroep van dit onderzoek worden omschreven als: *De Nederlander die fris drinkt.*
 - > In deze rapportage noemen wij deze doelgroep: *Nederlanders.*
 - > In totaal hebben 787 Nederlanders van 18 jaar en ouder die fris drinken deelgenomen aan dit onderzoek.

Generaties

- > Om uitspraken te kunnen doen per generatie hebben we het onderzoek ook uitgevoerd onder 14 tot en met 17-jarigen. Deze steekproef is representatief naar geslacht en leeftijd.
- > Relevante en interessante verschillen tussen generaties worden in het rapport tekstueel beschreven. Hierbij zijn de resultaten uitgesplitst naar onderstaande generaties. De groep 'ouderen' van 76 jaar en ouder, wordt niet besproken in het rapport vanwege het lage aantal personen in deze groep (n=24).

GenZ	Millennials	Generatie X	Babyboomers
14-24 jaar	25-39 jaar	40-59 jaar	60-75 jaar



METHODE

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 $n=1.002$ bedraagt de maximale marge bij 95% betrouwbaarheid 1,3%.

Steekproef en representativiteit

- > 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 quota steekproef getrokken.
- > Voor de steekproefopzet zijn wij uitgegaan van een representatieve basissteekproef van Nederlanders van 18 jaar en ouder, representatief naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Nederlanders van tussen de 14 en 17 jaar zijn representatief naar geslacht en leeftijd. Met behulp van een selectievraag zijn vervolgens de frisse dranken drinkers geselecteerd (drinken minimaal eens per maand fris).
- > De representativiteit is bereikt door stratificatie van de steekproef en quotering tijdens de dataverzameling. Als referentiebestand hebben we gebruik gemaakt van de Gouden Standaard 2020, ontwikkeld door de MOA en het CBS.

Dataverzameling

- > De vragenlijst heeft online gestaan van 16 tot en met 27 april 2021. De vragenlijst is in nauw overleg met FWS tot stand gekomen. In totaal hebben 1.002 Nederlandse frisse dranken drinkers van 14 jaar en ouder de vragenlijst helemaal ingevuld. Gemiddeld hebben ze 14 minuten nodig gehad om de vragenlijst in te vullen.

OVER DIT RAPPORT

Corona

- > Sinds 12 maart 2020 gelden er in Nederland extra maatregelen om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Terrassen, restaurants, cafés en winkels zijn meerdere malen gesloten. Ook konden Nederlanders voor een langere periode na 21.00 uur niet meer de straat op, vanwege een avondklok. De dataverzameling van dit onderzoek vond plaats tijdens deze maatregelen. Deze maatregelen hebben mogelijk invloed gehad op de consumptie van frisse dranken.
- > Bij de trendvragen over de consumptie van frisse dranken hebben wij gevraagd naar het drinkgedrag in de 'normale situatie', voor corona. Het gaat hierbij om het algemene drinkgedrag en de redenen om frisse dranken te drinken. Vanaf het onderwerp 'Coronamaatregelen' hebben wij gevraagd naar de invloed van corona op het drinkgedrag. Hier hebben wij aangegeven dat het gaat de huidige situatie, om hun drinkgedrag tijdens de coronacrisis (vanaf half maart 2020).

Nieuwe vragen

- > Ten opzichte van het onderzoek uit 2019, hebben we dit jaar enkele nieuwe vragen toegevoegd. Het gaat hier om twee vragen uit het hoofdstuk consumptie. De meesten zijn toegevoegd aan de hoofdstukken gezondheid, verpakking en (suiker)taks.

Leeswijzer

- > In de grafieken en modellen worden de resultaten getoond van de Nederlandse frisse dranken drinkers van 18 jaar en ouder op totaalniveau.
 - > Hierbij geven we indien een vergelijking mogelijk is, significante verschillen ten opzichte van 2019 aan met een groene (stijging) of rode (daling) pijl: ↑ ↓
 - > Wij toetsen significante verschillen met een betrouwbaarheid van 95%. Als de kans dat een verschil door toeval is ontstaan kleiner is dan 5%, dan is het verschil significant. Verder spelen de steekproefomvang en het procentuele verschil hierbij ook een rol. Significantie hebben we getoetst door middel van een Z-toets. Dit is een standaard toets die wij gebruiken om significante verschillen te berekenen. Vanzelfsprekend bekijken we per geval wat de beste toets is, met het oog op het meetniveau, type steekproef en steekproefomvang.
- > Vervolgens bespreken we tekstueel relevante doelgroepverschillen tussen generaties en geslacht.
- > De hoofdstukken zijn ingedeeld per thema; consumptie, gezondheid, verpakking en (suiker) taks. Dit rapport sluit af met een onderzoeksverantwoording.






















PROFIEL

Frisse dranken drinkers

Nederlanders van 14 jaar en ouder die minimaal één keer per maand frisdrank, vruchtensappen / -dranken, mineraal- / bronwater, water met een smaakje, limonadesiroop aangelengd met water of energiedrank drinken.

Welke van onderstaande dranken drink jij minimaal één keer per maand?

Basis: Nederlanders 14+ (n=1.068)

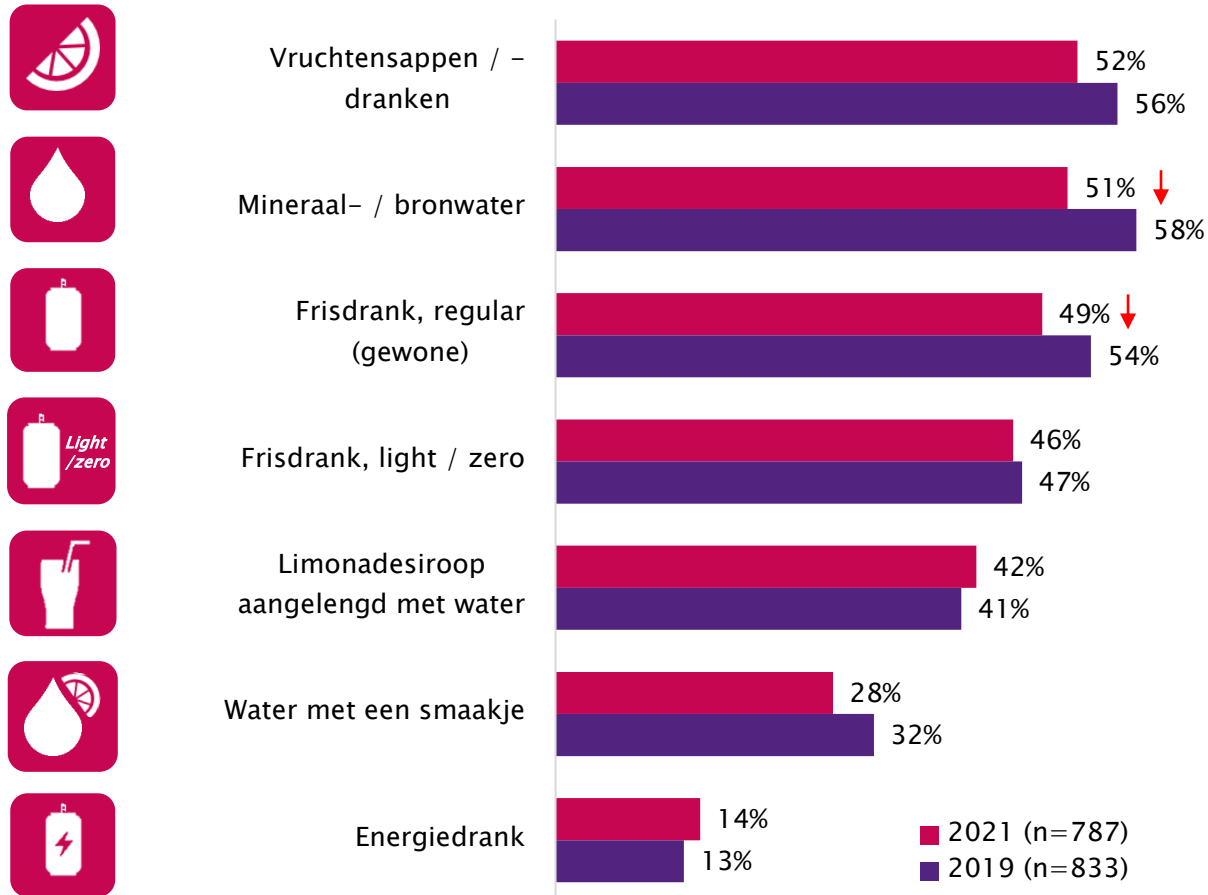
									
	Drinkt maandelijks frisse dranken	Frisdrank, regular (gewone)	Frisdrank, light / zero	Vruchtensap /-dranken	Mineraal- /bronwater	Water met een smaakje	Limonade-siroop, aangelengd met water	Energie-drink	
	Nederlanders	94%  2019 96%	50%  2019 56%	44% 2019 44%	51% 2019 53%	49%  2019 54%	27% 2019 30%	42% 2019 43%	15% 2019 15%
	Man	49%	59%	48%	53%	47%	49%	45%	64%
	Vrouw	51%	41%	52%	47%	53%	51%	55%	36%
	GenZ (14-24 jaar)	31%	39%	35%  2019 28%	35%  2019 28%	35%  2019 27%	37%  2019 29%	38%	46%
	Millennials (25-39 jaar)	18%	21%	18%  2019 24%	19%	19%	24%	21%	29%
	Generatie X (40-59 jaar)	27%	25%	26%	27%	24%	24%	26%	20%
	Babyboomers (60-75 jaar)	22%	14%	18%	17%  2019 22%	20%	14%	14%	4%



DE HELFT VAN DE NEDERLANDERS DRINKT MINIMAAL MAANDELIJKS VRUCHTENSAP, MINERAAL-/BRONWATER EN REGULAR FRISDRANK. MINERAAL-/BRONWATER EN REGULAR FRISDRANK DRINK MEN MINDER DAN IN 2019

Welke van onderstaande dranken drink jij minimaal één keer per maand?

Basis: frisse dranken drinkers 18+










DE LOCATIE HEEFT EEN GROTE INVLOED OP WELKE FRISSE DRANK MEN DRINKT

Geef per locatie aan waar je deze drank in de 'normale situatie' (vóór de coronacrisis) wel eens drinkt. *

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

* Vergeleken met vorig jaar is de vraagtekst aangepast.

** 'Op school / universiteit' is dit jaar toegevoegd.

	Thuis	Op het werk	Op school/ universiteit **	In een restaurant	Bij familie /vrienden	Op het terras
 Frisdrank, regular (gewone)	37% ↓ 2019 42%	12%	7%	32% ↓ 2019 37%	36% ↓ 2019 42%	33%
 Frisdrank, light / zero	36%	11%	6%	28%	33%	28%
 Vruchtensappen / -dranken	44%	10%	6%	16%	28% ↓ 2019 34%	17%
 Mineraal- / bronwater	43% ↓ 2019 50%	27% ↓ 2019 32%	14%	28% ↓ 2019 36%	33% ↓ 2019 39%	21% ↓ 2019 26%
 Water met een smaakje	20%	8%	6%	5%	13%	6%
 Limonadesiroop, aangelengd met water	37%	10%	5%	3%	16%	2%
 Energiedrank	9%	6%	4%	1%	4%	2%

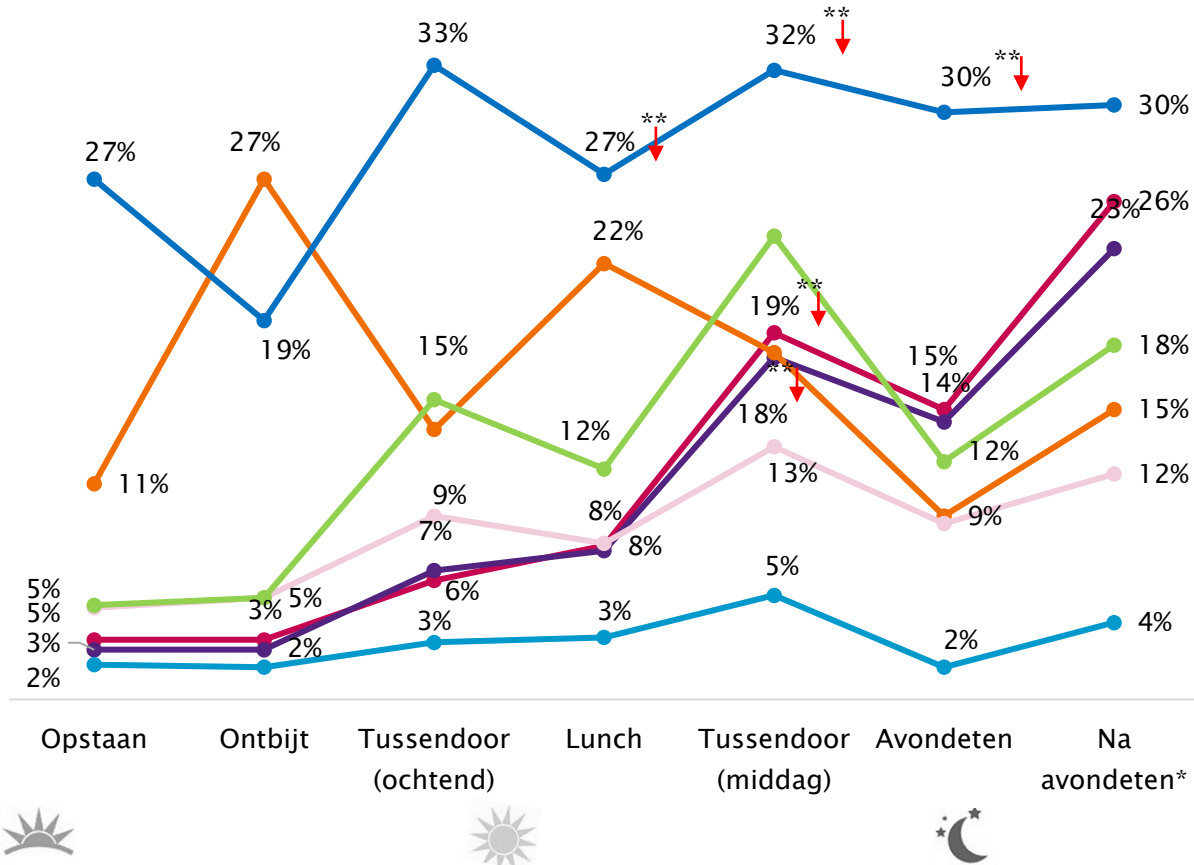
> Ondanks dat we in de vraagstelling refereren naar de 'normale situatie' (vóór de coronacrisis), lijkt het alsof deelnemers de vraag hebben beantwoord vanuit hun situatie tijdens de coronacrisis.

MINERAAL-/BRONWATER WORDT GEDURENDE DE DAG HET MEEST GEDRONKEN. AL WORDT DIT MINDER IN DE MIDDAG EN AVOND GEDRONKEN DAN IN 2019

Geef per dagdeel aan wanneer je deze drank wel eens drinkt.

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

-  Frisdrank, regulair (gewone)
-  Frisdrank, light / zero
-  Vruchtensappen /-dranken
-  Mineraal-/bronwater
-  Water met een smaakje
-  Limonade-siroop
-  Energie-drink













*'Na het avondeten' is dit jaar voor het eerst voorgelegd.

**Significante dalingen, cijfers 2019: water (tijdens lunch) 32%, water (tussendoor - middag) 39%, regulair frisdrank (tussendoor - middag) 24%, light/zero frisdrank (tussendoor - middag) 22%, water (bij avondeten) 35%.

EEN KWART VAN DE NEDERLANDERS GEEFT AAN VAKER MINERAAL-/BRONWATER, WATER MET SMAAKJE OF LIMONADE TE DRINKEN DAN EEN JAAR GELEDEN. EÉN DERDE ZEGT MINDER FRISDRANK EN VRUCHTENSAP TE DRINKEN

Drink je onderstaande dranken meer of minder dan één jaar geleden? *

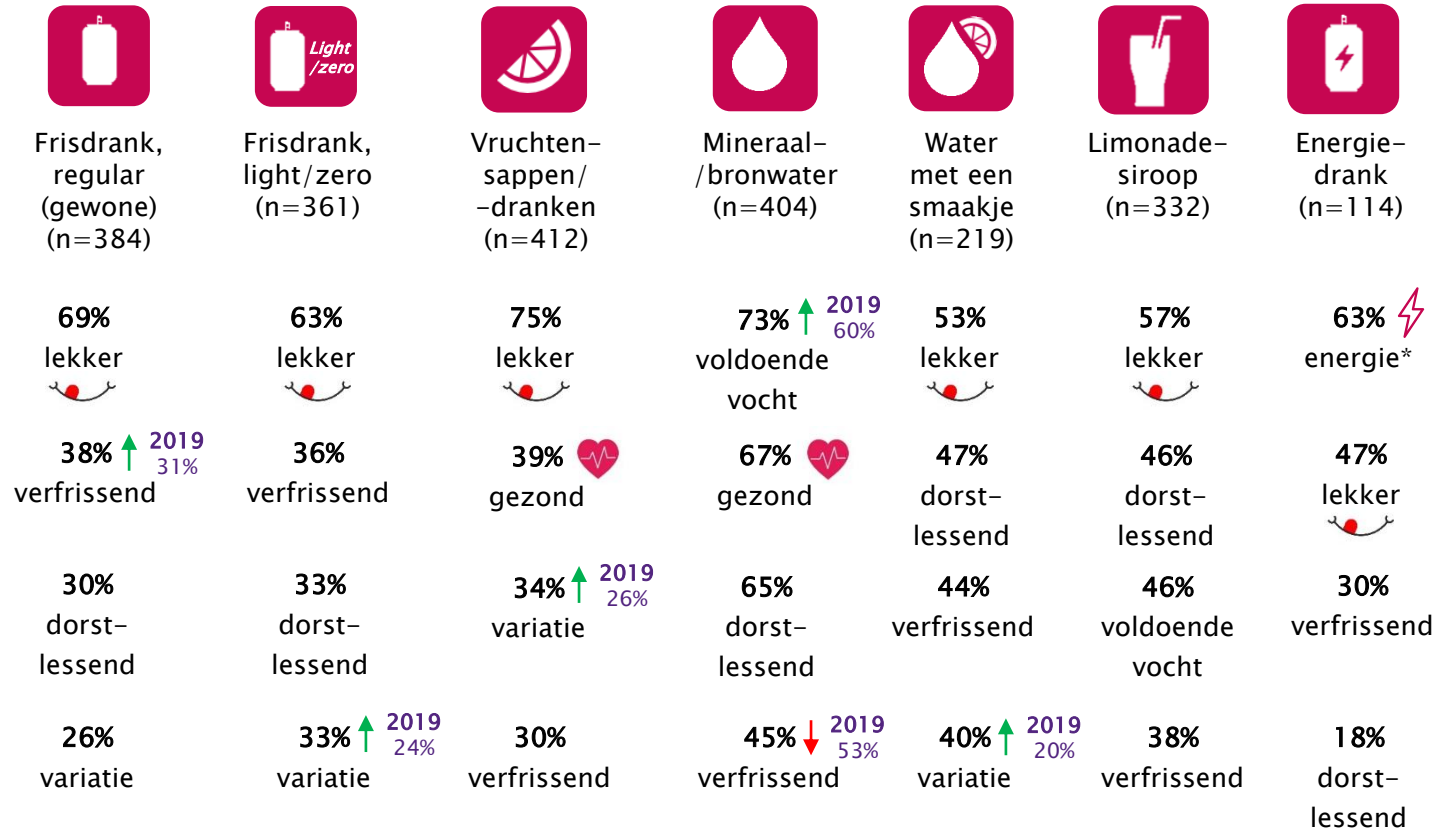
Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

							
	Frisdrank, regular (gewone) (n=384)	Frisdrank, light/zero (n=361)	Vruchten-sappen/-dranken (n=412)	Mineraal-/bronwater (n=404)	Water met een smaakje (n=219)	Limonade -siroop (n=332)	Energie-drink (n=114)
	11%	15%	15%	28%	26%	24%	20%
	47%	48%	54%	50%	45%	47%	44%
	38%	34%	28%	19%	26%	26%	32%

*De termijn is dit jaar aangepast van 'twee jaar geleden' naar 'één jaar geleden'.

FRISSE DRANKEN WORDEN VOORAL GEDRONKEN VANWEGE DE SMAAK, WATER VOOR VOCHT. LIGHT/ZERO FRISDRANK, VRUCHTENSAP EN WATER MET EEN SMAAKJE WORDEN NU VAKER GEKOZEN VOOR VARIATIE

Waarom drink je onderstaande dranken wel eens? – Top 4
 Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

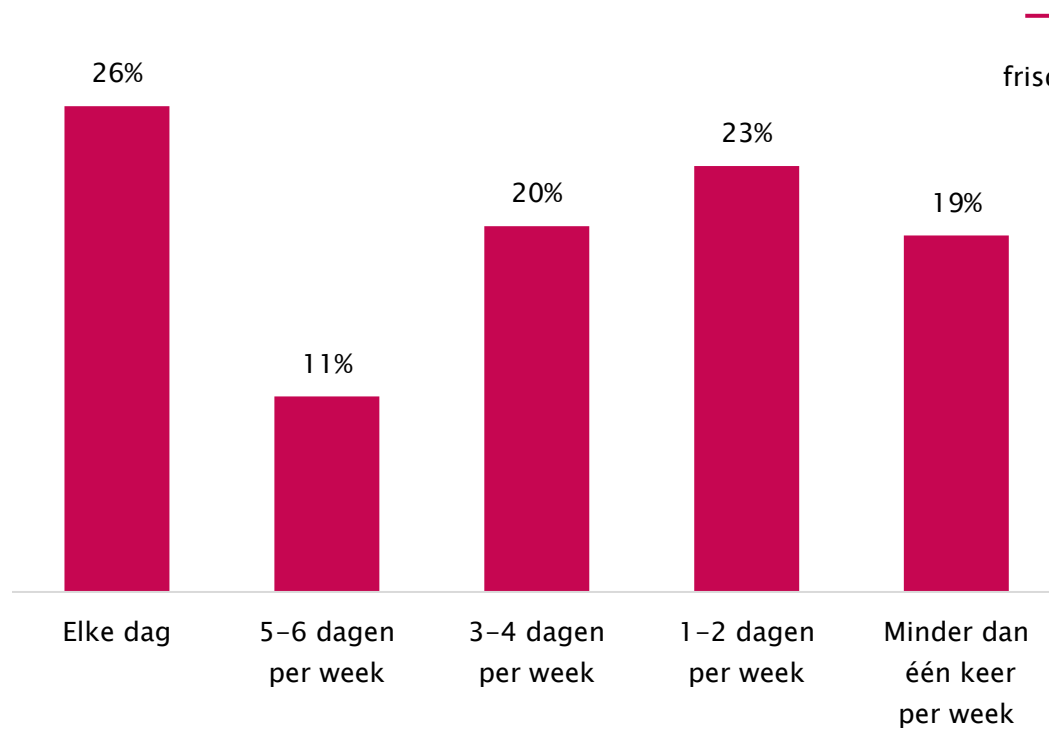


*De antwoordmogelijkheid 'voor extra energie' is dit jaar toegevoegd.

VAN DE FRISDRANKDRINKERS DRINKT EEN KWART DAGELIJKS FRISDRANK. GEMIDDELD DRINKT MEN DAGELIJKS ZO'N DRIE GLAZEN

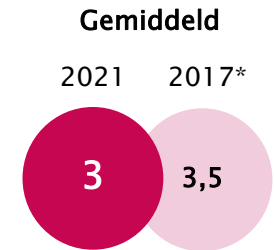
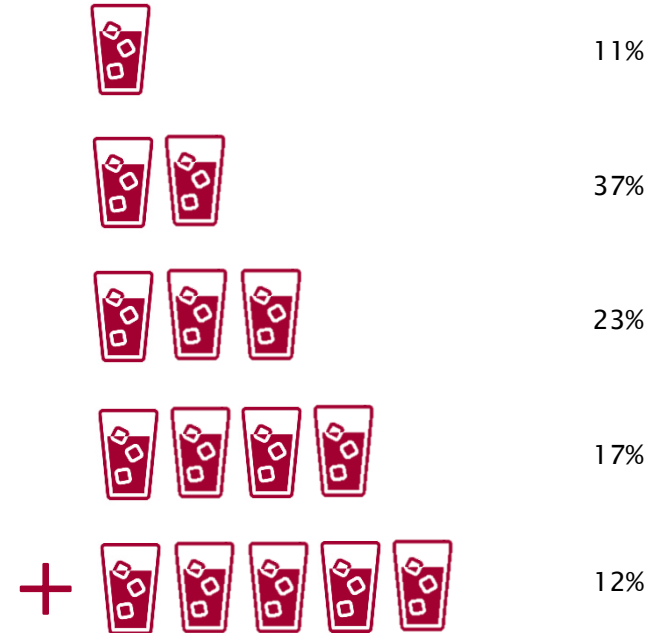
CONSUMPTIE

Hoe vaak drink jij momenteel frisdrank?
Basis: Frisdrank (regular en light / zero) drinkers 18+ (n=582)



Dagelijkse frisdrankdrinkers

Hoeveel glazen frisdrank drink jij momenteel gemiddeld op een dag?
Basis: indien dagelijks frisdrank drinkt 18+ (n=154)



*Het gemiddeld aantal glazen frisdrank per dag uit het 2017 'Frisdrank onderzoek'.

REGULAR FRISDRANK WORDT HET MEEST GEDRONKEN DOOR JONGERE GENERATIES



- > In het algemeen drinken de jongere generaties meer regular frisdrank (69% en 62%), limonadesiroop (55% en 52%), water met een smaakje (35% en 39%), en energiedrank (24% en 26%), dan de oudere generaties. Met name GenZ drinkt relatief veel regular frisdrank.
- > Thuis (55%), op werk (35%), en op school (48%) drinkt GenZ relatief veel water. In een restaurant (55%) en bij familie/vrienden (57%) drinken zij vaker regular frisdrank.
- > In vergelijking met de oudere generaties drinkt GenZ vaak water aan het begin van de dag (44% bij het opstaan, 36% bij het ontbijt, 42% bij de lunch). In de ochtend drinken zij ook relatief vaak limonadesiroop (22%). In de middag schakelen zij over naar frisdrank en siroop. Zij drinken tussendoor in de middag relatief vaak regular frisdrank (31%) en limonadesiroop (36%) dan de oudere generaties. Na het avondeten drinken zij relatief vaak regular frisdrank (41%).
- > 40% van GenZ zegt dat ze nu minder limonadesiroop drinken dan een jaar geleden. Ook zegt 45% nu minder regular frisdrank te drinken dan een jaar geleden. Wel zegt een vijfde van GenZ en Millennials nu vaker light/zero frisdrank te drinken dan een jaar geleden.
- > GenZ drinkt vaker water (44%) en limonadesiroop (32%) uit gewoonte, dan Generatie X en Babyboomers. Babyboomers drinken relatief vaak frisse dranken om voldoende vocht binnen te krijgen. De voornaamste redenen waarom GenZ energiedrank drinkt is omdat ze dit lekker vinden (67%), onder de oudere generaties is dit lager.

MANNEN DRINKEN VAKER REGULAR FRISDRANK DAN VROUWEN



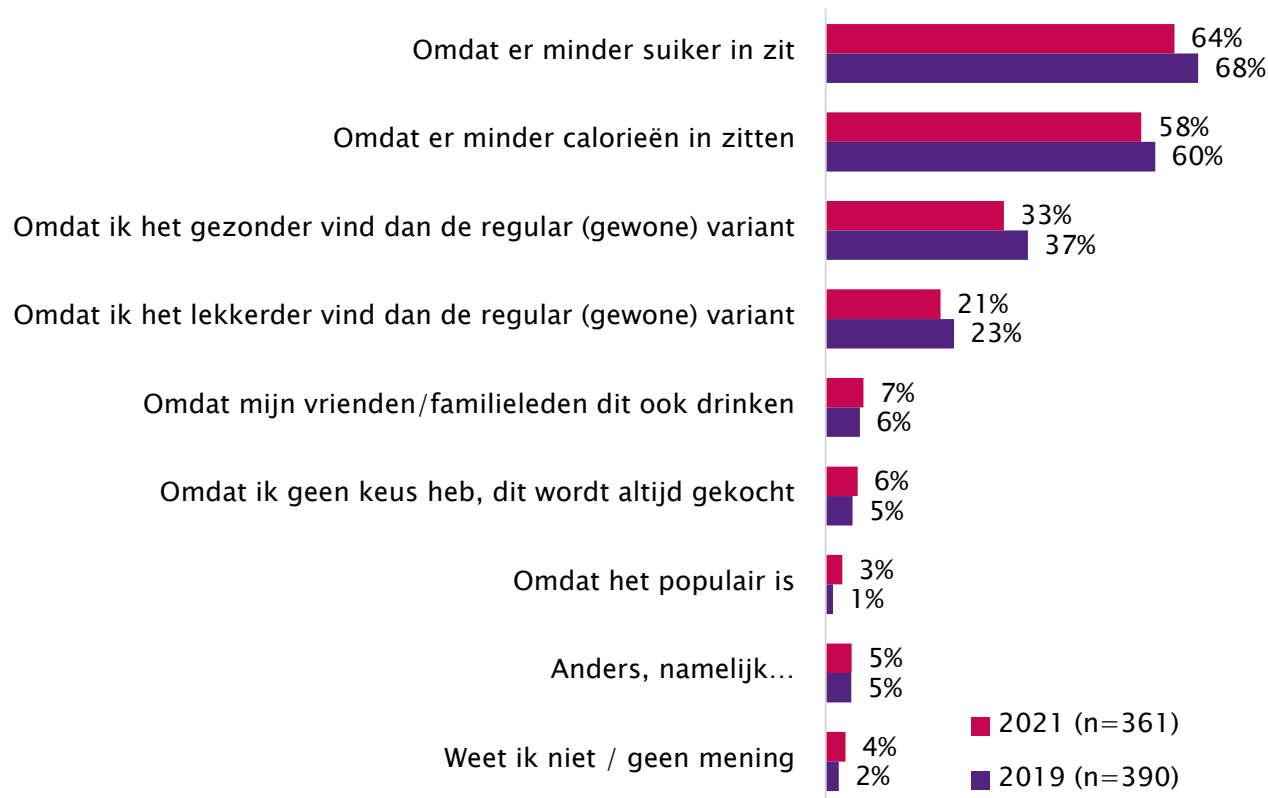
- > Vrouwen drinken vaker limonade (46% vs 39%), terwijl mannen vaker regular frisdrank (60% vs 38%), vruchtensap (58% vs 47%), en energiedrank (20% vs 10%) drinken.
- > Vrouwen drinken water vaker bij familie en vrienden (37% vs 29%), in een café/kroeg (17% vs 11%), onderweg (41% vs 31%), en op het terras (25% vs 18%). Ook drinken vrouwen op het terras vaker light/zero frisdrank (33% vs 23%), in een restaurant (31% vs 25%), café/kroeg (26% vs 16%), en tijdens het uitgaan (23% vs 16%).
- > Als vrouwen water drinken, drinken ze dit vaker gedurende de hele dag.
- > Ook vrouwen drinken vaker enkele frisse dranken voor de variatie. Dit geldt voor light/zero frisdrank (40% vs 26%), vruchtensap (40% vs 30%), en water met een smaakje (48% vs 32%). Mannen drinken enkele dranken vaker omdat het de dorst leest, zoals bij regular (35% vs 23%) en light/zero (41% vs 25%) frisdrank, en vruchtensap (29% vs 20%). Ook drinken zij vaker vruchtensap omdat het verfrissend is (36% vs 23%). Mannen drinken vaker vruchtensap (44% vs 33%), limonade (17% vs 9%), en water met een smaakje (39% vs 21%), omdat zij dit gezond vinden. En light/zero frisdrank uit gewoonte (26% vs 18%).
- > Over het algemeen drinken vrouwen minder vaak frisdrank (minder dan eens per week: 25% vs 14%).



LIGHT/ZERO FRISDRANKEN WORDEN VOORAL GEDRONKEN OMDAT ER MINDER SUIKER EN CALORIEËN IN ZITTEN. BIJNA DE HELFT VAN DE LIGHT/ZERO FRISDRANKDRINKERS VINDT DAT HET AANBOD GEGROEID IS

Waarom drink jij light / zero frisdranken?

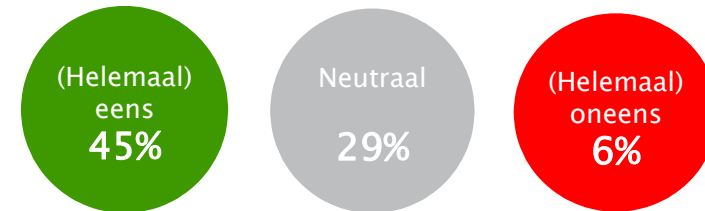
Basis: light / zero frisdrankdrinkers 18+



Ik vind dat het aanbod van light / zero frisdranken nu groter is dan één jaar geleden.*

Basis: light / zero frisdrankdrinkers 18+ (n=361)

Exclusief 'weet ik niet'

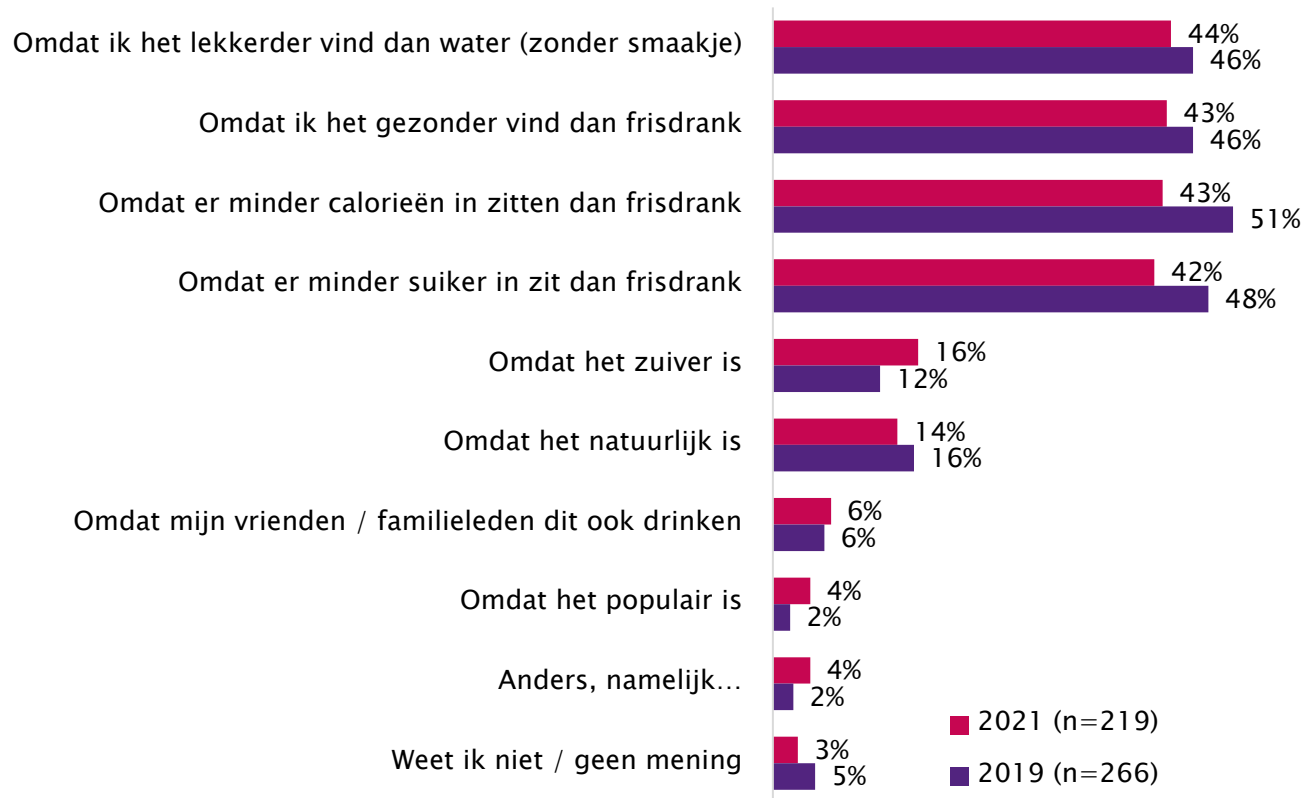


*De termijn is dit jaar aangepast van 'twee jaar geleden' naar 'één jaar geleden'.



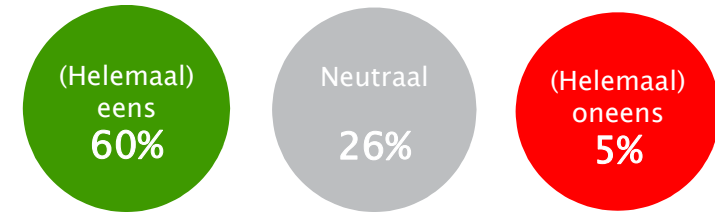
DE BELANGRIJKSTE REDENEN OM WATER MET EEN SMAAKJE TE DRINKEN ZIJN SMAAK, OMDAT HET GEZONDER IS, EN MINDER CALORIEËN EN SUIKER BEVAT. OOK IS VOLGENS DRIE OP DE VIJF HET AANBOD TOEGENOMEN

Waarom drink jij water met een smaakje?
Basis: drinkers van water met een smaakje 18+



Ik vind dat het aanbod van waters met een smaakje nu groter is dan één jaar geleden.*

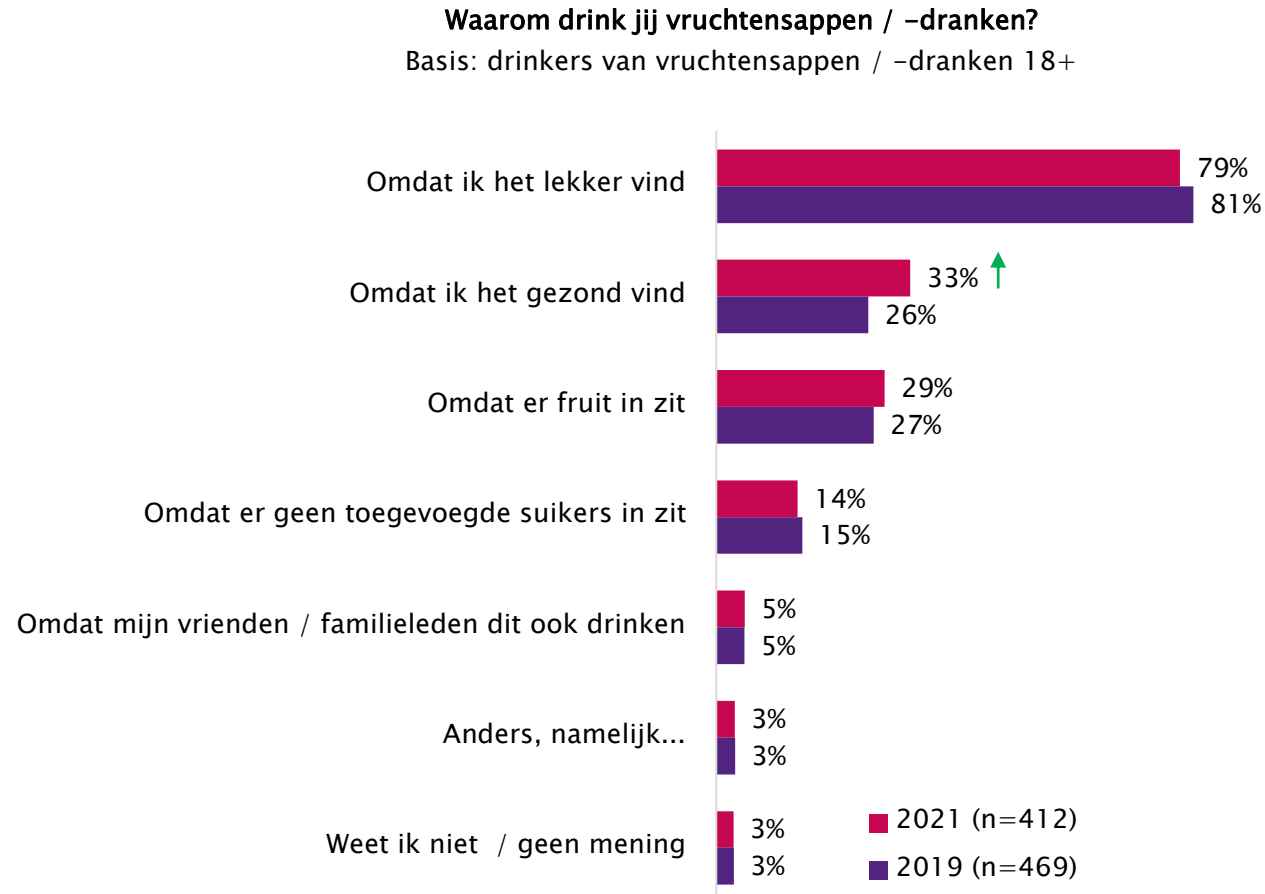
Basis: drinkers van water met een smaakje 18+ (n=219)
Exclusief 'weet ik niet'



*De termijn is dit jaar aangepast van 'twee jaar geleden' naar 'één jaar geleden'.



EEN RUIME MEERDERHEID DRINKT VRUCHTENSAP OMDAT ZIJ DIT LEKKER VINDEN. TEN OPZICHTE VAN 2019, DRINKEN NEDERLANDERS VAKER SAP OMDAT ZIJ DIT GEZOND VINDEN



WATER VINDT MEN HET MEEST GEZOND. DE HELFT VINDT WATER MET EEN SMAAKJE OOK GEZOND. LIMONADE VINDT MEN GEZONDER DAN VOORHEEN. ENERGIEDRANK EN REGULAR FRISDRANK ZIET MEN ALS ONGEZOND

Hoe gezond of ongezond vind je de volgende dranken?








Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

(Zeer) gezond



(Zeer) ongezond



	(Zeer) gezond	(Zeer) ongezond
 Frisdrank, regular (gewone)	5%	71%
 Frisdrank, light / zero	13%	42%
 Vruchtensappen / -dranken	35%	27%
 Mineraal- / bronwater	86%	1%
 Water met een smaakje	45%	9%
 Limonadesiroop, aangelengd met water	26% <small>↑ 2019 20%</small>	27%
 Energiedrank	4%	83%

DRIE OP DE VIJF FRISDRANKDRINKERS LET OP DE HOEVEELHEID SUIKER IN FRISDRANK. EEN DERDE LET HIER NU MEER OP DAN ÉÉN JAAR GELEDEN. EEN KWART KOOPT OM DEZE REDEN BEWUST KLEINERE VERPAKKINGEN



Let je wel eens op de hoeveelheid suiker in frisdranken?

Basis: frisdrank (regular en light / zero) drinkers 18+ (n=582)

Ja
62%

Let je nu meer of minder op de hoeveelheid suiker in frisdrank dan één jaar geleden? *

Basis: frisdrankdrinkers die wel eens op de hoeveelheid suiker letten (n=362)

Exclusief 'weet ik niet'



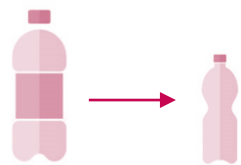
Meer
33%

Evenveel
56%

Minder
7%

Kies je wel eens bewust voor een kleinere frisdrankverpakking omdat daar dan minder suiker in zit?

Basis: frisdrankdrinkers die wel eens op de hoeveelheid suiker letten (n=362)



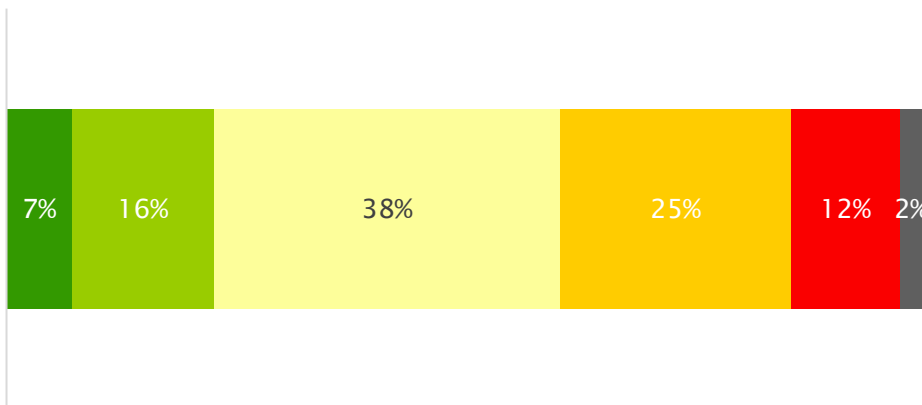
Ja
28%

*De termijn is dit jaar aangepast van 'twee jaar geleden' naar 'één jaar geleden'.

EEN KWART LET MOMENTEEL MEER OP DE EIGEN GEZONDHEID DAN VOOR DE CORONACRISIS. EVENEENS EEN KWART VINDT DAT ZIJ NU GEZONDERE KEUZES IN DRANKEN MAAKT

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stelling:
Ik maak momenteel gezondere keuzes in de dranken die ik drink
dan vóór de coronacrisis.

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

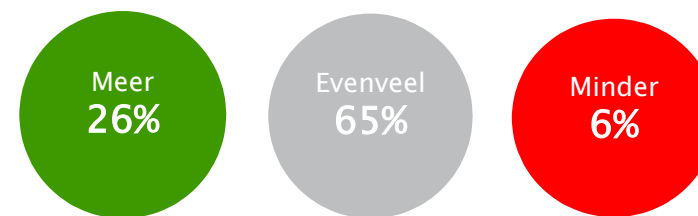


- Helemaal eens
- Eens
- Niet eens, niet oneens
- Oneens
- Helemaal oneens
- Weet ik niet

Let je momenteel meer of minder op je gezondheid dan vóór de coronacrisis?

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

Exclusief 'weet ik niet'



MET NAME DE OUDERE GENERATIES LETTEN OP DE HOEVEELHEID CALORIEËN EN SUIKER IN FRISDRANK



- > Babyboomers (66%) en Generatie X (64%) drinken vaker light/zero frisdrank omdat er minder calorieën in zitten, dan andere generaties. Generatie X drinkt water met een smaakje minder snel omdat zij het lekker vinden (32%). GenZ (88%) drinkt vaker vruchtensap omdat ze het lekker vinden, dan Millennials (74%) en Babyboomers (76%). GenZ drinkt vaker light/zero frisdrank omdat ze dit in huis hebben (24%).
- > Millennials vinden het vaakst dat het aanbod van light/zero frisdranken (58%) en waters met een smaakje (68%) in het afgelopen jaar is toegenomen.
- > In het algemeen vinden Babyboomers verschillende frisse dranken minder ongezond, dan andere generaties. Zo vinden Babyboomers regular frisdrank (56%) en light/zero frisdrank (28%) minder ongezond dan de andere generaties. Millennials vinden vruchtensap vaker ongezond in vergelijking met de andere generaties (38%).
- > Wel vinden Babyboomers water met een smaakje (33%) minder gezond dan andere generaties.
- > Vooral Babyboomers letten wel eens op de hoeveelheid suiker in frisdrank (73%). Van de frisdrankdrinkers die op de hoeveelheid suiker letten, zegt vooral GenZ hier meer op te letten dan één jaar geleden (50%).

VROUWEN VINDEN FRISSE DRANKEN VAKER ONGEZOND DAN MANNEN



- > Vrouwen drinken vaker light/zero frisdrank omdat zij dit lekkerder (27% vs 15%) en gezonder vinden dan mannen (38% vs 27%). Mannen drinken vaker vruchtensap omdat zij dit gezond vinden (39% vs 26%).
- > In het algemeen vinden vrouwen frisse dranken vaker ongezond dan mannen. Dit geldt voor regular- (75% vs 66%), light/zero (46% vs 39%) frisdrank, vruchtensap (33% vs 20%), en energiedrank (85% vs 80%). Mannen vinden dan ook vaker limonade gezond (30% vs 21%).
- > Ook zien we dat vrouwen vaker op de hoeveelheid suiker in frisdranken letten dan mannen (68% vs 57%). Mannen daarentegen geven wel aan hier meer op te letten dan één jaar geleden, dan vrouwen (40% vs 27%). Mannen vinden dan ook vaker dat zij momenteel gezondere keuzes maken wat betreft dranken (26% vs 20%).



MET BETREKKING TOT DUURZAAMHEID, VINDT ÉÉN DERDE HET BELANGRIJK DAT VERPAKKINGEN KUNNEN WORDEN INGEZAMELD, EN EEN KWART DAT VERPAKKINGEN RECYCLEBAAR ZIJN EN HET MILIEU MINDER BELASTEN

Wat vind je in het algemeen belangrijk bij de verpakking van dranken? *

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)



*Dit jaar is deze vraag aan alle frisse dranken drinkers voorgelegd, terwijl in 2019 enkel de frisdrankdrinkers deze vraag beantwoord hebben.

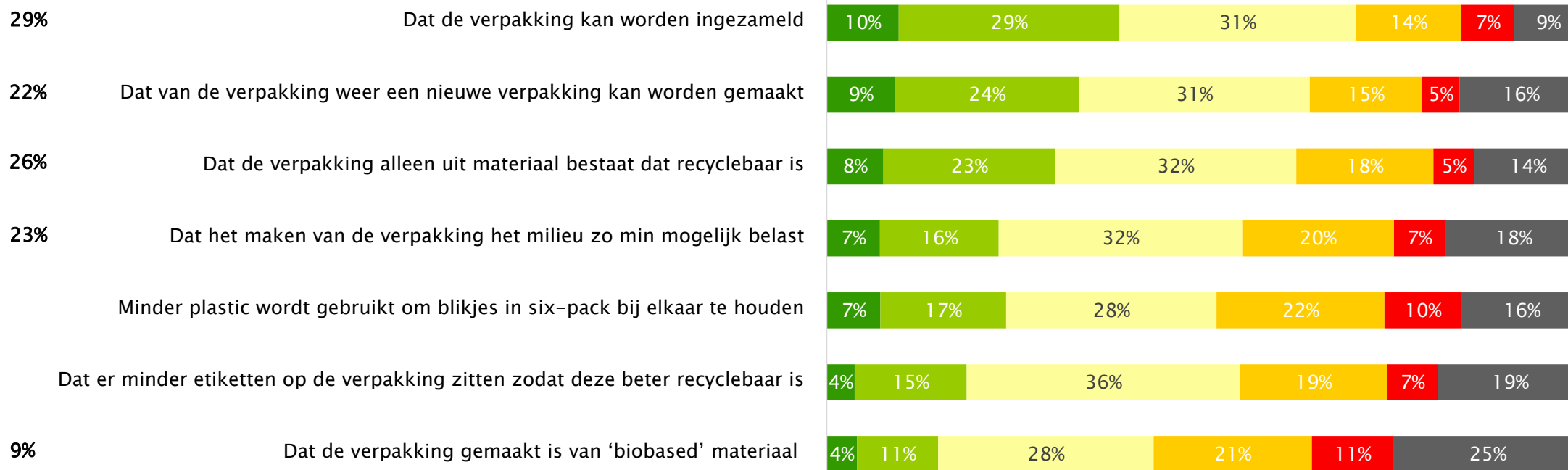
**Beide antwoordopties zijn dit jaar toegevoegd.

TWEE VIJFDE VINDT DAT PRODUCENTEN AANDACHT BESTEDEN AAN DE INZAMELING VAN VERPAKKINGEN. OP DE OVERIGE PUNTEN BLIJFT DIT ACHTER. MET 'BIO-BASED' MATERIAAL IS MEN MINDER BEKEND

In hoeverre vind je dat producenten van frisdrank, water en sappen aandacht besteden aan de volgende punten?

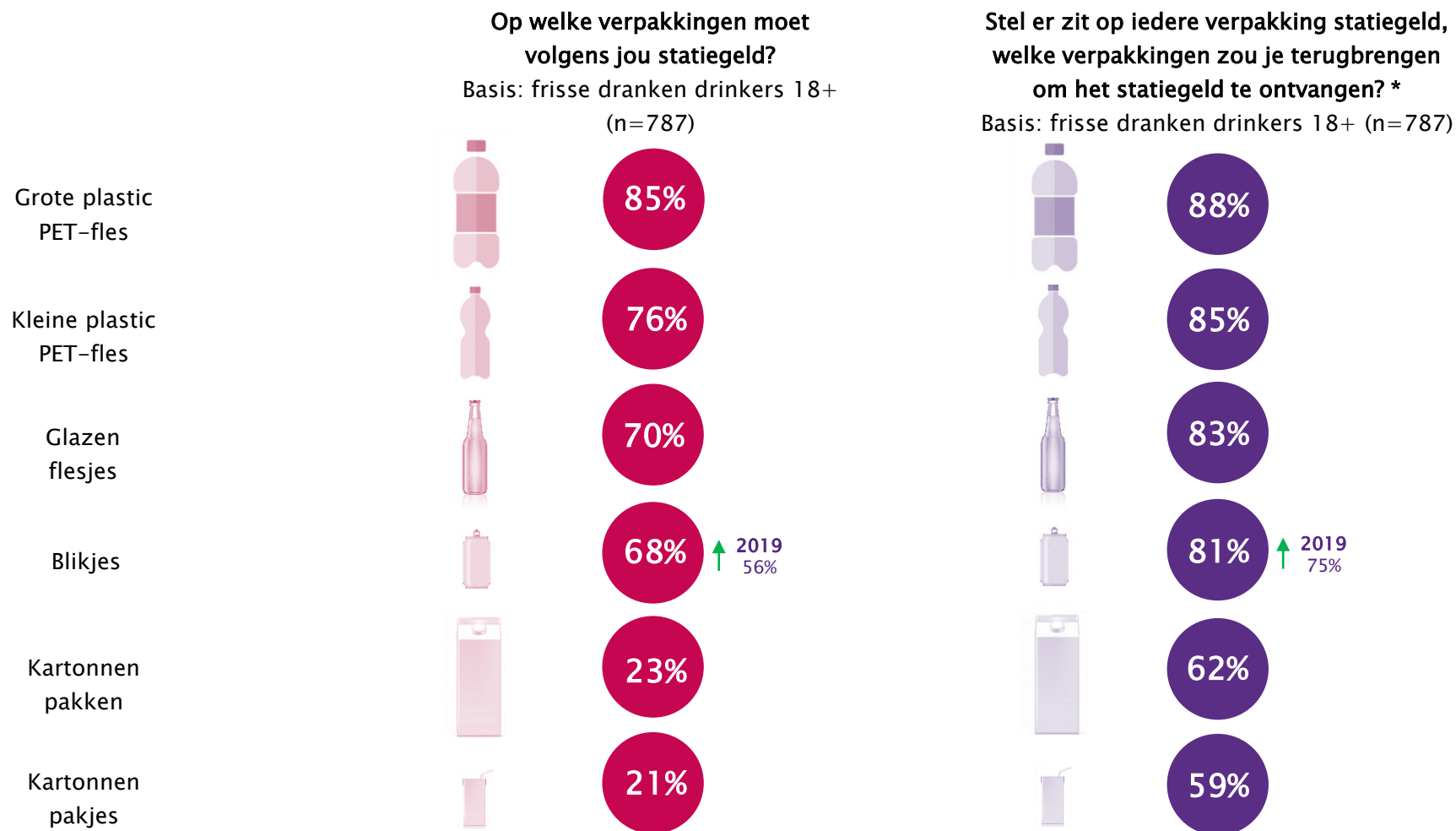
Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)

Belangrijk bij verpakking



■ Heel veel ■ Veel ■ Niet veel, niet weinig ■ Weinig ■ Heel weinig ■ Weet ik niet / geen mening

DE MEERDERHEID VINDT DAT ER STATIEGELD MOET WORDEN GEVRAAGD VOOR PLASTIC-, GLAZEN FLESSEN EN BLIKJES. HET BEGRIJF VOOR STATIEGELD OP BLIKJES IS GESTEGEN TEN OPZICHTE VAN 2019

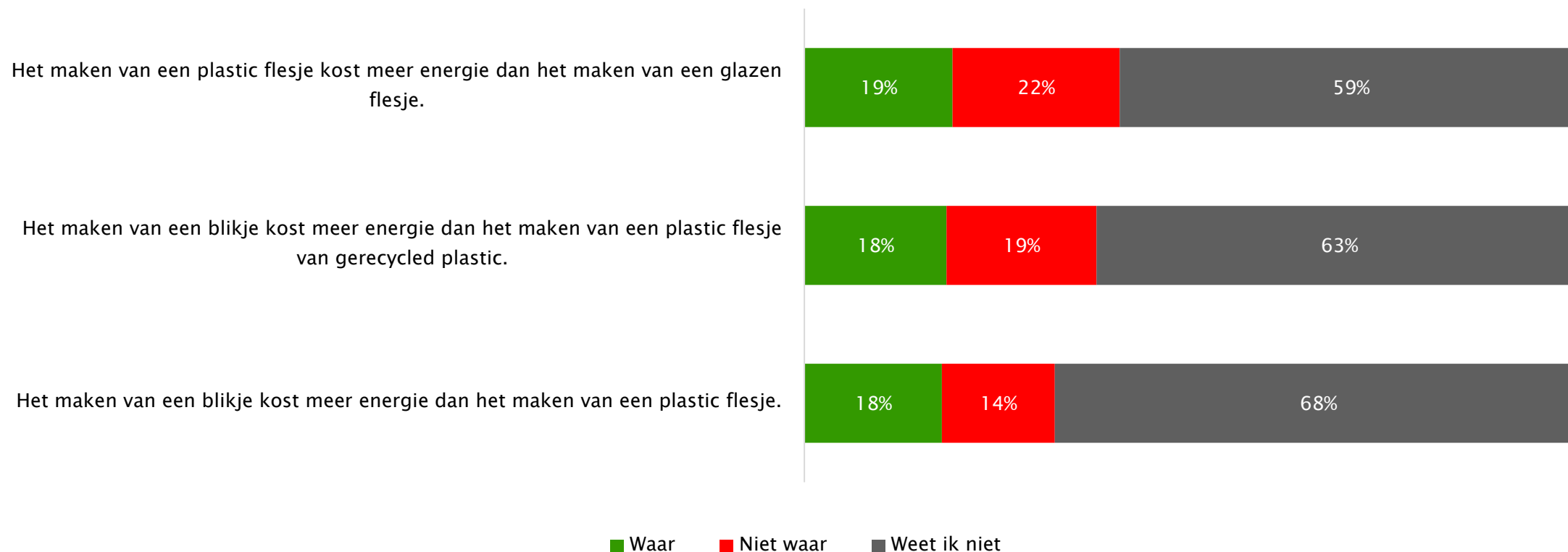


*De vraagtekst is dit jaar aangepast, waarbij 'naar het verkooppunt' is weggehaald.

RUIM DE HELFT TOT TWEE DERDE VAN DE NEDERLANDERS WEET NIET WAT DE IMPACT IS VAN HET PRODUCEREN VAN VERSCHILLENDE VERPAKKINGEN OP HET MILIEU. DE REST IS VERDEELD IN HUN ANTWOORDEN

We stellen je nog graag een aantal vragen over het maken van verpakkingen:

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=787)



VOORAL DE JONGERE GENERATIES VINDEN DAT PRODUCENTEN ZICH BEZIG HOUDEN MET DE DUURZAAMHEID VAN VERPAKKINGEN



- > Babyboomers hechten meer waarde aan een verpakking van recyclebaar materiaal (39%) en de inzameling van verpakking (40%) dan de andere generaties. Ook vinden zij de vermelding van ingrediënten relatief belangrijk (43%).
- > Over het algemeen zien we dat vooral de jongere generaties denken dat producenten zich bezig houden met duurzaamheid. Zo vinden GenZ (46%) en Millennials (47%) vaker dat producenten aandacht besteden aan de inzameling van verpakkingen dan de oudere generaties. Ook denken Millennials vaker dat producenten bezig zijn met het verminderen van plastic bij six-packs (33%), etiketten (28%), en het ontwikkelen van verpakkingen enkel van recyclebaar materiaal (38%).
- > Verder zien we dat vooral Babyboomers positief tegenover de invoering van statiegeld op verpakkingen staan. Met name voor kleine- (86%) en grote (91%) plastic PET-flessen, glazen flesjes (81%), en blikjes (80%). Zij zouden deze verpakkingen ook vaker terugbrengen.
- > In het algemeen hebben Nederlanders weinig kennis over de impact van verpakkingen op het milieu. Vooral Generatie X en Babyboomers zijn hier onbekend mee.

VROUWEN HEBBEN MINDER KENNIS VAN IMPACT VAN VERPAKKINGEN OP HET MILIEU DAN MANNEN, MAAR STAAN WEL POSITIEVER TEGENOVER STATIEGELD EN INZAMELING VAN VERPAKKINGEN



- > Bij de verpakking van frisse dranken, zien we dat vrouwen meer waarde hechten aan de hersluitbaarheid (60% vs 53%), vermelding van ingrediënten (41% vs 31%), inzameling (35% vs 23%) en hervulbaarheid (21% vs 15%) dan mannen.
- > Mannen denken vaker dat producenten weinig bezig zijn met het maken van verpakkingen die alleen uit recyclebaar materiaal bestaan (27% vs 20%). Vrouwen geven vaker aan geen kennis te hebben over de inspanningen van producenten met betrekking tot het gebruik van 'bio-based' materiaal, het minimaliseren van de impact op het milieu, en het verminderen van etiketten.
- > Vrouwen staan in het algemeen positiever tegenover het invoeren van statiegeld op verpakkingen, met name voor grote plastic PET-flessen (88% vs 82%) en kartonnen pakken (26% vs 20%). Vrouwen zouden ook vaker verpakkingen terugbrengen, met name kleine (88% vs 83%) en grote (90% vs 85%) plastic PET-flessen, en glazen flesjes (88% vs 79%).
- > Verder zien we dat vrouwen over het algemeen minder bekend zijn met de impact van verpakkingen op het milieu.

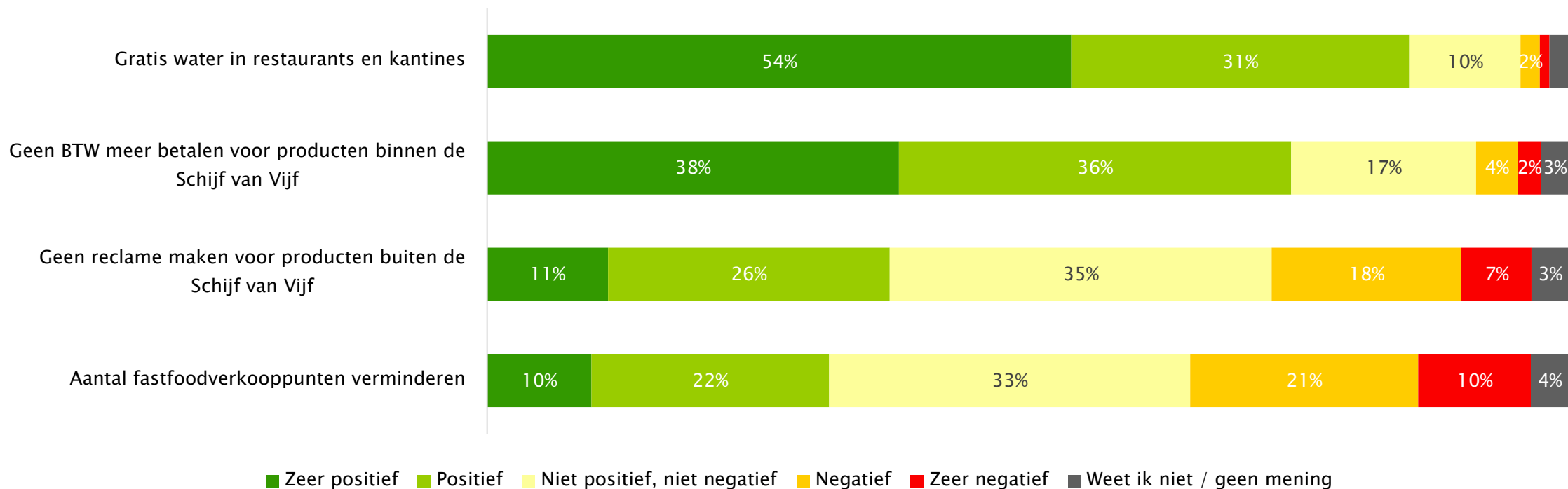


VRIJWEL ALLE NEDERLANDERS STAAN POSITIEF TEGENOVER GRATIS WATER, EN GEEN BTW OP PRODUCTEN BINNEN DE SCHIJF VAN VIJF. EEN RECLAMEVERBOD EN REDUCTIE VAN FASTFOOD KENNEN MINDER DRAAGVLAK

Het RIVM (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu) heeft een aantal maatregelen opgesteld om overgewicht tegen te gaan. Wij zijn benieuwd wat je van deze maatregelen vindt.

In hoeverre sta je positief of negatief tegenover deze maatregelen?

Basis: fri





ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Respons

- > In totaal hebben 1.068 deelnemers de vragenlijst ingevuld, waarvan uiteindelijk 1.002 frisse dranken drinkers.
- > Er zijn in totaal 8.700 uitnodigingen voor het onderzoek naar Nederlanders van 16 jaar en ouder gestuurd. De 14 tot en met 15-jarigen zijn via hun ouders benaderd. In totaal zijn er 1.250 uitnodigingen naar ouders verstuurd.
- > De respons bedraagt in totaal 11%.

Omschrijving	Aantal
Aantal uitnodigingen (bruto steekproef)	9.950
Nederlanders van 16 jaar en ouder	8.700
Kinderen van 14 tot en met 15 jaar (via ouders)	1.250
Gestart met vragenlijst	1.723
Uitgescreend (geen doelgroep)	41
Uitgescreend (quotum vol)	579
Afgehaakt	35
Gekwalificeerde deelnemers (bruto steekproef)	1.068
Nederlanders van 16 jaar en ouder	960
Kinderen van 14 tot en met 15 jaar (via ouders)	108
Gekwalificeerde deelnemers (netto steekproef)	1.002
Nederlanders van 16 jaar en ouder	894
Kinderen van 14 tot en met 15 jaar (via ouders)	108



Anouk Tramper
Anouk@ruigroknetaanel.nl



Julia Vrijaldenhoven
Julia@ruigroknetaanel.nl



Fernando McDougal
Fernando@ruigroknetaanel.nl

Ruigrok NetPanel / Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam / 020-7820400 / info@ruigroknetaanel.nl / KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264