

Onderzoek Natuur & Milieu Vegamonitor

juli 2017



Contact: Dirkjan Klumper **T** 050-3171771 **E:** dirkjanklumper@kienonderzoek.nl

Kantoor Groningen: Westerkade 15-5, 9718 AS Groningen **T:** 050 3657672 **F:** 050 3171778

Kantoor Haarlem: Nieuwe Gracht 3, 2011 NB Haarlem **T:** 085 4018250

E: info@kienonderzoek.nl **W:** www.kienonderzoek.nl

Inleiding

Natuur & Milieu heeft een herhalingsonderzoek laten uitvoeren onder Nederlanders rondom het onderwerp vleesconsumptie. Het doel van het onderzoek is om een beeld te krijgen van de mate waarin Nederlanders vlees en vegetarisch eten consumeren. Daarnaast wil men inzicht krijgen in de houding van Nederlanders ten opzichte van het eten van (geen) vlees.

PanelWizard algemeen

Het onderzoek is uitgevoerd op het panel van PanelWizard Direct. PanelWizard is het onderzoekspanel van Kien Onderzoek en telt ruim 30.000 leden van 16 jaar en ouder. Met behulp van dit onderzoekspanel kunnen vragen worden voorgelegd aan een dwarsdoorsnee van de Nederlandse bevolking of specifieke doelgroepen (bv. boodschappers, beleggers, allochtonen, ouders van baby's, etc.). De panelleden hebben vooraf aangegeven mee te willen werken aan marktonderzoek. Ze worden beloond voor hun inzet en voortdurend geprikkeld (o.a. door een beloning per vraag, terugkoppeling resultaten). Dit garandeert een hoge en betrouwbare respons. De representativiteit en (serieuze) medewerking binnen het panel worden voortdurend gecontroleerd en bewaakt¹. PanelWizard hanteert de Gouden Standaard van de MOA, dé branchebreed erkende wegingbenadering voor onderzoeksresultaten.

Methode

Bij het onderzoek Vegamonitor is gebruik gemaakt van online onderzoek onder panelleden van het online onderzoekspanel PanelWizard Direct. De respondenten zijn op 14 juli 2017 uitgenodigd voor het onderzoek en op 18 juli is de mogelijkheid tot responderen gesloten.

Betrouwbaarheid

De steekproef bestond uit 1989 Nederlanders in de leeftijd van 16 jaar en ouder, representatief voor Nederland op geslacht, leeftijd, opleiding, gezinssituatie en arbeidsparticipatie. In totaal hebben van deze groep 1051 respondenten deelgenomen aan het onderzoek, een respons van 57%. Van deze groep hebben 1033 respondenten alle onderzoeksvragen beantwoord. Daarmee valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,0% kan afwijken van de werkelijke situatie. Dit betekent dat met 95% zekerheid gesteld kan worden dat de percentages die uit het onderzoek naar voren komen, in werkelijkheid niet meer dan 3,0% hoger of lager liggen. De onderzoeksverantwoording en de representatieve verdeling over de verschillende groepen zijn samengevat in bijlage 1.

Samenvatting onderzoeksverantwoording t.b.v. persbericht

Dit onderzoek is verricht door Kien Onderzoek (www.kienonderzoek.nl) in opdracht van Natuur & Milieu. Het onderzoek is uitgevoerd onder leden van PanelWizard Direct (www.panelwizard.com), middels de internetmethode. De netto steekproef bestond uit 1989 Nederlanders van 16 jaar en ouder, waarvan 1033 alle onderzoeksvragen hebben beantwoord. Deze steekproefomvang levert met een betrouwbaarheid van 95% een maximale afwijking van 3,0% van de werkelijke situatie voor de online doelgroep.

¹ Zie ook bijlage 2

Samenvatting onderzoeksresultaten Natuur & Milieu Vegamonitor

Bijna vier op de tien Nederlanders eten nu minder vlees dan vijf jaar geleden

Vleesconsumptie onder Nederlanders is gedaald ten opzichte van vijf jaar geleden: 37% van de Nederlanders geven namelijk aan nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden. Gemiddeld eten we 4,8 dagen per week vlees. Vooral vrouwen (44% vs. 30%), 50-plussers (46% vs. 30%) en alleenwonenden (48% vs. 35%) zeggen nu minder vlees te eten dan vijf jaar geleden. Van degenen die nu minder vlees eten dan vijf jaar geleden, geeft 41% aan dat de vleesconsumptie zelfs is gehalveerd in de afgelopen vijf jaar. Een kwart van degenen die nu minder vlees eten, geeft aan dat de misstanden in de vleessector onderdeel zijn van hun beweegredenen hiertoe (25%). Dit geldt iets vaker voor mannen (28%).

Elke dag vlees eten niet meer van deze tijd

Ruim de helft van de Nederlanders (54%) heeft het gevoel dat minder vlees eten de norm wordt in Nederland en 38% vindt elke dag vlees eten niet meer van deze tijd. Drie op de tien denken zelfs dat het aantal vegetariërs in Nederland over vijf jaar verdubbeld is (30% vs. 25% in 2016). 45% ziet in de afgelopen vijf jaar dan ook steeds meer mensen om zich heen steeds minder vlees eten. Ruim een derde (34%) van de vleeseters denkt over vijf jaar minder vlees te eten dan hij/zij nu doet, dit betreffen vooral vrouwen (39%) en hoogopgeleiden (45%). Het bewustzijn over het eten van vlees lijkt redelijk groot onder Nederlanders. Zo zeggen zes op de tien (61%) zich bewust te zijn van de impact van vleesproductie op het milieu en stelt slechts 14% dat elke dag vlees eten noodzakelijk is om gezond te blijven. Hoe hoger men opgeleid is, hoe vaker men zich hiervan bewust is van de impact van vleesproductie op het milieu (71% onder hoogopgeleiden tot 55% onder laagopgeleiden). Ook 40-plussers zijn zich hiervan vaker bewust (63% vs. 56%).

Ondanks dat men al verandering in de eigen omgeving ziet en zich ervan bewust is dat elke dag vlees eten niet noodzakelijk is, zijn de meeste mensen nog sceptisch over de toekomst. Zo denkt slechts 15% dat over vijf jaar vlees eten meer uitzondering dan regel is. Ook ziet toch nog 58% van de Nederlanders die minimaal één keer in de week vlees eten, zichzelf als een echte vleeseter. Dit komt misschien ook omdat de term flexitariër nog steeds relatief onbekend is; maar een derde (36%) weet wat een flexitariër is (t.o.v. 35% in 2016). Dit zijn vooral vrouwen (41%), hoogopgeleiden (49%) en Nederlanders jonger dan 50 jaar (44%). Mannen (70%) noemen zichzelf vaker 'echte vleeseters'. Bij mannen bestaat dan ook nog vaker het beeld dat vlees eten noodzakelijk is om gezond te blijven (18% vs. 9%). De meerderheid van de Nederlanders is echter van mening dat dit niet noodzakelijk is (55%), dit betreft vooral hoogopgeleiden (68%).

Meerderheid wil grotere portie groente in horeca

In de horeca zou de samenstelling van maaltijden mogen veranderen; ruim de helft van de Nederlanders zou het namelijk fijn vinden als zij een grotere portie groente zouden krijgen in de horeca dan nu vaak het geval is (55%). Vooral vrouwen (61%) en hoogopgeleiden (65%) zouden dat vaak fijn vinden. 21% zou de portie vlees het liefst kleiner zien; de helft zou dit echter juist niet fijn vinden (51%). Zeven op de tien Nederlanders verwennen zichzelf dan ook nog graag met een stuk vlees of kip wanneer zij uiteten gaan (70%); dit zijn vooral mannen (77%). Slechts 7% kiest vaak voor een vegetarische maaltijd tijdens een etentje; dit zijn voornamelijk vrouwen (10% vs. 4%).

Dat er nog weinig vegetarisch gegeten wordt in de horeca, heeft wellicht te maken met het aanbod en de kwaliteit van vegetarische gerechten in de horeca. Een derde (36%) vindt het aanbod namelijk te beperkt (t.o.v. 33% in 2016) en slechts een vijfde (20%) vindt de kwaliteit van vegetarische gerechten in de horeca goed. Met name vrouwen (40%), mensen jonger dan 50 (39%) en hoogopgeleiden (49%) vinden het

aanbod van vegetarische gerechten in de horeca te beperkt. Ruim drie op de tien (31%) denken dat er de komende vijf jaar steeds meer restaurants met uitsluitend vegetarisch gerechten gaan komen. Een derde (34%) zou het fijn vinden als er in de horeca meer keus zou zijn in vegetarische gerechten en 18% is voor meer aanbod van kant-en-klare vleesvervangers in de horeca. In vergelijking met het buitenland, vindt slechts 12% het vegetarisch aanbod in restaurants in Nederland beter. Dat er weinig vegetarisch gegeten wordt in de horeca heeft in ieder geval niet te maken met dat men het gênant vindt om een vegetarische maaltijd te bestellen; slechts 4% heeft hier last van. 69% heeft die gêne niet.

Mannen eten vaker vlees, vrouwen vaker zuivel

19% van de Nederlanders van 16 jaar en ouder geeft aan elke dag vlees te eten bij de warme maaltijd. 44% eet gemiddeld vijf of zes dagen in de week vlees bij deze maaltijd en 34% doet dit één tot vier dagen in de week. Vooral Nederlanders jonger dan 40 jaar (25% vs. 16%) en mannen (23% vs. 15%) zeggen vaker zeven dagen in de week vlees te eten bij de warme maaltijd. 22% consumeert dagelijks vleeswaren en/of vleessnacks (tijdens ontbijt, lunch of tussendoor). 50-plussers consumeren vaker elke dag vleessnacks en vleeswaren (26% vs. 19%), net als laagopgeleiden (29% vs. 16% onder hoogopgeleiden). Zuivel is net als in 2016 het meest geconsumeerde dierlijke product: 98% nuttigt minimaal eens per week een zuivelproduct, zoals melk, kaas of yoghurt. Ruim de helft (54%) eet of drinkt zelfs elke dag zuivelproducten. Vrouwen (60% vs. 48%) nuttigen vaker elke dag zuivelproducten, net als 50-plussers (60% vs. 49%).

Vrouwen en hogeropgeleiden eten vaker vegetarisch en/of vleesvervangers

Ruim een derde (35%) eet minimaal één keer per week een vegetarische maaltijd. De frequentie waarmee vegetarische maaltijden genuttigd worden is licht gestegen ten opzichte van 2016: Nederlanders eten steeds vaker drie keer of meer per week vegetarisch (9% vs. 7%). Het grootste deel doet dit echter nog steeds, net als in 2016, gemiddeld ongeveer één (18%) à twee (7%) dagen in de week. Jongeren (43%), vrouwen (41%) en alleenwonenden (41%) eten vaker weleens een vegetarische maaltijd. Ook geldt dat hoe hoger men is opgeleid, hoe vaker men minstens één keer in de week vegetarisch eet (53% onder hoogopgeleiden tot 25% onder laagopgeleiden). Vleesvervangers worden door bijna een kwart (23%) gemiddeld eens per week gegeten. 6% eet zelfs minimaal drie keer per week vleesvervangers, wat een stijging is ten opzichte van 2016 (3%). Vrouwen eten vaker weleens vleesvervangers (26%), net als hoogopgeleiden (33%).

Vrouwen eten vegetarisch om bijdrage aan natuur, milieu en dierenwelzijn

De belangrijkste redenen om weleens vegetarisch te eten zijn 'variatie in maaltijden' (43%), 'bijdragen aan een betere natuur en een beter milieu' (40%), 'bijdragen aan het dierenwelzijn' (38%) en de 'eigen gezondheid' (34%). Vergeleken met 2016 wordt geld besparen minder vaak als reden genoemd (8% vs. 16%). Mannen geven vaker aan dat de wens van hun partner of een ander gezinslid de reden is om (soms) vegetarisch eten (17% vs. 5%), terwijl vrouwen het bijdragen aan het dierenwelzijn (48% vs. 22%) en aan een beter natuur en milieu (45% vs. 31%) vaker als reden geven. Ook is het niet zo lekker vinden van vlees/kip/vis voor vrouwen (10% vs. 3%) en jongeren (14% vs. 5%) vaker een reden om (weleens) vegetarisch te eten. Voor Nederlanders jonger dan 60 jaar zijn variatie in maaltijden (46% vs. 33%) en nieuwsgierigheid naar andere recepten (12% vs. 4%) vaker reden om (weleens) vegetarisch te eten.

Mannen kunnen niet zonder vlees

De belangrijkste redenen om weleens vlees te eten bij de warme maaltijd zijn dat men zonder vlees de maaltijd niet compleet vindt (42%) en dat het een routine of gewoonte is (38%). Ook geeft meer dan een kwart aan dat men (weleens) vlees eet omdat men anders de smaak en structuur van vlees zou missen en/of vanwege de variatie in maaltijden (beide 27%). Vooral mannen en dertigers geven als reden dat hun maaltijd niet compleet is zonder vlees (resp. 51% en 54%) en dat ze de smaak en structuur van vlees

zouden missen (resp. 32% en 37%). Vrouwen geven daarentegen vaker de wens van hun partner/ander gezinslid als reden om (soms) vlees te eten (21% vs. 6%). Jongeren (<30 jaar) geven vaker routine of gewoonte als reden voor het (weleens) eten van vlees (51%) en/of de eigen gezondheid (18% vs. 12%). 60-plussers geven vaker als reden dat ze vleesvervangers niet zo lekker vinden (27% vs. 16%) en/of te zout vinden (3% vs. 1%)

55% zou vaker vleesvervangers eten wanneer deze gezonder zouden zijn

23% van de Nederlanders eet gemiddeld één keer in de week vleesvervangers. De meesten doen dit één of twee dagen in de week (17%). Als kant-en-klare vleesvervangers gezonder zouden zijn, zou ruim de helft van degenen die (bijna) nooit vleesvervangers eten (55%) deze (waarschijnlijk) vaker gaan eten. 50% zou vaker vleesvervangers eten als ze niet van vlees te onderscheiden zouden zijn en/of als er een uitgebreider aanbod van zou zijn. Ook als vleesvervangers lekkerder (49%) of goedkoper (45%) zouden zijn, zouden Nederlanders ze (waarschijnlijk) vaker eten. Over het algemeen zijn vooral jongeren (<30 jaar) bereid vaker kant-en-klare vleesvervangers te eten als bovengenoemde situaties anders zouden zijn. Vooral mannen zouden vaker kant-en-klare vleesvervangers eten wanneer het niet van vlees te onderscheiden zou zijn (54% vs. 46%).

Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording

Natuur & Milieu Vegamonitor 2017

| | |
|---------------------------------|--|
| Onderzoeksmethode | Online |
| Steekproef | Nederlanders van 16 jaar en ouder |
| Bron | PanelWizard |
| Bruto steekproef | 1989 |
| Netto steekproef (# op vrg 1) | 1051 |
| Volledige vragenlijsten (netto) | 1033 |
| Responspercentage | 57% |
| Datum start veldwerk | 14-jul |
| Datum veldwerk gereed | 18-jul |
| Betrouwbaarheidsniveau* | 95% |
| Maximale afwijking* | 3,0% |
| Representatief naar: | Geslacht, leeftijd, gezinssituatie, arbeidsparticipatie, opleiding |
| Weging | Niet van toepassing |

| Respons breakdown | aantal |
|--------------------------------|---------------|
| bruto steekproef | 1989 |
| bouncers (schatting) | 80 |
| buiten selectie | n.v.t. |
| verwijderd na datacheck | 45 |
| afgebroken vragenlijsten | 18 |
| geen medewerking | 813 |
| Volledige vragenlijsten | 1033 |

* Bij 1033 afgenomen vragenlijsten valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 3,0% zal afwijken van de werkelijke situatie (als alle Nederlanders in de doelgroep ondervraagd zouden zijn).

Dit onderzoek is uitgevoerd conform de richtlijnen van ISO 20252 (marktonderzoek) en ISO 26362 (access panels)



| Geslacht | % gewenst** | % behaald |
|-----------------|--------------------|------------------|
| Man | 49,3 | 48,5 |
| Vrouw | 50,7 | 51,5 |
| N | | 1051 |

| Leeftijd | % gewenst** | % behaald |
|------------------|--------------------|------------------|
| 16-29 jaar | 21,1 | 18,5 |
| 30-39 jaar | 14,8 | 15,9 |
| 40-49 jaar | 18,4 | 17,4 |
| 50-59 jaar | 17,3 | 17,6 |
| 60 jaar en ouder | 28,3 | 30,6 |
| N | | 1051 |

| Gezinssituatie | % gewenst** | % behaald |
|---|--------------------|------------------|
| Eénpersoons | 20,8 | 20,6 |
| Meerpersoons (zonder kinderen <18) | 47,7 | 50,3 |
| Meerpersoons met kinderen (jongste <13) | 21,7 | 20,6 |
| Meerpersoons met kinderen (jongste 13-17) | 9,8 | 8,5 |
| N | | 1051 |

| Arbeidsparticipatie | % gewenst** | % behaald |
|----------------------------|--------------------|------------------|
| Full-time | 30,8 | 34,2 |
| Part-time | 21,8 | 21,6 |
| Niet werkend | 47,3 | 44,2 |
| N | | 1051 |

| Opleiding | % gewenst** | % behaald |
|------------------|--------------------|------------------|
| Laag | 33,4 | 30,4 |
| Midden | 42,4 | 43,2 |
| Hoog | 24,1 | 26,4 |
| N | | 1051 |

** Dit is de verdeling zoals die in heel Nederland is binnen de gewenste selectie
(o.b.v. de Gouden Standaard van de MOA)

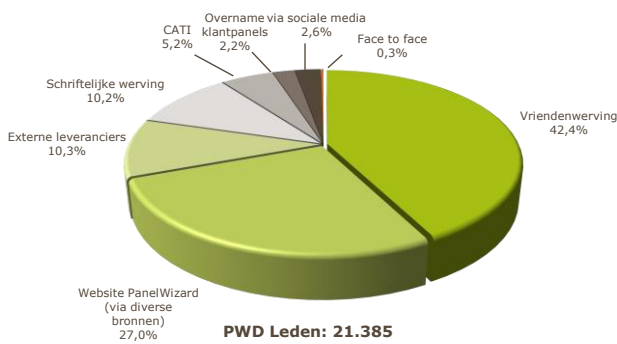
Bijlage 2 Kwaliteit PanelWizard Direct

Introductie PanelWizard Direct

PanelWizard Direct bestaat sinds 2001 en is sindsdien uitgegroeid tot één van de beste panels van Nederland. Panelleden worden zorgvuldig geselecteerd en gemotiveerd. Het ISO-gecertificeerde panel (ISO 26362) wordt grondig onderhouden en beheerd. PanelWizard Direct heeft de beschikking over verschillende soorten panels en bestaat in totaal uit ruim 30.000 leden (peiljaar 2015). PanelWizard Direct is wars van langdurige procedures en profileert zich met haar 'operational excellence'. Daardoor is PanelWizard Direct snel, transparant, betaalbaar en biedt het vooral goed onderzoek. U hebt de regie zelf volledig in handen, maar u wordt ook altijd ondersteund door de onderzoeksexpertise van Kien. Zowel Kien als PanelWizard Direct zijn aangesloten bij de MOA en ESOMAR (respectievelijk de Nederlandse en Europese branchevereniging van marktonderzoekbureaus) en ISO 20252 gecertificeerd.

| PanelWizard Direct | | |
|--|--|---|
| Consumenten panel Bestaande uit Nederlanders van 16 jaar en ouder verspreid over algemene sociaal-demografische kenmerken, zoals geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio, etc. | B-2-B panel Bestaande uit beslissers (financieel, HRM, inkoop, marketing, ICT, Office Supply) binnen ondernemingen, leidinggevend, ZZP-ers uit uiteenlopende branches en sectoren. | Kinder- en tienerpanel Bestaande uit ruim 2.000 kinderen en tieners in de leeftijd van 6 t/m 15 jaar verspreid over demografische kenmerken als geslacht, leeftijd, regio, etc. |

Werving



De werving van panelleden vindt plaats via een groot aantal bronnen. Zoveel mogelijk wordt getracht te werken met verse panelleden, onder andere door werving via member-get-member, verenigingen, doorstroming uit het kinderpanel en via de website van PanelWizard Direct. Laatstgenoemde methode wordt niet actief ingezet. Inschrijvers worden niet automatisch toegelaten om zelfselectie zoveel mogelijk te voorkomen. Hiernaast een overzicht van de meest gebruikte wervingmethoden in percentages van het panel. Ieder panelid is na aanmelding in eerste instantie aspirant lid. Pas na reactie op de bevestigingsmail (double opt-in) en een aantal controles op

antwoordgedrag (dmv een screeningsonderzoek) wordt een aspirant panelid toegelaten tot het panel. Voor specifieke doelgroepen bestaat de mogelijkheid om river recruitment toe te passen. Er wordt dan een gerichte member-get-member actie in gang gezet, waarbij panelleden die voldoen aan de vereiste criteria worden gevraagd om anderen uit dezelfde specifieke doelgroep te werven via e-mail, social media, etc.

Screenshot (voorbeeld) van clubpagina: panelleden:

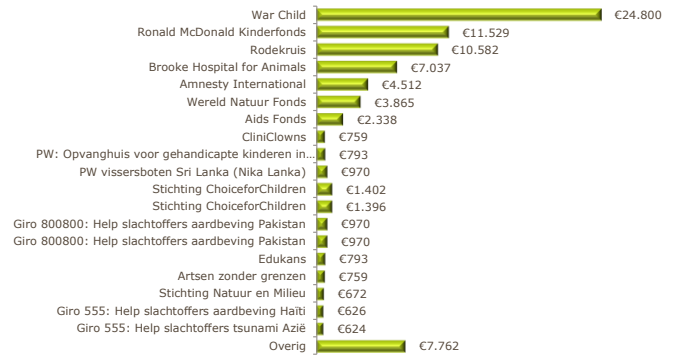
Enkele screenshots van persoonlijke pagina



Motivatie

PanelWizard Direct zorgt voor korte en afwisselende vragenlijsten om panelleden gemotiveerd en fris te houden. De combinatie van verschillende onderwerpen, afwisselende vraagtypes en inzet van multimedia fragmenten zorgen voor leuke vragenlijsten. We belonen naar inzet met 10 eurocent per vraag, zodoende is er een 100% koppeling tussen inspanning en beloning. Panelleden kunnen beslissen om de beloning zelf te houden, te sparen voor hun club/vereniging of te doneren aan een van de samenwerkende goede doelen. Aan goede doelen werd de afgelopen jaren €83.156 geschonken uit naam van de panelleden (zie tabel hiernaast voor de verdeling). Nog een manier om panelleden betrokken te houden is om de onderzoeksresultaten terug te koppelen. Op de website staan regelmatig gepubliceerde persberichten met interessante onderzoeksuitslagen. De betrokkenheid en motivatie van de leden van PanelWizard Direct komt duidelijk naar voren in het hoge gemiddelde responspercentage van 65%.

Totaal: 83.156 euro



Steekproeftrekking en representativiteit

Voor de steekproeftrekking maakt PanelWizard Direct gebruik van de Gouden Standaard: het ijkinginstrument voor nationale en regionale steekproeven. De Gouden Standaard is ontwikkeld door de MOA in samenwerking met het CBS en wordt jaarlijks geüpdatet met de nieuwste cijfers en percentages van de Nederlandse bevolking. Bruto steekproeven worden standaard representatief uitgestuurd op 6 socio-demografische achtergrondvariabelen: geslacht, leeftijd, regio, gezinssamenstelling en arbeidsparticipatie. Door het hoge responspercentage, komt het zelden voor dat de netto steekproef (daadwerkelijke respondenten) niet representatief is. Wanneer dit wel het geval is, worden respondenten uit overtollige groepen verwijderd. Dit gebeurt non-interlocked, dat wil zeggen dat wanneer er een overschot is van mannen en jongeren in een netto steekproef, zowel mannen als jongeren los van elkaar worden verwijderd (er worden dus niet alleen maar jongere mannen verwijderd). Mocht ook het verwijderen van overtollige groepen niet volstaan, dan kan in overleg met de opdrachtgever eventueel worden overgegaan tot een wijziging van de onderzoeksresultaten.



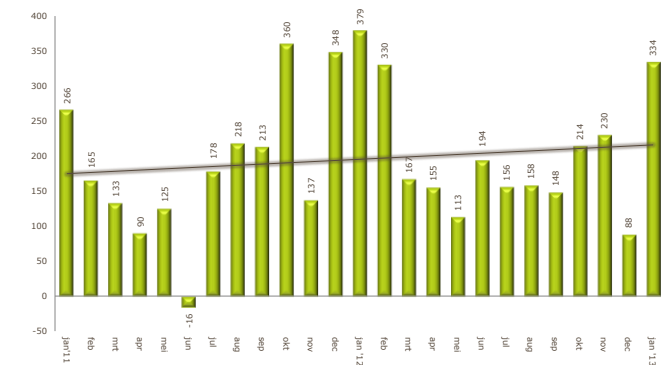
Centraal Bureau voor de Statistiek

Kwaliteit panel en onderzoeken

De kwaliteit van online veldwerk valt of staat met de betrouwbaarheid waarmee respondenten de vragenlijsten invullen. PanelWizard Direct controleert deze betrouwbaarheid nauwlettend, door een aantal ingebouwde controlestappen. Voor ieder onderzoek wordt een controlevraag gesteld naar het geslacht en de leeftijd van de respondent, hiermee wordt gecontroleerd of de beoogde respondent overeenkomt met de daadwerkelijke respondent. Na ieder onderzoek worden per respondent controles uitgevoerd op de snelheid van invullen, lengte en inhoud van open antwoorden en gelijke waarderings/antwoordpatronen. Zo worden inconsistente, onbetrouwbare, te snelle en niet-serieuze respondenten uit de netto respons gehaald. De betreffende respondenten worden geregistreerd op een blacklist. Bij twee vermeldingen op deze blacklist wordt een panellid uitgeschreven uit het panel. PanelWizard Direct zorgt ervoor dat haar panelleden regelmatig worden uitgenodigd voor onderzoeken. Het PanelWizard systeem is zodanig opgebouwd dat wanneer een panellid al enige tijd geen uitnodiging heeft gehad voor een onderzoek, hij/zij voorrang krijgt bij het versturen van nieuwe uitnodigingen.

Onderhoud en beheer

Na ieder onderzoek wordt het panellid verzocht om de eigen gegevens te controleren en indien nodig te updaten. Tevens wordt tweemaal per jaar, bij de uitkering van de beloning, gevraagd om de gegevens door te nemen en waar nodig te muteren, zodat de gegevens zoveel mogelijk up-to-date blijven. De persoonsgegevens van panelleden worden nimmer vrijgegeven, tenzij panelleden hier expliciet toestemming voor geven. Nonrespondenten en bouncers worden twee keer per jaar visueel gecontroleerd en schriftelijk benaderd voor continuering van het panellidmaatschap. Sinds 1 januari 2011 zijn in totaal 7.078 panelleden gewonnen en 2.543



panelliden uitgeschreven (8,1% van het totaal). Per saldo is het aantal panelleden toegenomen met 4.535. De uitschrijving gebeurde op eigen initiatief of vanuit kwaliteitschecks van PanelWizard Direct.