

groenlunch



# De invloed van media op ons duurzame gedrag





# Gezond en duurzaam eten, waarom is dat zo moeilijk?

## Bianca Harms & Annalies Brijker

Professorship Transformational Media

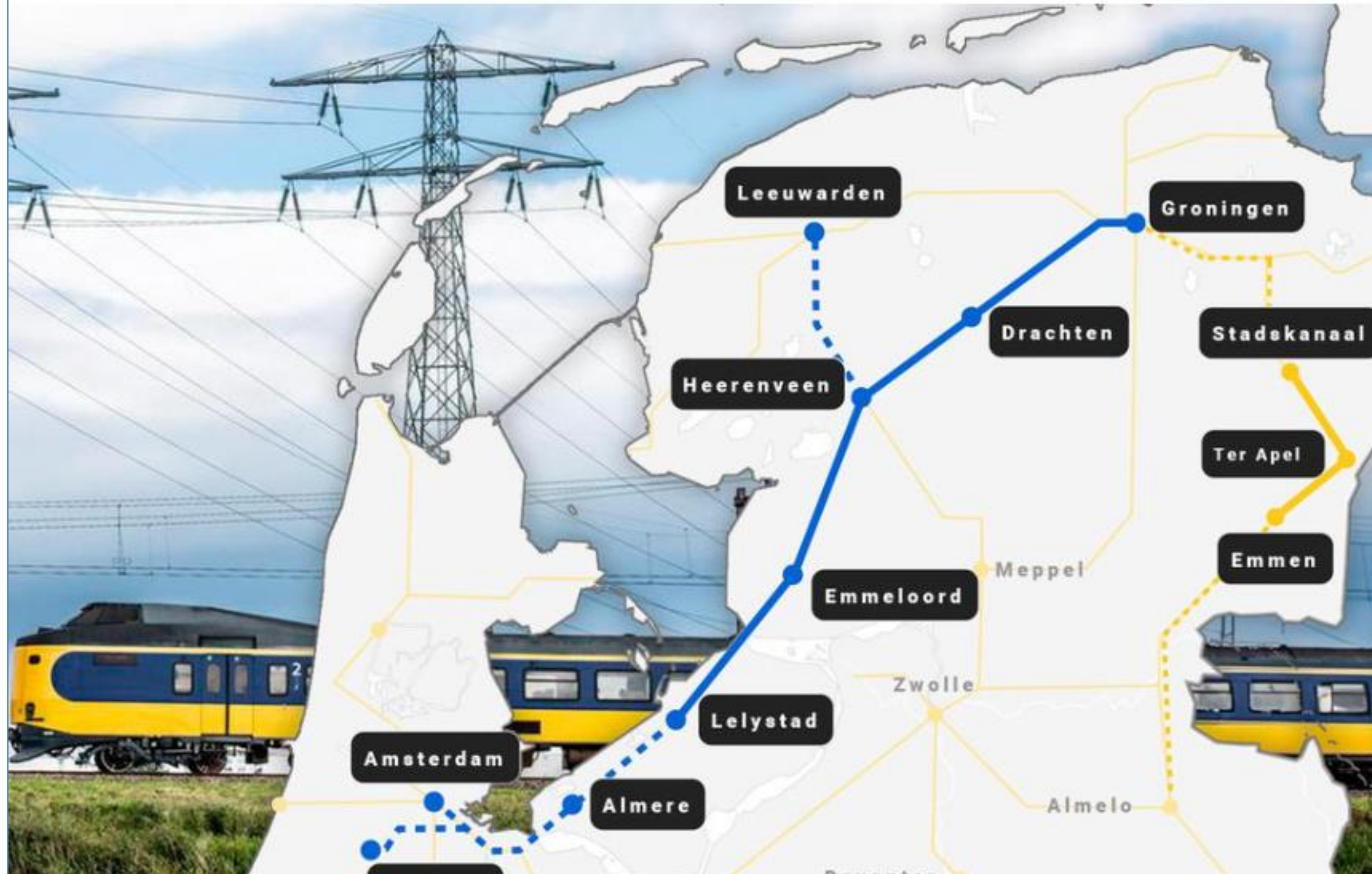
23 September 2024





# Aanleg Lelylijn kost volgens nieuw onderzoek miljarden meer dan vrijgemaakt: zorgen bij Rijk over haalbaarheid

Ton van der Laan, Arend van Wijngaarden · Vandaag, 07:00 · Friesland · Deel dit artikel





The Lelylijn logo, consisting of a stylized 'L' in a circle followed by the word 'Lelylijn'.

Beter verbonden. Meer bereiken

## **De Lelylijn een waardevolle investering voor Noordelijk Nederland**

---

Grootschalige miljardeninvestering in de Lelylijn zorgt voor meer bereikbaarheid, werk, woningen en leefbaarheid in Noordelijk Nederland.



**Annalies  
Brijker**

Onderzoeker lectoraat  
Transformational Media  
NHL Stenden



**Bianca Harms**

Lector Transformational Media  
NHL Stenden



# HOE KAN COMMUNICATIE BIJDAGEN AAN GEZONDER EN DUURZAMER GEDRAG?





# Klimaatverandering funest voor fundering: miljoen huizen dreigen te verzakken

Door Gert-Jan Verstegen  
10 november 2022 16:45 • Aangepast 10 november 2022 17:42

## Scientists deliver 'final warning' on climate crisis: act now or it's too late

IPCC report says only swift and drastic action can avert irrevocable damage to world

- [Analysis: Humanity at the crossroads](#)
- [Timeline: The IPCC's reports](#)



NOS Nieuws • Zaterdag 8 april 2023, 20:44 • Aangepast zaterdag 8 april 2023, 22:49

### Zorgen over recordtemperatuur oceaanwater: 'Geen tijd voor herstel ecosystemen'

Deskundigen zijn bezorgd over de temperatuur van de Stille Oceaan. Deze week werd daar aan de oppervlakte een recordwarmte gemeten van 21,1 graden. Het zeewater is sinds het begin van de satellietmetingen nog nooit zo warm geweest. Die temperatuur kan grote gevolgen hebben, zegt onder meer

# VN-top over biodiversiteit: 'Dieren en planten sterven versneld uit'

7 december 2022 08:42 • Aangepast 7 december 2022 10:39



Net bin  
14:26 Kwart

## Nederland heeft vieste water van Europa, en dat gaat geld kosten

7 maart 2023 16:00 • Aangepast 21 april 2023 15:10

Home > Nieuws > Natura 2000-gebieden: Stikstofneerslag daalt, maar voor veel natuur nog te hoog

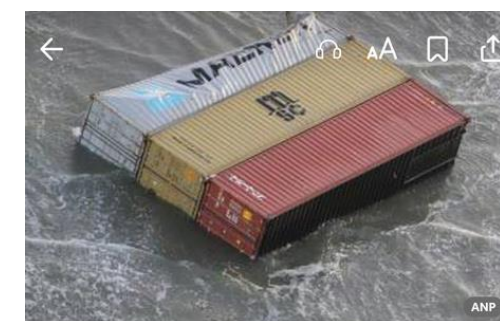
### Natura 2000-gebieden: Stikstofneerslag daalt, maar voor veel natuur nog te hoog

NOS Nieuws • Maandag 9 oktober, 11:15

### Nieuwe KNMI-scenario's: grote gevolgen in Nederland door veranderend klimaat

 **Heleen Ekker**  
redacteur Klimaat en Energie

Nederlandse zomers zullen droger worden en de winters natter, als ge de wereldwijde opwarming door de uitstoot van fossiele brandstoffen. uit de nieuwste KNMI-klimaatscenario's. De vorige scenario's dateren uit 2014.



NOS Nieuws • 27 januari, 14:43

### Veel troep MSC Zoe wordt nooit meer opgeruimd: 'Noordzee is afvalhoop'

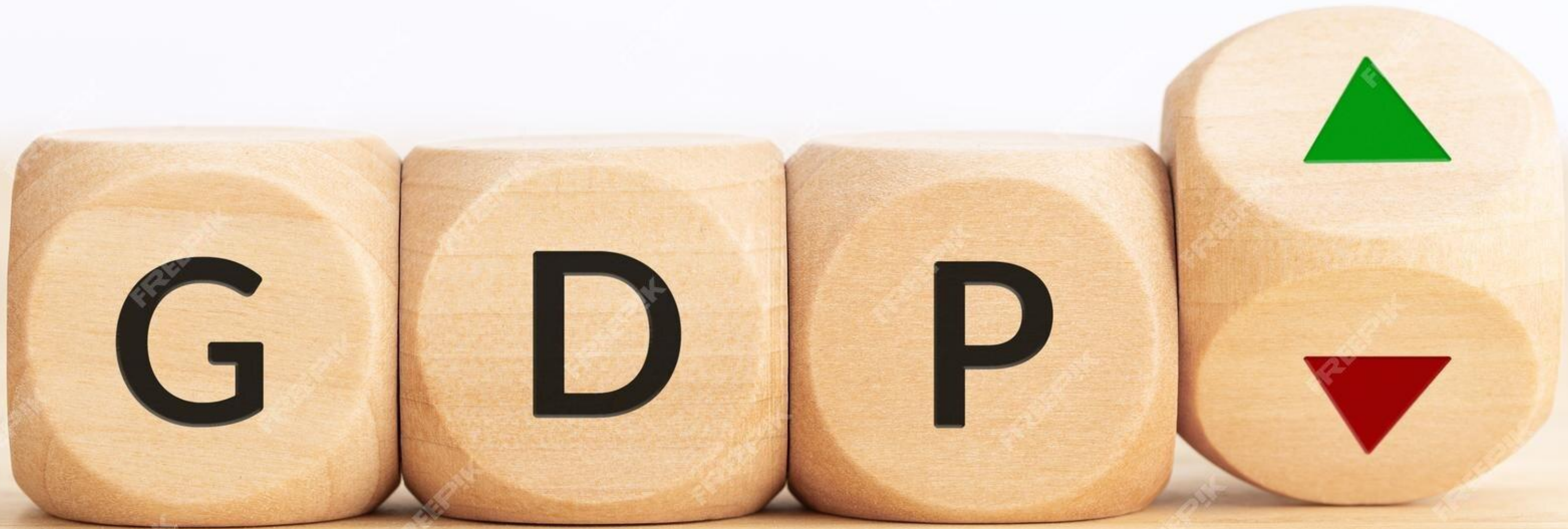
Er ligt nog steeds zo'n 800.000 kilo troep in zee



**Brede welvaart waarin economische, sociale en ecologische aspecten in balans zijn, met als doel de kwaliteit van leven voor huidige en toekomstige generaties te waarborgen**

**THE  
FUTURE**



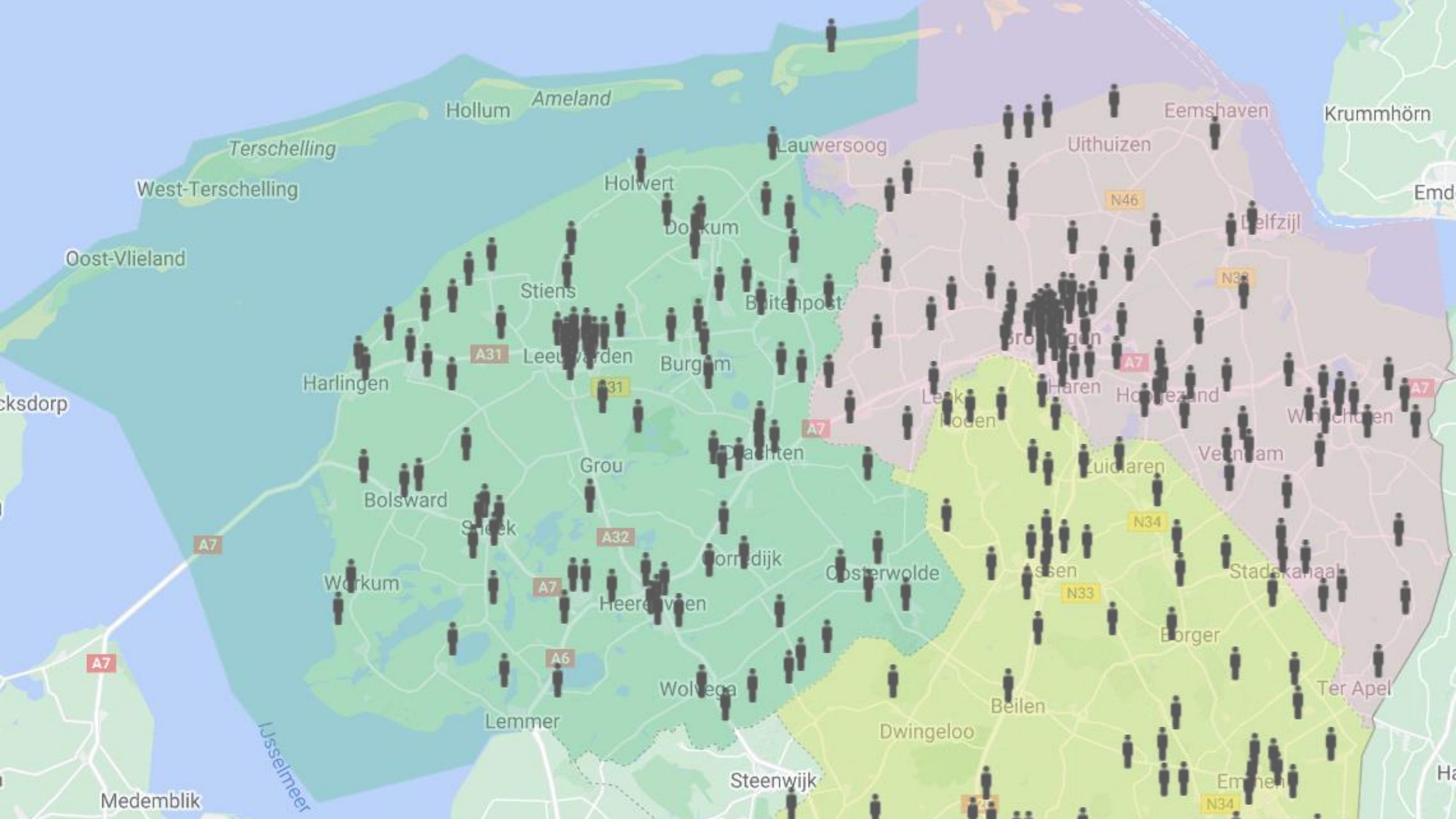




# Bereidheid tot duurzaam gedrag

Wel bereid	Niet bereid
energie besparen thuis;	om producten te delen, lenen of huren;
het gescheiden inleveren van kapotte spullen;	tweedehands en refurbished producten te kopen;
het weggeven van producten voor een tweede leven;	om bepaalde vormen van energiebesparing rond mobiliteit uit te voeren (zoals met de trein of bus op vakantie te gaan);
het kopen van duurzamere productalternatieven (zoals kleding van kenaf of hennep, meubels van gerecyclede materialen of <b>biologisch voedsel</b> );	<b>om bepaalde vormen van minder consumeren uit te voeren (zoals weinig vlees en zuivel eten of geen auto hebben).</b>
levensduurverlenging (het kopen van hoogwaardigere en te repareren producten die langer meegaan en reparatie);	
bepaalde vormen van energiebesparing rond mobiliteit (zoals een elektrische auto kopen, dicht bij huis op vakantie gaan of energiezuinig autorijden); en	
bepaalde vormen van minder consumeren (zoals weinig nieuwe kleding kopen of in een kleine woning wonen).	







**Wat zijn voor jullie belangrijke elementen bij het kopen van voedselproducten?**

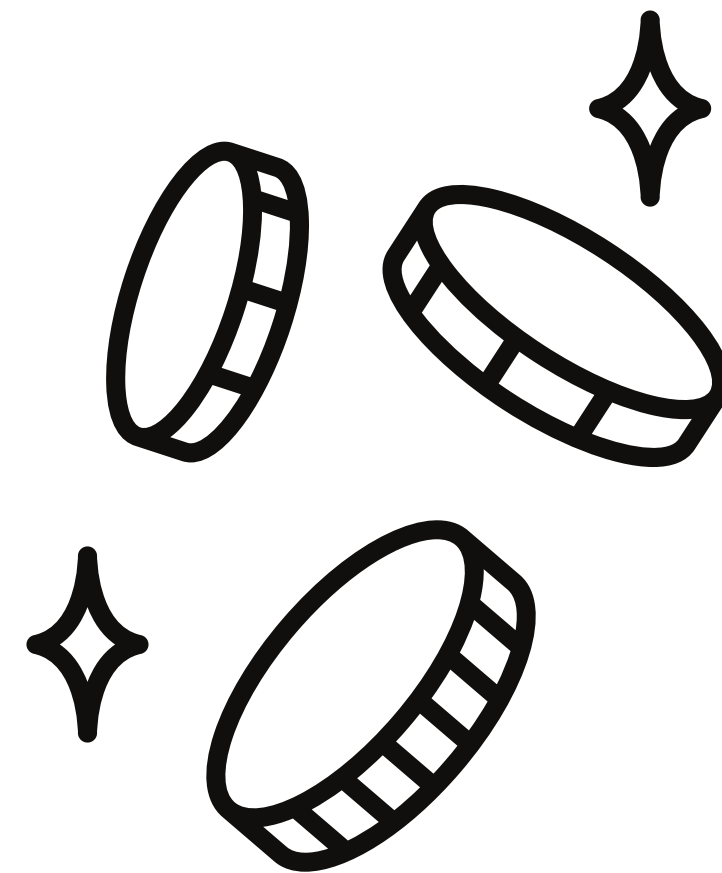
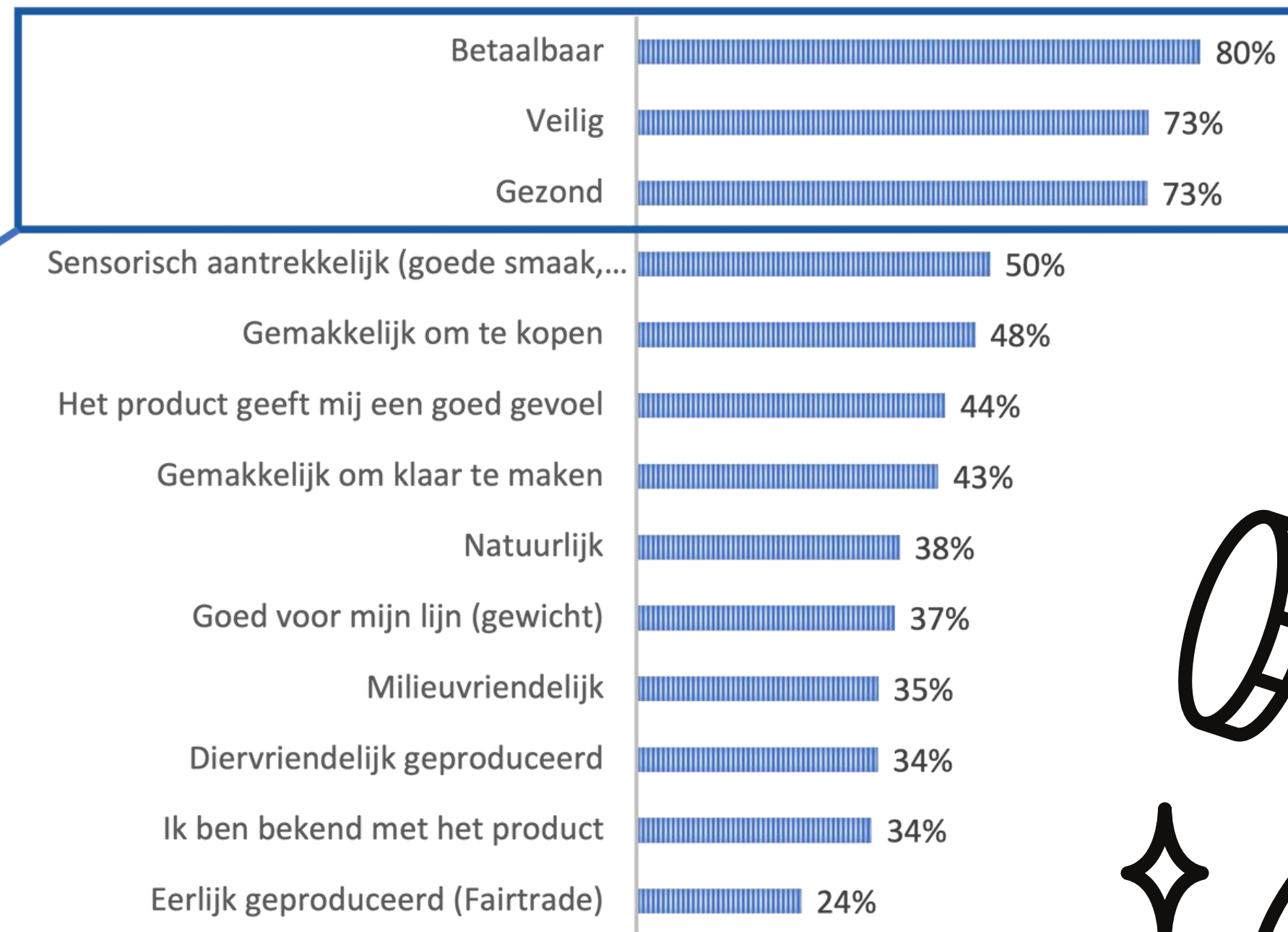


# (Heel erg) belangrijke elementen bij de aankoop van voedselproducten voor een maaltijd

Deze top 3 is terug te vinden in:

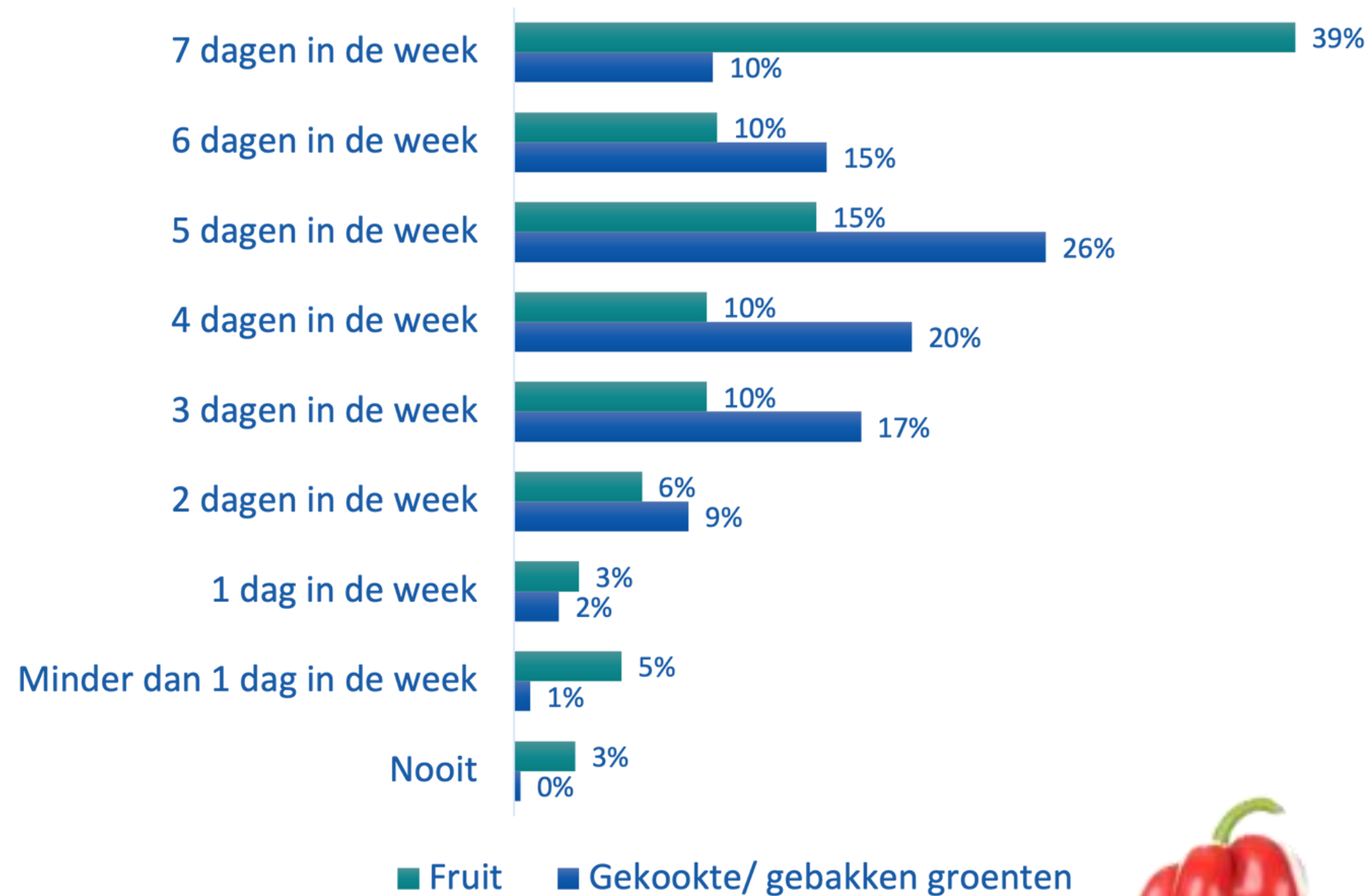
- alle geslachten
- alle leeftijdsgroepen
- alle provincies
- alle opleidingsniveaus

Echter, de volgorde van deze top 3 is anders voor hoog opgeleiden (veilig – gezond - betaalbaar)





# Consumptie groente en fruit



Fruit wordt door meerderheid elke dag gegeten

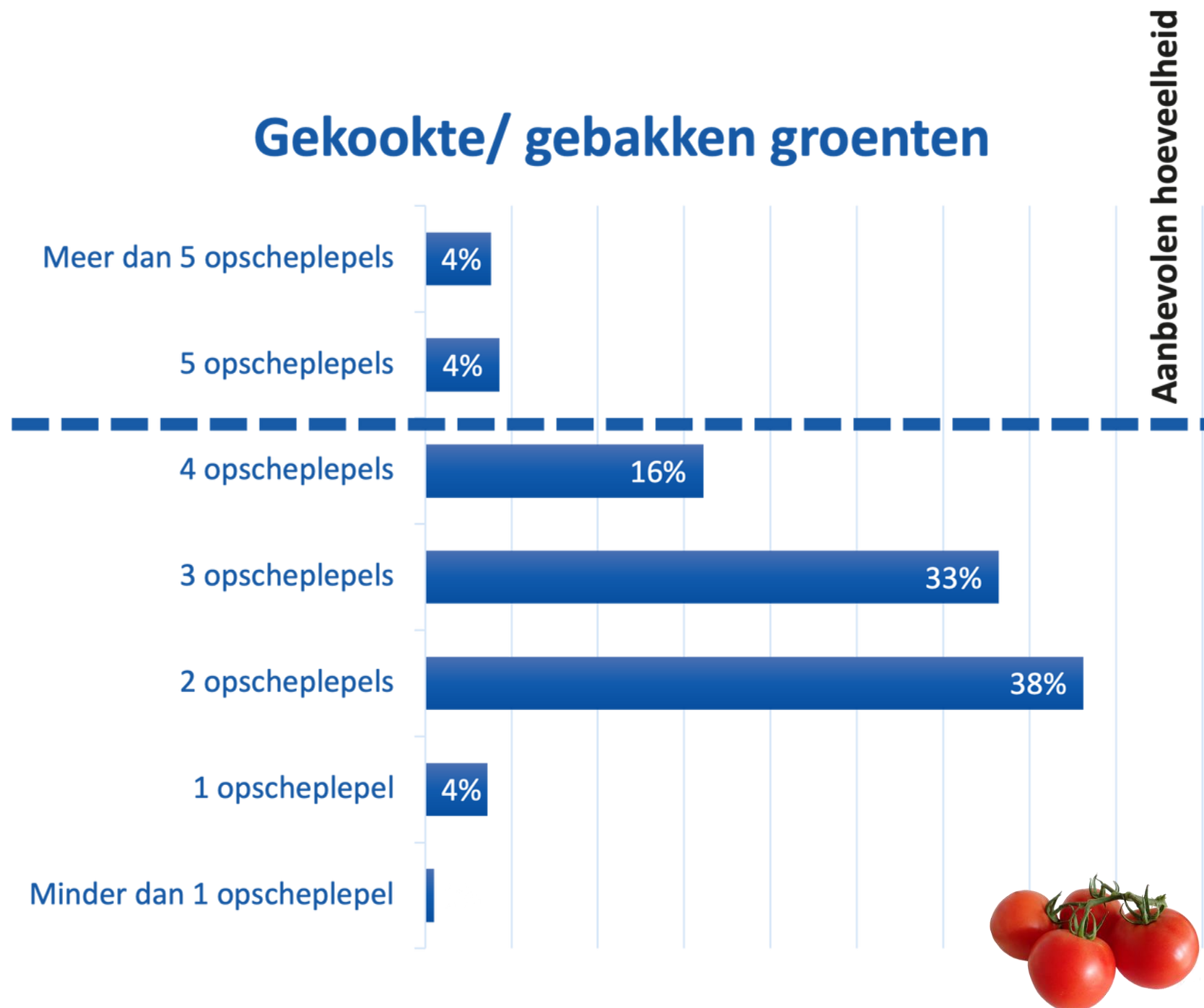
Groenten daarentegen voor de meerderheid 3-5 dagen in de week – in tegenstelling tot het advies om dagelijks groenten te eten.



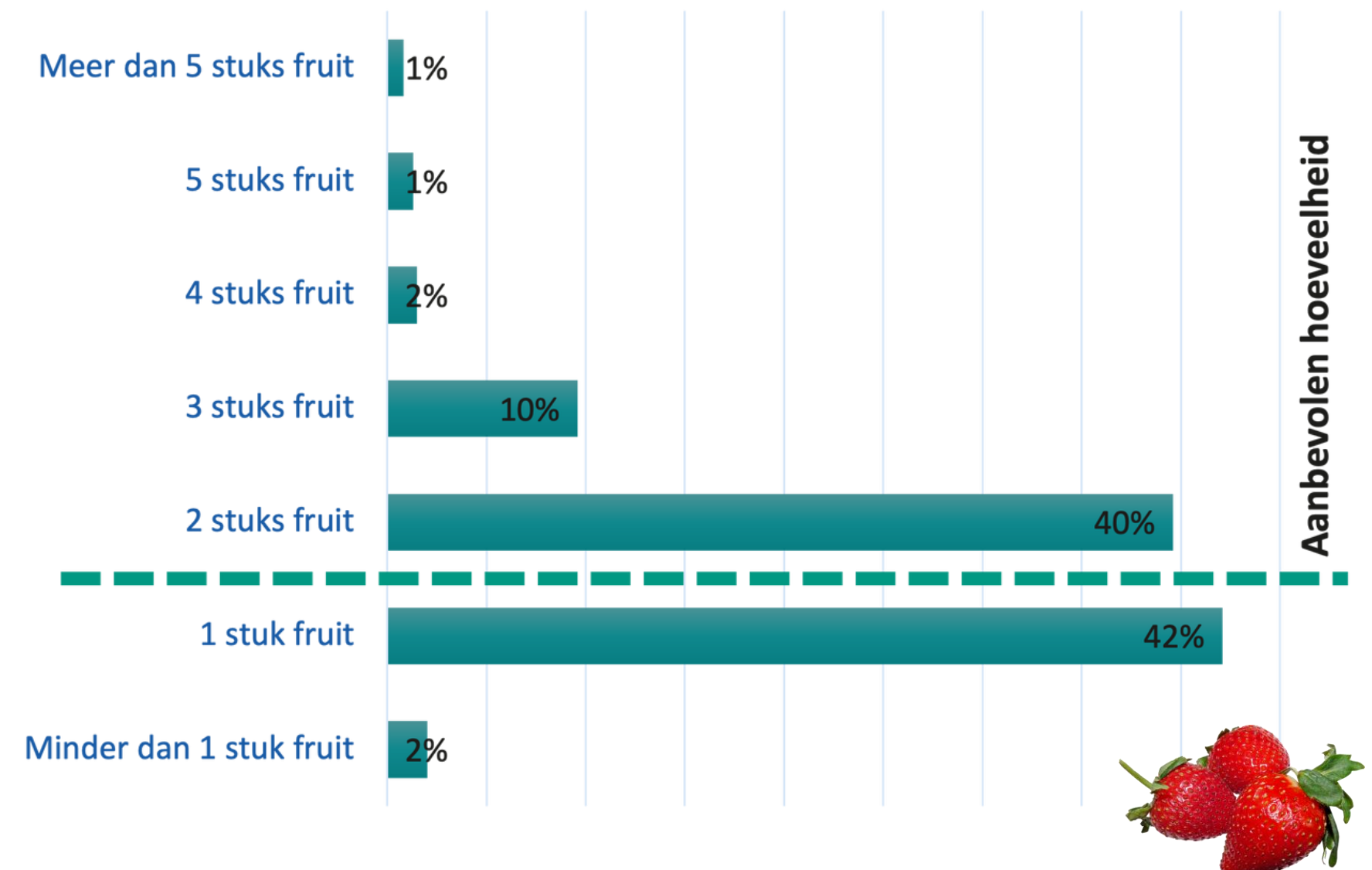


# Consumptie groente en fruit

## Gekookte/ gebakken groenten



## Fruit





# Biologische voeding



De meeste mensen weten wat biologische voeding is (77%)



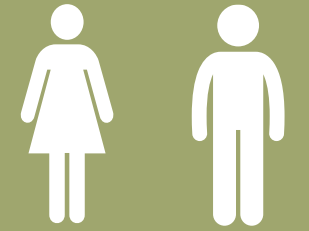
45% koopt zelden tot nooit biologische voeding



37% koopt soms biologische voeding



18% koopt vaak tot altijd biologische voeding



Vrouwen kopen vaker biologische voeding dan mannen







hoe gaan we van **soms**  
naar **vaak** of zelfs **altijd** ?





**GEBREK AAN KENNIS**

**SOCIAAL-CULTUREEL**

**GEBREK AAN VERTROUWEN**

**GEZONDHEIDSBEWUSTZIJN**

**MILIEUBEWUSTZIJN**

**GEVOEL VAN CONTROLE**

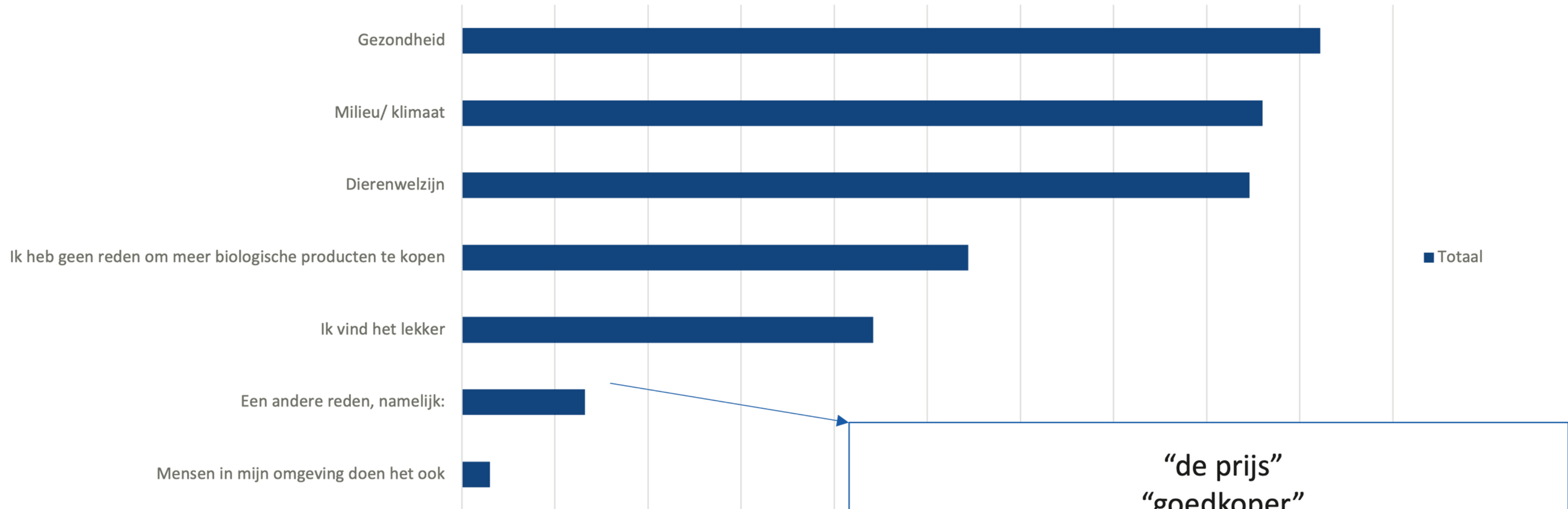




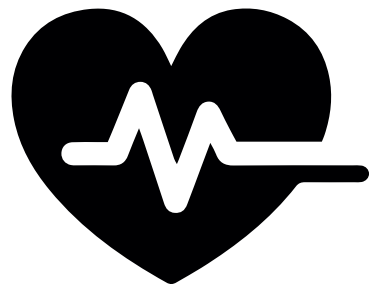
**Wat zijn voor jullie redenen om wel of geen biologische producten te kopen?**



# Motivaties



“de prijs”  
“goedkoper”  
“komt bij mij uit de onbespoten groententuin”

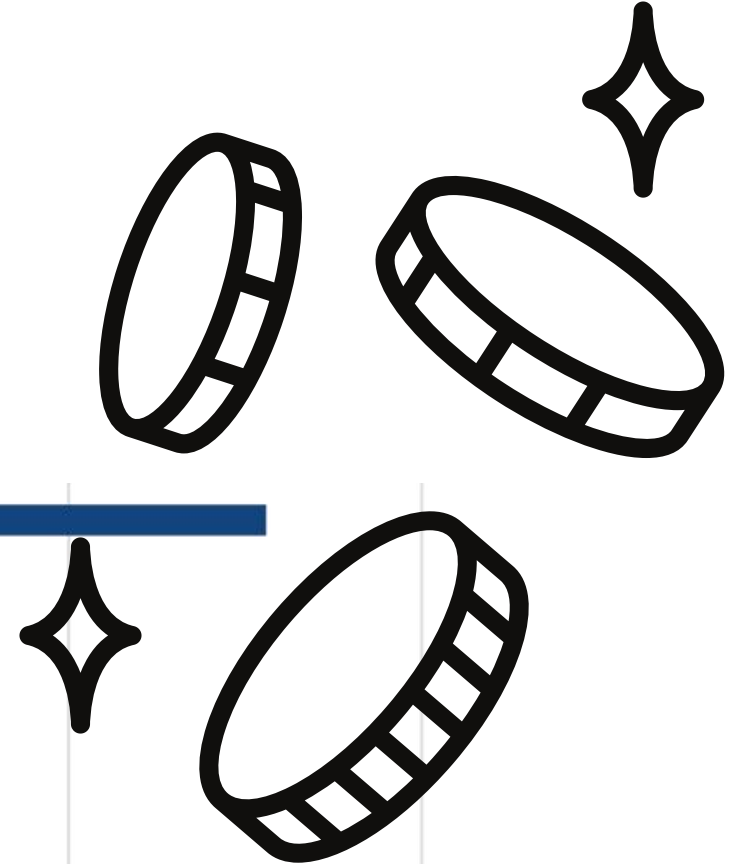




# Barrières



“dat er meer land moet worden omgebouwd, in plaats van meer natuur, meer vee”  
“financieel weinig ruimte over”  
“heb zelf een groente tuin”





“



***100% garantie dat het ook echt beter is voor het milieu***

***wordt te veel opgedrongen***

***wanneer al dat drammen stopt***

***omdat mijn kinderen dat willen***

***dat er meer land moet worden omgebouwd, in plaats van meer natuur,  
meer vee***



”



# WAAROM IS HET ZO MOEILIK OM JE GEDRAG TE VERANDEREN?

## MOGELIJKHEID

KAN IK HET MENTAAL EN/OF FYSIEK?

**KEUZEPROCESSEN**  
HET IS ANDERS EN GEDOE!

## GELEGENHEID

IS HET HAALBAAR IN DE OMGEVING WAAR IK LEEF?

**WEERSTAND**  
NIEMAND ZEGT WAT IK MOET DOEN!

**MOTIVATIE/DRIJFVEREN**  
WIL IK DAT WEL?

*(McKenzie-Mohr, 2000; Michie, et al., 2011; Van 't Riet and Ruiter, 2013)*



# SOCIALE VERGELIJKING

Als het gaat om duurzaam gedrag vergelijken we ons vooral met mensen die het minder goed doen

# PSYCHOLOGISCHE AFSTAND

We voelen afstand t.o.v. duurzaamheidsproblematiek in tijd, afstand en sociaal





# De omgeving helpt ook niet mee...

- **Reclame voor niet duurzame opties**
- **Gemak van niet duurzaam gedrag**
- **Prijs van niet duurzame producten**
- **Norm van niet duurzaam handelen**

*Bouman et al. 2023*

**Lange termijn effect van reclame: naarmate er meer reclame is neemt de consumptie toe**

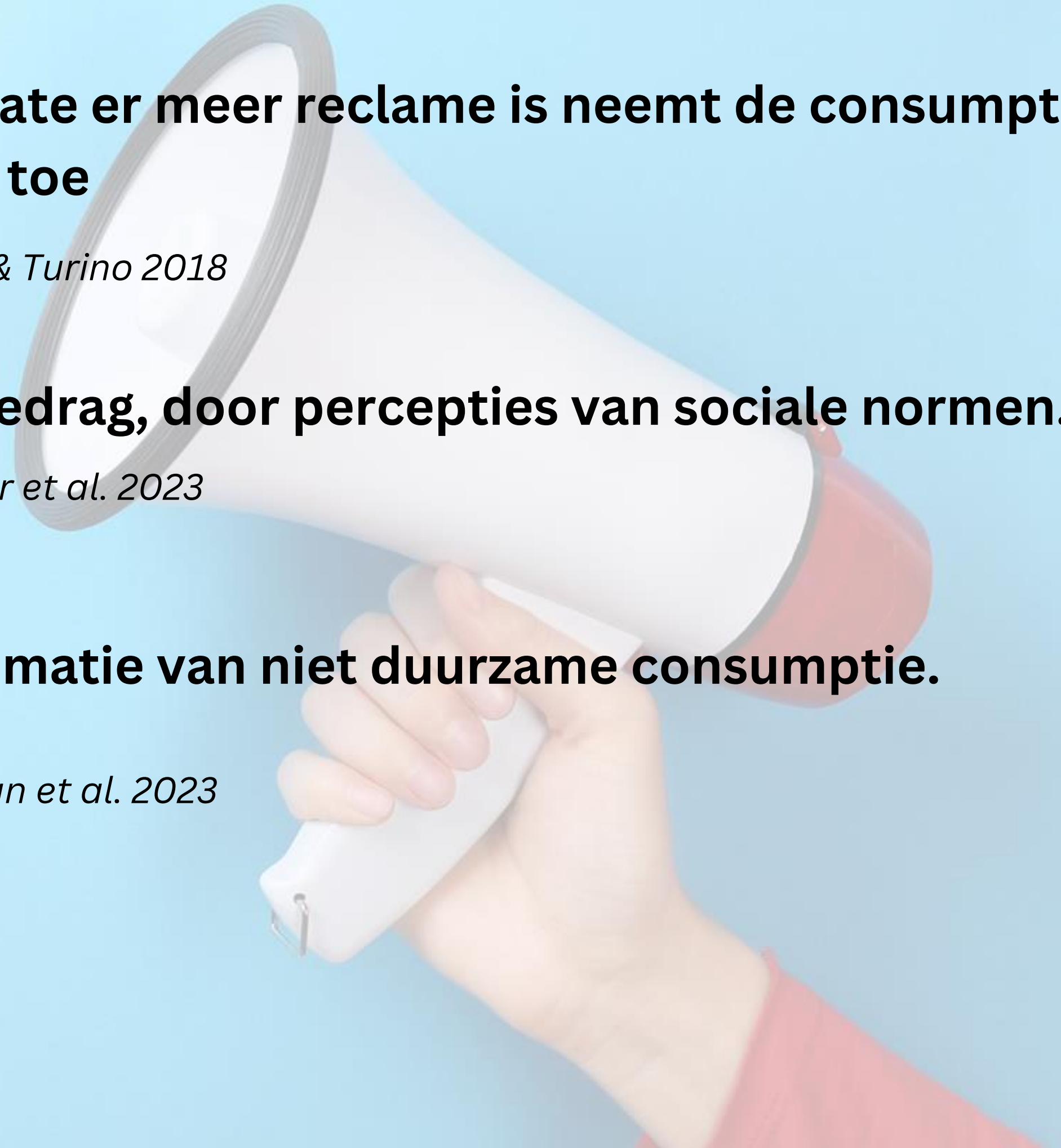
*Molinari & Turino 2018*

**Reclame normaliseert niet-duurzaam gedrag, door percepties van sociale normen.**

*Dastidar et al. 2023*

**Greenwashing verschaft de legitimatie van niet duurzame consumptie.**

*Bouman et al. 2023*



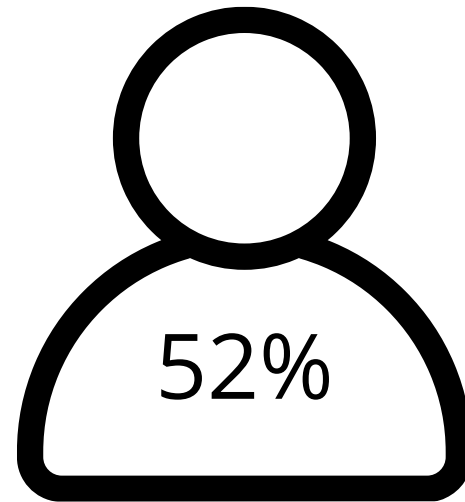


Communicatie d.m.v. content & media zijn belangrijke middelen om het gedrag van het publiek te beïnvloeden en ze spelen een sleutelrol in de transitie naar duurzamer en maatschappelijker gedrag.

*Vigar et al. 2017*

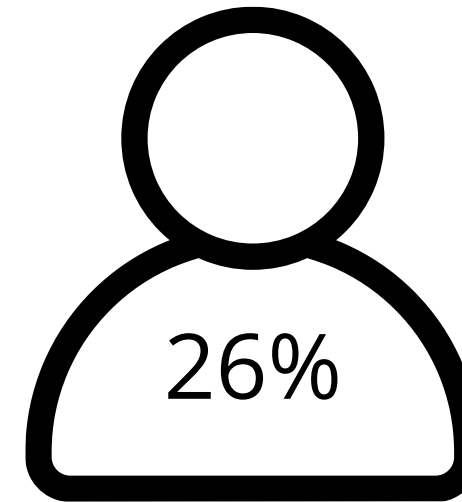


## Green explorers



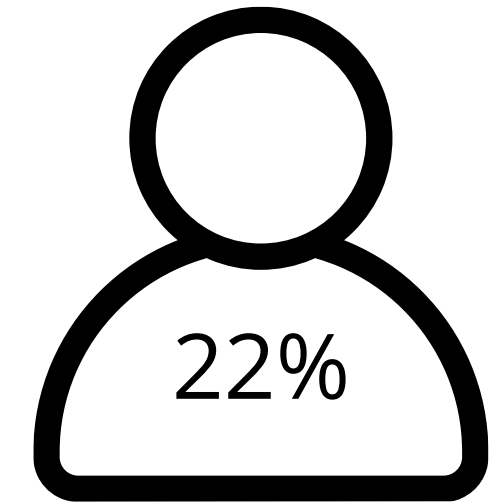
- Driekwart weet wat biologisch voedsel is
- Koopt zelden tot soms biologisch voedsel
- Staat open voor het kopen van biologisch voedsel
- Heeft geen duidelijke mening over de vraag of ze zichzelf als milieuvriendelijk beschouwen

## Eco-bewuste shoppers



- Bijna iedereen weet wat biologisch eten is
- Koopt soms tot altijd biologisch voedsel
- Heeft hoge intentie om biologisch voedsel te kopen
- Beschouwt zichzelf als milieuvriendelijk
- Voornamelijk vrouw (66%)

## Traditionele foodies



- Ongeveer tweederde weet wat biologisch voedsel is
- Koopt nooit tot zelden biologisch voedsel
- Heeft geen intentie om biologisch voedsel te kopen
- Beschouwt zichzelf niet als milieuvriendelijk
- Voornamelijk mannen (62%)



# Interventies traditionele foodies

**Educatieve impact:** studies tonen aan dat goed geïnformeerde consumenten eerder geneigd zijn om duurzame voedingskeuzes te maken

**Vertrouwen opbouwen:** het inzetten van experts kan de geloofwaardigheid vergroten, cruciaal voor het beïnvloeden van sceptische demografie





# Interventies Green Explorers

Focus op gezondheid

Focus op de bijkomende voordelen op het milieu

Ook hier kan meer kennis over het financiële aspect helpen





# Eco-bewuste shoppers

Focus op de omgeving meekrijgen  
En positieve bekrachtiging





A close-up photograph of a person's hand sowing seeds into the soil. The hand is positioned on the right side of the frame, with fingers carefully placing a seed into a small hole in the dark, rich earth. To the left, a young corn plant with vibrant green leaves is visible, growing from the soil. The background is softly blurred, showing more greenery and a warm, golden light that suggests a late afternoon or early morning setting. The overall scene conveys a sense of care and the beginning of a new cycle of growth.

**sow knowledge  
harvest change**



# Bedankt!



 Bianca Harms



[bianca.harms@nhlstenden.com](mailto:bianca.harms@nhlstenden.com)

[annalies.brijker@nhlstenden.com](mailto:annalies.brijker@nhlstenden.com)







## **Blijf op de hoogte!**

*Scan de QR-code om je in te schrijven voor onze maandelijkse nieuwsbrief. Ontvang het laatste FMF-nieuws én mis geen enkele GroenLunch.*

