



CORONA COOKING SURVEY

EERSTE VOORLOPIGE RESULTATEN

21 APRIL 2020



INLEIDING

Sinds de aftrap op 17 april 2020 hebben reeds meer dan 5000 personen de Belgische CoronaCookingSurvey volledig ingevuld, waarvoor meer dan 5000 keer: **bedankt!** Het volledige bedrag van €3.000 zal overgemaakt worden aan the Global Food Banking Network.

We delen deze week drie algemene resultaten over de impact van COVID-19 en de lockdown op “boodschappen doen”. En we delen een food-media-weetje (onze core business).

We zullen wekelijks nieuwe resultaten delen over hoe we nu anders koken, bakken en eten, telkens op vrijdag rond de middag. U kan alles volgen op onze website: www.coronacookingsurvey.be

Resultaten:

Tenzij anders vermeld, werd alles gemeten op schalen die variëren van 1 tot 7, we rapporteren de gemiddelden en standaardafwijkingen. Zodra $p < 0.1$ beschouwen we deze verschillen ook als statistisch significant. Tenzij anders vermeld, zijn alle gerapporteerde resultaten berekend met Repeated Measure (M)ANOVAs in SPSS26. Niet iedereen vulde alle vragen in; wie bijvoorbeeld nooit boodschappen deed en doet heeft geen vragen over boodschappen doen ingevuld, daarom is onze steekproef voor veel vragen vandaag $N = 3109$.

WIE HEEFT ER DEELGENOMEN AAN DE #CORONACOOKINGSURVEY?

Belangrijk om te weten is dat we vandaag spreken over onze grootste groep deelnemers: de 4419 Vlaamstalige personen die momenteel in België in lockdown verblijven. Deze groep bestaat voornamelijk uit:

- **Hoger opgeleide (74.00%) vrouwen (77.7%)** tussen 18 en 88 jaar oud (gemiddelde leeftijd = 26.66, *SD* = 15.08).
- De **meerderheid** (3049 personen, 69.0%) **werkte voor de lockdown** en 70% hiervan **deed dat voltijds**.
- **Sinds de lockdown** zijn nog 2613 deelnemers aan het werk (59.1%; een daling met 10%) en 61% hiervan werkt voltijds.
 - Van deze 2613 personen zijn er 1673 die permanent van thuis uit werken.
- Van de **866 deelnemers (19.6%) die voor de lockdown niet aan het werk waren**, waren de meeste personen (57%) **gepensioneerd**. Een minderheid van deze groep was onvrijwillig werkloos (8.7%) en er waren 6 personen technisch werkloos (0.7%).
- **Sinds de lockdown** zijn **1311 personen (29.7%) niet aan het werk**. De meerderheid (41.2%) nog steeds omdat ze gepensioneerd zijn, maar **het aandeel technische werklozen is wel gegroeid tot 339 personen (25.9%)**.
- Een kleinere groep (n = 504; 11%) bestaat uit studenten.
- Van alle 4419 deelnemers geeft
 - Slechts een **minderheid (22.2%)** aan dat ze sinds de lockdown een deel van hun **inkomen verloren** hebben,
 - De **meerderheid (82%)** gaf aan dat **ze zelden tot nooit problemen** hebben om **financieel** rond te komen,
 - Voor 90.8% is het zelden tot nooit moeilijk om genoeg geld te hebben voor eten te kopen.

Het is dus belangrijk in het achterhoofd te houden bij deze eerste resultaten dat we voornamelijk spreken over een grote groep grotendeels jonge en hoger opgeleide vrouwen voor wie eten kopen in het algemeen geen financiële zorgen geeft.

Boodschappen doen we nu beter voorbereid, maar met minder plezier

We winkelen momenteel **meer met een boodschappenlijstje** dan voordien ($M_{\text{voor}} = 5.09$; $SD = 1.72$ $M_{\text{na}} = 5.85$ $SD = 1.51$, $p < .001$).

Vanaf hier N = 3109:

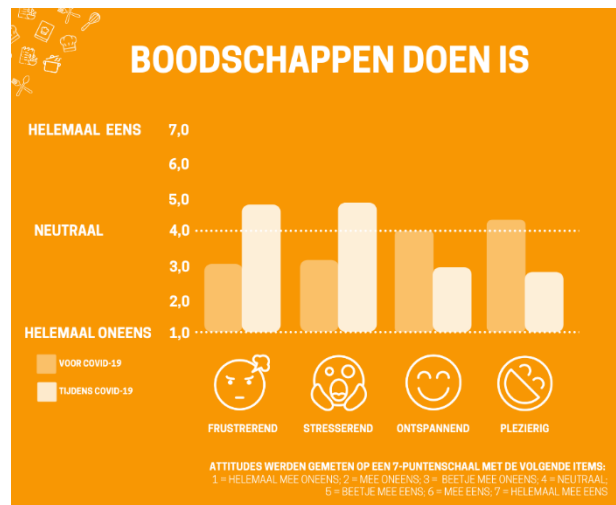
We ervaren boodschappen doen momenteel als **niet overdreven tijdrovend, en dit is niet anders dan voor de lockdown** ($M_{\text{voor}} = 4.06$; $SD = 1.61$ $M_{\text{na}} = 4.23$ $SD = 1.89$, $p < .001$)

Maar boodschappen doen is momenteel wel:

- **Meer frustrerend** ($M_{\text{voor_frustrerend}} = 2.96$; $SD = 1.55$ $M_{\text{na_frustrerend}} = 4.64$ $SD = 1.75$, $p < .001$)
- **Meer stresserend** ($M_{\text{voor_stresserend}} = 3.04$; $SD = 1.47$ $M_{\text{na_stresserend}} = 4.71$ $SD = 1.82$, $p < .001$)
- **Minder ontspannend** ($M_{\text{voor_ontspannend}} = 4.00$; $SD = 1.64$ $M_{\text{na_ontspannend}} = 2.87$ $SD = 1.81$, $p < .001$)
- **Minder plezierig** ($M_{\text{voor_plezierig}} = 4.25$; $SD = 1.46$ $M_{\text{na_plezierig}} = 2.73$ $SD = 1.61$, $p < .001$)

We gaan iets minder vaak doch nog steeds heel frequent zelf naar de winkel boodschappen doen ($M_{\text{voor}} = 6.49$; $SD = 0.95$ $M_{\text{na}} = 6.19$ $SD = 1.37$, $p < .001$), laten iets vaker doch nog steeds zelden boodschappen aan huis leveren ($M_{\text{voor}} = 1.31$; $SD = .90$ $M_{\text{na}} = 1.68$ $SD = 1.41$, $p < .001$), en **opvallend is dat boodschappen online bestellen om af te halen nog steeds een uitzondering** ($M_{\text{voor}} = 1.71$; $SD = 1.33$ $M_{\text{na}} = 1.71$ $SD = 1.48$, $p < .001$).

- We vermoeden dat dit komt omdat het aantal tijdsloten dat men online bestelde boodschappen kan ophalen niet vermeerderd is: we horen het graag van de supermarkten, en van de consument: we stellen deze week een aantal nieuwe vragen voor wie graag met ons verder mee denkt (zie einde document).



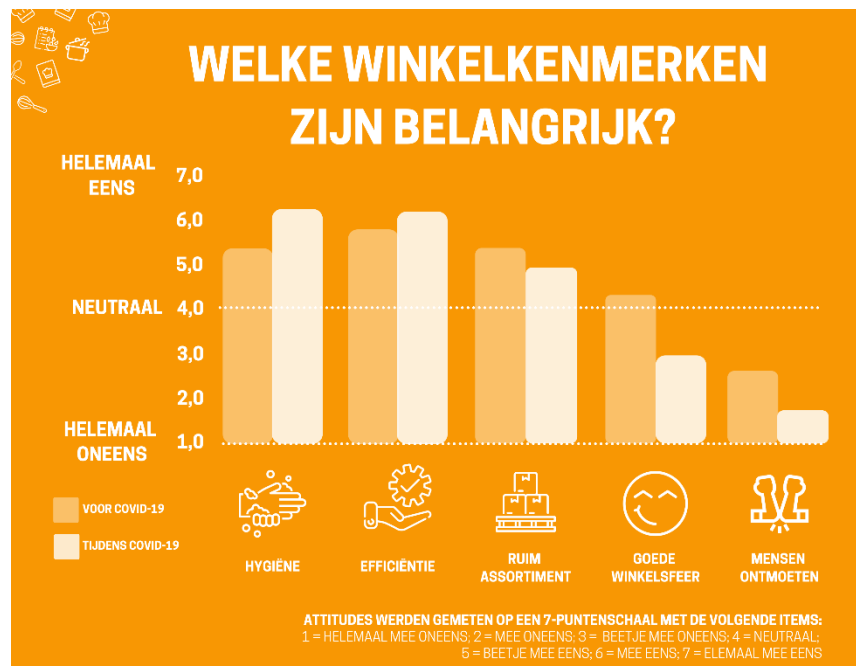
We doen onze boodschappen nog steeds het vaakst in de supermarkt, en we hebben meer dan ooit oog voor hygiëne en efficiëntie

Over de hele lijn gaan we **iets minder vaak naar elk type voedingswinkel**. De verschillen zijn klein, doch wel significant (allen $p < .001$). **De rangorde is niet veranderd** (resultaten van $N = 3109$):

- We winkelen nog altijd **heel vaak in de supermarkt**, doch wel een tikkeltje minder vaak ($M_{\text{voor}} = 6.08$; $SD = .91$ $M_{\text{na}} = 5.84$ $SD = 1.35$, $p < .001$).
- Speciaalzaken zoals **slagers, bakkers en delicatessenwinkels bezoeken we soms** ($M_{\text{voor}} = 4.11$; $SD = 1.61$ $M_{\text{na}} = 3.77$ $SD = 1.86$, $p < .001$).
- In de **buurtwinkel** komen we **zelden** ($M_{\text{voor}} = 3.46$; $SD = 1.63$ $M_{\text{na}} = 3.19$ $SD = 1.87$, $p < .001$).
- In de **biologische winkels** kwamen onze deelnemers **zelden en komen ze nu heel zelden** ($M_{\text{voor}} = 2.63$; $SD = 1.66$ $M_{\text{na}} = 2.02$ $SD = 1.61$, $p < .001$).
- Ook bij **boerderijen, buurderijen** (coöperatieven om rechtstreeks van de boer te kopen) en op **markten** deden onze deelnemers voor de lockdown **zelden inkopen en komen ze nu ook eerder heel zelden** ($M_{\text{voor}} = 2.51$; $SD = 1.69$ $M_{\text{na}} = 2.36$ $SD = 1.81$, $p < .001$).
- **Maaltijdboxen** waren bij onze deelnemers **niet populair** voor de lockdown, en dat is niet veranderd ($M_{\text{voor}} = 1.41$; $SD = 1.11$ $M_{\text{na}} = 1.41$ $SD = 1.24$, $p = .88$).

De reden waarom we voor bepaalde winkels kiezen om boodschappen te doen is nu helemaal anders dan voordien (resultaten van N = 3109):

- Waar we nu **veel belang** aan hechten en meer dan voordien is: **hygiëne** ($M_{\text{voor}} = 5.35$; $SD = 1.32$ $M_{\text{na}} = 6.16$ $SD = 1.13$, $p < .001$) en **efficiëntie** (snel kunnen winkelen, ($M_{\text{voor}} = 5.70$; $SD = 1.17$ $M_{\text{na}} = 6.07$ $SD = 1.18$, $p < .001$))
- Hoewel het nog altijd geen hoofdreden is, is naar de winkel gaan 'om het huis uit te gaan' momenteel iets belangrijker dan voorheen ($M_{\text{voor}} = 2.85$; $SD = 1.76$ $M_{\text{na}} = 3.20$ $SD = 2.10$, $p < .001$).
- Wat we voor de lockdown wel belangrijk vonden laat ons nu eerder onverschillig:
 - Een **ruim aanbod aan producten** ($M_{\text{voor}} = 5.34$; $SD = 1.33$ $M_{\text{na}} = 4.87$ $SD = 1.63$, $p < .001$).
 - Een **eerlijke prijs** (voor de producent, $M_{\text{voor}} = 5.07$; $SD = 1.30$ $M_{\text{na}} = 4.90$ $SD = 1.48$, $p < .001$).
 - De **beste (goedkoopste) prijs** ($M_{\text{voor}} = 5.24$; $SD = 1.30$ $M_{\text{na}} = 4.96$ $SD = 1.52$, $p < .001$).
 - **Diversiteit, een ruim aanbod aan producten** ($M_{\text{voor}} = 5.34$; $SD = 1.33$ $M_{\text{na}} = 4.87$ $SD = 1.63$, $p < .001$).
 - Ruim aanbod milieuvriendelijke voeding ($M_{\text{voor}} = 5.11$; $SD = 1.37$ $M_{\text{na}} = 4.76$ $SD = 1.56$, $p < .001$).
- Een **goede winkelatmosfeer** liet ons voor de lockdown eerder onverschillig, en vinden we nu helemaal **niet meer belangrijk** ($M_{\text{voor}} = 4.29$; $SD = 1.57$ $M_{\text{na}} = 2.92$ $SD = 1.68$, $p < .001$).
- En hoewel **mensen ontmoeten** ook voor de lockdown **niet echt een reden** was om boodschappen te gaan doen, is dat **vandaag helemaal geen drijfveer** ($M_{\text{voor}} = 2.53$; $SD = 1.56$ $M_{\text{na}} = 1.98$ $SD = 1.38$, $p < .001$).



We hebben van heel veel een beetje gehamsterd, maar niet van noten of kant- en -klare maaltijden

Over het algemeen hebben we (een beetje) meer dan anders een voorraad van heel wat producten ingeslagen (deze resultaten werden bekomen a.d.h.v. One Sample T-testen die het verschil t.o.v. de midden categorie (niet veranderd) berekenden):

- Onze deelnemers kochten **iets meer: groenten** (MD = +.45, p<.001), **pasta, rijst, couscous en andere granen** (MD = +.39, p<.001), groenten (MD = +.45, p<.001), **melk** (MD = +.30, p<.001), **fruit** (MD = +.29, p<.001), **bloem** (MD = +.29, p<.001), **eieren** (MD = +.27, p<.001), en andere **zuivelproducten** (MD = +.22, p<.001),
- Er werd **een kleine voorraad** aangelegd van: **water** (MD = +.16, p<.001), **chips en andere zoute snacks** (MD = +.15, p<.001), **vlees** (MD = +.15, p<.001), **aardappelen** (MD = +.13, p<.001), **snoep, koekjes, cake en andere zoetheid** (MD = +.13, p<.001), **peulvruchten** (MD = +.12, p<.001), **frisdrank** MD = +.11, p<.001), **gist** (MD = +.11, p<.001), en **alcoholische dranken** MD = +.10, p<.001),
- Er werd een **mini voorraadje** aangelegd van: **brood** (MD = +.09, p<.001), **vis** (MD = +.07, p<.001), en **plantaardige dranken** (MD = +.04, p<.001),
- Vegetarische producten (MD = -.002, p=.893), en noten of notenspreads (MD = .02, p=.156) werden niet gehamsterd.
- En onze deelnemers kochten ook **opvallend minder kant-en-klaar maaltijden** (MD = -.32, p<.001),
- Of er meer toiletpapier is gekocht, laten we jullie volgende week weten!



Food-Media-weetje:

COVID-19 krijgt onze keukenheld Jeroen Meus niet klein

Als communicatiewetenschappers bestuderen wij vooral hoe media en mediafiguren ons eetgedrag beïnvloeden. Ook daarover hebben we heel wat resultaten. Deze week geven we alvast mee wat wij al lang weten uit eerder onderzoek: **Jeroen Meus** ligt op onze bovenste keukenplank. Hij werd het vaakst als favoriete inspiratiebron vermeld, zowel voor als na de lockdown. Dus: **zelfs een pandemie als COVID-19 kan onze Meus niet van zijn troon stoten!**

Onze “favoriete voeding-gerelateerde invloedrijke figuur, organisatie of merk” voor de lockdown (links) en momenteel (rechts):



We gaan door

We zijn overweldigd door de massale respons. Nogmaals meer dan 5000 keer bedankt.

- We lazen veel positieve reacties en **oproepen om wekelijks een korte vragenlijst over voeding tijdens COVID-19 op te stellen**. We willen dit graag doen, samen met u. We kunnen dit wel enkel in Vlaanderen doen, want het internationale project vergt veel van onze tijd, en is nog volop in de startfase.
- Op vraag van onze enthousiaste deelnemers zullen we alvast **deze en volgende week nog een korte vragenlijst lanceren** waarbij we KORT iets dieper ingaan op de impact van COVID-19 op hoe we boodschappen doen (deze week) en ons kook- en bakgedrag (volgende week).
 - De link naar de vragenlijst van deze week vindt u hier: <https://bit.ly/2VxO3Wl>
 - Het invullen duurt deze keer **maximaal 10 minuten**.
- **Of we ook nadien doorgaan hangt geheel van jullie af**. Op het einde van de vragenlijst van deze week kan je een suggestie voor verder onderzoek achterlaten. We zullen die in de mate van het mogelijke deze reacties gebruiken in de komende weken. Op die manier maken we er een burgeronderzoek van: dan doen we samen met u verder onderzoek naar de impact van COVID-19 en de lockdown maatregelen op ons voedingsgedrag.
- Als laatste willen we nogmaals benadrukken dat onze deelnemersgroep tot nu toe vooral bestaat uit relatief jonge, hoogopgeleide vrouwen. **We roepen iedereen die zich niet tot deze doelgroep rekent nog eens op om ook hun stem te laten horen en deel te nemen aan onze studie, die nog loopt tot het einde van de lockdown maatregelen**.