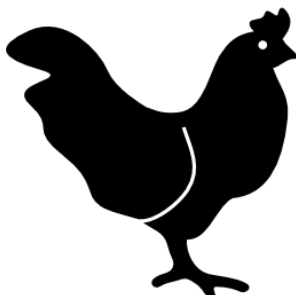


## Wat vindt Nederland van de 'Kip van Morgen'?

Factsheet over een onderzoek naar het draagvlak voor  
afspraken over diervriendelijker en duurzamer kippenvlees

Stichting Natuur & Milieu



Amsterdam, 3 juni 2015

Projectnummer: Z6156

drs. Bram van der Lelij

Cecilia Keuchenius MSc

Bernadette van der Velden MSc

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

## Factsheet

---

In opdracht van Natuur & Milieu heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de houding van Nederlanders tegenover de 'Kip van Morgen'. Voor het onderzoek is een representatieve steekproef van 519 Nederlanders tussen 18 en 70 jaar bevestigd. In deze factsheet worden de belangrijkste resultaten van het onderzoek beschreven.

### Samenvatting

Nederlanders staan duidelijk positief tegenover diervriendelijker en duurzamer geproduceerd kippenvlees in de supermarkt. De helft van alle Nederlanders wil dat de zogenaamde plofkip verdwijnt en slechts een kleine minderheid (15%) wil hem expliciet behouden.

De meeste Nederlanders hebben geen duidelijke voorkeur voor de manier waarop tot een plofkipvrije supermarkt gekomen moet worden. Het meest positief is men over het maken van afspraken tussen bedrijven en maatschappelijke organisaties over welk kippenvlees verkocht mag worden. Iets minder positief is men over overheidswetgeving en over een volledig vrije marktwerking, waarin uiteindelijk de vraag van de consument bepalend is voor het aanbod van kippenvlees.

De steun voor een plofkipvrije supermarkt komt deels voort uit het feit dat de meeste consumenten het lastig vinden plofkip te herkennen. Iets meer dan de helft van de Nederlanders wil er op kunnen vertrouwen dat er in de supermarkt *uitsluitend* kip wordt aangeboden die goed is voor dierenwelzijn en milieu. In lijn hiermee spreekt een grote meerderheid zich positief uit over de afspraken tussen pluimveesector, supermarkten en maatschappelijke organisaties over de 'Kip van Morgen': een kip die onder diervriendelijker en milieuvriendelijker omstandigheden groeit en in supermarkten de plaats moet innemen van de plofkip.

De 'Kip van Morgen' betekent voor de supermarktbezoeker dat hij bij kan dragen aan een beter milieu en dierenwelzijn, maar ook dat hij mogelijk meer gaat betalen voor kippenvlees. Ongeveer de helft van de Nederlanders geeft aan bereid te zijn iets meer te gaan betalen voor duurzamere kip. Een belangrijke voorwaarde vinden Nederlanders wel dat deze kip ook inderdaad voldoende bijdraagt aan milieu en dierenwelzijn. Tegenover de helft die bereid is meer te betalen, staat een vijfde van de consumenten dat daar niets van wil weten. Bovendien vindt een kwart dat de overheid de 'Kip van Morgen' moet verbieden als die zou leiden tot een kleine prijsverhoging.

## Onderzoeksresultaten Nederlands publiek

Voor het onderzoek is een representatieve steekproef van 519 Nederlanders tussen 18 en 70 jaar bevestigd. De belangrijkste resultaten staan hieronder weergegeven.

### Tweederde vindt het positief als bedrijven en milieu- en dierenwelzijnsorganisaties afspraken kunnen maken over welke kip te koop is in de supermarkt

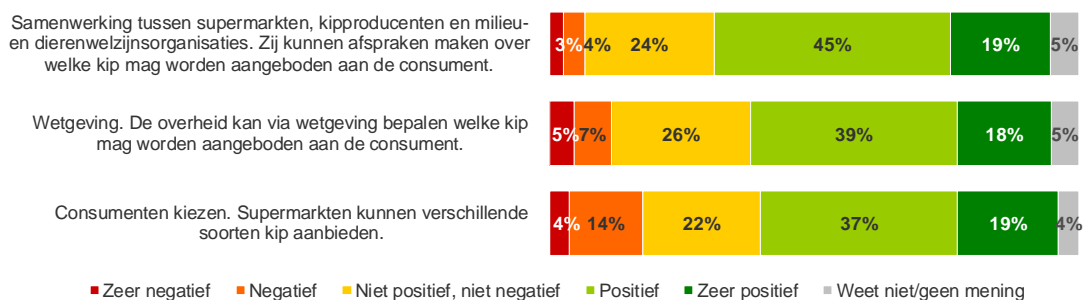
- Aan alle respondenten in dit onderzoek is allereerst uitgelegd dat er verschillende soorten kip worden verkocht in de supermarkt, die meer of minder kwaliteit van leven hebben. Zij kregen de volgende tekst te lezen:

*In de supermarkt worden verschillende soorten kip verkocht. Sommige kippen hebben betere levensomstandigheden, meer ruimte en een langer leven. Andere kippen hebben minder goede leefomstandigheden, minder ruimte en een korter leven. Een voorbeeld van een kip met minder ruimte en een korter leven is de zogenaamde 'plofkip'. Het verschil in de kwaliteit van het leven van de kip, zie je ook terug in de prijs.*

Vervolgens is de vraag gesteld hoe men staat tegenover verschillende manieren om het aanbod van kip in de supermarkt te bepalen.

- Bijna tweederde (64%) van de Nederlanders staat er positief tegenover als supermarkten, kipproducenten en milieu- en dierenwelzijnsorganisaties in samenwerking kunnen bepalen welk type kip mag worden aangeboden aan de consument. 7% staat hier negatief tegenover.
- Een iets kleinere meerderheid (57%) vindt het positief als de overheid via wetgeving kan bepalen welke kip aan consumenten aangeboden mag worden. 12% staat hier negatief tegenover.
- Een ongeveer even grote groep (56%) vindt het positief als supermarkten alle soorten kippenvlees kunnen aanbieden en dat de keuze bij de consument ligt. Bijna een vijfde (18%) staat hier negatief tegenover.

#### Het aanbod van verschillende soorten kip in de supermarkt kan op een aantal manieren worden bepaald. Kun je aangeven hoe je staat tegenover de volgende manieren? (n=519)



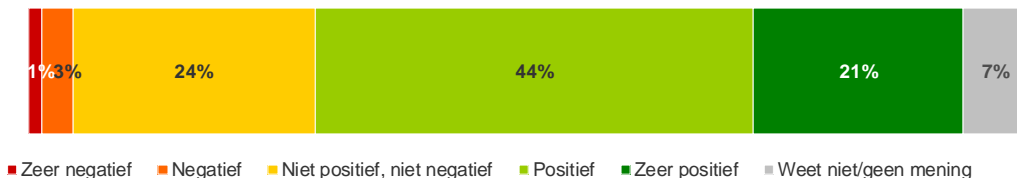
### Tweederde is voorstander van de afspraken van de 'Kip van Morgen'

- Vervolgens werd respondenten uitgelegd wat de 'Kip van Morgen' inhoudt aan de hand van de volgende tekst:

*In 2013 hebben supermarkten, boeren en milieuorganisaties afspraken gemaakt om de kippen, die in de supermarkt worden verkocht, een beter leven te geven en duurzamer te produceren. Uit deze afspraken ontstond de 'Kip van Morgen'. De 'Kip van Morgen' heeft meer ruimte, krijgt meer strooisel op de stalvloer, groeit langzamer en is daardoor gezonder en leeft langer. De kip krijgt ook voer waar geen regenwoud voor is gekapt en de vieze lucht uit de stal wordt extra gezuiverd. Volgens de afspraken over de 'Kip van Morgen' zullen supermarkten alleen dit kippenvlees verkopen en geen plofkippen meer. De afspraken over de 'Kip van Morgen' zijn bijna helemaal doorgevoerd.*

- Bijna tweederde (65%) van de Nederlanders is positief over de afspraken met betrekking tot de diervriendelijkere en duurzamere 'Kip van Morgen', in vergelijking met de oude situatie. Slechts 4% oordeelt negatief.

Hoe sta je tegenover de afspraken over de diervriendelijkere en duurzamere 'Kip van Morgen' in vergelijking met de oude situatie? (n=519)



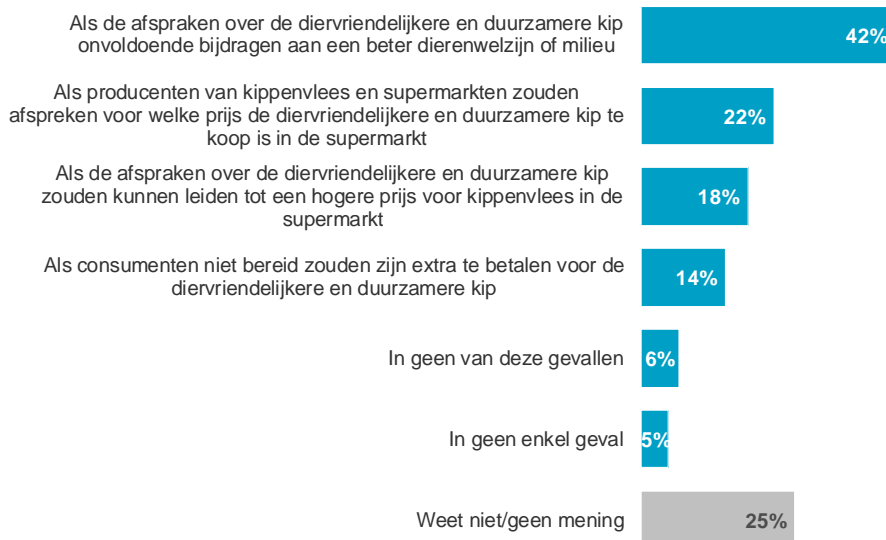
### Consument lijkt meerwaarde 'Kip van Morgen' belangrijker te vinden dan prijs

- De ACM heeft de afspraken rondom de 'Kip van Morgen' onderzocht en verboden. Om te achterhalen hoe legitiem Nederlanders dit verbod vinden, is het draagvlak onderzocht voor verschillende criteria die de ACM heeft gebruikt. Respondenten is ter introductie onderstaande tekst getoond:

*De Autoriteit Consument en Markt (ACM) is een door de overheid ingestelde organisatie met als doel kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten te bevorderen. De ACM kan afspraken over de 'Kip van Morgen' verbieden als die afspraken niet in overeenstemming zijn met het doel van de overheid om kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten te bevorderen.*

- De meest legitieme reden om de 'Kip van Morgen' te verbieden is in de ogen van Nederlanders als de afspraken onvoldoende zouden bijdragen aan het dierenwelzijn of milieu. 42% van de Nederlanders vindt dat de ACM de afspraken dan zou moeten verbieden.
- Ruim een op de vijf Nederlanders (22%) vindt dat de ACM moet optreden als producenten en supermarkten zouden afspreken voor welke prijs diervriendelijker en duurzamer kippenvlees te koop is.
- Een iets minder groot deel (18%) vindt dat de ACM de 'Kip van Morgen' moet verbieden als de afspraken zouden kunnen leiden tot een hogere prijs voor kippenvlees.
- Verder vindt 14% dat de ACM moet ingrijpen als blijkt dat consumenten niet bereid zouden zijn om extra te betalen voor de 'Kip van Morgen'.
- 6% vindt dat de ACM de 'Kip van Morgen' in geen van bovenstaande gevallen moet verbieden en 5% vindt dat dit in geen enkel geval zou moeten.
- Verder valt op dat een kwart (25%) niet goed kan beoordelen wanneer de ACM zou moeten ingrijpen als het gaat om afspraken over de 'Kip van Morgen'.

**In welk geval vind je dat de ACM de afspraken over de 'Kip van Morgen' moet verbieden?**  
(n=519)



**Nederlanders staan overwegend negatief tegenover de plofkip**

- 51% is het oneens met de stelling dat de plofkip moet blijven. 15% is het hiermee eens.
- Sinds er meer bekend is over de plofkip, zijn vier op de tien (41%) Nederlanders, naar eigen zeggen, minder plofkip gaan eten. Een kwart (23%) geeft aan dat dit bij hen niet het geval is geweest.

**Kleine meerderheid wil iets meer betalen voor duurzamer kippenvlees**

- Iets meer dan de helft (52%) van alle Nederlanders onderschrijft de stelling dat duurzaamheid en diervriendelijkheid zwaarder zouden moeten wegen dan de laagste prijs. 14% vindt dit niet.
- In lijn hiermee geeft een ongeveer even grote groep (53%) aan dat zij bereid zijn om iets meer te betalen voor kippenvlees dat duurzamer is geproduceerd en van een kip is die een beter leven heeft gehad. Een vijfde (19%) is daar niet toe bereid.

**Kleine meerderheid vindt plofkip lastig herkenbaar en wil erop kunnen vertrouwen dat totale kipassortiment in supermarkt duurzaam is**

- Als Nederlanders kippenvlees in de supermarkt kopen, wil ruim de helft (53%) zeker weten dat het vlees van een kip komt die op een basisniveau een diervriendelijk leven heeft gehad en duurzaam is geproduceerd.
- Een (kleine) meerderheid van de Nederlanders (56%) geeft echter aan dat zij in de supermarkt de plofkip zelf niet goed kunnen herkennen.
- Wellicht dat daarom ook 56% aangeeft dat zij er op willen kunnen vertrouwen dat er in de supermarkt *uitsluitend* kip wordt aangeboden die goed is voor dierenwelzijn en milieu.
- Ruim een derde (36%) is echter van mening dat de supermarkten plofkip moeten (blijven) aanbieden en zo de keuze aan consumenten moet laten. Een even grote groep, 35%, is het hiermee oneens.

### Ruime meerderheid staat positief tegenover samenwerking bedrijven en maatschappelijke organisaties ter verduurzaming kip

- Een ruime meerderheid (73%) vindt het in het algemeen goed dat bedrijven en maatschappelijke organisaties afspraken maken die zorgen voor meer duurzaamheid.
- In lijn hiermee vindt een ongeveer even grote groep (71%) dat supermarkten, boeren en maatschappelijke organisaties moeten samenwerken om tot een duurzame, diervriendelijke kip te komen.
- Een kwart (25%) vindt dat de overheid dergelijke afspraken moet verbieden als die leiden tot een kleine prijsverhoging. Ruim een derde (37%) is tegen zo'n verbod.

#### In hoeverre ben je het eens met onderstaande stellingen? (n=519)



## Methode van onderzoek

---

Het onderzoek is gebaseerd op een representatieve steekproef onder Nederlanders tussen de 18 en 70 jaar (n=519). Het totaal aantal Nederlanders tussen 18 en 70 is 11 miljoen.

Het veldwerk van het onderzoek vond plaats in de periode van 26 februari tot en met 3 maart 2015. Voor de dataverzameling is gebruikgemaakt van het StemPunt-panel van Motivaction ([www.stempunt.nu](http://www.stempunt.nu)) waar momenteel ongeveer 90.000 Nederlanders lid van zijn.

Bij de steekproeftrekking en -weging is gebruikgemaakt van propensitytechnieken. Hiermee is een representatieve afspiegeling verkregen voor sociodemografische kenmerken (leeftijd, opleiding, geslacht, stedelijkheid) en sociaal-culturele oriëntaties (Mentality-milieus).

### **Nadere toelichting propensitytechnieken**

Met de propensitytechnieken kunnen scheefheden in online panels ten opzichte van de bevolking beter worden gecorrigeerd dan bij traditionele RIM-weging. De propensitytechnieken zorgen voor een representatieve afspiegeling van de resultaten voor een groter aantal achtergrondkenmerken, in dit onderzoek leeftijd, geslacht, opleiding, regio (Nielsen-indeling), sociaal-culturele oriëntaties (Mentality-milieu) en interacties tussen deze variabelen. Het daarbij gehanteerde ijkbestand betreft de Mentality-metingen van 2008 tot en met 2012, een representatief schriftelijk onderzoek dat jaarlijks wordt uitgevoerd onder ruim 1.200 Nederlanders tussen 15 en 80 jaar. Dit ijkbestand is wat betreft de sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.