

Enquête onder het internetpanel

Waardering en consumptie van lokaal geproduceerd voedsel



2025 ▼



Rapport

Waardering en consumptie van lokaal geproduceerd voedsel

enquête onder het internetpanel

Colofon

In opdracht van: Ruimtelijk domein

Uitgave van: Gemeente Purmerend
Team Beleidsonderzoek en informatiemanagement (B&I)
beleidsonderzoek@purmerend.nl

Digitale rapportage: www.purmerend.nl/stadsgegevens

Datum: januari 2025

Inhoud

Samenvatting	4
Inleiding	6
1. Het kopen van lokaal voedsel	8
2. Voedselproducten uit de Beemster	16

Samenvatting

Inleiding

Rondom de stad Purmerend wordt lokaal veel voedsel verbouwd of gemaakt. De meest gekochte lokale producten zijn groente, fruit, zuivel en aardappelen. Deze producten worden onder meer vanuit de boerderij verkocht, in streekproductenwinkels of op de markt aangeboden. Ook zijn lokale producten steeds vaker terug te vinden op het menu in restaurants.

In de economische visie van de gemeente Purmerend zijn als doelen opgenomen de kloof tussen boer en burger te dichten, en het stimuleren van een korte aankoopketen van voedsel door consumenten. Om dit te bereiken wordt een aantal activiteiten ingezet. Om te kunnen meten of deze activiteiten het gewenste effect hebben, is een enquête gehouden als nulmeting. Wat is de mening van de inwoners van gemeente Purmerend over het kopen van lokale voedselproducten in het algemeen en van Beemster voedselproducten in het bijzonder?

65% respons

In september/oktober 2024 is een enquête uitgezet onder het internetpanel. 1.688 personen vulden deze in. Dit geeft een goede respons van 65%. De resultaten zijn gewogen naar geslacht, leeftijdsgroepen en wijken.

Lokale voedselproducten algemeen

8 op de 10 inwoners kopen wel eens lokale voedselproducten

Bijna 6 op de 10 inwoners (58%) vinden het kopen van lokale voedselproducten belangrijk of zeer belangrijk. Daarentegen vindt bijna 1 op de 10 (9%) inwoners het kopen daarvan onbelangrijk of zeer onbelangrijk. Een grote meerderheid van de inwoners (82%) koopt wel eens lokale voedselproducten in Nederland (zelf of door iemand anders in het huishouden). 14% koopt deze producten niet en 4% weet het niet. Inwoners die het kopen van lokale voedselproducten belangrijk vinden, kopen deze meestal ook. Dit geldt het sterkst voor degenen die het zeer belangrijk vinden. Van hen koopt bijna iedereen lokale voedselproducten (98%). Bij degenen die het kopen onbelangrijk vinden, koopt 41% lokale voedselproducten.

43% koopt vaak tot heel vaak lokale voedselproducten

43% van de kopers van lokale voedselproducten koopt deze (heel) vaak. 51% koopt de producten (heel) soms. Voor 7% wisselt het sterk hoe vaak ze de lokale voedselproducten kopen. Driekwart koopt deze producten vooral in de Beemster; 58% koopt ze in Purmerend. 13% of minder koopt lokale voedselproducten in omliggende gemeenten. De inwoners kopen de producten vooral in een boerderijwinkel (66%), op de markt (55%) of bij een stalletje of verkoopautomaat bij een huis of boerderij (46%). 37% koopt het (ook) in de supermarkt.

Men koopt vooral om de lokale ondernemers te ondersteunen en omdat het lekkerder is

De meest genoemde reden om lokale voedselproducten te kopen, is om lokale ondernemers te steunen (70%). Op nummer 2 staat: ik vind het lekkerder (52%). De daaropvolgende 4 redenen

worden ongeveer even vaak genoemd: zeker weten dat het vers is (38%), betere kwaliteit (38%), beter voor milieu ((37%) en gebruik geeft prettig gevoel (34%).

Meest genoemde reden niet kopen: onbekend waar te kopen en het kost te veel moeite

Van degenen die geen lokale voedselproducten kopen, noemt 35% hiervoor als reden dat ze niet weten waar de producten te koop zijn. Iets minder vindt dat het te veel tijd en/of moeite kost (30%). Een kwart noemt dat ze niet weten wat de lokale producten zijn (24%), dat er weinig lokale producten in de buurt te koop zijn (24%) en vanwege de prijs (23%).

Driekwart zou wél, vaker of meer lokaal voedsel willen kopen

Van de mensen die geen lokale voedselproducten kopen, zou bijna twee derde deel dit wel willen doen. Van zowel inwoners die nu (heel) vaak lokaal voedsel kopen als van degenen die dit nu (heel) soms kopen, zou een ruime meerderheid dit meer of vaker willen kopen (rond 80%). In totaal zou dus een grote meerderheid (75%) wél, vaker of meer lokaal voedsel willen kopen.

Men zou dit vooral doen als lokaal voedsel in de supermarkt te koop zou zijn (57%) of in de buurt (52%). Een derde deel zou dit doen als de producten goedkoper zouden zijn.

Voedselproducten uit de Beemster

Bijna iedereen kent het merk Beemster Kaas; 82% koopt het ook

Van de genoemde Beemster voedselproducten kent bijna iedereen (99%) de Beemster Kaas van de Cono fabriek in de Beemster; 82% koopt deze Beemster Kaas ook wel eens. Ook Beemster fruit en groente en aardappelen zijn bekend (circa 85%); respectievelijk 64% en 52% koopt deze producten ook. Het minst bekend zijn vlees uit de Beemster (70%) en overige producten uit de Beemster (70%). Bij die laatste gaat het om bijvoorbeeld meel, honing en chocolade. Vlees wordt ook het minst gekocht (21%). Beemsterlingen kennen en kopen de genoemde Beemster voedselproducten beduidend meer dan inwoners uit de overige wijken.

Men zou het vooral waarderen als restaurants Beemster voedsel op het menu zou zetten

Er zijn 5 uitspraken over voedselproducten uit de Beemster voorgelegd. De meeste instemming krijgt 'ik waardeer het als restaurants voedselproducten uit de Beemster op het menu zetten'. 81% is het hier (helemaal) mee eens. De meeste verdeeldheid is over de uitspraak 'ik ben bereid extra moeite te doen om voedselproducten uit de Beemster te kopen'. Hiermee is 39% het (helemaal) eens, 20% (helemaal) oneens en 35% het deels eens en deel oneens. 5% weet het niet of is het niet van toepassing. Beemsterlingen zijn het vaker (helemaal) eens met de uitspraken dan inwoners uit de andere wijken. Vooral het aandeel dat 'helemaal eens' antwoord, is bij Beemsterlingen beduidend groter.

Communicatie over Beemster producten liefst via krant, tijdschrift en folder aan huis en/of sociale media

Over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster zou men het liefst op de hoogte worden gebracht via lokale krant/tijdschrift (51%) en een folder in de brievenbus (43%). Via sociale media staat op de 3^e plaats (38%). De websites van VVV-Beemster/Laag Holland en van VisitBeemster worden elk door 20% genoemd.

Inleiding

Inleiding

Rondom de stad Purmerend wordt lokaal veel voedsel verbouwd of gemaakt. Zo werd de Beemsterpolder na haar ontstaan in de 17^e eeuw al snel de voedselkamer van Amsterdam genoemd. De meest gekochte lokale producten zijn groente, fruit, zuivel en aardappelen. Deze producten worden vanuit de boerderij verkocht, in streekproductenwinkels of op de markt aangeboden. Ook zijn lokale producten steeds vaker terug te vinden op het menu in restaurants.

In de economische visie zijn als doelen opgenomen de kloof tussen boer en burger te dichten, en het stimuleren van een korte aankoopketen van voedsel door consumenten. Om dit te bereiken zijn al een aantal activiteiten ingezet: onder andere een Streekproductenroute, De week van ons eten, De Beemsterling op diverse themamarkten en evenementen, de Baby groente tas. De komende tijd zullen meer activiteiten worden ingezet.

Om te kunnen meten of deze activiteiten het gewenste effect hebben, is een enquête gehouden als nulmeting. Wat is de mening van de inwoners van gemeente Purmerend over het kopen van lokale voedselproducten in het algemeen en van Beemster voedselproducten in het bijzonder?

Respons en onderzoeksvragen

Een digitale enquête is uitgezet onder het internetpanel in september 2024. De vragenlijst over lokale voedselproducten was gecombineerd met een onderwerp over informatie zoeken over de gemeente Purmerend. Bijna 2.600 panelleden zijn aangeschreven. Hiervan vulden 1.688 leden de vragenlijst in. Dit geeft een goede respons van 65%.

In het onderzoek komen de volgende vragen aan de orde:

- Hoe belangrijk vinden inwoners het om lokale voedselproducten te kopen?
- Hoe vaak, wanneer en waar kopen inwoners lokale voedselproducten?
- Wat zijn redenen om lokale voedselproducten te kopen?
- Als inwoners geen lokale voedselproducten kopen, waarom niet?
- Wanneer zouden inwoners wél, vaker of meer lokale voedselproducten kopen?
- Welke Beemster voedselproducten kopen inwoners of zijn inwoners bekend mee?
- Zijn inwoners bereid extra moeite te doen om Beemster voedselproducten te kopen?
- Zouden inwoners Beemster voedselproducten aanraden?
- Waarderen inwoners het als restaurants Beemster voedselproducten op het menu zetten?
- Hoe willen inwoners op de hoogte gebracht worden over het aanbod van Beemster voedselproducten?

Weging

B&I heeft het bestand gewogen. Hierdoor is de verdeling naar geslacht, leeftijdsgroepen en de wijken gelijk aan die in de bevolking. Op deze wijze geven de uitkomsten een goed (representatief) beeld van de inwoners van gemeente Purmerend.

Leeswijzer

- In het rapport zijn percentages **afgerond**. Wanneer we percentages met cijfers achter de komma presenteren, suggereren we een nauwkeurigheid die er in werkelijkheid niet is. Als we analyseren of antwoordcategorieën samenvoegen, rekenen we met niet-afgeronde cijfers.
- Bij een aantal vragen kon de respondent **meer dan één antwoord** aankruisen. Als dit het geval is, staat dit vermeld in de tabel- of figuurkop. De optelsom van de percentages is dan doorgaans hoger dan 100.
- In de vragenlijst stonden ook '**open vragen**'. Hier was de respondent vrij zelf een antwoord te formuleren. Ook dit staat in het rapport aangegeven.
- Het onderzoek is gebaseerd op 1.688 respondenten. Als we rapporteren over een **gedeelte van de respondenten** (bijvoorbeeld omdat de vraag niet voor iedereen van toepassing is) noemen we dat in de tabel of figuur.
- Door de omvang van het internetpanel en de weging geeft het onderzoek een representatief beeld van de inwoners van gemeente Purmerend. In de rapportage spreken we dan ook over '**de inwoners**'. Dit komt tevens de leesbaarheid ten goede. In enkele gevallen wordt gesproken over 'de respondent', bijvoorbeeld in de zin 'de respondent is een aantal uitspraken voorgelegd'.
- Het internetpanel bestaat uit inwoners van **18 jaar en ouder**. Als we het hebben over 'de inwoners' gaat het over deze leeftijdsgroep.

1. Het kopen van lokaal voedsel

Inleiding

In dit hoofdstuk komt aan de orde:

- Hoe belangrijk vinden inwoners het om lokale voedselproducten te kopen?
- Hoe vaak, wanneer en waar kopen inwoners lokale voedselproducten?
- Wat zijn redenen om lokale voedselproducten te kopen?
- Als inwoners geen lokale voedselproducten kopen, waarom niet?
- Wanneer zouden inwoners wél of meer lokale voedselproducten kopen?

Voorafgaand aan de vragen is eerst uitgelegd wat onder lokaal voedsel wordt verstaan.

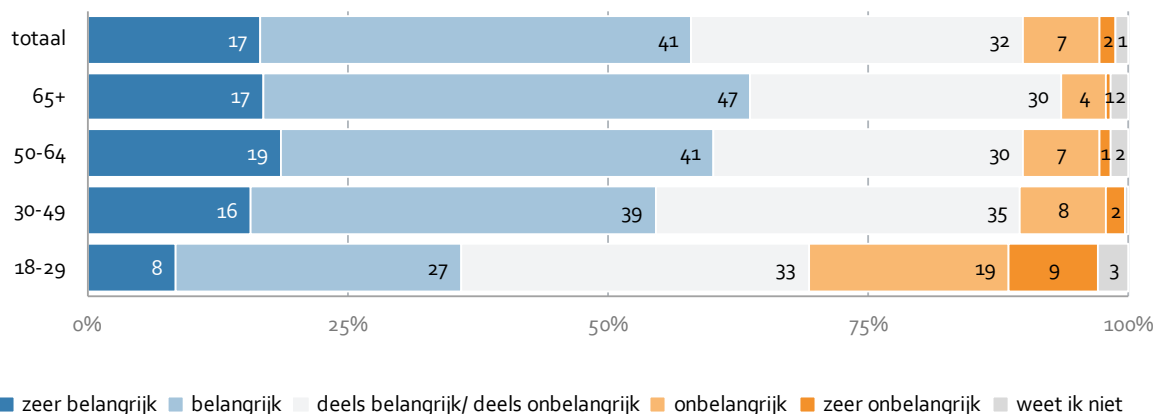
'**Lokaal voedsel** betekent dat daar waar je het voedsel koopt, het ook in die buurt is geoogst of gemaakt. Denk daarbij aan groente, fruit, kaas, vlees, meel en aardappelen. Dit soort producten zijn vaak te koop op de boerderij, in streekproductenwinkels, op de markt of soms in de supermarkt.'

Belang van lokale voedselproducten

Meerderheid vindt het belangrijk lokale voedselproducten te kopen

Bijna 6 op de 10 inwoners (58%) vinden het kopen van lokale voedselproducten belangrijk of zeer belangrijk. Bijna 1 op de 10 (9%) inwoners vindt het kopen daarvan onbelangrijk of zeer onbelangrijk. De overigen zitten hier tussen in: ze vinden het deels belangrijk en deels onbelangrijk (32%). 1% geeft aan geen antwoord op de vraag te weten.

Figuur 1.1. Hoe belangrijk vindt u het om lokale voedselproducten te kopen? naar leeftijd, %



Leeftijd

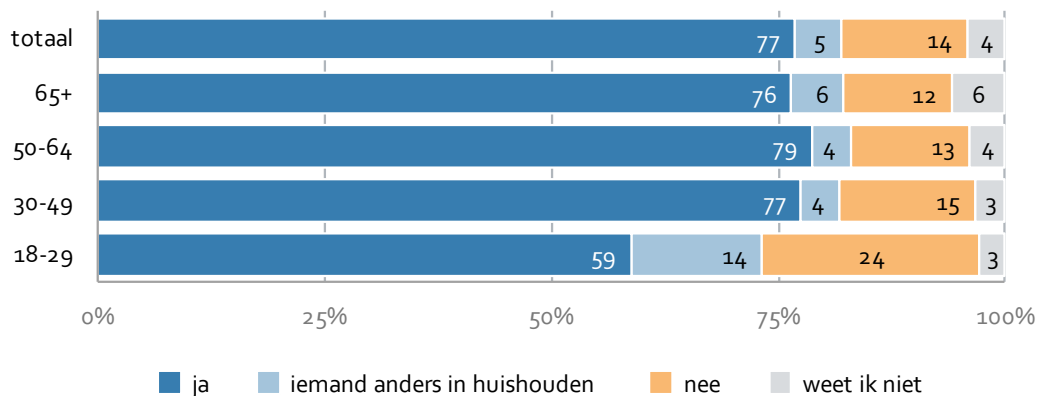
18-29 jarigen vinden het kopen van lokale voedselproducten minder belangrijk dan de andere leeftijdsgroepen. Van hen vindt 36% het kopen hiervan (zeer) belangrijk en 28% (zeer) onbelangrijk. Het percentage dat het deels belangrijk en deels onbelangrijk vindt (33%) is even groot als bij de andere leeftijdsgroepen.

Het kopen van lokale voedselproducten

4 op de 5 inwoners kopen lokale voedselproducten

Een grote meerderheid van de inwoners (77%) koopt wel eens lokale voedselproducten in Nederland. 5% doet dit zelf niet, maar iemand anders in het huishouden doet dit wel. 14% koopt deze producten niet en 4% weet het niet.

Figuur 1.2. Koopt u wel eens lokale voedselproducten in Nederland? naar leeftijd, %



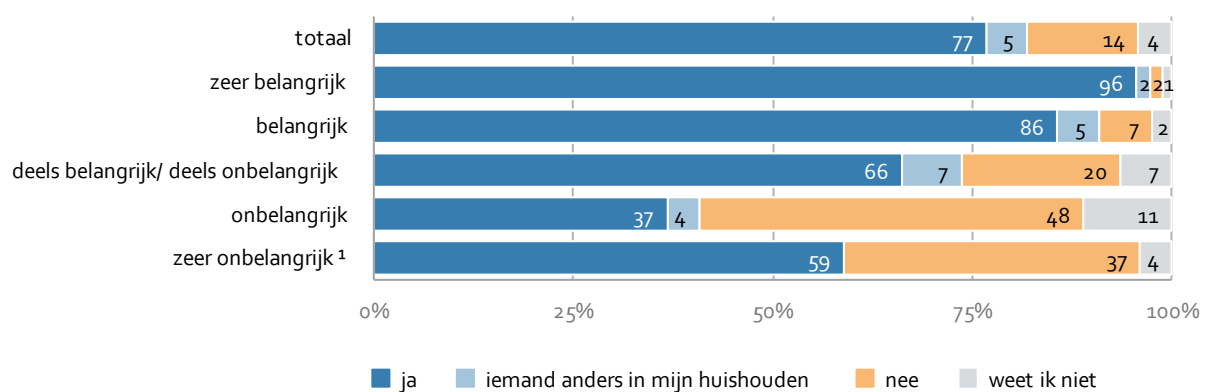
Leeftijd

Tussen de leeftijdsgroepen is geen verschil. Alleen 18-29 jarigen kopen minder lokale voedselproducten in Nederland (59%). Zij geven vaker aan dat iemand anders in het huishouden deze producten wel koopt (14%).

Belangrijk vinden versus kopen

Als we de resultaten op de twee vragen combineren, kan gekeken worden of mensen die het kopen van lokale voedselproducten belangrijk vinden de producten ook daadwerkelijk kopen. Dit blijkt het geval. Van degenen die het kopen zeer belangrijk vinden, koopt bijna iedereen zelf of iemand anders in het huishouden deze producten (98%). Bij degenen die het onbelangrijk vinden is dit 41%. Opvallend is de groep die het kopen van deze producten zeer onbelangrijk vindt. Van hen koopt verhoudingsgewijs een groot percentage lokale voedselproducten (59%). Het gaat hier om een klein aantal respondenten. Hierdoor zijn deze resultaten indicatief.

Figuur 1.3. Het kopen van lokale voedselproducten naar mate waarin men dat belangrijk vindt, %



¹ is indicatief vanwege klein aantal respondenten

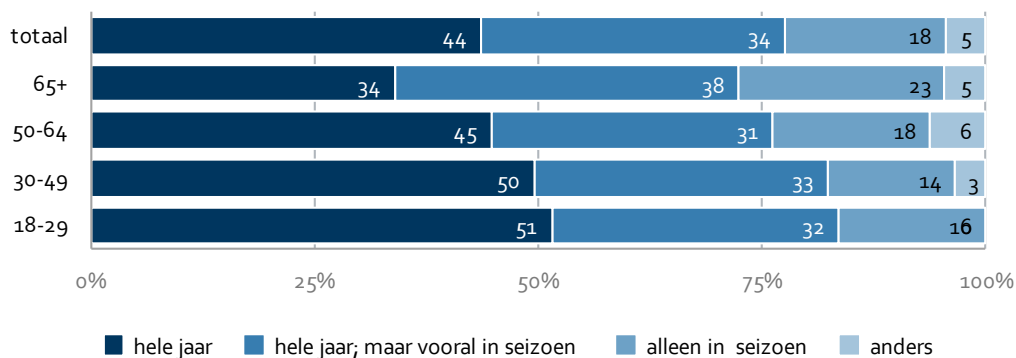
Wanneer en hoe vaak inwoners lokale voedselproducten kopen

De hierna volgende vragen zijn alleen gesteld aan degenen die zelf lokale voedselproducten in Nederland kopen of aan degenen waar iemand anders in het huishouden dit doet. Het gaat om 82% van de respondenten.

44% koopt het hele jaar door lokale voedselproducten; 18% alleen in seizoen

44% van de kopers van lokale voedselproducten koopt deze het hele jaar door. 34% koopt deze producten ook 'het hele jaar door, maar vooral in het seizoen'. Dit is bijvoorbeeld in het fruitseizoen. Een kleinere groep van 18% koopt de lokale voedselproducten alleen in het seizoen. 5% heeft bij anders iets ingevuld. Het gaat dan vooral om incidentele aankopen. Ze kopen het bijvoorbeeld als ze er toevallig langskomen of in de buurt zijn. 2% wist geen antwoord op de vraag; zij zijn hier buiten beschouwing gelaten.

Figuur 1.4. Periode waarin inwoners lokale voedselproducten kopen, naar leeftijd, %
het gaat om 82% van de respondenten



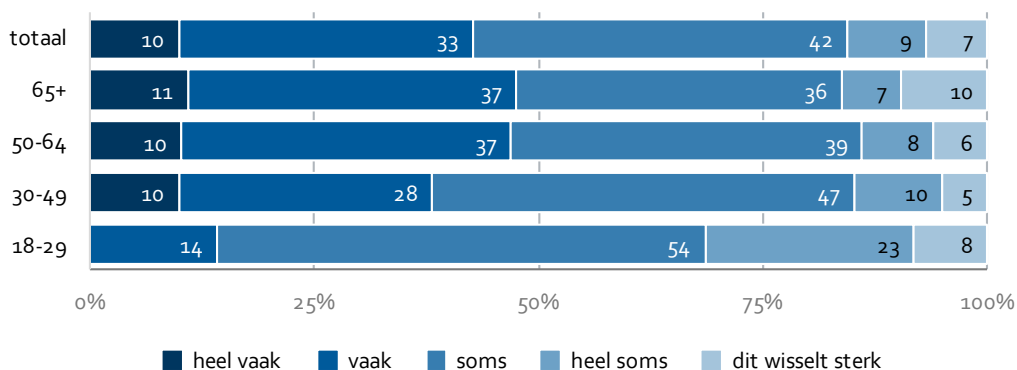
Leeftijd

65-plussers kopen het minst het hele jaar door (34%). Zij kopen vaker 'het hele jaar door, maar vooral in het seizoen' (38%) of alleen in het seizoen (23%).

43% koopt lokale voedselproducten vaak tot heel vaak

10% van de kopers van lokale voedselproducten koopt deze heel vaak en 33% koopt deze vaak: opgeteld 43%. De grootste groep koopt de producten soms (42%) en 9% koopt de producten heel soms: opgeteld 51%. Voor 7% wisselt het sterk hoe vaak ze de lokale voedselproducten kopen.

Figuur 1.5. Hoe vaak men lokale voedselproducten in Nederland koopt, naar leeftijd, %
het gaat om 82% van de respondenten



Leeftijd

18-29 jarigen kopen minder vaak lokale voedselproducten in Nederland. Zij kopen dat vooral soms (54%) of heel soms (23%). Ook 30-49 jarigen kopen meer soms (47%) deze producten dan de oudere leeftijdsgroepen. Het percentage vaak is bij hen kleiner (28%).

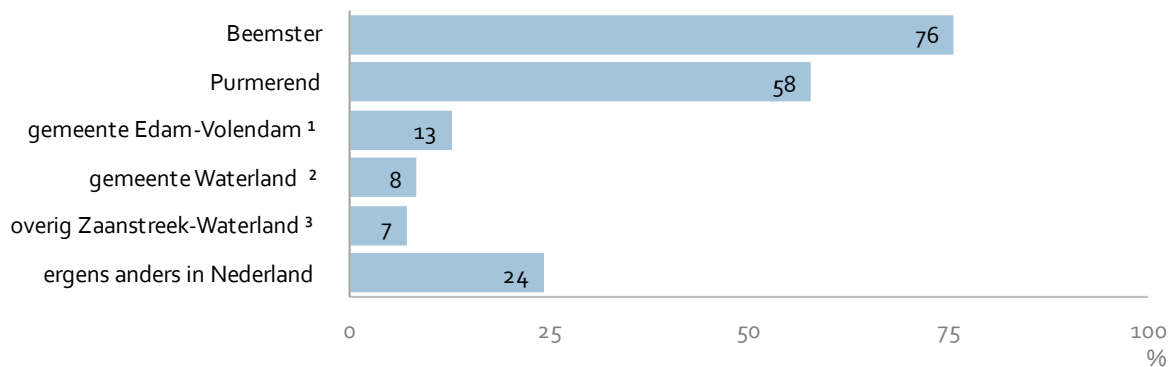
Waar inwoners lokale voedselproducten kopen

Driekwart koopt lokale voedselproducten in de Beemster

Lokale voedselproducten koopt men vooral in de Beemster (76%) en Purmerend (58%). Minder koopt men ze in de omliggende gemeenten: Edam-Volendam 13%, Waterland 8% en overig Zaanstreek-Waterland 7%. Een kwart koopt lokale voedselproducten (ook) ergens anders in Nederland. Minder dan een half procent wist niet meer waar zij iets kochten; zij zijn in de figuur buiten beschouwing gelaten.

Figuur 1.6. Plaatsen of gebieden waar inwoners lokale voedselproducten kopen, %

het gaat om 82% van de respondenten; meer dan 1 antwoord mogelijk



Bij de volgende gebieden zijn in de vragenlijst ook de steden en dorpen benoemd die hierbij horen:

¹ gemeente Edam-Volendam (met ook de dorpen Beets, Hobrede, Kwadijk, Middellie, Oosthuizen, Schardam, Warder en gedeelte van polder de Purmer)

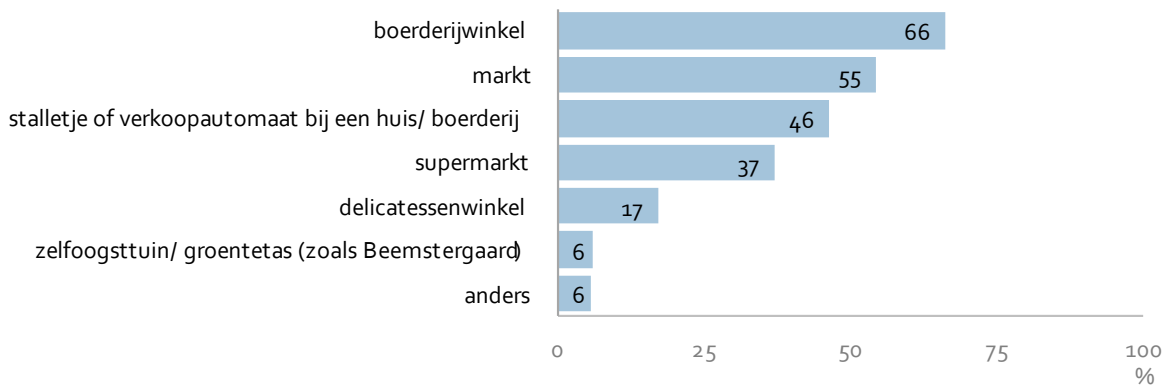
² gemeente Waterland (Broek in Waterland, Ilpendam, Katwoude, Marken, Monnickendam, Overleek, gedeelte van polder de Purmer, Uitdam, Watergang en Zuiderwoude)

³ overig Zaanstreek-Waterland (Zaanstad, Landsmeer, Oostzaan, Wormerland)

Lokaal voedsel vooral gekocht bij boerderijwinkel, markt en stalletje bij huis of boerderij

Inwoners kopen lokale voedselproducten vooral in een boerderijwinkel (66%), op de markt (55%) of bij een stalletje of verkoopautomaat bij een huis of boerderij (46%). 37% koopt het (ook) in de supermarkt. 6% heeft iets ingevuld bij 'anders'. Het gaat dan vooral over het kopen bij de Cono kaasfabriek en lokale producten bij de slager en poelier.

Figuur 1.7. Waar inwoners lokale voedselproducten kopen, %
het gaat om 82% van de respondenten; meer dan 1 antwoord mogelijk



Leeftijd

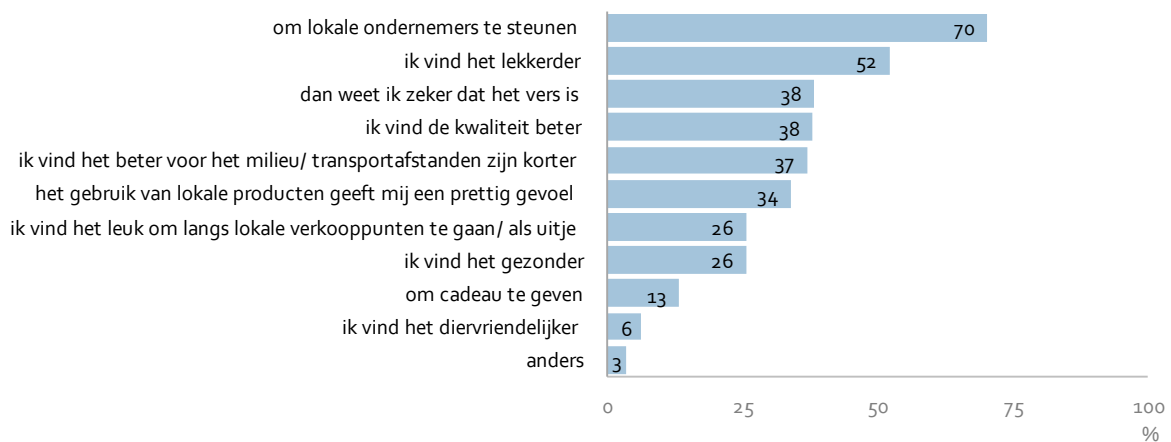
Waar men lokale voedselproducten koopt verschilt niet per leeftijdsgroep. Alleen 65-plussers kopen verhoudingsgewijs weinig bij een delicatessenwinkel (7%).

Redenen om lokale voedselproducten te kopen

Lokaal voedsel vooral gekocht om lokale ondernemers te steunen en omdat het lekkerder is

De meest genoemde reden om lokale voedselproducten te kopen, is om lokale ondernemers te steunen (70%). Op nummer 2 staat: ik vind het lekkerder (52%). De daaropvolgende 4 redenen worden ongeveer even vaak genoemd: zeker weten dat het vers is (38%), betere kwaliteit (38%), beter voor milieu (37%) en het gebruik van lokale voedselproducten geeft een prettig gevoel (34%). De minst genoemde redenen om lokale voedselproducten te kopen zijn 'om het cadeau te geven' (13%) en 'ik vind het diervriendelijker' (6%). Een klein percentage (3%) heeft een andere reden opgegeven, voornamelijk dat het goedkoper is. Ook genoemd is: minder (plastic) verpakking, dichtbij en minder of geen bestrijdingsmiddelen. 1% wist geen antwoord op de vraag, zij zijn in de grafiek buiten beschouwing gelaten.

Figuur 1.8. Redenen om lokale voedselproducten te kopen, %
het gaat om 82% van de respondenten; meer dan 1 antwoord mogelijk



Leeftijd

Tussen de leeftijdsgroepen is weinig verschil in de redenen waarom men lokale voedselproducten koopt. Bij 4 redenen zijn er enige verschillen. 65-plussers noemen deze redenen minder vaak. 'Om lokale ondernemers te steunen' wordt ook door 18-29 jarigen minder vaak genoemd dan door 30-49 en 50-64 jarigen.

Figuur 1.9. Verschil tussen leeftijden in redenen om lokale voedselproducten te kopen, naar leeftijdsgroep, %

redenen om te kopen	18-29	30-49	50-64	65+	totaal
om lokale ondernemers te steunen	55	78	73	59	70
het gebruik van lokale producten geeft mij een prettig gevoel	41	40	36	24	34
ik vind de kwaliteit beter	41	45	37	29	38
ik vind het leuk om langs lokale verkooppunten te gaan/als uitje	29	33	24	18	26

Redenen om geen lokale voedselproducten te kopen

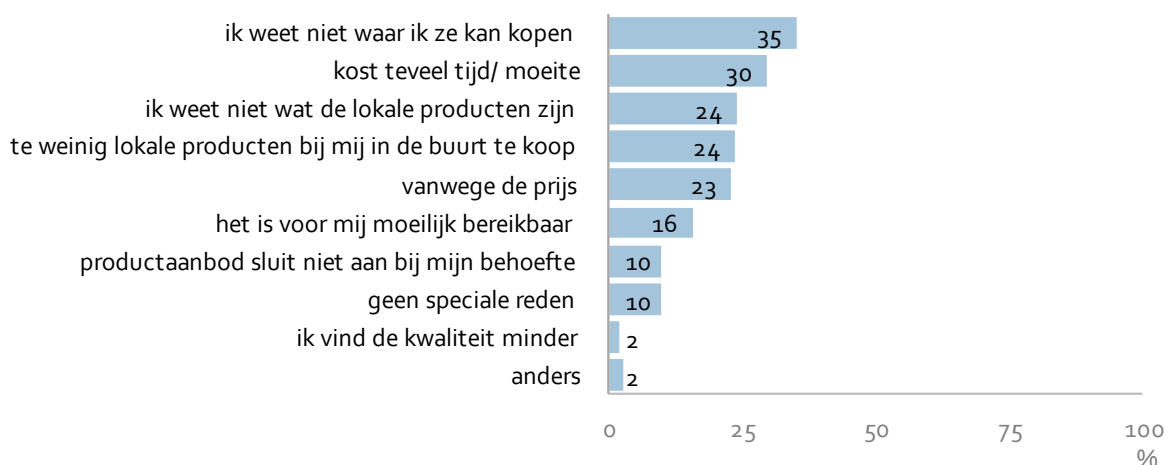
14% van de inwoners koopt geen lokale voedselproducten. Aan hen is gevraagd wat de redenen hiervoor zijn.

Meest genoemde reden niet kopen: onbekend waar te kopen en het kost te veel moeite

Van degenen die geen lokale voedselproducten kopen, noemt 35% hiervoor als reden dat ze niet weten waar de producten te koop zijn. Iets minder vindt dat het te veel tijd en/of moeite kost (30%). Een kwart noemt dat ze niet weten wat de lokale producten zijn (24%), dat er weinig lokale producten in de buurt te koop zijn (24%) en vanwege de prijs (23%). Andere redenen die zijn voorgelegd worden minder vaak genoemd. 10% heeft geen speciale reden. Enkelen noemen een andere reden (2%): ze kopen online of vanwege gezondheidsredenen.

Figuur 1.10. Redenen waarom inwoners geen lokale voedselproducten kopen, %

het gaat om 14% van de inwoners; meer dan 1 antwoord mogelijk



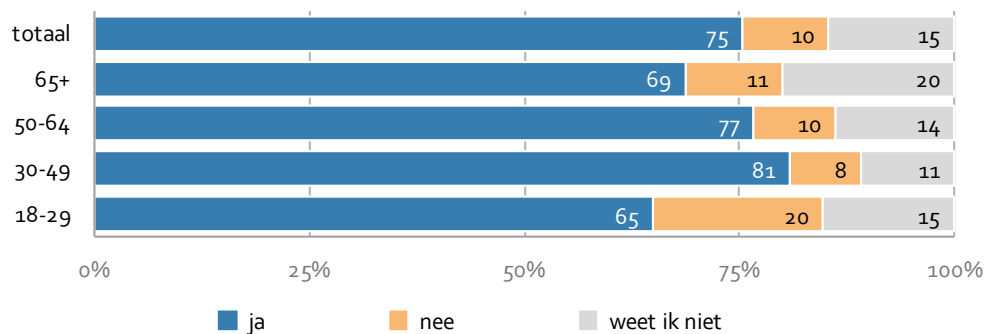
Zou men vaker lokaal voedsel willen kopen?

Aan alle respondenten is gevraagd of ze vaker of meer lokaal voedsel zouden willen kopen. Of als ze dat nu nog niet doen, of ze wél lokaal voedsel zouden willen kopen.

Driekwart zou wél, vaker of meer lokaal voedsel willen kopen

Een grote meerderheid (75%) zou wél, vaker of meer lokaal voedsel willen kopen. 10% wil dit niet en 15% weet het niet.

Figuur 1.11. Zou u wel, vaker of meer lokaal voedsel willen kopen, naar leeftijd, %



Leeftijd

Het zijn vooral 30-49 jarigen (81%) en 50-64 jarigen (77%) die wél, vaker of meer lokaal voedsel zouden willen kopen. 18-29 jarigen geven vaker aan dit niet te willen (20%).

Huidige niet-kopers

14% gaf eerder aan nu geen lokale voedselproducten te kopen. Van hen zou bijna twee derde (62%) dit wel willen doen. Veel minder (14%) wil dit niet doen; een kwart (24%) weet dit niet.

Huidige koopperiode

Zowel inwoners die het hele jaar door lokaal voedsel kopen als inwoners die dit vooral of alleen in het seizoen kopen, zouden meer of vaker lokaal voedsel willen kopen. Hierin is tussen hen geen verschil.

Huidige koopfrequentie

Ook gekeken naar de huidige koopfrequentie zijn er weinig verschillen. Zowel van inwoners die nu (heel) vaak lokaal voedsel kopen als van degenen die dit nu (heel) soms kopen, zou een ruime meerderheid dit meer of vaker willen kopen (rond 80%). Alleen bij degenen waar de aankoop sterk wisselt, ligt het percentage lager (69%); zij geven vaker aan dit nog niet te weten (23%).

Figuur 1.12. Of huidige kopers van lokaal voedsel dit vaker/meer zouden willen kopen, naar huidige koopfrequentie van lokaal voedsel, %

meer lokaal voedsel willen kopen?	koopt nu heel vaak	koopt nu vaak	koopt nu soms	koopt nu heel soms	dit wisselt nu sterk	totaal ¹
ja	86	81	76	77	69	78
nee	11	10	9	12	8	10
weet ik niet	3	8	15	11	23	12
totaal	100	100	100	100	100	100

¹ inclusief enkelen die niet weten hoe vaak ze nu lokaal voedsel kopen; exclusief inwoners die nu geen lokaal voedsel kopen

Inwoners zouden vaker lokaal voedsel kopen als het in supermarkt ligt of nabij te koop is

Zoals we eerder zagen zou 75% van de inwoners vaker of meer lokaal voedsel willen kopen; 10% weet dit (nog) niet. Aan hen is gevraagd in welk geval ze het vaker of wél lokaal voedsel zouden kopen. Zij zouden dit vooral doen als het in de supermarkt te koop zou zijn (57%) en/of als het in de buurt te koop zou zijn (52%). Een derde deel zou dit doen als de producten goedkoper zouden zijn. De andere redenen zijn ongeveer even vaak genoemd (rond 25%). Het minst genoemd is 'als de kwaliteit beter zou zijn' (5%). Bij 'anders' is onder andere opgegeven: als het biologisch zou zijn, als ik meer tijd zou hebben, als ik het online kon kopen.

Figuur 1.13. In welk geval zou u vaker of wél lokaal voedsel kopen?, %

selectie van inwoners die vaker lokaal voedsel zouden willen kopen (85%); meer dan 1 antwoord mogelijk



2. Voedselproducten uit de Beemster

Inleiding

In dit hoofdstuk komt aan de orde:

- Welke voedselproducten uit de Beemster men kent en/of koopt
- Reactie op uitspraken over voedselproducten uit de Beemster
- Hoe men op de hoogte gebracht wil worden over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster
- Opmerkingen of suggesties wat betreft de verkoop van voedselproducten uit de Beemster

De vragen over de Beemster zijn aan alle respondenten gesteld. Vooraf kregen ze de onderstaande tekst te zien.

'Rondom de stad Purmerend wordt lokaal veel voedsel verbouwd of gemaakt. Zo werd de Beemsterpolder na haar ontstaan in de 17e eeuw al snel de voedselkamer van Amsterdam genoemd. De meest gekochte lokale producten zijn groente, fruit, kaas, zuivel en aardappelen. Deze producten worden vanuit de boerderij verkocht, in streekproductenwinkels of op de markt. Soms ook in de supermarkt. Ook zijn lokale producten steeds vaker terug te vinden op het menu in restaurants.'

Bekendheid en aankoop van Beemster voedselproducten

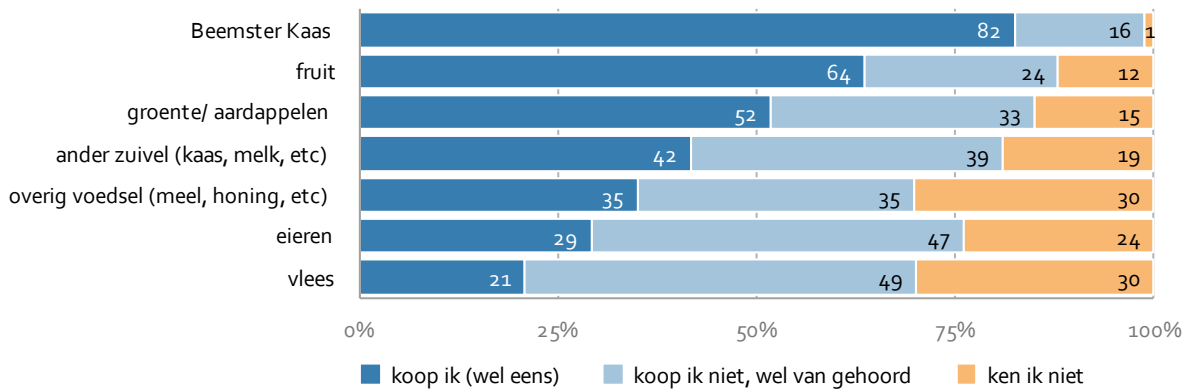
Bijna iedereen kent het merk Beemster Kaas; 82% koopt het ook

De respondent is een aantal Beemster voedselproducten voorgelegd met de vraag of men deze kent en/of koopt. 99% van de inwoners kent de Beemster Kaas van de Cono fabriek in de Beemster; 82% koopt deze Beemster Kaas ook. Ofwel in de supermarkt, ofwel bij de fabriek zelf.

Twee derde deel (64%) koopt fruit uit de Beemster. 24% niet, maar heeft er wel van gehoord. Groente en/of aardappelen uit de Beemster wordt door 52% gekocht; 33% heeft hier van gehoord.

Het minst bekend zijn vlees uit de Beemster en overige producten uit de Beemster. Bij die laatste gaat het om bijvoorbeeld meel, honing en chocolade. 30% kent deze producten niet. Vlees wordt ook het minst gekocht (21%). Overig voedsel wordt door 35% gekocht.

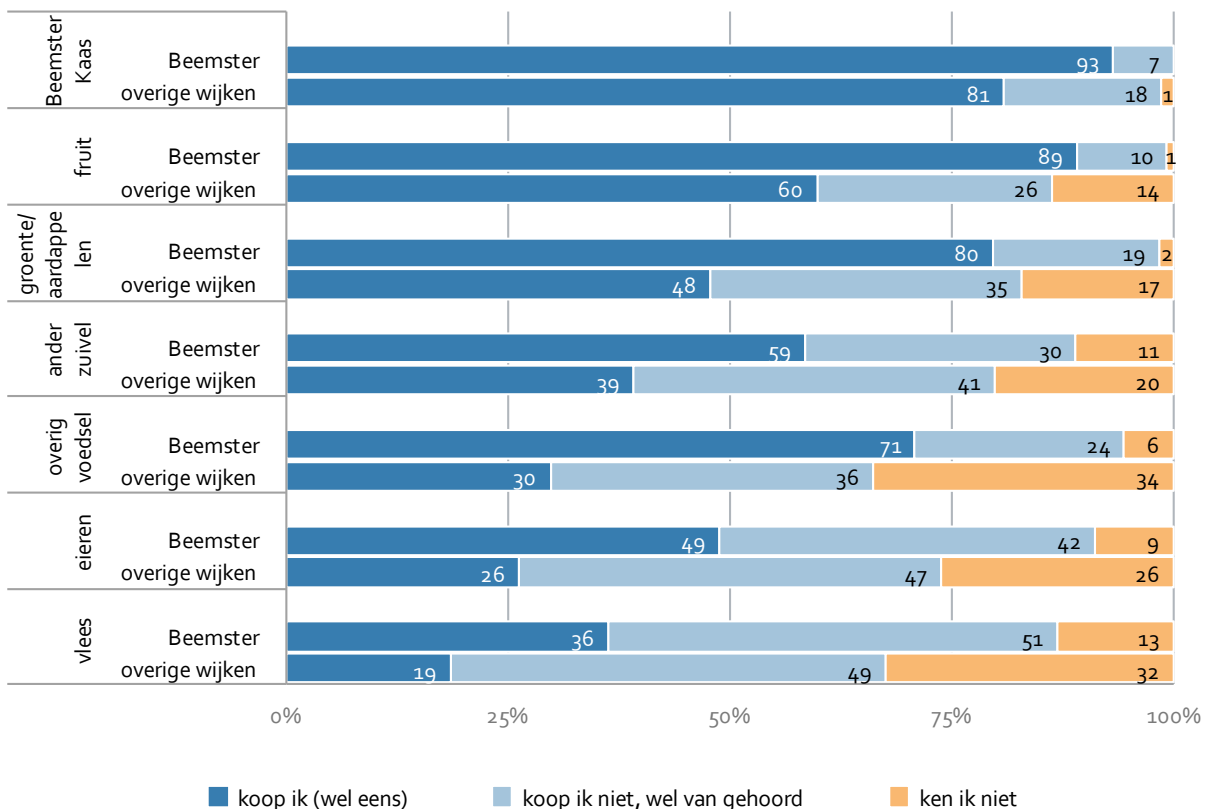
Figuur 2.1. Of men voedselproducten uit de Beemster kent en/of wel eens koopt, %



Wijk/gebied

Beemsterlingen hebben vaker gehoord van de genoemde Beemster voedselproducten dan inwoners uit overig Purmerend. Ook kopen zij deze veel meer. De verschillen wat betreft kopen zijn het grootst voor 'overige' voedselproducten zoals meel, honing en chocolade. 71% van de Beemsterlingen koopt dat wel eens tegen 30% van de overige inwoners. Ook bij eieren, vlees en groenten en aardappelen zijn de verschillen groot.

Figuur 2.2. Of men voedsel uit de Beemster kent en/of wel eens koopt, naar wijk, %



Uitspraken over voedselproducten uit de Beemster

De respondenten zijn 5 uitspraken over voedselproducten uit de Beemster voorgelegd. Zij konden aangeven of ze het hiermee eens of oneens waren.

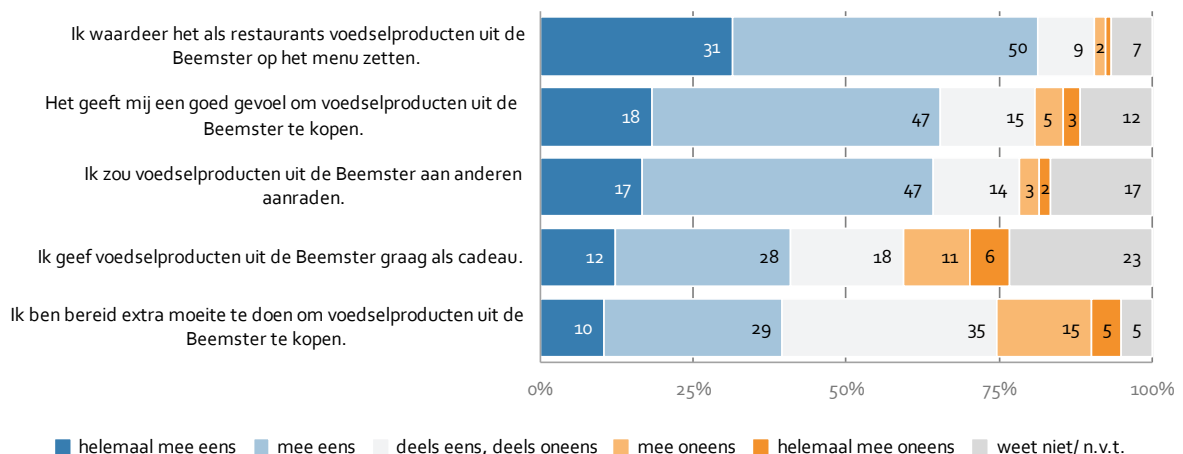
Men zou het vooral waarderen als restaurants Beemster voedsel op het menu zou zetten

- 'Ik waardeer het als restaurants voedselproducten uit de Beemster op het menu zetten.'
Deze uitspraak heeft de meeste instemming van de 5. Een derde deel (31%) is het hier helemaal mee eens en de helft is het hier mee eens: opgeteld 81%. Een heel klein percentage (3%) is het (helemaal) oneens met de uitspraak.
- 'Het geeft mij een goed gevoel om voedselproducten uit de Beemster te kopen.'
Het aandeel helemaal eens is bij deze uitspraak kleiner (18%) dan bij de voorgaande uitspraak. Het aandeel eens is ongeveer even groot (47%). Opgeteld is 65% het (helemaal) eens met de uitspraak. 7% is het (helemaal) oneens.
- 'Ik zou voedselproducten uit de Beemster aan anderen aanraden.'
De reactie op deze uitspraak is gelijk aan de voorgaande: 64% is het (helemaal) eens met de uitspraak. 5% is het (helemaal) oneens. Een groter aandeel geeft aan het niet te weten (17%)
- 'Ik geef voedselproducten uit de Beemster graag als cadeau.'
Bijna een kwart van de inwoners (23%) weet hier geen antwoord op of het is voor hen niet van toepassing. Dit is het hoogste percentage van de 5 uitspraken. 41% is het (helemaal) eens met de uitspraak. 17% is het (helemaal) oneens.
- 'Ik ben bereid extra moeite te doen om voedselproducten uit de Beemster te kopen.'
Bij deze uitspraak is het aandeel dat het (helemaal) oneens is het grootst: 20%. Maar ook hier is het aandeel dat het (helemaal) eens is met de uitspraak groter (40%). Een groot deel is het deels eens, deels oneens met de uitspraak: 35%.

Bij alle 5 de uitspraken is het deel dat het (helemaal) eens is met de uitspraak (flink) groter dan het deel dat het (helemaal) oneens is.

Figuur 2.3. Reactie op uitspraken over voedselproducten uit de Beemster, %

gesorteerd op helemaal eens en eens opgeteld



Wijk/gebied

In de volgende tabel worden enkele antwoorden op de 5 uitspraken uitgelicht. De antwoorden 'helemaal eens' en 'eens' zijn daarbij opgeteld. Datzelfde geldt voor de antwoorden 'helemaal oneens' en 'oneens'. Voor de overzichtelijkheid zijn de antwoorden 'deels eens/deels oneens' en 'weet ik niet/n.v.t.' weggelaten, maar tellen wel mee. Bijvoorbeeld: 91% van de Beemsterlingen is het (helemaal) eens dat restaurants voedselproducten uit de Beemster op het menu zetten en 1% is

het hiermee (helemaal) oneens. 6% is het hiermee deels eens/deels oneens en 2% weet het niet of is het niet van toepassing. Deze laatste 2 antwoordcategorieën worden in de onderstaande tabel niet getoond.

Beemsterlingen zijn het vaker (helemaal) eens met de 5 uitspraken dan inwoners van de andere wijken. Ook is bij hen het percentage (helemaal) oneens met de uitspraak kleiner dan bij de inwoners van de overige wijken. Het sterkst geldt dit voor de uitspraak 'Ik geef voedselproducten uit de Beemster graag als cadeau.': 81% van de Beemsterlingen is het hiermee (helemaal) eens, bij inwoners uit de overige wijken is dit 35%. Vooral het aandeel dat 'helemaal eens' antwoord, is bij Beemsterlingen beduidend groter. 41% van de Beemsterlingen is het hier helemaal mee eens, tegen 8% van de overige inwoners.

Figuur 2.4. Reactie op uitspraken over voedselproducten uit de Beemster, naar wijk, %

uitspraken	Beemster		overige wijken	
	(helemaal) eens	(helemaal) oneens	(helemaal) eens	(helemaal) oneens
Ik waardeer het als restaurants voedselproducten uit de Beemster op het menu zetten.	91	1	80	3
Het geeft mij een goed gevoel om voedselproducten uit de Beemster te kopen.	88	2	62	8
Ik zou voedselproducten uit de Beemster aan anderen aanraden.	87	1	61	6
Ik geef voedselproducten uit de Beemster graag als cadeau.	81	4	35	19
Ik ben bereid extra moeite te doen om voedselproducten uit de Beemster te kopen.	59	7	37	22

Gewenste communicatie over aanbod Beemster voedselproducten

Gevraagd is: 'Hoe zou u op de hoogte gebracht willen worden over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster?'

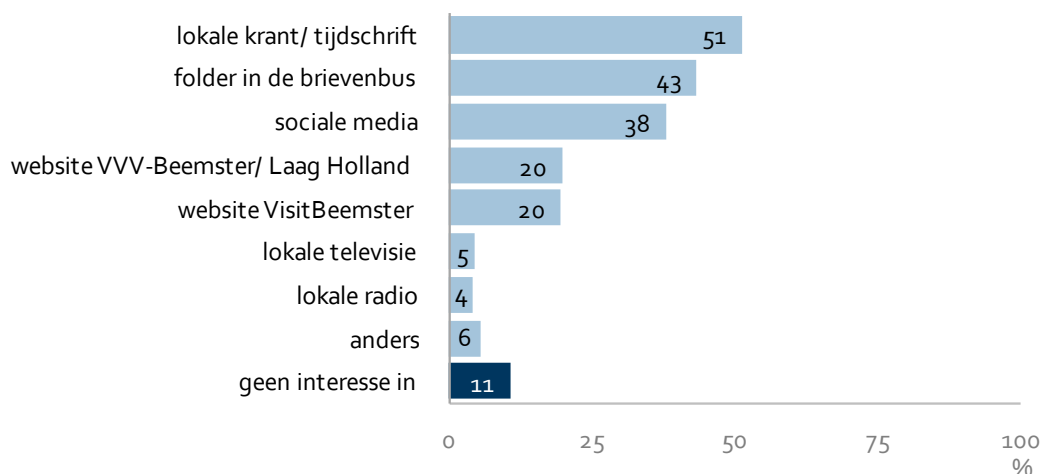
Communicatie liefst via krant, tijdschrift en folder aan huis en/of sociale media

Op nummer 1 en 2 staan papieren communicatiekanalen: lokale krant/tijdschrift (51%) en een folder in de brievenbus (43%). Via sociale media (zoals Facebook, Instagram, X, Snapchat, TikTok) staat op de 3^e plaats (38%). De websites van VVV-Beemster/Laag Holland en van VisitBeemster worden elk door 20% genoemd.

Bij 'anders' (6%) noemen veel mensen een digitale nieuwsbrief of app. Ook is bijvoorbeeld genoemd informatie ophangen bij supermarkten of daar een speciaal vak inrichten met lokale producten. Of dat er een speciale winkel zou kunnen komen met deze producten waar je dit ook kunt proeven. Enkelen gaven aan te weten waar je de producten kunt kopen en dat extra informatie daarom niet nodig is.

11% geeft aan geen interesse te hebben in informatie over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster. Driekwart hiervan (78%) koopt wel lokale voedselproducten in de Beemster.

Figuur 2.5. Hoe men op de hoogte gebracht wil worden over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster, % meer dan 1 antwoord mogelijk



Leeftijd

Bij 2 communicatiekanalen is er een groot verschil naar leeftijd. Het percentage inwoners dat wil dat informatie over Beemster voedselproducten aangeboden wordt via een lokale krant of tijdschrift neemt toe met de leeftijd. Van de 18-29 jarigen noemt 40% dit; bij 65-plussers is dit opgelopen tot 64%. Zowel bij 50-64 jarigen als 65-plussers is dit kanaal het meest genoemd.

Het tegenovergestelde geldt voor sociale media. Bij 18-29 jarigen en 30-49 jarigen staat informatie via sociale media op nummer 1: respectievelijk 51% en 50% noemt dit. Bij 65-plussers is dit teruggelopen tot 21%.

Figuur 2.6. Selectie verschil naar leeftijd, hoe men op de hoogte gebracht wil worden over het aanbod van voedselproducten uit de Beemster, naar leeftijd, %

meer dan 1 antwoord mogelijk

communicatiekanaal	18-29	30-49	50-64	65+	totaal
lokale krant/ tijdschrift	40	42	53	64	51
sociale media	51	50	38	21	38

Suggesties voor verkoop van lokale voedselproducten uit de Beemster

Tot slot is gevraagd of men nog opmerkingen of suggesties heeft wat betreft de verkoop van lokale voedselproducten uit de Beemster. 11% heeft hier iets ingevuld. De totale lijst is aan de opdrachtgever verstrekt. Enkele van de gegeven suggesties zijn:

- 'Eén folder voor alle producenten bij elkaar, nu te versnipperd.'
- 'Een lokale winkel in het stadje met allemaal lokale producten.'
- 'Organiseer een weekmarkt in de markthal op de Koemarkt.'
- 'Graag een goed overzicht van wat er waar te koop is met openingstijden.'
- 'Online verkoop graag.'
- 'Er moeten meer lokale producten in de supermarkt te koop zijn. En dan ook duidelijk vermelden waar het product vandaan komt. Dan kan je goed kiezen.'
- 'De gemeente mag de stalletjes en boerderij winkeltjes wel een beetje subsidiëren. Om er zo meer bekendheid aan te geven. En het aantrekkelijker te maken voor de consument. Ook omdat dit veel beter is voor het milieu qua CO₂ uitstoot. En de kwaliteit is veel beter in de stalletjes, dus gezonder.'

- 'Informatie over de mate van biologische verbouw van producten. Sommigen hebben geen keurmerk, maar zijn wel goed bezig. Maar dat is niet zichtbaar.'
- 'Mag wel meer biologisch worden.'
- 'Ik zou het vooral interessant vinden als ik ook wat meer over de achtergrond van het product weet. Biologisch?, de boer zelf, hoe wordt het verbouwd. Uiteindelijk zou ik de klimaat rechtvaardigheid het belangrijkste vinden in combinatie met goede kwaliteit. Daar wil ik best wat extra moeite voor doen en meer voor betalen. Maar vaak heb ik te weinig informatie over.'
- '[] Tegenwoordig is het zo commercieel, je weet niet of het 'nep' is of niet. Heeft het wel een Keurmerk Beemster?'
- 'Producten minder behandelen met bestrijdingsmiddelen en minder antibiotica in veevoeder.'
- 'Meer reclame.'



Bezoekadres
Purmersteenweg 42
1441 DM Purmerend

Postadres
Postbus 15
1440 AA Purmerend

Telefoon & e-mail
(0299) 452 452
info@purmerend.nl

purmerend.nl