



Consumentenonderzoek Planten kiezen

Rapport



M241351

Giovanni Giaquinto
Talia Cohen Rodrigues

4-4-2025

g.giaquinto@motivaction.nl
t.cohenrodrigues@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond	3
Methode en opzet	4
Management samenvatting	5
Leeswijzer	7
Resultaten	
Houding en kennis	8
Aankoop van planten	17
Keurmerken	21
Bijlage	24

Achtergrond en doelstelling



In opdracht van Sanne Janssen van Milieu Centraal heeft Motivaction International bv een consumentenonderzoek uitgevoerd over het plantkoopgedrag van Nederlanders met een eigen tuin.

Milieu Centraal heeft de afgelopen twee jaar kennis opgebouwd over de doelgroep en interventiestrategieën met betrekking tot de integrale aanpak duurzaam tuinieren en (ver)bouwen voor biodiversiteit, milieu en klimaatadaptatie. In 2025 wil Milieu Centraal dit graag actueel houden en verder uitbreiden naar andere doelgedragingen.

Doelstelling van het onderzoek

Inzicht krijgen in het aankoopgedrag van inheemse planten en biologische/gifvrije planten door Nederlanders met een eigen tuin en de onderliggende factoren die daaraan ten grondslag liggen.

Methode en opzet

Doelgroep, steekproef en representativiteit

Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd onder het ISO-20252:2019-gecertificeerde panel van Motivaction: Stempunt.

Voor het onderzoek is een steekproef getrokken van Nederlanders met een eigen tuin van 18 t/m 80 jaar, n=1.015 respondenten vulden de vragenlijst volledig in.

De steekproef is representatief voor opleiding, leeftijd, geslacht, regio (Nielsen), sociaal milieu (segmenten van de bevolking met een eigen waardenoriëntatie en kijk op het dagelijks leven, o.b.v. Mentality) en alle interacties hiertussen. Representativiteit is verkregen door middel van propensitysampling en -weging. De Gouden Standaard van het CBS diende als ijkbestand samen met de tweejaarlijkse schriftelijke Mentality-metingen van Motivaction.

Vragenlijst, dataverzameling en veldwerkperiode

De vragenlijst met 18 vragen is in samenwerking met Milieu Centraal opgesteld. Er is een selectievraag gesteld om Nederlanders met een eigen tuin te kunnen selecteren. Voor Nederlanders zonder eigen tuin, stopte de vragenlijst na de selectievragen. Het veldwerk is uitgevoerd tussen 3 en 11 februari 2025.



Methode

Kwantitatief onderzoek
Online vragenlijst



Werving

Via het online panel van
Motivaction: Stempunt



Doelgroep & steekproef

Nederlanders
met een eigen tuin
(18-80 jaar), n=1.015



Veldwerkperiode

3 t/m 11 februari
2025



Vragenlijst

18 vragen



Representativiteit

O.b.v. opleiding,
leeftijd, geslacht, regio,
sociaal milieu en alle
interacties hiertussen

Management summary

Conclusie

Tuineigenaren hebben een positieve houding ten aanzien van bijen, vlinders en andere insecten en vinden het belangrijk om een gezonde leefomgeving voor hen te creëren. De link tussen gifvrije/biologische en inheemse planten en een gezonde leefomgeving, lijken de meeste tuineigenaren echter nog niet te leggen. Deze typen planten zijn überhaupt nog overwegend onbekend onder tuineigenaren: Een groot deel weet niet hoe zij gifvrije/biologische of inheemse planten kunnen herkennen, en letten hier dan ook niet op wanneer zij planten voor in hun tuin kopen. Bovendien weet een groot deel niet op welke keurmerken men kan letten om deze planten te herkennen. Tuineigenaren zijn wel overwegend positief over gifvrije/biologische en inheemse planten voor in hun tuin. Een groot deel van de tuineigenaren is namelijk bereid om moeite te doen om deze planten te vinden en er iets meer voor te betalen. Daarmee lijkt er onbenut potentieel te zijn voor gifvrije/biologische en inheemse planten. Met name een gebrek aan kennis lijkt op dit moment de belangrijkste drempel te zijn die tuineigenaren weerhoudt van het vaker kiezen voor gifvrije/biologische en inheemse plantensoorten.

Houding | Tuineigenaren gemotiveerd om te zorgen voor een gezonde leefomgeving voor insecten

- Een grote meerderheid (85%) van de Nederlanders met een tuin vindt bijen, vlinders en/of andere insecten onmisbaar voor mensen.
- Driekwart (76%) vindt het belangrijk om te zorgen voor een gezonde leefomgeving voor deze insecten.
- Hoewel de meerderheid dus een positieve houding t.a.v. bijen, vlinders en/of andere insecten heeft, zegt ongeveer de helft (55%) bij aankoop bewust te kiezen voor planten die goed voor hen zijn.
- 50% gelooft dat het planten van inheemse/biologische/gifvrije planten bijdraagt aan een goede leefomgeving voor deze insecten.

Houding | Tuineigenaren overwegend positief over aankoop inheemse en biologische/gifvrije planten, maar koppelen dit niet altijd aan insecten

- Meer dan de helft (55%) van de tuineigenaren is positief over het kopen van inheemse en biologische/gifvrije planten door het positieve effect dat ze hebben op de natuur en het milieu. Bijna de helft (49%) krijgt ook een goed gevoel van het kopen van deze planten omdat het goed is voor de insecten. Toch zegt ook 16% niet te weten of deze planten positief zijn voor de natuur of insecten.
- Ongeveer twee op de vijf tuineigenaren vinden het belangrijk om biologische/gifvrije (46%) of inheemse planten (42%) in hun tuin te hebben.

Management summary

Houding | Tuineigenaren bereid tot iets extra's voor inheemse en biologische/gifvrije planten

- Een minderheid van de tuineigenaren denkt dat het te veel moeite kost om inheemse en biologische/gifvrije planten te vinden (31%) of dat het te moeilijk is om deze typen planten te vinden die passen bij hun tuin (27%). Er is ook een deel (17% à 24%) dat aangeeft dit niet te weten en hier dus geen inschatting over kunnen maken.
- Twee op de vijf tuineigenaren zijn bereid meer moeite te doen om deze planten te vinden (41%) en er iets meer voor te betalen (40%).

Houding | Sociale norm voor meeste onbekend, er lijkt niet over gesproken te worden onder tuineigenaren

- Twee op de vijf (39%) tuineigenaren vinden het normaal om vooral inheemse/biologische/ gifvrije planten in hun tuin te hebben, één op de vijf (19%) weet echter niet of dit normaal is.
- De meeste tuineigenaren (44%) weten niet of hun vrienden, familie of buren erachter staan als zij inheemse/biologische/gifvrije planten zouden kopen.
- Meer dan de helft (57%) van de tuineigenaren weet niet of hun buren inheemse/biologische/gifvrije planten in hun tuin hebben.

Kennis | Weinig kennis over inheemse/biologische/gifvrije planten

- De helft van de tuineigenaren weet niet hoe zij biologische/gifvrije (51%) of inheemse (49%) planten kan herkennen.
- Ongeveer twee op de vijf tuineigenaren weten dan ook niet welke planten in hun eigen tuin inheems (37%) of biologisch/gifvrij (43%) zijn.
- Een derde (35%) weet niet waar zij deze planten zou moeten kopen.

Intentie en drempels | Gebrek aan kennis belangrijkste drempel voor aankoop

- Ongeveer de helft van de tuineigenaren zou zeer waarschijnlijk inheemse (50%) of biologische/gifvrije (47%) planten kopen.
- Een gebrek aan kennis hoe deze planten herkend kunnen worden vormt voor de meesten de belangrijkste drempel voor het niet (overtuigend) overwegen van de aankoop van deze planten.

Management summary

Aankoop | Meeste tuineigenaren kopen planten in tuincentrum, prijs en uiterlijk belangrijkste kenmerken

- Een ruime meerderheid (79%) koopt diens planten in het tuincentrum. Daarna volgen kwekers (28%), burens/familie (26%) en eigen stekjes (23%) de belangrijkste bronnen voor planten.
- Ook tuineigenaren die zeggen vooraf onderzoek te doen waar zij biologische/gifvrije (19%) of inheemse (17%) planten kunnen zoeken kopen vooral bij tuincentra (respectievelijk 72% en 63%) hun planten.
- Als men planten koopt, zijn vooral de prijs (62%) en het uiterlijk van de plant (62%) de aspecten waar tuineigenaren op letten.
- Ongeveer de helft (48%) zegt bij aankoop te letten op of de planten bijen, vlinders en/of andere insecten aantrekken, maar veel minder letten er op of deze planten biologisch/gifvrij (15%) of inheems (12%) zijn. Daarmee lijkt men de koppeling tussen deze typen planten en hun positieve effect op de leefomgeving voor insecten nog niet voldoende te maken.

Keurmerken | Keurmerken voor biologische/gifvrije planten grotendeels onbekend, tuineigenaren vergissen zich eenvoudig

- Meer dan de helft van de tuineigenaren (53%) wist niet van het bestaan van keurmerken voor biologische/gifvrije planten. Nog eens 34% had er wel van gehoord, maar weet niet welke keurmerken er zijn.
- Ruim één op de drie tuineigenaren (35%) denkt van één of meer niet-erkende logo's op een verpakking (bijvoorbeeld van een bijtje) dat deze aangeven dat de plant biologisch/gifvrij is. Erkende keurmerken die wel aangeven of een plant biologisch/gifvrij is worden door 24% tot 6% als zodanig herkend.

Leeswijzer voor de resultaten

Structuur rapportage

We behandelen in dit rapport achtereenvolgens de volgende onderwerpen:

- Houding, kennis en intentie
- Aankoop van planten
- Keurmerken

Er is gekozen voor deze volgorde om de leesbaarheid te bevorderen. Op enkele punten betekent dit dat deze volgorde niet overeenkomt met de volgorde waarin respondenten de vragen in de vragenlijst te zien hebben gekregen.

In de vragenlijst is de volgorde mede bepaald door het willen voorkomen van volgorde effecten.

Grafiektitels

Iedere grafiek toont een 'n': het ongewogen aantal respondenten waarop de resultaten in de grafiek betrekking hebben. Daarnaast staat bij elke grafiek een 'basis'. De basis beschrijft welke deel van de respondenten de vraag heeft beantwoord.

Percentages

Sommige opgetelde percentages in de tekst komen net niet overeen met de percentages in de grafiek (verschil van -1% / 1%). Dit komt door afrondingsverschillen.

Bij sommige grafieken telt het totaal niet op tot 100%. Dit kan komen door afrondingsverschillen of doordat er sprake is van een vraag waarbij men meerdere antwoorden mocht aanvinken.

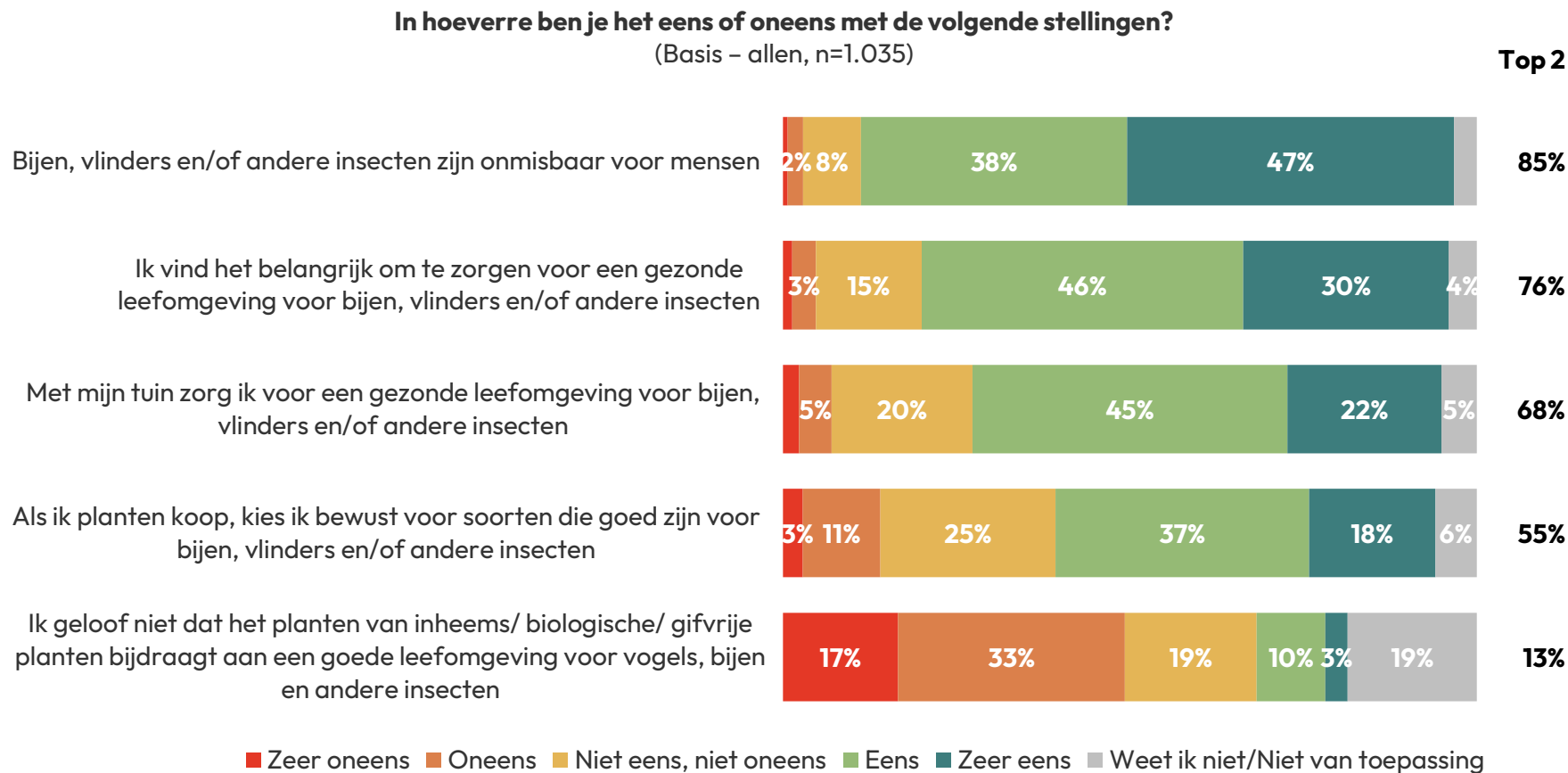
Top 2

Naast de grafieken staat ook een top 2. Dit is het optelde percentage van de twee hoogste/meest positieve antwoordcategorieën (bv. eens + zeer eens).

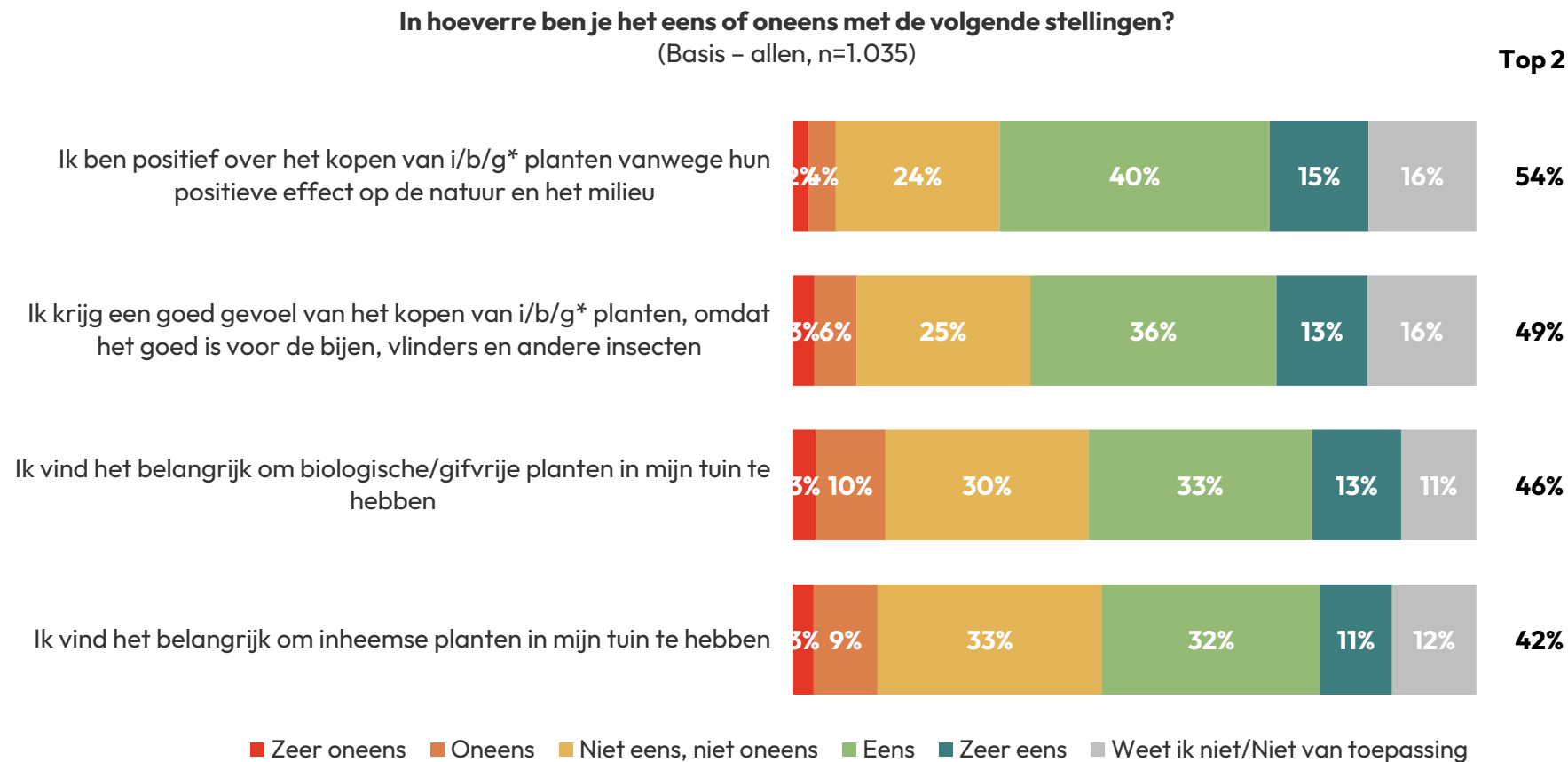


Resultaten | Houding en kennis

Houding | Meesten erkennen belang van en insecten en zorgen actief voor een gezonde leefomgeving voor deze insecten

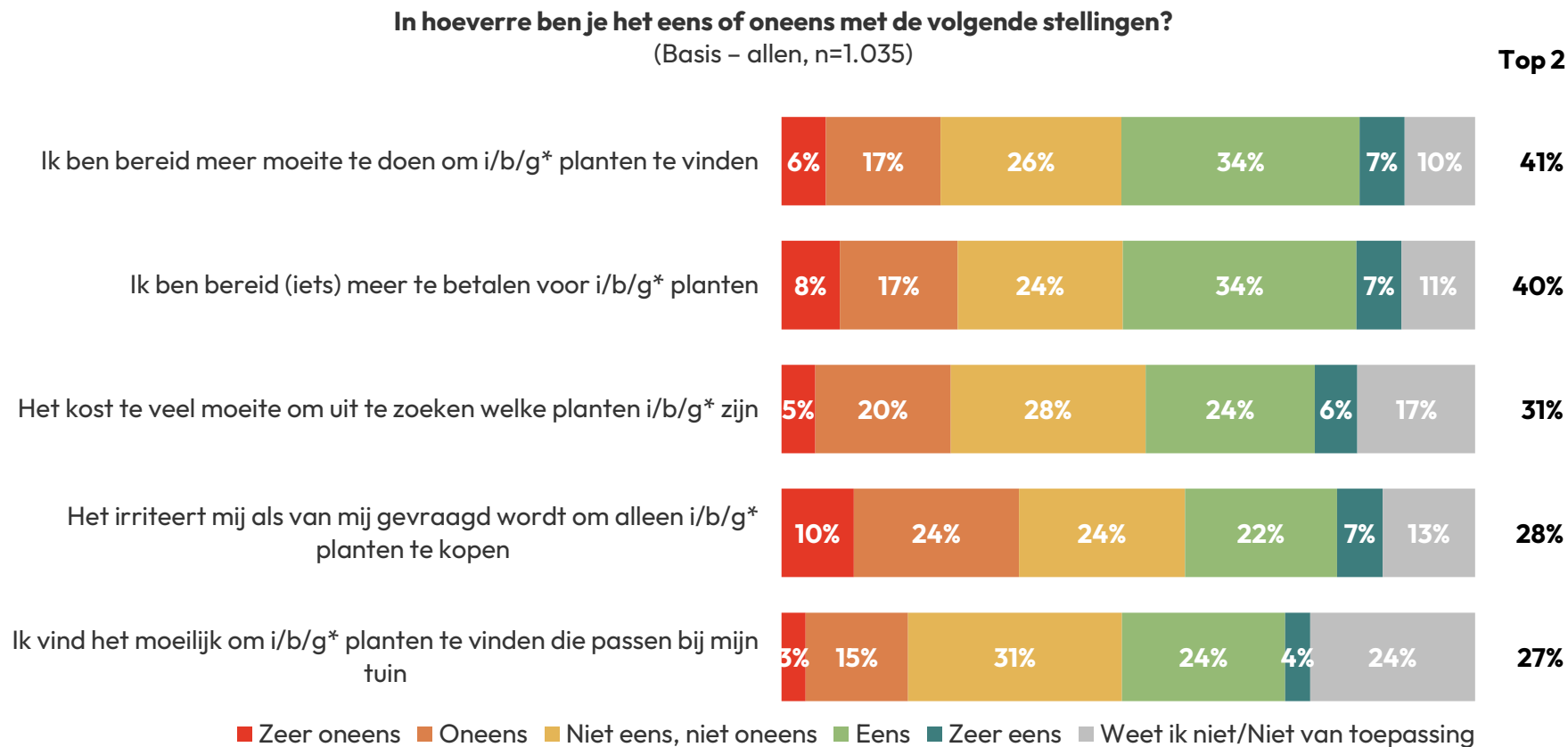


Houding | Ruim twee op de vijf vinden het belangrijk om inheemse/biologische/gifvrije planten in de tuin te hebben



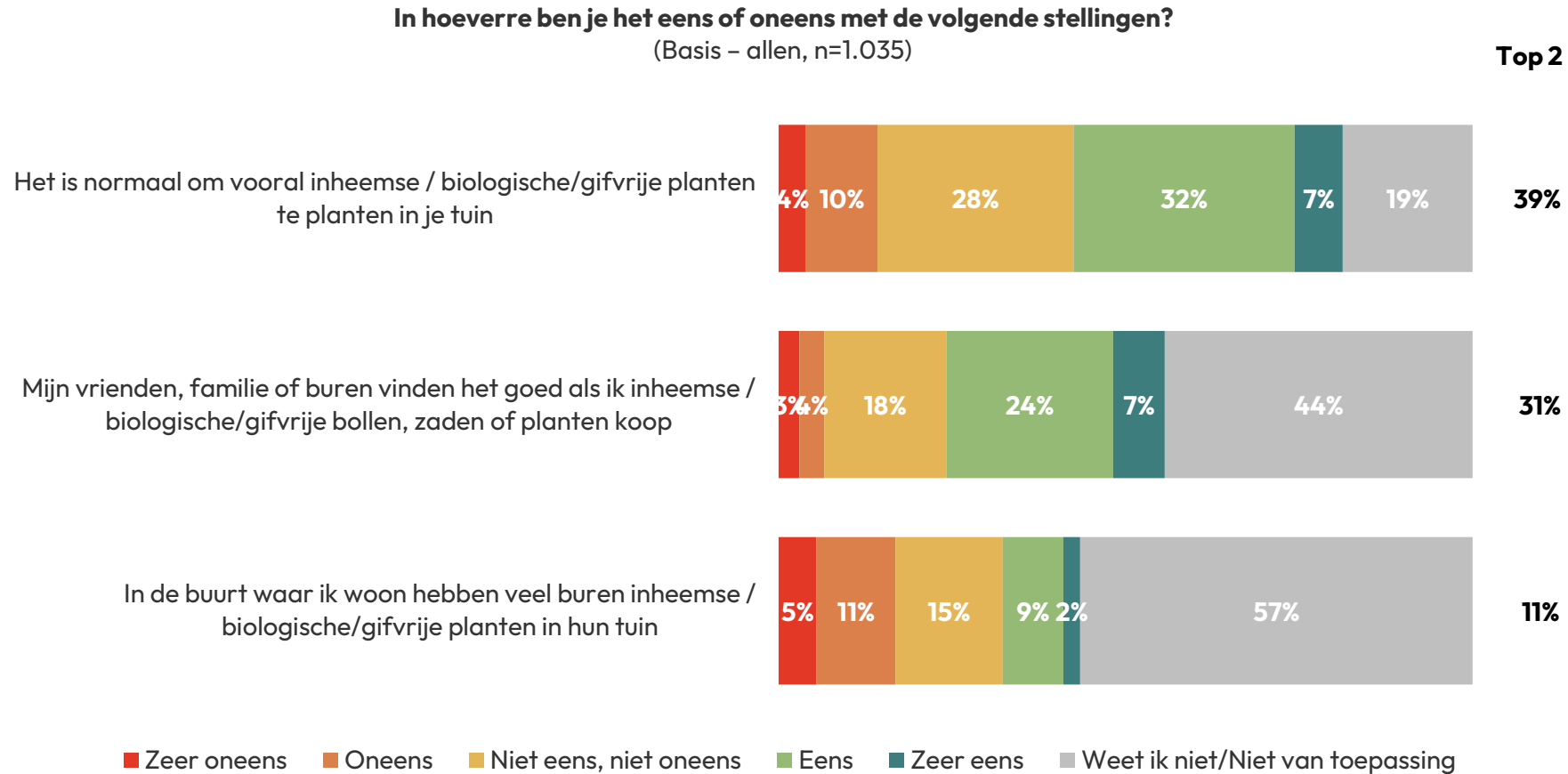
*i/b/g = inheemse/biologische/gifvrije

Houding | Aanzienlijk deel bereid meer te betalen of moeite te doen voor inheemse / biologische / gifvrije planten

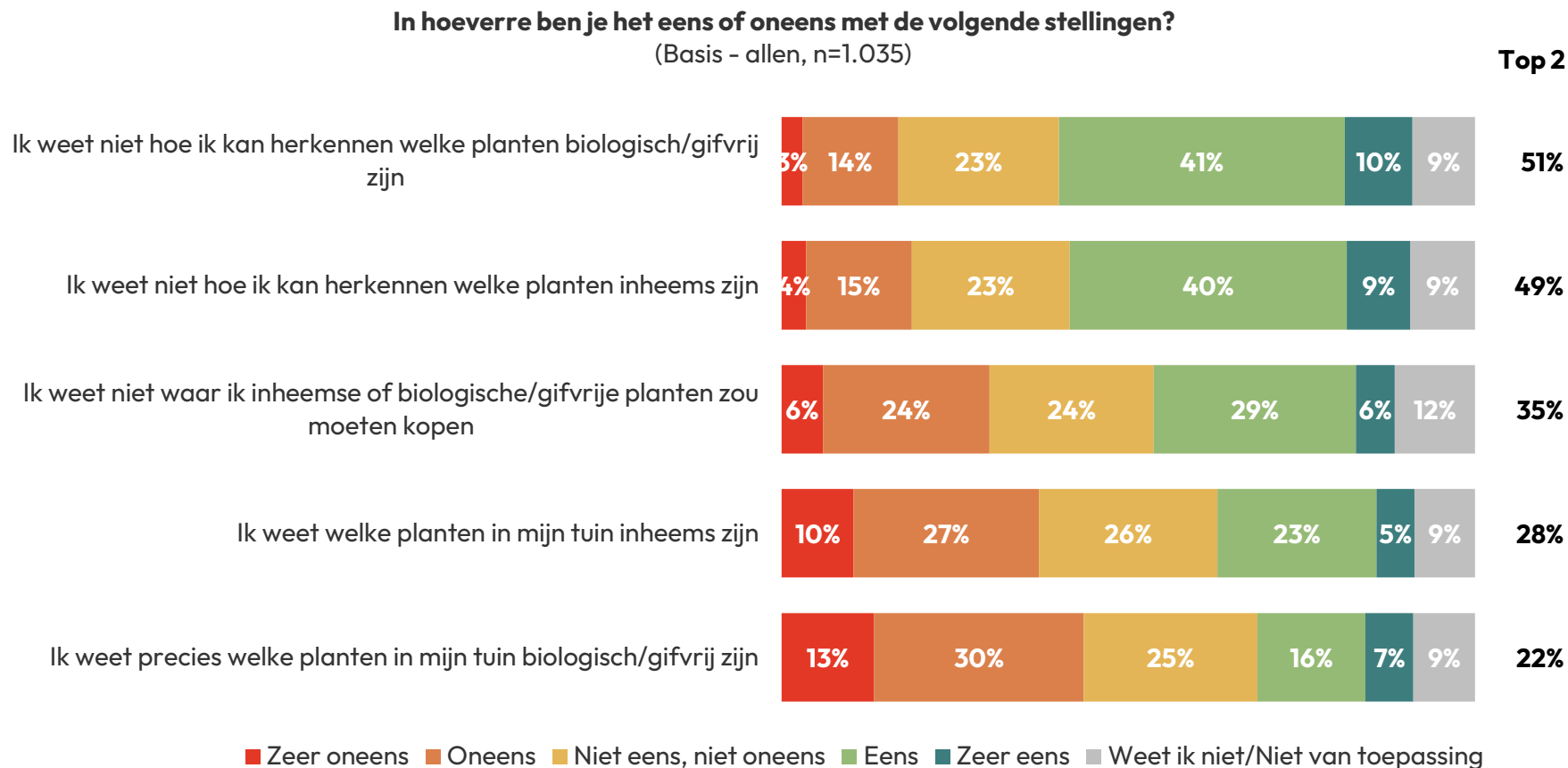


*i/b/g = inheemse/biologische/gifvrije

Houding | Sociale norm voor velen onbekend



Kennis | Weinig kennis en lage zelfeffectiviteit over inheemse/biologische/gifvrije planten



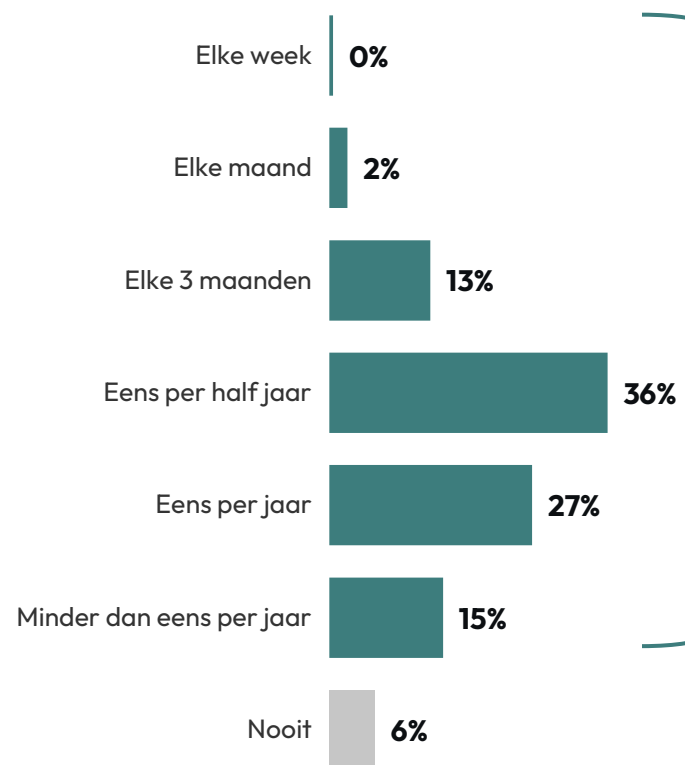


Resultaten | Aankoop planten

Bron | De meeste tuineigenaren kopen planten bij het tuincentrum

Hoe vaak koop en/of krijg je planten voor in jouw tuin?

(Basis - allen, n=1.035)

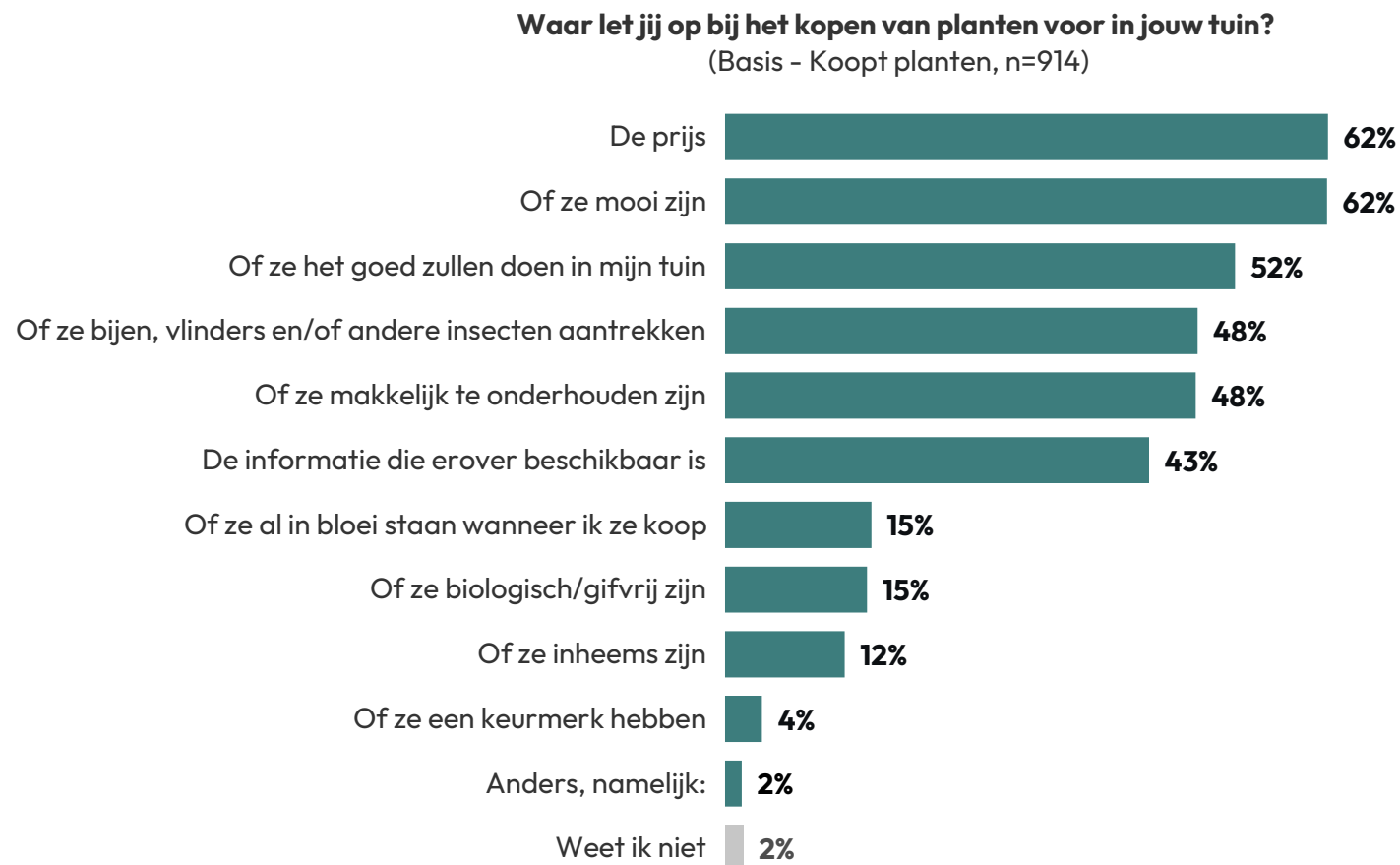


Hoe kom je meestal aan planten voor in jouw tuin?

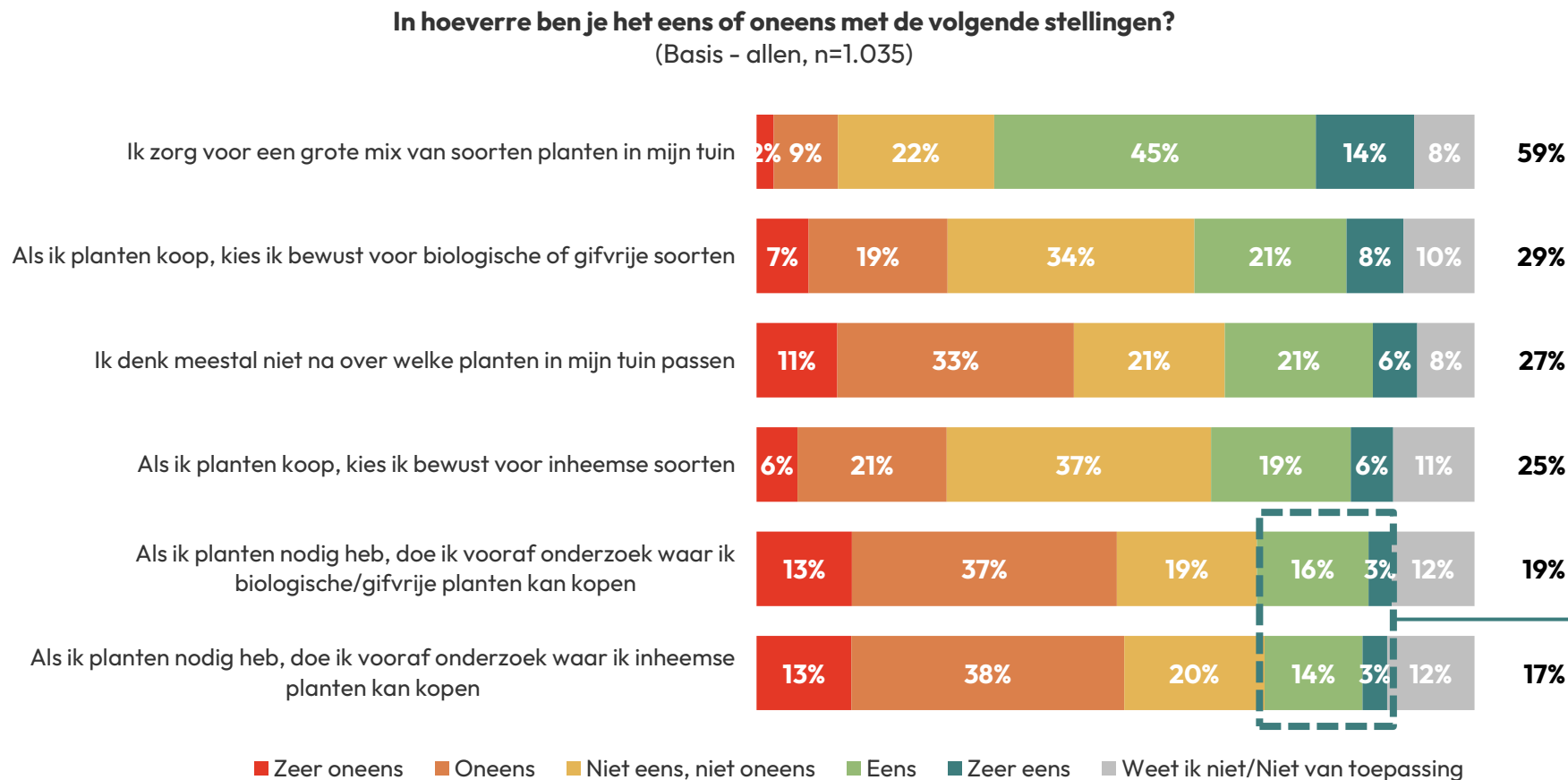
(Basis - Koopt of krijgt planten, n=977)



Aankoop | Prijs en uiterlijk belangrijkste kenmerken; de helft kijkt naar aantrekkelijkheid voor insecten en één op de acht naar of de plant inheems of biologisch/gifvrij is

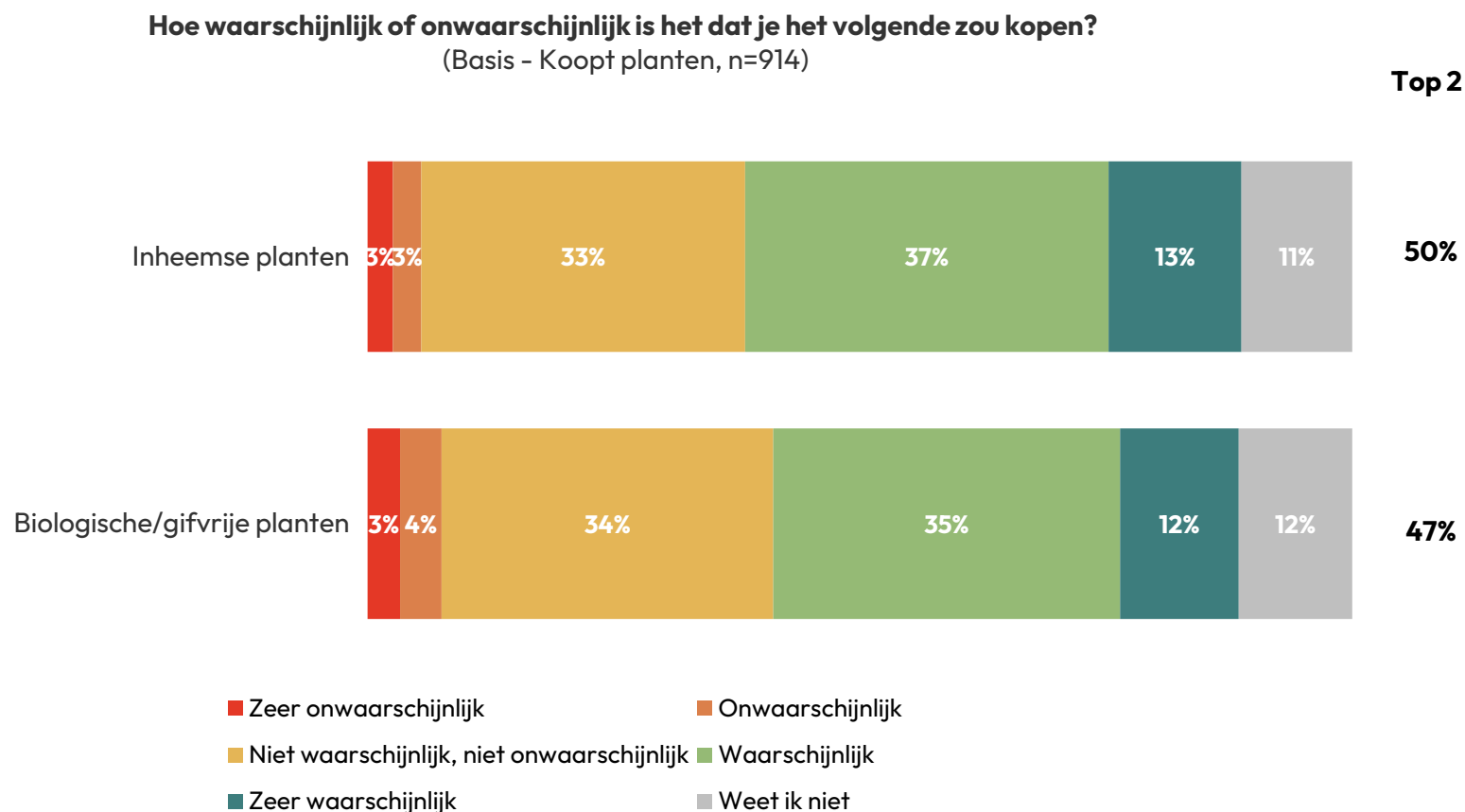


Oriëntatie | Circa een kwart koopt bewust inheemse en/of biologische/gifvrije planten, één op de vijf doet vooraf onderzoek waar deze planten te koop zijn.

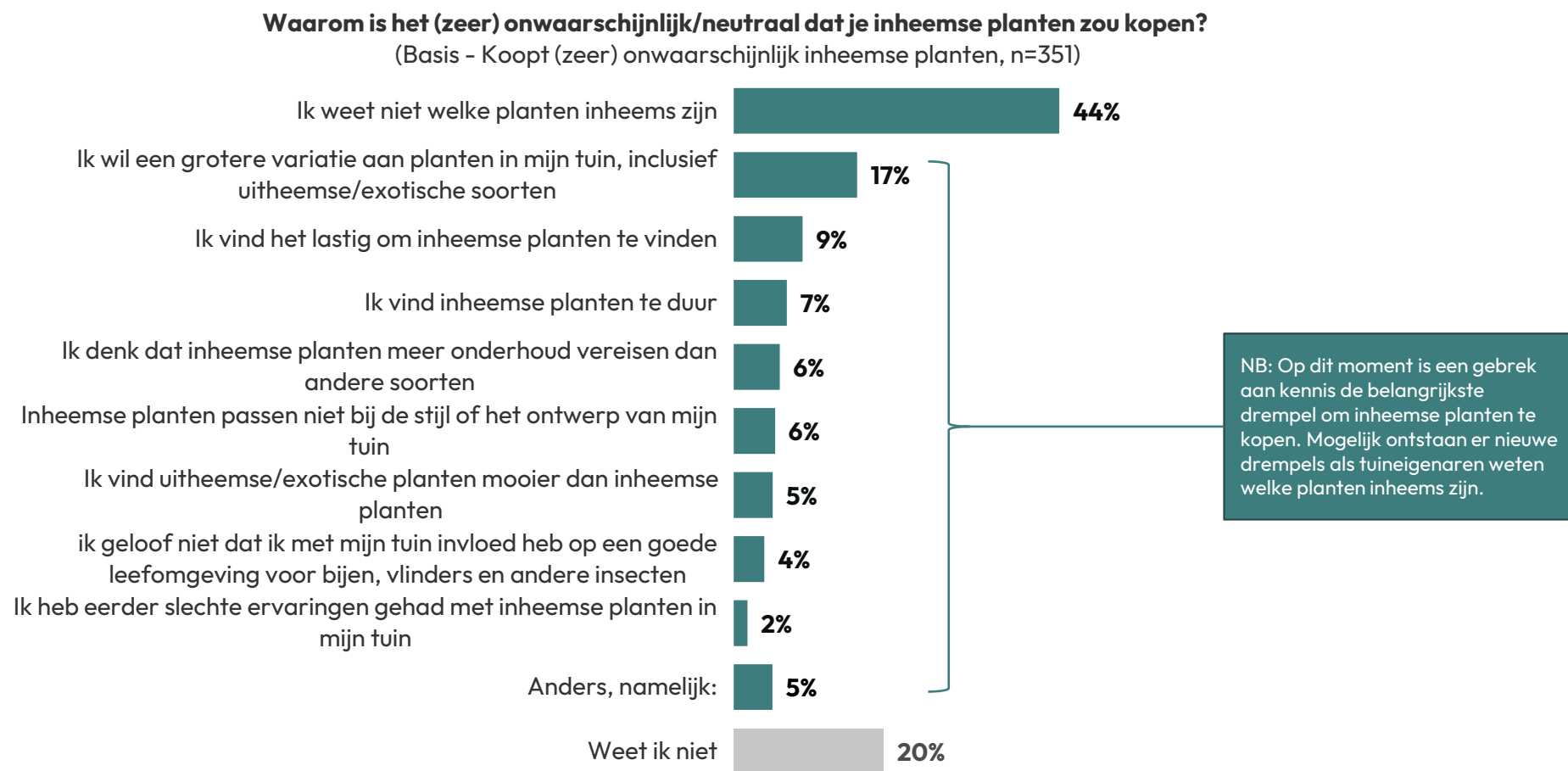


Ook tuineigenaren die vooraf onderzoek doen, kopen hun planten vooral bij het tuincentrum (72%), maar doen dit iets minder vaak dan gemiddeld (79%).

Intentie | Tuineigenaren over het algemeen bereid om inheemse en/of biologische/gifvrije planten kopen



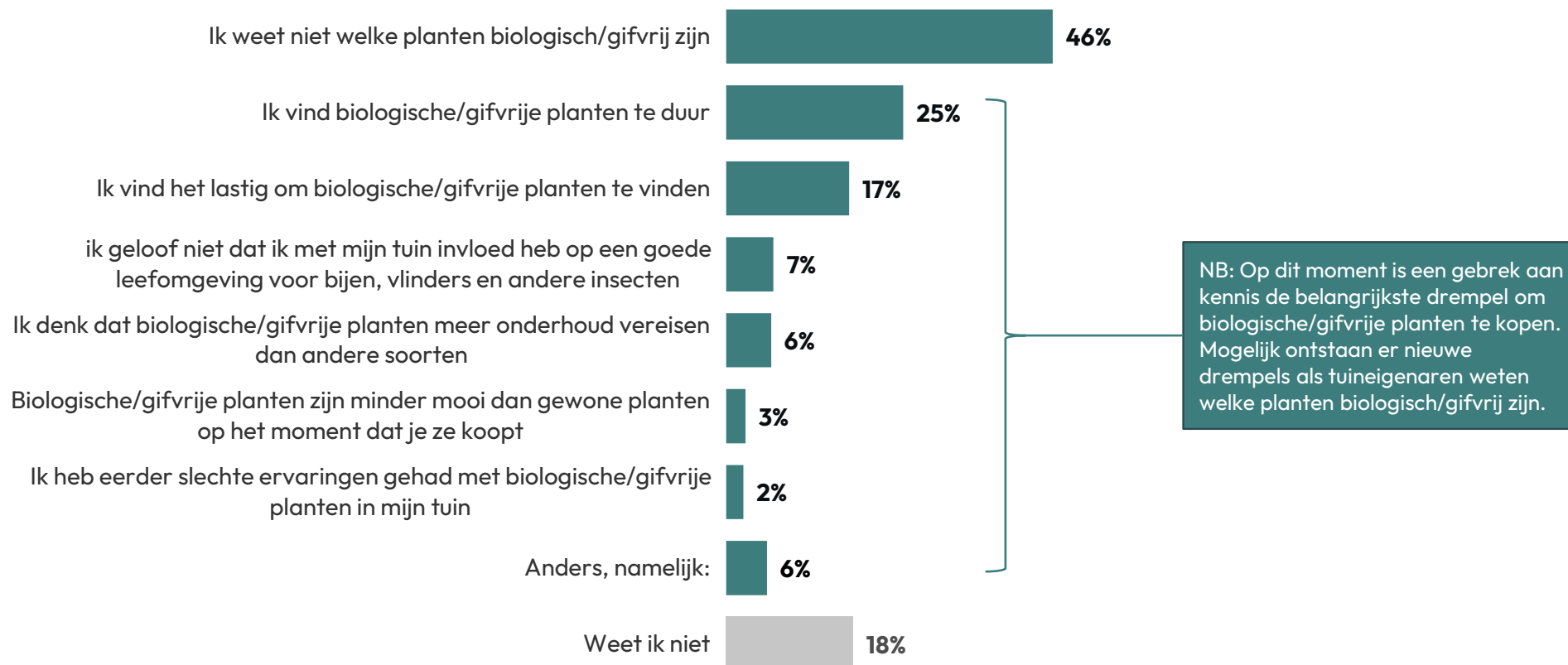
Drempels inheems | Gebrek aan kennis voornaamste drempel om geen inheemse planten te kopen



Drempels biologisch/gifvrij | Gebrek aan kennis en prijs voornaamste drempels om geen biologische/gifvrije planten te kopen

Waarom is het (zeer) onwaarschijnlijk/neutraal dat je biologische/gifvrije planten zou kopen?

(Basis - Koopt onwaarsch biologische/gifvrije planten, n=382)



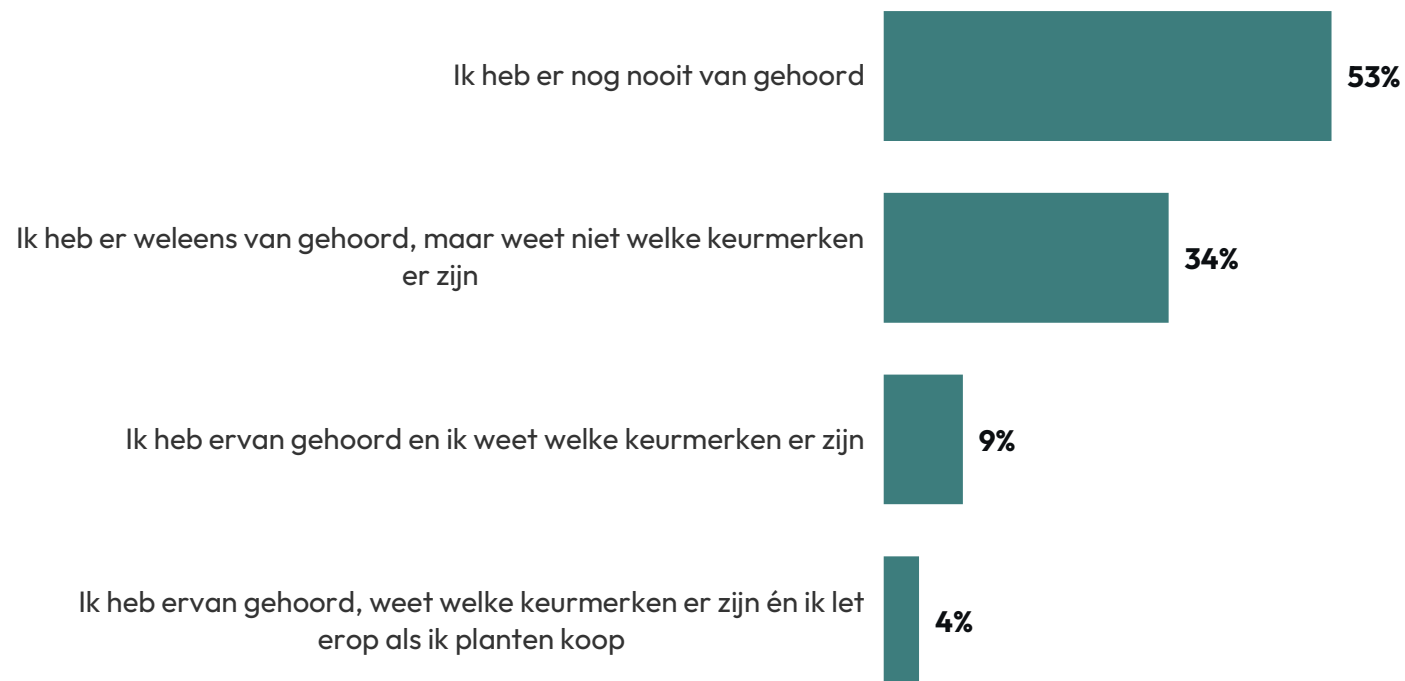


Resultaten | Keurmerken

Bekendheid | Meesten niet bekend met het bestaan van keurmerken voor biologisch/gifvrije planten

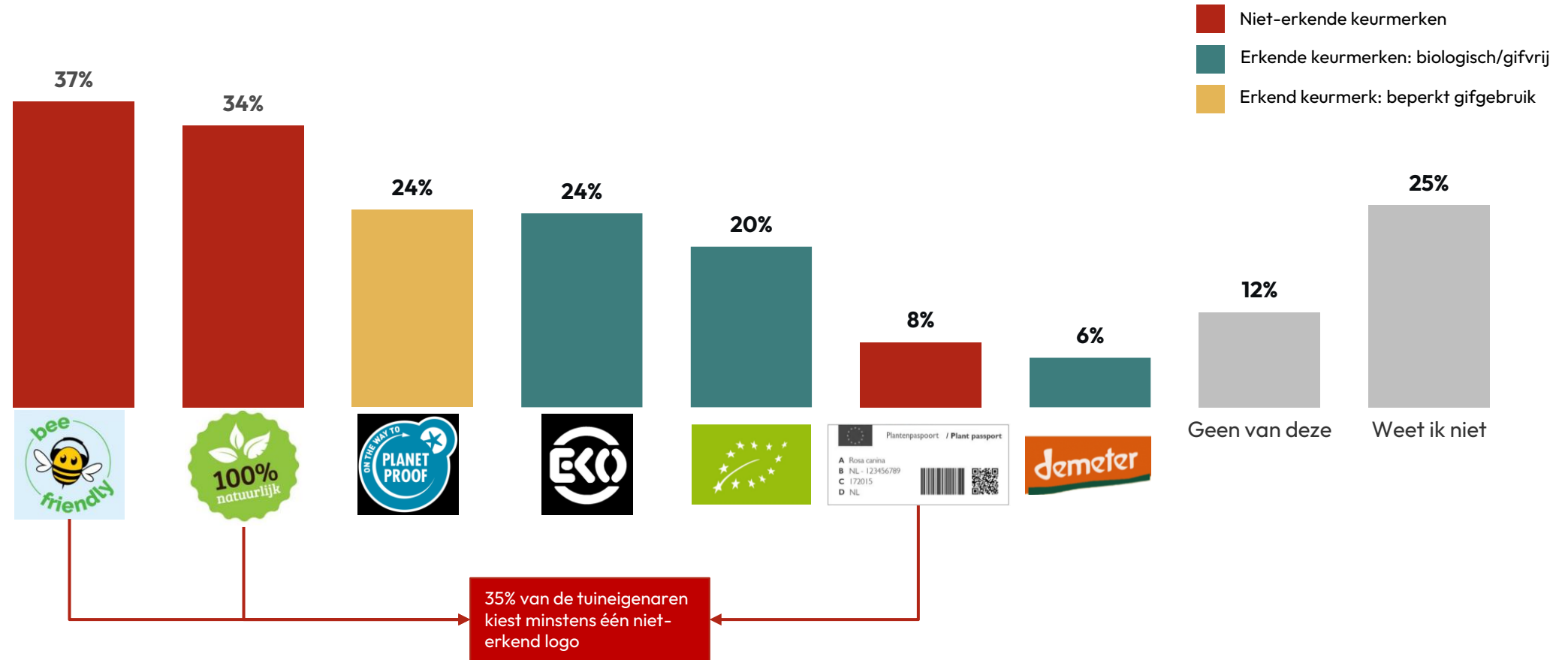
Wist je - vóóordat je meedeed aan dit onderzoek - dat er keurmerken bestaan voor biologische/gifvrije planten?

(Basis - allen, n=1.035)



Herkenning | Eén op de drie denkt foutief van één of meer niet-erkende logo's dat deze aangeven dat de plant biologisch/gifvrij is

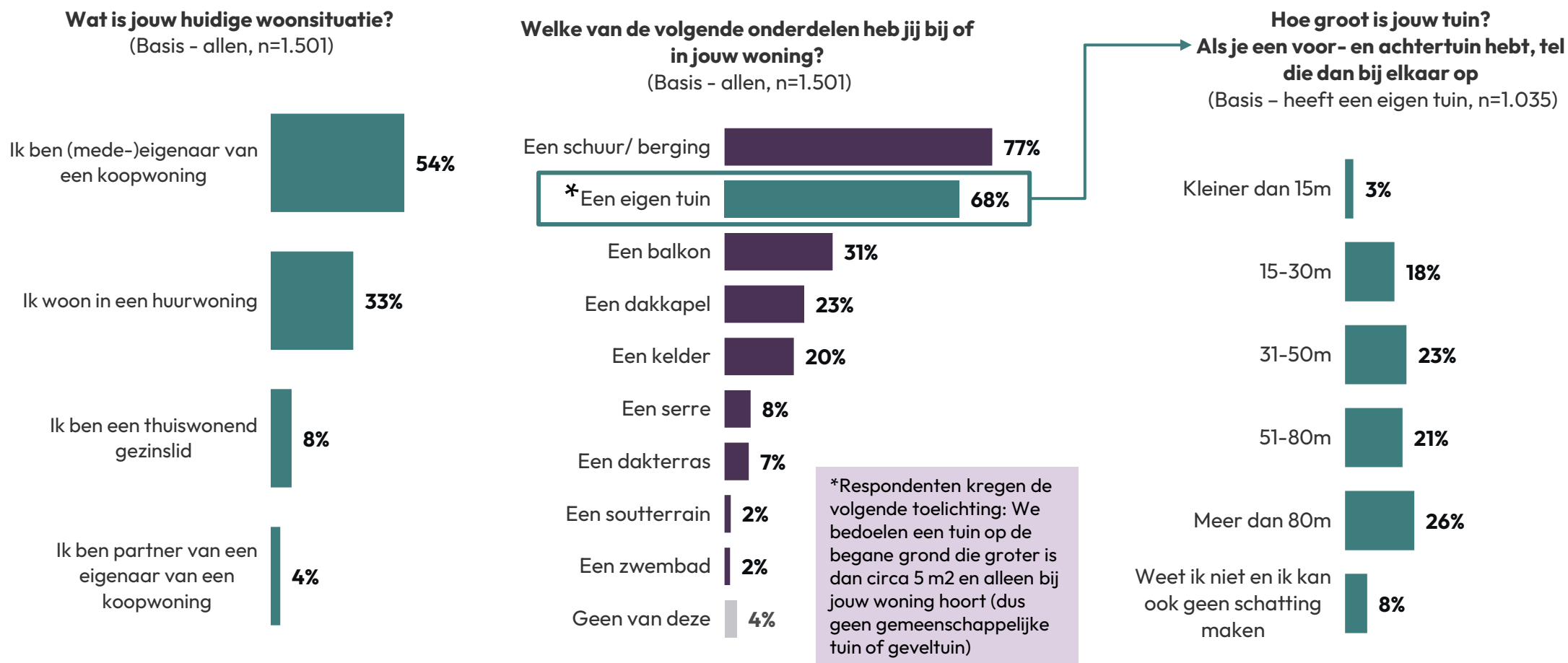
Aan welke keurmerken kan je volgens jou herkennen of een plant biologisch/gifvrij is?
(Basis - allen, n=1.035)





Bijlagen

Bijlage | Doelgroepbepaling & Selectievragen



Bijlage | Toelichting over het onderwerp

Vóór respondenten de inhoudelijke vragen uit het onderzoek voorgelegd kregen, kregen ze een korte introductie over het onderwerp. De introductie luidde als volgt:

Deze vragenlijst gaat over het kiezen en kopen van planten voor in jouw tuin. Hiermee bedoelen we ook het kiezen en kopen van zaden, bollen en bloemen die je koopt om te planten in jouw tuin, zodat deze in jouw tuin kunnen uitgroeien.

Als we het in deze vragenlijst hebben over planten voor in jouw tuin, houd dan óók zaden, bollen en bloemen voor in jouw tuin in gedachten.

In deze vragenlijst gaat het over bepaalde soorten planten:

- Planten die ergens van nature voorkomen, noem je **inheemse planten**. Dit zijn dus planten die van nature in Nederland voorkomen.
- Vrijwel alle planten zijn behandeld met gif of bestrijdingsmiddelen. Wanneer dit niet het geval is, gaat het om I.

Bijlage - Onderzoekstechnische informatie, kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 3 t/m 11 februari 2025.

Methode respondentenselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Toonmateriaal

Een kopie van het gebruikte toonmateriaal is te vinden in de bijlage Toonmateriaal.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 5150 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage - Ongewogen en gewogen data

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
18 t/m 34 jaar	202	13,5	406	27,1
35 t/m 54 jaar	461	30,7	512	34,1
55 t/m 80 jaar	838	55,8	583	38,8

Opleidingsniveau	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Hoog (wo/hbo)	537	35,8	475	31,6
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	692	46,1	741	49,3
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	272	18,1	286	19

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Mannen	766	51	720	47,9
Vrouwen	735	49	781	52,1

Regio	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
3 grote gemeenten	224	14,9	247	16,5
West	425	28,3	449	29,9
Noord	156	10,4	156	10,4
Oost	321	21,4	294	19,6
Zuid	375	25	355	23,6
Randgemeenten	224	14,9	247	16,5

Mentality	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Moderne burgerij	316	21,1	317	21,1
Opwaarts mobilen	123	8,2	167	11,1
Postmaterialisten	197	13,1	177	11,8
Nieuwe conservatieven	156	10,4	121	8,1
Traditionele burgerij	160	10,7	128	8,5
Kosmopolieten	250	16,7	274	18,3
Postmoderne hedonisten	142	9,5	135	9
Impulsieve individualisten	157	10,5	182	12,1



Wij verminderen onze footprint

Motivaction gebruikt uitsluitend papier met een FSC-label

Motivaction gebruikt energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt groene stroom

Auteursrecht

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

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

**meer zien
meer weten
meer betekenen**

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl