



Effect van terminologie houdbaarheidsdata op voedselverspilling in huishoudens

Dagelijks wordt er wereldwijd veel voedsel weggegooid. In Nederland gooit een gemiddelde consument jaarlijks zo'n 50 kilo goed voedsel weg. Een deel hiervan wordt veroorzaakt doordat consumenten producten weggoien waarvan de houdbaarheidsdatum is verstreken.

Hierbij wordt echter geen verschil gemaakt tussen lang houdbare en verse producten. Gezien de veiligheidsaspecten van verse producten richtte dit onderzoek zich op lang houdbare producten die bij kamertemperatuur bewaard kunnen worden.

Doelstelling onderzoek

Het onderzoeken van het effect van houdbaarheidsdata van lang houdbare producten op voedselverspilling bij huishoudens. Hierbij is gekeken naar producten, waarbij:

- geen houdbaarheidsdatum op de verpakking staat,
- op het etiket diverse alternatieve terminologieën worden gebruikt.

Het onderzoek is uitgevoerd in een experimentele setting, met inzet van een consumentenpanel (86 respondenten).

Weggooi weetjes uit dit onderzoek

- Er wordt door respondenten nogal verschillend gedacht over de uiterste houdbaarheidsdatum van producten.
- Pakken sap, groenten in glas, soep (blik of zak) en blikjes vis werden het meest weggegooid indien er geen datum op staat.
- Van de productgroepen honing, rijst, suiker, thee, pasta en zout werd minder dan 10% weggegooid indien er geen datum op staat.
- 'Lang houdbaar' en 'Geproduceerd op' vonden respondenten gevoelsmatig de minste aantrekkelijke termen.

- De term 'Tenminste houdbaar tot' en 'Kwaliteit gegarandeerd tot' vonden respondenten de meest aantrekkelijke termen.
- Geen houdbaarheidsdatum op de verpakking vonden respondenten gevoelsmatig niet prettig i.v.m. risicoperceptie voedselveiligheid.

Reacties deelnemersonderzoek

"Ik hoor op het nieuws dat rijst niet echt kan bederven. Waarom maken ze dat niet openbaar, dan zou ik het veel minder snel weggoien"

"Ik geef liever 2 euro uit aan een nieuw product dan dat ik er ziek van word"

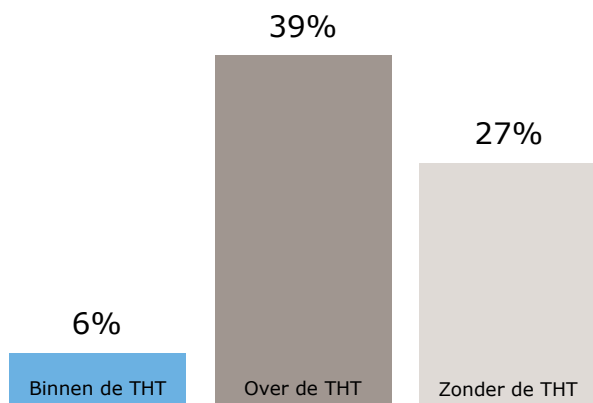
"Ik heb weleens gegoogled, je vindt allemaal verschillende fora. Je weet ook niet wat daar juist van is"

"Geen datum geeft een gevoel van onzekerheid. Ik zou het dan gelijk weggoien"

Resultaten (n=86)

Zonder datum

- Respondenten gooiden gemiddeld 39% van de producten weg indien de THT datum verstreken was. Indien er geen THT datum op de verpakking stond, werd er 27% weggegooid. Dit is een verschil van **gemiddeld 12%**.

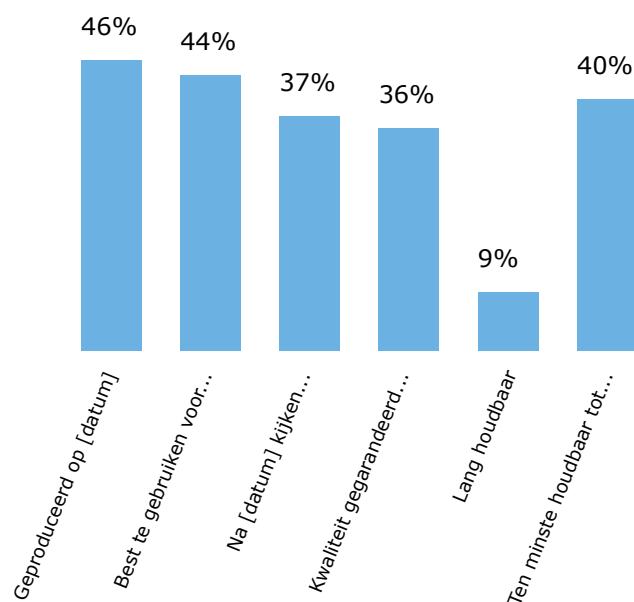


Figuur 1 12% minder weggegooid indien geen datum op verpakking staat

- De verschillen tussen de productcategorieën zijn echter groot (-23% voor stroop tot +5% voor pakken sap).

Alternatieve termen

- De verandering van de term THT naar de term 'Lang houdbaar' (zonder datum) leidde tot **31% minder weggegooide producten** binnen de categorie lang houdbare producten.



Figuur 2 31% minder weggegooid indien term THT vervangen wordt door 'Lang houdbaar'

- Met de term 'Kwaliteit gegarandeerd tot [datum]' wordt er 5% minder weggegooid. De termen 'Best te gebruiken voor [datum]' en 'Geproduceerd op [datum]' leiden juist tot meer weggoien (resp. +4% en +6%). De term 'Na [datum] kijken, ruiken en proeven' geeft geen verschillen in weggooidgedrag t.o.v. de huidige THT-datum.

Risicoperceptie

Voor consumenten zijn er twee hoofdmotieven om houdbare producten weg te gooien. Op nummer 1 staat voedselveiligheid. Consumenten geven aan bang te zijn om ziek te worden. Dit is echter wel productcategorie afhankelijk. Het 2e motief om producten weg te gooien is de kwaliteitsachteruitgang van het product. Hierbij wordt met name smaakverandering genoemd.

Conclusies indicatieve onderzoek

- Verandering van de term THT leidde tot minder weggoien: veelbelovend lijkt vervanging door 'Lang houdbaar' (zonder datum).
- Voedselveiligheid perceptie bij consumenten wordt erg belangrijk ervaren. Veranderen of weglaten van terminologie zou daarom gefaseerd moeten worden toegepast. Eerst beginnen bij de productgroepen waarbij consumenten weinig voedselveiligheidsrisico's ervaren.
- Daarnaast moet aandacht besteed worden aan het wijzigen van de risicoperceptie van consumenten voor lang houdbare producten door gerichte voorlichting.

Contact

Wageningen University & Research
Postbus 17
6700 AA Wageningen
www.wur.nl/food-and-biobased-research

Hilke Bos-Brouwers
T + 31 (0)317 - 480 137
hilke.bos-brouwers@wur.nl

