

Gezonde en duurzame voeding 2025

Het inwonerspanel Groningen Gehoord over gedrag, houding en belemmeringen



Inhoudsopgave

1 Inleiding	3
1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek	3
1.2 Opzet van het onderzoek	3
2 Respondenten	4
2.1 Respons	4
2.2 Achtergrondkenmerken	4
3 Resultaten	6
3.1 Eetpatroon en houding	6
3.2 Gezondheid, duurzaamheid, boodschappen en meer	8
3.3 Eetgedrag	11
3.4 Gedragsverandering	13
3.6 Plantaardig eten	16
3.6 Stimuleren	18
Colofon	19

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek

Groningen is één van de eerste gemeenten in Nederland die in 2012 al een 'voedselbeleid' voerde om gezond en duurzaam eten te stimuleren. In 2021 werd de voedselagenda "Gezond en duurzaam voedsel voor iedereen" vastgesteld.

Om een beeld te krijgen hoe het er toen voor stond en hoe de gemeente effectiever beleid kon maken, beantwoordde het inwonerspanel in 2022 een aantal vragen. Dit was input voor het nieuwe voedselbeleid dat inzet op een gezondere en duurzamere voedselproductie, - consumptie en - omgeving. Daarnaast zijn er projecten gedaan in de gemeente én heeft de wereld om ons heen zich ontwikkeld. Daarom is in 2025 de enquête herhaald om te onderzoeken welke veranderingen hebben plaatsgevonden en hoe onze inwoners nu denken over gezond en duurzaam eten.

1.2 Opzet van het onderzoek

De vragenlijst is voorgelegd aan de leden van het inwonerspanel Groningen Gehoord. Het panel bestaat uit een grote groep inwoners van de gemeente Groningen die hun e-mailadres hebben gegeven om mee te werken aan online onderzoek. De uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek is op 8 juli 2025 naar de panelleden verstuurd. Het onderzoek stond vervolgens twee weken open voor respons. Na een week is een herinneringsmail gestuurd.

Om ook niet-panelleden de gelegenheid te geven om hun mening te delen en breder inzicht in op te halen onder inwoners, is de vragenlijst ook verspreid via de (wijk)nieuwsbrieven en social mediakanalen van de gemeente.

Inwonerspanel Groningen Gehoord

Met ongeveer 12.000 leden, in alle leeftijdsgroepen vanuit de hele gemeente, geeft het inwonerspanel Groningen Gehoord een adequaat beeld van de mening van inwoners van de stad. Wel moet worden opgemerkt dat voor het inwonerspanel geen aselechte steekproef van alle bewoners is getrokken. Elke inwoner kan lid worden van het inwonerspanel. Het gevolg is dat sommige groepen inwoners zijn oververtegenwoordigd en andere ondervertegenwoordigd. Dit neemt niet weg dat het inwonerspanel een zeer bruikbaar instrument is om in korte tijd de mening van een aanzienlijke groep inwoners van de gemeente Groningen te peilen.

2 Respondenten

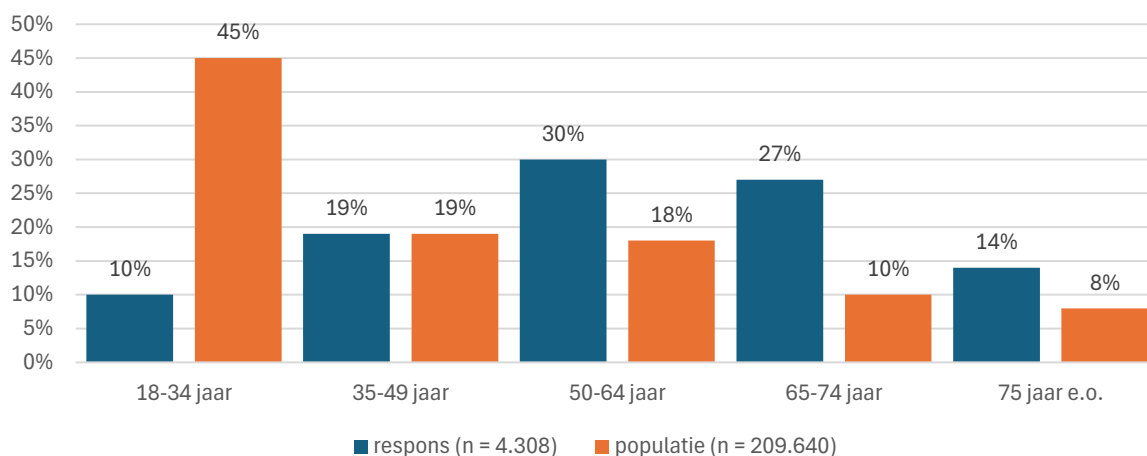
2.1 Respons

De vragenlijst is in totaal door 4.828 inwoners (deels) ingevuld. Deze groep bestaat 4.446 panelleden (92%) en 382 (8%) inwoners die via de 'open' link hebben meegedaan. Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord, waardoor het aantal respondenten per vraag kan verschillen.

2.2 Achtergrondkenmerken

Van 88% van de respondenten is de leeftijd bekend. Figuur 1 geeft een overzicht van de leeftijdsverdeling van de respondenten. Ter vergelijking toont de figuur ook de leeftijdsverdeling van alle volwassen inwoners in de gemeente Groningen (de populatie). Hieruit blijkt dat 18-34-jarigen sterk ondervertegenwoordigd zijn, terwijl er naar verhouding juist veel 50-64-jarigen en 65-74-jarigen met het onderzoek hebben meegedaan.

Figuur 1: Verdeling respons naar leeftijd en populatie



Er zijn verschillende vragen gesteld over de achtergrond van de respondenten. Van alle respondenten heeft 22% thuiswonende kinderen. Tabel 1 laat de verdeling naar opleidingsniveau onder de respondenten zien. Het overgrote deel (76%) van de respondenten heeft een opleiding op HBO- of WO-niveau afgerond.

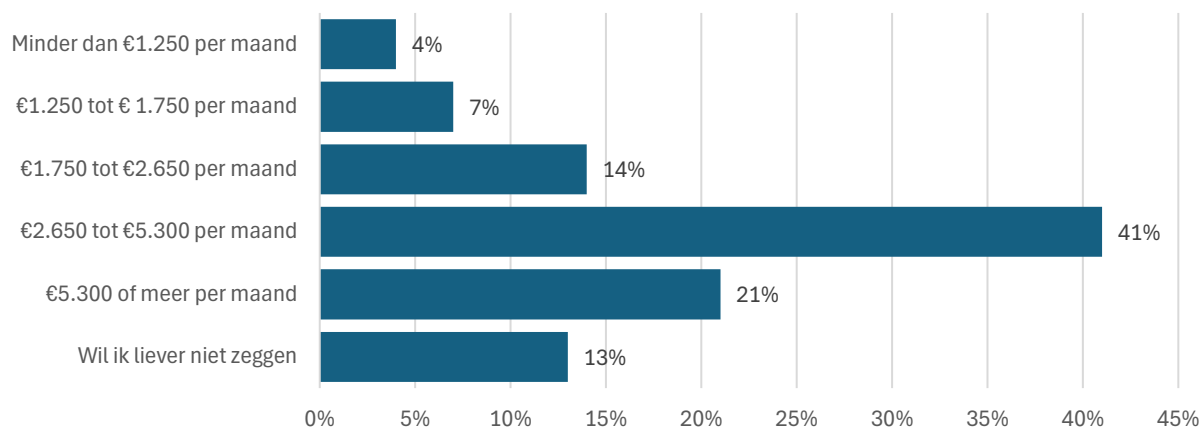
Tabel 1: Wat is de hoogste schoolopleiding die je met een diploma hebt afgerond?

Opleidingsniveau	Aantal respondenten	Percentage respondenten	Percentage inwoners*
Geen opleiding	17	0	16%
Basisonderwijs	14	0	
Vmbo/ mbo 1/ praktijkonderwijs	191	5%	
Havo/vwo onderbouw	109	3%	39%
Havo/vwo bovenbouw	270	6%	
Mbo 2-4	434	10%	
Hbo/ Wo	3243	76%	45%
Totaal	4278	100%	100%

* CBS 2024, 15 tot 75 jaar

Er is ook gevraagd naar het inkomen van het huishouden van de respondenten. Een grote groep respondenten (62%) valt in de 'hoge' inkomenscategorieën. Een kwart van respondenten heeft een huishouden dat minder dan €2.650 per maand te besteden heeft. Voor 13% van respondenten geldt dat zij liever geen antwoord geven of hun huishoudinkomen niet wil zeggen.

Figuur 2: Netto-inkomen van het huishouden



3 Resultaten

3.1 Eetpatroon en houding

We vroegen de respondenten eerst naar hun consumptie van vlees en vis (tabel 2). Ruim twee derde van hen (69%) geeft aan minimaal één dag per week geen vlees of vis te eten. In 2022 lag dit aandeel op 71%. Achttien procent van de respondenten eet (bijna) altijd vegetarisch en vijf procent eet (bijna) altijd veganistisch.

Respondenten jonger dan 35 jaar ($n = 437$) geven aan relatief minder vaak vlees of vis te eten. Van deze groep zegt driekwart minimaal één dag per week geen vlees of vis te nuttigen. Daarnaast eet 28% (bijna) altijd vegetarisch en 8% (bijna) altijd veganistisch. Hoger opgeleiden ($n = 3.238$) eten ook relatief minder vaak vlees of vis. Bij 74% van hen staat minimaal één dag per week geen vlees of vis op het menu. In gezinnen met thuiswonende kinderen ($n = 932$) wordt daarentegen relatief vaker vlees of vis gegeten. Bij 32% van deze gezinnen staat (bijna) iedere dag vlees of vis op tafel. Bij de optie 'anders, namelijk' geeft een groot deel van de respondenten aan geen vlees te eten, maar wel vis.

Tabel 2: Wat past het beste bij jou?

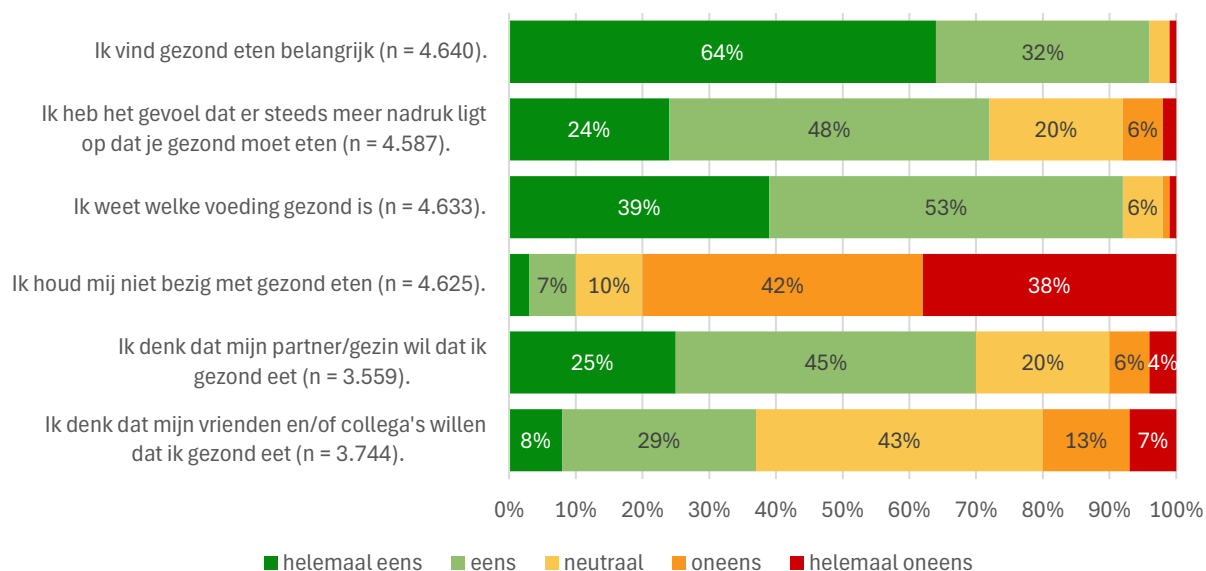
Consumptie	2022 ($n = 6.116$)	2025 ($n = 4.726$)
Ik eet (bijna) iedere dag vlees of vis	27%	29%
Ik eet minimaal één dag in de week geen vlees of vis	36%	33%
Ik eet minimaal vier dagen in de week geen vlees of vis	19%	18%
Ik eet (bijna) nooit vlees of vis	12%	13%
Ik eet (bijna) nooit vlees, vis of andere dierlijke producten	4%	5%
Anders, namelijk...	3%	2%
Totaal	100%	100%

Vervolgens kregen de respondenten enkele stellingen voorgelegd over gezond eten (figuur 3). Vrijwel alle respondenten geven aan gezond eten belangrijk te vinden (96%) en ook te weten welke voeding gezond is (92%). Toch zegt een op de tien respondenten niet bezig te zijn met gezond eten. Binnen deze groep komt de oudste leeftijdsgroep (75 jaar of ouder) relatief sterk vertegenwoordigd ten opzichte van de volledige respons. De leeftijdsgroepen 35-39 jaar en 50-64 jaar komen juist minder vaak voor.

Respondenten met een laag of lager inkomen houden zich in mindere mate bezig met gezond eten. Van de respondenten met een schoon inkomen tot €2.650 per maand geeft 78% aan dat gezond eten voor hen een thema is. Bij respondenten met een inkomen boven €2.650 ligt dit aandeel op 83%.

Ook denken meer respondenten dat hun partner of gezin wil dat zij gezond eten (60%) dan dat vrienden of collega's dit willen (37%). Bij deze laatste twee stellingen koos een relatief grote groep de optie 'weet ik niet/niet van toepassing'. Dit is onder meer te verklaren doordat een deel van de respondenten geen partner, gezin of collega's heeft, of omdat gezond eten binnen hun sociale omgeving geen onderwerp van gesprek is.

Figuur 3: In hoeverre ben je het eens met de onderstaande uitspraken over gezond eten?



Wanneer we de resultaten vergelijken met die uit het onderzoek uitgevoerd in 2022 zien we slechts minimale verschillen.

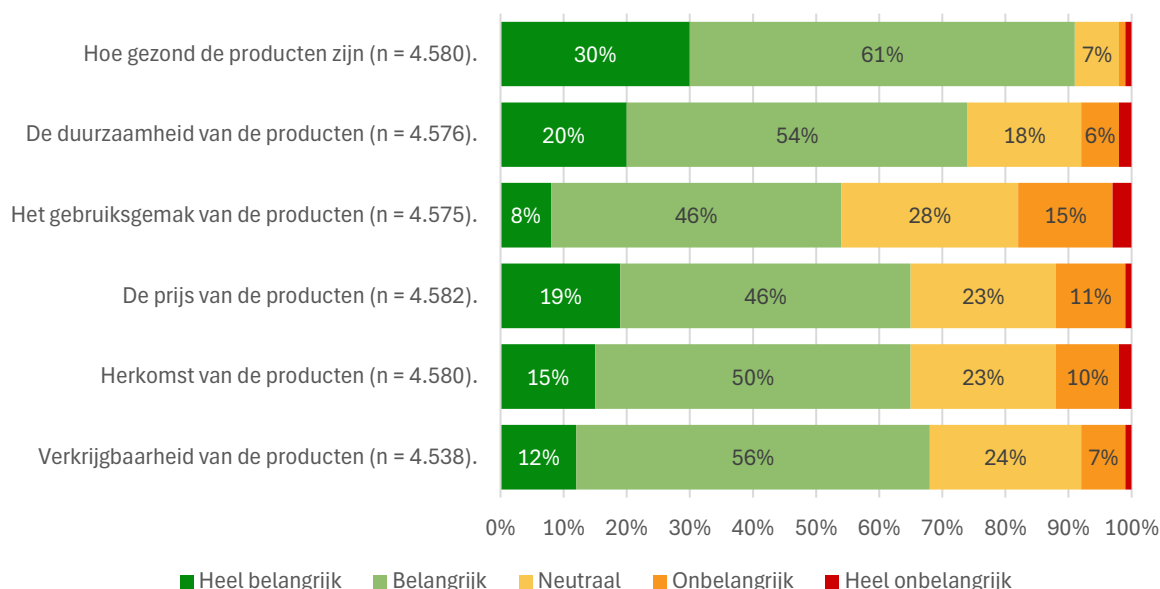
3.2 Gezondheid, duurzaamheid, boodschappen en meer.

Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre zij verschillende aspecten van hun voeding (zoals duurzaamheid, gebruiksgemak en herkomst) belangrijk vinden. De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 4.

De gezondheid van een product wordt door de respondenten als het meest belangrijk beschouwd: voor 91% is dit aspect (heel) belangrijk. Slechts 2% vindt het niet belangrijk of hun voeding gezond is. Het gebruiksgemak van voeding wordt het minst belangrijk gevonden; 54% van de respondenten noemt dit een belangrijk aspect. De prijs en herkomst van producten zijn voor 65% van de respondenten belangrijke kenmerken.

Voor huishoudens met een laag of lager inkomen speelt de prijs een relatief grotere rol. Van de respondenten met een netto maandinkomen tot €2.650 vindt 75% de prijs belangrijk, tegenover 65% van de totale respons.

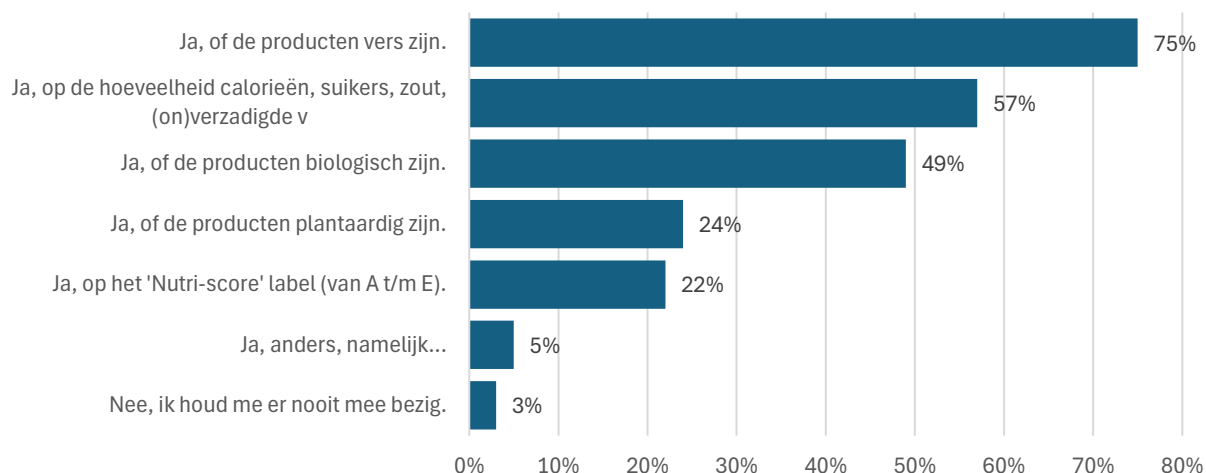
Figuur 4: Hoe belangrijk vind je de onderstaande aspecten van uw voeding?



Vervolgens is, specifiek voor de aspecten gezondheid en duurzaamheid, gevraagd of respondenten hier tijdens het boodschappen doen wel eens op letten en op welke manier. Figuur 5 laat zien dat 3% van de respondenten zich nooit bezighoudt met de gezondheid van producten. Opvallend is dat binnen de groep die aangeeft gezond eten niet belangrijk te vinden, slechts 1% zegt nooit aandacht te besteden aan de gezondheid van producten.

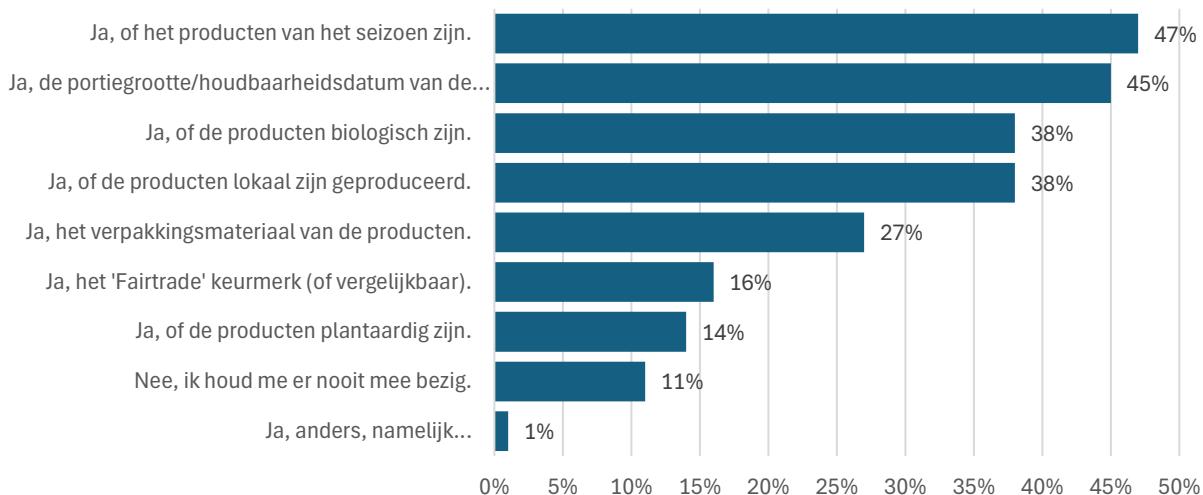
Driekwart van de respondenten let bij het boodschappen doen op de versheid van producten. Ook het aantal calorieën en de hoeveelheid suikers, zout en (verzadigde) vetten spelen voor veel mensen een rol: 57% let hierop. Voor 49% is het een aandachtspunt of een product biologisch is. Op het plantaardige karakter van producten let 24% van de respondenten. Het Nutri-Score-label krijgt van 22% aandacht tijdens het boodschappen doen.

*Figuur 5: Let jij of degene die bij jou thuis boodschappen doet er wel eens op of producten **gezond** zijn (n = 4.568)?*



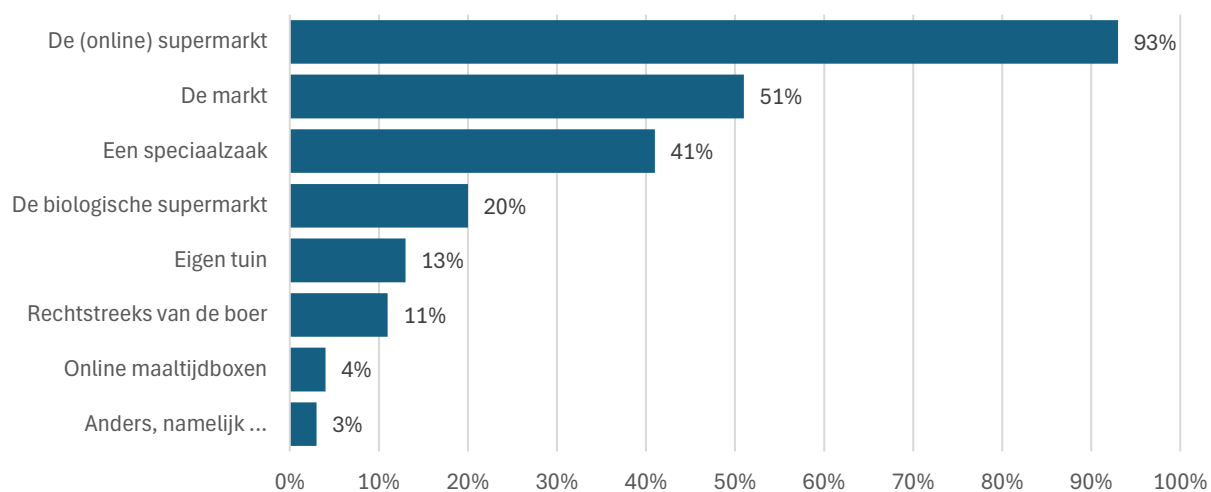
Met betrekking tot de duurzaamheid van producten zijn er meerdere aspecten waar relatief vaak op wordt gelet (figuur 6). Zo let een groot deel van de respondenten erop of producten seizoensgebonden zijn (47%). Ook de portiegrootte en houdbaarheidsdatum spelen een belangrijke rol; 45% van de respondenten zegt hier tijdens het boodschappen doen op te letten. Daarnaast kijkt 38% of producten biologisch zijn. Ook let 38% op of producten lokaal zijn geproduceerd.

*Figuur 6: Let jij of degene die bij jou thuis boodschappen doet er wel eens op of de producten **duurzaam** zijn (n = 4.536)?*



In het kader van de boodschappen is ten slotte gevraagd waar respondenten hun voedingsmiddelen vandaan halen (zie figuur 7). Het overgrote deel van de respondenten (93%) geeft aan voedingsmiddelen (deels) bij de supermarkt te kopen. Eén op de vijf respondenten doet (ook) boodschappen bij de biologische supermarkt. Daarnaast zijn de markt (51%) en speciaalzaken, zoals een bakker of slager (41%), populaire locaties voor het aanschaffen van etenswaren.

Figuur 7: Waar koopt of haalt jouw huishouden eten? (n = 4.527)?



3.3 Eetgedrag

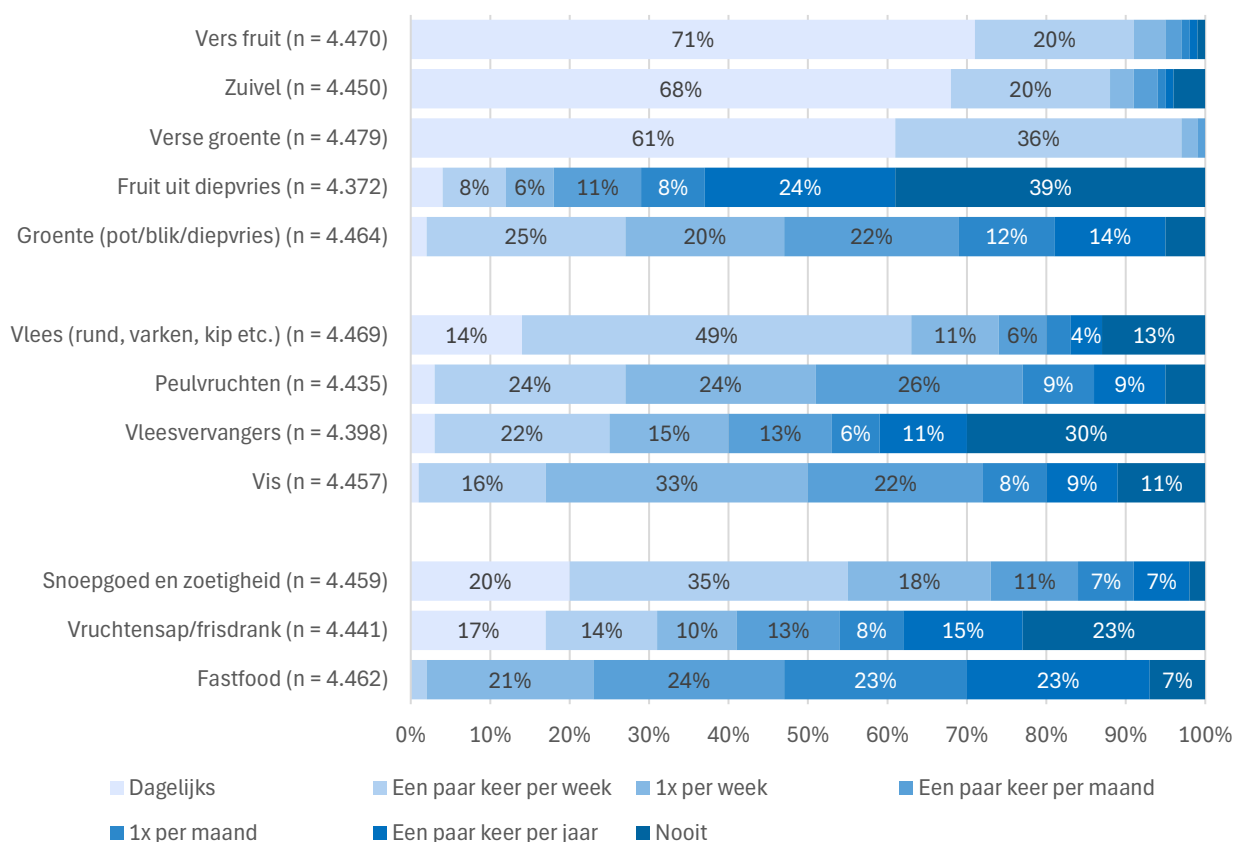
Vervolgens is de respondenten gevraagd om een indicatie te geven van hoe regelmatig ze bepaalde producten eten of drinken. De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 8.

Twee derde van de respondenten consumeert dagelijks vers fruit en zuivel zonder toegevoegde suikers (zoals melk, yoghurt en kaas). Meer dan zes op de tien respondenten (61%) eet dagelijks verse groenten. Vrijwel alle respondenten (97%) eten meerdere keren per week verse groenten.

Vlees staat bij 14% van de respondenten dagelijks op het menu en bij nog eens 49% enkele keren per week. Peulvruchten (zoals kidneybonen en kikkererwten) en vis worden door ongeveer de helft van de respondenten minimaal één keer per week gegeten. Bij 40% van de respondenten staan vleesvervangers minimaal één keer per week op het menu, terwijl 30% aangeeft nooit vleesvervangers te eten.

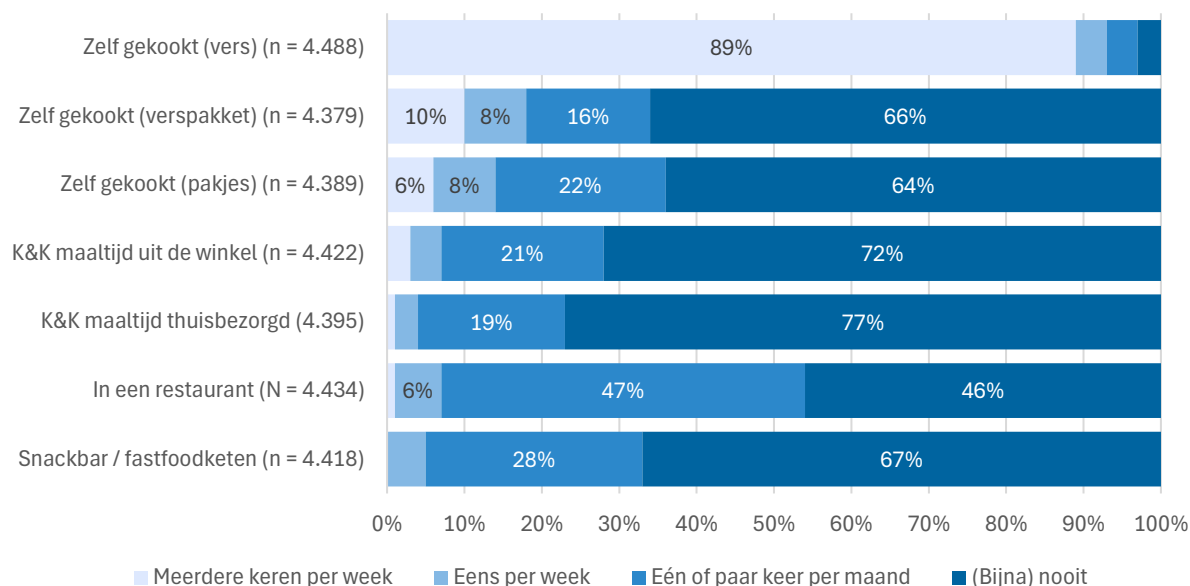
Snoep en zoetigheden (zoals koekjes en cake) worden door 73% van de respondenten wekelijks gegeten. Ook vruchtensap, frisdrank en andere gezoete dranken (zoals chocolademelk, yoghurt drank of koffie/thee met suiker) worden door 41% wekelijks gedronken. Fastfood wordt het minst vaak geconsumeerd: ruim drie kwart van de respondenten (77%) eet dit slechts een paar keer per maand of minder.

Figuur 8: Hoe vaak eet/drink je de volgende producten?



Vervolgens is gevraagd naar de frequentie waarop respondenten verschillende typen maaltijden eten (figuur 9).

Figuur 9: Hoe vaak eet je ... (K&K = kant-en-klaar)



Het overgrote deel van de respondenten (89%) geeft aan meerdere keren per week tot dagelijks zelf maaltijden te koken met verse ingrediënten. Ook het zelf koken op basis van verspakketten of pakjes komt regelmatig voor: 14% doet dit minimaal één keer per week. Ruim 90% van de respondenten geeft aan slechts een paar keer per maand of minder niet zelf te koken. Meer dan de helft van de respondenten (54%) gaat minimaal één keer per maand uit eten in een restaurant.

3.4 Gedragsverandering

Vervolgens zijn aan de respondenten twee vragen voorgelegd over gedragsverandering: *“Bent u in de afgelopen tijd gezonder en/of duurzamer gaan eten?”* en *“Bent u van plan om in de komende tijd (nog) gezonder en/of duurzamer te gaan eten?”*. Bij de eerste vraag konden respondenten aangeven of zij in het afgelopen jaar gezonder zijn gaan eten, of dat dit al eerder het geval was. Beide antwoordopties worden hieronder samengenomen onder “Ja” (tabel 3).

Tabel 3: Ben je gezonder/duurzamer gaan eten of dat in de toekomst van plan?

Eetgedrag	Veranderd Verleden	Verandering toekomst
Ja	60%	43%
Nee	36%	38%
Weet ik niet/ geen antwoord	4%	19%
N	4471	4470

Zes op de tien respondenten geeft aan in de afgelopen tijd gezonder te zijn gaan eten, tegenover 36% die aangeeft dit niet te hebben gedaan. Daarnaast is 43% van de respondenten van plan om in de toekomst (nog) gezonder/duurzamer te gaan eten. Voor 38% van de respondenten geldt dat zij dit niet van plan zijn.

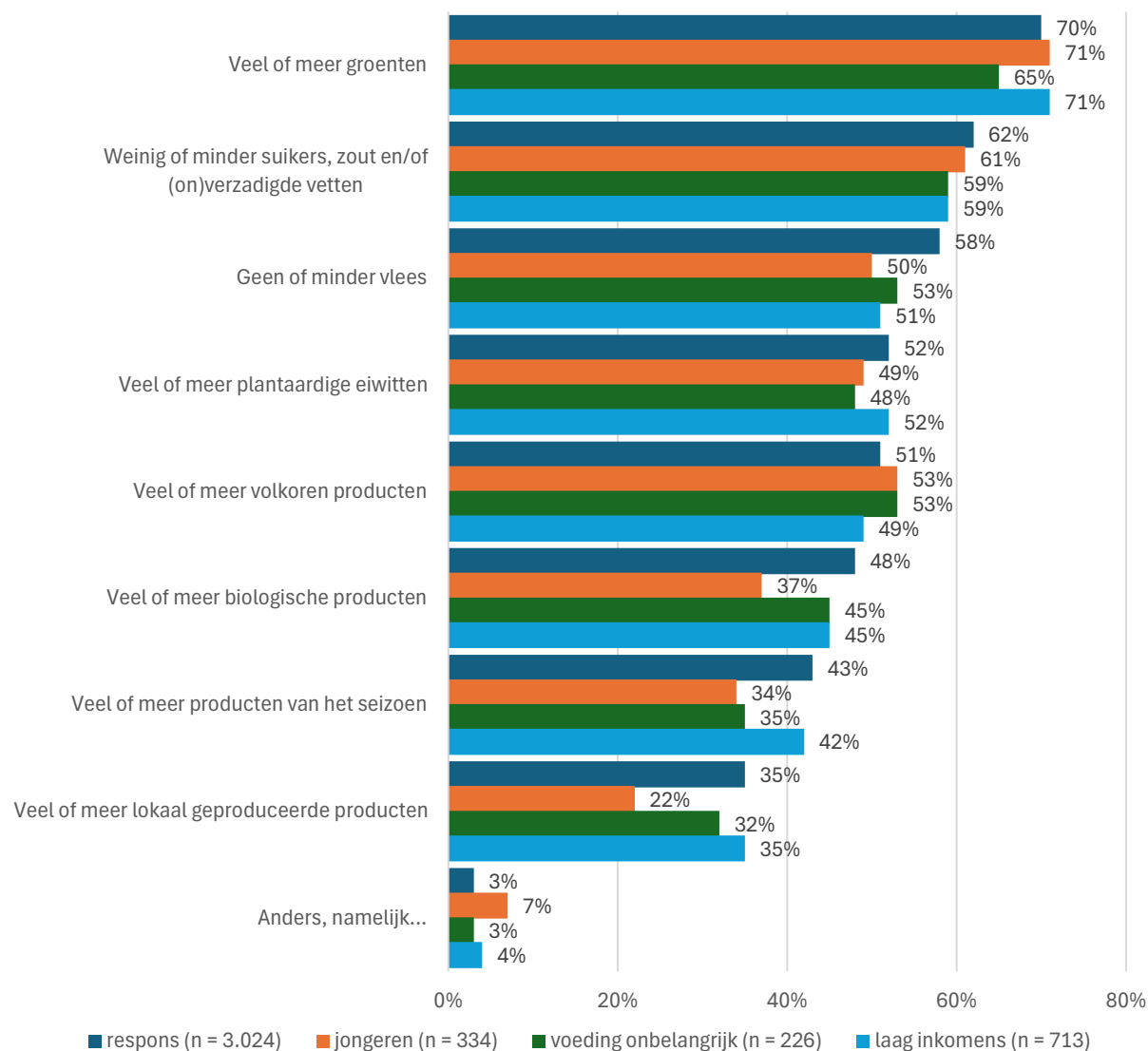
Zoals verwacht bevindt zich binnen de groep die gezond eten niet belangrijk vindt een hoger aandeel respondenten dat niets heeft veranderd (47%) en dat ook niet van plan is iets te veranderen (48%). Daarnaast valt op dat bijna twee op de tien respondenten (nog) niet weten of zij in de toekomst gezonder en/of duurzamer willen gaan eten.

Wanneer we de resultaten vergelijken met die uit 2022, zien we dat nu een iets kleiner aandeel van de respondenten aangeeft in het verleden gezonder en/of duurzamer te zijn gaan eten. Ditzelfde beeld zien we bij de vraag of men in de toekomst gezonder of duurzamer wil gaan eten.

Aan de respondenten die iets hebben veranderd en/of van plan zijn dit te gaan doen, is gevraagd waarop zij hebben gelet in hun eetpatroon en waarop zij in de toekomst willen letten (figuur 10). Respondenten richten zich vooral op het meer eten van groenten. Ook het minder of niet consumeren van vlees en het beperken van suikers, zout en (verzadigde) vetten worden veel gekozen als antwoord. Veelvoorkomende reacties bij *‘Anders, namelijk...’* zijn dat respondenten meer fruit willen eten en minder alcohol willen drinken.

Opvallend is dat jongere respondenten minder aandacht hebben voor biologische, lokale en seizoensgebonden producten dan gemiddeld. Respondenten die gezond voedsel niet belangrijk vinden, letten bovendien minder op de hoeveelheid groenten in hun eetpatroon.

Figuur 10: Waar let je op in je eetpatroon?

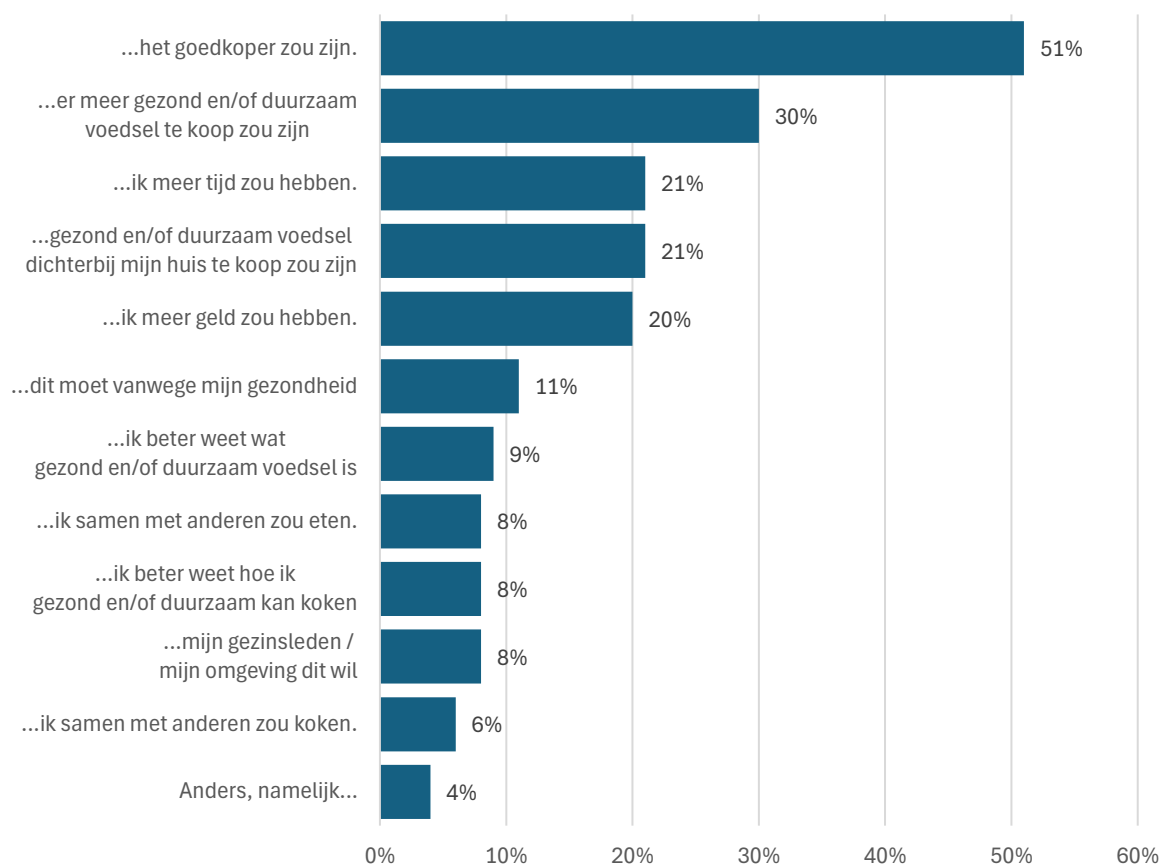


3.5 Beïnvloedende factoren

Vervolgens is de respondenten gevraagd aan te geven onder welke omstandigheden zij (nog/toch) gezonder en/of duurzamer zouden gaan eten (figuur 11). De grootste groep respondenten (51%) geeft aan gezonder en/of duurzamer te willen eten wanneer dit goedkoper zou zijn. Onder jongeren (69%) en lagere inkomens (60%) is dit een nog sterkere drijfveer. Dit zien we ook terug in het aandeel jongeren (43%) en lagere inkomens (38%) dat aangeeft gezonder en/of duurzamer te gaan eten wanneer zij meer geld zouden hebben. Het gemiddelde ligt hier op 20%.

Daarnaast speelt de beschikbaarheid van gezonde en duurzame voedingsmiddelen in de directe omgeving een rol. Een aanzienlijk deel van de respondenten geeft aan dat zij gezondere of duurzamere keuzes zouden maken wanneer deze producten beter beschikbaar zijn. Gezondheidsredenen en sociale factoren lijken daarentegen minder invloed te hebben op dit gedrag.

Figuur 11: Ik zou (nog/wel) gezonder en/of duurzamer eten als ... (n = 3.024)



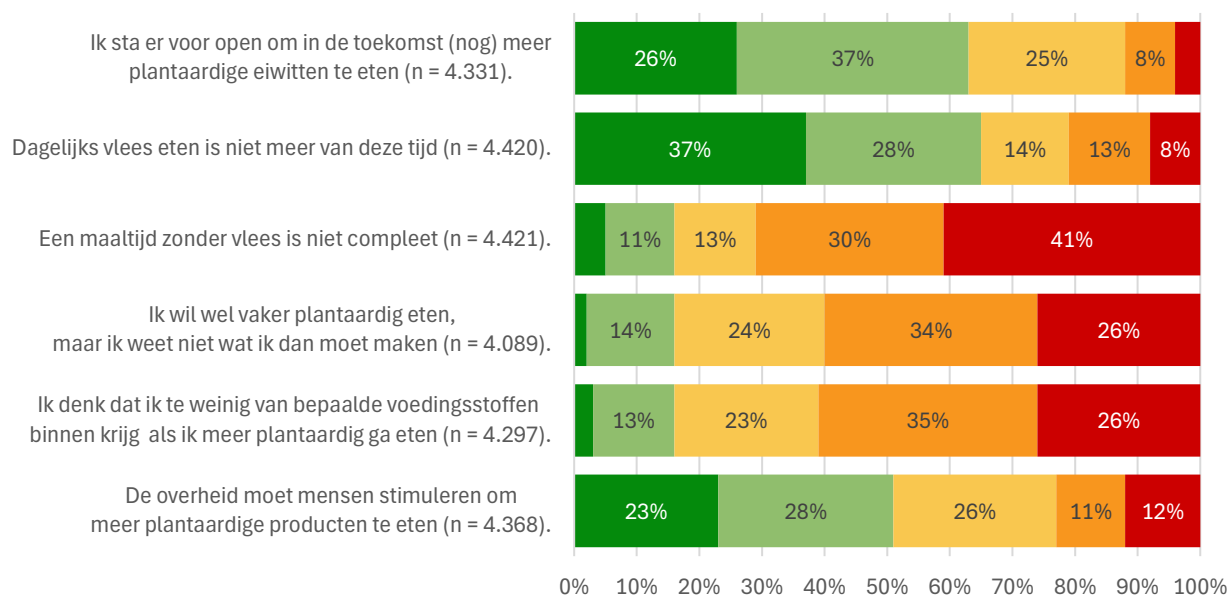
3.6 Plantaardig eten

In recente jaren is er toenemende aandacht voor het belang van een meer plantaardig voedingspatroon, zowel vanuit klimaatperspectief als vanuit het oogpunt van volksgezondheid. Binnen deze ontwikkeling spelen plantaardige eiwitten een centrale rol. Het gaat hierbij onder andere om voedingsmiddelen zoals bonen, kikkererwten, linzen, noten en diverse vleesvervangers.

In de vragenlijst hebben we de respondenten een aantal stellingen over plantaardig eten voorgelegd (figuur 12). Ongeveer twee derde (65%) van de respondenten is van mening dat dagelijks vlees eten niet meer van deze tijd is. Voor 71% geldt dat een maaltijd ook zonder vlees compleet kan zijn. Tussen de antwoorden op deze twee stellingen bestaat een sterke samenhang. Iets meer dan zes op de tien respondenten geeft bovendien aan ervoor open te staan om in de toekomst (nog) meer plantaardige eiwitten te willen eten. De helft van de respondenten (51%) is het er (helemaal) mee eens dat de overheid inwoners zou moeten stimuleren om meer plantaardige producten te eten.

Twee stellingen waar kleinere groepen respondenten het (helemaal) mee eens zijn, zijn *“Ik denk dat ik te weinig van bepaalde voedingsstoffen binnenkrijg als ik meer plantaardig ga eten”* (16%) en *“Ik wil wel vaker plantaardig eten, maar ik weet niet wat ik dan moet maken”* (16%). Het merendeel van de respondenten lijkt dus vertrouwen te hebben in de voedingswaarde van plantaardige eiwitten en weet bovendien hoe zij deze kunnen verwerken in hun voedingspatroon.

Figuur 12: In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen?



De jongere respondenten (18 tot en met 35 jaar) staan meer dan gemiddeld open voor het eten van plantaardige eiwitten (79%, tegenover 63% gemiddeld). Acht op de tien respondenten in deze leeftijdsgroep vindt daarnaast dat een maaltijd zonder vlees compleet kan zijn. Tegelijkertijd denkt een groter aandeel jongeren dan gemiddeld (25%, tegenover 16%) dat zij te weinig van bepaalde voedingsstoffen binnenkrijgen wanneer zij meer plantaardig zouden eten.



Respondenten die gezond eten niet belangrijk vinden, zijn minder dan gemiddeld van plan in de toekomst plantaardige eiwitten te eten. Toch staat bijna de helft (48%, tegenover 63% gemiddeld) nog steeds open voor het eten van meer plantaardige eiwitten. Een vergelijkbaar beeld zien we bij de stelling *'Dagelijks vlees eten is niet meer van deze tijd'*. Meer dan de helft van deze groep (53%) is het hiermee eens, maar dit ligt lager dan het gemiddelde van 65%.

Respondenten tussen 18 en 35 jaar zien een grotere rol voor de overheid weggelegd om het eten van plantaardige producten te stimuleren (64%, tegenover 51% gemiddeld). Bij de groep die gezond eten niet belangrijk vindt, geldt juist het omgekeerde: 40% vindt dat de overheid plantaardige voeding meer zou moeten promoten.

In vergelijking met de resultaten uit 2022 zien we dat de bereidheid onder respondenten om (nog) meer plantaardig te gaan eten iets is afgenomen. In 2022 stond 69% hiervoor open, terwijl dit nu 63% is. Ook het aandeel respondenten dat vindt dat de overheid mensen moet stimuleren om meer plantaardige producten te eten, is gedaald: van 56% in 2022 naar 51% nu. Het aandeel respondenten dat van mening is dat dagelijks vlees eten niet meer van deze tijd is, laat eveneens een lichte daling zien (van 69% in 2022 naar 65% in 2025). De verdeling bij de overige drie stellingen is ten opzichte van 2022 nagenoeg gelijk gebleven.

3.6 Stimuleren

We vroegen de respondenten wat zij vinden dat de gemeente moet doen om gezond en duurzaam eten te stimuleren.

Ongeveer tien procent van de respondenten geeft expliciet aan dat het stimuleren van gezond en duurzaam eten geen taak van de gemeente is. Door hen wordt het veelal gezien als persoonlijke verantwoordelijkheid of een landelijke taak.

Uit analyse van de antwoorden blijkt dat veel respondenten gezonde voeding als duur ervaren. De gemeente zou hier, volgens hen, op in kunnen spelen door samen te werken met (super)markten om prijzen te verlagen, bijvoorbeeld via subsidies, kortingsacties of de Stadjerspas. Daarnaast wordt het stimuleren van lokale en biologische producten door de respondenten vaak genoemd. Zij dragen onder andere aan om lokale markten te faciliteren, boeren een podium te geven of streekproducten zichtbaar te maken in winkels.

“Bedrijven en winkels stimuleren om gezonde en duurzame voeding meer te promoten en goedkoper aan te bieden in plaats van voeding als verdienmodel te zien.”

“Prijzen verlagen van vers producten door deel oogst boeren op te kopen en uit te delen via de supermarkt, meer gezond aanbod in kantines en op scholen.”

Voorlichting en educatie biedt volgens de respondenten ook kansen om gezond en duurzaam eten te promoten. Kooklessen, schoolmoestuinen en gezonde schoolmaaltijden, campagnes en workshops in buurthuizen worden door hen genoemd. Ook het sturen op aanbod via vergunningen en beleid wordt genoemd: minder fastfoodketens en meer gezonde eetgelegenheden. Respondenten noemen ook sociale initiatieven die bijdragen aan zowel gezondheid als sociale cohesie, zoals gezamenlijke maaltijden, buurtmoestuinen en voedselbossen.

“Lespakketten op school en gezonde lunches verzorgen, zodat kinderen leren wat gezond en duurzaam eten is.”



Colofon

Gezonde en duurzame voeding 2025

Auteurs

Gert Bos

Inge de Vries

Maand van uitgave

Juli 2026

Opdrachtgever

Gemeente Groningen

Fotografie

Shutterstock

Uitgave

Onderzoek, Informatie en Statistiek Groningen

Online publicaties OIS Groningen

<https://publicaties.oisgroningen.nl/>

Linkedin

<https://linkedin.com/company/ois-groningen>

Contactgegevens

T: (050) 367 56 30

E: info@oisgroningen.nl

I: www.oisgroningen.nl