



# HET NATIONALE FRISSE DRANKEN ONDERZOEK 2019

Een kwantitatief onderzoek onder drinkers van frisse dranken in opdracht van Floor van Aerde,  
Manager Communicatie bij FWS

JORIS DE JONGH  
ANOUK TRAMPER

AMSTERDAM, SEPTEMBER 2019

## INHOUDSOPGAVE

- > Vooraf 03
- > Profiel 08
- > Consumptie 10
- > Gezondheid 16
- > Producenten 23
- > Bijlagen 25





## DOEL

- > Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters, Sappen (FWS). In dit onderzoek hebben we de consumptie van frisse dranken onder Nederlanders in kaart gebracht.
- > Frisse dranken is de verzamelnaam voor:
  - Frisdrank, regular (gewone)
  - Frisdrank, light/zero
  - Vruchtensappen/-dranken
  - Mineraal-/bronwater
  - Water met een smaakje
  - Limonadesiroop aangelengd met water
  - Energiedrank

### Onderzoeksvraag

- > *Hoe ziet de consumptie van frisse dranken onder Nederlanders eruit?*



## DOELGROEP

- > De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit Nederlanders die minimaal één keer per maand fris drinken. Deze steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.
- > In de pers kan de doelgroep van dit onderzoek worden omschreven als: *De Nederlander die fris drinkt*.  
In deze rapportage noemen wij deze doelgroep: *Nederlanders*.
- > In totaal hebben 1.044 Nederlanders deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan waren 831 Nederlanders ouder dan 18 jaar en 213 Nederlanders tussen de 14 en 22 jaar oud (Generatie Z)

### Generaties

- > Om uitspraken te kunnen doen per generatie hebben we het onderzoek ook uitgevoerd onder 14 tot en met 17-jarigen. Deze steekproef is representatief op geslacht en leeftijd.
- > Relevante en interessante verschillen tussen generaties worden in het rapport tekstueel beschreven. Hierbij zijn de resultaten uitgesplitst naar de volgende generaties:



GenZ  
14-22 jaar



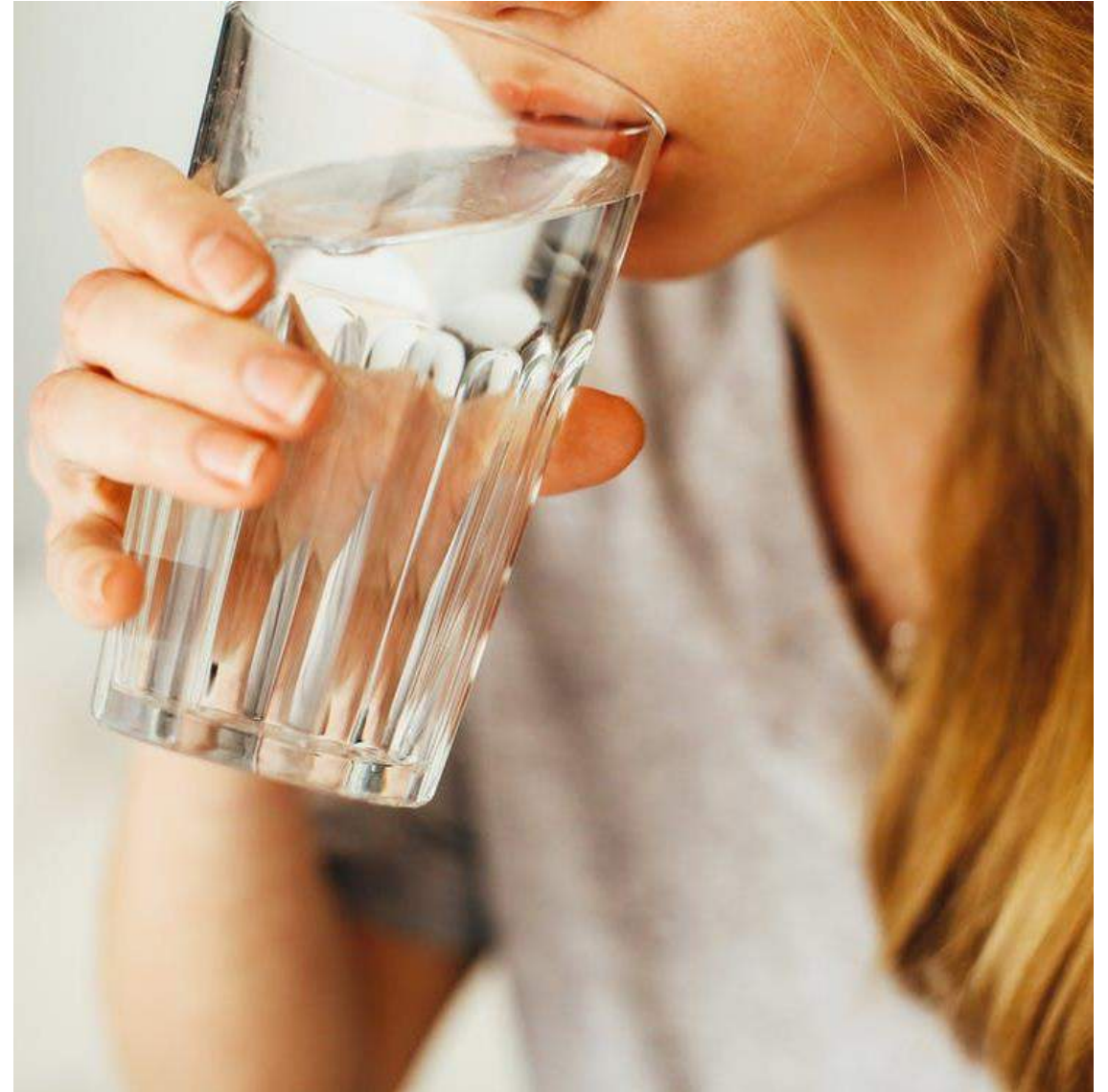
Millennials  
23-37 jaar



Generatie X  
38-57 jaar



Babyboomers  
58-73 jaar



## METHODE

### Steekproefomvang en betrouwbaarheid

- > Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een steekproef, niet iedereen uit de populatie heeft zijn of haar mening gegeven. Als de uitkomsten van dit onderzoek worden gebruikt om over de populatie uitspraken te doen, dan moeten betrouwbaarheidsmarges in acht worden genomen. Bij een steekproefomvang van  $n=831$  bedraagt de maximale marge bij 95% betrouwbaarheid 3,4%.

### Steekproef en representativiteit

- > Als steekproefkader hebben we gebruik gemaakt van het onlinepanel van Panelclix. Wij werken met leveranciers die voldoen aan onze kwaliteitseisen conform het Research Keurmerk, gebaseerd op ISO-norm 20252. Hieruit is een quota steekproef getrokken.
- > Voor de steekproefopzet zijn wij uitgegaan van een representatieve basissteekproef van Nederlanders van 18 jaar en ouder, representatief naar geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Met behulp van een selectievraag zijn vervolgens de frisse drank drinkers geselecteerd (drinken minimaal eens per maand fris).
- > De representativiteit is bereikt door stratificatie van de steekproef, quotering tijdens de dataverzameling en een kleine weging achteraf. Als referentiebestand hebben we gebruik gemaakt van de Gouden Standaard 2018, ontwikkeld door de MOA en het CBS.

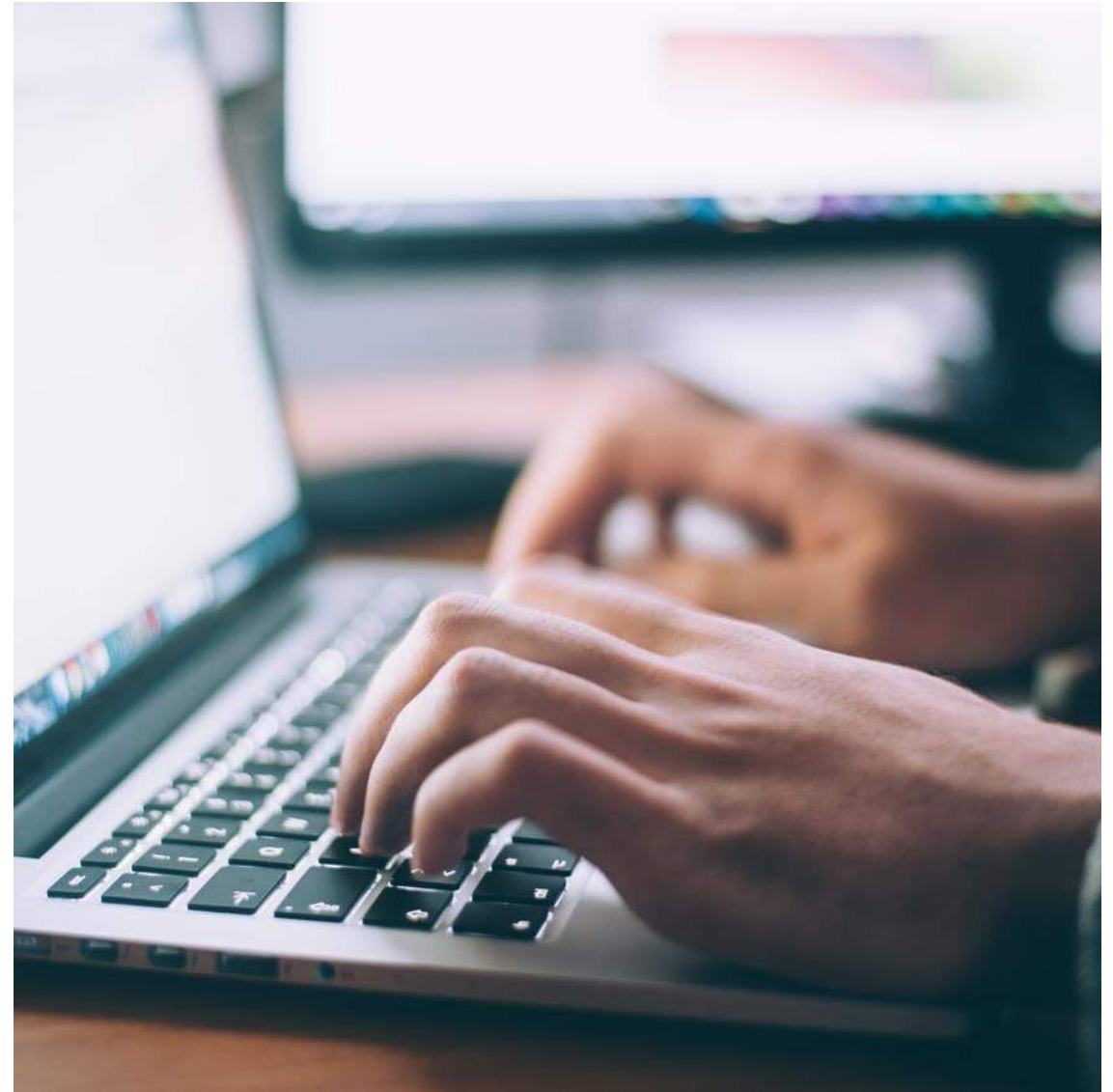
### Dataverzameling

- > De vragenlijst heeft online gestaan van 15 tot en met 25 augustus 2019. De vragenlijst is in nauw overleg met FWS tot stand gekomen. In totaal hebben 831 Nederlandse frisse dranken drinkers van 18 jaar en ouder de vragenlijst helemaal ingevuld. Gemiddeld hebben ze 10 minuten nodig gehad om de vragenlijst in te vullen.

## OVER DIT RAPPORT

### Leeswijzer

- > In de grafieken en modellen worden de resultaten getoond van de frisse dranken drinkers van 18 jaar en ouder op totaalniveau. Vervolgens bespreken we tekstueel relevante doelgroepverschillen tussen generaties en geslacht.
- > De hoofdstukken zijn ingedeeld per thema; consumptie, gezondheid, verpakking en producenten. Dit rapport sluit af met een onderzoeksverantwoording.


















## PROFIEL

### Frisse dranken drinkers

Nederlanders van 14 jaar en ouder die minimaal één keer per maand frisdrank regular, frisdrank light/zero, vruchtensappen/-dranken, mineraal-/bronwater, water met een smaakje, limonadesiroop aangelengd met water of energiedrank drinken.

### Welke van onderstaande dranken drink jij minimaal één keer per maand?

Basis: Nederlanders 14+ (n=1.092)

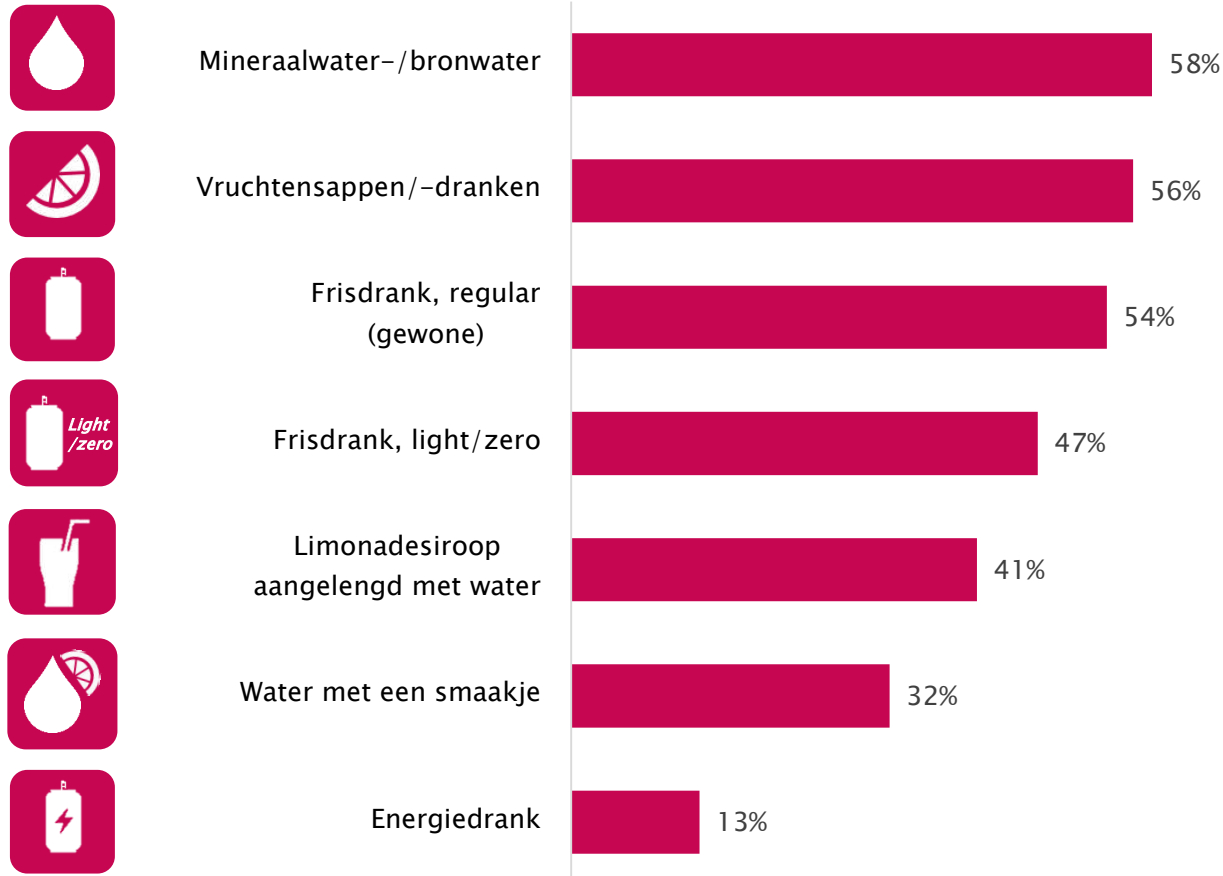
								
	Drinkt maandelijks frisse dranken	Frisdrank, regular (gewone)	Frisdrank, Light/zero	Vruchtensap /-drank	Mineraal-/bronwater	Water met een smaakje	Limonade-siroop, aangelengd met water	Energie-drink
	Nederlanders	96%	51%	44%	54%	30%	39%	12%
	Man	50%	57%	48%	55%	30%	34%	18%
	Vrouw	50%	45%	41%	52%	31%	43%	7%
	GenZ (14–22 jaar)	26%	76%	44%	54%	32%	59%	24%
	Millennials (23–37 jaar)	19%	65%	54%	57%	39%	55%	27%
	Generatie X (38–57 jaar)	27%	49%	43%	54%	29%	38%	11%
	Babyboomers (58–73 jaar)	24%	37%	39%	47%	22%	25%	3%



# NAAST WATER DRINKT RUIM DE HELFT VAN DE NEDERLANDERS MAANDELIJKS VRUCHTENSAPPEN EN REGULAR FRISDRANK

Welke van onderstaande dranken drink jij minimaal één keer per maand?

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



- > De Millennials zijn relatief meer fan van light/zero frisdrank (55%) dan de andere generaties.
- > GenZ en Millennials drinken ook vaker limonadesiroop (GenZ: 59%; Millennials: 56%) en energiedrank (Millennials: 27%; GenZ: 24%).










- > Mannen drinken vaker regular frisdrank (60% vs 48%) en energiedrank (19% vs 7%) dan vrouwen.
- > Vrouwen drinken daarentegen vaker limonadesiroop (45% vs 36%).

# OVERALL DRINKT MEN THUIS VERSCHILLENDE FRISSE DRANKEN. IN EEN RESTAURANT, BIJ FAMILIE/VRIENDEN EN OP HET TERRAS VOORAL REGULAR FRISDRANK

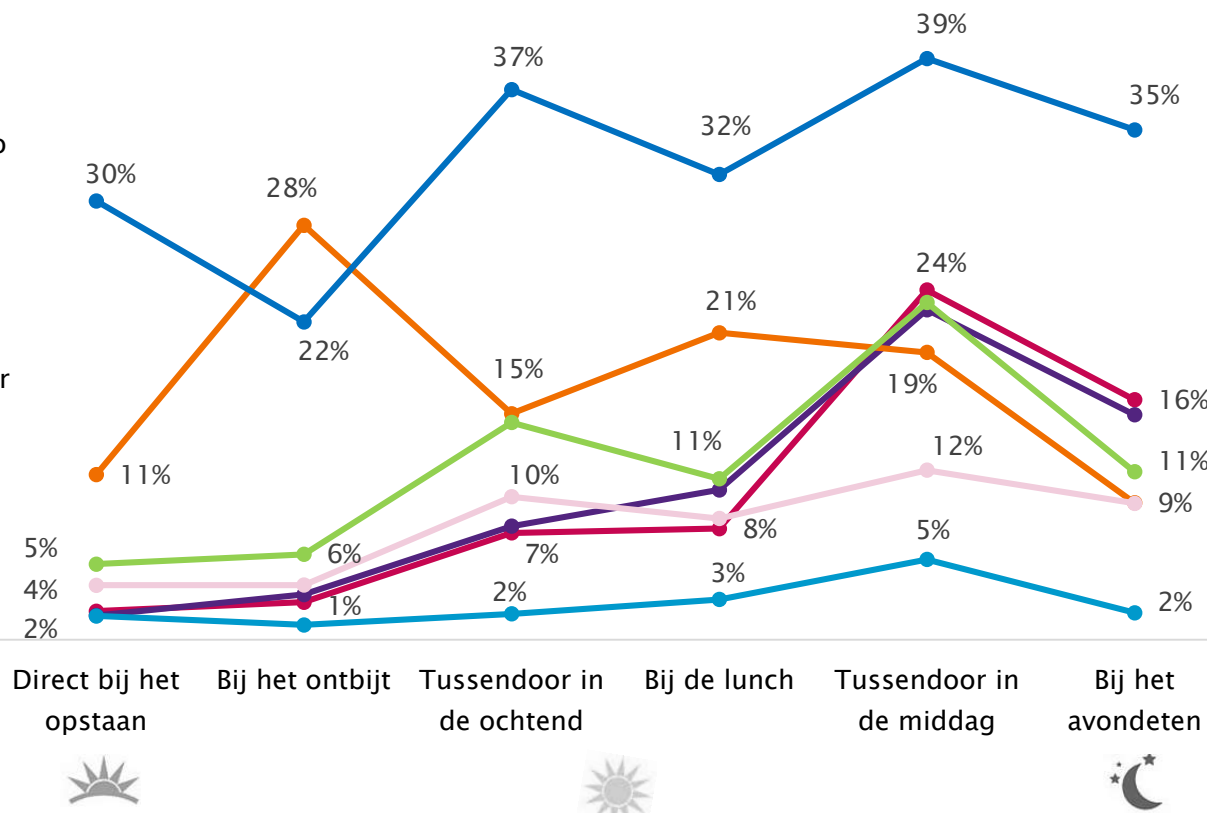
Geef per locatie aan waar je deze drank wel eens drinkt.

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)

	Thuis	Op het Werk	In een restaurant	Bij familie/vrienden	Op het terras
 Mineraal/bronwater	50%	32%	36%	39%	26%
 Vruchtensappen/-dranken	48%	11%	18%	34%	20%
 Frisdrank, regular	42%	11%	37%	42%	36%
 Frisdrank, light/zero	39%	11%	29%	34%	30%
 Limonadesiroop, aangelengd met water	35%	10%	2%	14%	2%
 Water met een smaakje	24%	10%	6%	14%	7%
 Energiedrank	9%	3%	1%	4%	2%

# WATER DRINKT MEN VRIJWEL DE HELE DAG DOOR. MINDER BIJ HET ONTBIJT, DAN WORDT VOORAL VRUCHTENSAP GEDRONKEN. ANDERE DRANKEN DRINKEN NEDERLANDERS VOORAL TUSSENDOR IN DE MIDDAG

Geef per dagdeel aan wanneer je deze drank wel eens drinkt.  
Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



- > Direct bij het opstaan (40%) en bij het ontbijt (37%) drinken Millennials relatief vaak mineraal-/bronwater.
- > Bij de lunch worden vruchtensappen vooral door GenZ gedronken (26%).

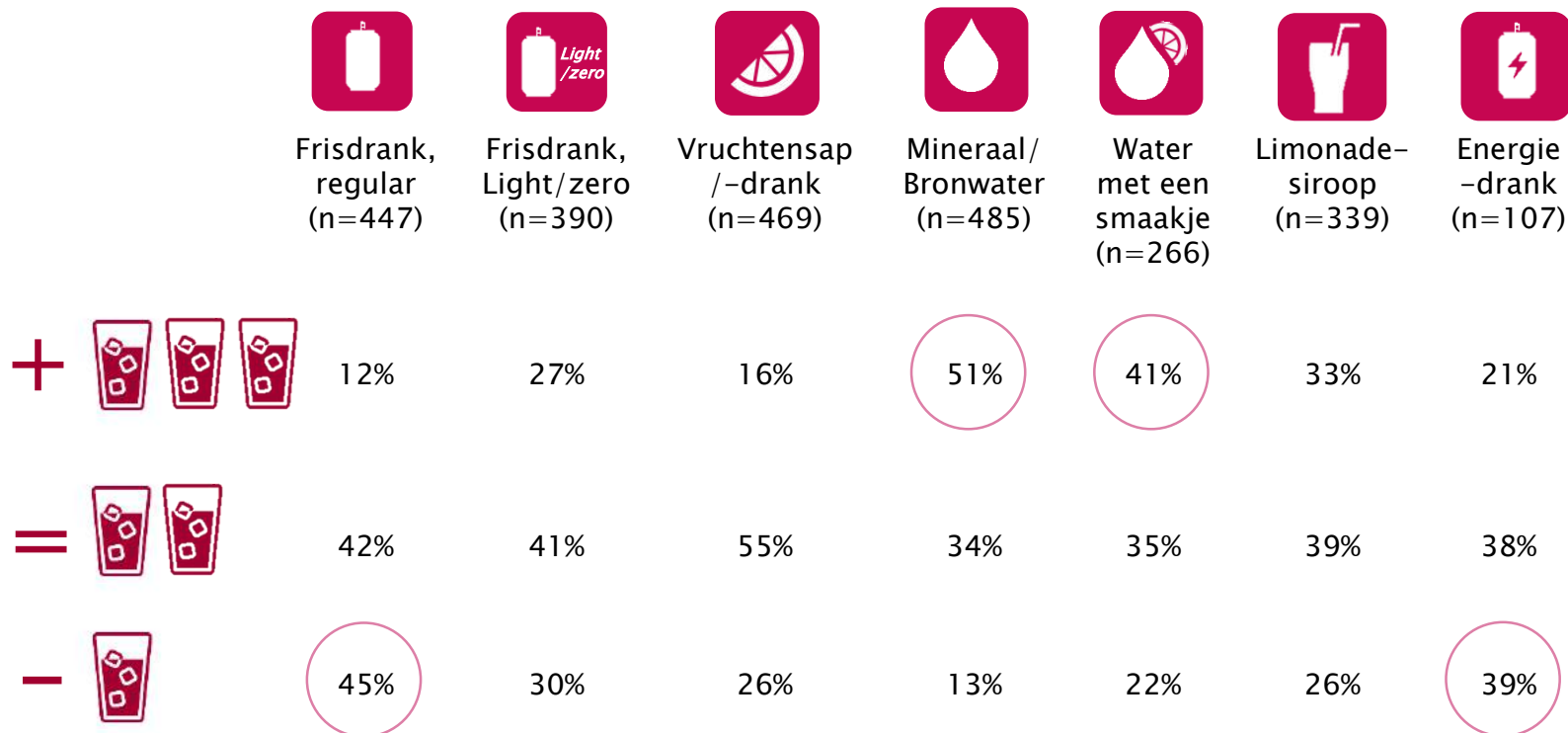


- > Mannen drinken direct bij het opstaan vaker vruchtensappen dan vrouwen (15% vs 7%).
- > Ook bij het avondeten drinken zij vaker vruchtensappen dan vrouwen (13% vs 6%).

# VOORAL REGULAR FRISDRANK EN ENERGIEDRANK WORDT MINDER GEDRONKEN DAN TWEE JAAR GELEDEN. NEDERLANDERS ZEGGEN NU MEER WATER EN WATER MET EEN SMAAKJE TE DRINKEN

Drink je onderstaande dranken meer of minder dan twee jaar geleden?

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



> Vooral Millennials drinken vaker light/zero frisdrank dan twee jaar geleden (34%). Deze generatie geeft ook van alle generatie het vaakst aan meer mineraalwater te drinken dan twee jaar geleden (59%).

# SMAAK IS DE VOORNAAMSTE REDEN OM FRISSE DRANKEN TE DRINKEN. VOORAL WATER, VRUCHTENSAP EN WATER MET EEN SMAAKJE DRINKT MEN OMDAT HET GEZOND IS

Waarom drink je onderstaande dranken wel eens? Top 4  
Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)

Icon	Drank	Leuker	Gezond	Voldoende vocht	Variatie
	Frisdrank, regular (n=447)	63% lekker	31% verfrissend	30% dorstlessend	27% voor de variatie
	Frisdrank, Light/zero (n=390)	62% lekker	35% dorstlessend	31% verfrissend	24% voor de variatie
	Vruchtensap/-drank (n=469)	71% lekker	33% gezond	26% variatie	25% verfrissend
	Mineraal/Bronwater (n=485)	66% dorstlessend	64% gezond	60% voldoende vocht	53% verfrissend
	Water met een smaakje (n=266)	51% lekker	47% verfrissend	42% dorstlessend	33% gezond
	Limonadesiroop (n=339)	55% lekker	50% dorstlessend	42% verfrissend	41% voldoende vocht
	Energie-drink (n=107)	56% lekker	24% verfrissend	24% variatie	19% dorstlessend



- > Babyboomers drinken vaker vruchtensappen (25%) en light/zero frisdrank (23%) om voldoende vocht binnen te krijgen dan de andere generaties.
- > GenZ drinkt relatief vaak mineraal-/bronwater (38%) en limonadesiroop (28%) uit gewoonte.



- > Mannen drinken vooral regular frisdrank omdat het verfrissend is (39% vs 21%).
- > Ook drinken zij vaker vruchtensappen omdat het dorstlessend is (26% vs 18%).
- > Terwijl dat vrouwen vaker limonadesiroop drinken voor de variatie (33% vs 20%), drinken mannen het vaker uit gewoonte (18% vs 10%).



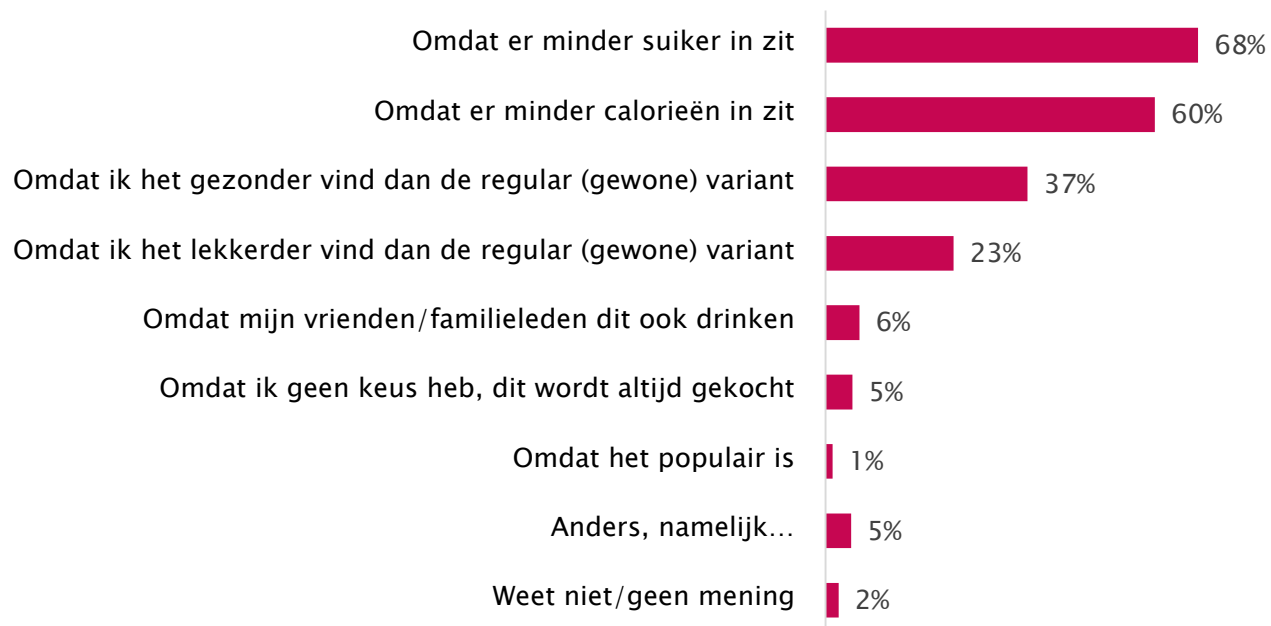


## NEDERLANDERS DRINKEN VOORAL LIGHT/ZERO FRISDRANKEN OMDAT ER MINDER SUIKER EN CALORIEËN IN ZITTEN



### Waarom drink jij light/zero frisdranken?

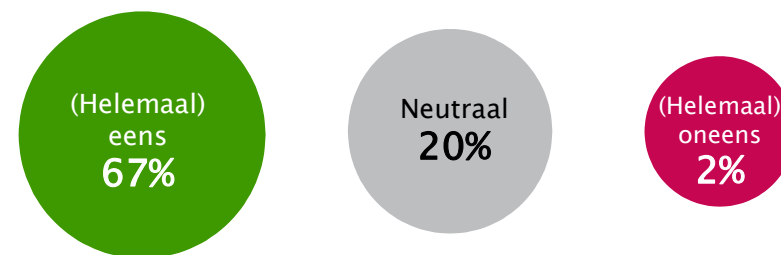
Basis: light/zero frisdrank drinkers 18+ (n=390)



- > Babyboomers drinken vooral light/zero frisdranken omdat er minder suiker in zit (78%).
- > Voor GenZ zijn familie/vrienden die dit drinken (27%) en het hebben van geen keus (21%) vaker een reden om light/zero frisdrank te drinken.
- > Vrouwen drinken light/zero frisdranken vaker omdat er minder calorieën in zitten (66% vs 56%) en ze het lekkerder vinden (29% vs 19%) in vergelijking met mannen.

### Ik vind dat het aanbod van light/zero frisdranken nu groter is dan twee jaar geleden

Basis: light/zero frisdrank drinkers 18+ (n=390)



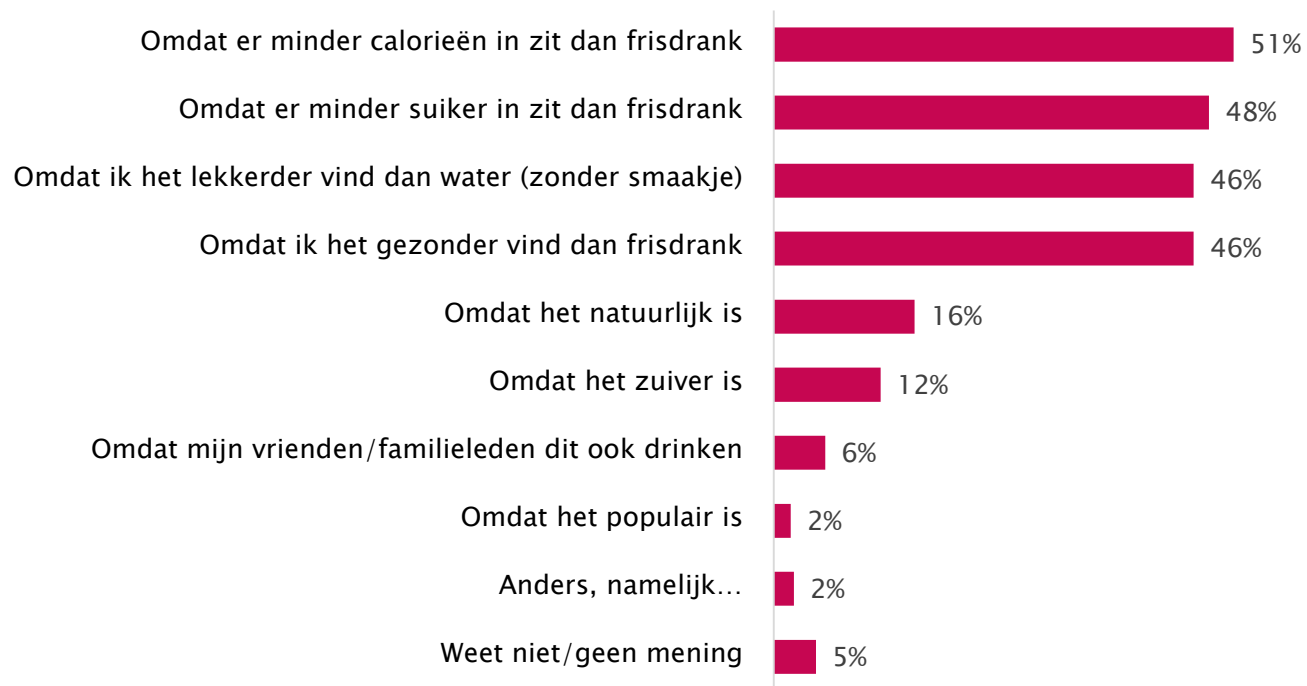
- > Millennials vinden vaker dan de andere generaties dat het aanbod van light/zero frisdranken nu groter is dan twee jaar geleden (78% (helemaal) eens).

## MINDER CALORIEËN EN SUIKER BEPALEN VOORNAMELIJK DE KEUZE VOOR WATER MET EEN SMAAKJE. OOK SPELEN SMAAK EN GEZONDHEID EEN ROL



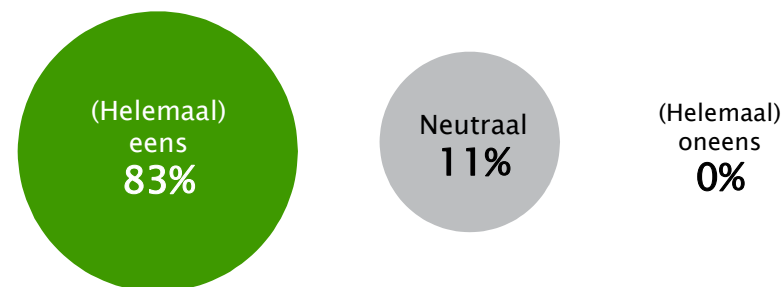
### Waarom drink jij water met een smaakje?

Basis: drinkers van water met een smaakje 18+ (n=266)



### Ik vind dat het aanbod van waters met een smaakje nu groter is dan twee jaar geleden

Basis: drinkers van water met een smaakje 18+ (n=266)



> Vrouwen drinken relatief vaak water met een smaakje omdat er minder calorieën in zitten (57% vs 44%) en omdat ze het gezonder vinden dan frisdrank (53% vs 39%) dan mannen.

## VIER OP DE VIJF NEDERLANDERS DRINKEN VRUCHTENSAPPEN OMDAT ZE DIT LEKKER VINDEN, EEN KWART OMDAT ER FRUIT IN ZIT EN ZE HET GEZOND VINDEN



### Waarom drink jij vruchtensappen/-dranken?

Basis: drinkers van vruchtensappen/-dranken 18+ (n=469)



- > Geen toegevoegde suikers is voor Babyboomers vaker een reden om vruchtensappen/-dranken te drinken dan voor de andere generaties (23%).
- > Ook voor vrouwen is dit vaker een reden om vruchtensap te drinken in vergelijking met mannen (18% vs 11%).

## DE HELFT VAN DE NEDERLANDERS DIE FRISDRANK DRINKT, HOUDT ZICH BEZIG MET HET AANTAL CALORIEËN IN FRISDRANK. DAARVAN KIEST VIER OP DE VIJF WEL EENS BEWUST VOOR FRISDRANK MET MINDER CALORIEËN

Let je wel eens op het aantal calorieën in frisdranken?  
Basis: frisdrank (regular en light/zero) drinkers 18+ (n=630)









Let je nu meer of minder op het aantal calorieën in frisdrank dan twee jaar geleden?  
Basis: frisdrank drinkers die wel eens op aantal calorieën letten (n=324)



Kies je wel eens bewust voor het drinken van light/zero frisdranken omdat daar minder calorieën in zitten?

Basis: frisdrank drinkers die wel eens op aantal calorieën letten (n=324)



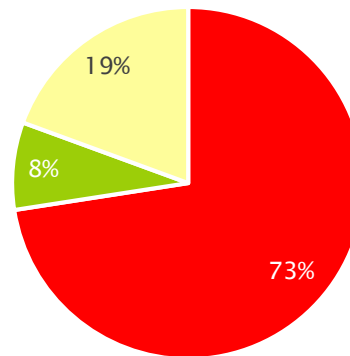
Hoeveel suikerklontjes denk je dat er in een glas (250 ml) zitten ?	gemiddeld geantwoord	juiste antwoord	% juist
 10,1	10,1		14%
 Energiedrank	10,1	7,9	14%
 Frisdrank regular (gewone)	8,1	7,6	12%
 Frisdrank light/zero	2,9	0	32%
 Water met een smaakje	2,0	0	26%

- > Vooral Millennials (58%), Generatie X (49%) en Babyboomers (50%) letten op calorieën in frisdrank. GenZ let hier in vergelijking met hen minder op (67% nee). Van de drinkers die hierop letten zeggen toch vooral GenZ hier meer op te letten dan twee jaar geleden (74%).
- > Vrouwen letten vaker op het aantal calorieën dan mannen (59% vs 44%) en kiezen ook vaker bewust voor het drinken van light/zero frisdranken vanwege de calorieën (85% vs 75%).

## BIJNA DRIEKWART VAN NEDERLANDERS DENKT ONTERECHT DAT IN EEN BLIKJE ENERGIEDRANK MEER CAFEÏNE ZIT DAN IN EEN KOPJE KOFFIE

In een blikje energiedrank (250 ml) zit meer cafeïne dan in een kopje filter koffie (125 ml)

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



■ Waar ■ Niet waar ■ Weet ik niet

**Niet waar**  
In een blikje energiedrank zit namelijk evenveel cafeïne als in een kopje filter koffie (ongeveer 80 mg)



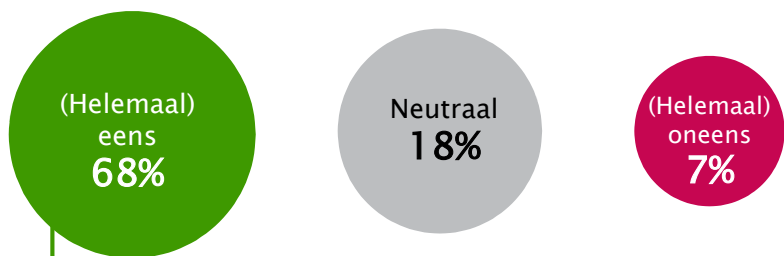
> Vooral Millennials zijn op de hoogte van de hoeveelheid cafeïne in dranken. Zij hebben het vaker juist dan de andere generaties (15%).

# DE MEERDERHEID VINDT HET GOED DAT ER NIEUWE VRUCHTENSAPPEN MET WATER WORDEN ONTWIKKELD, NIET VANWEGE DE SMAAK MAAR VOORAL OMDAT ER DAN MINDER SUIKER IN ZIT



Ik vind het goed dat er nieuwe vruchtensappen worden ontwikkeld die een mix zijn van sap en water en daardoor minder suiker bevatten

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



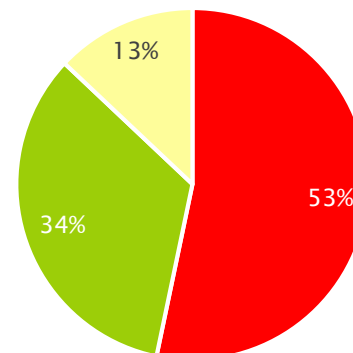
Waarom vind je het goed dat deze nieuwe vruchtensappen worden ontwikkeld?

Basis: indien (helemaal) mee eens (n=569)

Omdat er dan minder suiker in zit	69%
Omdat het dan gezonder is	60%
Omdat er dan minder calorieën in zitten	41%
Omdat ik het dan lekkerder vind	7%

Aan 100% vruchtensap is suiker toegevoegd

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)



■ Waar ■ Niet waar ■ Weet ik niet



**Niet waar**  
100% vruchtensap bevat geen toegevoegde suikers



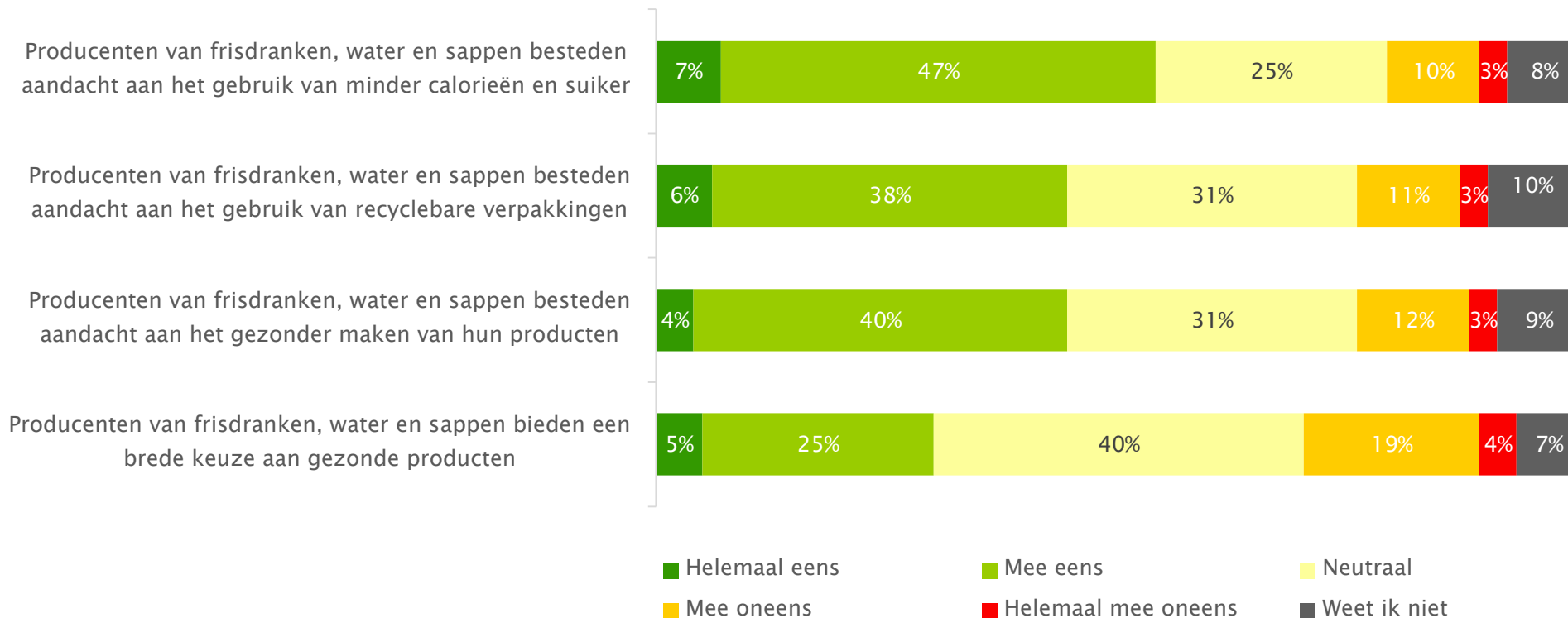
> Vrouwen zijn vaker op de hoogte van het ontbreken van toegevoegde suikers dan mannen. 37% van de vrouwen weet dat er geen suiker aan 100% vruchtensap is toegevoegd versus 30% van de mannen.



## DE HELFT VAN DE NEDERLANDERS VINDT DAT PRODUCENTEN AANDACHT HEBBEN VOOR PRODUCTEN MET MINDER CALORIEËN EN SUIKER

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

Basis: frisse dranken drinkers 18+ (n=833)







## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

### Respons

- > In totaal hebben 1.044 deelnemers de vragenlijst helemaal ingevuld.
- > Er zijn in totaal 8.200 uitnodigingen voor het onderzoek verstuurd. De 14 tot en met 17-jarigen zijn via hun ouders benaderd.
- > De respons bedraagt 14%.

Omschrijving	Aantal
Aantal uitnodigingen (bruto steekproef)	8.200
Nederlanders van 18 jaar en ouder	5.850
Kinderen van 14 tot en met 17 jaar (via ouders)	2.350
Gestart met vragenlijst	2.075
Uitgescreend (geen doelgroep)	137
Uitgescreend (quotum vol)	822
Afgehaakt	66
Uitgescreend (niet goed ingevuld)	6
Gekwalificeerde deelnemers (gewogen netto steekproef)	1.044
Nederlanders van 18 jaar en ouder	831
Kinderen van 14 tot en met 17 jaar (via ouders)	213

## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

### Weging: algemeen Nederlands publiek

- > In de tabel zijn de wegingsvariabelen terug te vinden met een overzicht van de aantallen voor en na weging.

	Ongewogen (n=831)			Gewogen (n=833)		
	Opleidingsniveau					
Man	Laag	Middel	Hoog	Laag	Middel	Hoog
18 t/m 24 jaar	11	28	4	13	29	5
25 t/m 34 jaar	10	30	23	11	31	24
35 t/m 44 jaar	13	28	24	13	28	25
45 t/m 54 jaar	20	35	24	21	36	24
55 t/m 64 jaar	19	29	22	20	26	22
65 jaar en ouder	32	34	23	33	31	22
Vrouw						
18 t/m 24 jaar	6	29	7	10	30	7
25 t/m 34 jaar	9	29	29	9	28	28
35 t/m 44 jaar	12	26	25	14	27	25
45 t/m 54 jaar	22	36	20	22	38	20
55 t/m 64 jaar	26	30	16	26	27	15
65 jaar en ouder	59	27	14	57	23	13

## ONDERZOEKSVERANTWOORDING

### Weging: 14 tot en met 17-jarigen

- > In de tabel zijn de wegingsvariabelen terug te vinden met een overzicht van de aantallen voor en na weging.

Geslacht en leeftijd	Ongewogen n=213	Gewogen n=213
<b>Geslacht</b>		
Jongen	107	109
Meisje	106	105
<b>Leeftijd</b>		
14 jaar	58	53
15 jaar	62	54
16 jaar	48	53
17 jaar	45	53



Anouk Tramper  
[Anouk@ruigroknepanel.nl](mailto:Anouk@ruigroknepanel.nl)



Joris de Jongh  
[Joris@ruigroknepanel.nl](mailto:Joris@ruigroknepanel.nl)

Ruigrok NetPanel / Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam / 020-7820400 / [info@ruigroknepanel.nl](mailto:info@ruigroknepanel.nl) / KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264