

Universiteit Utrecht, Masterthesis

# ‘Duurzaam voedsel’

Een onderzoek naar het beeld over ‘duurzaam voedsel’ in Nederlandse kranten



Laura Wiegant

31-7-2014

Titel: 'Duurzaam voedsel'  
Subtitel: Een onderzoek naar het beeld over 'duurzaam voedsel' in Nederlandse kranten  
Onderwerp: Masterthesis  
Instituut: Universiteit Utrecht  
Faculteit: Geowetenschappen  
Master: Geo-communicatie  
Auteur: L.C.A (Laura) Wiegant  
Student nummer: 3481387  
Email: L.C.A.Wiegant@students.uu.nl  
Thesis begeleider: B. van Gorp  
Datum: 31-7-2014  
Bron Voorpagina: <http://www.puurgezond.nl/duurzaam/duurzaam/article/gezond-eten-is-beter-voor-milieu/>

© L.C.A. Wiegant, 2014

Dit materiaal mag niet worden gekopieerd, gereproduceerd of gepubliceerd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

# Samenvatting

De wereld heeft de opgave om 12 miljard mensen van voedsel te gaan voorzien en milieu en natuur te beschermen. Veelal heerst de mening dat dit niet bereikt kan worden als de wereld op de huidige manier blijft eten. Er wordt ook wel gesproken van een voedselcrisis die te maken heeft met de huidige productie, verdeling en consumptie van dat voedsel. De nadelige effecten van het huidige voedselsysteem worden steeds meer duidelijk, zowel op het gebied van het milieu als de maatschappij. Als oplossing zou er overgegaan moeten worden op een duurzaam(er) voedselsysteem.

Duurzaamheid is een veelbesproken onderwerp en er zijn vele initiatieven en grote ambities. Zo wil Nederland over 15 jaar mondiaal koploper zijn op het gebied van duurzaam voedsel. Het is echter niet duidelijk wat er precies bedoeld wordt met 'duurzaam voedsel'. Allereerst is er sprake van een omstreden definitie en is duurzaamheid moeilijk te definiëren. Ten tweede gaat het bij voedsel om een gehele keten waar verschillende actoren bij betrokken zijn. Deze actoren maken allemaal keuzes vanuit eigen belang en perspectief. Daarnaast belandt voedsel ook op het bord van de consument, die wederom keuzes maakt die subjectief en normatief zijn en ervoor zorgen dat elke burger op een andere manier een duurzame benadering naleeft. Dit draagt bij aan de complexiteit van duurzaam voedsel en leidt tot het ontstaan van maatschappelijke en wetenschappelijke debatten over welke situatie wenselijk is. Dat uit zich in verschillende oplossingsrichtingen en alternatieven, waaronder bijvoorbeeld een verscheidenheid aan keurmerken, maar ook in de discussie wie er verantwoordelijk is. De verantwoordelijkheid ligt zowel bij de productie- als de consumptie kant van het voedselproces, maar wordt echter vaak bij de burger gelegd. Door de vele alternatieven en vele keuzes weet ook de burger - al zou hij/zij de verantwoordelijkheid willen nemen - niet op welke manier hij/zij dient te verduurzamen.

Informatievoorziening over duurzaam voedsel is een belangrijke component (naast andere factoren die van invloed zijn op keuzegedrag) bij het verduurzamen van het voedselsysteem, omdat informatie een belangrijke rol speelt bij gedragsverandering en omdat informatie kan veranderen vanwege het dynamische karakter van duurzaamheid. Daarnaast kunnen er geen duurzame keuzes gemaakt worden als er geen informatie en kennis over en aandacht voor milieu- en voedselproblemen is. De media brengt dit onder de aandacht en is de belangrijkste informatiebron voor burgers wat betreft duurzaam voedsel. Daarom heeft de manier waarop de media bericht over duurzaam voedsel mogelijk invloed op wat de meerderheid van de burgers onder duurzaam voedsel verstaat (perceptie) en hier mee omgaat.

De vraag die daaruit vloeide: wat wordt er verstaan onder duurzaam voedsel en hoe bericht de media hier over? Het onderzoek had tot doel de berichtgeving over duurzaam voedsel in Nederlandse kranten (de afgelopen 22 jaar) in kaart te brengen om inzicht te krijgen in de beeldvorming omtrent 'duurzaam voedsel'. Belangrijke vragen zijn welke onderwerpen een rol spelen, in hoeverre er sprake is van agenda-setting en framing en in hoeverre het beeld veranderd is.

De voornaamste conclusies die uit het onderzoek kunnen worden getrokken is dat de media zowel een complex beeld schetst als concretiseert. Zo wordt impliciet toelichting gegeven door zowel duurzame als niet-duurzame kenmerken te benoemen, worden veel verschillende onderwerpen en thema's aan het licht gebracht, worden vele termen door elkaar gebruikt, worden er vragen gesteld wat duurzaam is en worden er concrete handvaten geboden om duurzaam te handelen. De berichtgeving is daarbij veelal oplossingsgericht. De media stuurt niet alleen in hoe we moeten handelen (morality frame), maar ook wie daar verantwoordelijk voor is (responsibility frame); voornamelijk de consument. Ook wordt de media gebruikt als discussie arena.

Er is een verandering in de nadruk op de drie componenten, planet, people, profit, door de jaren heen. Daarbij gaat het bij people veelal om voedselverspilling en dierenwelzijn. Het lijkt dat de media mee schrijft met de zoektocht naar wat duurzaam voedsel inhoudt. Dit onderzoek laat ook zien dat de media onbewust een selectief beeld overbrengt over duurzaam voedsel. Dat is niet vreemd, aangezien er geen duidelijkheid is of zal zijn over wat duurzaam voedsel precies inhoudt.

# **Abstract**

It is by many seen as a global task to provide food for 12 billion people and protect the natural environment. There is mostly the notion that this could not be achieved if the population of the world continues on the current trend of food consumption. Sometimes they speak about a food crisis, that has to do with the current production, distribution and consumption of food. The disadvantageous effects of the current food system are becoming more apparent, in relation to both the environment and the society. As a solution, the world would need to change to a (more) sustainable foodsystem.

Sustainability is a hot topic and there are many initiatives and large ambitions. The Netherlands is striving to become a global leader in the field of sustainable food in the next 15 years. However, it is not clear what they exactly mean by 'sustainable food'. Firstly, there is a controversial definition and sustainability is difficult to define. Secondly, it comes with a whole food chain, where different actors are involved. These actors all make choices based on their own interests and perspective. In addition, food ends up on the plate of the consumer, who will again makes choices that are subjective and normative. It ensures that every citizen approaches sustainable food in a different manner. This contributes to the complexity of sustainable food and leads to social and scientific debates, on which situation it is desirable. This is expressed in different solutions and alternatives, including for example a variety of labels, but also in the debate concerning who is responsible. The production and the consumption side of the food process are both responsible, but the responsibility is often laid at the feet of the citizen. Because of the many options and many choices the public does not know how to make the most sustainable decision, even if he/she want to take responsibility.

The provision of information about sustainable food is a major component (in addition to other factors which have an influence on behavioural choices) in the preservation of the food system. This is because information plays an important role in behaviour and because information can change due to the dynamic nature of sustainability. In addition, sustainable choices can not be made if there is no information, knowledge and attention to environmental- and food problems. The media brings this attention and is the main source of information for citizens in regards to sustainable food. Therefore, the way the media report on sustainable food may affect how the majority of citizens defines sustainable food (perception) and deal with it.

So the question is: what is meant by sustainable food and how does the media report about sustainable food? The researchs' aim was to map the coverage of sustainable food in Dutch newspapers (the last 22 years) to understand the image of 'sustainable food'. Important questions are the subjects that are involved, whether there is any agenda-setting and framing, and how the picture has changed.

The main conclusions that can be drawn from the study is that the media creates a complex picture as well as making the concrete. So there is an implicit explanation by naming both sustainable and non-sustainable characteristics, many different topics and themes are brought to light, many terms are used interchangeably, questions are asked as to what is sustainable and there are practical handles offered to act sustainably. The news usually has a solution. The media controls not only how to act (morality frame), but also who is responsible (responsibility frame); mainly the consumer. The media is also used as a discussion arena.

There is a change in the emphasis on the three components, planet, people, profit, through the years. The component People concerns mostly food waste and animal welfare. It seems that the media writes along with the quest for the meaning sustainable food. This study also shows that the media unwittingly conveys a selective view on sustainable food. This is not surprising, since there is or will be no clarity exactly on what sustainable food means.

# **Voorwoord**

Deze thesis is geschreven als afsluiting van de Master Geo-communicatie aan de Universiteit Utrecht. Na een moeilijke opstart en vertraging, maar wel een heel leerzaam en interessant proces, ligt hier het eindresultaat waarmee ik tevens mijn studietijd afsluit.

In de thesis komen de kennis en vaardigheden, die ik gedurende mijn studietijd heb verkregen, tot uiting. Het onderwerp komt voort uit mijn persoonlijke interesse in duurzaamheid en specifiek in voedsel. Zelf ben ik sinds mijn 10de levensjaar vegetariër uit zowel milieu- als diervriendelijke overwegingen en met de overtuiging dat vlees eten niet nodig is. Het onderwerp duurzaamheid heeft altijd mijn interesse gehad en om dit toe te passen op de huidige uitdagingen omtrent voedsel was voor mij dan ook een goede keuze. Tijdens het gehele proces ben ik zelf ook bewuster geworden van voedsel en ook enthousiaster om hier mee bezig te zijn. Het lijkt mij leuk om in de toekomst hier op voort te bouwen, aangezien ik door het schrijven van deze thesis nog meer enthousiasme heb verworven over het onderwerp.

Ik wil mijn begeleider Bouke van Gorp bedanken voor haar hulp, advies en feedback. Daarnaast wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor hun steun, hulp en feedback. Ik hoop dat u deze Masterthesis met veel plezier en interesse zult lezen!

Laura Wiegant, 31-07-2014

# Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
Abstract .....	4
Voorwoord .....	5
Inhoudsopgave .....	6
Inleiding.....	10
Probleemstelling.....	11
Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie.....	12
Leeswijzer .....	13
1. Theoretisch kader.....	14
1.1 Probleemschets .....	14
2. Duurzaam voedsel? .....	16
2.1 Duurzaam .....	16
2.2 Factoren van invloed op duurzaamheid.....	17
2.2.1 Planet, People, Profit.....	17
2.2.2 Andere factoren die van invloed zijn.....	19
2.2.3 Duurzaamheid: een manier van denken .....	20
2.3 Duurzaam voedsel .....	21
2.4 Conclusie .....	23
3. Hoe: Oplossingsrichtingen.....	25
3.1 Het ontstaan van alternatieven.....	25
3.2 Alternatieven, duurzaam?.....	28
3.3 Alternatieven en de consument: Keurmerken .....	28
4. Hoe en wie?.....	30
4.1 Kennis en keuzegedrag.....	30
4.2 Informatie en gedrag (consumptie) .....	33
4.3 Handelingsperspectief.....	35
5. Media en communicatie.....	36
5.1 Media: milieu- en voedselkwesties .....	36
5.2 Agenda-setting .....	37
5.2.1 Actoren: externe bronnen.....	37
5.3 Selectiviteit .....	38

5.4	Framing.....	40
5.5	Communicatie over voeding .....	41
6.	Conceptueel model .....	44
7.	Methodologie .....	45
7.1	Onderzoeksmethoden.....	45
7.2	Inhoudsanalyse.....	46
7.2.1	Kwantitatief en kwalitatief .....	46
7.2.2	Onderzoeksmateriaal – Kranten.....	47
7.2.3	Selectie zoekterm .....	48
7.2.4	Selectie van artikelen .....	49
7.3	Analyseschema .....	49
7.4	Betrouwbaarheid en validiteit.....	52
8.	Resultaten.....	53
8.1	Omvang en kenmerken steekproef.....	53
8.2	Thema's .....	55
8.3	Agendasetting.....	56
8.4	Definitie .....	60
8.3.1	Toelichting .....	61
8.5	Toon.....	67
8.6	Perspectief.....	68
8.7	Framing.....	68
8.8:	Het beeld .....	71
9.	Conclusie .....	73
9.1	Discussie .....	76
10.	Literatuurlijst .....	78
11.	Bijlage .....	93
	Bijlage 1: Overzicht artikelen analyse.....	93
	Bijlage 1a: Voorbeeld artikel analyse .....	97
	Bijlage 2: Overzicht weggevallen artikelen en voorbeelden .....	101
	Bijlage 3: Overzicht theorie met termen (schema) .....	103
	Bijlage 4: Codes na analyse .....	104

# **Lijst met kaders, figuren en tabellen**

## **Kaders**

Kader 1: Voedselverspilling .....	15
Kader 2 : Genetische Modificatie .....	18
Kader 3: Vleesconsumptie.....	31
Kader 4: Deelvragen .....	47
Kader 5: Voorbeeld van artikelen met het thema ‘stimuleren duurzaam voedsel’ en thema ‘beleid’ .....	56
Kader 6: Illustratie andere termen .....	61
Kader 7: Voorbeelden impliciet.....	63
Kader 8: Voorbeelden impliciet.....	63
Kader 9 : Voorbeelden handelingsperspectief (handvatten) .....	65
Kader 10: Voorbeelden 3 P’s. ....	66
Kader 11: Voorbeelden frames .....	70

## **Figuren**

Figuur 1: 9 thema’s van de Alliantie Verduurzaming Voedsel .....	22
Figuur 2: Vleesverbruik Nederlandse consumenten, per hoofd naar soort (kg).....	31
Figuur 3 : ELM Model .....	33
Figuur 4: Theorie van gepland gedrag.....	34
Figuur 5: Overzicht publicatiejaar en aantal artikelen .....	57
Figuur 6: Aantal krantenartikelen naar krantensoort en krant.....	58
Figuur 7: Publicatie maanden en dagen.....	58
Figuur 8: Duurzaam voedsel als naam.....	61
Figuur 9 : Aantal artikelen met expliciete toelichting, naar kranten .....	62
Figuur 10: 3 P’s naar jaartal.....	67
Figuur 11: Toon naar jaartal .....	68
Figuur 12: Frames naar jaartal .....	69

## **Tabellen**

Tabel 1: Handelingen duurzaam voedsel .....	22
Tabel 2: 12 beïnvloedingsfactoren nieuws: Galtung en Ruge (1965).....	39
Tabel 3: Kranten voor inhoudsanalyse .....	48
Tabel 4: Resultaat zoekterm ‘duurzaam voedsel’ .....	53
Tabel 5: Weggevallen artikelen .....	54
Tabel 6: Sectie .....	54
Tabel 7: Gemiddeld aantal woorden, naar krant .....	54



Tabel 8: Thema's .....	55
Tabel 9 : Aantal artikelen naar paginanummer.....	59
Tabel 10: Voorpagina artikelen: krant, datum en titel.....	59
Tabel 11: Meest voorkomende andere termen dan duurzaam voedsel.....	60
Tabel 12: Keurmerken .....	64
Tabel 13: 3 P's naar kranten .....	66
Tabel 14: Toon.....	67
Tabel 15: Perspectief.....	68
Tabel 16: Frames .....	68
Tabel 17: Aantal woorden naar jaartal.....	69

# Inleiding

In de Metro van vrijdag 20 september 2013 was een special toegevoegd over de 'Bio 10 daagse 19-28 september 2013'. De leus op de voorkant vermeldt: 'Kom alles te weten over Biologisch, Lekker, Natuurlijk!' (Metro, 2013). Deze 'Bio 10 daagse' werd voor het eerst gehouden. In het artikel wordt uitleg gegeven over biologisch eten, wat het inhoudt, hoe men het herkent, maar ook wordt de consument overgehaald om biologisch te gaan eten. Hieruit kwamen de vragen naar voren waarom dit als belangrijk wordt gezien, of deze aandacht recent is en hoe de media rapporteert over voedsel. In 2013 kwam daarnaast de 'Monitor Duurzaam Voedsel' (Rijksoverheid, 2013) in het nieuws en werd er bericht dat er de afgelopen jaren een stijging heeft plaatsgevonden in het kopen van duurzaam voedsel (o.a. Nu.nl, 2013b; NOS, 2013). Duurzaam voedsel is een veelbesproken onderwerp anno 2014. Zo wordt er door de overheid, bedrijven, kranten en de maatschappij in het algemeen veel aandacht besteed aan duurzame ontwikkeling (Roorda, 2010, p. 3; Duurzame lifestyle, 2013; RIVM, 2014; VROM, 2009, p. 2; Duurzaam-ondernemen, 2014) en vinden er ontwikkelingen plaats om anders te consumeren en te produceren (Gast, e.a., 2009, p. 7; van Economische Zaken, 2013, p. 5-9; Overheid.nl, 2010). De ambitie van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) is om Nederland over 15 jaar mondiaal koploper te laten zijn op het gebied van duurzaam voedsel (Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010; Kamerstukken II, 2010). Waar komt deze ambitie vandaan? En in hoeverre besteed de media hier aandacht aan?

De wereldbevolking bestaat uit 7 miljard mensen en die worden gevoed met behulp van moderne landbouwtechnieken en processen (Baines, 2006, p. 4; Worldometers, 2014; The World Bank, 2014a). Door het gebruik van onder andere kunstmeststoffen en chemicaliën kon na de Tweede Wereldoorlog de voedselproductiviteit worden opgevoerd. Dit leidde echter tot milieuproblemen, zoals de aantasting van leefgebieden van dieren en planten (Colquhoun & ten Bosch, 2013; Petherick, 2009, p. 52; De Pater, 2009, p. 79 -94; Keulartz, 2013). Deze twee opgaven leiden tot discussie. De wereld heeft aan de ene kant de opgave om in de toekomst een geschatte 12 miljard mensen van voedsel te voorzien en aan de andere kant zijn er velen van mening dat milieuvervuiling en verlies van natuurgebieden tegen gegaan moeten worden. Daarnaast wordt er door velen aangedrongen op het beschermen van de natuurlijke systemen (de bodem, planten en dieren, het water van rivieren, meren en zeeën en het klimaat) waar de landbouw afhankelijk van is (Baines, 2006, p. 40; Van Dooren, 2014).

De zorg om het milieu en voedsel is niet nieuw. Thomas Maltus (1766-1834) schreef al dat de bevolking sneller groeide dan de voedselproductie en voorspelde dat als de bevolking in hetzelfde tempo zou groeien er voedseltekorten zouden ontstaan. Dit heeft echter niet plaatsgevonden door onder andere het gebruik van chemicaliën (Baines, 2006, p. 6-8; De Pater, 2011, 103-104). In de jaren '60 kwam er kritiek op het gebruik van chemicaliën. Zo gaat Rachel Carson's boek 'Silent Spring' (1962) over de desastreuze gevolgen van het grootschalig gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen (Keulartz, 2013; Staniforth, 2013, p. 254; Carson, 2002). Aan de zorg om het milieu en voedsel werd eind vorige eeuw de zorg om toekomstige generaties van voedsel te blijven voorzien en de huidige problemen niet af te wentelen op deze generaties toegevoegd (De Pater & van der Wusten, 1996, p. 254-258; De Pater, 2011, p. 104). Natuurlijke systemen zouden namelijk uit evenwicht geraakt zijn door de mens en dit heeft weer invloed op de kansen en mogelijkheden voor toekomstige generaties (De Pater & van der Wusten, 1996, p. 254-258). Zo komt volgens Baines (2006, p. 41-42) de voedselvoorziening in de problemen waar het mis is met het milieu. In 1972 kwam de Club van Rome met haar 'limits to growth' (1972). Zij stelde dat de groeiende wereldbevolking samen met de industrialisatie de hoofdoorzaken waren van de rooibouw en uitputting van het milieu en ervoor zorgden dat er steeds minder mensen gevoed zouden kunnen worden. Dit rapport leidde tot veel discussie, maar de publieke zorg om het milieu en de voedselvoorziening is er altijd geweest. In de jaren '80 en '90 werd deze zorg versterkt doordat milieukwesties op alle schaalniveaus gingen spelen en daarbij grensoverschrijdend werden (De Pater, 2011a, p. III; De Pater & van der Wusten, 1996). Daarbij

komt dat de wereldbevolking groeit en de vraag naar voedsel toeneemt. De meeste mensen zijn van mening dat aan deze vraag niet voldaan kan worden als de wereld op de huidige manier blijft eten.

Om een oplossing te bieden aan deze problemen is de term duurzaamheid ontstaan. De wereld moet volgens een deel van de mensheid overgaan naar een duurza(a)m(er) voedselsysteem. Voedsel heeft direct met duurzaamheid te maken, omdat voedsel vrijwel in alle huidige milieuproblemen een rol speelt (Diamond, 2008, p. 596-612). Zo kunnen onder andere bij de productie, de bewerking en de verspreiding van voedsel duurzame keuzes gemaakt worden. Maar ook op andere gebieden/sectoren waar duurzaam handelen wordt gestimuleerd heeft voedsel een rol, zoals gezondheid, mobiliteit, klimaat, afval, welzijn en ondervoeding (Brabantse Milieufederatie, 2014).

Duurzaamheid wordt beschouwd als oplossing voor deze milieuproblemen en de daaraan gerelateerde voedselproblemen. Ondanks de vele initiatieven is er geen duidelijkheid over hoe het voedselsysteem verduurzaamd moet worden. Duurzaam voedsel is net als milieuproblemen een complex begrip (Hansen, 2010). Deze complexiteit komt doordat het bij voedsel om een gehele keten gaat voordat het voedsel op het bord van de consument ligt en daar vele verschillende actoren bij betrokken zijn. In dat proces dienen continu keuzes gemaakt te worden, die zowel van invloed zijn op de mens als het milieu. Doordat er tegelijkertijd geen duidelijkheid is over wat precies 'duurzaam' is, wordt het vraagstuk van duurzaam voedsel nog ingewikkelder. Daarbij komt nog dat na het eindproduct (en de gehele keten) ook de consument keuzes maakt rondom voedsel en dit keuzegedrag op zichzelf ook een complex gegeven is (Tiemeijer, e.a, 2009, p. 11).

Om de verduurzaming van het voedselsysteem te bewerkstelligen is er de uitdaging om mensen mee te krijgen. De burger is steeds meer betrokken bij voedsel, maar de groep consumenten die bewust kiest voor duurzame producten is nog relatief klein (Gast, e.a. 2009, p. 28), al neemt dit wel toe (Rijksoverheid, 2013a; Ministerie van Economische Zaken, 2013). Informatie is een van de vele verschillende factoren die van invloed is op keuzes en gedrag (Tiemeijer, e.a., 2009, p. 11-19). Het artikel in de Metro probeert de consument mee te krijgen. Daarmee lijkt informatie, specifiek via de media, een rol te spelen bij het aanzetten tot gedragsverandering. Maar wat wordt er verstaan onder duurzaam voedsel en hoe bericht de media hier over? Het doel van het onderzoek wordt daarmee het in kaart brengen van de berichtgeving over duurzaam voedsel in Nederlandse kranten (de afgelopen 22 jaar) om inzicht te krijgen in de beeldvorming omtrent 'duurzaam voedsel'. Een overzicht van de verandering in de afgelopen 22 jaar kan daarbij laten zien of het beeld is veranderd, bijgewerkt of aangescherpt.

## **Probleemstelling**

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

***Welk beeld schetst de Nederlandse nieuwsmedia over 'duurzaam voedsel' in krantenartikelen en in hoeverre is dat in de afgelopen 22 jaar veranderd.***

Deelvragen:

1. In hoeverre wordt er door de media over duurzaam voedsel gesproken door de jaren heen?
  - 1a. In hoeverre is er sprake van agenda setting in de berichtgeving van Nederlandse kranten over duurzaam voedsel (zijn er periodes waarin kranten extra aandacht aan het onderwerp schenken en het dus op publieke/politieke agenda zetten)?
2. Welk beeld schetst de media over 'duurzaam voedsel'?
  - 2a. Welke deelonderwerpen spelen een rol bij deze beeldvorming, en in welke mate?
  - 2b. Op welk schaalniveau (lokaal, nationaal, internationaal) vindt de communicatie over voedsel over het algemeen plaats?
  - 2c. In hoeverre is er sprake van framing door de media over duurzaam voedsel?

## Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Er komt steeds meer informatie over waar ons voedsel vandaan komt en hoe dit wordt geproduceerd. De gedachte is dat als mensen worden voorzien van voldoende informatie, zij zullen handelen naar de gewenste optie. Er zijn echter vele andere factoren die ervoor kunnen zorgen dat deze kennis niet wordt omgezet in gedrag (Tiemeijer, e.a., 2009, p. 11-19). Toch speelt informatie een grote rol. Zo kunnen mensen niet duurzaam handelen als er geen duidelijkheid is over wat dit inhoudt. Voor het merendeel van de mensen is de media een belangrijk informatiekanaal als het gaat om aandacht voor milieuproblemen en voedsel (Hansen, 2010 & 2011; Nas, 2000, p. 44). Het internationale karakter van milieu- en voedselkwesties zorgt dat het niet direct zichtbaar is en er veelal geen andere bronnen zijn waar informatie vandaan gehaald kan worden (Hansen, 2010; Hansen, 2011; Nas 2000, p. 41; Botelho & Kurtz, 2008). De media is daarmee een belangrijke actor voor de meerderheid van burgers in de informatievoorziening en daarmee ook in de beeldvorming over duurzaam voedsel. Het betreft de meerderheid van de burgers, doordat de media zich richt op de meerderheid van het publiek (Bodt, 2007).

Er zijn een aantal redenen waarom het interessant is om te kijken naar de berichtgeving over duurzaam voedsel in Nederlandse nieuwsmedia. De onduidelijkheid over hoe het voedselsysteem verduurzaamd moet worden leidt tot veel debatten rondom dit thema. De eerste reden is het feit dat de media fungeert als een arena voor deze debatten en daarmee de publieke opinie weerspiegelt. De media heeft ten tweede ook invloed op de publieke opinie. Volgens Bodt (2007, p. 479) hebben de media *'an important role in fostering debate, influencing public opinion, and encouraging people to make behaviour changes towards sustainability'*. Ook heeft de media volgens Hansen invloed op de opvattingen, overtuigingen, de kennis en de manier waarop mensen de natuurlijke omgeving waarnemen en waarderen (Hansen, 2010, p. 3 & 2011). De manier waarop de media berichten over duurzaam voedsel heeft mogelijk invloed op wat de meerderheid van het publiek/burger onder duurzaam voedsel verstaat en hoe hij/zij hiermee omgaat. Zo blijkt uit onderzoek van Kalaitzandonakes e.a. (2004) dat de media een belangrijke rol speelt in het vormgeven van publieke perceptie van biotechnologie. De negatieve toon van de media in Europa heeft gezorgd voor een negatieve houding tegenover genetisch gemanipuleerde organismen (GGO's)(Kalaitzandonakes e.a., 2004; Curtis, e.a. 2004, p. 70-74; Marks & Kalaitzandonakes, 2001).

Dat de media invloed heeft op de publieke opinie heeft ook te maken met de derde reden die de manier waarop de media werkt betreft. De media zal veel selectiever zijn dan bijvoorbeeld een wetenschapper (gaat meer in op complexiteit rondom duurzaam voedsel), om het begrijpelijk te maken voor de meerderheid van het publiek. Een journalist moet namelijk keuzes en selecties maken bij zo'n complex onderwerp om het te vertalen naar een begrijpelijk concept voor de burger. De media heeft de mogelijkheid om te bepalen wat mensen over het onderwerp lezen en daarmee wat zij als belangrijker beschouwen. Dit wordt ook wel agenda-setting genoemd (University of Twente, 2014; Nas, 2000, p. 11; Van Gorp, 2006, p. 22). Zo heeft de media volgens Hansen (2010 & 2011) milieuproblemen op de publieke en politieke agenda gezet en bijgedragen aan het ontstaan van bezorgdheid over milieukwesties. Ook kan de media bepalen hoe er over een onderwerp wordt gedacht. Door middel van framing heeft de media namelijk invloed in welke context er over een onderwerp wordt gedacht door een bepaalde lijn van interpretatie te geven (Nas, 2000, p. 121-122; Van Gorp, 2006, p. 22; Scheufele, 1999).

Uit eerder onderzoek blijkt dat de media een belangrijke rol speelt in het vormgeven van de publieke perceptie over biotechnologie (Kalaitzandonakes e.a., 2004; Marks & Kalaitzandonakes, 2001). Dit onderzoek is echter uitgevoerd in de Verenigde staten en Engeland. Ook is er door Lockie (2006) al een onderzoek gedaan naar de manier waarop de media verschillende onderwerpen rondom duurzaam voedsel (zoals duurzaamheid, biologische voeding en landbouw, genetische manipulatie en voedselveiligheid) framed. Deze inhoudsanalyse is echter uitgevoerd op de krantenartikelen uit Australië, Verenigd Koninkrijk en de Verenigde staten. De vraag die hier uit vloeit is wat de rol is van de

Nederlandse nieuwsmedia. Het is relevant om te kijken naar de nieuwsmedia, omdat zij een belangrijke informatiebron zijn voor mensen en uit eerder onderzoek is gebleken dat zij invloed heeft op de beeldvorming over onderwerpen die verband houden met 'duurzaam voedsel'. Dit onderzoek is echter niet in Nederland uitgevoerd. De vraag daarbij is dus in hoeverre de media in Nederland dit complexe onderwerp neerzetten. Schrijven ze over problemen, oplossingen, ontwikkelingen of geven ze zelf invulling? Welke aspecten benadrukken zij?

Andere onderzoeken richten zich in het algemeen op berichtgeving over milieuonderwerpen en duurzaamheid, maar niet specifiek op (duurzaam) voedsel. Zo is er onder andere onderzoek gedaan naar de rol van de media in de beeldvorming over milieukwesties (o.a. Sachsman, 2000; Stuart, e.a., 2000), het creëren van bewustzijn voor verantwoordelijke consumptie (Nalewajek & Maćik, 2013) en duurzame ontwikkeling (o.a. Bodt, 2007; Bird, e.a., 2008) en het gebruik en (Van Gorp & Van der Goot, 2009) nut van frames bij de communicatie over het verduurzamen van de voedselproductie- en consumptie (De Boer & Aiking, 2009) Daarbij is het juist interessant om te kijken hoe met dit nieuwe, populaire en complexe concept 'duurzaam voedsel' wordt omgegaan in de media. Er is in het algemeen wel onderzoek gedaan naar de werking van de media en de invloed die zij kan hebben door middel van agenda-setting en framing. Dit kan in dit onderzoek worden toegepast op de beeldvorming over duurzaam voedsel.

### **Leeswijzer**

Allereerst worden in hoofdstuk 1 beknopt de problemen omtrent voedsel geschetst. Hierin worden de maatschappelijke ontwikkelingen besproken die tot debatten hebben geleid over welke situatie omtrent voedsel wenselijk is. Voor de oplossing van deze problemen wordt vaak duurzaamheid aangekaart. Het is echter niet duidelijk wat hiermee wordt bedoeld en er is sprake van een omstreden definitie. De belangrijkste focus hierbij ligt op het achterhalen wat 'duurzaam voedsel' precies inhoudt, ofwel de definitie. Daarom wordt er in hoofdstuk 2 een overzicht gegeven van huidige definities en opvattingen over duurzaamheid en specifiek 'duurzaam voedsel' en welke factoren een rol spelen bij de vorming van deze definities. Duurzaam voedsel is moeilijk te definiëren en complex, doordat er geen duidelijkheid is over wat precies duurzaam is en het om een keten gaat met vele actoren. Het gevolg hiervan is dat er geen overeenstemming is over de manier waarop er verduurzaamd moet worden en daarnaast is er ook een discussie over wie er verantwoordelijk is. Dat uit zich in verschillende oplossingsrichtingen, discussies en alternatieven, die worden besproken in hoofdstuk 3, maar ook in de discussie wie er verantwoordelijk is (hoofdstuk 4). Veelal wordt de verantwoordelijkheid bij de burger gelegd. Door de vele keuzes weet ook de burger, al zou hij de verantwoordelijkheid willen nemen, niet op welke manier hij/zij dient te verduurzamen. Daarom wordt ingegaan op de informatievoorziening en keuzegedrag van de consumenten in hoofdstuk 4. Informatie is belangrijk (naast andere maatregelen) en aangezien de media een belangrijke bron is bij de informatie over milieuproblemen en voedsel wordt in hoofdstuk 5 ingegaan op de rol van de media. Hoofdstuk 6 geeft het conceptueel model weer en in hoofdstuk 7 wordt ingegaan op de methode van het onderzoek. In hoofdstuk 8 worden de resultaten weergegeven en daarop volgen de conclusie en discussie in hoofdstuk 9.

# **1. Theoretisch kader**

## **1.1 Probleemschets**

De mens heeft altijd zijn voedsel uit de natuur gehaald. Het menu van de mens is veel gevarieerder dan van de meeste dieren. Mensen eten fruit, groenten, vlees, vis, zuivelproducten, eieren, granen, zaden en noten (Baines, 2006, p. 4 - 6), maar uiteindelijk is al ons voedsel afkomstig van planten. Deze afhankelijkheid van planten zorgt ervoor dat de mens een zo hoog mogelijke opbrengst probeert te krijgen om alle monden te voeden. Nieuwe landbouwtechnieken en het gebruik van kunstmeststoffen en chemicaliën (sinds de Tweede Wereldoorlog) hebben de voedselproductiviteit en kwantiteit omhoog gebracht en gezorgd voor een wereldmarkt die zo goedkoop mogelijk voedsel produceert (Baines, 2006; Petherick, 2009, p. 52; De Pater, 2009, p. 79 & 87; Meester, e.a., 2013, p. 312; De Geo, 2004; AgriHolland, 2013a; Tegenlicht, 2008). Door de steeds intensievere en efficiëntere productiewijze is de productie per hectare, per dier en per persoon in Nederland de hoogste ter wereld geworden (De Pater, 2009, p. 85-87). Er kunnen daardoor meer mensen gevoed worden met dezelfde oppervlakte landbouwgrond (Baines, 2006, p. 7-16 & Petherick, 2009, p. 54-55). Nu is ongeveer 37 procent van al het land op aarde landbouwgrond (The World Bank, 2014b) en in Nederland is dat tweederde (CBS, 2014; AgriHolland, 2013b; Groene Ruimte, 2009) en daarmee worden de huidige 7 miljard mensen op de wereld gevoed (Baines, 2006, p. 4; Worldometers, 2014).

Zoals uit de inleiding bleek is er echter de opgave om zowel in de toekomst 12 miljard mensen (9 miljard in 2050)(Overheid.nl, 2010) te voeden als rekening te houden met het milieu en de volgende generaties (Keulartz, 2013; Baines, 2006, p. 19). Dat er wordt gesproken over een voedselcrisis (Volkskrant, 2012; Foodlog, 2013b) heeft veelal te maken met de huidige productie, verdeling en consumptie van dat voedsel (Gast, e.a., 2009, p. 4). De huidige problemen rondom het voedsel zijn divers, maar veelal worden de problemen gerelateerd aan de geïndustrialiseerde en geglobaliseerde landbouw (Martens, 2013, p. 8; Tegenlicht, 2008; Shiva, 2014; Voedsel Anders Conferentie, 2014).

Veel milieuproblemen hebben direct met voedsel te maken (Diamond, 2008, p. 596-612). De nadelige effecten voor de aarde van de ontwikkelingen in de landbouw en het huidige voedselsysteem worden steeds meer duidelijk: aantasting van ecosystemen en verlies van (agro) biodiversiteit, klimaatverandering en milieuvervuiling. De schaalvergroting en intensivering in de landbouw, en daarmee overmatig watergebruik, bodemuitputting, overbemesting, vervuiling, verstoring van de stikstof- en waterkringloop en gebruik van kunstmest en bestrijdingsmiddelen, hebben grote gevolgen gehad voor natuur (dieren en planten) en het milieu (De Geo, 2004, p. 37; Keulartz, 2013; Baines, 2006; Groene Ruimte, 2013; PCCC, 2007; Van Dooren, 2014, p.2; Westhoek, e.a., 2013, p. 8; Arts & De Lange, 2008; Bolkestein, 2002; Martens, 2013, p. 6), maar ook voor het landschap (De Pater, 2009, p. 93-94). Vooral het gebruik van chemicaliën wordt vaak genoemd als oorzaak voor het aantasten van leefgebieden van dieren en planten en problemen met natuur en milieu (Baines, 2006, p. 7-16, 23 & Petherick, 2009, p. 51-55; Keulartz, 2013). Deze chemicaliën zouden ook gevolgen kunnen hebben voor de menselijke gezondheid (Baines, 2006, p. 18; PAN NA, 2014; Dijkgraaf, 2014), waardoor naast de zorg om het milieu en dierenwelzijn er ook zorg is om de volksgezondheid (RLI, 2013a). De uitstoot van broeikasgassen voor de productie en transport van voedsel zorgen voor de opwarming van de aarde en heeft daarmee ook gevolgen voor de landbouw (Baines, 2006, p. 6-8; Van Dooren, 2014). Ook is de productie van voedsel, voornamelijk de veeteelt, verantwoordelijk voor één vijfde van ons totale energieverbruik (Gast, e.a., 2009, p. 4). Ongeveer 20 tot 35 procent van de totale milieubelasting op aarde wordt veroorzaakt door de productie en consumptie van voedsel (Gast, e.a., 2009, p. 4; Milieu Centraal, 2014a; Van Dooren, 2014, p. 1; Schutter, 2014) en de productie van vlees behoort tot de meest milieubelastende onderdelen (Bakker & Dagevos, 2010, p. 2; Tegenlicht, 2008).

De landbouw draagt niet alleen bij aan de milieuproblemen, maar ondervindt ook problemen hiervan. Zo heeft de klimaatverandering invloed op de landbouwoogst (door extreme weersomstandigheden mislukken oogsten of worden gebieden niet meer geschikt (of soms juist wel)

voor de landbouw (Baines, 2006, p. 41; De Geo, 2004, p. 37; Groene Ruimte, 2013; Gast, e.a., 2009, p. 5-7). Daarnaast neemt de biodiversiteit af, worden milieueisen strenger, verschaalt het landschap (RLI, 2013a; Gast, e.a., 2009, p. 5-7) en raakt de landbouw afhankelijk van fossiele brandstoffen (in de gehele keten) (Gast, e.a., 2009, p. 5-7; Colquhoun & ten Bosch, 2013).

Niet alleen heeft de geïndustrialiseerde en geglobaliseerde landbouw (die ervoor heeft gezorgd dat producten ver van de afzetmarkt konden worden verbouwd) (De Geo, 2004, p. 34; Baines, 2006, p. 15; Daniels, 2008, p. 25) voor milieuproblemen gezorgd, maar ook voor andere meer sociaal (en maatschappij) gerelateerde problemen. Zo heeft de globalisering de Nederlandse landbouw onder druk gezet (De Geo, 2004), neemt de internationale concurrentie op de grondstoffenmarkt toe (RLI, 2013a), zijn er oneerlijke handelsrelaties, kunnen kleine boeren niet overeind blijven (De Geo, 2004, p. 35; De Pater, 2009, p. 87-88, 90) en worden in ontwikkelingslanden voedselgewassen verdrongen voor de export naar de westerse markt (Baines, 2006, p. 32). Dit leidt tot milieuschade, hoge importkosten (Teichmann, 2003) en lage prijzen voor boeren. Er zijn ook nog andere problemen gerelateerd aan voedsel. Voedsel is duurder geworden door de groei van de wereldbevolking. Eetpatronen veranderen; mensen eten ongezond, te veel en meer vlees (Westhoek, e.a., 2013, p. 8; Gast, e.a., 2009, p. 5-7; Kamerstukken II, 2010) en veel voorbewerkt voedsel (Gast, e.a., 2009, p. 13-14; Baines, 2006; Gates, 2009).

### **Kader 1: Voedselverspilling**

In Nederland verdwijnt in een gemiddeld huishouden ongeveer 14 procent van het gekochte voedsel in de vuilnisbak. Dit is ongeveer 50 kilogram voedsel á 150 euro per persoon per jaar. In Nederland wordt jaarlijks ongeveer voor 5 miljard euro aan voedsel weggegooid, waarvan 2,5 miljard door consumenten (Milieu Centraal, 2014a; Rijksoverheid, 2014c; Overheid.nl, 2010; NCDO, 2013). Er wordt daarmee niet alleen voedsel verspild, maar ook grondstoffen, water en energie die nodig zijn voor de productie en vervoer van voedsel (NCDO, 2013). Volgens CLM (2011, p. 1) komt de verspilling van voedsel doordat de intrinsieke waarde van voedsel niet wordt gezien, de prijs bepaalt de status van het voedsel. Hoe efficiënter we voedsel produceren, hoe meer voedsel we weggoien. Dat is de paradox.

Daarnaast is er sprake van een paradoxaal probleem (NCDO, 2013; Van Dooren, 2014). Aan de ene kant van de wereld wordt voedsel weggegooid en leidt men aan overgewicht. Voedselverspilling (op het land, in de keten en bij de consument) wordt gezien als een groot probleem (Van Dooren, 2014; Gast, e.a., 2009, p. 4; Baines, 2006, p. 18; CLM, 2011, p. 1 & 13) (kader 1). Aan de andere kant lijden meer dan 800 miljoen mensen op de wereld aan ondervoeding, wat onder andere komt door de manier waarop voedsel wordt verhandeld (Baines, 2006; FAO e.a., 2012, p. 8; Schutter, 2014; Von der Weid, 2012, p. 8; NCDO, 2013; Van Dooren, 2014).

De problemen zijn veel omvangrijker dan hierboven beschreven, maar duidelijk is dat deze ontwikkelingen voor problemen hebben gezorgd met het milieu en daarmee ook de voedselvoorziening.

## 2. Duurzaam voedsel?

In het vorige hoofdstuk is het probleem geschetst waarvan de oplossing duurzaam voedsel zou zijn. De vraag is echter wat duurzaam voedsel dan zou moeten zijn? Waar komt het vandaan? En hoe wordt dit vertaald? In 2.1 wordt allereerst in het algemeen de definitie 'duurzaam' besproken en de complexiteit van dit begrip. Er zijn een aantal factoren die bijdragen aan de complexiteit van duurzaamheid, waardoor het begrip moeilijk is te bevatten en te beschrijven. Hier wordt in 2.2 op ingegaan. In 2.3 wordt specifiek ingegaan op duurzaam voedsel.

### 2.1 Duurzaam

Voor het ontstaan van de term duurzaamheid/duurzame ontwikkeling wordt het rapport '*Limits To Growth*' van de Club van Rome uit 1972 gezien als een historisch aanknopingspunt. Hierin werd zorg uitgesproken over de milieuproblemen en de uitputting van de natuurlijke hulpbronnen in samenhang met de bevolkingstoename. Het rapport kreeg veel kritiek en de voorspellingen bleven uit (Sleurs, 2006, p. 91). Volgens De Pater (2011, p. 104) had de club van Rome het toen misschien bij het verkeerde eind, maar nu lijkt het vast te staan dat de mondiale samenleving de ecologische draagkracht van de aarde op de proef stelt. Dit zorgde eind vorige eeuw voor aandacht bij onder andere onderzoekers en beleidsmakers (Sleurs, 2006, p. 91).

Het begrip 'duurzame ontwikkeling' werd voor het eerst in internationaal verband gedefinieerd in de *World Conservation Strategy* (1980): *"Om ontwikkeling duurzaam te laten zijn, moet het sociale en ecologische factoren in beschouwing nemen, evenals economische. Er dient rekening gehouden te worden met de levende en niet-levende hulpbronnenbasis. En zowel de lange als de korte termijn moeten aandacht krijgen"* (Kraker, e.a., 2014, p.2). Het rapport 'Our Common Future' (1987) van de Wereld Commissie voor Milieu en Ontwikkeling (WCED) - ook wel het Brundtland rapport genoemd - heeft het debat rond duurzame ontwikkeling definitief op gang gebracht en is de meest aangehouden definitie. Hierin werd het begrip omschreven als: *"een ontwikkeling die voorziet in de behoeften van de huidige generatie zonder de mogelijkheid van de toekomstige generaties in het gedrang te brengen om in hun eigen behoeften te voorzien"*. De definitie is vaag omdat het vragen oproept als 'kennen we de behoeftes van volgende generaties' en 'met hoeveel toekomstige generaties moet rekening worden gehouden?' Ondanks het feit dat deze definitie vaag is, is deze nog steeds leidend (United Nations, 1987; Sleurs, 2006, p. 91; Kraker, e.a., 2014, p 2). Aan deze algemene definitie van duurzame ontwikkeling is op de VN- conferentie in 1992 in Rio de Janeiro een verdere invulling gegeven door onder andere de algemene Verklaring inzake Milieu en Ontwikkeling, het Kyoto-verdrag inzake de Klimaatverandering en het Verdrag inzake de Biologische Diversiteit (Sleurs, 2006, p. 91-92). Europees beleid heeft ook een invulling gegeven aan het begrip. De top van de Europese Raad van Göteborg (2001) riep de lidstaten op om een eigen nationale strategie voor duurzame ontwikkeling op te stellen. De thema's binnen deze nationale strategie zijn armoedebestrijding, vergrijzing van de bevolking, klimaatverandering, mobiliteit, beheer van de natuurlijke rijkdommen en gezondheid (Sleurs, 2006, p. 92).

Het begrip 'duurzame ontwikkeling/duurzaamheid' lijkt na de introductie een grote invloed te hebben en veel in beweging te zetten. Vrijwel elk land ter wereld heeft nu een nationale strategie voor duurzame ontwikkeling of is bezig om deze op te stellen. Op allerlei niveaus, van de EU tot provincies en gemeenten, worden strategieën ontwikkeld. Dit is opmerkelijk aangezien het begrip zelf zo complex is dat zij een concrete toepassing in de weg zou kunnen staan (Kraker, e.a., 2014, p. 2). Hierdoor heeft het begrip onder invloed gestaan van debatten die het begrip verder invulde of aanscherpte. Zo zei in 2003 Dennis Meadows (hoofdauteur van het rapport *Limits to Growth*) tijdens een lezing in Nederland dat de kansen op ontwikkeling van een duurzame samenleving niet moeten worden gezocht in de vraag of er nieuwe delfstoffen ontdekt zullen worden of dat er efficiëntere productiemethoden worden ontwikkeld. Dit zijn niet meer dan tijdelijke oplossingen. De intrinsieke kenmerken (demografische en economische groei en de grens van de natuurlijke draagkracht) van het wereldsysteem bepalen volgens Meadows of



de toekomst duurzame stabiliteit zal brengen, of dat het zal doorschieten of instorten. Volgens Meadows zal de mens niet tot duurzame stabiliteit komen als het wereldsysteem de volgende vier kenmerken bezit.

Ten eerste als groei de drijvende kracht is, want een toename van de economie is een toename in productie. Ten tweede als het systeem geen respect heeft voor fysieke, biologische en ecologische grenzen (ook wel '*planetary boundaries*'). Als deze grenzen worden overschreden zal de groei leiden tot een onomkeerbare ineenstorting van de natuurlijke omgeving. Ten derde als er aanhoudende verslechtering plaatsvindt nadat het draagvermogen van de aarde is overschreden. En tot slot als er grote vertragingen in de reacties van het systeem blijven. Politici denken in korte termijnen terwijl verslechtering op lange termijn plaatsvindt (De Pater, 2011, p. 104-107; De Pater, 2003). Duurzaam denken gaat daarbij over de grenzen heen. Het is dus een lange termijnvisie, waarbij er rekening moet worden gehouden met de draagkracht van de aarde.

## **2.2 Factoren van invloed op duurzaamheid**

Er zijn door de jaren heen verschillende definities gevormd en in 2.1 zijn kort een aantal voorbeelden gegeven. Duurzaamheid is/likt 'gewone' taal maar als men het wil beschrijven en definiëren dan krijgt het een veelomvattende en complexere inhoud (Venselaar, 1999). Het is moeilijk om het begrip in eenduidige termen te bevatten en te beschrijven en de redenen hiervoor (die veelal met elkaar in verband staan) worden in dit hoofdstuk besproken.

### **2.2.1 Planet, People, Profit**

De ecologische voedselafdruk (maat voor ecologische impact van voedsel) van de gemiddelde Nederlander is twee keer groter dan het wereldwijd gemiddelde en drie keer groter dan de draagkracht van de aarde (Van Dooren, 2014). De ontwikkelingen van de landbouw en de consumptiepatronen hebben ervoor gezorgd dat de wereld tegen ecologische, maatschappelijke/sociale en economische grenzen is aangelopen.

Deze grenzen betreffen de drie dimensies Planet, People, Profit (SER, 2002; Roorda, 2010; Gast, e.a., 2009, p. 9; RLI, 2013b, p. 16). Deze 3 P's (ook wel '*The Triple bottom line*') werden door Elkington (2004) in de jaren '90 geïntroduceerd als de drie primaire pijlers voor duurzame ontwikkeling. Duurzaamheid wordt daarom in veel definities vertaald naar deze 3 P's. In het geval van voedsel houdt **Planet** (ecologie) het nemen van verantwoordelijkheid voor de keten van begin tot eind in, de zorg voor kringlopen, hergebruik afvalstoffen, efficiënt omgaan met grondstoffen en water, behoud van biodiversiteit en ecologische veerkracht. Bij **People** (sociaal) gaat het om veiligheid en gezondheid, vertrouwen en respect in voedsel, dierenwelzijn, en eerlijke verdeling voedsel. Bij **Profit** (economisch) gaat het onder andere om een eerlijk inkomen en gezond financieel resultaat (Gast, e.a., 2009, p. 9; RLI, 2013b, p. 16).

Door alle beschreven problemen in 1.1 is het verduurzamen van het voedselsysteem als oplossing opgekomen. Om de problemen op te lossen zouden deze 3 P's in evenwicht moeten zijn en daarbij komt er een duurzame voedselvoorziening tot stand. Zo zou een bedrijf winst kunnen maken en het vertrouwen van de consument winnen, terwijl zij zorgvuldig omgaat met het milieu (RLI, 2013a, RLI, 2013b). Volgens Sleurs (2006, p. 90 – 93) is het kenmerk van duurzame ontwikkeling de sterke en bijna onlosmakelijke verwevenheid van de ecologische, economische en sociaal-culturele aspecten (ofwel 3 P's) (Sleurs, 2006, p. 90 & 93; Gast, e.a., 2009, p. 9; RLI, p. 16).

Doordat deze 3 P's verweven zijn, er op alle drie keuzes gemaakt kunnen of moeten worden en door het feit dat ze ook elkaars tegenpolen kunnen zijn (paradoxe keuzes) dragen zij bij aan de complexiteit van het duurzaamheidsvraagstuk (kader 2 geeft een illustratie van deze paradoxale keuzes aan de hand van het debat over genetische modificatie). Daarbij komt het probleem dat niets 100 procent goed of slecht is door deze verwevenheid en de mogelijke tegenstelling tussen lange en korte termijn invloeden. Dit wordt door Meester, e.a. (2013, p. 311) bevestigd: "*Duurzaamheid omvat drie dimensies: een economische (profit), een sociale (people) en een ecologische (planet). De exacte 'eindtermen' van duurzaamheid kunnen niet worden vastgelegd. Werken aan duurzaamheid is werken*

aan een evolutierichting. Het gaat er om op één van de drie dimensies vooruitgang te boeken, zonder dat dit leidt tot een ontwrichting van één van de twee andere dimensies” (Meester, e.a., 2013, p. 311).

### **Kader 2 : Genetische Modificatie**

Ter illustratie van de complexiteit is het debat over Genetische Modificatie een goed voorbeeld. In dit debat komt duidelijk de verwevenheid van de 3 P's naar voren, namelijk dat de ene keuze invloed heeft op het andere. Daarnaast laat dit zien dat een oplossing of alternatief om tot duurzaamheid te komen ook weer tot debatten leidt.

GGO's worden aangedragen als oplossing voor duurzaam voedsel. Enerzijds kan met (gen) technologie een hogere productiviteit verkregen worden met minder input, een efficiënte manier van voedsel produceren en dus duurzaam (*planet*) en er kunnen kosten bespaard worden (De Wilde, e.a., 2004, p. 25; Curtis, e.a., 2004, p. 72). Zo wordt er minder voedsel verspild doordat er planten gecreëerd kunnen worden die beter tegen droogte kunnen, tomaten die gezonder zijn en maïs die beter is bestand tegen plagen (Rijksoverheid, 2014b; Baines, 2006, p. 43). Dit ontstaat doordat genen (eigenschappen) van de ene plant (of dier) worden overgebracht in de andere (of in dieren)(Petherick, 2009, p. 54; Wageningen UR, 2014b; Voedingscentrum, 2014c). Aan de andere kant heeft dit tegelijkertijd een risico voor aantasting natuur en milieu (Hails, 2000; Petherick, 2009, p. 54; Petherick, 2009, p. 54; Rijksoverheid, 2014b; Voedingscentrum, 2014c; De Wilde, e.a., 2003, p. 25) en specifiek de biodiversiteit (een soort kan resistent en dominant worden, door kruisbestuiving) (*planet*) (Shiva, 2014; Hails, 2000; De Wilde, 2004, p. 25; Wageningen UR, 2014b). Ook zijn er ethische- en gezondheidsbezwaren (*people*) (Mora, e.a., 2012). De 3 P's werken elkaar tegen, maar ook binnen één P kunnen keuzes tegen over elkaar staan. Er zouden dus gevolgen voor het milieu en de mens zijn, maar over deze gevolgen en in hoeverre het een duurzame vorm is, is geen consensus (Curtis, e.a., 2004, p. 71). Daarom is er in Nederland – en overal op de wereld – al 25 jaar sprake van een debat waarbij voornamelijk de tegengeluiden van technologische innovatie (op natuur en volksgezondheid) de overhand nemen (Scott, 2000; De Wilde e.a., 2003, p. 22-25; Bánáti & Lakner, 2006; Curtis, e.a., 2004, p. 70; Jelsma, 1999, p. 9). Er wordt ook wel gesproken over een tweestrijd tussen ecologische landbouw (natuur en milieu) en biotechnologische landbouw (wetenschap en technologie) (Keulartz, 2013). Ondanks dit debat is er op de wereld een toename te zien in de toepassing van GGO's (Meester, e.a., 2013, p. 301; Jonkers, 2014), maar in kleine mate in de EU vanwege het restrictieve beleid (Meester, e.a., 2013, p. 301-309; Wageningen UR, 2014a) en de negatieve houding van zowel de overheid als burgers (Kalaitzandonakes, 2004; Marks & Kalaitzandonakes, 2001; Curtis, e.a., 2004, p. 70-73; De Wilde, 2003, p. 11; Terlouw, e.a., 2002, p. 3; Gutteling, e.a., 2006; Bánáti & Lakner, 2006).

In dit debat komen ook andere factoren besproken in 2.2 naar voren. Het debat van Genetische Modificatie (GM) is complex doordat er in de wetenschap geen consensus over de risico's is (De Wilde, e.a., 2003), maar ook doordat er verschillende actoren (zoals Monsanto, overheid, burger, etc.) bij betrokken zijn met uiteenlopende belangen, percepties en waarden (De Wilde, e.a., 2003; Jelsma, 1999, p. 12) die ook op verschillende schalen opereren. Burgers hechten meer waarde bijvoorbeeld aan de noodzaak en aanvaardbaarheid van GGO's, dit terwijl de overheid zich meer richt op de risico's (Jelsma, 1999, p. 9-11; Bos, 2002; Mora, e.a., 2012; SER, 2002; Bionieuws, 2002). Daarnaast heeft GM betrekking op verschillende onderwerpen (milieu, biodiversiteit, gezondheid, ethiek)(De wilde, e.a., 2003, p. 13; Wageningen UR, 2014a & 2014b), wat ook bijdraagt aan deze complexiteit. De communicatie binnen het debat is dan ook divers en niet consequent. Het gebruik van verschillende termen (manipulatie, modificatie, transgenen, etc.)(Wilde e.a., 2003, p. 17; Petherick, 2009, p. 54; Van Dale, 2014) laat zien dat verschillende partijen op verschillende manieren spreken. Ook vind het debat volgens de Wilde e.a. (2003, p. 5) grotendeels plaats via de media en dient zij als spreekbuis voor verschillende actoren.

De verwevenheid is bijvoorbeeld te zien bij het probleem van de fossiele energiebronnen die binnen enkele decennia opgebruikt zullen zijn als de huidige economische groei in dezelfde lijn door blijft gaan. Biodiesel (zoals koolzaad) zou een oplossing zijn maar de vraag is of dit duurzaam is. Het kweken van de planten is namelijk afhankelijk van beschikbare landbouwgrond, die steeds schaarser wordt en waardoor natuurgebieden verloren kunnen gaan. De economische winsten hiervan zullen veelal naar grote transnationale bedrijven gaan en lokale arbeidsplaatsen zullen beperkt zijn, wat sociale gevolgen voor de lokale bevolking met zich meeneemt.

Dit alles maakt een eenduidige definitie of criteria voor duurzaamheid lastig. Dit uit zich in de praktijk tot het leggen van de aandacht op een van deze 3 P's en soms zelfs tot een afweging binnen één dimensie. Dit komt ook door de maatschappelijke en wetenschappelijk discussie, waardoor er geen duidelijkheid is over welke situatie wenselijk is. Er dienen altijd keuzes gemaakt te worden, omdat de 3 P's vrijwel nooit een eenheid kunnen zijn (hoe deze 3 P's doorwerken in het debat is geïllustreerd in kader 2). Van Egmond (2011) visualiseert dit met het streven om naar het midden van de cirkel (duurzaamheid) te gaan. Er is daarbij vrijheid om een plek binnen deze cirkel te kiezen, maar men dient wel binnen de cirkel te blijven en een evenwicht te bewaren. Doordat er keuzes worden gemaakt, worden er afwegingen gemaakt die er weer voor zorgen dat er meerdere toepassingen zijn. Er zijn daardoor meerdere wegen en manieren ontstaan om tot duurzaamheid te komen. Dit maakt duurzaamheid eerder een concept dan een vaststaand gegeven.

### **2.2.2 Andere factoren die van invloed zijn**

Duurzaamheid is niet alleen complex door de 3 P's en hoe deze verweven zijn. Zo is het begrip ook subjectief, normatief, dynamisch, is er sprake van verschillende termijnen en schaalniveaus en is het vrijwel niet te meten.

De definitie is nog in ontwikkeling en dat geeft ruimte voor eigen invulling (Venselaar, 1999). Deze ruimte zorgt ervoor dat het begrip subjectief en zelfs normatief van karakter is. Met **subjectief** wordt hier bedoeld dat de interpretatie afhangt van persoonlijke opvattingen of voorkeuren (Kraker, e.a., 2014, p. 3). Verschillende actoren, maar individuen, zullen daardoor elk een eigen invulling geven aan het begrip. Zo gaat de FAO (2014a) (Food and agriculture Organisation) bijvoorbeeld voornamelijk in op de milieubelasting, de voedselveiligheid en gezondheid voor huidige en toekomstige generaties (Van Dooren, 2014, p. 3; FAO, 2014b), terwijl bij de burger dierenwelzijn een grote rol speelt. Dat het begrip **normatief** is wordt mee bedoeld dat het begrip een norm bevat, iets wat nagestreefd moet worden maar niet per se door iedereen gedeeld wordt. Zo bevat de definitie van het Brundtland rapport de norm van intergenerationele solidariteit: toekomstige generaties moeten minimaal over dezelfde mogelijkheden beschikken als de huidige en ontwikkeling in rijke landen mag niet ten koste gaan van de ontwikkeling in arme landen (Kraker, e.a., 2014, p. 3).

Deze normen kunnen in de tijd veranderen. Volgens PBL (2014) hangt duurzaamheid van de voedselvoorziening af van de randvoorwaarden die de samenleving stelt. Daarbij zullen deze randvoorwaarden verschillen in de tijd. Door nieuwe kennis en inzichten kunnen ideeën veranderen. *“Wat nu als duurzaam wordt gezien kan over een aantal jaren als minimale ondergrens worden beschouwd”* (Wageningen UR, 2014a). Ook Meester e.a. (2013, p. 311) zeggen: *“De duurzaamheidsgedachte is dynamisch en evolueert mee met de maatschappelijke ontwikkelingen”*. Een citaat uit de Monitor Duurzaam Voedsel illustreert dit goed: *“in deze monitor wordt scharrelvlees wel als duurzaam/duurzamer beschouwd; scharreleieren met minder dan één Beter leven ster zijn dermate ‘standaard’ in de Nederlandse winkels dat de omzet hiervan niet in de monitor als duurzaam/duurzamer wordt aangemerkt”* (Ministerie van Economische zaken, 2013, p. 11). Scharreleieren waren in eerste instantie beter dan de legbatterij eieren, maar deze vormen nu al de ondergrens. De definitie is afhankelijk van de actoren en de tijd waarin er wordt gedefinieerd over duurzaamheid. Daarbij komt nog dat de definitie onderhevig is aan ‘persoonlijke’ invulling en verandering, dus ook op het gebied van een individu kan het **dynamisch** zijn.

Daarbij komen dan nog de aandacht voor zowel de korte als de lange termijn en de verschillende ruimtelijke schalen waarop de problemen zich kunnen voordoen. Rotmans (2003, p. 172) maakt dit laatste duidelijk: *“Vanuit mondiaal perspectief spelen biodiversiteit en voedselvoorziening een belangrijke rol. Vanuit Europees perspectief is naast de voedselzekerheid werkgelegenheid en een leefbaar platteland belangrijk”*. Voor Nederland ligt volgens Rotmans (2003, p. 172) de nadruk op ecologisch, economisch en sociaal-cultureel vlak het duurzaamheidsperspectief. Deze verschillende **schaalniveaus** werken ook door in het begrip. Definities gaan van breed en oppervlakkig naar concreet en specifiek. Zo kan de definitie ingaan op het verduurzamen van de gehele wereld, alleen Nederland, de landbouw, of zelfs het individueel verbouwen van voedsel in een moestuin. Concretisering gaat hand in hand met het schaalniveau. Concretisering gebeurt daarnaast ook omdat het veelal niet alles kan bevatten. Zo beschrijven Westhoek, e.a. (2013, p. 8-9) dat het de opgave is om voedsel te produceren zonder dat dit ten koste gaat van het milieu, dierenwelzijn en inkomen voor boeren. Hierin lijkt een concretisering van de 3 P's te zitten, dit terwijl de 3 P's in werkelijkheid veel meer inhouden.

Doordat duurzaamheid geen vaststaand feit is maakt het een **moeilijk meetbaar concept**. Het is daardoor vrijwel niet vast te stellen of de definitie gehaald wordt. De impact op mens, dier en milieu zijn niet bij elkaar op te tellen. Wel zijn er indicatoren om de belasting van het milieu aan te geven, zoals broeikasgassen, landgebruik, ecologische voedselafdruk, watergebruik, energiegebruik, vermessing en verzuring op regionaal niveau, uitputting van grondstoffen en verlies van biodiversiteit (Van Dooren, 2014, p.3). Opvallend is dat deze indicatoren grotendeels overeenkomen met de 9 thema's van de Alliantie Verduurzaming Voedsel (figuur 1, p. 22). Het verbeteren van dierenwelzijn en lage milieubelasting zijn al moeilijk te meten, maar het wordt moeilijker als er gedefinieerd wordt met vage begrippen als 'met respect voor', zoals in de Nota Duurzaam Voedsel van Ministerie van Economische Zaken (2013): *“Duurzaam voedsel betekent een productie en consumptie met respect voor mens, dier en milieu”* (Van Dooren, 2014, p. 2) en door Bionext (2014a) *“met respect voor de natuur en dieren”*. Ook in de omschrijving van people in het begin van deze paragraaf komt dit 'respect' naar voren. Toch doet de overheid een poging om het meetbaar te maken door in dezelfde monitor te definiëren dat zij onder duurzaam voedsel verstaat: *“Voedsel waarbij tijdens de productie en verwerking meer rekening is gehouden met milieu, dierenwelzijn, en sociale aspecten dan wettelijk verplicht is”* (Ministerie van Economische zaken, 2013). Hiermee maakt zij het meetbaar aan de hand van wetten. Opvallend is dat de overheid door te zeggen 'dan wettelijk verplicht' eigenlijk zegt dat haar huidige wetten niet duurzaam zijn. Ook het feit dat er verschillende definities zijn waarbij de ene meer concreet is dan de ander zorgt ervoor dat het moeilijk te meten is.

### **2.2.3 Duurzaamheid: een manier van denken**

Duurzaamheid (duurzame ontwikkeling) is dus een vaag en complex containerbegrip en kent verschillende definities. Dit alles leidt tot de vraag of een eenduidige omschrijving van het begrip duurzaamheid wel mogelijk is. Ondanks de onduidelijke definitie is de meest voorkomende beschrijving die aangehaald wordt nog vaak die van de VN- commissie Brundtland uit 1987 (zie pagina 16). Deze wordt ook uitgedragen door de Europese Unie (EU, 2014). Wat hierin zichtbaar is en duidelijk wordt, is dat het bij duurzaamheid veelal gaat om het begrijpen en het bewustzijn van het feit dat individuele en collectieve keuzes en handelingen in het heden, veelal gerelateerd aan de eindige natuurlijke hulpbronnen en het milieu, gevolgen hebben voor toekomstige generaties. Het gaat daarbij om het denken aan de toekomst, waardoor duurzaamheid een manier van denken wordt.

De meeste mensen zullen niet bewust keuzes maken die een negatieve invloed hebben op toekomstige generaties. Het gaat hier misschien om onvoldoende kennis en bewustzijn. Het bewust nadenken over de toekomst, daar zorgt duurzaamheid voor, waardoor het dus een manier van denken is geworden (Spence, 2012). In het boek 'The power of Sustainable Thinking' schrijft Bob Doppelt dat de toekomst zal worden aangedreven door duurzaam denken *“and it begins with your mind”* (Doppelt, 2008). Denken wordt namelijk vanuit bepaalde kaders gedaan (Sherif, 1936) en mensen/groepen geven dus een eigen invulling aan begrip vanuit dit kader. Omdat kaders kunnen verschuiven en veranderen bevestigt dit ook het punt hierboven dat duurzaamheid een dynamisch proces is. Vonk & Van de Kop

(2012, p. 9) zeggen ook dat duurzaam voedsel een visie is. Duurzaam voedsel is volgens hen niet zozeer een norm, maar een richting, een visie die *“inspireert tot stappen naar een steeds duurzamere voedselproductie”*. Gast e.a. (2009, p. 3) en Petherick (2009, p. 54) zeggen ook dat bij duurzaam innoveren de bereidheid om de mindset (mentaliteit) en waarden aan te passen belangrijk is.

Doordat het een manier van denken is leidt dit ook tot een bepaald handelingsperspectief. Het gaat niet om wat ‘duurzaam’ is, maar op welke manier er tot ‘duurzaamheid’ gekomen kan worden. Veelal wordt er met thema’s en indicatoren gewerkt om zo het begrip te verduidelijken en ook geven de 3 P’s richting aan. Door het begrip te concretiseren wordt er richting gegeven aan het concept. Zo wordt naar de burger gecommuniceerd dat minder vlees eten, minder consumeren en minder voedsel verspillen kan bijdragen aan een duurzamer voedselsysteem (Westhoek, e.a., 2013; Dagevos, e.a., 2012; Milieu Centraal, 2014a; Baines, 2006, p. 44). Concluderend kan gezegd worden dat als er over duurzame ontwikkeling wordt gesproken

en dit veelal een visie is die de mensheid aanneemt. Door middel van deze – complexe – term kan er richting worden gegeven aan dit handelingsperspectief, namelijk bij elke handeling die er gedaan wordt, moet de toekomst in ogenschijn gehouden worden. Daarbij gaat het om drie specifieke aspecten, namelijk het economische, het sociale en het milieu.

## **2.3 Duurzaam voedsel**

In paragraaf 2.2 is geschetst dat het begrip duurzaamheid complex is en de redenen waarom dit het geval is. Deze factoren werken ook door in de definitie van ‘duurzaam voedsel’. Er bestaan verschillende definities en in deze paragraaf worden allereerst een aantal definities in kaart gebracht om te kijken naar de overeenkomsten en verschillen die zij hebben. Daarna wordt specifiek ingegaan op een aantal andere redenen die bijdragen aan de complexiteit van duurzaam voedsel.

Als er gesproken wordt over ‘duurzaam voedsel’ gaat dit vaak over de manier waarop dit voedsel wordt geproduceerd (Baines, 2006). Hierdoor speelt duurzame landbouw ook een grote rol in het concept. De productie van voedsel wordt door de Rijksoverheid ook benadrukt in haar definitie: *“Voor de productie van voedsel zijn gas, energie, water en grondstoffen nodig. Ook ontstaat er afval. Duurzame productie houdt rekening met de gevolgen hiervan voor mens, dier en milieu. Bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties zijn als eerste verantwoordelijk voor duurzame productie”* (Rijksoverheid, 2014a). De overheid gaat hier alleen in op het beperken van de grondstoffen en het afval, maar duurzaamheid blijkt, uit de andere definities, veel meer dan dat te zijn. Daarnaast is opvallend dat de Rijksoverheid als laatste benoemt dat het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties als eerste verantwoordelijk zijn voor een duurzame productie. De overheid heeft daarbij een sturende en ondersteunende rol (Westhoek, e.a., 2013, p. 10; SER, 2002; RLI, 2013a; PBL, 2014; Europese Unie, 2013). Ook tracht de overheid voorbeeld te geven (Nouws Keij, 2012).

In 2009 is het ‘platform verduurzaming voedsel’ opgericht (nu de ‘Alliantie Verduurzaming Voedsel’). Deze alliantie binnen het bedrijfsleven is een samenwerkingsverband tussen o.a. het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL), de Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI), de Land- en Tuinbouworganisatie (LTO) en De Koninklijke Horeca Nederland (KNH). Het doel van de Alliantie is *“De verduurzaming in de voedselketen te versnellen en het aanbod duurzame voedselproducten te vergroten”*. Om verduidelijking te geven aan het begrip verduurzaming heeft zij een gezamenlijke definitie geformuleerd: *“Verduurzaming gaat over de continue inspanning van ondernemingen actief in de productie verwerking distributie bereiding en verstrekking van voedsel. Deze ondernemingen voeren verbeteringen door in het productieproces van voedsel: verminderen van milieubelasting en afval, het vergroten dierenwelzijn en het verbeteren arbeidsomstandigheden, dit binnen een economisch haalbare context”* (Alliantie Verduurzaming Voedsel, 2014).

Deze definitie gaat verder dan alleen de productie van voedsel. Ook de bereiding, verwerking en andere processen worden meegenomen. Daarnaast wordt er ook specifiek ingegaan op het feit dat duurzaamheid een continue inspanning vereist. De Alliantie heeft verduurzaming verduidelijkt aan de hand van 9 thema’s (figuur 1): biodiversiteit, water en bodem, emissies naar de lucht, grondstoffen en

reststromen, energie, transport, eerlijke handel, arbeid, dierenwelzijn en diergezondheid (Alliantie Verduurzaming Voedsel, 2014). Deze 9 thema's geven duidelijk weer op welke gebieden er verduurzaming kan optreden in de voedselproductie/proces. Het gaat namelijk bij verduurzaming niet alleen om het verduurzamen van het product, maar van het gehele proces. De Alliantie wil naar een integrale verduurzaming, waarbij alle schakels van een keten werken aan een of meer van de bovenstaande 9 verduurzamingsthema's. Daarbij stelt de alliantie dus alle schakels als belangrijk (Alliantie Verduurzaming Voedsel, 2014). Ook Van Dooren (2014) geeft aan dat de oplossingen in de gehele keten liggen, namelijk van land tot op het bord van de consument. Van Dooren (2014, p. 3) beschrijft ook handelingen die nodig zijn om tot duurzaam voedsel te komen (*handelingsperspectief*). Een groot deel van deze komen terug in de 9 thema's van de Alliantie (tabel 1).

**Figuur 1: 9 thema's van de Alliantie Verduurzaming Voedsel**



Bron: Alliantie Verduurzaming Voedsel, 2014

**Tabel 1: Handelingen duurzaam voedsel**

Terugdringen overconsumptie
Sluiten van mineralenkringlopen
Efficiënter gebruik ruimte, water, energie en transport
Vermindering effect op schadelijke stoffen en CO2-uitstoot
Verkleinen eigen ecologische impact
Tegengaan van voedselverspilling
Vergroten en verbeteren herkenbaarheid
Transparantie in de keten
Verbetering van het welzijn van mens en dier

Bron: Van Dooren, 2014, p. 3

De eerder genoemde definities waren gericht op de productie, die van de Alliantie ging daarbij al verder, maar Van Dooren (2014) gaat meer richting de consumptie. Volgens Westhoek e.a. (2013, p. 8) gaat duurzaam voedsel ook over de consumptie van voedsel en de samenstelling van het voedselpakket. Wat

opvalt in de bovenstaande definitie van Van Dooren (2014) is dat er een nadruk ligt op de overconsumptie en de voedselverspilling. Deze worden vaak niet zo concreet benoemd, maar worden wel gezien als twee grote problemen die in verbinding staan met veel andere aspecten. Als er zuiniger wordt omgegaan met voedsel dan zijn er ook minder grondstoffen, uitstoot, transport, etc. nodig. Daarnaast valt op dat Van Dooren specifiek ingaat op het vergroten van de herkenbaarheid en transparantie. Dit is namelijk niet direct duurzaam, maar wel een manier om tot duurzaamheid te komen. Door een handelingsperspectief te bieden wordt de definitie ook meer concreet. Een veel concretere definitie is bijvoorbeeld die van Gast, e.a. (2009). Zij noemen als vijf belangrijkste kenmerken van duurzame voeding: natuurlijk (zo min mogelijk bewerkt), lokaal (minimum aantal kilometers van grond naar mond), seizoensgebonden (scheelt energieverbruik, kosten), eerlijk (eerlijker voor mens of aarde) en alternatieven voor vlees en zuivel (van dierlijke eiwitten naar plantaardig of duurzaam geproduceerde dierlijke eiwitten, zoals kweekvlees)(Gast, e.a., 2009, p. 15-16). Zij voegen indirect, net als Van Dooren, de korte keten en lokaliteit toe, maar daarnaast ook natuurlijkheid, seizoensgebonden en minder dierlijke eiwitten.

Voedsel gaat dus over een hele keten – van boer, naar tussenhandelaar, naar supermarkt, tot op het bord van de consument - gevolgd door een consumptieproces, ofwel een voedselproces. Ook de FAO (2014b) geeft dit aan: *“Food consumption and production trends and patterns are among the main causes of pressure on the environment. Fundamental changes in the ways food is produced, processed, transported and consumed are indispensable for achieving sustainable development”*. In dat voedselproces dienen continue keuzes gemaakt te worden die al dan niet duurzaam zijn en die op een van de drie componenten Planet, People en Profit invloed hebben. Zo kunnen er duurzame stappen gezet worden in de fabriek (productie), in de distributie (transport) en bij de consument (voedselverspilling) (Gast, e.a., 2009, p. 21). Naast het feit dat er keuzes gemaakt kunnen worden op het gebied van de 3 P's, en in het gehele voedselproces, dragen er nog twee andere factoren bij aan de complexiteit van duurzaam voedsel.

Ten eerste heeft voedsel vele raakvlakken met vele onderwerpen. Zo raakt zij handelsketens, productieketens, consumentenbeleid, voedselzekerheid, etc. (Overheid.nl, 2010). En voedsel heeft raakvlakken met de landbouw, veeteelt, verwerkingsindustrie, etc. die elk hun eigen problemen hebben. Zo bestaan er ook talloze definities van landbouw (Encyclo.nl, 2014; Roest, e.a., 2010). Duurzame landbouw wil niet automatisch zeggen dat het voedsel daarmee ook duurzaam is, maar het draagt bij aan een durza(a)m(er) eindproduct. Al deze verschillende onderwerpen leiden tot verschillende debatten rondom het thema duurzaam voedsel.

Ten tweede gaat het bij voedsel om een voedselproces waarbij er vele actoren betrokken zijn. In de gehele voedselketen worden keuzes gemaakt door vele verschillende actoren, waardoor elk een eigen invulling kan geven (*subjectiviteit*). Daarbij is er verschil in hoeverre een bepaalde actor positief of negatief staat tegenover bepaalde keuzes, er zijn zowel pessimisten als optimisten (De Pater, 2011, p. 105). Naast de wetenschap, de overheid, de boeren etc., is ook de burger/consument een belangrijke actor bij duurzaam voedsel. De belangen van verschillende actoren die meespelen zorgen voor verschillende uitgangspunten en daarmee veelal tot debatten. Het lijkt dat er meerdere wegen zijn om tot duurzaam voedsel te komen.

## **2.4 Conclusie**

Als samenvattend de componenten gedefinieerd moeten worden, dan wordt duurzaam voedsel als volgt beschreven: Zowel bij de productie als consumptie (elke handeling die men doet, ofwel het gehele **proces**) dient rekening gehouden te worden met economische-, sociale- en milieuaspecten (**3 P's**), zowel op korte als lange termijn (toekomst) en overal op de wereld (**schaalniveau**) dient dit gelijk te zijn (**visie**). Dit kan men doen door het beperken en efficiënt gebruiken van de grondstoffen, energie, reststromen, transport en uitstoot (verkleinen ecologische impact), het beschermen van de biodiversiteit (planten en dieren) en landbouwgemeenschappen, eerlijke handel, dierenwelzijn, beperken van overconsumptie en voedselverspilling, kringlopen sluiten, het lokaal, herkenbaar en transparant maken

van voedsel, zo natuurlijk, seizoens en plantaardig mogelijk voedsel consumeren (**handelingsperspectief**). Daarvoor is een continue inspanning (**dynamisch**) nodig met oog op voldoende, veilig, gevarieerd, gezond en van goede kwaliteit voedsel.

Doordat het bij voedsel om een keten en de stap erna, consumptie, verschillende onderwerpen (die onder het 'paraplubegrip' duurzaam voedsel vallen) en vele actoren gaat en het feit dat de duurzame keuzes gemaakt kunnen worden vanuit verschillende perspectieven heeft tot gevolg dat het moeilijk is om duurzaam voedsel te definiëren. Als gevolg van deze complexiteit en een gebrek aan criteria is het niet duidelijk waar we naar toe willen en hoe. Dit leidt tot discussies, veel oplossingen en alternatieven, maar daarnaast ook tot de vraag wie daar verantwoordelijk voor is. In de volgende hoofdstukken wordt hierop ingegaan.



## **3. Hoe: Oplossingsrichtingen**

Als gevolg van de complexiteit om duurzaam voedsel te definiëren en de discussies die daaruit voortvloeien ontstaan er alternatieven die alleen een andere component aangrijpen. Boeren, restaurants, consumenten, etc. grijpen noodgedwongen elk een aspect aan (mogelijk doet de media dit ook). Doordat verschillende actoren eigen belangen, normen en waarden hebben ontstaan er verschillende oplossingen die vaak slechts een van de drie P's verduurzamen, soms zelfs ten koste van een andere P. Elk alternatief heeft een eigen richting, waardoor er subjectieve en normatieve aspecten in zitten. Hierdoor is het niet duidelijk in hoeverre een alternatief verduurzaamd of duurzaam is en maakt het lastig om in de praktijk een duurzame keuze te maken. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de discussie rondom de landbouw om bovenstaande te illustreren. Er wordt ingegaan op hoe deze alternatieven zijn ontstaan, wat deze alternatieven zijn en op welke componenten zij zich richten.

### **3.1 Het ontstaan van alternatieven**

Er zijn alternatieven ontstaan die zich afzetten van de conventionele landbouw en een vraagteken zetten bij het huidige voedselsysteem (Petherick, 2009, p. 23; Martens, 2013, p. 7; Shiva, 2014) en specifiek de veiligheid van het voedsel. Gedurende de laatste decennia van de 20<sup>e</sup> eeuw is er een wereldwijde beweging opgekomen met als doel meer duurzame vormen van agrarische productie. In eerste instantie werd deze beweging 'alternatieve landbouw' genoemd, maar vanaf de jaren '90 is deze term vervangen door agro-ecologie (Von der Weid, 2012, p. 9), de tegenhanger van de agro-industrie. De agro-ecologie is een methode om duurzaam te produceren. Daarbij wordt gekeken naar de natuur, die wordt gevolgd en kringlopen worden nagebootst (Schutter, 2014). De agro-ecologische landbouwpraktijken worden gezien als een betere methode om de wereld te voeden, zonder het uitputten van natuurlijke hulpbronnen (Staes, 2013; Schutter, 2014).

De agro-ecologie is een meer overkoepelende term voor het afzetten tegen conventionele methoden. Er wordt nu gebruik gemaakt van een verscheidenheid aan namen en begrippen die allemaal wel expliciet tegen de conventionele landbouwmethoden zijn (Von der Weid, 2012, p. 9). De ene probeert chemische stoffen te verminderen of te vervangen en anderen richten zich op het totale pakket van landbouw bedrijven. Hierdoor ontstaan verschillende alternatieven, elk met hun eigen niche. Elk alternatief heeft daarbij een andere nadruk op een van de 3 P's. Sommige combineren, anderen leggen de nadruk op één van de P's.

#### **Biologisch**

Biologische landbouw is eind jaren '60 ontstaan als reactie op de conventionele methoden als een 'milieu- en diervriendelijke alternatieve' vorm van landbouw waarbij geen 'onnatuurlijke middelen' worden toegepast (Petherick, 2009, p. 24; AgriHolland, 2013a). Zij zet zich onder andere af tegen overbemesting, genetisch gemodificeerde organismen, dierenleed en chemische middelen in de landbouw (Martens, 2013, p. 7; AgriHolland, 2013a). Door de manier van produceren is de opbrengst lager en kost het meer tijd (waardoor biologische producten duurder zijn en een betere 'kwaliteit hebben'), maar zijn er minder nadelige gevolgen voor natuur en landschap (De Geo, 2004, p. 37; De Pater, 2009, p. 96-97; SER, 2002, p. 10). Bionext is in Nederland de ketenorganisatie voor duurzame, biologische landbouw en voeding. Volgens bionext is biologisch met respect voor de natuur en dieren, zonder chemische bestrijdingsmiddelen, kunstmest en preventieve antibiotica (en onder strenge controles van onafhankelijk instituut Skal) (Bionext, 2014a). Biologisch richt zich voornamelijk op de component planet en op het gedeelte dierenwelzijn van de component people. Biologisch is nu een wettelijke term voor gecertificeerde voeding en de term organisch is hier synoniem aan (Petherick, 2009, p. 24 & 52). Soms wordt biologisch ook vermarkt onder de term 'organic', omdat de term 'organic' volgens AgriHolland (2013a) onder de doorsnee Nederlandse consument een beter imago heeft. In Nederland stelt de biologische landbouw nog weinig voor, maar het biologische landbouwareaal groeit wel (De Pater, 2009, p. 97; Bewust Biologisch, 2014; Compendium, 2014; AgriHolland, 2013a;

Petherick, 2009, p. 26-27) en de vraag naar biologische producten neemt steeds meer toe (AgriHolland, 2013a).

Ondanks deze feiten is het niet altijd even duidelijk wat er onder biologisch wordt verstaan. Er is een discussie over het feit of traditionele landbouw en biologische/organische landbouw verschillend zijn of met elkaar in een lijn liggen (Tegenlicht, 2008, Petherick, 2009, p. 23). Er kan gezegd worden dat met het toepassen van moderne biologische methoden de opbrengst van de traditionele landbouw van de hele wereld met 300 procent kan toenemen, zoveel efficiënter is de moderne biologische landbouw (Tegenlicht, 2008). Ofwel: *'modern, maar volgens de principes van vroeger'*. Belangrijk is dat biologische niet ouderwets of nostalgisch is, maar ook gebruik maakt van moderne technieken en inzichten, maar geen 'onnatuurlijke' middelen gebruiken (Baines, 2006, p. 13). Een ander belangrijk punt wat van invloed is op de begripsbepaling van biologisch is dat er binnen de biologische landbouw nog een splitsing te maken is tussen ecologische en biologisch-dynamische landbouw. Ecologisch is vrijwel hetzelfde, maar het nuanceverschil is dat biologisch vooral aandacht heeft voor de relatie milieu, mens en gezondheid en ecologisch houdt consequent rekening met het hele ecosysteem en vermijdt alles wat dit kan schaden (Petherick, 2009, p. 24-25, 43; Eerlijke Kost, 2014). Bij biologisch-dynamische landbouw wordt het boerenbedrijf gezien als een organisme en wordt een gesloten kringloop nagestreefd (Petherick, 2009, p. 24-25, 43; AgriHolland, 2013a). Het wordt hiermee duidelijk dat ook binnen een alternatief begripsvervaging optreedt.

### **Permacultuur**

De permacultuur is veelal gericht is op kleinschalige zelfvoorzienende landbouw (IVN, 2014) en is in de jaren '70 door twee Australische biologen, Bill Mollison en David Holmgren, bedacht (Permacultuur Nederland, 2014) om een oplossing te vinden voor een groot aantal problemen, zoals verwoestijning en bodemerrosie, die de industriële landbouw (met haar monoculturen) met zich meebrengt. De permacultuur is ontstaan door te leren van de wijsheden van natuurlijke ecosystemen en traditionele kleinschalige voedselproductiesystemen. Door te kijken naar de natuur, haar na te bootsen, ermee te werken en haar te versterken terwijl er voedsel geteeld wordt, kan volgens de permacultuur een duurzame landbouw ontwikkeld worden (Petherick, 2009, p 40-51). De permacultuur wordt dus zo ontworpen dat het net als een ecosysteem zichzelf in stand houdt. Het gaat daarbij om het complete systeem voor een duurzame manier van leven (Petherick, 2009, p. 43-44), en spitst zich dus niet alleen op voedselproductie. Uit een documentaire van Tegenlicht (2012) blijkt zelfs dat aangetaste gebieden, zoals een gevormde woestijn, hersteld kunnen worden met behulp van permacultuur. De interesse in de permacultuur en het achterliggende gedachtegoed neemt wereldwijd toe. De permacultuur gedachte kan al heel kleinschalig uitgevoerd worden, door op het balkon planten te kweken en de natuur na te bootsen (Petherick, 2009, p. 51). Op deze manier wordt voedsel weer naar de mens gebracht. Het blijkt dat de permacultuur zich vooral op planet richt. Indirect is er ook een verband met people, omdat zij er vanuit gaat dat met de natuur gezond en veilig voedsel gemaakt kan worden en het zorgt voor een verbinding met voedsel.

### **Stadslandbouw en streekproducten**

De stadslandbouw heeft tot doel om de landbouw terug de stad in te brengen. Ten eerste omdat de binding van consumenten met voedsel is verdwenen en voedsel vanzelfsprekend is. Zo laat de verspilling van voedsel zien dat de intrinsieke waarde en respect voor voedsel is verdwenen, wat volgens CLM (2011, p. 1) voor een deel samenhangt met de stedelijke ontwikkeling die los is komen te staan van de voedselvoorziening. Daarbij komt dat binding met voedsel ook gezond voedsel in de hand werkt (Van Dooren, 2014, p. 4; Westhoek, e.a., 2013, p. 8). Ten tweede wordt de stadslandbouw als waardevol geacht, aangezien er wordt verwacht dat in 2030 ongeveer 60 procent van de mensen in steden woont. De meest duurzame route kan volgens de stadslandbouw heel simpel zijn, namelijk door het verbouwen van voedsel in de achtertuin (Gast, e.a., 2009, p. 12). Lokaal voedsel is niet altijd mogelijk, omdat er

maar weinig boeren rondom een stad zijn. De stadslandbouw biedt hier uitkomst (Voedsel Anders Conferentie, 2014) en speelt in op zowel planet als people.

Een streekproduct is afkomstig uit een bepaalde streek en levert een hogere prijs per eenheid product op (De Pater, 2009, p. 97). Een streekproduct hoeft niet per definitie biologisch te zijn, maar dit kan wel (Westhoek, e.a., 2013, p. 10). Het verschil is dat een streekproduct een product afkomstig uit een bepaalde streek is en biologisch gaat over de manier van telen. De vraag vanuit consumenten naar streekproducten komt doordat zij in toenemende mate op zoek zijn naar producten met een toegevoegde waarde op het gebied van gezondheid, smaak, kwaliteit, authenticiteit, transparantie en traceerbaarheid. Daarnaast kan het voordeel van streekproducten zijn dat zij werkgelegenheid creëren (Sint, 2011, p. 5). Het is echter moeilijk te zeggen in hoeverre een streekproduct duurzaam is als zij naar andere regio's wordt afgezet. Daarbij komt dat er ook binnen dit concept begripsvervaging ontstaat. Er zijn begrippen ontstaan als 'boerenland', 'bereid volgens traditioneel recept' of 'ambachtelijk' die veelal worden verkocht als streekproducten (Westhoek, e.a., 2013, p. 10).

De kortere ketens die ontstaan bij de stadslandbouw en streekproducten en dus lokale en/of regionale voedselproductie, passen binnen het idee van de verduurzaming van de voedselketen (Sint, 2011, p. 5; Alterra, 2014). Ideaal gezien zou de keten—zo kort en lokaal mogelijk gemaakt moeten worden (Gast, e.a., 2009, p. 11-16; Baines, 2006, p. 20; Teichmann, 2003, p. 14; Van Dooren, 2014; CLM, 2011, p. 1; Vonk & Kop, 2012, p. 7; Sint, 2011, p. 5). Er zijn een aantal voordelen, voor onder andere de regionale economie, gezondheid en welzijn en de leefomgeving. Het zorgt voor werkgelegenheid en innovatie. Daarnaast verbindt voeding en zorgt zij voor sociale binding in woonwijken en ook voor een bewuste voedingskeuze en maaltijdbeleving, omdat de afstand tussen boer en consument beperkt is. Voor de leefomgeving zorgt het voor een groene omgeving, versterking van het cultuurlandschap en de transport en opslag worden beperkt (van de Weerd, 2013). Ook volgens CLM (2011, p. 1) zorgt het verkleinen van de keten voor een groene omgeving en economisch en milieu gezien is het aantrekkelijk omdat er minder fossiele brandstoffen nodig zijn (CLM, 2011, p. 1). Volgens Vonk & Kop (2012, p. 7) wordt de keten overzichtelijker en herkenbaarder, en dit geeft vertrouwen over het voedsel, omdat de producent direct traceerbaar en aanspreekbaar is. Er is dan ook, ondanks de liberalisering van de handel in voedsel (globalisering), een herleving van lokale en regionale identiteiten en producten, waaronder voedsel (Parrott, e.a., 2002, p. 241). Uit bovenstaande wordt duidelijk dat het verkleinen van de keten, wat gedaan wordt door stadslandbouw en streekproducten, inspeelt op alle 3 P's. Daarmee lijkt ook dat decentralisatie en regionalisering onderdeel zijn van duurzaamheid.

### **Slow-Food en Fair-Trade**

In de jaren '80 ontstond de slow-food beweging in Italië en zette zich af tegen de fast-food. Wereldwijd heeft zij 85.000 leden in 132 landen. Zij hebben de overtuiging dat boeren gewaardeerd moeten worden voor wat ze produceren en redelijk betaald moeten krijgen. Zij willen meer betrokkenheid tussen de producent en consument zodat er meer waardering is voor de productie van voedsel en zijn van mening dat het milieu ziek is, wat komt door de massaproductie van voedsel (Petherick, 2009, p. 32; Tegenlicht, 2008; Slow Food, 2014), ofwel ook zij maken zich hard voor het verkleinen van de voedselketen (Vitalfoodmanagement, 2014). Zij kunnen worden gezien als de tegenhanger van de globalisering. Hetzelfde geldt voor La Via Campesina, een organisatie die (kleine) boeren verenigt (La Via Campesina, 2014; Voedsel Anders Conferentie, 2014). De agro-industrie die gericht is op de wereldmarkt zou kleine boeren bedreigen (Martens, 2013, p. 7-8). Als er namelijk veel voedsel op de wereldmarkt is wordt het voedsel goedkoper en de inkomens voor boeren lager (De Geo, 2004). De boeren (degene die het voedsel produceren) krijgen de minste inkomsten van het product dat uiteindelijk op de markt komt, omdat veel naar handelaren en de (voedingsmiddelen) industrie gaat (De Pater (2009, p. 93; Gast, e.a., 2009, p. 12; Voedsel Anders Conferentie, 2014). Het gaat hier vooral om het people en profit aspect. Het profit aspect zit ook in het merk 'Fair-Trade' die de boer voorop stelt doordat de boer een redelijk bedrag voor zijn producten ontvangt. Dit zijn veelal producten als thee, koffie, bananen en katoen en die

zijn bestemd voor de westerse markt. Hierdoor is Fair-Trade niet geheel planet, omdat producten van ver aangevoerd worden (Petherick, 2009, p. 38) en veelal de lokale productie in deze landen als meer duurzaam wordt gezien.

### **3.2 Alternatieven, duurzaam?**

Niet alleen hoe er verduurzaamd dient te worden staat ter discussie, maar ook deze alternatieven door de vraag in hoeverre zij duurzaam zijn. Uit het feit dat de alternatieven zich afzetten tegen de huidige methoden die als niet duurzaam worden bestempeld zou afgeleid kunnen worden dat deze alternatieven wel duurzaam zijn. Er is echter discussie over in hoeverre deze alternatieven duurzaam zijn. Er is in het algemeen discussie over welke alternatieven (het meest) duurzaam zijn, maar er wordt wel gepretendeerd dat zij duurzamer zijn dan conventionele methoden. Alle alternatieven beweren namelijk duurzaam te zijn. Het dynamische karakter heeft ook invloed. De alternatieven zijn nog steeds in ontwikkeling en er komen nieuwe bij. Zo wordt biologisch nu gezien als een goede methode, maar over een aantal jaar kan dit misschien anders gezien worden. Wat bijvoorbeeld een aantal jaar geleden nog verschil maakte, wordt tegenwoordig als norm gezien. Er wordt ingegaan op het debat over biologisch voedsel om te illustreren hoe ingewikkeld deze debatten zijn rondom de vraag of en hoe duurzaam alternatieven zijn.

De kernwaarden van de biologische landbouw (Bionext, 2014b), komen voor een groot deel overeen met de definities van duurzaamheid besproken in hoofdstuk 2. Het feit dat biologisch zich echter afzet tegen de volgens velen niet-duurzame moderne landbouw wil niet per definitie zeggen dat zij ook duurzaam is. Volgens Baines (2006, p. 43) kan biologische landbouw alleen een duurzame vorm van landbouw zijn als het waterverbruik wordt teruggedrongen en het voedsel niet de hele wereld rondreist voordat het bij de consument is. Ook Petherick (2009, p. 52) schrijft dat er naast biologische keurmerken ook keuren voor een duurzame productie (bijvoorbeeld hout en vis) zijn. Dit kan bij de consument ook twijfels teweeg brengen in welke mate biologisch duurzaam is. Daarnaast is een biologisch monocultuur bedrijf minder duurzaam als een gemengd bedrijf en de markt voor biologische producten neemt toe (Aseed Europe, 2014, p. 14). Bij biologisch gaat het niet per se over efficiëntie, maar eerder een overtuiging van een juiste teeltwijze (Petherick, 2009, p. 54). Daarmee gaat biologisch, net als de algemene definitie duurzaam voedsel, meer richting duurzaamheid, ofwel een duurzamere vorm dan de moderne landbouw. De biologische landbouw lijkt door haar andere houding namelijk beter dan de moderne landbouw de productie van voedsel te combineren met beheer van natuur en landschap (De Pater, 2009, p. 97). Uit een onderzoek van Rodale Institute (2011) zou de sleutel tot duurzame landbouw gezonde grond zijn en de biologische landbouw zou de beste manier zijn om ervoor te zorgen dat de bodem zijn herstellende vermogens behoudt (Allesduurzaam, 2014a ; Petherick, 2009, p. 40). Biologisch is ook volgens de monitor Duurzaam Voedsel “*de enige vorm van duurzame landbouw en voedselproductie die wettelijk is vastgelegd*” (Ministerie van Economische Zaken, 2013, p. 11). Daarmee wordt biologisch gezien als een onderdeel van duurzaam (Agriholland, 2013a). In deze discussie komt duidelijk het normatieve aspect naar voren. Het gaat om de manier van denken en die wordt niet door iedereen gedeeld.

### **3.3 Alternatieven en de consument: Keurmerken**

De vele alternatieven maken het voor de consument lastig om keuzes te maken. Duurzaam voedsel zou biologisch, diervriendelijk, lokaal, etc. inhouden. Doordat de alternatieven allemaal één aspect pakken is het moeilijk om een alomvattend product te kopen. Veel van deze alternatieven hebben hun eigen keurmerk. Keurmerken moeten voldoen aan bepaalde eisen en die zijn per keurmerk verschillend. Deze verschillende keurmerken kunnen als hulpmiddel dienen voor consumenten om op het terrein van natuur en milieu, dierenwelzijn of eerlijke handel gerichte duurzame keuzes te maken (Van Dooren, 2014, p. 2; Milieu Centraal, 2014b; Voedingscentrum, 2014a). Wat hier opvalt is dat keurmerken een praktische uitwerking zijn van vele concepten die spelen rondom duurzaam voedsel en dat deze uitwerking zich specifiek richt op de componenten ‘Milieu, dierenwelzijn en eerlijke handel’. Milieu is

daarbij planet, dierenwelzijn people, maar eerlijke handel is zowel people als profit. De keurmerken richten zich wel op de 3 P's. Voorbeelden die het voedingscentrum geeft van planet keurmerken zijn: ASC, Demeter, EKO-keurmerk, Erkend Streekproduct, Milieukeur, Fair-Trade, Rainforest Alliance, UTZ-Certified. Deze laatste 3 worden ook gezien als profit keurmerken. Opvallend is dat voor people in dit geval alleen het dierenwelzijn wordt meegenomen. Een goed voorbeeld is het Beter Leven kenmerk (Voedingscentrum, 2014a). Binnen de keurmerken is er ook sprake van vervaging. Er zijn bijvoorbeeld verschillende keurmerken die onder biologisch vallen. Keurmerk voor biologisch voedsel heeft zowel een Europees keurmerk als een eigen nationaal logo per land, maar er zijn ook nog vele anderen: Bio+, EKO, Demeter, etc. (Agri Holland, 2013a). Supermarkten ontwikkelen daarnaast hun eigen logo's, maar de eisen zijn hetzelfde als andere keurmerken.

Het UTZ-Certified keurmerk is een goed voorbeeld van een keurmerk dat zich specifiek richt op 'Duurzaamheid'. *"UTZ Certified stands for sustainable farming and better opportunities for farmers, their families and our planet"*. Daarbij richt dit keurmerk zich zowel op kleine als grote boeren (andere keurmerken ondersteunen alleen kleine lokale boeren)(UTZ Certified, 2014; Voedingscentrum, 2014b; Wikipedia, 2014; Gast, e.a., 2009, p. 19). Opvallend is dat dit keurmerk pretendeert duurzaam te zijn, maar dat het dierenwelzijn (wat andere keurmerken wel doen) niet wordt meegenomen. Het voedingscentrum zet dit keurmerk ook onder planet en profit. Dit terwijl dierenwelzijn wel tot de componenten van duurzaam zou behoren.

## **4. Hoe en wie?**

Uit hoofdstuk 2 bleek dat de verduurzaming van voedsel een complexe uitdaging is die over verschillende onderdelen van het voedselproces gaat. Er zijn daarbij vele actoren betrokken die allemaal keuzes maken en een onderdeel kunnen verduurzamen, dit doen vanuit eigen perspectief en belang, waardoor er verschillende oplossingen ontstaan in het voedselproces (hoofdstuk 3). Deze verschillende belangen van verschillende actoren kunnen daarnaast ook leiden tot debatten. Uit de discussie over waar we naartoe willen ontstaat ook de vraag over wie er verantwoordelijk is.

Er is geen overeenstemming over wie er verantwoordelijk is en het voortouw dient te nemen. Vaak wordt de rol van consument aangewezen, omdat voedselconsumptie en -gedrag niet gezond en niet duurzaam is. Dit komt deels door een gebrek aan kennis (zie paragraaf 4.1). Wanneer een consument geen weet heeft van het bestaan van een alternatief of niet weet hoe duurzaam te handelen, zal hij/zij ook niet daarvoor kiezen. Door de velen alternatieven, zoals besproken in hoofdstuk 3, is een keuze voor de consument ook niet gemakkelijk. De consument dient afwegingen en keuzes te maken door de aanwezigheid van deze alternatieven. Een consument kan in de winkel kiezen voor een streekproduct, voor een biologisch product, voor een Fair-Trade product, maar deze allemaal tegelijk is vrijwel niet mogelijk. Dit uit zich in het feit dat keuzes van de consument subjectief en normatief zijn. De consument maakt als individu keuzes vanuit eigen beweegredenen. Hierdoor zal elke burger/consument op een andere manier een duurzame benadering naleven (Sleurs, 2006). De ene consument vindt biologisch eten duurzaam, terwijl de andere meer Fair-Trade en diervriendelijke producten koopt.

Het keuzegedrag van consumenten - op het gebied van voedsel - is een interessant gegeven. Consumenten maken keuzes wat betreft producten, eetpatroon en levensstijl (Gast, e.a., 2009, p. 23). Doordat veel factoren van invloed zijn op de voedselkeuze is het niet altijd zo dat kennis ook daadwerkelijk in gedrag wordt omgezet. Toch wordt informatie (naar de consument) gezien als een belangrijke bijdrage, omdat de consument aan de hand van deze informatie een perceptie vormt die mogelijk invloed kan hebben op het gedrag. Daarnaast heeft duurzaamheid een dynamisch karakter waardoor informatie kan veranderen. Daarom is de informatievoorziening een belangrijke component. Veel van de informatie wordt via de media verkregen, waardoor de media een rol speelt. Ook komt naar voren dat er een handelingsperspectief moet worden geboden en keuzes voor de hand liggend gemaakt moeten worden.

### **4.1 Kennis en keuzegedrag**

Veel mensen zijn betrokken bij voedsel, omdat het dicht bij de mens ligt. Daarom is voor een deel van de consumenten veilig en gezond voedsel een reden om voor een duurzamer alternatief te kiezen. Dit betreft een deel van de component people en legt meer de nadruk op voeding. Voeding is een breder begrip dan voedsel omdat het niet alleen om de middelen gaat maar ook het voedingsgedrag (o.a. metabolisme, energie en nutriënten inname) (Nationaal Kompas Volksgezondheid, 2013b). Uit onderzoek blijkt dat Nederlanders niet geheel gezond eten: onvoldoende groente en fruit, weinig voedingsvezels, weinig vis, te veel verzadigd vet en te veel zout (Nationaal Kompas Volksgezondheid, 2013a; Westhoek, e.a. 2013, p. 8). Dit valt voor een deel te wijten aan de bewerkte en voorverpakte gemakproducten die niet op gezondheid maar op smaak zijn gemaakt (meeste nutriënten zijn verdwenen) (Tegenlicht, 2008; Colquhoun & ten Bosch, 2013; Vonk & Kop, 2012, p. 3; Zondervan, 2009, p. 22; Gast, e.a., 2009, p. 13-14; Gates, 2009). Daarnaast wordt het kennisniveau van consumenten op het gebied van eten volgens Gast, e.a. (2009) overschat. Consumenten weten vaak niet waar bewerkt voedsel vandaan komt, wat er in zit en wat goed is en wat slecht. Vroeger bepaalde de boer wat op ons bord kwam, nu ligt dit anders (Tegenlicht, 2008; Vonk & Kop, 2012, p. 7).

In de literatuur komt naar voren dat gezond eten bij kan dragen aan een duurzamer voedingspatroon (Van Dooren, 2014, p. 4), bijvoorbeeld bij minder calorie inname is ook minder voedsel nodig (Schutter, 2014) en andersom kan duurzamer eten door bijvoorbeeld minder eiwitrijke producten en calorieën bijdragen aan een gezonder dieet (Westhoek, e.a., 2013, p. 8). Het wil echter niet automatisch betekenen dat gezond ook duurzaam is en andersom. Zo is chips gemaakt van biologisch

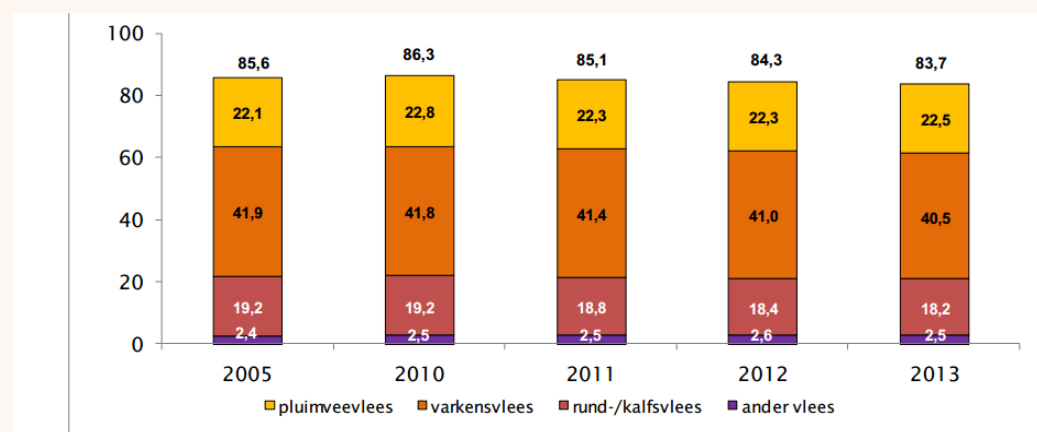
geteelde aardappels niet per definitie gezond. Het grootste probleem rondom voedingsgedrag is volgens Zondervan (2009, p. 22) en Shiva (2014) dus dat de basiskennis over voedsel niet meer aanwezig is en consumenten daarom veelal gemakproducten kopen. De gemakproducten maken volgens Vonk & Kop (2012, p.3) de keuze over wat we eten lastig, omdat gezond eten niet meer herkend wordt. Als consumenten niet weten wat zij eten, kan er ook geen bewuste duurzame keuze gemaakt worden.

Kennis, of het gebrek daar aan, is slechts een van de vele factoren die te maken hebben met keuzegedrag. Menselijk keuzegedrag is complex door een veelheid aan factoren die van invloed kunnen zijn op ons gedrag: gewoontes, cognitieve vaardigheden, percepties (attitude), wilskracht, morele oordelen, onbewuste beïnvloeding door de sociale, fysieke en symbolische omgeving (Tiemeijer, e.a., 2009, p. 11-18; SER, 2002, p. 8-9), sociaal-culturele aspecten (leefstijl, comfort, gewoonte, inkomen, geslacht, opleidingsniveau) (Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010; SER, 2002, p. 8-9; VPRO, 2011), stedelijk versus platteland (Liu & Deblitz, 2007), prijs (SER, 2002), aanbod/beschikbaarheid (Kuhr, 2009), prijs, kwaliteit (Gast, e.a., 2009, p. 28), acties, bereidingsgemak (praktische redenen), imago en merknamen, voorlichting en informatie, etc. (Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010; Zondervan, 2009, p. 21-22; Dagevos, e.a., 2012). Ook kunnen bij voedsel de effecten op de gezondheid, ethische bezwaren (dierenwelzijn onder andere) (Mora, e.a., 2012) en emoties (Pol, e.a., 2009, p. 50) een rol spelen. Het blijkt dat de sociale en fysieke omgeving een grote invloed uitoefent op duurzaam voedsel keuzegedrag (Backus, e.a., 2011; Van Harreveld, 2012, p. 23) en dat prijsmaatregelen niet effectief zijn om duurzame gedragspatronen te realiseren (Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010; CLM, 2011, p. 11; Zondervan, 2009, p.21). Er is al onderzoek gedaan naar aspecten van de keuze voor duurzaam voedsel. Er is echter verder weinig bekend over in hoeverre al deze factoren invloed uitoefenen, maar wel wordt gesteld dat het gedrag moeilijk te beïnvloeden is. Dat kennis niet altijd leidt tot duurzaam handelen komt door deze vele factoren die van invloed zijn op het gedrag. Een goed voorbeeld om dit te illustreren is de vleesconsumptie. Dit illustreert dat ondanks kennis aanwezig is en de keuze gemakkelijk te maken is, hier niet altijd naar gehandeld wordt (kader 3). Dit heeft te maken met het keuzegedrag.

### **Kader 3: Vleesconsumptie**

Vlees is nu voor iedereen beschikbaar en betaalbaar, terwijl het vroeger erg duur was. De gemiddelde vleesconsumptie is al jaren redelijk stabiel, met een gemiddelde rond de 85 kilogram per persoon per jaar (CBS, 2010; PVE, 2014) (Figuur 2).

**Figuur 2: Vleesverbruik Nederlandse consumenten, per hoofd naar soort (kg).**



Bron: PVE, 2014

De productie van vlees (en eiwithoudende producten in het algemeen) heeft echter negatieve effecten op milieu en natuur (klimaat), gezondheid, en dierenwelzijn. Dit komt onder andere doordat er veel plantaardig materiaal nodig is, het voeden van dieren van nature daardoor inefficiënt is, benodigdheden voor de productie schade aan milieu kunnen toebrengen, natuur wordt omgezet voor veevoer, er transport nodig is om voedsel naar dieren te brengen, vlees schadelijke stoffen kan

bevatten die gebruikt zijn tijdens de productie en dieren niet altijd goed behandeld worden (Westhoek, e.a., 2013, p. 8; Bakker & Dagevos, 2010; Tegenlicht, 2008; Wageningen UR Livestock Research, 2010, p. 2-9; Baines, 2006, Vlees.nl, 2014a & 2014b; AgriHolland, 2013c; Veeteeltvlees, 2011; VPRO, 2011; The Independant, 2006; Rijksoverheid, 2013; Europese Unie, 2012). In het boek *'Farmageddon, the true cost of cheap meat'* werd al de noodklok geluid over de wereldwijde groei van de vee-industrie, die verantwoordelijk zou zijn voor voedselverspilling, de menselijke gezondheid bedreigt, de veroorzaker is van dierenleed in de wereld en natuur en beschavingen verdrijft voor de productie van veevoer (Allesduurzaam, 2014b). De negatieve effecten worden daarbij steeds meer mondiaal van aard (VPRO, 2011; Tegenlicht, 2008). Hierdoor zal de vleesconsumptie verdubbelen en de problemen zullen toenemen.

Er is overeenstemming – ook wetenschappelijk onderbouwd - over de gevolgen van de vlees productie- en consumptie: Er moet minder vlees (en minder voedsel in het algemeen) en meer plantaardig voedsel gegeten worden om de milieudruk te verlagen (Van Dooren, 2014, p. 1 – 5; Westhoek, e.a., 2013, p. 8; Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010; Dagevos, e.a., 2012; Milieu Centraal, 2014a). Dit draag daarnaast bij aan een gezonder dieet (Westhoek, e.a.; 2013, p. 8; Van Dooren; 2014, p. 1-5; Food & Nutrition, 2013; The Independant, 2006; CLM, 2011, p. 3-4). Dit begint ook onder het publiek bekend te raken. Er is een grotere bereidheid om minder vlees te eten (Natuur en Milieu, 2012; Dagevos, e.a., 2012) en er zijn daardoor steeds meer mensen die vlees minderen en/of vervangen (Dagevos, e.a., 2012, p. 9/10 & 56, 88; Dinther, 2012; VPRO, 2011). Er is een groei van de consumptie van vleesverangers (EVMI, 2009; van Dinther, 2011; Flexitariër, 2012; LEI Wageningen, 2014). Nederland loopt internationaal gezien voorop met de fabricage van vleesverangers en andere plantaardige of hybride alternatieven voor vlees (Dagevos, e.a., 2012) en de overheid investeert in onderzoek en ontwikkeling (Rijksoverheid, 2014a). De redenen om vlees te minderen zijn opeenvolgend: de gezondheid (people), een bijdrage leveren aan natuur en milieu (planet) en dierenwelzijn (people). Er zijn ook praktische redenen als gemak, variatie of geld besparen (Natuur en Milieu, 2012; Dagevos, e.a., 2012). Dat gezondheid een grote rol speelt heeft mogelijk te maken met de voedselschandalen van de afgelopen jaren (Dagnelie, 2003, p. 1309; Petherick, 2009, p. 20), waar de media over berichtten (Westhoek, e.a., 2013, p. 3; RTL, 2013). De voedselschandalen hebben geleid tot oplettendheid, terughoudendheid en gebrek van vertrouwen (in de veiligheid) en in sommige gevallen 'angst' bij de consument (Foodlog, 2013a; Veerman, 2014; Arena, 2014), maar ook tot het ontstaan van nieuwe alternatieven zoals kweekvlees, waar ook weer over gediscussieerd wordt voornamelijk vanwege het ethische aspect (Duurzaamnieuws, 2013; Veerman, 2014; Rijksoverheid, 2014a). Ook het dierenwelzijn is een ethisch bezwaar en de aandacht neemt toe (Rijksoverheid, 2013; Europese Unie, 2012; Vlees.nl, 2014b).

Ondanks het minderen eet nog ongeveer 10 tot 20 procent van de bevolking elke dag vlees (Natuur en Milieu, 2012; Dagevos, e.a., 2012), wordt het veelal nog beschouwd als een noodzakelijk maaltijdcomponent (Dagevos, e.a., 2012, p. 56) en is Nederland nog steeds een groot export land wat betreft vlees en vleesproducten, zuivelproducten en eieren (CBS, 2014a; PVE & PVV, 2013; Vlees.nl, 2014c). Dit kan onder andere te maken hebben met het feit dat vlees altijd op het bord komt (VPRO, 2011) (cultureel bepaald) of doordat het imago van vleesverangers achterloopt bij de productkwaliteit en consumenten weinig ervaring hebben met deze producten (onbekend maakt onbemind) (Dagevos, e.a., 2012). Daarnaast zijn er, ondanks dat er overeenstemming is over dat vlees eten inefficiënt is, nog veel mensen die vlees eten en dit ook belangrijk vinden en daarom nieuwe informatie niet tot zich nemen. Kennis hoeft dus niet altijd te leiden tot het gewenste gedrag, omdat er andere factoren van invloed zijn. Al is het duidelijk hoe er duurzaam gehandeld zou kunnen worden, wil dat nog niet zeggen dat er duurzaam gehandeld wordt.

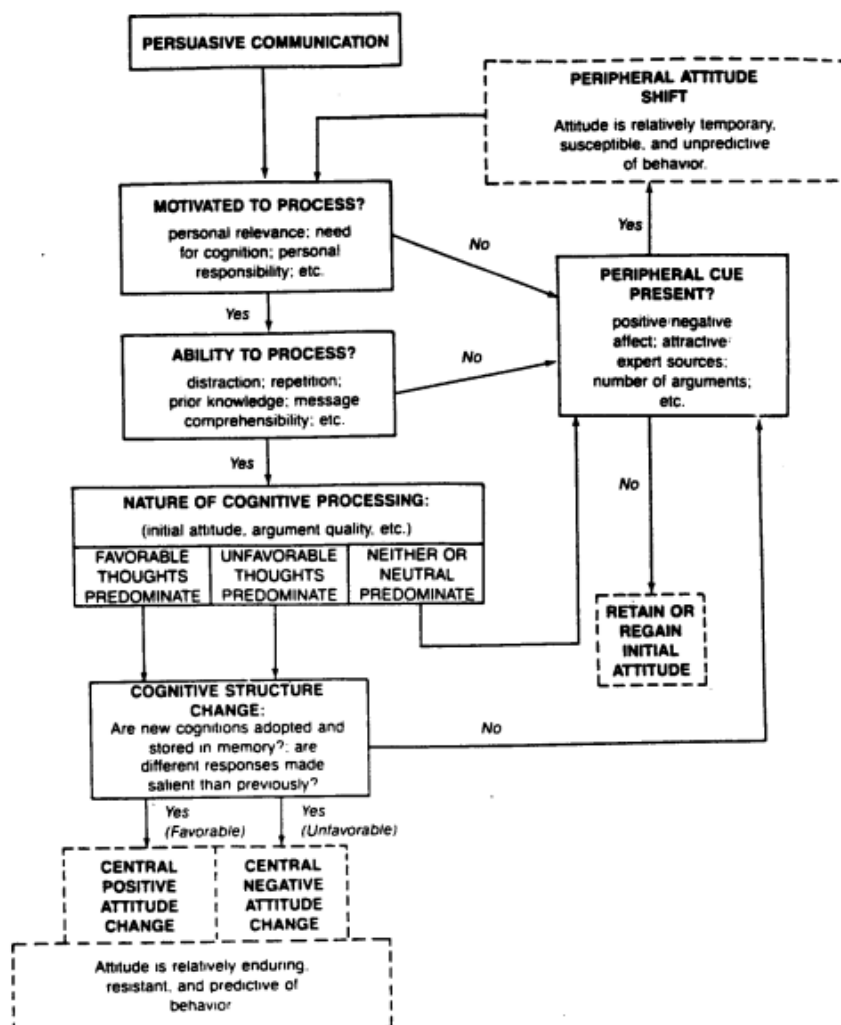


## 4.2 Informatie en gedrag (consumptie)

Er is tegenwoordig steeds meer informatie over waar ons voedsel vandaan komt en hoe dit wordt geproduceerd. Informatie kan mogelijk van invloed zijn op wat mensen kopen. Vaak is er namelijk de gedachte dat als mensen worden voorzien van voldoende informatie, zij zullen kiezen voor de optie die het beste aansluit op hun voorkeur. Als mensen goed geïnformeerd zijn, maken zij verantwoorde keuzes (Tiemeijer, e.a., 2009, p. 11).

Er zijn een aantal theorieën ontwikkeld die gaan over de verwerking van informatie en het gedrag wat hier opvolgt. Ten eerste het Elaboration Likelihood Model (ELM) van Petty en Cacioppo (1986)(figuur 3) die laat zien dat informatie zowel grondig (centrale verwerking) als oppervlakkig (perifere verwerking) verwerkt kan worden. Bij grondige verwerking is de doelgroep gemotiveerd om zich te verdiepen, heeft een hoge *need for cognition* (neiging tot nadenken) en is betrokken, waardoor er attitudeverandering optreedt bij sterke overtuigende argumenten (Pol, e.a., 2009, p. 48). Het kan echter ook zijn dat iemand gemotiveerd is maar niet de gelegenheid heeft of niet betrokken is, dit is de perifere verwerking (Pol, e.a., 2009, p. 48-50). Informatie zal hier volgens de theorie geen invloed hebben op het gedrag. De centrale route past meer bij gepland gedrag en de perifere route meer bij automatisch gedrag.

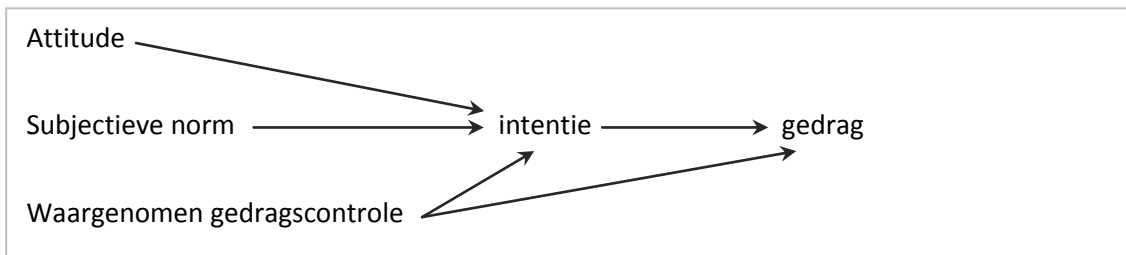
**Figuur 3 : ELM Model**



Bron: Petty & Cacioppo, 1986

Een theorie die hierop voortbouwt is de theorie van beredeneerd gedrag (*Theory of reasoned action*) van Ajzen en Fishbein en de latere uitbouw van deze theorie door Ajzen tot de theorie van gepland gedrag (*Theory of Planned Behavior*). Gepland gedrag is gedrag waar over nagedacht wordt en komt tot stand na een mate van overweging en afweging (Pol, e.a., 2009, p. 50-51). Voordat iemand gedrag zal uitvoeren (intentie) moet diegene dat eerst willen (attitude) en kunnen (subjectieve norm = omgeving & waargenomen gedragscontrole = capaciteiten) (figuur 4)(Pol, e.a., 2009, p. 50-51; Van Harreveld, 2012, p. 22-23).

**Figuur 4: Theorie van gepland gedrag**



Bron: Pol, e.a., 2009, p. 50

De theorieën geven een beeld van de relatie tussen de intentie, het gedrag en de mogelijke rol van informatie in gedragsverandering. Gepland gedrag is te beïnvloeden met communicatie (Pol, e.a., 2009, p. 51), maar of kennis omgezet wordt in gedrag, hangt af van de vele factoren. Een kloof tussen de intentie en het gedrag (Van Harreveld, 2012, p. 24; Pol, e.a., 2009, p. 50) kan onder andere komen doordat iemand niet de gelegenheid heeft (capaciteiten) of niet betrokken is bij het onderwerp. In kader 3 is aan de hand van de vleesconsumptie geïllustreerd dat er vele factoren van invloed zijn op het keuzegedrag.

Al geruime tijd wordt de bevolking voorgelicht over voedsel (Zondervan, 2009, p. 15). Informatie en voorlichting zijn een van de methoden die wordt ingezet om het eetgedrag van consumenten te verbeteren (Zondervan, 2009, p. 3 & 19). Toch ontstaat niet altijd de gewenste handeling. Dat heeft te maken met de factoren hierboven besproken. Er zijn echter als het om duurzaam voedsel gaat nog een aantal andere factoren die invloed uitoefenen op het feit of de gewenste handeling wordt uitgevoerd.

Dat informatie mogelijk minder invloed heeft kan te maken hebben met het feit dat er geen duidelijke overeenstemming is over wat een duurzame keuze is. Dit heeft twee redenen. Ten eerste is voorlichting dynamisch, omdat iets wat nu waar is in de toekomst ontkracht of genuanceerd kan worden (Zondervan, 2009, p. 14). Ten tweede wordt er vaak in verschillende termen gecommuniceerd door verschillende actoren (voedingsindustrie, overheid, etc.) met eigen belangen, waardoor de informatiestrekking niet objectief is. Iedere discipline (diëtisten, journalisten, etc.) gaat op haar eigen manier om met de kennis over voeding, ondanks dat er een richtlijnen zijn die gebaseerd zijn op de huidige stand van de wetenschap (Zondervan, 2009, p. 14; Gezondheidsraad, 2006, p. 11; Voedingscentrum, 2011). Ook op deze richtlijnen is kritiek wat betreft de duurzaamheid (Gezondheidsraad, 2006, p. 11; Nationaal Kompas Volksgezondheid, 2013b). Consumenten worden hierdoor dagelijks overspoeld met informatie over voeding en vormen een selectieve perceptie. Daarnaast weten consumenten vaak niet wat de beste keuze is, dit terwijl de verantwoordelijkheid vaak wel bij deze consument wordt gelegd (Zondervan, 2009, p. 19-20). De overheid wil burgers inlichten, daarmee de kennis en het bewustzijn van consumenten stimuleren en uiteindelijk bereiken dat mensen kiezen voor duurzaam vlees of vleesvervangers (Rijksoverheid, 2014a; Overheid.nl, 2010; CLM, 2011, p.10). Voor een groot deel is dit al gebeurd. Er is een toename te zien in de consumentenbestedingen, het marktaandeel en de vraag naar duurzame producten en dit blijft groeien (Ministerie van Economische Zaken, 2013, p. 9; Gast, e.a., 2009, p. 7; Kamerstukken II, 2010).

Het overige deel van de bevolking mindert mogelijk niet het vlees omdat zij hun attitude ondanks de informatie niet veranderen of omdat er sprake is van automatisch gedrag. Op deze manier

leidt de informatie die zij verworven hebben ook niet tot het gewenste gedrag. Wel kan volgens Pol e.a. (2009, p. 83 & 122) negatieve informatie (die de media vooral oppikt) bestaande patronen doorbreken. Op deze manier kan de media wel degelijk een rol spelen. Betrokkenheid van consumenten is belangrijk (De Boer & Aiking, 2009), omdat de kans dan groter is dat kennis omgezet wordt in gedrag (ELM model). De media speelt een rol in het betrekken van mensen bij milieuproblemen, maar degene die het niet lezen, zullen ook niet hiernaar handelen. Daarnaast is het mogelijk dat de boodschap is ontvangen, maar niet geaccepteerd wordt.

### **4.3 Handelingsperspectief**

In de literatuur komt naar voren dat heldere voorlichting belangrijk is (Weel, 2010; Bakker & Dagevos, 2010). Consumenten moeten bijvoorbeeld weten dat de voedingswaarde van conserven (diepvries, glas, blik) hetzelfde is als van verse groente en dat men buiten het seizoen om beter kan kiezen voor conserven dan voor kasgroenten en ingevlogen groenten (Van Dooren, 2014, p. 5). Bakker & Dagevos (2010) benadrukken specifiek het belang van heldere voorlichting over de voor- en nadelen van het eten van vlees door middel van een campagne. Daarbij wordt aangeraden om minder vlees te eten of vlees/vis met een keurmerk, te kiezen voor seizoensgroenten, streekvoedsel en milieuvriendelijk geteelde producten, niet meer te kopen dan je nodig hebt en weinig weg te gooien (Milieu Centraal, 2014a; Baines, 2006, p. 44) om de milieubelasting tegen te gaan. Er wordt hier een handelingsperspectief geboden. Zoals uit de vorige paragraaf bleek hoeft dit echter niet te leiden tot het gewenste gedrag.

Alleen informatievoorziening en het bieden van een handelingsperspectief (Overheid.nl, 2010) is daarom niet voldoende (Weel, 2010). 'Omgevingsgerichte interventies', ofwel veranderingen in het productaanbod en daarnaast subsidies en wet- en regelgeving zijn twee andere methoden volgens Zondervan (2009, p. 3 & 19) om voedingsgedrag te verbeteren. Weel (2010) stelt voor om het voor burgers eenvoudiger te maken om te kiezen voor duurzaam voedsel, door bijvoorbeeld de aandacht te trekken in winkels voor duurzamere alternatieven. Er wordt ook wel gesproken van '*nudging*', ofwel een duwtje in de goede richting (Harreveld, 2012, p. 29). Dit kan zowel door genoeg duurzame alternatieven aan te bieden, als via marketing (Kuhr, 2009; Gast, e.a., 2009, p. 23). Volgens anderen is het belangrijkste dat een duurzame keuze voor de hand liggend wordt gemaakt, waardoor consumenten alleen nog maar duurzame keuzes kunnen maken (Van Harreveld, 2012, p. 33; Backus, e.a. 2011, p. 46; Weel, 2010). Zo moet volgens Baines (2006) duurzaamheid niet bij het gedrag van de consument worden gezocht, maar een vanzelfsprekendheid zijn in het totale proces van productie, verwerking en distributie van voedsel.

Informatie en voorlichting, maar ook een samenspel van een verandering in zowel de productie als het consumptiepatroon blijken belangrijk te zijn. De verantwoordelijkheid ligt zowel bij de consumptie als de productie kant van het voedselproces. Een integrale samenwerking tussen alle verschillende partijen wordt gezien als de oplossing voor een duurzaam voedselsysteem. Dit omdat de oplossingen in de gehele keten liggen, van het land tot op het bord van de consument en erna (Ministerie van Economische Zaken, 2013; CLM, 2011, p. 11; Gast, e.a., 2009; Van Dooren, 2014; Westhoek, e.a., 2013; Petherick, 2009, p. 54).

## **5. Media en communicatie**

Het verduurzamen van het voedselsysteem wordt gezien als een belangrijke uitdaging. Uit het voorgaande blijkt dat informatie een belangrijke rol speelt bij keuzegedrag en het mogelijk aanzetten tot gedragsverandering. Het informeren kan op verschillende manieren. Een informatiebron waar veel mensen mee in aanraking komen is de media. De media is een belangrijke informatiebron wat betreft duurzaam voedsel en kan daarmee wellicht met haar informatievoorziening ook een rol spelen in de attitude en begripsbepaling van burgers/consumenten. De media kan burgers/consumenten door middel van berichtgeving betrekken bij duurzaam voedsel en daarmee invloed hebben op de perceptie, die daaropvolgend mogelijk invloed heeft op het gedrag. De media heeft een belangrijke rol in de beeldvorming, ten eerste omdat de media zich op de meerderheid van het publiek richt, ofwel de meeste mensen worden efficiënt bereikt via de media (Bodt, 2007). Daarnaast is de media de belangrijkste bron voor informatie over milieuproblemen. De media speelt een rol in de kennis die mensen hebben over het onderwerp. Kennis is belangrijk. Als het namelijk niet duidelijk is welke keuze duurzaam is, kan hier ook niet naar gehandeld worden.

De voedselkwesties spelen bij acht van de grootste milieuproblemen een hoofdrol (De Boer & Aiking, 2009, p. 5). Omdat milieuproblemen in lijn liggen met voedsel wordt ingegaan op hoe de media omgaat met milieukwesties en wordt dit in lijn getrokken naar voedselkwesties.

### **5.1 Media: milieu- en voedselkwesties**

Hansen (2010) zijn *'Environment, media & communication'* gaat in op de rol van de media in relatie tot het milieu. De term 'milieu' is bekend en vertrouwd, maar achter de term schuilen complexe kwesties. Hetzelfde geldt voor de term duurzaamheid, en specifiek duurzaam voedsel, die verwant ligt aan de milieuproblemen. De media is de belangrijkste informatiebron voor burgers wat betreft milieuproblemen. Veel van wat burgers leren en weten over het milieu komt van de media (Hansen, 2010 & 2011) en specifiek dagbladen (Nas, 2000, p. 44), omdat er veelal geen andere bronnen zijn waar burgers informatie vandaan kunnen halen. De meeste mensen zullen hun opvattingen over milieu immers niet kunnen baseren op eigen ervaringen/waarneming of op ervaringen van mensen in de omgeving (Nas, 2000, p. 13). Het internationale karakter van milieukwesties zorgt er namelijk voor dat het niet direct zichtbaar is. Voor informatie over deze problemen zijn mensen veelal aangewezen op de berichtgeving in de media (Nas, 2000, p. 41; Hansen, 2010 & 2011; Botelho & Kurtz, 2008) of anderen zoals milieuorganisaties, experts, etc., maar die communiceren veelal ook via de media.

De media is een belangrijke factor in informatievoorziening en heeft daarmee een rol in de aandacht voor milieuproblemen en de beeldvorming daarover. Volgens Hansen heeft de media invloed op de opvattingen, de overtuigingen, de kennis en de manier waarop wij onze natuurlijke omgeving waarnemen en waarderen (Hansen, 2010, p. 3 & 2011). Dat geldt ook voor de voedselkwesties die in verband staan met het milieu. Burgers ontvangen de informatie over het milieu en voedsel, maar de media bepaalt wat deze informatie is (agenda-setting, zie paragraaf 5.2). Het beeld dat de media neerzet kan daarmee bepalen hoe er tegen het onderwerp wordt aangekeken. Betrokkenheid (zoals bleek uit het vorige hoofdstuk) is daarbij wel een belangrijke voorwaarde voor de invloed. Dat de media invloed heeft op de perceptie en publieke opinie blijkt uit meerdere onderzoeken over de berichtgeving over Genetisch Gemanipuleerde Organismen (GGO's) (Colman, 2013). Uit onderzoek blijkt dat de perceptie van GGO's in Europa negatief is door de negatieve berichtgeving hierover, terwijl in de Verenigde Staten (door weinig media aandacht) en ontwikkelingslanden (door positievere media invloeden) ze in het algemeen positiever zijn (Kalaitzandonakes e.a., 2004; Curtis, e.a. 2004, p. 70-74).

De media speelt een centrale rol in de informatievoorziening en het op de politieke agenda zetten en wekken van bezorgdheid over de problemen rondom milieu en voedsel. Dit maakt het interessant om te kijken naar de media. Er zijn daarnaast nog twee andere belangrijke redenen. Ten eerste bleek uit de literatuur dat het om een complex onderwerp gaat en het moeilijk te communiceren is. De vraag is hoe de media hier mee omgaat. Hoe de media deze kwesties construeert is van belang op onze

beeldvorming daarover. De media zal deze complexe vraagstukken begrijpelijk trachten te maken voor de burger. Het milieucommunicatie-onderzoek, zoals dit genoemd wordt, heeft inzicht verworven in de complexe processen die betrokken zijn bij de sociale constructie van milieuproblemen en de bezorgdheid (Hansen, 2011). Hansen (2011) past het constructivistische perspectief - verschijnselen in de werkelijkheid zijn sociale constructies, subjectiviteit – toe om de rol van de media te begrijpen. Daarom wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de selectieprocessen van de media. Een tweede reden betreft dan ook de complexiteit en de praktische en organisatorische uitvoering van nieuwsberichten waarbij er keuzes gemaakt worden, die invloed hebben op de beeldvorming. Er wordt daarom ingegaan op belangrijke aspecten die bij nieuwsvorming komen kijken.

## **5.2 Agenda-setting**

De media heeft een belangrijke rol gehad in het op de kaart zetten van de term 'milieu'. De rol van de media is echter niet alleen het definiëren van 'milieu' als een concept en domein, maar ook het onder de aandacht brengen van milieukwesties en problemen bij het publiek (Hansen, 2010, p. 6). De media heeft volgens Hansen (2010 & 2011) bijgedragen aan het ontstaan van publieke en politieke bezorgdheid van milieukwesties, ofwel de media heeft de milieuproblemen op de publieke en politieke agenda gezet. De media heeft de mogelijkheid om onderwerpen die op de publieke agenda komen te beïnvloeden, ook wel de agenda-setting theorie genoemd. Agenda-setting beschrijft de (bedoelde of onbedoelde) invloed van de media: de mogelijkheid die zij heeft om voor het publiek te bepalen wat belangrijk is. Als een bepaald onderwerp of kwestie vaker voorkomt (meer aandacht) zal deze als belangrijker worden beschouwd en daarmee vormt de media het publieke bewustzijn en zorg over deze punten. Op deze manier bepaalt zij waar wij over lezen (University of Twente, 2014; Nas, 2000, p. 11; Van Gorp, 2006, p. 22), of zoals Marks & Kalaitzandonakes (2001) zeggen: *"They are constantly presenting objects suggesting what individuals in the mass should think about, know about, have feelings about"*. Er zijn twee basisveronderstellingen die ten grondslag liggen aan deze theorie. Ten eerste dat de media niet de werkelijkheid weergeeft, maar deze filtert en vormt. Ten tweede dat de concentratie van media op een onderwerp bij het publiek leidt tot de waarneming dat deze kwesties belangrijker zijn (University of Twente, 2014). Agenda-setting en de selectieprocedure die daarmee samenhangt is de uitkomst van nieuwsvorming en kan niet vermeden worden.

Aangezien voedselkwesties in lijn liggen met milieuproblemen lijkt het dat de media ook een rol speelt in de informatievoorziening, het op de agenda zetten en wekken van bezorgdheid over de problemen van ons voedsel. De media vervullen volgens Nas (2000, p. 42) een rol in het signaleren van en het alarmeren over gevaren en informeren daar over. In Nederland bestaat er een overeenkomst tussen de aandacht voor het milieu in de media en de bezorgdheid over milieuproblemen, want zoals bleek uit Hansen (2010) is de media de plek hiervoor.

### **5.2.1 Actoren: externe bronnen**

Er zijn ook nog andere actoren die trachten invloed uit te oefenen via de media om bepaalde kwesties op de agenda te krijgen. In de communicatie over voedsel zijn er verschillende actoren actief. De media wordt aangedreven, beïnvloed en gemanipuleerd door concurrerende instanties en belangen (*claims-makers*), die op hun beurt verschillende machtsposities en communicatieve middelen tot hun beschikking hebben (Hansen, 2011). Milieugroepen, overheid, wetenschap, experts, bedrijven en industrie hebben allemaal invloed op de communicatie over milieu- en voedsel kwesties door de massa media (Hansen, 2010, p. 8).

Vanaf de jaren '60 is de massamedia de publieke arena geweest voor de bekendmaking van milieukwesties, maar ook voor discussie, argumenten en meningen (Hansen, 2010 & 2011). Zo gebruikte milieuorganisaties de media als onderdeel van hun campagnestrategie. De eigenlijke rol van de media is informeren over. Het gaat echter veelal niet meer om het begrijpen van de 'wetenschap' achter bijvoorbeeld genetische modificatie, maar om 'winning hearts and minds' (Hansen, 2010, p. 6). De media is daarmee dus een publieke discussie arena geworden voor milieuvraagstukken. De media is veelal de spreekbuis voor veel actoren.

De zogenoemde wetenschapscommunicatie gaat bijvoorbeeld vaak via de media, omdat op deze manier het brede publiek wordt bereikt en daarmee interesse opgewekt kan worden voor het vakgebied en daarnaast kan de samenleving geïnformeerd worden over wat er gaande is. Wetenschappers doen namelijk veelal onderzoek die aansluit bij de behoeftes vanuit de samenleving, waardoor veel resultaten via kranten en populaire tijdschriften worden verspreid (Huijnen, 2011, p. 153-160). De burger/consument moet de ontwikkelingen kunnen volgen (Huypens, 2003). Vaak zijn dit speciale communicatoren die informatie naar de media brengen (Huypens, 2003, p. 9) of worden er experts aangehaald. De media speelt een eigen rol doordat zij exclusief nieuws bericht en niet altijd het gehele verhaal zal vertellen. De media bepaalt daarmee waar mensen over lezen. De belangen lopen daardoor uiteen (Huypens, 2003, p. 10). Een ander voorbeeld zijn beleidsmakers, die belang hebben om ervoor te zorgen dat bepaalde kwesties op de agenda komen en daar vaak de media voor gebruiken. De overheid wil bijvoorbeeld met haar voorlichting kennis en brede maatschappelijke betrokkenheid bij de burger bewerkstelligen om zo de consument te helpen bij het maken van een duurzame keuze en inzicht te geven in de consequenties van zijn keuze (SER, 2002, p. 9; Gast, e.a., 2009, p. 23; Kamerstukken II, 2010; Westhoek, e.a., 2013, p. 86-87; CLM, 2011, p.10). Het lijkt daarmee dat (de vele actoren) het doel is om burgers te betrekken bij de problemen en bewustzijn te creëren door te berichten over deze onderwerpen, maar veelal via de media.

### **5.3 Selectiviteit**

Vanwege de complexiteit van het onderwerp zal de media onvermijdelijk moeten selecteren waar zij over bericht. Dit heeft te maken met de praktische en organisatorische uitvoering van nieuwsberichten die soms kunnen bepalen wat wel of wat geen nieuws wordt (Hansen, 2010, p. 8).

Ten eerste op het individuele niveau door eigen attitudes, overtuigingen, opleiding, politieke achtergrond van de journalist. Nieuws is pas nieuws als journalisten dit nieuws vinden (Huypens, 2003, p. 23). Ten tweede op het niveau van mediaroutines die helpen om de journalist efficiënt en routinematig om te laten gaan met een hoeveelheid informatie. In het selectieproces - in hoeverre een feit nieuws wordt – zijn er 12 beïnvloedingsfactoren, beschreven in de veelvuldig geciteerde studie van Galtung en Ruge (1965) (tabel 2). Hoe meer factoren er aanwezig zijn, hoe sneller de media het nieuwsfeit oppikt (Huypens, 2003, p. 24). Aan deze 12 factoren voegt Huypens (2003, p. 30) nog nabijheid en recent gebeurde gebeurtenissen toe. Nieuws van vandaag is belangrijker dan gisteren en ook hoe dichterbij het is, hoe belangrijker. Ten derde de specificiteit van het medium die bepalend is voor de inhoud, zoals technologische mogelijkheden, de eigenheid van een krant, de stijl, management en uitgever (Van Gorp, 2006, p. 74), maar ook de doelgroep die het medium wil bereiken (Huypens, 2003, p. 23). Hier is de slogan ‘the medium is the message’ (Marshall McLuhan) van toepassing. Het medium verandert de mens in de richting die wordt bepaald door de aard van het medium (van Gorp, 2006, p. 75-76). Wel gaan tegenwoordig media steeds meer op elkaar lijken waardoor er geen grote verschillen zullen optreden.

Naast de praktische en organisatorische uitvoering zorgt de complexiteit van duurzaam voedsel ook voor het selecteren van de media. Het ingewikkelde is dat deze vraagstukken pas betekenis krijgen door uitleg en verbinding. Door naar de delen te kijken en deze te begrijpen, komt men tot het begrijpen van de term (de ‘*abstraction*’ van beelden) (Hansen, 2010, p. 2-3). Al eerder kwam dit ook naar voren bij de term duurzaamheid. De media zal daarmee ook delen van het probleem aangrijpen om op deze manier de complexe kwestie over te brengen op het publiek. Daarbij zullen zij bepaalde onderwerpen wel en bepaalde niet onder de aandacht brengen en krijgt het ene onderwerp een hele pagina en de andere maar een klein stukje.

Door de complexiteit van het onderwerp en door de manier waarop de media werkt is selectiviteit onvermijdelijk. Daardoor zullen bepaalde onderwerpen uit bijvoorbeeld het voedingsonderzoek uitgelicht worden en wordt niet het gehele verhaal overgebracht op de consument. Als de 12 factoren van Galtung en Ruge toegepast worden op het feit of duurzaam voedsel in het nieuws komt lijkt het dat er voornamelijk gecommuniceerd wordt over incidenten en als de impact hiervan groot is en deze

***Tabel 2: 12 beïnvloedingsfactoren nieuws: Galtung en Ruge (1965)***

<b>Frequentie</b>	Hoe langer een gebeurtenis duurt, hoe minder snel zij gesignaleerd zal worden. Kranten pakken geen langdurige trends en juist meer incidenten. Wetenschappers die jaren onderzoek doen komen dus niet in de media, alleen de echte doorbraken.
<b>Drempelwaarde</b>	Hoe groter de intensiteit is, hoe groter de impact en daarmee de kans om geselecteerd te worden. Het nieuws kan de regionale, nationale of wereldpers halen.
<b>Ondubbelzinnigheid</b>	Gebeurtenissen die duidelijk interpreteerbaar zijn worden verkozen boven die met meerdere mogelijke betekenissen.
<b>Betekenis</b>	Voorkennis en culturele verwantschap bij lezers spelen een belangrijke rol bij de selectie van nieuws. Hoe groter kennis hoe eerder de publicatie volgt.
<b>Harmonie</b>	Iets komt sneller in het nieuws als het met ons verwachtingspatroon overeenstemt (voorspelling en verlangen).
<b>Uitzonderlijkheid</b>	Zeldzame en onverwachte gebeurtenissen bevatten een grotere nieuws waarde en hebben daarom een verhoogde kans op selectie.
<b>Continuïteit</b>	Artikelen eenmaal verschenen in de krant zullen een periode blijven, maar nieuws is maar enige tijd nieuwswaardig.
<b>Compositie</b>	Nieuws wordt altijd in een bepaalde samenstelling geplaatst, veelal een evenwichtige verhouding. Bijvoorbeeld binnen en buitenland, zware en lichte onderwerpen. Soms komt iets hierdoor in het nieuws hierdoor wat normaal de media niet zou halen
<b>Eilitelanden</b>	Gebeurtenissen in elitelanden (zoals Suriname en Indonesië) worden sneller nieuws. Hetzelfde geldt voor elite personen. Activiteiten van dergelijke personen kunnen grote gevolgen hebben voor grote groepen mensen, zoals ministers. sneller in het nieuws en ook elite personen zoals bij ministers. In de wetenschap zijn dit de experts
<b>Personificatie</b>	Nieuws over personen wordt sneller geselecteerd dan over instanties, zaken en processen. Het gaat daarbij om de beleving van het individu.
<b>Negativiteit</b>	Negatieve gebeurtenissen worden sneller geselecteerd dan positieve. Dit komt omdat we negatief sneller onthouden.

*Bron: Galtung en Ruge, 1965; Huypens, 2003, p. 23-30*

zeldzaam of onverwacht zijn, zullen deze zeker in de media komen. Een goed voorbeeld zijn bijvoorbeeld de voedselschandalen, waarbij de factor nabijheid ook een grote rol speelt. Indirect hebben deze voedselschandalen met duurzaamheid te maken, maar over duurzaamheid zelf is het lastig om te communiceren. Hier komen we op de factor 'ondubbelzinnigheid'. De media zal altijd gebeurtenissen pakken die duidelijk zijn en laten dus niet 'het hele plaatje zien'. Bij 'duurzaamheid' (en milieuproblemen) is het 'hele plaatje' ook te complex, waardoor de media vrijwel alleen de keus heeft onderwerpen hieruit te selecteren die duidelijk gecommuniceerd kunnen worden

Media is niet alleen selectief in het nieuws wat zij selecteren, maar ook waar zij haar informatie vandaan haalt. Zo blijkt uit de kritiek die wordt geuit tijdens de Voedsel Anders Conferentie (2014). De problemen die worden aangekaart zijn dat er geen onafhankelijke media in Brussel is, maar alleen nationaal, en dat de media meeloopt met de draaideur van politici, journalisten en lobbyisten. Daarnaast hebben vaak de externe bronnen die de media aanhaalt ook een belang (paragraaf 5.2.1). Zo wordt aangegeven dat de EFSA wetenschappelijk advies geeft over GGO's, maar dat de expert zowel hierin plaatsneemt als in een organisatie die gefinancierd wordt door Monsanto (GGO bedrijf) (Monsanto, 2014). Veelal blijkt dat onderzoekers ook geld krijgen van bedrijven, waardoor het onderzoek dat de media aanhaalt, selectieve informatie bevat. Dit is moeilijk tegen te gaan omdat veel bedrijven wel het geld hebben voor onderzoek. Daarnaast wordt er gesproken over de gouden driehoek: politiek, wetenschap en industrie, die de belangen in stand houden (Voedsel Anders Conferentie, 2014). Toch is er vertrouwen in de media, bijvoorbeeld meer dan andere bronnen op het internet omdat iedereen daar wat kan schrijven (Huypens, 2003, p. 13). Uit onderzoek van Nas (2000, p. 47) blijkt dat bij belangrijke maatschappelijke en politieke kwesties wetenschappers/experts worden gezien als betrouwbare informatiebronnen, gevolgd door de media. Aangezien deze eerste groep communiceert via de media worden zij als betrouwbaar gezien. Belangrijk is wel dat mensen zelf bepalen in hoeverre zij deze berichten ontvangen.

De media voorziet de burger/consument van selectieve informatie en kan aan bepaalde onderwerpen meer, minder of geen aandacht besteden (agenda-setting). Hierdoor kan het zijn dat een bepaald feit of

onderwerp niet de krant haalt. De media kan bepalen over welke onderwerpen van duurzaam voedsel zij bericht geeft en bepaalt de prioriteiten van de publieke agenda. Daarmee bepaalt zij niet zozeer hoe mensen over kwesties denken, maar wel waarover mensen denken (Nas, 2000, p. 121; Van Gorp, 2006, p. 22). Toch kan de media ook invloed hebben op de manier waarop wij over kwesties denken. Dit wordt framing genoemd. Framing is een aspect van selectiviteit en hier wordt in de volgende paragraaf op ingegaan.

## **5.4 Framing**

Frames, of referentiekaders, zijn mentale structuren die bepalen hoe wij de werkelijkheid zien. Dat kan zowel op korte of lange termijn (Lakoff, 2004, p. xv; Lakoff, 2006a, p. 25; Scheufele, 1999). *“Dat er frames zijn komt doordat de mens maar in staat is om een klein deel van de werkelijkheid te kennen, en dat deel is gelimiteerd door de vermogens van de zintuigen, het brein en inbeeldingsvermogen”* (Van Gorp, 2006, p. 57). Frames zijn dus mentale structuren (*mental maps*) waarin nieuwe informatie geplaatst kan worden en van waaruit mensen denken en handelen (Scheufele, 1999). Het frame werkt als het ware als een filter om ervoor te zorgen dat de constante stroom van informatie en impressies verwerkt kan worden en bepaalt hoe we denken, voelen en handelen. De structuur wordt gevormd aan de hand van vele invloeden, waaronder cultuur, opvoeding, maar ook de media (Moyle, 2004, p. 15-16).

De mental maps worden niet allen door individuen gevormd maar ook door de media (Nas, 2000, p. 34). De media maakt (bewust of onbewust) gebruik van deze (publieke/individuele) frames (Van Gorp, 2006; Lakoff, 2006b). Door middel van framing heeft de media invloed in welke context over een onderwerp wordt nagedacht (Nas, 2000, p. 121; Van Gorp, 2006, p. 22) en dus de manier waarop er over kwesties wordt gedacht. Zo blijkt uit het onderzoek van Brewer e.a. (2003) dat een nieuwsbericht die een probleem in een ander land noemt, het zo kan framen dat het publiek gaat oordelen over het volk van dit land. In de media is framing de manier waarop journalisten het nieuws inkaderen. Bij de productie van een nieuwsbericht worden elementen uit de waargenomen realiteit geselecteerd, uitgesloten, benadrukt of aangevuld en daarnaast worden de ontvangers van een context en betekenisuggestie voorzien, ofwel een bepaalde lijn van interpretatie. Het kan gezien worden als een fotograaf die de camera-instelling bepaalt en daarmee dus ook wat buiten beeld valt (Van Gorp, 2006; Scheufele, 1999). Ofwel de media zorgt voor *‘pictures in our heads’* (Lippmann, 1922). Dit om de werkelijkheid inzichtelijk te maken voor de lezer. De dagelijkse realiteit is namelijk complex en de media frames organiseren volgens Scheufele (1999, p. 106) deze dagelijkse realiteit doordat journalisten informatie identificeren en classificeren en dit efficiënt verpakken voor het publiek. Veelal is dit een vertrouwd kader dat in overeenstemming is met heersende meningen. De media voorziet het publiek van schema’s voor het interpreteren van gebeurtenissen. Het publiek neemt deze frames over en benadert de realiteit daardoor op een gelijkwaardige manier als journalisten (Van Gorp, 2006, p. 21). Hierbij speelt selectie een rol, omdat het frame een selectie van een aantal waargenomen aspecten uit de realiteit is. Doordat burgers dit selectieve beeld overnemen van de media, bepaalt de media dus voor een deel hoe de burger naar de werkelijkheid kijkt. Het framen van gebeurtenissen in de media kan systematisch invloed hebben hoe het publiek deze gebeurtenissen begrijpt (Scheufele, 1999, p. 107) en een attitude wordt daarbij mede gevormd. Volgens Janssens (2012) is taal ook belangrijk bij een frame. Een frame wordt opgeroepen door een bepaald taalgebruik. Het voorbeeld wat Janssens aanhaalt is het opslaan van CO<sup>2</sup> onder een wijk in Barendrecht waarbij in de communicatie dit een ‘proefproject’ genoemd wordt. De bewoners associëren dit als ‘proefkonijn’, waardoor de communicatie op een ongewild frame terecht kwam (Janssens, 2012).

Framing lijkt volgens D’Angelo & Kuypers (2010, p. 44) een onvermijdbare realiteit van het publieke communicatieproces. Zo zijn de bronnen en de onderwerpen waar de media over schrijft voorafgaand ook al geframed (D’Angelo & Kuypers, 2010, p. 1). Daarnaast liggen frames niet vast, maar veranderen met de tijd. Het is daarom ook moeilijk om frames te identificeren (Maher, e.a., 2001, p. 84). Doordat duurzaamheid een subjectief begrip is en er een nieuwsproductieproces is (beperkte tijd en ruimte, deadlines, etc.) is de framing van de media onvermijdelijk. Belangrijk is wel dat het publiek daarnaast zelf altijd een invulling zal geven aan de voorgeschreven inhoud van de media. De invloed van



de inhoud op de houding of het gedrag is niet direct en het publiek heeft eigen variabele frames om de informatie te interpreteren (Lockie, 2006, p. 314).

De framing is niet alleen onvermijdelijk maar kan ook nuttig zijn volgens De Boer & Aiking (2009). Zij gaan in op de rol en het nut van frames bij het verduurzamen van de voedselproductie en consumptie. Het nut is dat deze frames de problemen en de morele handelingen die daarbij horen (milieubescherming, eerlijke verdeling, etc.) kunnen verhelderen. Frames kunnen de wetenschappelijke kennis ordenen en daarmee aangeven wat de problemen zijn, maar ook aangeven hoe er gehandeld dient te worden.

Er is door de jaren heen veel literatuur verschenen die heeft bijgedragen aan het begrijpen van frames. Er zijn tal van soorten frames en Semetko en Valkenburg (2000, p. 95-96) hebben vijf veel voorkomende frames geïdentificeerd (uit eerdere onderzoeken) die in het nieuws voorkomen. Het gebruik van deze frames verschilt per onderwerp.

Ten eerste het conflict frame, die conflicten tussen individuen, groepen of instituties benadrukt om zo de interesse van het publiek te pakken. De discussies over genetische manipulatie bijvoorbeeld is complex en de media zal hier op een gereduceerde manier over bericht geven. Daarmee kan zij ook sturen aan welke kant het publiek staat.

Het tweede frame is het *human interest frame*, die het nieuws personaliseert, dramatiseert of een emotionele invalshoek toevoegt om de interesse van het publiek te pakken. Dit is mogelijk omdat het dit een moreel onderwerp is, bijvoorbeeld rondom de voedselveiligheid en ethische aspecten. Op deze manier kan de aandacht getrokken worden.

Het derde frame is het *economic consequences frame*, waarbij er ingegaan wordt op de economische gevolgen voor een individu, groep, of institutie, regio of land van een bepaalde kwestie. De impact van een gebeurtenis is een belangrijke nieuwswaarde, vooral economisch. Een goed voorbeeld zou hier de voedselschandalen zijn en de effecten hebben op kopen van daardoor ander of duurder vlees.

Het vierde frame is het *morality frame*, die een kwestie in de context van morele standaarden (of religie) plaatst. Journalisten maken vaak indirect verwijzingen door iemand anders de vraag te laten stellen en op deze manier objectiviteit te waarborgen. Bij voedsel zijn er vele actoren betrokken, waardoor de kans mogelijk is dat deze actoren aan het woord gelaten worden.

Tot slot het laatste frame, het *responsibility frame*, die een kwestie zo presenteert dat het bij een individu, groep, instantie of de overheid de verantwoordelijkheid legt. Dit frame is belangrijk, omdat bij duurzaam voedsel niet alleen wordt gesproken over hoe er verduurzaamd moet worden, maar ook wie er daarvoor verantwoordelijk is. Verwacht kan worden dat het responsibility frame – die nauw aansluit bij de definitie van het Brundtland-rapport – een belangrijke frame zal zijn op het gebied van duurzaamheid (Van Gorp & Van der Goot, 2009).

## **5.5 Communicatie over voeding**

De vraag is of er al iets bekend is over de communicatie over voedsel, ofwel wat is er bekend over de berichtgeving van voedsel en de rol van de media daarin.

Voedselveiligheid is een belangrijk onderwerp als het gaat om voedsel. Volgens Meester, e.a. (2013, p. 241) verklaren de verschillende voedselschandalen en –crisissen die veel media aandacht kregen de interesse voor kwaliteit en veiligheid van voedsel. Zo was er aandacht voor chemicaliën, specifiek DDT, die gevolgen zou hebben voor de menselijke gezondheid (PAN NA, 2014; Baines, 2006, p. 18). Ook blijkt uit onderzoek van Kalaitzandonakes e.a. (2004) dat de toon van de media bij de berichtgeving over GGO's voornamelijk negatief was en er veelal gesproken werd over gezondheidsrisico's en voedselveiligheid.

Uit onderzoek van Dierks (2004) komt naar voren dat de media invloed heeft op de risicoperceptie van de consument en uit onderzoek van Garcia-Fuentes, e.a. (2010) en Bharad (2010) dat de media een negatieve invloed heeft op het consumentenvertrouwen. Dit komen doordat de mate

waarin milieurisico's worden ervaren samenhangt met het vertrouwen in informatiebronnen. De geloofwaardigheid van een bron bepaalt namelijk volgens Nas (2000, p. 46) de acceptatie van de boodschappen. Zo komt uit onderzoek van Gutteling, e.a., (2006) naar voren dat een laag vertrouwen in de overheid een rol speelt in de acceptatie van GM voedsel.

Uit een onderzoek van Lockie (2006) komt naar voren dat de berichtgeving over duurzaamheid van voedsel de afgelopen tien jaar is veranderd. Lockie deed een inhoudsanalyse van krantenartikelen uit Australië, Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten om de verschillende manieren waarop duurzaamheid, biologische voeding en landbouw, genetische manipulatie, genetisch gemodificeerde levensmiddelen en voedselveiligheid worden geframed te identificeren. Hieruit kwam naar voren dat voor 1996, ondanks de toen al duurzame ontwikkelingen in de landbouw, er zeer weinig artikelen zijn. Ook in de periode 1996-2002 was het beperkt tot wat artikelen over innovatieve landbouwpraktijken en heel weinig artikelen over de invloed op het milieu (Lockie, 2006, p. 314-315). Later komen de voedselschandalen en genetische modificatie in het nieuws.

Het blijkt uit meerdere andere onderzoeken dat de berichtgeving over GGO's in de media invloed heeft op de publieke opinie (Colman, 2013). Ook blijkt uit het onderzoek van de Bakker, e.a. (2013) dat de media bepaalde beelden kan voeden en dat van negatieve invloed kan zijn op de beeldvorming hierover. In het geval van GGO's komen vaak publicatie van wetenschappelijk onderzoek of een actie van anti-ggo-bewegingen in het nieuws (Botelho en Kurtz, 2008). De media heeft daarbij de publieke bezorgdheid op de agenda gezet.

Marks & Kalaitzandonakes (2001) hebben onderzoek gedaan naar de rol van media in het framen van de toepassing van biotechnologie op voedsel (in de Verenigde Staten en Engeland). De media is daarbij bevooroordeeld en fungeert daarnaast als een forum waar het publieke debat plaatsvindt. Ideaal gezien kan de media het publiek informeren over complexiteit van deze nieuwe technologie, maar journalisten doen dit zelden. Uit dit onderzoek blijkt dat in het debat over biotechnologie er twee risico's benadrukt worden, namelijk de gevolgen voor de voedselveiligheid (gezondheidsrisico's) en het milieu. Deze framing is gedeeltelijk verantwoordelijk voor de negatieve houding in Europa tegenover GGO's (Marks & Kalaitzandonakes, 2001). Ook uit een ander onderzoek van Kalaitzandonakes e.a. (2004) blijkt de media een belangrijke rol te spelen in het vormgeven van de publieke perceptie over biotechnologie. De perceptie verschilt over de tijd en naar geografische locatie. De gebeurtenissen zijn internationaal, maar worden lokaal geframed (Marks, e.a., 2007), waardoor de perceptie verschilt tussen bijvoorbeeld de Verenigde Staten en Europa. Een ander voorbeeld waar framing naar voren komt is de campagne van Wakker Dier '*Stop de Plofkip*'. Door gebruik te maken van het woord 'plofkip' en daarmee op confronterende wijze aandacht te vragen voor de problemen in de bio-industrie is dit woord en daarmee het issue gemeengoed geworden (Van der Sneppen, 2013).

Ook uit andere onderzoeken blijkt de rol van de media. Uit het onderzoek van Verbeke (2008) blijkt dat de effecten van vervelend nieuws over voeding, zoals de voedselschandalen, zo groot zijn dat de marketingsinspanningen vijf keer zo groot moeten zijn om dit negatieve nieuws weer goed te maken. Het lijkt dat er omtrent voeding wel degelijk een rol weggelegd is voor de media. Daarbij lijkt de rol voornamelijk informeren en het betrekken van de burgers bij milieu en voedsel gerelateerde problemen. De media heeft daarbij ook invloed op burgers. Zo kan de media soms voor verontruste consumenten zorgen door onjuiste berichtgeving. In een rapport werd bijvoorbeeld biologisch voedsel 'fraudegevoelig' genoemd, maar de media heeft hiervan gemaakt dat er fraude plaats vindt (Schot, 2013). Verkeerde interpretaties komen vaker voor (Valkenburg, 2014), met gevolg dat mensen verkeerd geïnformeerd worden en hierdoor gaan twifelen over de consumptie van biologisch voedsel. Dit illustreert de invloed van de media.

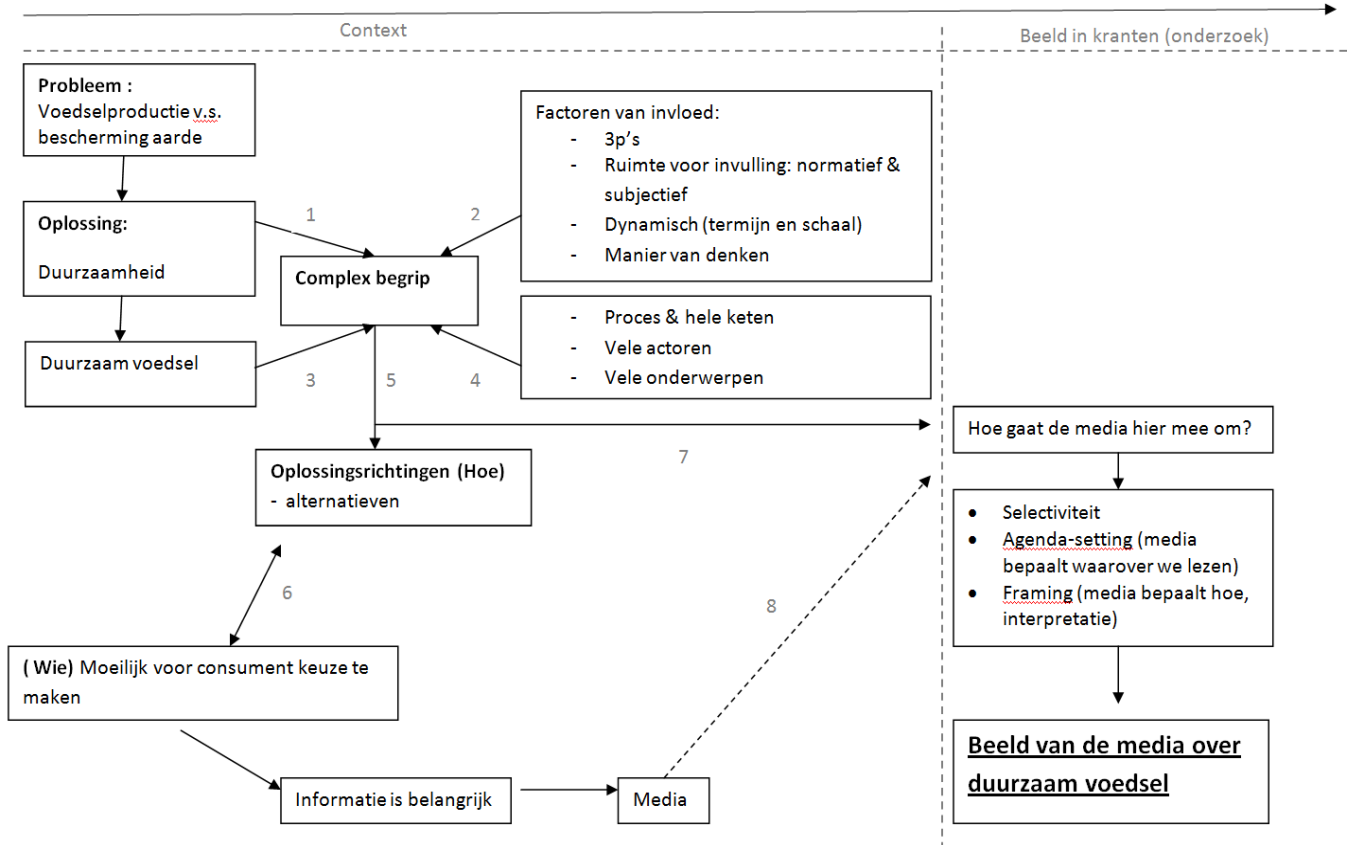
In de literatuur komt naar voren dat het invloed heeft op de perceptie, maar niet specifiek ook op het gedrag. Uit het onderzoek van Van de Velde (2013) komt wel naar voren dat de media een negatieve impact heeft op de vleesconsumptie, maar dat zij niet de enige is. Er is namelijk daarnaast ook

een algemene lange termijntrend in de daling van vlees en bepaalde socio-demografische kenmerken hebben een negatieve invloed. De invloed daarbij is dat mensen meer willen betalen voor veilig voedsel (Ravenswaay & Hoehn, 1991). Ook uit het onderzoek van Lockie (2006, 317-318) komt naar voren dat niet de media alleen invloed heeft op de negatieve houding, maar ook het vertrouwen in de overheid en bedrijven en de voedselschandalen werken hier in door. De invloed van de media is voornamelijk op de perceptie. Het feit dat er geen specifiek onderzoek is over de invloed op gedrag heeft te maken met het feit dat dit moeilijk te onderzoeken is (Dierks, 2004). Uit dit gehele literatuuroverzicht is naar voren gekomen dat de media een belangrijke rol speelt in de beeldvorming over duurzaam voedsel. Echter is er niet precies duidelijk wat dit beeld is. Daarom wordt in dit onderzoek geanalyseerd welk beeld de media neerzet over duurzaam voedsel.

## 6. Conceptueel model

Aan de hand van de theorie in de voorgaande hoofdstukken is er een schema opgesteld. Dit schema geeft de belangrijkste concepten weer. Bovenaan staat de beeldvorming over duurzaam voedsel, omdat dit de hoofdvraag is van het onderzoek.

Beeldvorming duurzaam voedsel



Als eerste is er een probleem, namelijk de voedselproductie en de bescherming van de aarde. Als oplossing wordt hier duurzaamheid voor aangedragen. Duurzaamheid is een complex begrip (1). Een aantal factoren zorgen ervoor dat dit een complex begrip is (2). Daarnaast werkt 'duurzaamheid' door in duurzaam voedsel. Duurzaam voedsel is daarmee ook een complex begrip (3) en ook daarbij zijn een aantal factoren van invloed hierop (4). Dit complexe begrip leidt tot verschillende oplossingsrichtingen en daarmee tot verschillende alternatieven (5). Er is naast de vraag Hoe er verduurzaamd dient te worden ook de vraag wie daar verantwoordelijk voor is. De consument wordt veelal aangewezen als verantwoordelijke. Door de vele alternatieven is het moeilijk voor de consument om een keuze te maken en pakken daardoor een deel van het onderwerp wat weer leidt tot verschillende alternatieven. Daarom staat dit verband aangegeven met een dubbele pijl (6). Bij het maken van deze keuze is informatie belangrijk en die wordt door de media verschaft. Pijl nummer 7 staat haaks op pijl nummer 5. Dit omdat de vraag is hoe de media omgaat met dit complexe begrip en de verschillende oplossingen en alternatieven die hieruit ontstaan kan de media ook aangrijpen. Doordat de media selectief is leidt dit ook tot vervaging. Pijl nummer 8 is een indirecte pijl die naar de media verwijst omdat op deze manier een cirkel wordt gemaakt. Dit alles vormt de context van het onderzoek. De vraag is 'hoe gaat de media hier mee om?' Daarbij komen een aantal elementen naar voren die belangrijk zijn bij het nieuwsvormingsproces en invloed hebben op het uiteindelijke beeld, namelijk het beeld over 'duurzaam voedsel' in kranten.

## **7. Methodologie**

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksmethode beschreven en worden de daarbij gemaakte keuzes verantwoord. Er wordt beschreven hoe het onderzoek wordt aangepakt, wat er wordt onderzocht en op welke manier data wordt verzameld. Er wordt ingegaan op de keuze voor het onderzoeksmateriaal, de zoektermen en het analyseschema wordt geïntroduceerd.

### **7.1 Onderzoeksmethoden**

Om antwoord te geven op de vraagstelling zijn er verschillende onderzoeksmethoden gebruikt. Allereerst is er een literatuurstudie gedaan. In het laatste hoofdstuk zijn de media en haar beeldvorming behandeld en het werd duidelijk dat er geen onderzoek bekend is over de beeldvorming over duurzaam voedsel in Nederlandse kranten. Wel verwante onderwerpen zoals GGO's (paragraaf 5.5) of biologisch voedsel (Lockie, 2006), maar ook dit zijn veelal onderzoeken in het buitenland. Daaruit is de hoofdvraag (zoals in de inleiding beschreven) ontstaan: *“Welk beeld schetst de Nederlandse nieuwsmedia over ‘duurzaam voedsel’ in krantenartikelen en in hoeverre is dat in de afgelopen 22 jaar veranderd”*. De begrippen in deze vraag zullen in deze methodologie duidelijk worden. Het doel van het onderzoek is om het beeld in kaart te brengen van duurzaam voedsel in Nederlandse kranten de afgelopen 22 jaar (periode 1992-2014).

De literatuur vormt de achtergrond voor het onderzoek en is daarbij belangrijk. Het is moeilijk aan te tonen in hoeverre media van invloed is op het gedrag, maar er is wel aangetoond dat media van invloed is op de beeldvorming/perceptie van burgers. Dit onderzoek gaat alleen in op de informatievoorziening (en definitievorming) van de media over ‘duurzaam’ voedsel, met het idee dat dit van invloed is op de perceptie van de burger.

Uit de literatuur komt naar voren dat de media voor het grootste deel ons voorziet van informatie over milieuproblemen en daarmee ook omtrent de problemen rondom voedsel die gerelateerd zijn aan de milieuproblemen. De vraag is, aangezien de media een belangrijke rol heeft in de communicatie over voedsel, in hoeverre ‘duurzaam voedsel’ de krant haalt, ofwel zet de media duurzaam voedsel op de agenda? Ook blijkt dat veel aandacht na problemen komt, in hoeverre is dit zichtbaar in de berichtgeving?

Uit de literatuur blijkt dat een definitie van duurzaam voedsel complex is en het lastig is een heldere definitie te geven. Het is interessant om te kijken hoe de media omgaat met deze brede definitie en deze begrijpelijk maakt aan de lezer. Hoe de nieuwsmedia namelijk duurzaam voedsel definieert of invult is van belang voor de perceptie hierover.

Daarnaast blijkt uit de literatuur dat de media dient als een arena bij deze informatievoorziening en dat vele debatten via de media worden gevoerd. De vraag is of dit naar voren komt als er over duurzaam voedsel wordt gesproken, of dat dit alleen het geval is bij specifieke onderwerpen als GGO, biologisch, vleesmindere. Deze laatste zijn namelijk alternatieven die pretenderen duurzamer te zijn. De vraag is in hoeverre de media bericht doet van doet, aangezien de media uit dit complexe geheel ook delen (onderwerpen) moet selecteren om het begrijpelijk te maken voor het publiek. Kiest de media dus voor één perspectief binnen deze definitie of draagt zij het complexe onderwerp over op de lezers? Welke aspecten van verduurzaming krijgen veel aandacht in de media?

Aangezien duurzaam voedsel ook een dynamisch begrip is kan er gekeken worden of de nadruk op bepaalde onderwerpen in de tijd verschilt. Uit de literatuur bleek ook dat milieuproblemen van mondiale schaal zijn en de media deze naar de burger toehaalt door hier over te berichten. Maar het bleek ook dat de media eerder bericht over iets wat dichtbij gebeurt. Daarom is de vraag vanuit welk schaalniveau er wordt geschreven over duurzaam voedsel? Al deze vragen zijn afgeleid uit wat in de theorie naar voren kwam en zitten verweven in de deelvragen.

Bij beeldvormingonderzoek wordt veelal gebruik gemaakt van kwalitatieve methoden, omdat men naar de betekenis (meaning) kijkt (Bryman, 2012, p. 617). Met behulp van de data wordt getracht

patronen en thema's bloot te leggen van teksten of beelden en daarmee conclusies te kunnen trekken over het beeld dat er geschetst wordt (inductief).

## **7.2 Inhoudsanalyse**

Om de hoofdvraag te beantwoorden zal er gebruik worden gemaakt van een inhoudsanalyse. Een inhoudsanalyse is een methode voor de analyse van teksten en documenten met als doel om de communicatieboodschappen te analyseren. Een inhoudsanalyse is een goede methode om het beeld dat door de media wordt geschetst te analyseren of te inventariseren en te kijken in hoeverre media aandacht besteedt aan een bepaald thema (Van Gorp, e.a 2005). Het voordeel van een inhoudsanalyse is dat het een systematische vorm van lezen is. Op deze manier kan nagegaan worden wat er over 'duurzaam voedsel' of andere verwante begrippen wordt gezegd.

### **7.2.1 Kwantitatief en kwalitatief**

De inhoudsanalyse (*content analyse*) kan zowel op kwantitatieve als kwalitatieve manier worden gedaan en veelal worden deze in combinatie gebruikt. Ook in dit onderzoek worden beide gebruikt, ook wel 'Mixed Methods' genoemd (Bryman, 2012, p. 628). Beide methoden zijn van belang. Met de kwantitatieve methode wordt gekeken welke termen, woorden, onderwerpen en thema's aangekaart worden en de nadruk op ligt (aantal en omvang) en daarna volgt de interpretatie (inhoud, perspectief, context, omschrijving) die kwalitatief van aard is (ook wel 'het vlees op de botten' genoemd) (De Hond, 2006; Bryman, 2012, p. 628-634; VU, 2014). Door gebruik te maken van kwantitatieve benadering wordt de betrouwbaarheid van het onderzoek verhoogd en kan er meer data worden verzameld (Bryman, 2012, p 622-623) en met kwalitatief daarbij gaat de context niet verloren.

Een kwantitatieve inhoudsanalyse is een systematische analyse die wordt uitgevoerd door vooraf te coderen en dit is een belangrijke fase in het proces (Bryman, 2012, p. 595). Er is geen vastgesteld stappenplan maar in de literatuur komen wel vaste keuzes naar voren zoals de selectie van eenheden en het opstellen van een analyseschema (De Hond, 2006, p. 45). Er is van te voren een analyseschema opgesteld (paragraaf 7.3) en dit draag bij aan een meer transparante manier van onderzoek doen. Ook maakt dit het gemakkelijker om herhaalstudies en een onderzoek over een langere periode uit te voeren (Bryman, p. 304; Lauwereys, 2013, p. 8). Door vooraf te coderen kunnen er percentages gebruikt worden om trends of patronen te vinden. Er kan bijvoorbeeld gekeken worden hoe vaak er in een artikel wordt gesproken over biologisch (in relatie tot duurzaam voedsel).

Wanneer er van te voren weinig informatie is kan dit niet worden opgenomen in een analyseschema of als er wordt gezocht naar onderliggende betekenissen (toon, taalgebruik, etc.) van elementen wordt een kwalitatieve inhoudsanalyse toegepast. Er zijn vooraf geen opgestelde categorieën omdat de inhoud nog niet bekend is, ofwel men weet nog niet wat er geteld kan worden. Er worden achteraf codes aangemaakt. Zo kan er achteraf een categorie gemaakt worden aan de hand van het veelvuldig voorkomen van bepaalde woorden (sleutelwoorden) of zinnen waaruit een thema valt af te leiden. Tijdens het coderen wordt de data al beoordeeld, ingedeeld, geclassificeerd. Belangrijk is dat men bewust is dat het altijd een mate van subjectiviteit zal bevatten (omdat een wetenschapper nooit geheel waarde vrij zal zijn) (Bryman, p. 39) en de herhaalbaarheid van het onderzoek niet geheel gewaarborgd kan worden. Doordat er echter een combinatie van methoden wordt gebruikt neemt dit echter wel af.

Voor het beantwoorden van de deelvragen (kader 4) worden afwisselend beide methoden gebruikt. Sommige deelvragen kunnen grotendeels door middel van tellingen worden beantwoord (1, 1a, 2b). De andere deelvragen vereisen een meer kwalitatieve analyse vanwege de complexiteit van de vraag. De meeste deelvragen zullen dus beantwoord worden door middel van beide methoden.

#### **Kader 4: Deelvragen**

1. In hoeverre wordt er door de media over duurzaam voedsel gesproken door de jaren heen?
  - 1a. In hoeverre is er sprake van agenda setting in de berichtgeving van Nederlandse kranten over duurzaam voedsel (zijn er periodes waarin kranten extra aandacht aan het onderwerp schenken en het dus op publieke/politieke agenda zetten)?
2. Welk beeld schetst de media over 'duurzaam voedsel'?
  - 2a. Welke deelonderwerpen spelen een rol bij deze beeldvorming, en in welke mate?
  - 2b. Op welk schaalniveau (lokaal, nationaal, internationaal) vindt de communicatie over voedsel over het algemeen plaats?
  - 2c. In hoeverre is er sprake van framing door de media over duurzaam voedsel?

### **7.2.2 Onderzoeksmateriaal - Kranten**

Dit onderzoek richt zich specifiek op nieuwsmedia en daaruit de kranten, omdat volgens NDP Nieuwsmedia (2013) dagbladen en nieuwssites 93 procent van de in 2013 ruim 14 miljoen inwoners van 13 jaar en ouder bereikten. Daarmee zijn kranten een belangrijke bron van informatie. Er is een groei in de online nieuwsconsumptie, maar de dagbladen/kranten bereiken nog steeds de meeste mensen, namelijk 12,5 miljoen Nederlanders die wel eens de krant lezen en 8.1 miljoen die dagelijks de krant lezen (NDP Nieuwsmedia, 2013). De kranten hebben een groot lezersbereik en daarmee een grote invloed waarover burgers lezen, daarom wordt voor kranten gekozen in dit onderzoek. Het bereik neemt toe met de leeftijd en welstand en is gelijkmatig verdeeld over Nederland. De gratis bladen worden echter meer door jongeren en in het westen van het land gelezen. Daarnaast wordt er voor krantenartikelen gekozen omdat zij (naast televisie) de voornaamste bron zijn voor milieugerelateerde onderwerpen (Nas, 2000, p. 43-46), zij nieuwswaarde bevatten die over actuele gebeurtenissen gaan (en duurzaam voedsel een actueel onderwerp is anno 2014). Kranten hebben daarnaast meer dan televisie de ruimte om dieper in te gaan op een onderwerp en kunnen gemakkelijk geanalyseerd kunnen worden over een bepaalde tijd (Waal & Schoenbach, 2005, p. 5).

De inhoudsanalyse wordt gedaan op Nederlandse krantenartikelen die gedigitaliseerd zijn in de database Lexis Nexis Academic. Om systematisch te werk te gaan worden een aantal kranten geselecteerd. De landelijke dagbladen bereiken de meeste Nederlanders (32 procent tegenover 28 regionaal en 13 procent bij de gratis kranten). De kranten zijn gekozen vanwege de grote oplage en daarmee het grootste bereik van het publiek (NDP Nieuwsmedia, 2014). Daarnaast neemt tweederde van de lezers de krant vrijwel geheel door, waardoor de meeste informatie ook overgedragen wordt. Er is ook gekozen voor twee gratis kranten, omdat deze specifiek een jonger publiek bereiken. De meest gelezen kranten zijn opeenvolgend: Telegraaf, Algemeen Dagblad, Metro, Spits, Volkskrant, NRC en Trouw.

Kranten hebben allemaal een verschillende achtergrond (signatuur die in Nederland werd bepaald door politieke en religieuze verschillen), doelgroep, redacteurs, etc. (De Hond, 2006, p. 49). Hierdoor kan de presentatie van gebeurtenissen verschillen en daarmee ook invloed hebben op de lezers van deze verschillende kranten. Tegenwoordig zijn deze verschillen wat meer vervaagd (steeds moeilijker te definiëren), maar er wordt nog steeds een onderscheid gemaakt tussen populaire kranten en kwaliteitskranten (De Hond, 2006, p. 50). Een kwaliteitskrant schenkt volgens De Hond (2006, p. 50) veel aandacht aan binnen- en buitenlands nieuws, evenals sociaaleconomisch nieuws. Een populaire krant presenteert nieuws meer in brede zin en makkelijk verteerbaar nieuws. Tabel 3 geeft een overzicht van de kranten die gebruikt worden in dit onderzoek en daarbij een toelichting.

### **Tabel 3: Kranten voor inhoudsanalyse**

<b>NRC Handelsblad</b>	Dit is een breed opgezette krant (algemeen), van oorsprong liberaal georiënteerd (rechts van het midden), brede diepgaande berichtgeving en analyserend begeleid, de lezers hebben veelal hbo-universitaire achtergrond. Wordt gezien als kwaliteitskrant.
<b>De Volkskrant</b>	Algemene krant die zich op hoger opgeleide en progressieve Nederlanders richt, rooms-katholiek, links georiënteerd, verdiepend nieuws, wereld kritisch bekijken en zelfontwikkeling, kritische noot bij dagelijks nieuws. Wordt gezien als kwaliteitskrant.
<b>Trouw</b>	Dit is een krant met verdieping waarin meer aandacht voor achtergronden, beschouwingen en opinies (maar kerkelijk, politiek en sociaal opzicht), van oorsprong protestants-christelijk, politiek links van het midden. Wordt gezien als kwaliteitskrant.
<b>De Telegraaf</b>	Dit is een krant voor alle leden van de bevolking en het grootste Nederlandse dagblad, gezinskrant, van oorsprong politiek rechts, brede berichtgeving.
<b>AD Algemeen Dagblad</b>	Krant voor alle leden van de bevolking, tweede grootste krant, geen politieke/religieuze voorkeur, voor iedereen (oorspronkelijk fusie regionale kranten), ochtendblad, verschaffen van nieuws, commentaar, beschouwingen, thema 'dichtbij' belangrijk en ook ontspannend nieuws.
<b>Metro en Spits</b>	Gratis, verschijnen op werkdagen, verspreid voornamelijk onder openbaar vervoersreizigers. Metro is zakelijke krant meer op 25-54 jaar, onderwerpen voor gezinnen en cultuur. Spits meer op jongvolwassenen en kritisch prikkelend. Veel sport en entertainment.

*Bron: De Hond, 2006, p. 50 – 52; Lukács, 2011; Nu.nl, 2013a; InfoNu, 2012; InfoNu, 2013; De Media Maatschap, 2012).*

### **7.2.3 Selectie zoekterm**

LexisNexic Academic biedt een handvol mogelijkheden om nieuws waar ook ter wereld te onderzoeken. In dit onderzoek wordt de term 'duurzaam voedsel' (837 hits, krantenartikelen) gebruikt en in al het Nederlandse nieuws gezocht. Duurzaam en voedsel in relatie tot elkaar zijn belangrijk, omdat alleen duurzaam en alleen voedsel een tal van andere onderwerpen kruist en daarmee een veelheid aan artikelen met zich mee brengt. Daarnaast gaat het in dit onderzoek om 'duurzaam voedsel' specifiek. Een andere zoekterm die gebruikt kon worden is 'milieuproblemen en voedsel' (493 hits), of 'milieu verantwoordelijk voedsel'. 'verantwoord voedsel', maar het gaat in dit onderzoek om de complexiteit rondom het thema 'duurzaamheid'. Daarom zijn deze zoektermen niet gebruikt. Daarnaast is er niet voor 'duurzame voeding' gekozen, omdat het daarbij veelal om voedingsgedrag en gezondheid gaat (Nationaal Kompas Volksgezondheid, 2013b) en niet de gehele complexiteit meeneemt. Hieronder een overzicht van de artikelen per krant.

Duurzaam voedsel	
<b>Trouw</b>	44
<b>Volkskrant</b>	35
<b>NRC</b>	22
<b>Telegraaf</b>	16
<b>AD</b>	9
<b>Metro</b>	16
<b>Spits</b>	5
<b>Totaal</b>	147

Duurzaam voedsel kan natuurlijk vele verschijningsvormen hebben. Deze worden echter niet meegenomen omdat het hier specifiek om het gebruik van het begrip duurzaam voedsel gaat. De keuze voor deze zoekterm bepaalt het beeld dat naar voren komt in het onderzoek. Opvallend is dat de zoekterm voornamelijk de meeste artikelen in drie kwaliteitskranten weergeeft. Dit kan invloed hebben op het beeld dat uit het onderzoek naar voren komt.



### 7.2.4 Selectie van artikelen

Bepaalde artikelen zullen niet geselecteerd worden. Dit omdat deze niet relevant zijn, dubbele artikelen zijn, korte artikelen die alleen een feit aankondigen, waar duurzaam voedsel wordt genoemd maar het artikel gaat daar niet over etc. In paragraaf 8.1 wordt ingegaan op de artikelen die afvielen. In bijlage 2 zijn de afgevalen artikelen weergegeven, met enkele voorbeelden.

## 7.3 Analyseschema

De inhoudsanalyse zal worden gedaan aan de hand van een analyseschema. Aan de hand van de theoretische kennis en de vragen die hieruit voortkomen kan deze worden opgesteld. Belangrijk is wel dat ook het opstellen van het analyseschema onderhevig is aan de interpretatie van de onderzoeker. Daarnaast is het belangrijk om de data zo consequent mogelijk te coderen, maar het is mogelijk dat niet alles in vooraf gedefinieerde categorieën past. Daarom is het mogelijk dat er achteraf codes worden toegevoegd en hier wordt ook verslag van gedaan.

Onderwerp	Vraag	Code/resultaat	Toelichting
Algemeen	1. In welke krant staat het artikel? 2. Welke datum heeft het artikel? 3. Wat is de titel van het artikel? 4. Hoeveel woorden telt het artikel? 5. in welke sectie en op welke pagina verscheen het artikel?	Krantnaam, datum, titel, aantal woorden, sectie en paginanummer.	Het gaat hier om vormkenmerken. Op deze manier kan gemakkelijk teruggekeken worden naar een artikel.
Thema's	Wat is het centrale onderwerp van het artikel?	Onderwerp wordt benoemd aan de hand van een beschrijving. Codes worden achteraf gevormd.	Waarover wordt het meest gesproken in het artikel en is het onderwerp. Draagt bij aan de beantwoording van <b>deelvraag 2a</b> .
Dynamiek	Zijn de thema's en onderwerpen over de tijd veranderd? Ligt de nadruk op onderwerpen anders?	Bij de categorieën die worden gevormd bij de vorige vraag, wordt ook aangegeven in welk jaar dit was. Op deze manier kan er gekeken worden of bepaalde onderwerpen in specifieke jaren meer voorkomen	Doordat duurzaam voedsel dynamisch is en de debatten ook voortduren is het mogelijk dat er bepaalde periodes zijn waarin bepaalde onderwerpen nadruk hebben. Hiermee kan <b>deelvraag 1</b> : <i>"In hoeverre wordt er door de media over duurzaam voedsel gesproken door de jaren heen?"</i> , beantwoord worden.
Agenda-setting	Hoe is het aantal berichten over duurzaam voedsel verdeeld over de periode van 22 jaar? Zijn er duidelijke periodes te zien waarbij de aandacht toeneemt?	Het tellen van artikelen per jaar/periode. Het overzicht wordt per jaar van 1992 – 2014 weergegeven.	Door te kijken hoe de berichten verdeeld zijn kan antwoord gegeven op <b>deelvraag 1a</b> : <i>"In hoeverre is er sprake van agenda setting in de berichtgeving van Nederlandse kranten over duurzaam voedsel (zijn er periodes waarin kranten extra aandacht aan onderwerp schenken en dus op publieke/politieke agenda zetten)?"</i>

Agenda-setting	Welk belang wordt gehecht aan een artikel.	Pagina van de krant waarop het artikel is verschenen. Indeling wordt achteraf gemaakt.	Dit dient als toelichting en verdere verdieping om <b>deelvraag 1a</b> te beantwoorden. Wanneer het vaker op de voorpagina belandt wordt er meer aandacht besteed en heeft het daarmee meer invloed op de publieke en politieke agenda en daarmee het belang wat burgers aan het onderwerp hechten.	
Definitie	Wordt het begrip genoemd als (zaak) naam of betreft het het thema van het artikel?	Aantal keer tellen dat term wordt gebruikt, aan elkaar of los en toelichten op welke manier het begrip wordt gebruikt: <b>thema of (zaak) naam.</b>	Het is de vraag of het begrip naar voren komt als thema van het artikel of dat het als een naam van een instantie of een rapport bijvoorbeeld aan het artikel wordt toegevoegd.	
	Wordt het begrip 'duurzaam voedsel' toegelicht/uitgelegd? (definitie) En zo ja op welke manier?	Dit kan zowel expliciet als impliciet:  Ja: Expliciet : wordt er een definitie gegeven, ofwel duurzaam voedsel is...	Belangrijk is in kaart te brengen hoe het begrip wordt uitgelegd/toegelicht. De media heeft namelijk voor velen een informatieve functie en daarmee is het interessant te kijken naar het beeld dat zij hier neerzetten. Er is namelijk gebleken in de literatuur dat dit invloed heeft op de perceptie over duurzaam voedsel. De beantwoording draagt tevens bij aan de beantwoording van <b>deelvraag 2</b> : " <i>Welk beeld schetst de media over 'duurzaam voedsel'.</i> ".	
		Nee: impliciet: welke delen geeft het artikel aandacht aan, welke onderwerpen uit de 3 P's worden genoemd? (thema's/onderwerpen)		Welke onderwerpen en thema's worden aangekaart? Dit wordt zowel gedaan als vooraf te coderen als achteraf mogelijk nog codes die bijgevoegd worden (op voorhand zijn niet alle codes op te stellen). Op deze manier kan er gekeken worden hoe indirect de media het beeld van duurzaam voedsel naar voren brengen. Dit draagt bij aan de beantwoording van <b>deelvraag 2 en deelvraag 2a</b> : " <i>Welke deelonderwerpen spelen een rol bij deze beeldvorming, en in welke mate?</i> "
		Aan de hand van de literatuur is een overzicht van codes gemaakt die voor kunnen komen in de artikelen. Deze worden gebruikt om het artikel te benaderen. Voor de analyse zijn achteraf ook codes aangemaakt.		
Toon	Is de berichtgeving uitsluitend negatief of is er ook sprake van positieve berichtgeving	Dit wordt vertaald naar het benoemen van problemen (oorzaken/weten al lang) of het benoemen van oplossingen (toekomst) en daarmee burgers enthousiast maken voor duurzaam voedsel.	Uit de literatuur kwam naar voren dat vaak negatief nieuws wordt bericht. Er wordt hier gekeken of er vaak negatief wordt bericht rondom duurzaam voedsel, aangezien uit de literatuur bleek dat negatief beter aanslaat. Negatief gaat hier voornamelijk om of er over problemen wordt gepraat. Positief wordt gezien als er over oplossingen worden gepraat. Dit zal bijdragen aan het antwoord op <b>deelvraag 2</b> , namelijk of er een positief of negatief beeld wordt geschetst.	

Perspectief	Vanuit welk geografisch perspectief wordt duurzaam voedsel benaderd	Regionaal Nationaal Europees Mondiaal Niet van toepassing	Als er wordt gesproken over duurzaam voedsel als probleem en oplossing, welke schaal wordt er dan aangewezen. Dit zal antwoord geven op <b>deelvraag 2b</b> : “Op welk schaalniveau (lokaal, nationaal, internationaal) vind de communicatie over voedsel over het algemeen plaats?” Het kan namelijk zo zijn dat op welk niveau er gesproken wordt, ook invloed heeft op de ernst waarop bijvoorbeeld het probleem rondom voedsel wordt ervaren. Ook is te verwachten zoals blijkt uit de literatuur dat media voornamelijk nieuws van dichtbij sneller opnemen.
Framing	In hoeverre wordt er geframed door de media?	Dit wordt gedaan aan de hand van de vijf frames die Semetko en Valkenburg (2000) onderscheiden:	Hiermee zal antwoord gegeven worden op <b>deelvraag 2c</b> : “In hoeverre is er sprake van framing door de media over duurzaam voedsel?”
		Conflict frame: Is er sprake van onenigheid/conflict tussen actoren Wordt er een veroorzaker/slachtoffer aangewezen?	Er zal mogelijk onenigheid zijn wat komt doordat er vele debatten zijn over duurzaam voedsel. Dit zal dan terug te zien zijn in de media aan de hand van het conflict frame. Daarbij is het mogelijk dat de media deze complexe debatten reduceert tot een simpel conflict.
		Human interest frame Is er sprake van een ‘persoonlijke noot’ in het artikel (en is daar dramatisering of emotionalisering bij) Wordt er nadruk gelegd op gevolgen voor de consument/burger?	Bij duurzaam voedsel gaat het vaak bleek uit de literatuur om voedselveiligheid. Daarom is het mogelijk dat de media veelal bericht geeft over de gevolgen voor de consument (en dan voornamelijk negatief).
		Economic consequences frame Worden er financiële gevolgen of kosten genoemd?	Het kan zijn dat er financiële gevolgen zijn van de milieuproblemen voor individuen, instituties, regio’s of landen.
		Morality frame Bevat het verhaal een morele boodschap Geeft het verhaal normen/voorschriften voor gedrag?	Omdat duurzaam voedsel een moreel onderwerp is, is te verwachten dat dit frame naar voren zal komen.
		Responsibility frame Wordt er in het verhaal een verantwoordelijke aangewezen?	Ook dit kan voorkomen aangezien duurzaam voedsel zelf een probleem oplossing wordt aangedragen.

## **7.4 Betrouwbaarheid en validiteit**

Net als elke wetenschappelijke methode heeft ook de inhoudsanalyse beperkingen. De inhoudsanalyse is geschikt om grote hoeveelheden data gestructureerd te analyseren, maar heeft ook een aantal beperkingen, waaronder de betrouwbaarheid en validiteit.

De validiteit kan in het gedrang komen als de onderzoeker afwijkt van datgene wat er gemeten dient te worden. De onderzoeker bepaalt welke kenmerken gemeten worden en hoe deze gemeten worden en daarnaast zijn categorieën tot stand gekomen uit onderzoeksliteratuur, welke een vorm van subjectiviteit in de hand werken, omdat een onderzoeker bij voorbaat relevante informatie kiest voor bij het empirische onderzoek. De repliceerbaarheid is een andere bedreiging. Hieronder wordt verstaan dat dezelfde studie door een andere onderzoeker op een ander tijdstip tot dezelfde onderzoeksbevindingen moet leiden. Door bijvoorbeeld een artikel niet te kiezen terwijl in een vervolgstudie deze mogelijk wel wordt geselecteerd kan leiden tot verschillende uitkomsten. De interpretatieruimte moet daarom zo klein mogelijk worden gemaakt om voor een betrouwbaar instrument te zorgen, maar geen interpretatie ruimte is niet te voorkomen (Lauwereys, 2013).

## 8. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de inhoudsanalyse van krantenartikelen weergegeven aan de hand van het opgestelde analyseschema in hoofdstuk 7. Allereerst worden de omvang en kenmerken van de steekproef besproken. Daarna wordt ingegaan op de agenda-setting die betrekking heeft op de eerste deelvraag. In de paragrafen hierop volgend wordt ingegaan op resultaten die betrekking hebben op de tweede deelvraag. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een beantwoording van deze tweede deelvraag.

### 8.1 Omvang en kenmerken steekproef

Het aantal artikelen dat bij de zoekterm 'duurzaam voedsel' verscheen (op 16 juni 2014) in krantenartikelen van alle Nederlandse kranten (in Lexis Nexis) was in totaal 837. Gezien de omvang van dit onderzoek is er een steekproef getrokken. In hoofdstuk 7 is beschreven dat er is gekozen om 7 Nederlandse kranten te analyseren. In de periode 1992 tot 2014 zijn in totaal in deze 7 kranten 145 artikelen verschenen met de zoekterm 'duurzaam voedsel'. Dit is het aantal waarbij dubbele artikelen al in Lexis Nexis eruit gefilterd zijn. Er is een verschil waar te nemen in de hoeveelheid artikelen van de kranten. De Trouw heeft de meeste artikelen (42) en ook zijn de meeste artikelen verschenen in de drie kwaliteitskranten (Trouw, Volkskrant, NRC) (tabel 4), gevolgd door de meer algemene kranten (Telegraaf en Algemeen Dagblad) en de gratis kranten (Metro en Spits). Een overzicht van alle artikelen is te vinden in Bijlage 1, met daarbij een twee voorbeeld artikelen van analyse in bijlage 1a.

***Tabel 4: Resultaat zoekterm 'duurzaam voedsel'***

Krant	Aantal artikelen	Aantal artikelen voor analyse
Trouw	42	35
Volkskrant	35	31
NRC	22	19
Telegraaf	16	15
Algemeen Dagblad	9	8
Metro	16	13
Spits	5	5
Totaal	145	126

Verwacht werd dat er tijdens de analyse een aantal artikelen zouden afvallen omdat de zoekterm niet alle onderwerpen uitsluit. De termen 'duurzaam' en 'voedsel' kunnen los van elkaar genoemd worden. Daarbij is het mogelijk dat een artikel wel deze termen noemt maar niet over 'duurzaam voedsel' gaat. Een goed voorbeeld is het concept Cradle to Cradle waarbij het gaat om duurzame kringloop en afval wordt gezien als voedsel. Voedsel heeft hier de betekenis van het recycle proces. *"Cradle to Cradle (letterlijk: van wieg tot wieg) is een nieuwe visie op duurzaam ontwerpen. Volgens de bedenkers, chemicus Michael Braungart en ontwerper William McDonough, houdt deze in dat afval voedsel wordt in een oneindige kringloop"* (Algemeen Dagblad, nr. 8). Dit heeft wel met duurzaamheid te maken, maar niet specifiek met duurzaam voedsel (Braungart & McDonough, 2007). Ook andere artikelen vielen af omdat de termen een bijeenkomst aankondigden of omdat het om een naam of organisatie ging. Daarnaast gingen sommige artikelen wel over duurzaamheid maar niet over duurzaam voedsel: zoals duurzaam ondernemen, duurzaam toerisme, duurzaam doodgaan, duurzaam bouwen, duurzaam transport of dik worden. Er werd in deze artikelen wel het woord voedsel benoemd, maar dan als (zaak) naam of in een andere context, zoals in het voorbeeld hierboven (afval voedsel wordt).

In totaal bleven er 126 artikelen over voor analyse (tabel 4). Opvallend is nog dat van de artikelen die zijn afgevallen het merendeel voor 2009 is. In de periode 1992 t/m 2008 is 26% van de artikelen afgevallen (7 artikelen), en in de periode 2009 t/m 2014 is dit 10% (12 artikelen) (tabel 5). In

bijlage 2 is een overzicht van de afgevallen artikelen weergegeven en zijn een paar voorbeelden te vinden van artikelen die zijn afgevallen.

***Tabel 5: Weggefallen artikelen***

Jaartal	Aantal artikelen	Aantal weggefallen artikelen
1992 t/m 2008	27	7
2009 t/m 2014 (16 juni)	118	12
Totaal	145	19

Als er gekeken wordt naar de sectie waarin de artikelen zijn geschreven valt op dat de meerderheid onder economie valt (33), gevolgd door 'Binnenland/Nederland' (16) en 'betog/opinie/podium/forum' (14) (tabel 6). Van 21 artikelen was de sectie niet aangegeven. Het is opvallend dat economie als hoogste scoort. Een verklaring hiervoor is het feit dat veel artikelen gaan over de toegenomen consumptie (in cijfers of percentages) van duurzaam voedsel (12), aan de hand van de verschenen 'Monitor Duurzaam Voedsel' (zie paragraaf 8.2). Daarnaast gaan de andere artikelen die op economie slaan veelal over het investeren in, het stimuleren van (de vraag naar) duurzaam voedsel of slaat het artikel op een organisatie of bedrijf en de duurzame ontwikkelingen daarvan.

***Tabel 6: Sectie***

Sectie	aantal artikelen
Economie	33
Binnenland/Nederland	16
betog/opinie/podium/forum	14
Algemeen/nieuws/vandaag	11
Duurzaamheid en natuur/groen	6
voorpagina	5
wetenschap	1
weekend	3
overig	16

Negen artikelen hebben de voorpagina gehaald. In het bovenstaande tabel staat dat er onder de sectie voorpagina 5 artikelen vallen. Echter zijn er vier artikelen meer die op de voorpagina staan, maar de sectie wordt daarbij aangegeven als 'vandaag', 'ten eerste', 'economie', '1'. Dit heeft dus te maken met de verslaglegging van kranten en Lexis Nexis. In zowel de Telegraaf als de Volkskrant is drie keer de voorpagina gehaald. In paragraaf 8.3 wordt verder ingegaan op deze artikelen op de voorpagina.

***Tabel 7: Gemiddeld aantal woorden, naar krant***

Krant	Gemiddeld aantal woorden	Min – Max
Trouw	500	75 - 1147
Volkskrant	513	48 - 1507
NRC	678	110 - 1850
Telegraaf	353	78 - 683
Algemeen Dagblad	182	35 - 313
Metro	334	64 - 741
Spits	388	90 - 691
<b>Totaal gemiddeld</b>	<b>471 woorden</b>	

Als er gekeken wordt naar het gemiddeld aantal woorden is dit 471 (van de 126 artikelen)(tabel 7). Per krant zijn er verschillen. De NRC heeft gemiddeld de langste artikelen en het Algemeen Dagblad gemiddeld de kortste berichten. Gemiddeld hebben de kwaliteitskranten de langste artikelen. Dat sluit aan bij het imago dat deze kranten veelal meer verdiepend zijn (NRC: ‘een bredere diepgaande berichtgeving’, Volkskrant: ‘verdiepend nieuws’, Trouw: ‘een krant met verdieping’, zie paragraaf 7.2.2). Deze verschillen tussen de kranten hebben ook te maken met het minimum en maximum aantal woorden in een artikel. De kwaliteitskranten hebben artikelen met meer dan 1147 woorden, terwijl de andere kranten een maximum hebben van lager dan 691 woorden.

## **8.2 Thema's**

De vraag is wat het centrale onderwerp is van het artikel. De onderwerpen in het artikel werden in de analyse verzameld en achteraf zijn er codes gevormd. Sommige artikelen bevatten meerdere thema's. De meest voorkomende thema's worden hier genoemd. Een groot deel van de artikelen valt opeenvolgend onder: ‘het stimuleren van duurzaam voedsel, vlees, beleid, toename van de consumptie/verkoop van duurzaam voedsel, bedrijven, criteria (wegwijzer), voedings-/voedselgedrag, biologisch, voedselverspilling, biobrandstoffen, horeca/restaurant, vis, oneerlijke verdeling/ontwikkelingslanden, toename van consumptie van biologisch voedsel’ (tabel 8).

***Tabel 8: Thema's***

<b>Codes</b>	<b>Aantal</b>
Stimuleren Duurzaam Voedsel	27
Vlees	19
Beleid	17
Toename consumptie duurzaam voedsel	14
Bedrijf	13
Criteria	12
Voedings-/voedselgedrag	11
Biologisch	10
Voedselverspilling	9
Biobrandstoffen	8
Horeca/restaurant	8
Vis	6
Ontwikkelingslanden/oneerlijke verdeling	5
Consumptie biologisch voedsel toename	4
Aanbod DV	3
Insecten	3
Koken	3
NL koppositie verduurzaming	3
Verduurzaming ketens	3
Water	3
Grote ambitie	2
Kleinschalig/grootschalig	2
Mest	2
Stadslandbouw	2
Voedselkilometers	1

Veel artikelen gaan over het stimuleren van duurzaam voedsel. Dit is de grootste categorie, maar ook een bredere categorie waardoor er meer artikelen onder kunnen vallen. Hetzelfde geldt voor beleid (In kader 5 zijn een aantal voorbeelden te vinden). Ook vlees is een veelbesproken thema. De verwachte voedselschandalen zijn niet direct genoemd. Dit kan te maken hebben met de zoekterm, dat deze niet

wordt gebruikt in artikelen die hierover gaan. De meeste artikelen gaan over de vleesconsumptie en het minderen of het vervangen daarvan.

Veel artikelen hebben daarnaast als thema het benoemen van de toename van consumptie van duurzaam voedsel, wat in overeenstemming is met de al eerdere conclusie dat veelal de sectie economie naar voren komt.

#### **Kader 5: Voorbeeld van artikelen met het thema 'stimuleren duurzaam voedsel' en thema 'beleid'**

##### **Stimuleren duurzaam voedsel**

###### **- Consument heeft januskop (NRC, nr. 5)**

*"...Daarom drie adviezen die direct uitgevoerd kunnen worden: koop bij een nieuwe generatie supermarkten zoals Ekoplaza, Marqt, wees bewust flexitariër ('Minder vlees eten, heeft veel meer effect dan zuinige douchekep') en gooi minder eten weg. De consument kan direct zijn mes en vork inzetten voor meer duurzaamheid - gewoon doen".*

###### **- 'Jongeren zijn sleutel tot eerlijker voedsel'; consumenten Youth Food Movement Nederland (Volkskrant, nr. 22)**

*"...Door studenten, voedselproducenten, koks en andere geïnteresseerden met elkaar in contact te brengen, wil de beweging consumenten meer bewust maken van wat ze dagelijks op hun bord krijgen.....Met de academie hopen we jongeren te inspireren om een positieve bijdrage te leveren aan een eerlijke voedselindustrie".*

###### **- 'Stimuleer vraag naar bio-voedsel' (Trouw, nr. 38)**

*"Een deel van de Tweede Kamer wil de consument graag verleiden meer duurzaam geproduceerd vlees, groente en fruit te kopen. Maar over de methodes om dat doel te bereiken, verschillen de partijen van mening..... de supermarkt. Die zou alleen groente en vlees moeten afnemen dat duurzaam is geproduceerd - zoals de Britse keten Tesco al jaren doet.....dat de overheid zich inzet om de vraag naar biologisch voedsel te stimuleren".*

##### **Beleid**

###### **- Duurzaam is vooral duur (Telegraaf, nr. 9)**

*"De verplichte duurzame inkoopcriteria die overheden hanteren om koffie, printers en bureaustoelen te kopen, moeten wat betreft VVD en PVV bij het oud vuil".*

###### **- Consument koopt vaker duurzaam voedsel (Trouw, nr. 21)**

*"Het kabinet vindt het behoorlijk ambitieus van zichzelf om jaarlijks de omzet in duurzame voedingsproducten met 15 procent te willen laten groeien"*

### **Dynamiek**

Als er gekeken wordt of deze thema's in de tijd zijn veranderd dan zijn er geen nadrukkelijke patronen te herkennen. Wel komt naar voren dat het 'stimuleren van duurzaam voedsel' veel meer een thema was voor 2010 dan erna. Ook zijn voor 2009 meer artikelen verschenen over beleid dan erna. Van 2009-2011 gingen veel artikelen ook over het voedings-/voedselgedrag en voedselverspilling. Vanaf 2011 komt dan het thema 'toename van de consumptie/verkoop van duurzaam voedsel' op, met de meeste berichten in 2012 (7). Het lijkt daarmee dat het stimuleren en informeren vooraf ging aan de toename van de verkoop van duurzaam voedsel.

Andere berichten kregen meer over de jaren heen verdeeld aandacht, zoals de consumptie van biologisch voedsel, vis, vlees, biobrandstoffen en criteria. Opvallend is wel dat in 2014 de meeste artikelen over vlees gingen.

Incidenteel komen er ook een aantal thema's naar voren: van 2008-2010 wordt er gesproken over insecten, alleen in 2009 zijn er 3 artikelen verschenen over het feit dat Nederland koppositie moet hebben (de wereld moet leiden) op het gebied van duurzaam voedsel en alleen in 2012-2013 zijn artikelen over de stadslandbouw verschenen.

## **8.3 Agendasetting**

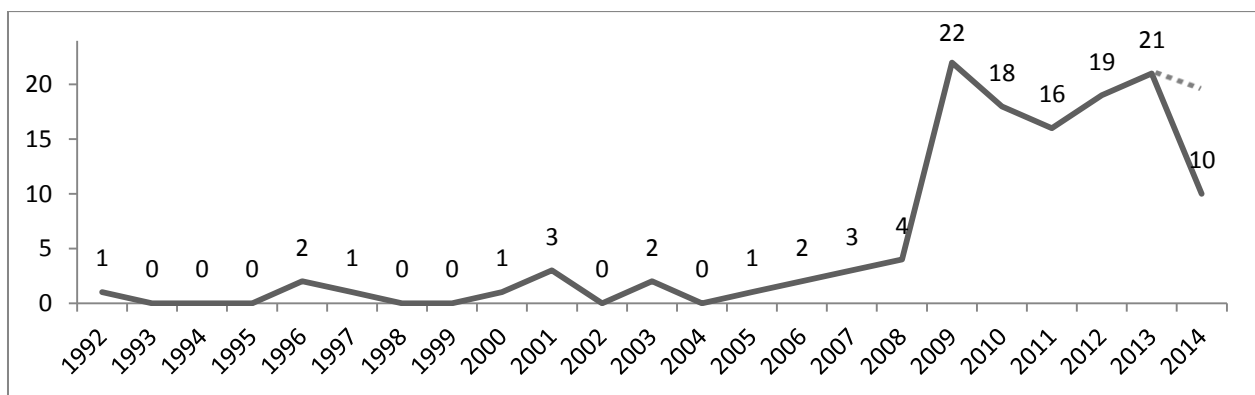
De vraag was hoe het aantal berichten is verdeeld over de periode van 1992 tot 2014 (t/m 16 juni) en of er duidelijke periodes zichtbaar zijn waarbij de aandacht toeneemt. Aan de hand van de publicatiedatum



kan gekeken worden in hoeverre de media aandacht besteedt op bepaalde momenten of periodes en of dit op een bepaald moment een piek bereikt. Het eerste artikel is in 1992 (Trouw) verschenen. Tussen 1992 en 2006 verschijnen er sporadisch artikelen (figuur 5). Er zijn 13 artikelen voor 2007 verschenen en daarvan zijn er 4 verschenen in de Volkskrant, 7 in de Trouw, 1 in de NRC (1996) en één in de Telegraaf (2005). Het eerste artikel in het AD is van 2008.

De meeste artikelen zijn vanaf 2009 verschenen, waarbij een daling is waar te nemen in 2011 (Figuur 5). Het gaat hier echter niet om enorme verschillen, maar doordat de grafiek over een lange periode wordt weergegeven geeft dit een kleine vertekening. De daling in 2014 heeft te maken met het feit dat dit onderzoek loopt tot 16 juni, waardoor er een half jaar mist. Als gekeken wordt naar de jaren 2009 tot 2013 dan worden in het eerste half jaar (Januari t/m juni) gemiddeld genomen 54 % van de artikelen gepubliceerd en in het tweede half jaar (Juli t/m December) 46%. Dit zou statistisch gezien uitkomen op 19 artikelen (weergegeven met de stippellijn in figuur 5) in totaal in 2014, wat gelijk is aan het aantal in 2012.

**Figuur 5: Overzicht publicatiejaar en aantal artikelen**

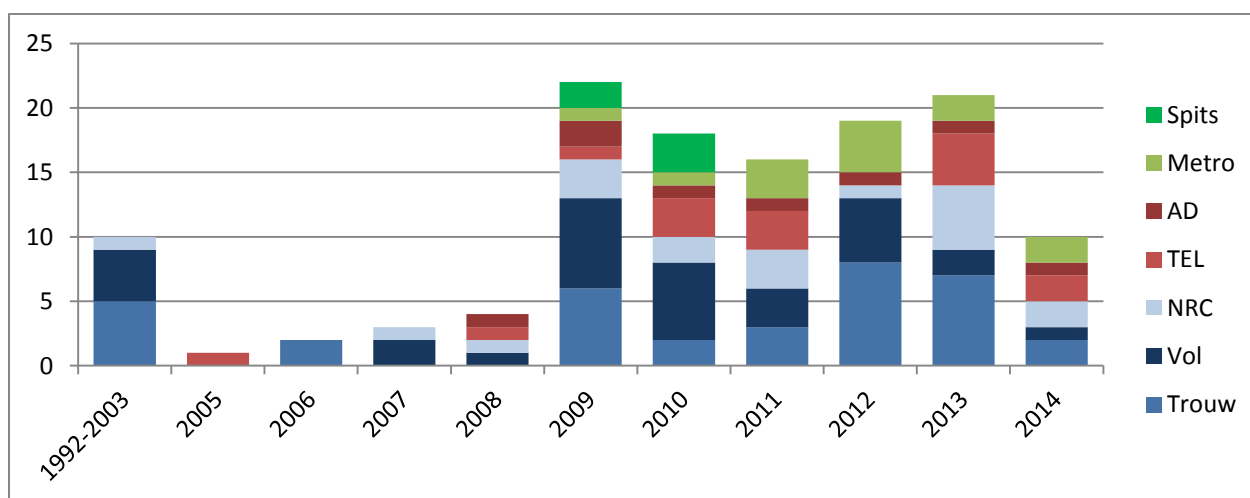
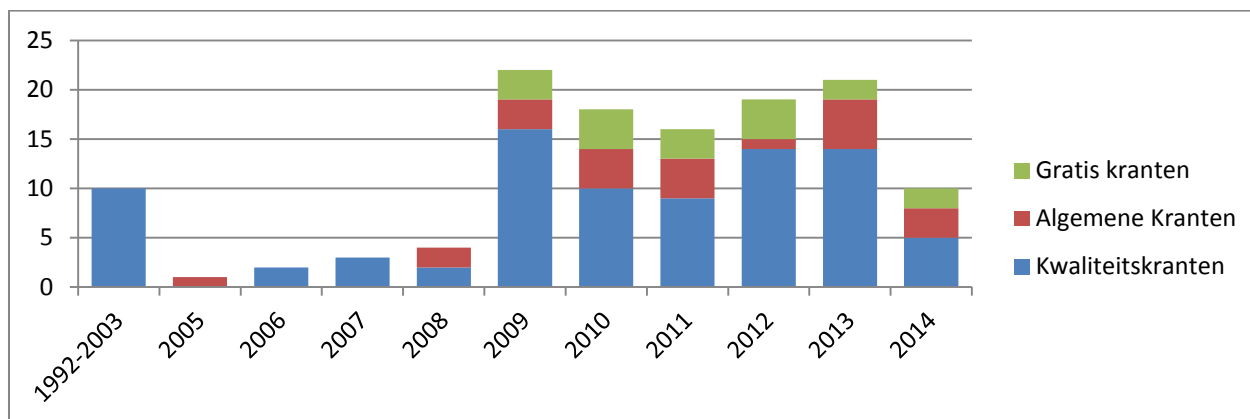


Belangrijk is om te kijken in hoeverre in de database van Lexis Nexis artikelen zijn toegevoegd. Dit kan namelijk invloed hebben op de resultaten. Als er gezocht wordt op algemene trefwoorden als 'economie, oorlog, onderwijs, politiek' waarvan verwacht wordt dat deze veelal voorkomen in het nieuws komt het volgende naar voren. In de database van Lexis Nexis komen de kwaliteitskranten vanaf 1992 naar voren, de eerste algemene krant in 1993, maar gemiddeld genomen zijn de meeste artikelen van algemene kranten pas later. De eerste artikelen van de Metro en Spits zijn pas vanaf 2008 verschenen en in dit onderzoek zijn de eerste artikelen van Metro en Spits vanaf 2009. Dit heeft tot gevolg dat vanaf 2009 er dus meer kranten meedoen en dat daarvoor het veelal de kwaliteitskranten zijn. Het feit dat pas vanaf 2009 berichtgeving op gang kwam wordt dus voor een deel veroorzaakt door de latere digitalisering van krantenartikelen. Een belangrijke andere verklaring voor het feit dat vanaf 2009 het aantal artikelen toeneemt is dat de Rijksoverheid voor het eerst met een 'Nota Duurzaam Voedsel komt' gevolgd in andere jaren door de 'Monitor Duurzaam Voedsel' en dat in 2009 de overheid komt met het feit dat Nederland koploper moet zijn (Rijksoverheid, 2013a). Al eerder bleek de grootste sectie economie te zijn. Veel kranten berichten over deze nota of monitor, waardoor de toename en het feit dat economie een grote sectie is te verklaren zijn.

Daarnaast kwam aan het begin van paragraaf 8.1 naar voren dat de meeste artikelen opeenvolgend stonden in kwaliteitskranten, algemene kranten en gratis kranten. De invulling van Lexis Nexis heeft hier mogelijk invloed op.

Als gekeken wordt naar de verschillen tussen de krantensoorten komt naar voren dat de kwaliteitskranten overheersen van 1992-2003 en daarna komen de algemene kranten ook op. De artikelen van de gratis kranten komen pas vanaf 2009. Als er gekeken wordt naar verdere verschillen is er geen duidelijk patroon te ontdekken. Opvallend is dat algemene kranten in 2012 vrijwel geen artikelen hebben en in 2013 juist veel. Dit komt mogelijk doordat in 2012 ander nieuws belangrijker was.

***Figuur 6: Aantal krantenartikelen naar krantensoort en krant***

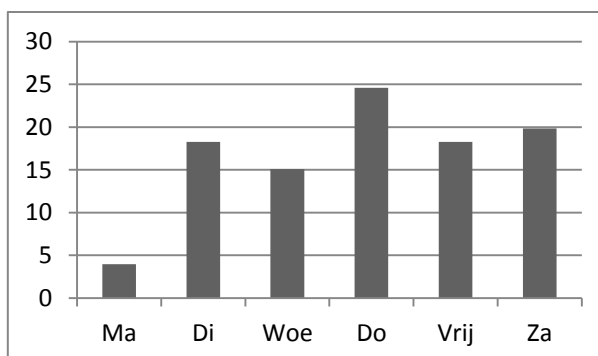
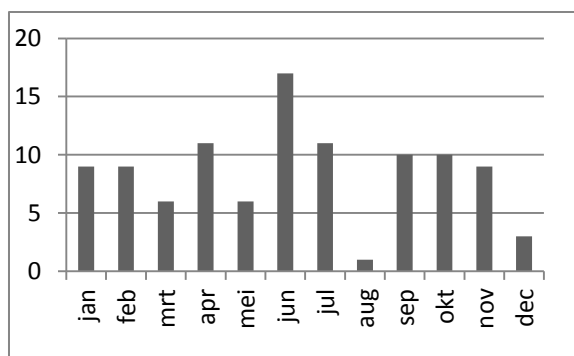


Als er specifiek nog wordt gekeken naar de verschillen tussen de kranten valt alleen op dat de Volkskrant in de jaren 2009 – 2010 juist veel artikelen publiceert en de Trouw weinig. In de jaren 2012-2013 is dit precies andersom. Daarnaast zijn de artikelen van de Spits allen uit 2009-2010. Het is mogelijk dat deze rubriek niet meer bij deze krant paste.

De meeste krantenartikelen zijn na 2009 verschenen. Om te kijken of dit verschilt wat betreft de maanden waarin de artikelen voorkomen wordt hier naar gekeken. Wat opvalt is dat in de maand juni een piek van artikelen is. Opvallend zijn verder de maanden augustus en december waarin vrijwel geen artikelen door de jaren 2009 -2013/14 zijn verschenen.

Als gekeken wordt naar welke dagen de artikelen zijn verschenen dan zijn de meeste artikelen op donderdag, gevolgd door zaterdag en vrijdag verschenen. Het lijkt geen onderwerp te zijn om de week mee te beginnen.

***Figuur 7: Publicatie maanden en dagen***

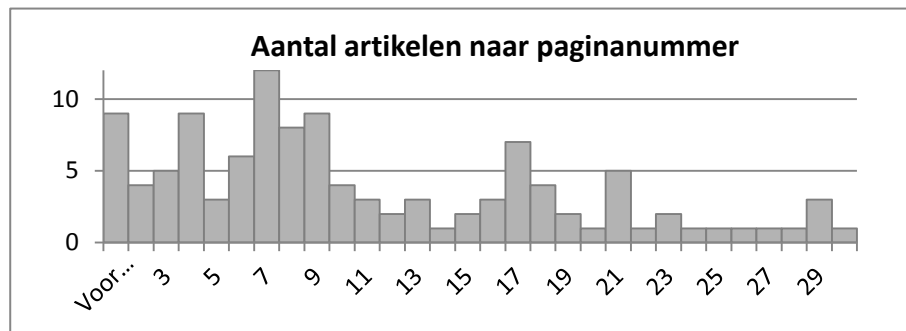


## **Belang**

Het is duidelijk dat de meeste artikelen in de steekproef verschenen zijn na 2009 en dat er geen duidelijke pieken zijn waarin het onderwerp in het nieuws komt. Om te kijken welk belang wordt gehecht aan deze artikelen wordt gekeken naar de pagina van de krant waarop het artikel is verschenen. De aanname is dat een onderwerp dat erg belangrijk wordt geacht sneller voorin de krant wordt geplaatst. Niet alle kranten hebben aangegeven op welke pagina het artikel is verschenen, daarom gelden de resultaten voor een totaal van 114 artikelen. Een groot deel van de artikelen is aan het begin van de krant verschenen, waarbij de meeste artikelen op pagina 7 zijn gepubliceerd (12) (tabel 8).

**Tabel 9 : Aantal artikelen naar paginanummer**

Voorpagina	9
2 tot 6	27
7 tot 11	36
12 tot 16	11
17 tot 21	19
22 tot 26	6
27 tot 31	6



De 9 keer dat de voorpagina meldde over 'duurzaam voedsel' is verdeeld over de jaren. De eerste keer was in 1997, gevolgd door 2003, 2009, 2011, 2012. In zowel 2013 als 2014 heeft het twee keer de voorpagina gehaald (tabel 10). Vanwege het feit dat de voorpagina een belangrijke rol speelt omdat meer mensen deze lezen dan het eind van de krant wordt hier dieper ingegaan op de onderwerpen die deze artikelen betreft. Het blijkt dat er niet echt een lijn in zit en dat de onderwerpen die de voorpagina hebben gehaald heel divers zijn. Onderwerpen zijn oprichting van Food Council (voedselraad), dat Nederland koploper moet zijn op de weg naar duurzaam voedsel (Trouw), dat de verkoop van duurzaam voedsel is gestegen, dat het kabinet een stippensysteem moet introduceren om zo duidelijk aan te geven of vlees en eieren op een verantwoorde manier zijn geproduceerd, het probleem omtrent het onttrekken van nutriënten uit ontwikkelingslanden en het mestoverschot hier (Volkskrant), dat Nederlanders vaker duurzaam voedsel kopen (NRC), dat vlees niet duurzaam is vanwege de verspilling van schaars voedsel, dat biologisch niet duurzaam is omdat het meer belastend is voor het milieu en tot slot dat duurzaam inkoopbeleid van de overheid erg duur is (Telegraaf). Opvallend is dat het veelal over vlees gaat. Daarnaast is het opvallend dat de 2 artikelen van Trouw en het artikel in de NRC overwegend positief/oplossingsgericht zijn, dit terwijl de 3 artikelen in de Telegraaf negatief/probleemgericht zijn. De Volkskrant zit hier tussenin.

**Tabel 10: Voorpagina artikelen: krant, datum en titel**

Krant	Datum	Titel
Volkskrant	9-okt-97	Varkenshouderij is economische vergissing
Volkskrant	20-12-03	Kabinet wil keurmerk vlees en ei ;Boer moet natuurproducten gaan maken
Trouw	30-jun-09	Nederland moet wereld leiden met nieuw duurzaamheidsbeleid
Telegraaf	8-feb-11	Duurzaam is vooral duur
Volkskrant	11-okt-12	Verkoop neemt fors toe; Duurzaam voedsel
Telegraaf	12-jan-13	'Bio schaadt milieu'; Universiteit Wageningen ondergraaft claims Wakker Dier
Trouw	25-apr-13	Rotterdam krijgt voedselraad
Telegraaf	14-jan-14	Vlees wordt delicatessen
NRC	4-jun-14	voedselproductie Nederlanders kopen vaker duurzaam voedsel

## 8.4 Definitie

De term 'duurzaam voedsel' wordt aan elkaar geschreven of beide termen kwamen los in het artikel voor ('duurzaam' en 'voedsel'). In totaal werd in 58 artikelen de term 'duurzaam voedsel' 90 keer aan elkaar geschreven. Als dit wordt bekeken door de tijd heen valt op dat na 2009 in verhouding vaker de term 'duurzaam voedsel' aan elkaar wordt geschreven. In de periode 1992-2008 werd namelijk 5 keer (in 20 artikelen) 'duurzaam voedsel' aan elkaar geschreven, terwijl in 2009-2014 dit 85 keer was (in 106 artikelen). Een verklaring hiervoor kan een eerder genoemd feit zijn, namelijk de opkomst van de Notan Monitor Duurzaam Voedsel. Als er gekeken wordt naar het aantal keer dat 'duurzaam' en 'voedsel' los van elkaar worden geschreven, komt naar voren dat de termen bijna even vaak voorkomen (226 keer duurzaam, tegenover 250 keer voedsel).

Interessant is om te kijken naar andere termen die worden genoemd. In 83 artikelen worden namelijk 60 verschillende andere termen gebruikt dan 'duurzaam voedsel', maar hier wel aan gerelateerd zijn. De meest voorkomende (> 3) termen zijn weergegeven in tabel 11. Naast het feit dat er bijvoorbeeld 10 keer 'duurzaam geproduceerd' en 7 keer 'duurzaam geproduceerd voedsel' is geschreven, kwam ook nog vier keer in totaal een vervoeging voor als: duurzaam geproduceerd(e) voeding, -vlees en -landbouwproducten. Andere opvallende resultaten zijn dat sommige het hebben over 'duurzaam en diervriendelijk/biologisch voedsel' en anderen over 'duurzaam of biologisch voedsel'.

***Tabel 11: Meest voorkomende andere termen dan duurzaam voedsel***

Termen	Aantal
Duurzaam eten	19
Duurzaam worden geproduceerd/Duurzaam geproduceerd	10
Biologisch voedsel	9
Duurzaam geproduceerd voedsel	7
Niet-duurzaam (voedsel)	6
Duurzamer, duurzame	6
Duurzaam beleid/duurzaam voedselbeleid	5
Duurzaam vlees	5
Duurzaam dineren/tafelen	4
Duurzaam geproduceerd(e) voeding, vlees, landbouwproducten	4
Duurzaam visvoer/ duurzaam gevangen vis	4
Plantaardig voedsel	4
Duurzaam en biologisch voedsel	3
Duurzaam geteeld	3
Duurzaam product	3
Duurzame productie/duurzaam produceren	3
Duurzaam (te gaan) ondernemen	3

Vervoegingen komen ook vaak voor onder de termen die minder dan 3 keer voorkwamen. Een andere term verving daarbij het woord voedsel. Duurzaam product, -alternatief, -inkopen, -consumenten, -imago, -assortiment, -koken, -menu, -denken, -beleid, etc. In Kader 6 worden een aantal andere termen geïllustreerd.

Als er gekeken wordt of 'duurzaam voedsel' (zowel aan elkaar als los) wordt genoemd als thema of dat het gaat om een (zaak) naam, komt naar voren dat in totaal in 33 artikelen de termen (één of meerdere keren) werden gebruikt als (zaak) naam. De meeste betreffen de 'Monitor Duurzaam Voedsel' (in totaal 16 keer genoemd), de 'Nota Duurzaam Voedsel' (6), 'Platform Verduurzaming Voedsel' (4), 'Campagneleider Duurzaam Voedsel Milieudefensie' (3), 'Voedsel en Warenautoriteit' (2). Andere kwamen maar één keer voor zoals 'Voedsel- en landbouworganisatie', 'Hoogleraar Duurzaam ondernemen'. Er kan geconcludeerd worden dat ongeveer in een kwart van de artikelen de termen

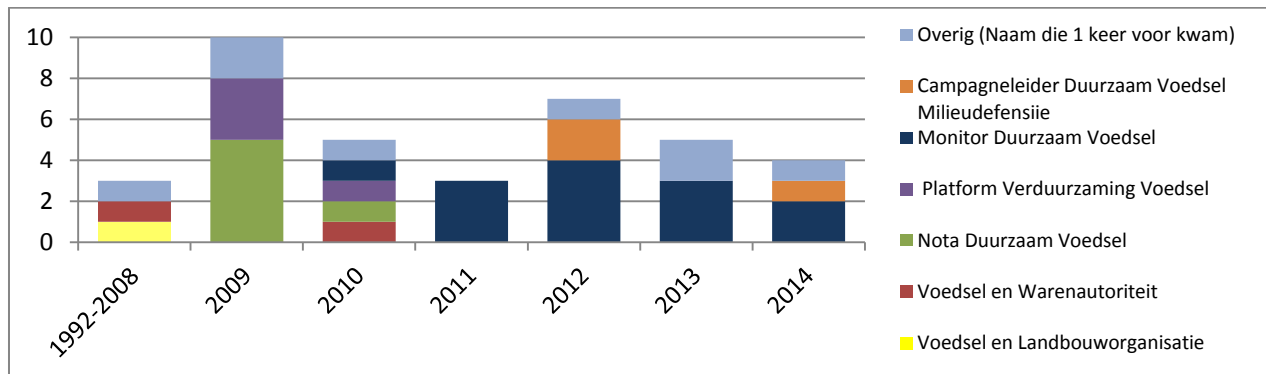
worden gebruikt als een (zaak) naam, in de rest van de artikelen komt de term niet voor als (zaak) naam, maar alleen als thema.

Het gebruik van deze termen varieert in de tijd. Zo wordt voor 2011 nog de 'Nota Duurzaam Voedsel' genoemd, na 2011 is dit alleen nog de 'Monitor Duurzaam Voedsel'. Dit is te verklaren doordat deze rapporten elkaar opvolgden (figuur 8).

#### **Kader 6: Illustratie andere termen**

- **Trouw, nr. 21:** *"Juister is het dus om te spreken van duurzamer voedsel.... Van al het duurzame voedsel is biologische voeding het populairst; dat maakt ongeveer de helft uit van de totale omzet aan duurzame voeding. In totaal is door de consument in 2010 voor 752 miljoen euro aan biologisch voedsel gekocht....om een duurzaam product te kopen... Een grote groep consumenten wil trouwens best duurzaam eten".*
- **Trouw, nr. 38:** *Een deel van de Tweede Kamer wil de consument graag verleiden meer duurzaam geproduceerd vlees, groente en fruit te kopen.....verwachten ook dat de overheid zich inzet om de vraag naar biologisch voedsel te stimuleren....verschil tussen duurzaam en niet- duurzaam voedsel kleiner kan worden door de milieukosten in de prijzen door te berekenen....hoger btw-tarief voor milieu-onvriendelijke producten".*
- **Volkskrant, nr. 20:** *"Albert Heijn vindt dat de overheid de productie van biologische voeding moet afdwingen....loopt met 5 procent aan duurzaam eten voorop...denkt het ministerie zonder wetten al een heel eind te komen met de 'verduurzaming' van voedsel....Als alleen wij duurzaam produceren, dan verliezen we Europese klanten die elders niet-duurzaam voedsel goedkoper kunnen krijgen...'Die boontjes uit Kenia zijn misschien sociaal wel duurzaam geteeld...".*
- **Telegraaf, nr. 11:** *".. verkoopt alleen maar duurzaam en biologisch voedsel".*
- **NRC, nr. 7:** *"Zelfs al zou Albert Heijn, de grootste supermarktketen van Nederland, uitsluitend duurzaam of biologisch voedsel willen verkopen".*

**Figuur 8: Duurzaam voedsel als naam**



### **8.3.1 Toelichting**

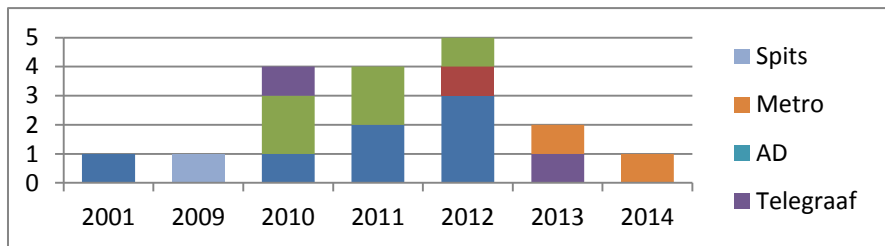
Uit de literatuur bleek dat het niet duidelijk is wat onder duurzaam voedsel verstaan wordt. Daarom is gekeken in hoeverre de media expliciet en impliciet uitleggen wat er onder duurzaam voedsel verstaan wordt. Voor een deel wordt er expliciet een beschrijving gegeven, maar voor de rest moet de lezer uit het artikel zelf opmaken wat er onder verstaan wordt.

#### **Expliciet**

Uit de analyse bleek dat 18 artikelen expliciet toelichting geven op wat duurzaam voedsel is (inclusief één definitie van 'duurzaam gevangen vis'). Deze expliciete uitleg wordt voornamelijk gegeven in de jaren 2010-2012 (figuur 9). Voorbeelden zijn "Maar duurzaam is een integraal begrip dat drie dimensies omvat: economie, ethiek en milieu" (Trouw, nr. 14). "Duurzaam betekent dat je het tot in lengte van dagen kunt volhouden, zonder dat het nadelige effecten heeft. Dat is het geval met de teelt van zeewier" (Metro, nr. 2). "Duurzaam eten - dat wil zeggen gezond en milieubewust" (Telegraaf, nr. 12).

“Verduurzaming van voedsel. Het gaat dan bijvoorbeeld om minder gebruik van energie of water, dierenwelzijn en minder verspilling van ingrediënten”(Spits, nr. 4).

**Figuur 9 : Aantal artikelen met expliciete toelichting, naar kranten**



Opvallend is dat in het Algemeen dagblad geen expliciete toelichting wordt gegeven en in de Volkskrant ook maar een keer in 2012: “Duurzaam is immers iets wat lang meegaat en het milieu minimaal belast” (Volkskrant, nr. 7). De NRC heeft in verhouding de meeste artikelen waarin zij expliciet uitleg geeft.

Van de 18 artikelen zijn er ook 5 artikelen meegenomen die benoemen dat het niet precies duidelijk is wat er onder duurzaam voedsel wordt verstaan. Bijvoorbeeld: “Maar wat is eigenlijk duurzaam voedsel? Wat houdt dat nu precies in? Is er een definitie van?” (Trouw, nr. 20). “Consumenten weten nu nog niet altijd wat duurzaam inhoudt” (Trouw, nr. 21). “Duurzaamheid is een log begrip” (NRC, nr. 11). “Hoeveel producten duurzaam worden geproduceerd, valt niet te zeggen. Daarvoor is het begrip te ruim” (NRC, nr. 12). Opvallend is dat deze 5 artikelen alleen van de Trouw en NRC zijn en vrijwel allemaal in 2010 en 2011 zijn. Daarnaast volgen ze elkaar op, ofwel er zijn geen andere artikelen daartussen verschenen.

Er zijn ook enkele artikelen die benoemen dat de definitie niet duidelijk is of moeilijk te omvatten is. Wat opvalt is dat alleen kwaliteitskranten dit doen. Voorbeelden zijn: “definitie van duurzaamheid?...”Daar zitten we met z'n allen op te wachten”, zegt hij. Een sluitende beschrijving is er nog niet” (Trouw, nr. 20), “Verduurzamen is een werkwoord, je bent er nooit klaar mee” (Trouw, nr. 32), “Er is niet een eenduidige weg om duurzaamheid in het algemeen te bereiken” (Trouw, nr. 33), “geen sprake van een absolute grens tussen duurzaam en niet-duurzaam, maar gaat het bij elk product om een graad van duurzaamheid” (Volkskrant, nr. 20), “Omdat je een balans moet vinden tussen de diverse duurzaamheidsuitdagingen en zaken nooit geïsoleerd kunt bekijken”(NRC, nr. 3), “De term duurzaamheid moet met de nodige relativering gehanteerd moet worden” (NRC, nr. 8). Vaker werd benoemd dat duurzaamheid een manier van denken is, ofwel een mentaliteitsverandering en andere eetcultuur vereist.

### **Impliciet**

Er is van te voren een schema opgesteld aan de hand van de theorie, met daarin oorzaken, problemen en oplossingen (Bijlage 3). Tijdens de analyse is alles wat impliciet te maken had met de uitleg wat duurzaam voedsel inhoudt opgeschreven. Dit zorgde voor een enorm overzicht aan zinnen en termen. Omdat de termen in andere verhoudingen voorkwamen is aan de hand van het overzicht van termen dat is ontstaan opnieuw gecodeerd. Voor een groot deel komen de codes overeen met het eerste schema, maar er zijn ook een aantal codes bijgekomen, aangescherpt of juist verruimd. Dit omdat in artikelen vaak juist een ruimer of specifieker begrip werd gebruikt en dit in alle artikelen het geval was. Er wordt bijvoorbeeld veelal niet gesproken over bepaalde milieuproblemen, maar milieuproblemen in het algemeen (Bijlage 4).

Uit de analyse komt naar voren dat er veel over het milieu wordt gesproken, termen zijn: milieu, milieubelasting, milieuvervuiling, milieuvriendelijk, klimaatverandering (niet-duurzaam), natuurlijk, milieuvriendelijk en milieubewust (wel duurzaam). Er zijn ook een aantal meer concrete termen die gebruikt worden rondom het milieu. Het meest wordt er gesproken over het feit dat het duurzamer is als er minder en efficiënter grondstoffen (energie, water, hulpbronnen) worden gebruikt. Daarnaast komt de uitstoot van broeikasgassen/Co2 en het gebruik van chemicaliën (kunstmest,

bestrijdingsmiddelen, pesticide, etc.) naar voren, wat wordt gezien als niet-duurzaam. Er wordt daarbij ook benoemd dat de huidige voedselketen of de bio-industrie niet voldoet en dat de huidige productie van voedsel niet duurzaam is. Als wel duurzaam en als een oplossing wordt de samenwerking van de gehele voedselketen gezien. Tot slot wordt er enkele keren benoemd dat biobrandstoffen (in ieder geval de eerste generatie) niet worden gezien als duurzaam en het sluiten van kringlopen en beschermen van de biodiversiteit juist wel.

Op sociaal gebied komt het meest het dierenwelzijn naar voren, gevolgd door voedselverspilling en gezond/gezondheid/veilig voedsel. Daarna volgen andere (waaronder ook economische) kenmerken als een goed inkomen voor kleine boeren, arbeidsomstandigheden, kleine boeren worden weggeconcentreerd door prijsstijgingen, eerlijke handel, eerlijk/rechtvaardig voedsel, milieuschade en landjepik in ontwikkelingslanden, oneerlijke verdeling en ethisch. Daarnaast wordt er gesproken over de overconsumptie en dat minder calorieën en een kleinere portiegrootte duurzamer is. Ook het minderen van vlees, een vegetarisch of meer plantaardig voedselpatroon worden gezien als duurzaam. Ook wordt er veelal gepretendeerd dat mensen niet meer weten waar het voedsel vandaan komt, wat als niet duurzaam wordt gezien. In kader 7 zijn een aantal citaten weergegeven om deze impliciete beschrijving te illustreren.

### **Kader 7: Voorbeelden impliciet**

*“Milieubewustzijn...Diervriendelijk...’eerlijk en fair’ voedsel... naar één keurmerk, één systeem voor de certificatie van verantwoorde producten...” (Telegraaf, nr. 12).*

*“..is per definitie niet duurzaam. Er is namelijk veel meer land, water, pesticiden en andere grondstoffen nodig om vlees te produceren dan voor plantaardig voedsel. Ook zou er diervriendelijk gewerkt gaan worden” (AD, nr. 4).*

*“Hoe duurzaamheid wordt ingevuld, is sterk afhankelijk van de welvaart, het kennisniveau en de cultuur van een land. Het belangrijkste is om efficiënter gebruik te maken van de ecologische hulpbronnen” (Volkskrant, nr. 1).*

*“..de productie van dat voedsel ook niet erg duurzaam: die is verantwoordelijk voor een kwart van de uitstoot van broeikasgassen en 60 procent van het ’mondiale biodiversiteitsverlies’” (Trouw, nr. 7).*

*“Allereerst kun je zelf bedenken dat restaurants die het van vlees moeten hebben, niet echt duurzaam zullen zijn. Maar ook als een bedrijf geen concreet duurzaamheidsbeleid heeft, bijvoorbeeld grondstoffen inkoopt zonder op milieu, dierenwelzijn of arbeidsomstandigheden te letten, veel voedsel verspilt en al helemaal niet let op energieverbruik of broeikasgasuitstoot, is het geen goede plek om een hapje te eten.....uitgebreide vragenlijsten over milieu en dierenwelzijn, eerlijke handel/arbeidsomstandigheden en CO2-emissies...Wie dus niet transparant is, scoort automatisch laag....bijvoorbeeld gratis kraanwater en gecertificeerde koffie en thee, alle aardappels en zuivel zijn biologisch en een deel van het vlees is dier- of milieuvriendelijk gefokt. Er zijn ook verbeterpunten: zo wordt er nog veel voedsel verspild ...” (Volkskrant, nr. 4).*

### **Kader 8: Voorbeelden impliciet**

*“Vorig jaar is de omzet van voedsel dat is geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu met bijna 30 procent gestegen. Daarmee is de gehoopte omzetgroei meer dan waargemaakt, meldde staatssecretaris Henk Bleker van economische zaken, landbouw en innovatie (EL&I) gisteren bij de presentatie van de Monitor Duurzaam Voedsel 2010” (Trouw, nr. 21)*

*“Nederlanders houden bij het kopen van eten in een restaurant of supermarkt steeds meer rekening met het welzijn van mens, dier en milieu. De omzet van duurzaam voedsel, is vorig jaar voor de tweede keer op rij met met zo n 30 procent gestegen” (AD, nr. 3).*

*“voorziet dat om de overgang naar een groene economie te kunnen maken, de industriële landbouw zal dienen te krimpen, terwijl in traditionele systemen van kleine boeren in ontwikkelingslanden grote winst te boeken valt, economisch, sociaal en ecologisch” (NRC, nr. 21).*

Uit de resultaten hierboven beschreven komt naar voren dat er voornamelijk los in de tekst woorden worden gebruikt en daarmee impliciet een beschrijving wordt gegeven wat duurzaam voedsel inhoud. In enkele gevallen werd wel aan elkaar een uitleg gegeven. Deze vallen onder impliciet, omdat er niet specifiek werd gezegd: 'Duurzaam voedsel is:'. Daarom vielen onder impliciet ook 'zowel respect/welzijn voor mens, dier en milieu' (6 keer) en 'economisch, sociaal en ecologisch' (2 keer). In deze termen zijn de concrete vertalingen van de 3 P's terug te vinden. In kader 8 zijn een aantal voorbeelden te vinden.

Opvallend is dat er maar vier keer iets wordt gezegd over de termijn en maar twee keer wordt iets gezegd over volgende generaties. Bijvoorbeeld: *"Meer kennis over de voedselindustrie levert op de lange termijn een bijdrage aan een betere wereld"* (Volkskrant, nr. 22) en *"De uitdaging is dan ook duurzaam georiënteerd: hoe kunnen we een kleinere ecologische voetafdruk achterlaten voor de volgende generaties?"* (Telegraaf, nr. 3). Daarnaast is opvallend dat 6 keer wordt genoemd dat kraanwater (ten opzichte van gebotteld water) drinken duurzaam is.

Over de lokale voedselketen of lokaal voedsel en korte afstand wordt ook in artikelen gesproken. In de meeste gevallen had de korte afstand betrekking op het niet laten vliegen van voedsel als een meer duurzaam en het halen van veevoer van ver weg als niet-duurzaam. Lokaal werd als term expliciet genoemd. Verder worden nog de samenwerking in de gehele voedselketen, streek, seizoen producten genoemd als duurzaam.

Er wordt ook concreet over bepaalde alternatieven gesproken. Zo wordt in de meeste artikelen de term biologisch ook genoemd. Dit kan zowel 'biologisch en duurzaam' of 'biologisch of duurzaam' zijn. Er zijn ook artikelen die deze discussie aangeven *"alsof alleen biologisch duurzaam is"* (Telegraaf, nr. 14). Van alle codes is biologisch de grootste. Dit betekent dat veelal biologisch aan duurzaam gelinkt wordt. Er wordt ook nog enkele keren de term ecologisch, scharrel, stadslandbouw, streek en seizoen gebruikt. Genetische modificatie kwam niet voor en wordt door Nederlandse kranten dus niet gekoppeld aan duurzaam voedsel. Uit de literatuur kwam naar voren dat het wordt aangedragen als duurzaam alternatief, maar dat er een discussie gaande is, waardoor dit op dit moment niet wordt gezien en geaccepteerd als een geaccepteerd duurzaam alternatief.

Het meest opvallend zijn de volgende citaten die gaan over biologisch *"Het hoeft ook niet per se biologisch, duurzaam is ook goed"* (Trouw, nr. 6); *"Behalve met duurzaam, liefst biologisch voedsel"* (Trouw, nr. 6); *"Blijft steeds meer duurzaam voedsel kopen. Daar zitten biologische producten bij in"* (Trouw, nr. 11); *"Van al het duurzame voedsel is biologische voeding het populairst"* (Trouw, nr. 21); *"Biologische voedsel moeten we zien als kraamkamer voor producten in het algemeen die duurzamer worden geproduceerd"* (NRC, nr. 12). Dit illustreert duidelijk het feit dat het niet duidelijk is of biologisch nu duurzaam is, zoals in paragraaf 3.2 naar voren kwam. Zo wordt er ook in een artikel genoemd dat biologisch en FairTrade soms niet duurzaam zijn. Vaak wordt ook gezond en duurzaam benoemd en wordt hier een onderscheid gemaakt. Hoewel diervriendelijk voedsel wordt gezien als onderdeel van duurzaam wordt ook wel *'duurzaam en diervriendelijk voedsel'* benoemd. Ook de termen voeding en voedsel worden vaak door elkaar gebruikt.

### **Tabel 12: Keurmerken**

Fair trade	12
Msc	8
Beter leven	7
Eko	4
Duurzaamheidskeurmerk/labels	3
Vrije uitloop	3
Puur en eerlijk	2
Max Havelaar	1
Milieukeur	1
Stichting milieukeur smk	1
Utz	1



Daarnaast worden ook vaak keurmerken genoemd, net zoveel als voedselverspilling. In veel artikelen wordt niet alleen de term 'keurmerk/duurzaamheidskeurmerk' genoemd, maar worden de desbetreffende keurmerken ook genoemd. Hieruit komt naar voren dat opeenvolgend 'Fair Trade' en het 'MSC' en 'Beter Leven' keurmerk het vaakst genoemd worden en bijvoorbeeld UTZ maar een keer (tabel 12). Opvallend is dat 'Fair Trade' zo hoog uitkomt, aangezien er weinig nadruk in het gehele artikelen lag op de profit component (zie 3 P's hieronder).

Er is ook een overzicht gemaakt met opvallende zinnen en uitspraken die niet allemaal waren te bevatten in een categorie. Hieruit viel op dat twee keer werd benoemd dat kant- en klaarmaaltijden passen in een duurzaam patroon (NRC, nr. 3 & Trouw, nr. 8) en dat plofkippen (Trouw, nr. 14) en kiloknallers niet duurzaam zijn (NRC, nr. 13). Daarnaast werd bijvoorbeeld een enkele keer gesproken over alternatieven als algen (NRC, nr. 2), zeewier (Metro, nr. 2) die aangedragen worden als duurzaam.

### **Kader 9 : Voorbeelden handelingsperspectief (handvatten)**

#### **In NRC, 25 oktober 2013: Gemak en lager milieu-impact; Het groene panel:**

- "1. Eet wat minder vlees en kies voor duurzaam geproduceerd vlees: 50 procent vervangen leidt al tot 55 procent daling van de milieu-impact van je eiwitinnome.*
- 2. Gooi geen eten in de prullenbak. Let bijvoorbeeld op de portiegrootte die je koopt. Per jaar gooit een Nederlander bijna 50 kilogram eten weg. Door dat fors terug te brengen kun je milieu-meters maken.*
- 3. Kies (producten met) duurzaam geproduceerde groenten en fruit en in het seizoen geteeld. Keurmerken, seizoensgroenten-abonnementen, maar ook merken die staan voor duurzaam geteelde groenten, kunnen helpen bij het maken van deze keuzes.*
- 4. Kies geen producten die met een vliegtuig (100 keer zo'n grote impact als vervoer per boot) zijn ingevlogen. Stel die kritische vraag maar in je supermarkt!*
- 5. Eet gebalanceerd en gezond. Anderhalf keer te veel calorieën is slecht voor het milieu en ongezond. Een kant-en-klaar maaltijd of maaltijdpakket past prima in dit patroon".*

#### **In NRC, 23 april 2011: 'Eten smaakt echt beter als je weet waar het vandaan komt':**

- "Duurzame overwegingen*  
*Is er veel energie of water nodig om het te maken?*  
*Zijn bestrijdingsmiddelen gebruikt?*  
*Hebben de mensen die het produceren een redelijk inkomen?*  
*Hebben de dieren een behoorlijk leven gehad?*  
*Komt het van ver weg of dichtbij?*  
*Moet ik dit wel weggooien?"*

Het lijkt hiermee dat de media ook de complexiteit van het onderwerp overdraagt. Er worden onder andere termen door elkaar gebruikt (ook binnen een artikel), er vinden discussies plaats en er worden vragen gesteld over wat nu precies duurzaam voedsel is. Dat deze discussies plaatsvinden komt terug in het feit dat de sectie opinie ook een grote sectie is. De media brengt niet alleen de complexiteit over, maar tracht ook handvaten te geven. Zo wordt bijvoorbeeld in twee artikelen van de NRC nadrukkelijk uitgelegd hoe er duurzaam gehandeld kan worden (kader 9). Het eerste artikel doet dit vanuit de vraag: "zelf koken versus kant-en-klaar-maaltijden?" Daarbij wordt aangegeven dat het lastig is om bewuste keuzes te kunnen maken en daarom bieden zij handvatten. In het tweede artikel wordt er geschreven vanuit de vraag wat duurzaam eten is. In deze handvatten komen eerder genoemde kenmerken naar voren: minder vlees eten, voedselverspilling, seizoen, afstand (geen vliegtuig), gezondheid, het gebruik van chemicaliën, inkomen voor boeren en dierenwelzijn.

### **3 P's**

Interessant is om te kijken in hoeverre de 3 P's terugkomen in de artikelen. In de analyse is aan de hand van de strekking en de termen in het verhaal een indeling gemaakt. Op 18 artikelen was dit 'niet van toepassing' omdat het niet mogelijk was om een indeling te maken. Van de resterende 108 artikelen

hebben in totaal 85 artikelen de component 'planet', 71 artikelen de component 'people' en 24 artikelen de component 'profit' in zich. Over het geheel genomen komt de component planet het meest terug in de artikelen, gevolgd door planet en people (gezamenlijk)(tabel 13). Bij planet ging het vaak om het milieu en bij people ging het vaak om dierenwelzijn en voedselverspilling.

In Kader 10 zijn een aantal voorbeelden te vinden die illustreren welke componenten die artikelen bevatten. In het citaat van de Volkskrant (nr. 4) in kader 7 zijn alle drie de componenten terug te vinden en in het citaat van de NRC (2013) in kader 9 zijn de componenten people en profit terug te vinden.

### **Kader 10: Voorbeelden 3 P's.**

**Trouw, nr. 10:** *"De inzet van biobrandstoffen als milieuvriendelijk alternatief voor olie, kolen en gas is niet verstandig....De toch al schaarser wordende zoetwaterbronnen in de wereld worden nog eens extra belast als naast meer voedsel - nodig voor een groeiende bevolking - ook nog eens gewassen worden geteeld om biobrandstof te maken....We moeten duurzamer met het beschikbare water omgaan".*

→ efficiënt omgaan met grondstoffen en water = Planet

**Spits, nr. 1:** *"..Er wordt in Nederland te veel voedsel weggegooid dat nog goed is voor consumptie... De regels van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) moeten volgens de voorzitter aangepast worden zodat ondernemers makkelijker voedsel kunnen schenken aan voedselbanken....Dan wordt heel veel eten verspild, terwijl er ook mensen zijn die het nodig hebben".*

→ Voedselverspilling en eerlijke verdeling = People

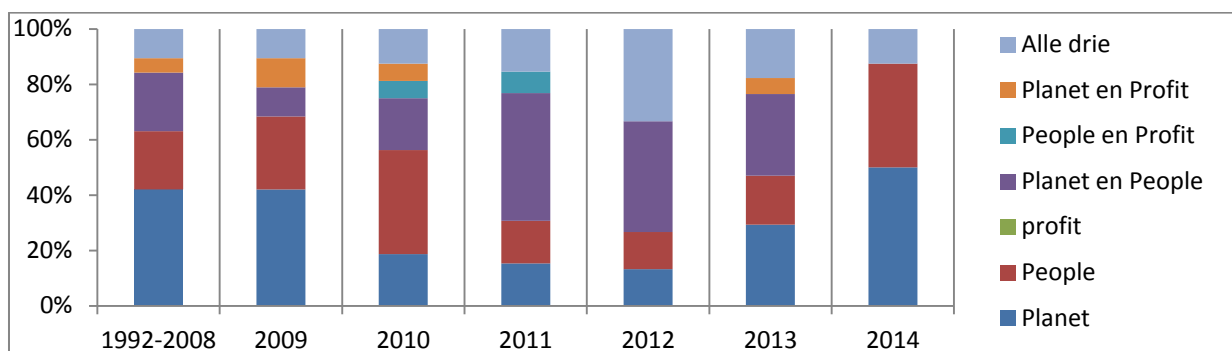
Als er gekeken wordt naar de verschillen tussen de kranten komt naar voren dat bij de AD, Trouw en NRC planet & people de grootste groep is, bij de Volkskrant en Telegraaf is dit alleen planet, bij de metro zijn dit alle drie de P's en bij de spits alleen people. Als er gekeken wordt naar de verschillen in componenten, dan blijken de Volkskrant en NRC het meest people gericht. Telegraaf noemt naast metro ook veelal alle drie de componenten. In de spits is profit niet aanwezig en gemiddeld genomen bevatten de algemene kranten (21,5%) iets meer profit dan de kwaliteitskranten (18,3%) in verhouding.

Als er gekeken wordt naar de jaren dan lijkt er een patroon te zijn. Planet wordt het meest genoemd in 2009, gevolgd door people in 2010, planet en people worden vervolgens samen het meest in 2011 en 2012 genoemd. In 2012 neemt het aantal keer dat alle drie de componenten worden genoemd toe. In de periode 2012-2013 worden alle drie de componenten het meest genoemd. De laatste jaren (exclusief 2014) is het evenwicht tussen de componenten meer gelijk, dan in de jaren ervoor.

**Tabel 13: 3 P's naar kranten**

	Totaal		Trouw		Volkskrant		NRC		Telegraaf		AD		Metro		Spits	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
<b>Alleen Profit</b>	0															
<b>Alleen People</b>	21	4	4	6	23	5	28	1	7	1	14	1	10	3	60	
<b>Alleen Planet</b>	32	10	36	7	27	4	22	5	36	2	29	3	30	1	20	
<b>Planet en People</b>	31	11	39	6	23	5	28	3	21	3	43	2	20	1	20	
<b>People en Profit</b>	2		0		0	1	6	1	7		0		0		0	
<b>Planet en Profit</b>	5		0	3	12	2	11		0		0		0		0	
<b>Alle drie</b>	17	3	11	4	15	1	6	4	29	1	14	4	40		0	
	108	28	100	26	100	18	100	14	100	7	100	10	100	5	100	

***Figuur 10: 3 P's naar jaartal***



## **8.5 Toon**

Er is gekeken of de berichtgeving veelal positief of negatief is door een te kijken naar een artikel of deze meer oplossingsgericht of probleemgericht is, of dat er sprake is van beide (er werden zowel problemen als oplossingen aangedragen). Van de 115 artikelen zijn er 69 artikelen die beide hebben. Als dit niet in evenwicht was dan is aangegeven of dit meer oplossings- of probleemgericht is. Daaruit komt naar voren dat van de 69 artikelen er 31 artikelen zijn waarbij beide gelden, 13 artikelen oplossingsgericht zijn en 25 artikelen probleemgericht zijn. Van de artikelen die beide hebben, blijken deze over het algemeen toch meer probleemgericht te zijn. Opvallend is dat als niet beide voor komen in een artikel, dus alleen oplossingen of problemen, dan zijn de artikelen overwegend meer oplossingsgericht.

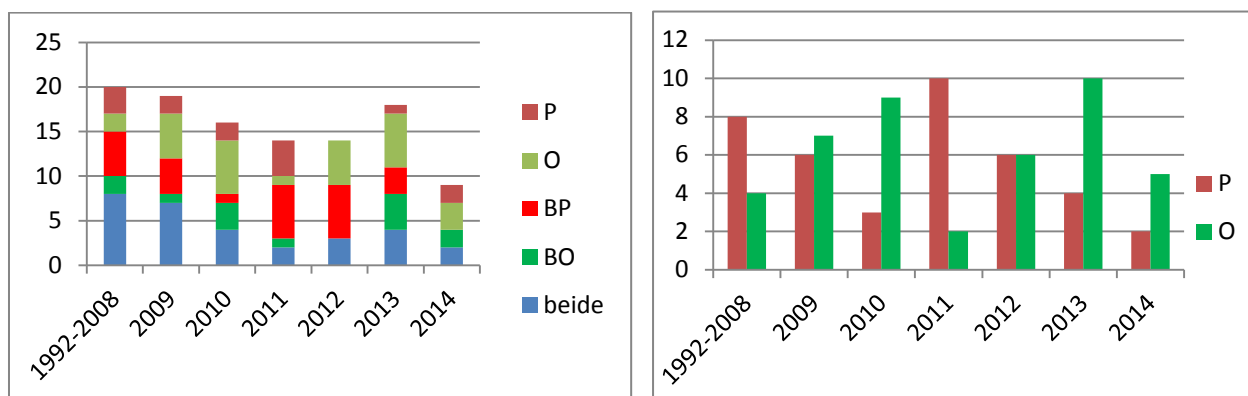
***Tabel 14: Toon***

Beide	31
Beide oplossing	13
Beide probleem	25
Totaal	69
Alleen probleem	14
Alleen oplossing	30

Bijvoorbeeld een artikel in de Trouw (nr. 14) die zowel problemen noemt als oplossingen aandraagt, maar het artikel is in het algemeen meer probleemgericht. Als problemen noemt het artikel “..dat voedsel wordt hoogst ongelijk verdeeld... *De kosten van die overconsumptie lopen navenant op. Bovendien worden gigantische hoeveelheden voedsel niet gebruikt door gebrekkige opslag en infrastructuur in ontwikkelingslanden, door verspilling aan het eind van de voedselketen in het Westen. En ook door een groot deel van het voedsel te gebruiken voor veevoer. Kwantiteit is daarmee niet per se het eerste probleem, maar veeleer distributie... Kippenpoten bijvoorbeeld worden voor dumprijzen in Afrika afgezet, waardoor kleine boeren uit de markt worden gedrukt*”. Als oplossing noemt het artikel “*Toch lijkt het een goed idee omwille van voedselzekerheid de productie te vergroten....het voedsel dáár wordt geproduceerd waar het het hardst nodig is. Bovendien is dit een relatief effectieve manier voor mensen om uit de armoede te komen*”.

Over het totaal genomen benoemen de meeste artikelen zowel problemen als oplossingen, gevolgd door artikelen die meer oplossingsgericht zijn. Als er gekeken wordt of dit in periodes verschilt komt naar voren dat in 2010 en 2013 veelal de artikelen oplossingsgericht waren, terwijl in 2011 en 1992-2008 juist veel probleemgericht nieuws is. In 2011 werden in verhouding de meeste problemen genoemd. Daarna worden de artikelen meer oplossingsgericht. Een specifieke verklaring is hier niet voor te geven.

***Figuur 11: Toon naar jaartal***



## **8.6 Perspectief**

Als er gekeken wordt naar het perspectief van het artikel dan komt naar voren dat de meeste artikelen een perspectief op Nederland hebben, gevolgd door wereld, Europees en lokaal/regionaal. In alle jaren is het perspectief ook overwegend nationaal. Het enige opvallende resultaat is dat in 2012 ook het mondiale perspectief groter is. Als er gekeken wordt naar de verschillen tussen de kranten komt naar voren dat de Volkskrant in verhouding de meeste artikelen met mondiaal perspectief heeft en dat alleen de kwaliteitskranten artikelen hebben met een Europees perspectief.

***Tabel 15: Perspectief***

	lokaal/ regionaal	Nationaal	Europees	mondiaal
Trouw	2	23	3	6
Volkskrant		21	2	8
NRC	1	8	3	5
Telegraaf	3	11		1
AD		7		
Metro	1	9		3
Spits		5		

## **8.7 Framing**

Aan de hand van de vijf frames van Semetko en Valkenburg (2000) is er gekeken in hoeverre er sprake is van framing. Uit de resultaten blijkt dat de morality en responsibility frame het meest en even vaak zijn voorgekomen in de artikelen. Daarna volgt het human interest frame. Ook was er bij 30 artikelen geen sprake van framing. Opvallend is het lage aantal van conflict frame.

***Tabel 16: Frames***

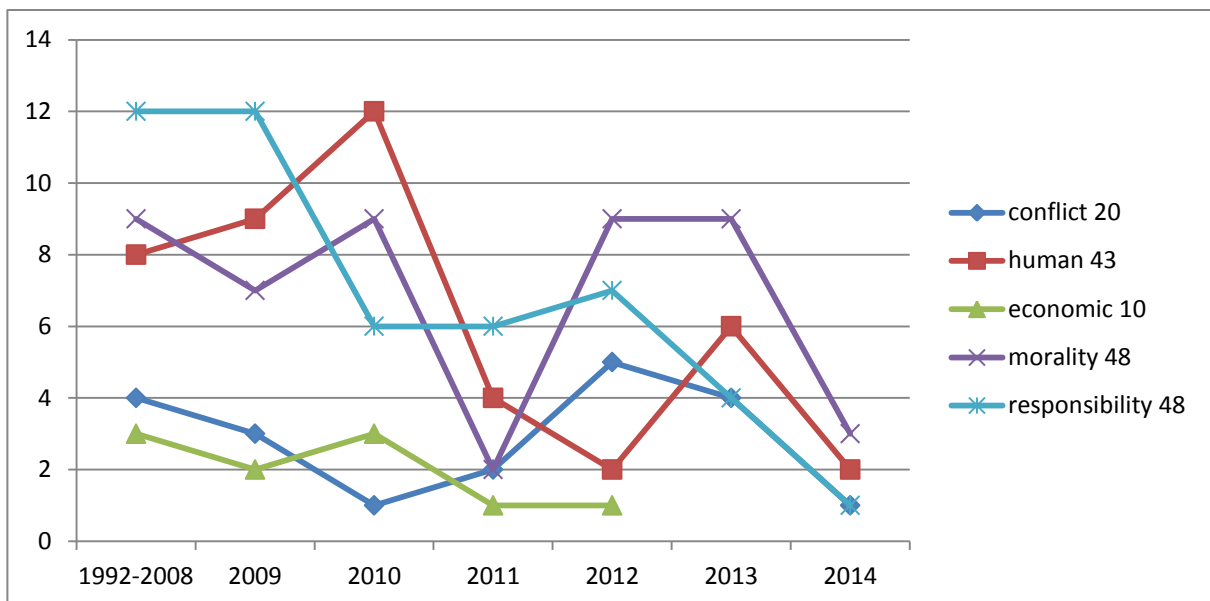
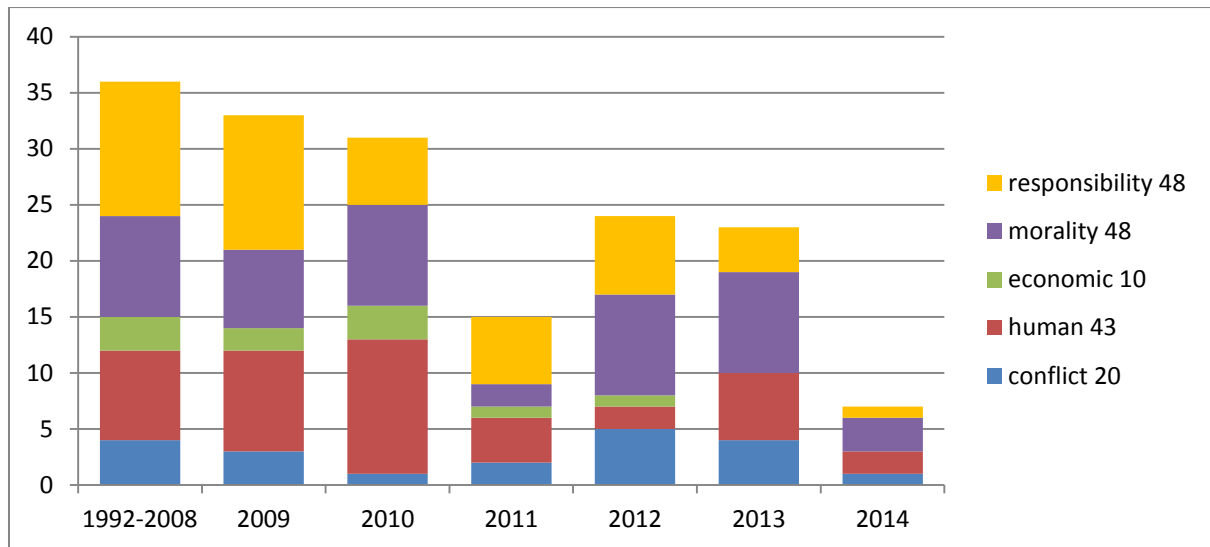
Frame	Conflict	Human-interest	Economic	Morality	Responsibility	Geen/nvt
Aantal	20	43	10	48	48	30

Als er een uitsplitsing wordt gemaakt in periodes dan komt allereerst naar voren dat het lijkt dat de framing met de jaren afneemt. Dit is een opvallend verschijnsel. Deze afname is echter voor een deel schijn omdat als er gekeken wordt naar de verhouding met het totaal aantal artikelen loopt dit voor een deel gelijk. De afname kan voor een deel verklaard worden door een lichte afname in het aantal woorden (tabel 15).

**Tabel 17: Aantal woorden naar jaartal**

Jaartal	1992-2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Aantal woorden	655	448	541	511	408	341	359

**Figuur 12: Frames naar jaartal**



Daarnaast komt naar voren dat in de jaren t/m 2009 de meeste artikelen een responsibility en morality frame hebben. Het responsibility frame neemt met de jaren af. In 2010 nemen juist het human-interest frame en ook daarna het morality frame toe en hebben de overhand. In 2011 overheerst het responsibility frame weer, maar na 2012 neemt deze af en is het morality frame weer het hoogst is. Opvallend is een enorme daling van het morality frame in 2011. Het Economic consequence frame was voornamelijk in de beginjaren sprake, maar neemt af met de jaren.

Als er gekeken wordt naar de verschillen tussen de kranten komt naar voren dat per krant de frames verschillen. In de Trouw is de responsibility frame het meest, gevolgd door morality, de Volkskrant de human-interest, NRC morality, Telegraaf human-interest, AD en Metro morality/responsibility, spits gelijk verdeeld maar geen economic. Als dit wordt uitgesplitst naar soorten kranten dan hebben de kwaliteitskranten meer morality/responsibility/human-interast frame, algemene

kranten human-interest en gratis kranten morality/responsibility. Geconcludeerd kan worden dat responsibility en morality de meest voorkomende frames zijn. In kader 10 zijn per frame voorbeelden gegeven van uitspraken die onder dit frame vallen.

### **Kader 11: Voorbeelden frames**

#### **Conflict**

*"Boeren en politici zijn in hun wiek geschoten nu blijkt dat straks 40% van al het voedsel dat het rijk inkoopt van biologische oorsprong moet zijn...Gangbare boeren voelen zich in hun hemd gezet en in de Tweede Kamer zijn VVD, CDA en PVV kritisch. "Dit is compleet doorgeschoten", zegt VVD-Kamerlid Snijder" (Telgraaf nr. 14).*

#### **Morality**

*"Duurzaam gevangen vis heeft dus steeds vaker een vaste plek op de boodschappenlijst van de consument" (Metro, nr. 9).*

*"De discussie rond duurzaamheid heeft zijn vrijblijvendheid verloren: iedereen wil tegenwoordig weten waar zijn voedsel vandaan komt " (NRC, nr. 17)*

#### **Morality en Human-interest**

*"Daarnaast komen koffie en chocolade nog steeds uit landen waar arbeidsomstandigheden niet zijn zoals jij en ik zouden willen. Ik betwijfel of we dat allemaal willen eten." (Telegraaf, nr. 11)*

*"Ik vind dat we de voedselproductie kritisch tegen het licht moeten houden" (Volkskrant, nr. 8).*

#### **Human-interest**

*"In een vlaag van verantwoordelijke bewustwording had ik zojuist gegoogeld naar de afmeting van mijn ecologische voetafdruk op aarde. Ik deed zo eerlijk mogelijk de test, die mij zou laten weten hoeveel hectare ik gebruik" (AD, nr. 5)*

#### **Responsibility**

*"Voor al die mensen moet er voldoende voedsel zijn. Daar moeten we met elkaar een duurzame oplossing voor vinden" (Telegraaf, nr. 3)*

*"Met een voorlichtingscampagne wil de minister consumenten zo ver krijgen zuiniger met eten om te gaan. Vooral jongeren moeten zich bewust worden van het probleem" (AD, nr. 6).*

#### **Responsibility en morality**

*"Over de hele wereld stimuleren overheden het gebruik van biobrandstoffen, gemaakt van voedsel... Gevolg: schaarste aan voedsel, hoge voedselprijzen én gedwongen migratie omdat mensen van hun eigen land verdreven worden ...Het is de hoogste tijd dat daar wat aan wordt gedaan, dat voedselgewassen op tafel belanden en niet in een tank. Dat kan, als de regering in Nederland bijmenging niet langer verplicht stelt" (Metro, nr. 7)*

#### **Economic consequences & Human-interest**

*"En tot slot is er nog een bijkomend voordeel van mijn uitdaging. Door de week ben ik aanzienlijk minder geld kwijt aan voedsel, omdat ik onderweg geen snacks of broodjes meer koop op de stations" (Telegraaf, nr. 10).*

De vraag rest dan nog wie er veelal als verantwoordelijke wordt aangewezen. In het geval van morality en responsibility dan wordt in de meeste gevallen de consument aangewezen als verantwoordelijke en in enkele gevallen de overheid. Voorbeelden waarbij de consument wordt aangewezen zijn: *"...door veel minder vlees te consumeren. De duurzame consument die toch graag een stukje vlees wil eten, koopt een biologisch stukje vlees, maar niet elke dag" (Trouw, nr. 16); "Handel ik juist? Of: Geef ik het goede voorbeeld? Wat 'goed' is moet iedereen voor zichzelf bepalen" (Volkskrant, nr. 10).* Wat betreft de overheid *"Dat moet minder, maar dat gaat niet zonder dat de overheid daar harder aan trekt; met name de overheid die in de buidel moet tasten" (Trouw, nr. 40).*

## **8.8: Het beeld**

In dit hoofdstuk is de analyse besproken en inzicht verkregen in hoe vaak de media bericht over duurzaam voedsel, hoe zich dat in de tijd heeft ontwikkeld (1a en 1b). Daarnaast is inzicht verkregen in allerlei aspecten van hoe berichten weergegeven worden. De vraag is: wat is nu dat beeld?

De term 'duurzaam voedsel' wordt aan elkaar geschreven of beide termen komen los voor in een artikel. Vanaf 2009 komt de term 'duurzaam voedsel' pas echt op. Dit heeft zowel te maken met de digitalisering van de krantenartikelen als de opkomst van rapporten als de 'Nota en Monitor Duurzaam Voedsel'. Uit de literatuur bleek dat het niet duidelijk is wat er onder duurzaam voedsel verstaan wordt.

Dit uit zich in het feit dat het gebruik van termen heel divers is en termen veelal door elkaar gebruikt worden. Er wordt gesproken over duurzaam eten, duurzaam geproduceerd/geteeld voedsel/vlees/voeding, biologisch, niet-duurzaam en termen als duurzamer of duurzame. Dynamiek is ook te zien in het feit dat de ene keer duurzaam en biologisch wordt genoemd en de andere keer duurzaam of biologisch. Sommige artikelen geven zelf aan dat het onderwerp dynamisch is, dat het een integraal begrip is, dat het geldt voor lange termijn en voor volgende generaties, dat het een 'manier van denken' is en dat het moeilijk is om een beschrijving te geven.

Ook vallen verschillende onderwerpen en thema's onder het begrip. Veelbesproken thema's zijn het stimuleren van duurzaam voedsel en de toename van de consumptie van duurzaam voedsel, beleid rondom duurzaam voedsel, vlees (en vis) consumptie, overconsumptie, voedselverspilling en voedselgedrag, het milieu, biobrandstoffen, het gebruik en efficiënt omgaan met grondstoffen, de oneerlijke verdeling van voedsel, inkomen en omstandigheden voor boeren, biologisch voedsel, dierenwelzijn, gezondheid en keurmerken. Het valt op dat de onderwerpen erg uiteenlopen en verschillen, maar de berichten gaan in de meeste gevallen over een constatering van een feit, over beleid rondom duurzaam voedsel of over het gedrag rondom duurzaam voedsel. Opvallend is het thema biobrandstoffen. Doordat biobrandstoffen concurreren met de voedselvoorziening vallen ze onder de zoekterm 'duurzaam voedsel'. GGO's en voedselschandalen worden niet genoemd. Specifieke alternatieve stromingen naast biologisch en stadslandbouw worden verder niet genoemd, wel wordt ingegaan op specifieke alternatieven als vleesvervangers, zeewier, algen, etc., maar dat is vaak op eenmalige basis.

De media geeft veelal impliciet een uitleg of toelichting, en in enkele gevallen expliciet, over wat er onder duurzaam voedsel verstaan wordt. De uitleg wordt zowel gedaan door aan te geven of iets duurzaam is of dat iets niet duurzaam is. Er worden vele verschillende termen gebruikt en die zijn zeer divers en lopen van concreet tot oppervlakkig.

Onder niet-duurzaam worden verstaan: milieubelasting, milieuvervuiling, milieuvriendelijk, klimaatverandering, de uitstoot van broeikasgassen/ $\text{CO}_2$ , gebruik van chemicaliën, de huidige productie van voedsel en de huidige voedselketen, bio-industrie, biobrandstoffen, voedselverspilling, kleine boeren die weggeconcurrereerd worden door prijsstijgingen, milieuschade en landjepik in ontwikkelingslanden, oneerlijke verdeling, overconsumptie, mensen weten niet waar het voedsel vandaan komt en voedsel over lange afstand (gevlogen). Als duurzaam wordt gezien: natuurlijk, milieuvriendelijk en milieubewust voedsel, minder en efficiënter gebruik van grondstoffen (energie, water, hulpbronnen), samenwerking in de gehele keten, het sluiten van kringlopen en beschermen van biodiversiteit, dierenwelzijn, goed inkomen en goede arbeidsomstandigheden voor (kleine) boeren, eerlijke handel, eerlijk/rechtvaardig voedsel, minder calorieën en een kleinere portiegrootte, minder vlees, een vegetarisch of meer plantaardig voedselpatroon, biologisch en gezond (hoewel de meningen daarover verdeeld zijn), ecologisch, scharrel, stadslandbouw, streek en seizoen, keurmerken (Fair Trade, MSC, Beter Leven, Utz) en het drinken van kraanwater in plaats van gebotteld water.

Deze termen hebben allemaal betrekking op de 3 P's. In een enkel geval werden de drie dimensies genoemd met de termen economie/economisch, ethiek/sociaal, milieu/ecologisch of

respect/welzijn voor mens, dier en milieu. Indirect komen alle 3 P's naar voren met opeenvolgend als belangrijkste Planet, People en Profit. Er is daarbij een verschil in kranten waar te nemen, maar ook een verschil in nadruk in bepaalde periodes. Planet heeft daarbij altijd een plek gehad in de beeldvorming over duurzaam voedsel.

Er is gekeken naar het perspectief van het artikel. Daarin komt naar voren dat de meeste artikelen een Nederlands perspectief hebben, gevolgd door wereld, Europees en lokaal. In alle jaren is het perspectief overwegend nationaal, alleen in 2012 is het mondiale perspectief groter. Over het algemeen hebben de kwaliteitskranten een iets ruimer perspectief dan de andere bladen. Het feit dat het perspectief veelal betrekking heeft op Nederland komt voor een deel ook doordat er veelal bericht wordt over de toename (cijfers) van duurzaam voedsel.

Er wordt dus een veelzijdig beeld afgegeven. Dit is ook te zien aan het feit dat dierenwelzijn, biologisch en gezondheid soms ook naast duurzaam voedsel werden genoemd en niet als onderdeel ervan. Begrippen worden door elkaar gebruikt en de complexiteit wordt voor een deel overgedragen. Het feit dat er ook bericht wordt over deze discussie of biologisch bijvoorbeeld duurzaam is komt terug in het feit dat de sectie 'opinie' een van de grotere secties is. Dit veelzijdige beeld komt ook naar voren in de toon. Er wordt vaak zowel gesproken over problemen (negatief) als oplossingen. Wel is de benadering iets meer positief en tracht de media in te gaan op mogelijke oplossingen om te verduurzamen.

Enkele artikelen benoemen dat het niet duidelijk is wat er onder duurzaam voedsel verstaan wordt. Daarmee geven zij het beeld af dat het om een complex en ruim begrip gaat die niet of moeilijk te definiëren valt. De media draagt dus voor een deel het complexe beeld over en maakt gebruik van veel verschillende termen. Ook tracht de media handvatten te geven. Zo worden in twee artikelen van het NRC nadrukkelijk uitgelegd hoe duurzaam gehandeld kan worden.

Daarmee komen we op de framing van de media, omdat zij niet allen bepaald over welke onderwerpen er gelezen wordt, maar ook hoe er duurzaam gehandeld dient te worden. Het morality en responsibility frame zijn de meest voorkomende frames. Artikelen bevatten een morele boodschap of een norm voor gedrag en daarbij werd veelal de consument of soms de overheid als verantwoordelijke aangewezen. Daarbij kwam voor dat er vragen werden gesteld. Daarna volgt het human-interest frame. Het ging daarbij veelal om meningen of opinie van de schrijver, wat terugkomt in de grootte van de sectie opinie. Het conflict frame kwam niet vaak voor. Het economic consequences frame kwam het minst voor en daarbij vooral in de beginjaren. Per krant verschillen de frames ook. Kwaliteitskranten hebben meer morality/responsibility en human-interest frame, algemene kranten human-interest en gratis kranten morality en responsibility.



## 9. Conclusie

In het vorige hoofdstuk zijn de resultaten weergegeven en de deelvragen van dit onderzoek beantwoord. Hier zal antwoord gegeven worden op de hoofdvraag: *“Welk beeld schetst de Nederlandse nieuwsmedia over ‘duurzaam voedsel’ in krantenartikelen en in hoeverre is dat in de afgelopen 22 jaar veranderd”*.

Voedselkwesties liggen in lijn met milieuproblemen, omdat bij de meeste milieuproblemen voedselkwesties een hoofdrol spelen. De media brengt deze kwesties onder de aandacht, wekt hier bezorgdheid over en blijkt de belangrijkste bron voor de meerderheid van het publiek in de informatievoorziening over milieuproblemen. Deze kwesties zijn complex en duurzaam voedsel specifiek, omdat het gaat om een gehele keten waar verschillende actoren bij betrokken zijn. De media tracht dit onderwerp over te brengen op de burger en deze begrijpelijk te maken.

Hierdoor doet de media bedoeld of onbedoeld aan selectieve verslaggeving. Daarnaast is de media selectief vanwege haar eigen organisatorische en praktische uitvoering. De media bepaalt daardoor niet alleen waar wij over lezen, maar ook in welke context er over een onderwerp wordt nagedacht. Daarmee kunnen zij invloed hebben op de kennis en perceptie over milieuproblemen. Dit blijkt ook uit eerdere onderzoeken over de perceptie van Genetisch Gemodificeerde Organismen. Er is echter nog weinig onderzoek over de aandacht van duurzaam voedsel door de media.

Voor de analyse zijn er verschillende kranten geselecteerd aan de hand van het bereik. Omdat het hier ging om een algemeen verschijnsel (duurzaam voedsel) zijn er nationale kranten geselecteerd en om een diverse doelgroep te bereiken zijn drie kwaliteitskranten, twee algemene kranten en twee gratis kranten geselecteerd. De meest gelezen kranten zijn opeenvolgend: Telegraaf, Algemeen Dagblad, Metro, Spits, Volkskrant, NRC en Trouw.

De meeste artikelen in dit onderzoek komen uit de kwaliteitskranten, gevolgd door algemene en gratis kranten en zijn grotendeels pas vanaf 2009 verschenen. Het eerste artikel verscheen in 1992 en de meeste artikelen tot 2008 zijn in de kwaliteitskranten verschenen. De digitalisering van de krantenartikelen heeft ten eerste invloed op deze volgorde van krantenartikelen. De gratis kranten zijn pas vanaf 2008 gedigitaliseerd, terwijl beiden in 1999 hun oorsprong hadden. Over het algemeen wordt duurzaam voedsel als belangrijk onderwerp in kranten gezien, omdat gemiddeld de meeste artikelen op pagina 2 -11 staan. Ten tweede is deze volgorde te verklaren aan de hand van het feit dat de term ‘duurzaam voedsel’ (aan elkaar) vaker wordt gebruikt na 2009, wat voornamelijk komt door de komst van de Nota Duurzaam Voedsel en de Monitor Duurzaam Voedsel en de berichtgeving (alleen in 2009) dat Nederland koploper moet zijn op het gebied van duurzaam voedsel. Ofwel door de introductie van de term door de overheid. Zo worden de Nota en Monitor Duurzaam Voedsel in totaal 22 keer genoemd na 2009. Door deze beleidsnota’s komt er aandacht vanaf de overheid die de media oppikt. Uit de literatuur blijkt dat vanuit de wetenschap al veel eerder aandacht was voor duurzaam voedsel. Artikelen voor 2009 gaan over voedsel en duurzaamheid, maar niet expliciet over duurzaam voedsel.

Uit de literatuur kwam naar voren dat er overeenstemming is over het feit dat er duurzaam gehandeld moet worden, maar dat niet duidelijk is op welke manier dit gedaan dient te worden en wie er verantwoordelijk is. Uit dit onderzoek blijkt dat de media de complexiteit van het onderwerp voor een deel in beeld brengt, maar ook handvatten geeft op welke manier er duurzaam gehandeld kan worden. Een van de deelvragen ging over framing. Hieruit kwamen het morality en responsibility frame naar voren als meest voorkomende frames. Dit betekent dat de media stuurt in hoe we moeten handelen, maar ook wie daar verantwoordelijk voor is. Veelal wordt de consument in de geselecteerde artikelen aangewezen als verantwoordelijke, wat te verklaren is doordat voedselverspilling een groot thema is. Ook wordt soms de overheid aangewezen als verantwoordelijke.

Het feit dat morality het meest voorkomende frame is, is te verwachten doordat duurzaam voedsel een moreel onderwerp is, doordat duurzaam een normatief begrip is (hoofdstuk 2) en doordat het stimuleren van duurzaam voedsel een groot thema blijkt te zijn. Daarbij ligt responsibility voor de hand omdat iemand verantwoordelijk is om aan een bepaalde norm te voldoen.

De frames verschillen per kranten. Bij kwaliteitskranten komen veelal morality, responsibility en human-interest voor (vanwege de verdieping van deze kranten) en bij algemene het meest human-interest (willen op gevoel spelen). Bij de gratis kranten zijn dit morality en responsibility. Dit heeft invloed op de sturing van een jonger publiek dan bij andere kranten. Uit deze uitkomsten over framing komt terug dat de media niet alleen bepaalt waar over gelezen wordt, maar ook de manier waarop.

Uit de literatuur kwam naar voren dat de media de burger wil betrekken bij milieuproblemen. Deze betrokkenheid komt ook naar voren doordat er gebruik gemaakt wordt van het human-interest frame. De meeste artikelen zijn in de sectie economie geplaatst, gevolgd door Binnenland/Nederland en betoog/opinie/podium/forum. Het grote aantal artikelen in de sectie betoog/opinie/podium/forum verklaart daarmee de discussie en meningsvorming, ofwel het human-interest frame. Ook komt hierin naar voren, zoals in hoofdstuk 5 werd beschreven, dat de media een arena is en gebruikt wordt voor maatschappelijke- en wetenschappelijke discussies.

Het feit dat de sectie economie hoog scoort het te maken met het voorkomen van verslaggeving over cijfers uit de Monitor Duurzaam Voedsel en het investeren en stimuleren van voedsel door de overheid en bedrijven. Dit stimuleren van duurzaam voedsel en het beleid dat aanwezig is in de artikelen heeft invloed op de beeldvorming. Wat in de literatuur naar voren kwam is dat een veelheid aan actoren allemaal invloed hebben op de communicatie over milieu- en voedselkwesties en dat komt in dit onderzoek terug door middel van overheid en bedrijven.

Er is in dit onderzoek gekeken naar de thema's en onderwerpen van de artikelen. Door de jaren heen zijn de thema's niet veel veranderd en er kan niet van specifieke agenda-setting gesproken worden, behalve dat vanaf 2009 er wordt gesproken over de toename van duurzaam voedsel. In de jaren voor 2010 lag er meer nadruk op het stimuleren van duurzaam voedsel. Dit betekent dat het stimuleren en het beleid vooraf ging aan het feit dat het is toegenomen. Er wordt daarmee dus verslag gedaan van een positieve ontwikkeling. Om in te gaan op toon kan gezegd worden dat het merendeel van de artikelen zowel problemen als oplossingen benoemd, maar dat over het geheel artikelen meer oplossingsgericht zijn. Een verklaring hiervoor is de zoektocht naar een oplossing en het feit dat het beleid een hand heeft in de informatievoorziening. Dit betekent niet dat de oplossing door iedereen gedeeld wordt. Opvallend is de negativiteit van de Telegraaf op alle voorpagina artikelen, dit terwijl de Trouw en NRC (minst gelezen kranten) overwegend oplossingsgericht zijn. Hierbij komt naar voren dat merendeel van de bevolking (algemene kranten lezers) een negatief en selectief beeld hebben.

Een van de deelvragen ging over deelonderwerpen. De meest voorkomende onderwerpen betreffen het milieu en sociale- en maatschappelijke componenten. In een kwart van de artikelen wordt ook de term (zowel aan elkaar als los) als een (zaak) naam gebruikt en niet specifiek als thema/onderwerp, zoals de Monitor Duurzaam Voedsel.

Wat betreft de onderwerpen komen de volgende naar voren. Milieu: broeikasgassen, chemicaliën, minder en efficiënt gebruik van grondstoffen, biobrandstoffen, niet vliegen, huidige productie voldoet niet. Sociaal: dierenwelzijn, voedselverspilling, gezondheid, omstandigheden boeren, ongelijke verdeling, overconsumptie, mensen weten niet waar voedsel vandaan komt, vleesconsumptie. Meer algemeen wordt gesproken over lokaal voedsel, ethisch voedsel, met respect/welzijn voor mens dier en milieu.

Uit de literatuur kwam naar voren dat er vaak in de media wordt bericht over incidenten, zoals bijvoorbeeld voedselschandalen. Uit dit onderzoek blijkt alleen incidenteel cijfers van de groei van duurzaam voedsel genoemd te worden, maar er wordt voornamelijk over een langere termijn gecommuniceerd over duurzaam voedsel. Dit is ook terug te zien in de agenda-setting waarbij er geen opvallende pieken voorkomen. Wat opvalt is dat de meeste van deze onderwerpen terugkomen in de in

paragraaf 2.3 genoemde 9 thema's van verduurzaming. Ook de conclusie van 2.4 blijkt grotendeels overeen te komen met de onderwerpen en thema's waarover de media spreekt.

De onderwerpen zijn ook geanalyseerd aan de hand van de 3 P's. Uit dit onderzoek komt naar voren dat alle drie de P's naar voren komen, met opeenvolgend als belangrijkste Planet, People en Profit. Planet heeft daarbij altijd een plek gehad in de beeldvorming over duurzaam voedsel, wat te verklaren is aan de hand van het feit dat media berichten over milieuproblemen (hoofdstuk 5). Er ligt dus logischerwijs veel nadruk op de component planet. Bij people ging het vaak om dierenwelzijn en voedselverspilling. Er is daarnaast een verschil in kranten waar te nemen, maar ook een verschil in nadruk in bepaalde periodes. Alle componenten komen in de meest gelezen kranten naar voren en er is een patroon door de jaren heen te zien in de nadruk op de componenten: eerst veel planet, gevolgd door people, gevolgd door planet en people en tot slot alle drie de componenten.

Het beschrijven wat duurzaam voedsel is wordt in de artikelen in mindere mate expliciet gedaan en meerdere mate impliciet. Expliciet wordt er vooral toelichting gegeven in 2010-2012. Dit is direct na de opkomst van de introductie van de term. Hierin komt naar voren dat de media aan het begin tracht uit te leggen wat duurzaam voedsel inhoudt. De uitleg verschilt tussen de kranten. Voornamelijk de NRC legt expliciet uit. Bij het impliciet definiëren worden veel kenmerken genoemd die zeer divers zijn en van concreet tot oppervlakkig lopen. Concreet worden bijvoorbeeld keurmerken genoemd en oppervlakkig is bijvoorbeeld 'milieubewust' voedsel. Hieruit komt naar voren dat de media, zoals vanuit de literatuur verwacht werd, niet alleen concretiseert. Wel concretiseert zij de 3 P's, want in geen enkel artikel worden deze componenten genoemd.

Duurzaamheid wordt uitgelegd aan de hand van zowel duurzame (bijvoorbeeld minder vlees, samenwerking in de gehele keten) als niet-duurzame kenmerken (gebruik van chemicaliën, de huidige productie van voedsel). Enkele artikelen benoemen ook dat het niet duidelijk is wat er onder duurzaam voedsel verstaan wordt en dat het moeilijk is een definitie te geven. Er worden daarbij ook vragen gesteld, maar geen antwoord gegeven. Dit zijn alleen artikelen in de Trouw en NRC in de jaren 2010 en 2011 en volgen elkaar op. Op dit gebied kan er gezegd worden dat er wel sprake is van agenda-setting omdat het op dat moment alleen artikelen werden geschreven met de vraag wat duurzaam voedsel inhoudt, dit werd echter niet door alle kranten gedaan, maar alleen door twee kwaliteitskranten. Opvallend is de overeenkomst tussen de toelichting die in 2010-2012 expliciet werd gegeven en deze vraag in 2010 -2011 wat duurzaam voedsel inhoudt. Na de vraag wat het precies is worden dus meer handvaten gegeven. Dit verklaart ook de toename van het morality frame na 2011.

Met het benoemen dat duurzaam voedsel moeilijk te beschrijven valt wordt er een complex beeld overgebracht. Toch geeft de media ook handvatten (het handelingsperspectief) door uit te leggen hoe duurzaam gehandeld kan worden of bijvoorbeeld door het benoemen van de keurmerken. Daarmee geeft zij geen antwoord wat duurzaam is, maar hoe men daartoe kan komen/bijdragen. Wat opvalt is echter dat het UTZ keurmerk, specifiek een keurmerk voor duurzaam voedsel, maar één keer genoemd wordt, terwijl Fair-Trade, die maar een deel van duurzaamheid aanpakt, het meest wordt genoemd. Ook 'Beter Leven' en MSC worden vaak genoemd, maar dit valt te verklaren aan de hand van het vele aantal artikelen dat over vlees/vis gaat.

Opvallend is dat termen als dierenwelzijn, biologisch en gezondheid soms uitgelegd worden als een onderdeel van duurzaam, maar soms worden ze ook naast duurzaamheid geplaatst. Biologisch is de term die het meest voorkwam, maar wordt veelal door elkaar gehaald. Dit laat zien dat begrippen door elkaar worden gebruikt en de complexiteit voor een deel wordt overgedragen. Het feit dat er ook bericht wordt over de discussie of biologisch bijvoorbeeld duurzaam is komt terug in het feit dat de sectie 'opinie' een van de grotere secties is. Er wordt bericht over de discussie of biologisch duurzaam is (paragraaf 3.2), maar toch wordt over het algemeen biologisch als duurzaam neergezet. Opvallend is dat GGO's niet worden genoemd en dus niet worden gekoppeld aan duurzaamheid, terwijl er ook discussie is over of dit een duurzaam alternatief is. De media neemt daarin dus een positie in. Deze discussies weerspiegelen het feit dat de media een spiegel is van de publieke opinie (de sectie opinie is daarom ook groot) en fungeert als arena voor debatten. Dit draagt ook bij aan de complexe beeldvorming. Ook

worden zoals verwacht werd vanuit de literatuur voedselschandalen niet benoemd. Dit komt mogelijk doordat het een afgeleide is van duurzaam voedsel. Wel wordt er vaak benoemd dat de vleesconsumptie niet duurzaam is.

Het feit dat er alternatieven als keurmerken en biologisch worden genoemd geeft richting van een beeld aan. Zoals uit de literatuur bleek weerspiegelen deze alternatieven de richting waarin de duurzaamheid op gaat. Concluderend kan gezegd worden dat termen door elkaar gebruikt worden. Ook worden er veel andere termen gebruikt die gerelateerd zijn aan duurzaam voedsel. Deze veelzijdigheid brengt mogelijk verwarring bij de consument. De media draagt zowel een complex beeld over en geeft ook handvatten. Daarbij is zij voornamelijk gericht op het Nederlandse. Het dichtbij betrekken van problemen is een media gerelateerd effect. Samengevat komen in artikelen veelal een constatering van een probleem, het beleid en het gedrag rondom duurzaam voedsel naar voren. Als er gesproken wordt over een verandering in het beeld kan geconcludeerd worden dat over de jaren heen er niet veel veranderingen zijn, behalve dat de nadruk op de 3 P's is verlegd en dat framing is afgenomen. Daarmee lijkt de media mee te schrijven met de zoektocht naar wat duurzaam voedsel inhoud.

## **9.1 Discussie**

Hierin worden een aantal punten besproken over de invloed van het onderzoek op de resultaten en een algemene reflectie op het onderzoek.

Doordat pas na 2009 er veel artikelen waren, kon er over de eerste jaren van analyse niet veel gezegd worden. In eerste instantie was de hoofdvraag gebaseerd op 10 jaar maar dit is verruimd naar 22 jaar, omdat het interessant leek om over een grotere periode het beeld te kijken. Achteraf bleek de invulling dus niet genoeg om over een lange periode juiste uitspraken te kunnen doen.

De keuze voor de kranten is zo gekozen dat deze representatief zou zijn. Daarom is er gekozen voor kwaliteit, algemene en gratis kranten. Deze keuze zorgt voor diversiteit aan kranten. De kwaliteitskranten blijken oververtegenwoordigd te zijn. Ten eerste omdat de invulling in Lexis Nexis vanaf 1992 was, terwijl de gratis kranten die in 1999 zijn verschenen pas vanaf 2008 voorkomen in Lexis Nexis. Ten tweede omdat er drie kwaliteitskranten zijn gekozen in plaats van twee. En tot slot omdat de kwaliteitskranten er mogelijk meer over schrijven. Deze scheve verhouding had verminderd kunnen worden door voor twee kwaliteitskranten te kiezen. Dit heeft echter wel tot gevolg dat er minder kranten in totaal geanalyseerd zouden kunnen worden. Belangrijk is dat de toon en de verdieping van deze kwaliteitskranten daarbij ook invloed kunnen hebben op de uitkomsten. Er zijn geen regionale kranten geselecteerd. Dit heeft mogelijk invloed op het feit dat nu de meeste nadruk op het nationale perspectief ligt. Er is echter bewust gekozen voor nationale kranten om zo het beeld van duurzaam voedsel in Nederland te schetsen. Het was wel mogelijk dat nationale kranten ook mondiaal schreven, maar dat doen zij dus veelal niet. Verschillen tussen kranten waren moeilijk aan te tonen, maar dit was ook niet het doel van het onderzoek.

De keuze voor zoekterm 'duurzaam voedsel' heeft voor een deel bepaalde onderwerpen die wel er over gaan ook uitgesloten, zoals GGO's en voedselschandalen. In deze artikelen wordt niet specifiek de term duurzaam voedsel gebruikt, maar gaan indirect over dit onderwerp. Hierdoor worden deze artikelen uitgesloten. Hoewel het in dit onderzoek wel specifiek om de term duurzaam voedsel ging, had duurzame landbouw bijvoorbeeld mogelijk ook veel artikelen naar voren gebracht en daarmee een ander beeld. Duurzaam voedsel werd veelal ook benoemd omdat het in de monitor stond of dat het om een toename ging in de consumptie afgeleid van deze monitor. Dus de media gebruikt de term voor een deel doordat de overheid deze term gebruikt. Daarbij is de overheid dus ook een nieuwsmaker. Er waren daarnaast ook artikelen die wel duurzaam voedsel als onderwerp hadden, maar niet verwezen naar een rapport. Daarnaast zijn vervoegingen als 'duurzamer' niet meegenomen in dit onderzoek. Daarmee kan het zijn dat bepaalde artikelen uitgesloten zijn van het onderzoek die wel over het thema gaan.

Tot slot was het interessant geweest om documentaires en televisie media te analyseren. Het is ook interessant om te kijken wat het beeld van burgers is en of dit overeen komt met het beeld dat de media schetst. Daarmee kan de invloed van de media in beeld gebracht worden.

### **Tot slot/epiloog**

Beeldvormingsonderzoek gaat over de kleuring van beelden. Beeldvorming is gekleurd maar ook is er sprake van mijn eigen persoonlijke kleuring. Als vegetariër zijnde met bepaalde overtuigingen kan dit invloed hebben op de manier waarop ik tegen onderzoeksresultaten aankijk, mijn eigen bril. Bij het invullen of iets in een artikel onder een bepaalde kop van duurzaamheid past of niet bijvoorbeeld. Het was soms moeilijk om te bepalen waartoe een bepaalde term gecategoriseerd diende te worden.

Uit interesse ben ik gaan kijken naar beeldvorming over duurzaam voedsel omdat ik wilde weten hoe er nu gedacht wordt over duurzaamheid en waarom andere mensen dit niet doen. Aangezien de media veelal bericht hierover was dit een logische keuze voor mij. Belangrijk is ook de invloed van het onderzoeksproces. Aan het begin van het onderzoek heb ik een veelheid aan literatuur gelezen en hier een groot stuk over geschreven. Dit had bijvoorbeeld tot gevolg dat de rode draad in de eerste hoofdstukken moeilijk liep. Veel van deze informatie zit niet verwerkt in deze thesis, omdat er selectiever geschreven moest worden en stukken aangepast diende te worden. Deze informatie zat nog wel in mijn achterhoofd als onderzoeker en kan daarmee ook van invloed zijn en kleuring geven aan het onderzoek. Ook het enthousiasme voor het onderwerp heeft mogelijk invloed gehad op het onderzoek, maar daarnaast heeft het onderzoek ook invloed op mij persoonlijk gehad.

De methodologie, het doen van een inhoudsanalyse, was geheel nieuw voor mij. Ik heb dit als een prettige methode ervaren, omdat ik niet afhankelijk was van anderen. Het was voor mij een leuke uitdaging om mij in deze methode te verdiepen. Ik vond het voornamelijk interessant om op een andere manier naar een artikel te kijken dan het alleen te lezen en in mij op te nemen.

Door de omvang van deze thesis en het gebrek aan tijd was het niet mogelijk om de indirecte toelichting van duurzaam voedsel te vergelijken in de tijd. Daarnaast was dit ook niet mogelijk, omdat dit een heel ingewikkelde klus zou zijn door de omvang van de termen. Daarnaast had er nog gekeken kunnen worden naar het aantal woorden dat een artikel had in combinatie met het thema van het artikel. Op deze manier kon duidelijker nog het belang van een thema aangeduid worden. Het schrijven van deze thesis was met vallen en opstaan, maar ik heb veel geleerd. Tijdens de analyse heb ik ervaren dat het moeilijk is om een volledig objectieve houding aan te nemen, maar ik ben van mening hier voor zover mogelijk in geslaagd te zijn.

# **10. Literatuurlijst**

AgriHolland (2013a), Dossier Biologische landbouw [Online].

<http://www.agriholland.nl/dossiers/bioland/home.html> [Geraadpleegd 16 april 2014].

AgriHolland (2013b), Dossier landbouwgrond [Online].

<http://www.agriholland.nl/dossiers/landbouwgrond/> [Geraadpleegd 3 maart 2014].

AgriHolland (2013c), Dossier klimaatverandering en landbouw [Online].

[http://www.agriholland.nl/dossiers/klimaatverandering/home.html#beperkenuitstoot\\_veehouderij](http://www.agriholland.nl/dossiers/klimaatverandering/home.html#beperkenuitstoot_veehouderij) [Geraadpleegd 31 maart 2014].

Allesduurzaam (2014a), Biologische landbouw het beste voor de aarde en voor de wereld [Online].

[http://www.allesduurzaam.nl/informatieteksten/informatieteksten\\_item/t/biologische\\_landbouw\\_het\\_beste\\_voor\\_de\\_aarde\\_en\\_voor\\_de\\_wereld](http://www.allesduurzaam.nl/informatieteksten/informatieteksten_item/t/biologische_landbouw_het_beste_voor_de_aarde_en_voor_de_wereld) [Geraadpleegd 12 april 2014].

Allesduurzaam (2014b), Wat zijn de effecten van de groeiende vleesconsumptie? [Online].

[http://www.allesduurzaam.nl/informatieteksten/informatieteksten\\_item/t/wat\\_zijn\\_de\\_effecten\\_van\\_de\\_groeiende\\_vleesconsumptie](http://www.allesduurzaam.nl/informatieteksten/informatieteksten_item/t/wat_zijn_de_effecten_van_de_groeiende_vleesconsumptie) [Geraadpleegd 25 april 2014].

Alliantie Verduurzaming Voedsel (2014), Thema's verduurzaming voedsel [Online].

<http://www.verduurzamingvoedsel.nl/verduurzamingsthemas/#films> [Geraadpleegd 3 maart 2014].

Alterra (2014), Naar duurzame regionale voedselsystemen. Lessen uit Rotterdam, FoodValley en Alphen-Chaam. Wageningen UR: Alterra.

Arena (2014), Is het eten van vlees uit de supermarkt veilig? Uitzending 9 april 2014 [Online].

<http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1410017> [Geraadpleegd 24 april 2014].

Arts, G.H.P. & H. J. de Lange (2008), Kan belasting van watersystemen met bestrijdingsmiddelen de gevolgen van eutrofiering voor aquatische ecosystemen versterken? Wageningen: Alterra, rapport 1747.

Aseed Europe (2014), Op weg naar voedselsoevereiniteit. Een ander voedselsysteem bouwen is mogelijk. Brochure [Online].

[http://www.aseed.net/pdfs/Brochure\\_Op\\_weg\\_naar\\_voedselsoevereiniteit\\_\(ASEED\).pdf](http://www.aseed.net/pdfs/Brochure_Op_weg_naar_voedselsoevereiniteit_(ASEED).pdf) [Geraadpleegd 1 juli 2014]

Backus, G., M. Meeusen, J. Bartels, H. Dagevos, J. van 't Riet, M. Onwezen, M. Reinders, M. de Winter & J.W. Grievink (2011), Voedselbalans 2011. Den Haag: LEI-Wageningen UR. Deel 1.

Bakker, E. de & H. Dagevos (2010), Vleesminnaar, vleesminderaars en vleesmijders. Duurzame eiwitconsumptie in een carnivore eetcultuur. Den Haag: LEI.

Bakker, E. de, H. Dagevos, E. van Mil, P. van der Wielen, I. Terluin & A. van den Ham (2013), Energieke zoektochten naar verduurzaming in landbouw en voedsel; Paradigma's en praktijken.

Wageningen: Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu. WOt-rapport 121

Bewust Biologisch (2014), home [Online]. <http://www.bewustbiologisch.nl/index.php?p=&c=1> [Geraadpleegd 16 april 2014].

Bharad, A. (2010), Analysis of media agenda-setting effects on consumer Confidence in the safety of the u.s. food system across consumer segments . Louisiana State University: The Department of Agricultural Economics and Agribusiness.

Bionext (2014a), Biologisch in 't kort [Online]. <http://www.bionext.nl/consument/wat-is-biologisch/biologisch-in-t-kort> [Geraadpleegd 23 april 2014].

Bionext (2014b), Geschiedenis [Online]. <http://www.bionext.nl/content/geschiedenis> [Geraadpleegd 23 april 2014].

Bionieuws (2002), Terlouw wil ggo-teelt verbieden [Online]. <http://www.bionieuws.nl/artikel.php?id=55&print=1> [Geraadpleegd 20 maart 2014].

Bird, E., R. Lutz & C. Warwick (2008), Media as partners in education for sustainable development: A training and resource kit. Parijs: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Bodt, T. (2007), Role of the media in achieving a sustainable society. In: The Centre for Bhutan Studies, red. (2007), Media and public culture: proceedings of the Second International Seminar on Bhutan Studies. Thimphu: Centre for Bhutan Studies, pp. 459-500 .

Boer, J. de & H. Aiking (2009), Frames voor duurzame voedselsystemen. Verkenning op hoofdlijnen. Amsterdam: Instituut voor Milieuvraagstukken.

Bolkestein, M. (2002), Bestrijdingsmiddelen. [Online]. <http://www.waterbodem.nl/artikel.php?id=24> [Geraadpleegd 25 april 2014].

Bos, T (2002), "Lange termijn gevolgen biotechnologie zijn altijd onbekend". In: SER-bulletin, red., productschappen en biotechnologie, SER Magazine, februari 2002, nr. 2 [Online]. <http://www.ser.nl/nl/publicaties/overzicht%20ser%20bulletin/2002/februari%202002/03.aspx> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Botelho, D. & H. Kurtz (2008), The introduction of genetically modified food in the United States and the United Kingdom: a news analysis. The Social Science Journal, 45, pp. 13–27.

Brabantse Milieufederatie (2014), Voedsel [Online]. <http://www.brabantsemilieufederatie.nl/voedsel> [Geraadpleegd 24 februari 2014].

Braungart, M & W. McDonough (2007), Cradle to cradle: afval=voedsel. Heeswijk: Search Knowledge Schiedam: Scriptum. Vertaald van: Cradle to cradle: remaking the way we make things. New York: North Point Press 2002

Brewer, P. R., J. Graf, L. Willnat (2003) Priming or Framing: Media Influence on Attitudes Toward Foreign Countries. International Communication Gazette. Vol 65. No. 6. pp. 493-508

Carson, R (2002), Silent spring. Fortieth anniversary edition. New York: Houghton Mifflin Company.

CBS (2010), Statline databank, Voedings- en genotmiddelen; consumptie per Nederlander [online]. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37154&LA=NL> [Geraadpleegd 30 maart 2014].

CBS (2014), Statline databank, Landbouw; gewassen, dieren en grondgebruik naar regio [Online]. [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80780NED&D1=23-24,32,50-51,59,64-65,79,86-88,155-156,167,170,180,194,295-296,317,320-321,384,388,399-404,406,417-418,427,440,444,451,500,504,512,518-519,526&D2=0&D3=0,5,\(I-2\),\(I-1\),I&HDR=G1,G2&STB=T&VW=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80780NED&D1=23-24,32,50-51,59,64-65,79,86-88,155-156,167,170,180,194,295-296,317,320-321,384,388,399-404,406,417-418,427,440,444,451,500,504,512,518-519,526&D2=0&D3=0,5,(I-2),(I-1),I&HDR=G1,G2&STB=T&VW=T) [Geraadpleegd 3 maart 2014].

CBS (2014a), Landbouwexport stijgt naar 78 miljard euro [Online]. <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/landbouw/publicaties/landbouw-vogelvlucht/korte-termijn-ontw/livv-export-art.htm> [Geraadpleegd 3 maart 2014].

Colman, D. (2013), *Invloed van de media op de publieke opinie: genetisch gewijzigd voedsel*. Brussel: Hogeschool-Universiteit Brussel.

Colquhoun, J. & L. ten Bosch (2008), *Food Matters (Documentary)*. Permacology Productions.

Compendium (2014), *Biologische landbouw: aantal bedrijven en areaal, 1991-2013* [Online]. <http://www.compendiumvoordeleefomgeving.nl/indicatoren/nl0011-Biologische-landbouw.html?i=11-61> [Geraadpleegd 16 april 2014].

D'Angelo, P. & J. A. Kuypers (2010), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge, Taylor & Francis.

Dagevos, H., J. Voordouw, L. van Hoven, C. van der Weele & E. de Bakker (2012), *Vlees vooral (snog) vanzelfsprekend. Consumenten over vlees eten en vleesminderen*. Den Haag: LEI Wageningen UR. LEI-rapport, herziene versie.

Dagnelie, P.C. (2003), *Voeding en gezondheid - potentiële gezondheidsvoordelen en risico's van vegetarisme en beperkte vleesconsumptie in Nederland*. *Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde*, 147, pp. 1308-1313.

Daniels, P., M. Bradshaw, D. Shaw & J. Sidaway (2008), *An introduction to Human Geography. Issues for the 21st century*. Essex: Pearson education Limited. Third edition.

De Geo (2004), *Migratie en mobiliteit*. Utrecht/Zutphen: ThiemeMeulenhoff

De Media Maatschap (2012), *Metro en Spits!, een dijk van een propositie* [Online]. <http://www.demediamaatschap.nl/blog/2012/08/metro-en-spits-eeen-dijk-van-eeen-propositie/> [Geraadpleegd 29 juni 2014].

Diamond, J. (2008), *Ondergang. Waarom zijn sommige beschavingen verdwenen en hoe kan de onze haar ondergang voorkomen?* Houten: Spectrum Uitgeverij Unieboek.

Dierks, L.H. (2004), *Effects of media coverage on demand*. Department of Agricultural Economics, Christian-Albrechts-University at Kiel, Germany. Paper prepared for presentation at the 84 th EAAE Seminar 'Food Safety in a Dynamic World' [Online]. <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/24992/1/sp04di01.pdf> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

Dijkgraaf, A (2014), *Vergeet DDT, onverwacht verband tussen pesticide-ophoping en alzheimer* [Online]. <http://www.c2w.nl/vergeet-ddt.353433.lynkx> [Geraadpleegd 18 april 2014].

Dinther, van M. (2011), *Topgeheim: vleesvervangers* [Online]. [http://www.hfv-bv.nl/pers/vk\\_05102011\\_topgeheim\\_vleesvervangers.pdf](http://www.hfv-bv.nl/pers/vk_05102011_topgeheim_vleesvervangers.pdf) [Geraadpleegd 7 juni 2014].



Dinther, van M. (2012), Minder vaak vlees eten steeds populairder. Volkskrant 7-06—2012 [Online]. <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3267270/2012/06/07/Minder-vaak-vlees-eten-steeds-populairder.dhtml> [Geraadpleegd 31 maart 2014].

Dooren, van C. (2014), Duurzaam eten. Factsheet [Online]. <http://www.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/Documents/Factsheet%20Duurzaam%20eten.pdf> [Geraadpleegd 31 januari 2014].

Doppelt, B. (2008), The Power of Sustainable Thinking. How to create a positive future for the climate, the planet, your organization and your life. London: Earthscan.

Duurzaamnieuws (2013), Nederlander wil 'laboratoriumvlees' best proberen [Online]. <http://www.duurzaamnieuws.nl/nederlander-wil-laboratoriumvlees-best-proberen/> [Geraadpleegd 1 april 2014].

Duurzaam-ondernemen (2014), Home [Online]. <http://www.duurzaam-ondernemen.nl/> [Geraadpleegd 17 april 2014].

Duurzame lifestyle (2013), Duurzame samenleving [Online]. <http://www.duurzamelifestyle.com/wat-is-duurzaamheid/duurzame-samenleving/> [Geraadpleegd 17 april 2014].

Eerlijke Kost (2014), Wat is biologisch, bio-dynamisch, ecologisch? [Online]. <http://www.eerlijkekost.nl/weten/wat-is-eerlijke-kost/wat-is-eerlijke-kostwat-is-biologisch-bio-dynamisch-ecologisch/> [Geraadpleegd 25 april 2014].

Egmond, K. van (2011), Hoorcollege cursus Bedreigde Aarde, prof. Klaas van Egmond. Universiteit Utrecht, Faculteit Geowetenschappen, Sociale Geografie en Planologie.

Elkington, J (2004), Enter the Triple Bottom Line. In: Henriques, A. & J. Richardson, red., The triple bottom line, does it all add up? Assessing the Sustainability of Business and CSR. London: Earthscan, pp. 1 -16.

Encyclo.nl (2014), Landbouw [Online]. <http://www.encyclo.nl/begrip/landbouw> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

EU (2014), Samenvattingen van de EU-wetgeving, milieu, duurzame ontwikkeling [Online]. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/environment/sustainable\\_development/index\\_nl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/environment/sustainable_development/index_nl.htm) [Geraadpleegd 26 februari 2014].

Europese Unie (2012), Eu-strategie voor dierenwelzijn: 2012-2015. Brussel: Europese Commissie.

Europese Unie (2013), De Europese unie in het kort: Landbouw. Het gemeenschappelijk landbouwbeleid van de EU: voor ons voedsel, ons platteland en ons milieu. Luxemburg: Bureau voor publicaties van de Europese Unie. Doi:10.2775/56267

EVMI (2009), Vleesvervangers doen het steeds beter [Online]. <http://www.evmi.nl/marketing-sales/vleesvervangers-doen-het-steeds-beter/> [Geraadpleegd 7 juni 2014].

FAO (2014a), About [Online]. <http://www.fao.org/about/en/> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

FAO (2014b), Sustainable food consumption and production [Online]. <http://www.fao.org/ag/ags/sustainable-food-consumption-and-production/en/> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

FAO, WFP and IFAD (2012), The state of food insecurity in the World 2012. Economic growth is necessary but not sufficient to accelerate reduction of hunger and malnutrition. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations

Flexitariër (2012), Groeiende markt vleesvervangers [Online]. <http://flexitariër.nl/nieuws/groeiende-markt-vleesvervangers/> [Geraadpleegd 7 juni 2014].

Food & Nutrition (2013), Beleid voor duurzamer en veiliger voedsel. 18 juli 2013 [Online]. <http://www.food-nutrition.nl/nieuws/beleid-voor-duurzamer-en-veiliger-voedsel/> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Foodlog (2013a), We zijn weer bang voor eten [Online]. <http://www.foodlog.nl/artikel/angst-als-bepalende-factor-voor-voedselaankopen/> [Geraadpleegd 2 april 2014].

Foodlog (2013b), “Voedselcrisis bedreigt de menselijke beschaving” [Online]. <http://www.foodlog.nl/artikel/voedselcrisis-bedreigt-de-menselijke-beschaving1/> [Geraadpleegd 10 april 2014].

Galtung, J. en M. Ruge (1965), The Structure of Foreign News: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of International Peace Research* 1, pp. 64 – 91.

Garcia-Fuentens, P.A., G.F. Ferreira, R. Harrison, J. D. Kinsey, D. J. Degeneffe (2010), Consumer confidence in the food system, media coverage and stock prices of food companies: a regression analysis. In 2010 Annual Meeting, July 25-27, 2010, Denver, Colorado (No. 61658). Agricultural and Applied Economics Association.

Gast, L. , P. Hupperts & W. van der Klein (2009), Van minder naar anders. Duurzame innovaties in de voedingssector. Amsterdam: The Terrace

Gates, D. (2009), 10 things the processed food industry doesn't want you to know. *Body Ecology* [Online]. <http://bodyecology.com/articles/10-things-processed-food-industry.php#> [Geraadpleegd 10 mei 2014].

Gezondheidsraad (2006), Richtlijnen goede voeding 2006. Den Haag: Gezondheidsraad. Publicatie nr. 2006/21.

Gorp, B. van & M. van der Goot (2009), Duurzame landbouw: een meer effectieve communicatie dankzij framing. Brussel: Koning Boudewijnstichting

Gorp, B. van (2006), Framing asiel: indringers en slachtoffers in de pers. Leuven: Acco.

Gorp, B. van, T. Beneker & R. van der Vaart (2005), Inhoudsanalyse: een handleiding. Verkregen aan de Universiteit utrecht, Master Geo-Communicatie in 2013.

Groene Ruimte (2009), Dossier Grondgebruik in Nederland [Online]. [http://www.groeneruimte.nl/dossiers/grondgebruik\\_in\\_nederland/home.html](http://www.groeneruimte.nl/dossiers/grondgebruik_in_nederland/home.html) [Geraadpleegd 3 maart 2014].

- Groene Ruimte (2013), Dossier Klimaatverandering en de groene ruimte [Online]. <http://www.groeneruimte.nl/dossiers/klimaatverandering/home.html> [Geraadpleegd 25 april 2014].
- Gutteling, J., L. Hanssen, N. Van Der Veer & E. Sevdal (2006), Trust in governance and the acceptance of genetically modified food in the Netherlands. *Public Understanding of Science*, 15 (1), pp. 103-112.
- Hansen, A. (2010), *Environment, media & communication*. Routledge: New York.
- Hansen, A. (2011), *Communication, media and environment: towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication*. *International Communication Gazette* 73 (1-2), pp. 7-25
- Harreveld, A.A. van (2012), *Bevordering van duurzame voedselconsumptie: wie doet wat? Een onderzoek naar supermarkten en hun rol bij het beïnvloeden van consumenten om meer duurzame voedingsproducten te kopen*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Hond, M. C. de (2006), 'Van feit tot frame'. *Hoe Nederlandse dagbladen berichtten over de vuurwerkramp*. Enschede: Universiteit Twente.
- Huijnen, P. (2011), *De belofte van vitamines: voedingsonderzoek tussen universiteit, industrie en overheid 1918-1945*. Hilversum: Uitgeverij Verloren
- Huypens, J (2003), *Wetenschap communiceren met medialand*. Antwerpen/Apeldoorn: Garant.
- InfoNu (2012), *Welke krant past bij mij: Nederlandse dagbladen* [Online]. <http://educatie-en-school.infonu.nl/diversen/28618-welke-krant-past-bij-mij-nederlandse-dagbladen.html> [Geraadpleegd 29 juni 2014].
- InfoNu (2013), *Journalistiek: de krant / het dagblad*[Online]. <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/communicatie/25509-journalistiek-de-krant-het-dagblad.html> [Geraadpleegd 29 juni 2014].
- IVN (2014), *Permacultuur* [Online]. <https://ivn.nl/afdeling/uden/permacultuur/permacultuur-van-start-uden> [Geraadpleegd 29 juli 2014].
- Janssens, M. (2012), *Wat kan framing betekenen voor communicatie en politiek debat? Leer het van Hans de Bruijn* [Online]. <http://ethischecommunicatie.wordpress.com/2012/09/10/wat-kan-framing-betekenen-in-de-communicatie-en-politiek-leer-het-van-hans-de-bruijn/> [Geraadpleegd 29 juli 2014]
- Jonkers, G. (2014), *Voedsel: De 'firma Monsanto', 'Dr. Frankenstein', aangenaam..!* 6 maart 2014 [Online]. <http://www.wanttoknow.nl/gezondheid/voedsel/de-firma-monsanto-dr-frankenstein-aangenaam/> [Geraadpleegd 15 maart 2014].
- Kalaitzandonakes, N., L.A. Marks & S.S. Vickner (2004), *Media coverage of biotech foods and influence on consumer choice*. *American journal of agricultural economics*. Volume 86, issue 5, pp. 1238-1246.
- Kamerstukken II (2010), *Voedingsbeleid; Brief regering; Duurzaam voedselbeleid en doelstellingen*. Kamerstuk 31532, nr. 43. Tweede Kamer der Staten-Generaal, Den Haag [Online]. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-31532-43.html> [Geraadpleegd 7 april 2014].
- Keulartz, J. (2013), *De actualiteit van Rachel Carson. Een halve eeuw na Silent Spring* [Online]. <http://bureaudehelling.nl/artikel/de-actualiteit-van-rachel-carson> [Geraadpleegd 18 april 2014].

Kraker, J. de, M.F. van Laeken & R.J.M. Cörvers (2014), Over de mogelijkheid en noodzakelijkheid van een concept, hoofdstuk 2. In: Open Universiteit (2014), red. Cursus: Duurzame ontwikkeling: ver weg of dichtbij. [Online]. <http://www.ou.nl/eCache/DEF/2/23/278.html> en [http://ou.nl/Docs/Opener/NW/Duurzame\\_ontwikkeling/hoofdstuk\\_2\\_leerkern.pdf](http://ou.nl/Docs/Opener/NW/Duurzame_ontwikkeling/hoofdstuk_2_leerkern.pdf)

Kuhr, C. (2009), Determinanten van consumptiegedrag. Wat drijft consumenten om een vleesvervangend product te kopen? Enchede: University of Twente.

La Via Campesina (2014), Home [Online]. <http://viacampesina.org/en/index.php> [Geraadpleegd 15 mei 2014].

Lakoff, G. (2004), Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate. White River Junction: Chelsea Green Publishing.

Lakoff, G. (2006a), Thinking Points: Communicating our American values and vision. Tides Center/Rockridge Institute. Farrar, Straus and Giroux: New York.

Lakoff, G. (2006b), Simple Framing. An introduction to framing and its uses in politics. Seattle: Rockridge Intitute.

Lange, R. de (2014), 'Omvang geknoei met voedsel verontrustend'. Inspectie hekelt gebrek aan normbesef bij vleesproducenten [Online]. <http://www.vwa.nl/actueel/bestanden/bestand/2206155> [Geraadpleegd 2 april 2014].

Lauwereys, E. (2013), Een inhoudsanalyse van de krantenverslaggeving over het assisenproces (2010) in verband met zogenaamde parachutemoord (2006) in Het Laatste Nieuws, De Standaard, De Morgen en Het Belang van Limburg. Gent: Universiteit Gent.

LEI Wageningen (2014), Monitor Duurzaam Voedsel. Vlees, Vleeswaren en Vleesvervangers [Online]. <http://www.monitorduurzaamvoedsel.nl/ProductgroepResultaat.aspx?GrandParentID=1853&AspxAutoDetectCookieSupport=1> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

Lippmann, W. (1922), The world outside and the pictures in our heads. Public Opinion, 4, pp. 1-22

Liu, H. & C. Deblitz (2007), Determinants of meat consumption in China. Asian Agribusiness Research Centre/Charles Sturt University (Working paper 40).

Lockie, S (2006), Capturing the sustainability agenda: Organic foods and media discourses on food scares, environment, genetic engineering, and health. Agriculture and Human Values. 23, pp. 313-323.

Lukács, G.K. (2011), 1956: Climax zonder succes; 1989-90: Anticlimax met succes Beeldvorming over Hongarije en de Hongaren in Nederlandse kranten tijdens de Opstand van 1956 en de systeemverandering van 1989-90. Utrecht: Universiteit Utrecht

Marks, L.A. & N. Kalaitzandonakes (2001), Mass Media Communications About Agrobiotechnology. AgBioForum, Volume 4, Number 3 & 4, pp. 199-208

Marks, L.A., N. Kalaitzandonakes, L. Wilkins & L. Zakharova (2007), Mass media framing of biotechnology news. Public understanding of Science, vol. 16, no. 2, pp. 183-203.

Martens, F. (2013), De mogelijkheden voor toepassing van complementaire muntsystemen in de duurzame landbouw. Gent: Universiteit van Gent

Meester, G., P. Berkhout & L. Dries (2013), EU beleid voor landbouw, voedsel en groen. Van politiek naar praktijk. Nederland: Wageningen Academic Publishers. Vierde, geheel herziende druk.

Milieu Centraal (2014a), Milieubewust eten [Online].  
<http://www.milieucentraal.nl/themas/milieubewust-eten> [Geraadpleegd 9 april 2014].

Milieu Centraal (2014b), Keurmerken, labels en logo's [Online].  
<http://www.milieucentraal.nl/themas/keurmerken-labels-en-logos> [Geraadpleegd 1 juni 2014].

Ministerie van Economische Zaken (2013), Monitor Duurzaam Voedsel 2012. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.

Monsanto (2014), Who We Are [Online].  
<http://www.monsanto.com/whoweare/pages/default.aspx> [Geraadpleegd 24 maart 2014].

Moyle, R.L. (2004), Drawing Conclusions: An imagiological survey of Britain and the British and Germany and the Germans in German and British cartoons and caricatures, 1945-2000. Osnabrück: Universität Osnabrück

Nalewajek, M. & R. Maćik (2013), The role of social media in building awareness of responsible consumption. Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013. ToKnowPress [Online].  
<http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-02-4/papers/ML13-330.pdf> [Geraadpleegd 25 mei 2014].

Nas, M (2000), Duurzaam milieu, vergankelijke aandacht. Een onderzoek naar meningen, media en milieu. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Nationaal Kompas Volksgezondheid (2013a), Hoeveel mensen voldoen aan de richtlijnen goede voeding? Bilthoven: RIVM

Nationaal Kompas Volksgezondheid (2013b), Wat is gezonde voeding? Bilthoven: RIVM

Natuur en Milieu (2012), Natuur en milieu trekt met mobiele flexitaria het land in. Aantal bewuste flexitariers is sterk toegenomen [Online].  
<http://www.natuurenmilieu.nl/nieuws/perscentrum/20120610-natuur-milieu-trekt-met-mobiele-flexitaria-het-land-in/> [Geraadpleegd 31 maart 2014].

NCDO (2013), Voedselverspilling. De feiten op een rij. Factsheet. Amsterdam: NCDO

NDP Nieuwsmedia (2013), Jaarverslag 2013 [Online].  
<http://ndpnieuwsmediajaarverslag.nl/jaarverslag2013/> [Geraadpleegd 12 juli 2014].

NDP Nieuwsmedia (2014), Verspreide oplage uitgesplitst naar binnen- en buitenland per advertentiecombinatie [Online]. <http://www.oplagen-dagbladen.nl/> [Geraadpleegd 29 juni 2014].

NOS (2013), Steeds grotere rol voor duurzaam voedsel op voedingsmarkt. [Online]  
<http://nos.nl/video/516814-steeds-grotere-rol-voor-duurzaam-voedsel-op-voedingsmarkt.html> [Geraadpleegd 22 juli 2014]

Nouws Keij, K. (2012), Factsheet: Duurzaam inkopen & overheids catering in de praktijk. Ministerie van EL&I/Taskforce Multifunctionele landbouw/Stichting Diverzio. [Online].  
[http://multifunctionelelandbouw.net/system/files/documenten/factsheet.duurzaaminkopen.overheids catering.januari.2012\\_0.pdf](http://multifunctionelelandbouw.net/system/files/documenten/factsheet.duurzaaminkopen.overheids catering.januari.2012_0.pdf) [Geraadpleegd . februari 2014].

Nu.nl (2013a), Uitgever vergroot verschil tussen Metro en Spits [Online].  
<http://www.nu.nl/media/3179542/uitgever-vergroot-verschil-tussen-metro-en-spits.html>  
[Geraadpleegd 29 juni 2014].

Nu.nl (2013), Opnieuw meer duurzaam eten verkocht. [Online]  
<http://www.nuzakelijk.nl/duurzaam/3497682/opnieuw-meer-duurzaam-eten-verkocht.html>  
[Geraadpleegd 22 juli 2014]

PAN NA (2014), The DDT story. Pesticide Action Network North-America [Online].  
<http://www.panna.org/issues/persistent-poisons/the-ddt-story> [Geraadpleegd 18 april 2014].

Parrott, N., N. Wilson & J. Murdoch (2002), Spatializing Quality: Regional Protection and the Alternative Geography of Food. *European Urban and Regional Studies*, 9: pp. 241–261.

Pater, B. de & H. van der Wusten (1996), *Het geografische huis, de opbouw van een wetenschap*. Bussum: Dick Coutinho.

De Pater, B.C. (2003), Dennis Meadows: ‘Duurzame wereld vergt systeemverandering’. *Geografie* 12 (3), p. 37.

Pater, B. de (2009), *West-Europa. Hoofdlijnen van geografie en ruimtelijke planning*. Assen: Van Gorcum.

Pater, B. de (2011), *Denken over regio’s. Geografische perspectieven*. Bussum: Coutinho. 3e herziene druk.

Pater, B. de (2011a), *Wetenschappelijke vorming (GEO3-3016), Een caleidoscopisch beeld. 2011-2012*. Departement Sociale Geografie en Planologie. Faculteit Geowetenschappen. Universiteit Utrecht.

PBL (2014), *Dossiers, Landbouw, Veelgestelde vragen* [Online].  
[http://www.pbl.nl/dossiers/landbouw/veelgestelde\\_vragen#vraag1](http://www.pbl.nl/dossiers/landbouw/veelgestelde_vragen#vraag1) [Geraadpleegd 17 april 2014].

PCCC (2007), *Veelgestelde vragen over gevolgen. Platform Communication on Climate Change. Klimaatportaal* [Online].  
<http://www.klimaatportaal.nl/pro1/general/start.asp?i=0&j=0&k=0&p=0&itemid=420> [Geraadpleegd 25 april 2014].

Permacultuur Nederland (2014), *Home* [Online]. <http://www.permacultuurnederland.org/>  
[Geraadpleegd 3 april 2014].

Petherick, T. (2009), *Genoeg, moderne gids voor duurzaam leven*. Utrecht, Kosmos.

Petty, R. E. & J. T. Cacioppo (1986), The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz, eds. (1986), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 19, pp. 123-205. San Diego, CA: Academic Press.

Pol, B., C. Swankhuisen & P. van Vendeloo (2009), Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie. Mythen, misverstanden en mogelijkheden. Bussum: Coutinho.

PVE & PVV (2013), Vee, vlees en eieren in Nederland. Kengetallen 2012. Van Deventer: 's-Gravenzande

PVE (2014), Vleesverbruik 2005-2013. Vleesverbruik per hoofd naar soort (kg) [Online].  
[http://www.pve.nl/wdocs/dbbedrijfsnet/up1/ZkvwyoaJE\\_vleesverbruik\\_2005\\_2013.pdf](http://www.pve.nl/wdocs/dbbedrijfsnet/up1/ZkvwyoaJE_vleesverbruik_2005_2013.pdf) [Geraadpleegd 31 maart 2014].

Ravenswaay, E.O. van & J.P. Hoehn (1991), The Impact of Health Risk Information on Food Demand: A Case Study of Alar and Apples. In: Economics of Food Safety, deel 3, pp. 155-174

Rijksoverheid (2013), Nieuwe stappen in vergroten dierenwelzijn [Online].  
<http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2013/10/04/nieuwe-stappen-in-vergroten-dierenwelzijn.html> [Geraadpleegd 25 april 2014].

Rijksoverheid (2013a), Nieuws. Consument koopt meer duurzaam voedsel. 11/6/2013 [Online].  
<http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2013/06/11/consument-koopt-meer-duurzaam-voedsel.html> [Geraadpleegd 15 mei 2014].

Rijksoverheid (2014a), Voeding, Duurzame productie voedsel [Online].  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/voeding/duurzame-productie-voedsel> [Geraadpleegd 12 februari 2014].

Rijksoverheid (2014b), Biotechnologie. Genetisch gemodificeerd voedsel en landbouw [Online].  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/biotechnologie/genetisch-gemodificeerd-voedsel-en-landbouw> [Geraadpleegd 18 maart 2014].

Rijksoverheid (2014c), Voeding, Voedselverspilling [Online].  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/voeding/voedselverspilling> [Geraadpleegd 10 april 2014].

RIVM (2014), Duurzaamheid [Online]. <http://www.rivm.nl/Onderwerpen/D/Duurzaamheid> [Geraadpleegd 17 april 2014].

RLI (2013a), Publicaties: Ruimte voor duurzame landbouw. Film [Online].  
<http://www.rli.nl/publicaties/2013/advies/ruimte-voor-duurzame-landbouw> [Geraadpleegd 28 maart 2014]. Ook op: <http://www.youtube.com/watch?v=nuf3sB8bj4A>

RLI (2013b), Ruimte voor duurzame landbouw. Den Haag: Raad voor de leefomgeving en infrastructuur

Rodale Institute (2011), The Farming systems Trial. Celebrating 30 years. Kutztown: Rodale Institute.

Roest, A.E., I. Vermeij, J.H. Jager & W.H. van Everdingen (2010), Definities en gegevens van multifunctionele landbouw in databestanden. Den Haag: LEI. LEI-nota 10-063. Projectcode 32039

Roorda, N. (2010), Basisboek duurzame ontwikkeling. Tweede editie. Groningen/Houten : Noordhoff uitgevers.

Rotmans, J. (2003), Transitie management: sleutel voor een duurzame samenleving. Assen: Koninklijke Van Gorcum BV.

RTL (2013), 2013: het jaar van de voedselschandalen. 13 december 2013 [Online]. <http://www.rtlnieuws.nl/nieuws/special/2013-het-jaar-van-de-voedselschandalen> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Sachsman, D. (2000), The role of mass media in shaping perceptions and awareness of environmental issues. In Article présenté au Climate Change Communication Conference. 2000 [Online]. <http://www.env.uwaterloo.ca/research/climateconference/A2.pdf> [Geraadpleegd 25 mei 2014].

Scheufele, D.A. (1999), Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, Volume 49, issue 1, pp. 103-122.

Schot, L (2013), Onnodige onrust door onjuiste berichtgeving over fraudegevoeligheid biologisch voedsel [Online]. <http://www.biojournaal.nl/artikel/13929/Onnodige-onrust-door-onjuiste-berichtgeving-over-fraudegevoeligheid-biologisch-voedsel> [Geraadpleegd 17 juni 2014].

Schutter, O. de (2014), UN Special Rapporteur on the Right to Food, Speech op de Voedsel Anders Conferentie in Wageningen, 22 februari 2014. Aantekeningen [Online]. <http://vimeo.com/90521163> [Geraadpleegd 10 mei 2014].

Scott, I.M. (2000), Green symbolism in the genetic modification debate. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 13, pp. 293–311.

Semetko, H.A. & Valkenburg, P.M. (2000), Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50 (2), pp. 93-109.

SER (2002), Innovatie voor duurzaam voedsel en groen : advies over de beleidsbrief 'Innovatie: sleutel tot verandering' en over het Tweede Structuurschema Groene Ruimte. Den Haag, SER.

Sherif, M. (1936), *The psychology of social norms*. Harper: Englands

Shiva, V. (2014), Vandana Shiva, University of Wageningen, Netherlands. [Online]. <http://www.youtube.com/watch?v=45m3CUofj3c> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Sint, W. (2011), *Vers uit de regio. Een onderzoek naar de potentie van streekproducten in Noordwest-Holland*. Alkmaar/Enkhuizen: Kamer van Koophandel Noordwest-Holland/Agriboard Noord-Holland Noord.

Sleurs, W. (2006), *Educatie voor duurzame ontwikkeling: leren met het oog op een betere leefwereld, hier en elders, vandaag en morgen*. Impuls, 37e jaargang, nummer 2, pp. 90-102.

Slow Food (2014), Home [Online]. <http://www.slowfood.nl/> [Geraadpleegd 15 mei 2014].

Sneppen, P. van der (2013), Over plofkippen, 'framing' en communicatiemensen [Online]. <http://www.wereldburgers.tv/2013/01/22/over-plofkippen-framing-en-communicatiemensen/> & <http://www.kenjkip.nl/in-de-media.html?a=detail&i=42-over-plofkippen-framing-en-communicatiemensen> [Geraadpleegd 14 mei 2014].

Spence, M. (2012), *The Sustainability Mindset*. Project Syndicate [online]. <http://www.project-syndicate.org/commentary/the-sustainability-mindset> [Geraadpleegd 26 februari 2014]



Staes, B (2013), Hoe Monsanto de keuzevrijheid van boeren inperkt en tot wanhoop drijft. In MO 18 oktober 2013 [Online]. <http://www.mo.be/artikel/hoe-monsanto-de-keuzevrijheid-van-boeren-inperkt-en-tot-wanhoop-drijft> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Staniforth, S (2013), Historical Perspectives on preventive conservation. Hoofdstuk 43: pp. 254-257. Los Angeles: Getty Conservation Institute.

Stuart, A., B. Adam & C. Carter (2000), Environmental Risks and the Media. Londen: Routledge, Taylor & Francis Group.

Tegenlicht (2008), De toekomst van ons voedsel: landbouw of laboratorium? Uitzending 28 januari 2008 [Online]. <http://tegenlicht.vpro.nl/afleveringen/2007-2008/de-wereld-van-morgen/de-toekomst-van-ons-voedsel-landbouw-of-laboratorium.html> [Geraadpleegd 7 april 2014].

Tegenlicht (2012), Groen Goud. Uitzending 30 april 2012 [Online]. <http://tegenlicht.vpro.nl/afleveringen/2011-2012/Groen-Goud.html> [Geraadpleegd 4 april 2014].

Terlouw, J.C., E.R Seydel, R.M. Dorrestein, F.J. Kok, H.C. Scheffer, M.D.A.M. Veraart, H. Galjaard, H.M. de Boois (2002), Eten en Genen: een publiek debat over biotechnologie en voedsel. Den Haag: Verslag van de Tijdelijke commissie biotechnologie en voedsel

The Independent (2006), Is meat good or bad for us? [Online]. <http://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/health-news/is-meat-good-or-bad-for-us-425192.html> [Geraadpleegd 31 maart 2014].

The World Bank (2014a), Data, Population (Total) [Online]. <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL/countries?display=graph> [Geraadpleegd 3 maart 2014].

The World Bank (2014b), Agricultural land (% of land area) [Online]. <http://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.AGRI.ZS/countries/1W?display=graph> [Geraadpleegd 14 april 2014].

Tiemeijer, W.L., e.a. (2009), De menselijke beslisser. Over de psychologie van keuze en gedrag. Den Haag/Amsterdam: Amsterdam University Press

United Nations (1987), Report of the World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Transmitted to the General Assembly as an Annex to document A/42/427 – Development and International Cooperation: Environment.

University of Twente (2014), Theory clusters, Agenda setting theory [Online]. [http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/Agenda-Setting\\_Theory/](http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/Agenda-Setting_Theory/) [Geraadpleegd 6 juni 2014].

UTZ Certified (2014), About UTZ Certified [Online]. <https://www.utzcertified.org/en/aboututzcertified/whatisutzcertified> [Geraadpleegd 1 juni 2014]

Valkenburg, J. (2014), Media doen nauwelijks of niet aan fact-checking. In voedingsmagazine, nr. 1 [Online]. [http://www.zuivelengezondheid.nl/?pageID=134&store=vm\\_artikel\\_detail&artikelen.id=1212](http://www.zuivelengezondheid.nl/?pageID=134&store=vm_artikel_detail&artikelen.id=1212) [Geraadpleegd 7 juni 2014].

- Van Dale (2014), Modificatie en manipulatie [Online].  
<http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=modificatie&lang=nn#.UydgCz95N8o> en  
<http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=manipulatie&lang=nn#.UydgLT95N8o> [Geraadpleegd 14 april 2014].
- Veerman, D. (2014), Paul en de foute moral van de vleessector [Online].  
<http://www.foodlog.nl/artikel/nvwa-incidenten-zullen-blijven-moraal-vleessector-klopt-niet/%5bGeraadpleegd/> [Geraadpleegd 2 april 2014].
- Veeteeltvlees (2011), Eu Halveert door FAO geraamde CO2-uitstoot veehouderij [Online].  
<http://www.veeteeltvlees.nl/nieuws/maatschappij/2011/eu-halveert-door-fao-geraamde-co2-uitstoot-veehouderij> [Geraadpleegd 31 maart 2014].
- Velde, C. van de (2003), Geloofwaardigheid van informatiebronnen en -media in persuasieve communicatie na de vleescrisissen. Universiteit Gent. Faculteit economie en bedrijfskunde [Online].  
[http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/000/790/368/RUG01-000790368\\_2010\\_0001\\_AC.pdf](http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/000/790/368/RUG01-000790368_2010_0001_AC.pdf) [Geraadpleegd 17 juni 2014].
- Venselaar, J. (1999), Duurzaamheid als concept [Online]. <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/av/show.cgi?fid=8186> [Geraadpleegd 18 februari 2014].
- Verbeke, W. (2008), Impact of communication on consumers' food choices. Proceedings of the Nutrition Society, 67, p. 281–288
- Vitalfoodmanagement (2014), De voedselketen [Online]. <http://www.vitalfoodmanagement.nl/de-voedselketen.html> [Geraadpleegd 25 april 2014].
- Vlees.nl (2014a), Dossiers, Diervoer [Online]. <http://www.vlees.nl/dossiers/diervoer/diervoeder/#c691> [Geraadpleegd 31 maart 2014].
- Vlees.nl (2014b), Dossier Dierenwelzijn [Online].  
<http://www.vlees.nl/dossiers/dierenwelzijn/dierenwelzijn/> [Geraadpleegd 25 april 2014].
- Vlees.nl (2014c), Dossier economie, cijfers en feiten [Online].  
<http://www.vlees.nl/dossiers/economie/cijfers-en-feiten/> [Geraadpleegd 25 april 2014].
- Voedingscentrum (2011), Richtlijnen voedselkeuze [Online].  
<http://www.voedingscentrum.nl/nl/nieuws/richtlijnen-voedselkeuze.aspx> [Geraadpleegd 28 februari 2014].
- Voedingscentrum (2014a), Encyclopedie/keurmerken [Online].  
<http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/keurmerken.aspx> [Geraadpleegd 1 juni 2014].
- Voedingscentrum (2014b), Encyclopedie, UTZ Certified [Online].  
<http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/utz-certified.aspx> [Geraadpleegd 1 juni 2014].
- Voedingscentrum (2014c), Encyclopedie, genetische modificatie [Online].  
<http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/genetische-modificatie.aspx> [Geraadpleegd 24 maart 2014].
- Voedsel Anders Conferentie (2014), Voedsel anders, naar eerlijke en duurzame voedsel- en landbouwsystemen. Wageningen, 21 & 22 februari 2014. Aantekeningen.

Volkskrant (2012), Verenigde Naties alarmeren: 'Wereldwijde voedselcrisis in 2013' [Online]. <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2816/Klimaatverandering/article/detail/3331516/2012/10/14/Verenigde-Naties-alarmeren-Wereldwijde-voedselcrisis-in-2013.dhtml> [Geraadpleegd 10 april 2014].

Vonk, M. & P. van de Kop (2012), Lessen uit de praktijkkring. Duurzaam voedselbeleid in gemeenten. Leusden/Bennekom: Netwerk Platteland/Drukkerij Modern.

VPRO (2011), Documentaire , Thema: Vis noch vlees. Uitgezonden 29 mei 2011 [online]. <http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1103146> [Geraadpleegd 31 maart 2014].

VROM (2009), Een duurzame samenleving. VROM maakt het mogelijk. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer.

VU (2014), Werkbank taalonderzoek, Inhoudsanalyse [Online]. <http://www2.let.vu.nl/werkbanken/taalonderzoek/strategieen/inhoudsanalyse.php> [Geraadpleegd 29 juni 2014].

Weid, J.M. von der (2012), Feeding the World in the twenty-first century. In Farming Matters: From farmers' fields to Rio + 20, agro-ecology works, June 2012, pp. 8-11

Waal, de E. & K. Schoenbach (2005), Online kranten en maatschappelijke betrokkenheid. Een onderzoek naar de invloed van het lezen van online versus gedrukte dagbladen op de publieke agenda in Nederland.

Amsterdam: The Amsterdam School of Communication Research (ASCoR).

Wageningen UR Livestock Research (2010), Brede inventarisatie milieu-effecten van veehouderij en landbouw. Online beschikbaar, geraadpleegd op 22 juni 2011. <http://edepot.wur.nl/161162>

Wageningen UR (2014a), Duurzaamheidsmeting [Online]. <http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/lei/Onderzoeksthemas/Duurzaamheidsmeting.htm> [Geraadpleegd 18 februari 2014].

Wageningen UR (2014b), Dossier, Genetische modificatie [Online]. <http://www.wageningenur.nl/nl/Dossiers/dossier/Genetische-modificatie-1.htm> [Geraadpleegd 17 maart 2014].

Weel, I. (2010), Minder vlees eten gaat niet vrijwillig. Trouw.nl 20/07/10 [online]. <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/1119342/2010/07/20/Minder-vlees-eten-gaat-niet-vrijwillig.dhtml> [Geraadpleegd 13 juni 2011].

Weerd, W. van de (2013), Copy of Duurzaam regionaal voedsel in FoodValley. Prezi presentatie [Online]. <http://prezi.com/ega3qjzr3sfp/copy-of-duurzaam-regionaal-voedsel-in-foodvalley/> [Geraadpleegd 25 april 2014].

Westhoek, H., T. Rood, M. van Eerdt, M. van Gelder, H. van Grinsven, M. Reudink & H. van Zeijts (2013), De macht van het menu. Opgaven en kansen voor duurzaam en gezond voedsel. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving

Wikipedia (2014), UTZ Certified [Online]. [http://nl.wikipedia.org/wiki/UTZ\\_Certified](http://nl.wikipedia.org/wiki/UTZ_Certified) [Geraadpleegd 1 juni 2014].

Worldometers (2014), Current World Population [Online]. <http://www.worldometers.info/world-population/> [Geraadpleegd 24 mei 2014].

Zondervan, C., L. Aramyan, E. de Bakker, E. Feskens, L. Gilissen, A. Jansman, J. Knol, A. Koops, I. van der Meer, J. Nap, A. de Mul, A. van der Sluis, L. Temme, W. Uijl, R. de Wijk (2009), Interventies in het aanbod van voedsel. Aangrijpingspunten voor overheidsbeleid om het aanbod van gezonde voedselproducten structureel te verbeteren. Wageningen: Agrotechnology and Food Sciences Group. Rapport nr. 1039

# 11. Bijlage

## Bijlage 1: Overzicht artikelen analyse

### Trouw

1.	Duurzame maaltijd vaker op het menu Trouw, 5 juni 2014
2.	Kieswijzers helpen bij milieu- en diervriendelijk stemmen Trouw, 6 mei 2014
3.	[7 Wiebe Draijer â Met stip nieuw binnen De hoogs...]* Trouw, 10 oktober 2013
4.	Verkoop biologisch voedsel stijgt naar ruim 1 miljard Trouw, 9 oktober 2013
5.	Vacuüm bewaardoos om voedsel langer goed te kunnen houden Trouw, 9 augustus 2013
6.	duurzaam naar zee Trouw, 20 juli 2013
7.	Kromme komkommers en gebutste tomaten Trouw, 1 juli 2013
8.	Verantwoord eten blijkt groeimarkt ondanks crisis Trouw, 12 juni 2013
9.	Rotterdam krijgt voedselraad Trouw, 25 april 2013
10.	Biobrandstof vergt te veel water om duurzaam te zijn Trouw, 18 maart 2013
11.	Crisis of niet, duurzaam blijft in Trouw, 19 oktober 2012
12.	Nederlanders consumeren meer duurzame etenswaar Trouw, 11 oktober 2012
13.	Jan Jonker Trouw, 10 oktober 2012
14.	Intensiveren landbouw is slechtste optie Trouw, 6 september 2012
15.	Wessanen geeft consument de schuld Trouw, 26 juli 2012
16.	Een scharrelkip is beter voor dier én mens Trouw, 15 juni 2012
17.	Verkoop duurzaam voedsel stijgt ondanks de economische crisis Trouw, 7 juni 2012
18.	Trouw 10 mei 2012
19.	Sprinkhaan in het eten? Prima, maar niet op mijn bord Trouw, 29 februari 2012
20.	Duurzaam restaurant Trouw, 12 november 2011
21.	Consument koopt vaker duurzaam voedsel Trouw, 11 mei 2011
22.	'Minister van de boeren' tobde met dierenwelzijn; profiel Gerda Verburg Trouw, 2 april 2011
23.	45 nw; Jan Jonker Trouw, 12 november 2010
24.	Voedsel of brandstof; biobrandstof Trouw, 23 oktober 2010
25.	Minder vlees eten gaat niet vrijwillig Trouw, 20 juli 2010
26.	'Het eten van de toekomst'; Kookworkshop Trouw, 8 mei 2010
27.	Trouw 24 april 2010
28.	Duurzaam voedsel vergt andere eetcultuur Trouw, 3 februari 2010
29.	Branche wil groter aanbod duurzaam voedsel Trouw, 29 oktober 2009
30.	Schaalvergroting sluit duurzaam niet per se uit Trouw, July 2, 2009
31.	Grote voornemens, magere oplossingen; Leidende rol duurzaam voedsel vereist nieuwe stappen Trouw, July 1, 2009
32.	'Ik wil het proces versnellen'; Minister Verburg wil van Nederland duurzame koploper maken Trouw, June 30, 2009
33.	Nederland moet wereld leiden met nieuw duurzaamheidsbeleid Trouw, June 30, 2009
34.	'Investeer juist nu in voeding; eten zullen we altijd blijven doen'; Oud-Kamerlid Meijer voorziet tienduizend banen in Gelderse FoodValley Trouw, March 3, 2009
35.	'Cradle to cradle': Braungart's zegetocht door Nederland; tv vooraf Trouw, November 26, 2007
36.	Trouw July 10, 2006
37.	Koning klant moet verleid worden; Duurzaamheid Trouw , January 27, 2006
38.	'Stimuleer vraag naar bio-voedsel' Trouw, October 30, 2003
39.	Duurzaam vissen stelt vissticks Unilever veilig de hoki ;Duurzame vis Trouw, August 7, 2001
40.	'Duurzame landbouw moet goedkoper' ;Duurzame productie Natuur en Milieu bepleit pragmatische aanpak van landbouw Trouw, May 3, 2001

41.	Biolandbouw moet in Nederland blijven ;Duurzaam Trouw, March 24, 2000
42.	Absurde oplossing voor absurd mestvraagstuk Trouw, October 28, 1992

### **Volkskrant**

1.	Vlees doet wonderen in arme landen de Volkskrant, 25 april
2.	Vet de Volkskrant, 17 juni 2013
3.	Consumenten geven kwart meer uit aan duurzaam eten de Volkskrant, 13 juni 2013
4.	Alleen bij La Place kun je met enig fatsoen een hapje eten de Volkskrant, 15 maart 2013
5.	Meer aanbod biologische voeding de Volkskrant, 2 november 2012
6.	Verkoop neemt fors toe; Duurzaam voedsel de Volkskrant, 11 oktober 2012
7.	Biologisch voedsel is gewoon veel gezonder de Volkskrant, 5 oktober 2012
8.	'Groen voedsel is niet simpel' de Volkskrant, 27 juli 2012
9.	Omzet duurzaam voedsel gestegen; Welzijn dier en milieu de Volkskrant, 7 juni 2012
10.	Gedrag maakt de economie HET SPEL EN DE KNIKKERS FRANK KALSHOVEN de Volkskrant, 31 december 2011
11.	Nieuws de Volkskrant, 24 september 2011
12.	Eco is big business geworden; Duurzame voeding Omzetten veelal verdubbeld de Volkskrant, 11 mei 2011
13.	We willen wel gezond eten, maar ongezond is te lekker de Volkskrant, 17 november 2010
14.	Huwelijk prins Carlos groen en duurzaam de Volkskrant, 16 april 2010
15.	Eerlijk eten is niet altijd duur; consumenten Duurzame supermarkt verkoopt alleen producten die er ook goed uitzien de Volkskrant, 27 maart 2010
16.	Uit de keuken van de Kamer; Wedstrijd Vegetarische recepten van Kamerleden en ministers de Volkskrant, 26 februari 2010
17.	Shell in één klap grote producent biobrandstof de Volkskrant, 2 februari 2010
18.	Voor toerist telt duurzaamheid niet mee de Volkskrant, 14 januari 2010
19.	'Touroperator kan meer met groene vakantie'; interview Desirée verbeek de Volkskrant, 28 november 2009
20.	Pleidooi voor verplichte biovoeding 'ouderwets'; Accent ecologische landbouw de Volkskrant, 3 november 2009
21.	Supermarkt helpt bio op weg; consumenten Marktaandeel zal in Nederland wellicht op 5 procent blijven steken de Volkskrant, 24 oktober 2009
22.	'Jongeren zijn sleutel tot eerlijker voedsel'; consumenten Youth Food Movement Nederland de Volkskrant, 19 september 2009
23.	Reacties Drink Kraanwater de Volkskrant, July 2, 2009,
24.	Brief van de dag; Brief van de dag de Volkskrant, July 1, 2009
25.	We zijn vergeten dat melk uit een koe komt; Accent duurzaam voedsel de Volkskrant, June 30, 2009
26.	Markt biologisch voedsel is ietsiepietsie gegroeid; Accent duurzaam eten de Volkskrant, April 15, 2009
27.	Wie groen leeft, zal duurzaam heengaan de Volkskrant, March 22, 2008
28.	Meer nuance over biobrandstoffen de Volkskrant, March 13, 2008
29.	Begrip voor afschieten olifanten in Zuid-Afrika de Volkskrant, February 27, 2008
30.	Cramer: duurzaamheid nog te abstract de Volkskrant, October 16, 2007
31.	Volg de Franse weg en eet drie gangen de Volkskrant, September 15, 2007
32.	Kabinet wil keurmerk vlees en ei ;Boer moet natuurproducten gaan maken de Volkskrant, December 20, 2003
33.	Biologisch boeren heeft zijn prijs de Volkskrant, June 8, 2001
34.	Varkenshouderij is economische vergissing de Volkskrant, October 9, 1997
35.	Paars rijdt het milieu in de wielen de Volkskrant, January 27, 1996

**NRC**

1.	[voedselproductie Nederlanders kopen vaker duurzaa...]* NRC Handelsblad, 4 juni 2014 woensdag, Economie; Blz. 1, 110 woorden
2.	Niet iedereen hoeft vegetariër te worden NRC Handelsblad, 1 februari 2014 zaterdag, Weekend, 1236 woorden, Door onze redacteur Jannetje Koelewijn
3.	Gemak en lagere milieu-impact; Het groene panel NRC Handelsblad, 25 oktober 2013 vrijdag, Economie, 336 woorden
4.	Europees Parlement wil minder brandstof uit voedselgewassen NRC Handelsblad, 12 september 2013 donderdag, Economie, 317 woorden
5.	Consument heeft januskop NRC Handelsblad, 7 juni 2013 vrijdag, Economie, 170 woorden
6.	Voor al anders consumeren; Vraag aan het groene panel NRC Handelsblad, 19 april 2013 vrijdag, Economie, 288 woorden
7.	Topman AH: niet genoeg duurzaam voedsel NRC Handelsblad, 6 maart 2013 woensdag, In het nieuws, 181 woorden, Barbara Rijlaarsdam
8.	Nederlanders eten weer duurzamer NRC Handelsblad, 7 juni 2012 donderdag, Binnenland; Blz. 9, 450 woorden
9.	Eigen varkens eerst (2): dilemma voor belegger; Beleggen NRC Handelsblad, 3 september 2011 zaterdag, Beurzen, 469 woorden, Joost Ramaer
10.	Lekker dichtbij NRC Handelsblad, 18 juni 2011 zaterdag, Lux; Blz. 4, 1278 woorden, tekst Menno Steketee foto's Heidi de Gier
11.	'Eten smaakt echt beter als je weet waar het vandaan komt' NRC Handelsblad, 23 april 2011 zaterdag, Economie; Blz. 11, 1219 woorden
12.	NRC Handelsblad 30 december 2010 donderdag, TWEE; Blz. 2, 575 woorden
13.	'Duurzaamheid is geen statisch begrip'; Demissionair minister Verburg van Landbouw over streven naar uniforme afspraken NRC Handelsblad, 5 maart 2010 vrijdag, ECONOMIE; Blz. 15, 1028 woorden, Hans van der Lugt
14.	De stelling van Gert Spaargaren en Peter Oosterveer: De groene moraal is vaak simplistisch NRC Handelsblad, 21 november 2009 zaterdag, OPINIE & DEBAT, 1850 woorden
15.	NRC Handelsblad 16 september 2009 woensdag, BINNENLAND; Blz. 3, 223 woorden
16.	Krioelend eiwit NRC Handelsblad, August 2, 2008, ZATERDAGS BIJVOEGSEL; Blz. 16-17, 867 woorden, Menno Steketee
17.	Kok Jamie Oliver doodt live kuikens De tijd is rijp: celebrities tegen de bio-industrie NRC Handelsblad, January 15, 2008, MEDIA; Blz. 18, 643 woorden, Ward Wijndelts
18.	De nieuwe zuinigheid; Isoleren, minder energie verbruiken en bomen planten; achtergrond: hoe consumenten energie kunnen besparen NRC Handelsblad, May 23, 2007, ECONOMIE/LOOPBAAN; Blz. 16, 1081 woorden, Daan van Lent
19.	Hou biobrandstof duurzaam; Nieuwe gewassen en afspraken moeten natuur beschermen NRC Handelsblad, February 15, 2007, OPINIE; Blz. 8, 760 woorden
20.	Op zoek naar een groene vakantie? NRC Handelsblad, November 11, 2006, LEVEN & CETERA; Blz. 55, 991 woorden, Jan Knaapen
21.	800 miljoen mensen lijden acute honger; 'Doel betere voedselsituatie is niet bereikt' NRC Handelsblad, October 17, 1996, Economie; Pg. 20, 888 words, DOOR CLAUDIA KAMMER
22.	Het regent nooit tijdens kantooruren. NRC Handelsblad, February 2, 1993, Pg. 9, 178 words

**Telegraaf**

1.	Duurzaam rundvlees De Telegraaf, 1 februari 2014
2.	Vlees wordt delicatessen De Telegraaf, 14 januari 2014
3.	'Winst op tweede plan'; duurzaam denken De Telegraaf, 27 juli 2013
4.	Streekmarkt op het station De Telegraaf, 25 mei 2013
5.	'Bio schaadt milieu'; Universiteit Wageningen ondergraaft claims Wakker Dier De Telegraaf, 12 januari 2013

6.	Duurzaam tafelen in Maasstad; Karakter De Telegraaf, 12 januari 2013
7.	Beter eten De Telegraaf, 24 september 2011
8.	Visvoer is stuwende kracht omzetting van Nutreco De Telegraaf, 11 februari 2011 vrijdag
9.	Duurzaam is vooral duur De Telegraaf, 8 februari 2011
10.	eten? duurzaam Wat is; Zoektocht van 40 dagen De Telegraaf, 6 november 2010
11.	Een ondernemer met een missie; Quirijn Bolle opent tweede filiaal Marqt De Telegraaf, 9 april 2010
12.	Horeca wordt héél verantwoord De Telegraaf, 12 januari 2010
13.	Menutips van minister De Telegraaf, 30 juni 2009
14.	Verregaande bio-eis voor rijks catering wekt woede De Telegraaf, 27 november 2008
15.	Almere bouwt natuurvriendelijke stad; Gebouwen moeten dezelfde functie gaan vervullen als bomen De Telegraaf, 16 april 2008
16.	Vlees noch vis De Telegraaf, September 24, 2005

### **Algemeen Dagblad**

1.	Duurzaam voedsel in trek AD/Algemeen Dagblad, 4 juni 2014
2.	Duurzamer voedsel AD/Algemeen Dagblad, 6 februari 2013
3.	Duurzaam eten meer verkocht AD/Algemeen Dagblad, 7 juni 2012
4.	Vlees is nooit duurzaam AD/Algemeen Dagblad, 7 september 2011
5.	Zet m op, hollandse garnaal! AD/Algemeen Dagblad, 29 november 2010
6.	Minister roept op minder voedsel weg te gooien AD/Algemeen Dagblad, 30 juni 2009
7.	Hopelijk schuilt achter nieuw elan stevige visie AD/Algemeen Dagblad, 30 juni 2009
8.	Cradle to cradle AD/Algemeen Dagblad, 25 april 2009
9.	Veeteelt moet duurzaam AD/Algemeen Dagblad, 17 January 2008

### **Metro**

1.	Pinar Coskun Metro (NL), 11 april 2014
2.	Oplossing groeit op de zeebodem Metro (NL), 10 april 2014
3.	Consument is niet duurzaam Metro (NL), 2 juli 2013
4.	Vlees weg van bord, wortel en tofu erop Metro (NL), 12 juni 2013
5.	Duurzaam bouwen vaak vooral logisch bouwen Metro (NL), 29 november 2012
6.	Biobrandstof is niet duurzaam Metro (NL), 20 november 2012
7.	Hoezo groen? Biobrandstof van voedsel leidt tot hogere prijzen en meer honger wereldwijd Metro (NL), 20 november 2012
8.	Tips VOOR EEN DUURZAME TOEKOMST Metro (NL), 18 september 2012
9.	Duurzame vis steeds populairder Metro (NL), 26 januari 2012
10.	Brief van de dag Metro (NL), 5 september 2011
11.	Kort nieuws Metro (NL), 11 mei 2011
12.	Horecaklant wil duurzaam en eerlijk eten Metro (NL), 11 januari 2011
13.	Vleesvervangers sterk in opkomst Metro (NL), 19 januari 2010
14.	Reizen met een gerust geweten Metro (NL), 23 oktober 2009
15.	Moet ik nog een baan ambiëren in de sector ontwikkelings samenwerking? Metro (NL), 23 september 2009
16.	Duurzaam Metro (NL), 30 juni 2009

### **Spits**

1.	Wetswijziging voor duurzaam eten Spits, 16 december 2010
2.	Lekker, zo'n kromme paprika Spits, 1 oktober 2010
3.	Ondernemer met een missie Spits, 9 april 2010
4.	Groter aanbod van duurzaam voedsel Spits, 29 oktober 2009
5.	Gerda lust geen broodje gras Spits, 30 juni 2009



## Bijlage 1a: Voorbeeld artikel analyse

Eerst zijn alle artikelen gemarkeerd en daarnaast zijn de bevindingen in een tabel opgeslagen. Deze tabellen zijn vervolgens vertaald naar Excel. Soms werd teruggegrepen voor verdiepende resultaten naar dit bestand met tabellen. Hier 2 voorbeelden.

<sup>4Verdieping</sup>  
**Trouw**

Trouw, 11 mei 2011 woensdag

Consument koopt vaker duurzaam voedsel

BYLINE: Ingrid Weel

SECTION: Vandaag; Blz. 5

LENGTH: 565 woorden

- Marktaandeel is nog maar 3,5 procent, ondanks een groei van 30 procent in 2010

Het kabinet vindt het behoorlijk ambitieus van zichzelf om jaarlijks de omzet in duurzame voedingsproducten met 15 procent te willen laten groeien. De gisteren gepubliceerde Voedselbalans van de Wageningen Universiteit noemt het echter een 'bescheiden beleidsambitie'. Er liggen veel meer mogelijkheden, aldus de Voedselbalans. Vorig jaar is de omzet van voedsel dat is geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu met bijna 30 procent gestegen. Daarmee is de gehoopte omzetgroei meer dan waargemaakt, meldde staatssecretaris Henk Bleker van economische zaken, landbouw en innovatie (EL&I) gisteren bij de presentatie van de Monitor Duurzaam Voedsel 2010.

De twee voedselrapporten komen met dezelfde cijfers, maar interpreteren deze anders. Zo benadrukt de Voedselbalans dat een groei van 30 procent betekent dat momenteel slechts circa 3,5 procent van al het geconsumeerde voedsel minimaal een keurmerk heeft dat zich richt op milieu- of diervriendelijkheid, rechtvaardigheid of gezondheid. "Het lijkt erop dat de groeiambitie is gestoeld op een onderschatting van het potentieel."

Toch verwacht het ministerie van EL&I dat het moeilijk wordt de groei jaarlijks met 15 procent door te zetten, doordat het aankoopgedrag van consumenten vooral wordt bepaald door gewoonte, en het nog lang geen gewoonte is om voor duurzaam te kiezen.

Consumenten noemen gezondheid als belangrijkste reden om een duurzaam product te kopen. Aanbieders van vleesvervangers zetten deze producten daarom vaak niet als duurzaam alternatief in de markt maar als gezond, heeft de Voedselbalans ontdekt.

Een grote groep consumenten wil trouwens best duurzaam eten, maar dan moet de keuze daarvoor wel makkelijker en aantrekkelijker worden gemaakt.

Consumenten weten nu nog niet altijd wat duurzaam inhoudt. Sommigen denken dat het producten zijn die lang meegaan. Ook veel bedrijven zijn nog terughoudend in de communicatie over duurzame producten, omdat ze veelal onzeker zijn over wat het precies behelst. Ze zijn bang voor reputatieschade als publiekelijk hun prestaties op het gebied van duurzaamheid in twijfel worden getrokken. Duurzaamheid is inmiddels wel commercieel interessant, stelt de Voedselbalans.

Het ministerie van EL&I maakt het er niet makkelijker op door in zijn Monitor in het eerste hoofdstuk te stellen dat "duurzaam voedsel in absolute zin niet bestaat", omdat elk soort voedsel effect heeft op het milieu al was het alleen maar omdat het vervoerd en ingepakt moet worden.

"Juister is het dus om te spreken van duurzamer voedsel."

De boodschappen van de Nederlandse consument

In Nederland wordt 55,5 miljard euro uitgegeven aan voeding. In 2010 besteedde een gemiddeld huishouden 3200 euro aan eten voor thuisconsumptie. Dat is ruim 15 procent van het totale huishoudelijke budget. Tien procent van het gekochte eten belandt in de vuilnisbak, dit is bijna 100 kg per jaar. Ruim 40 procent van de volwassenen zegt duurzamer te willen gaan eten. Van al het duurzame voedsel is biologische voeding het populairst; dat maakt ongeveer de helft uit van de totale omzet aan duurzame voeding. In totaal is door de consument in 2010 voor 752 miljoen euro aan biologisch voedsel gekocht. Aardappelen, groenten en fruit zijn goed voor 22 procent van de bestedingen. Daarna volgen zuivel met 17 procent en vlees(waren) met 15 procent.

LOAD-DATE: May 10, 2011

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

PUBLICATION-TYPE: Krant

JOURNAL-CODE: Trouw

Tabel:

Titel	<b>Consument koopt vaker <u>duurzaam</u> voedsel</b>
aan elkaar	2
Ios	6 x voedsel (geconsumeerde voedsel, duurzamer voedsel, duurzame voedsel, biologisch voedsel) 5 x duurzaam (duurzaam product, duurzaam alternatief, duurzaam eten).
Feit	waarvan 1 : monitor DV
Expliciet (grijs)	- Consumenten weten nu nog niet altijd wat <u>duurzaam</u> inhoudt
Impliciet (blauw)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voedingsproducten</li> <li>- <u>voedsel</u> dat is geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu</li> <li>- minimaal een keurmerk heeft dat zich richt op milieu- of diervriendelijkheid, rechtvaardigheid of gezondheid.</li> <li>- gezondheid als belangrijkste reden om een <u>duurzaam</u> product te kopen.</li> <li>- Aanbieders van vleesvervangers</li> <li>- producten zijn die lang meegaan.</li> <li>- elk soort <u>voedsel</u> effect heeft op het milieu</li> <li>- vervoerd en ingepakt</li> <li>- spreken van duurzamer <u>voedsel</u></li> <li>- Van al het duurzame <u>voedsel</u> is biologische voeding het populairst;</li> </ul>
Planet	x
People	x
Profit	
Thema (geel)	kabinet beleidsambitie, Consumptie duurzaam voedsel (cijfers)gestegen, voedselgedrag consumenten (voedselverspilling).
Probleem (rood)	<p>Het kabinet vindt het behoorlijk ambitieus van zichzelf om jaarlijks de omzet in duurzame voedingsproducten met 15 procent te willen laten groeien. 'bescheiden beleidsambitie'. Er liggen veel meer mogelijkheden, aldus de Voedselbalans.</p> <p><b>aankoopgedrag van consumenten vooral wordt bepaald door gewoonte, en het nog lang geen gewoonte is om voor <u>duurzaam</u> te kiezen.</b></p> <p>..van het gekochte eten belandt in de vuilnisbak</p>
iets meer negatief.	
Oplossing (groen)	best <u>duurzaam</u> eten, maar dan moet de keuze daarvoor wel makkelijker en aantrekkelijker worden gemaakt.
Perspectief	Nederland
Framing (paars)	<p>Responsibility</p> <p>Consumenten weten nu nog niet altijd wat <u>duurzaam</u> inhoudt. Sommigen denken dat het producten zijn die lang meegaan. Ook veel bedrijven zijn nog terughoudend in de communicatie over duurzame producten, omdat ze veelal onzeker zijn over wat het precies behelst. Een grote groep consumenten wil trouwens best <u>duurzaam</u> eten, maar dan moet de keuze daarvoor wel makkelijker en aantrekkelijker worden gemaakt. boodschappen van de Nederlandse consument.. Het gekochte eten belandt in de vuilnisbak</p>

# de Volkskrant

de Volkskrant

27 juli 2012 vrijdag

'Groen voedsel is niet simpel'

BYLINE: Door Sander Heijne

SECTION: Economie; Blz. 23

LENGTH: 586 woorden

Met een website probeert de voedselbranche aandacht te vragen voor haar pogingen de voedselketen te verduurzamen. Door Sander Heijne

De aandacht voor duurzaam voedsel is te eendimensionaal. Consumenten letten vooral op dierenwelzijn en eerlijke handel terwijl het verduurzamen van de voedselketen meer behelst. Dit vindt Philip den Ouden, directeur van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI). Met de brancheverenigingen van de supermarktketens, boeren en tuinders, horeca, cateraars en de overheid, heeft de FNLI de website <http://duurzamereten.nl> in het leven geroepen.

Waarom is deze website nodig?

'We doen als industrie meer om de voedselketen duurzaam te maken dan consumenten denken. Er is bijvoorbeeld geen voedselproducent die niet bezig is met energiebesparingen. Met <http://duurzamereten.nl> willen we laten zien welke maatregelen we nemen om de dagelijkse boodschappen milieuvriendelijker te maken.'

Als ik naar de supermarkt ga, merk ik er weinig van dat de voedselketen groener wordt. Het begint er al mee dat ik een trui moet aantrekken omdat de airco zo hoog staat.

'Ik ontken niet dat we nog een lange weg te gaan hebben. Maar ik kan u verzekeren dat de supermarkten bezig zijn hun energieverbruik omlaag te brengen.

'Ik las gisteren dat Heineken drie windmolens gaat plaatsen bij de brouwerij in Renswoude. Je kunt cynisch zeggen dat 66 procent van de energie voor die brouwerij nog steeds uit fossiele brandstoffen komt. Aan de andere kant vergroenen ze in één klap eenderde van hun energieverbruik. De industrie neemt stappen op weg naar een schonere toekomst, maar het kost tijd.'

Hoeveel tijd?

'Dat hangt van zoveel factoren af dat ik u geen datum kan noemen. Neem cacao. Een groot deel van de productie komt uit Ivoorkust. Chocoladeproducenten hebben de laatste jaren grote stappen gezet om hun cacao duurzamer te produceren. Maar als er straks een burgeroorlog uitbreekt in Ivoorkust, moet de industrie tijdelijk weer een paar stappen terugzetten.'

Kunt u in cijfers uitdrukken hoeveel de industrie al heeft bereikt op weg naar een duurzamere voedselketen?

'Hoe wil je dat uitdrukken? In CO2-uitstoot? In energieverbruik? In het aantal producten met een duurzaamheidskeurmerk? In het aantal duurzame plantages?

'Het is lastig getallen te koppelen aan wat we doen. Het gaat om een eindeloze serie grotere en kleinere maatregelen die we niet allemaal kunnen kwantificeren. Ik was laatst bij een vleesverwerker die zijn koelruimten heeft voorzien van ledverlichting, die geen warmte afgeeft. Hij merkt dat in zijn energieverbruik.'

Terug naar de supermarkt: er zijn toch eindeloos veel voor de hand liggende maatregelen die snel resultaat opleveren? Bijvoorbeeld door de doperwtjes niet in kleine potjes te verpakken, maar consumenten hun eigen potje mee te laten nemen dat wordt bijgevoerd.

'Geen maatregel is simpel. Doperwtjes worden in de fabriek geweld en gekookt. Je conserveert doperwtjes het best in een gesloten glazen potje. Of neem komkommers. U kunt zeggen dat het verspillen is komkommers van een dunne plastic verpakking te voorzien, maar sinds we dat doen blijven ze langer houdbaar. Er worden dus minder komkommers weggegooid. Neem de vrije uitloopkip. Die heeft een beter leven, maar dit leidt tot extra CO2-uitstoot.

'Ik vind dat we de voedselproductie kritisch tegen het licht moeten houden, maar iedere maatregel heeft twee kanten. We moeten al die aspecten zorgvuldig afwegen. Dat bedoel ik als ik zeg dat de focus op verduurzaming van de voedselketen nog te eendimensionaal is.'

LOAD-DATE: July 26, 2012

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

GRAPHIC: Illustratie Han Hoogerbrugge

PUBLICATION-TYPE: Krant

JOURNAL-CODE: De Volkskrant

Tabel

Titel	'Groen <u>voedsel</u> is niet simpel'
aan elkaar	1
los	duurzaam
Feit	
Expliciet (grijs)	
Impliciet (blauw)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De aandacht voor <u>duurzaam voedsel</u> is te eendimensionaal. Consumenten letten vooral op dierenwelzijn en eerlijke handel terwijl het verduurzamen van de voedselketen meer behelst.</li> <li>- milieuvriendelijker</li> <li>- voedselketen groener wordt.</li> <li>- 'Hoe wil je dat uitdrukken? In CO2-uitstoot? In energieverbruik? In het aantal producten met een duurzaamheidskeurmerk? In het aantal duurzame plantages?</li> <li>- 'Het is lastig getallen te koppelen aan wat we doen. Het gaat om een eindeloze serie grotere en kleinere maatregelen die we niet allemaal kunnen kwantificeren</li> <li>- iedere maatregel heeft twee kanten. We moeten al die aspecten zorgvuldig afwegen</li> </ul>
Planet	x
People	x
Profit	x
Thema (geel)	voedselketen te verduurzamen: wat nodig? Welke maatregelen? En hoe uitdrukken?  Focus op verduurzaming van de voedselketen nog te eendimensionaal is.'
Probleem (rood)	
Oplossing (groen)	Bijvoorbeeld door de doperwtjes niet in kleine potjes te verpakken, maar consumenten hun eigen potje mee te laten nemen dat wordt bijgevuld.
Perspectief	Wereld
Framing (paars)	<u>Human interest</u> Ik was laatst bij een vleesverwerker die zijn koelruimten heeft voorzien van ledverlichting, die geen warmte afgeeft. Hij merkt dat in zijn energieverbruik.' Terug naar de supermarkt: er zijn toch eindeloos veel voor de hand liggende maatregelen die snel resultaat opleveren?  <u>Morality</u> voedselproductie kritisch tegen het licht moeten houden

## **Bijlage 2: Overzicht weggevalen artikelen en voorbeelden**

krant	Nr.	Artikel gaat over:	citaat
Trouw	3	Duurzame 100 (lijst)	<i>Joris Lohman (op 25) van de Youth Food Movement voor <b>duurzaam voedsel</b>. En Tom Vroemen van het <b>duurzaam</b> crowdfunding-platform CrowdAboutNow, binnengekomen op 52.</i>
Trouw	13	Biografie Jan Jonker	Hoogleraar <b>duurzaam</b> ondernemen (1954).... , sinds vorig jaar als hoogleraar, al zestien jaar bezig met maatschappelijk verantwoord en <b>duurzaam</b> ondernemen. Via het crowdsourcing project Our Common Future 2.0 schreef Jonker met studenten, burgers en bedrijven in 2011 het boek ' <b>Duurzaam</b> Denken Doen, inspiratieboek over onze gezamenlijke toekomst'
Trouw	23	Jan jonker	
Trouw	24	Biobrandstof die concurreert met de voedselproductie. Gaat specifiek over transport.	
Trouw	26	Aankondiging bijeenkomst	
Trouw	27	Aankondiging bijeenkomst	
Trouw	35	Ctc	Zelden bracht een Tegenlicht-uitzending zo veel teweeg als 'Afvval is <b>Voedsel</b> ', in 2006. En zo waart het Cradle to Cradle-virus door Nederland. Reden genoeg om een vervolg te maken op 'Afvval is <b>voedsel</b> ' met een Nederlandse invalshoek. Programmamaker Rob van Hattum en researcher Gijs Meyer Swantee volgen Michael Braungart op zijn zegetocht door Nederland. Deze Man met een Missie legt producerend en ondernemend Nederland het vuur na aan de schenen en dwingt ze om <b>duurzaam</b> produceren serieus te nemen.
VOL	2	Tv recensie- gaat over dik worden	
VOL	19	Duurzaam toerisme	
VOL	27	Duurzaam doodgaan	Een <b>duurzaam</b> leven hoeft niet te eindigen bij de dood: de begrafenis of crematie kan nu ook natuurvriendelijk. <b>Duurzaam</b> leven is hot: steeds meer mensen kiezen voor duurzame producten, kopen biologisch <b>voedsel</b> en vliegen klimaatneutraal. Dan is het natuurlijk doodzonde dat, als er onvermijdelijk een einde komt aan dat duurzame leven, het heengaan juist allesbehalve milieuvriendelijk is.  Voor mensen die tijdens hun leven veel waarde hebben gehecht aan het milieu, zijn er nu echter manieren om ook <b>duurzaam</b> heen te gaan

VOL	29	Overschot olifanten die leefgebied opeten en de groei van aantal olifanten is niet duurzaam	
NRC	18	Duurzaamheid in het algemeen	
NRC	20	Duurzaam toerisme	
NRC	22	Citaat	
TEL	15	Duurzaam bouwen	
AD	8	Ctc	
METR	5	Duurzaam bouwen	
METR	15	Baan ontwikkelingssamenwerking	
METR	16	Aankondiging/melding	

## Bijlage 3: Overzicht theorie met termen (schema)

Milieu oorzaken	Sociale/maatschappelijke oorzaken	
<b>Moderne landbouw (geïndustrialiseerd/geglobaliseerd)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kunstmeststoffen/bestrijdingsmiddelen</li> <li>- Chemicaliën /pesticiden</li> <li>- Landbouwtechnieken</li> <li>- Monoculturen ,schaalvergroting, intensivering</li> <li>- Intensief en efficiënte productiewijze – NL hoogste productiedichtheid.</li> <li>- Economische groei</li> <li>- Productiviteit &amp; kwantiteit voedsel</li> <li>- fossiele brandstoffen (energie/productie/vervoer/<b>transport</b>)</li> </ul>	<b>Bevolkingsgroei/ consumptiepatronen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demografische groei (12 miljard)</li> <li>- Toename vraag voedsel</li> <li>- Grote ecologische voetafdruk</li> <li>- Voedselverspilling/overconsumptie (Voedselcrisis)</li> <li>- Vleesconsumptie (meest belastende onderdeel)</li> </ul>	
Problemen (niet duurzaam)		
<b>Milieuproblemen(natuur/milieu/klimaat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uitputting natuurlijke Hulpbronnen</li> <li>- Aantasting Ecosystemen (draagkracht/evenwicht)</li> <li>- (agro)<b>biodiversiteit</b> (planten/dieren/flora/fauna)</li> <li>- Klimaatverandering/opwarming aarde (klimaat)</li> <li>- Milieuvervuiling</li> <li>- Overmatig watergebruik (water)</li> <li>- Bodemuitputting (bodem)</li> <li>- Overbemesting</li> <li>- Verstoring kringlopen</li> <li>- Verstoring landschap</li> </ul>	<b>sociale /Maatschappelijke problemen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NL landbouw onder druk</li> <li>- Oneerlijke handelsrelaties/verdeling</li> <li>- Ontwikkelingslanden export gewassen leiden tot milieuschade</li> <li>- Mensen eten ongezond, teveel, veel vlees, voorbewerkt voedsel</li> <li>- Paradox: honger/voedselverspilling</li> <li>- Plantaardig vs dierlijke eiwitten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internationale concurrentie op grondstoffenmarkt neemt toe</li> <li>- Kleine boeren niet overeind</li> <li>- Lage prijzen voor boeren</li> </ul>
oplossingen (duurzaam)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- efficiënt omgaan grondstoffen/water/hergebruik afvalstoffen/reststromen</li> <li>- zorg voor kringlopen</li> <li>- verantwoordelijkheid keten begin-eind</li> <li>- behoud biodiversiteit en ecologische veerkracht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- veiligheid/<b>gezondheid/voedselveiligheid</b>/volksgezondheid</li> <li>- <b>Vertrouwen en respect voedsel</b></li> <li>- Verantwoorde consumptie</li> <li>- Dierenwelzijn</li> <li>- Goede werkomstandigheden/arbeid</li> <li>- Boeren gewaardeerd</li> <li>- <b>Eerlijk/eerlijke handel</b></li> <li>- Eerlijke verdeling voedsel (voedselcrisis)</li> <li>- Herkenbaarheid &amp; transparantie/traceerbaarheid</li> <li>- Kwaliteit/authenticiteit</li> <li>- betrokkenheid</li> <li>- minder vlees eten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gezond financieel resultaat</li> <li>- Lokaal/regionaal voedselketen</li> <li>- eerlijk inkomen</li> </ul>
Overige termen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Natuurlijk</li> <li>- Streek</li> <li>- Seizoen</li> <li>- Lokaal/regionaal voedselketen</li> </ul>		

## **Bijlage 4: Codes na analyse**

milieu	25
milieubelasting/vervuiling/milieuonvriendelijk	17
milieuvriendelijk/milieubewust	17
c02/uitstoot broeikasgassen	17
minder chemicaliën (kunstmest, bestrijdingsmiddelen, pesticide, etc)	16
minder grondstoffen (energie/water) gebruiken en bescherming	15
efficiënt (beter benutten grondstoffen/ecologisch hulpbronnen)	11
klimaat/klimaatverandering	14
natuur/natuurlijk	11
biobrandstoffen niet duurzaam/concurrentie voedsel	7
Transport	4
sluiten kringlopen	3
Biodiversiteit	3
<hr/>	
dierenwelzijn/diervriendelijk	35
voedselverspilling/weggooien voedsel	29
vlees (andere eiwitproducten) niet duurzaam/minder vlees/minder dierlijke eiwitten	24
gezond/gezondheid/veilig	22
kleine boeren/inkomen/uit markt gedrukt/houden niet vol/prijsstijgingen.	15
eerlijk/rechtvaardig/eerlijke handel/	12
ontwikkelingslanden (landjepik/milieuschade)	9
portiegrootte/overconsumptie/minder calorieën	8
eerlijke verdeling	6
waar vandaan (niemand weet waar voedsel vandaan kom)	6
ethisch	5
arbeidsomstandigheden	3
<hr/>	
biologisch	37
keurmerken* (figuur 12 in 8.3.1).	30
vleesvervanger/vegetarisch	17
ecologisch	8
scharrel	8
plantaardig	3
stadslandbouw	2
<hr/>	
lokaal	19
afstand (niet vliegen)	12
verantwoord	10
huidige voedselketen voldoet niet	9
echt/authentiek/ambachtelijk/transparant/traceerbaar	9
honger/armoede vs obesitat/voedselvoorziening	8
voedselketen (samenwerking)	7
streek	6
seizoen	6
respect/ welzijn voor mens/dier/milieu	6
kraanwater	6
bewust/bewustwording	5
termijn	4
eco/soc/ecol	2