

suiker in perspectief



**Consumenten kopen online
minder 'ongezonde' producten**

DE SUPERMARKT VAN DE TOEKOMST
VERKOOPT 'BELEVING'

Inhoudsopgave

 Volg ons: www.twitter.com/suikerenvoeding

 Blijf op de hoogte: RSS feeds abonneer

 Bekijk ook de eerder verschenen nummers

4



Consumenten kopen online minder 'ongezonde' producten

Steeds meer Nederlanders maken gebruik van de mogelijkheid om online de supermarktbodschappen te doen. Verschilt de inhoud van de 'boodschappentas' van de onlineshopper van degene die de winkel bezoekt? De onlineshoppers bestellen gemiddeld minder ongezonde producten dan de winkelbezoekers.

8



De supermarkt van de toekomst verkoopt 'beleving'

De Milanese 'supermercato del futuro' is ontworpen door MIT's Senseable City Lab. Directeur Carlo Ratti zegt dat de internettechniek zorgt voor meer binding met de voedselketen.

10



De toekomstige praktijk van de diëtetiek

Hoe relevant is een Amerikaans visiedocument over de toekomst van de diëtetiek in Nederland? Anja Evers, directeur van de Nederlandse Vereniging van Diëtisten, ziet duidelijke verschillen tussen de situatie in Amerika en Nederland.

12



De toekomst van de diëtetiek is al begonnen

Willy Gilbert, voorzitter Diëtisten Coöperatie Nederland, heeft haar licht laten schijnen over het recent verschenen Amerikaanse visiedocument over de toekomst van de diëtetiek.

14



'Gezonde maatregelen in de supermarkt'

Dr.ir. Coosje Dijkstra is nauw betrokken bij het onderzoek naar het effect van gezonde maatregelen in de supermarkt. 'Samen met een grote Nederlandse supermarktketen hebben we onderzoek gedaan naar de 'gezonde kassa' en voor jongeren de 'supermarktcoach' ontwikkeld.'

18

Regulering door de overheid, of voorlichting en keuzevrijheid?

Dit voorjaar werd er volop gedebatteerd, niet alleen door de lijsttrekkers van politieke partijen naar aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen. Ook wetenschappers, ondernemers, vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties en (aspirant) Tweede Kamerleden discussieerden vol vuur in het Grote Suikerdebat en het Voedsel Verkiezingsdebat.



21

Is prijsbeleid een effectieve voedingsinterventie?

De prijs van voedingsmiddelen en dranken heeft effect op de aankoop van het betreffende product. Vandaar dat diverse onderzoekers en politici pleiten voor de invoering van fiscale maatregelen (subsidies en/of belasting) om gewenst voedingsgedrag te realiseren.

22

COLUMN: PHILIP DEN OUDEN

De consument is de belangrijkste adviseur van het bedrijfsleven.

24



Papendal Topsportrestaurant, de proeftuin voor het testen van innovaties

Kamiel Maase, prestatie manager Sport Science & Innovation NOC*NSF is verantwoordelijk voor het Team Voeding dat topsporters begeleidt.

27

VOEDING IN HET NIEUWS

- Verstoring energiebalans bij sommige kinderen
- Is een koolhydraatbeperkte voeding gezond en veilig voor iedereen?
- Onderzoek naar eetlust; minder eten vs. meer bewegen
- Bestaat het 'suikerverslavingsmodel'?
- Minder zout in sommige producten

COLOFON

Suiker in perspectief is een uitgave van Kenniscentrum suiker & voeding. Onze publicaties zijn gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek en staan onder toezicht van een onafhankelijke **redactieraad** van deskundigen.

Ontwerp en realisatie:

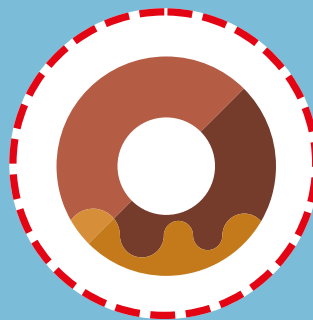
Lexenzo, geeft vorm aan communicatie



PROF.DR. ANNELEEN VAN KERCKHOVE

Consumenten kopen online minder 'ongezonde' producten

Steeds meer Nederlanders maken gebruik van de mogelijkheid om online de supermarktboodschappen te doen. Verschilt de inhoud van de 'boodschappentas' van de onlineshopper van degene die de winkel bezoekt? De onlineshoppers bestellen gemiddeld minder 'ongezonde' producten dan de winkelbezoekers. 'Dat is een opmerkelijke vaststelling', zegt prof.dr. Anneleen van Kerckhove (Universiteit Gent).



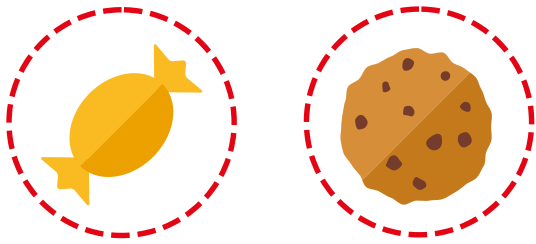




Vier miljoen mensen in Nederland doen elke dag hun boodschappen in de supermarkt. Met of zonder een boodschappenbriefje, gebruikmakend van een mobiele app of zelfscanner. Steeds meer consumenten maken ook gebruik van online mogelijkheden. Je haalt de boodschappen op in het pick-up-point of laat ze bezorgen. Verschilt de inhoud van de 'boodschappentas' van de onlineshopper van degene die de winkel bezoekt? Uit onderzoek van de Universiteit Gent blijkt dat er verschillen zijn. In een eerste studie (n=4300 consumenten) is het koopgedrag geanalyseerd van consumenten die van beide winkelskanalen gebruik maakten. Daaruit blijkt dat de onlineshoppers gemiddeld 5,7% 'ongezonde' producten bestelden, de winkelbezoekers kochten 10,4% uit die categorie. 'Dat is een interessante uitkomst die we vaststelden', zegt prof.dr. Anneleen van Kerckhove (Faculteit Economie & Bedrijfskunde, vakgroep Marketing). 'Daarna zijn meerdere studies uitgevoerd, maar die uitkomst bleef toch consistent.'

'Ongezonde' producten

Op de vraag welke producten in het onderzoek als 'ongezond' gelden, zegt Van Kerckhove: 'De perceptie van de consument speelt een belangrijke rol in zijn aankoopgedrag. Wat betreft voedingswaren, beschouwt de consument een snoepje of een snack als ongezond en zijn bijvoorbeeld broccoli of peren



‘We gaan ervan uit dat consumenten in de winkel de producten kiezen omdat ze op korte termijn behoefte hebben aan iets lekkers’

gezond. Op basis van de percepties van de consument werden de ongezonde producten vastgesteld en onderverdeeld in vijf categorieën: zoute snacks, chips, chocolade, snoeprepen en snoepgoed.’ In de winkel staat de consument bloot aan verleidingen, terwijl het online alleen maar foto’s zijn. ‘De items in de winkel zijn meer tastbaar en daardoor moeilijker te weerstaan. We gaan ervan uit dat consumenten de producten kiezen omdat ze op korte termijn behoefte hebben aan iets lekkers. We constateren dat mensen in de winkel proportioneel meer uitgeven aan ongezond eten.’

Verleiding

De onderzoekers bestudeerden ook gegevens van consumenten (circa 160.000) die alleen naar de winkel gaan voor hun boodschappen en van mensen die alleen online bestellen. Er was weer een duidelijk verschil tussen het aankopen in de winkel (11,1% ongezonde producten) en het online bestellen (5,6%). Van Kerckhove: ‘De boodschappen in de winkel neem je meteen mee waardoor verleiding eventueel een grotere rol speelt, online moet je wachten. Online worden naar verhouding meer producten in bulk gekocht, je geeft meer geld uit waardoor je wellicht minder in verleiding komt om iets minder gezond te kopen.’ Om meer duidelijkheid over het onderliggende effect te krijgen zijn in een laboratoriumsi-

tuatie nog enkele experimentele studies uitgevoerd. ‘Onder gecontroleerde omstandigheden hebben we consumenten zowel in een winkel- als onlinesetting (assortiment ruim 1000 producten over alle studies heen) aankopen laten doen. Ons is gebleken dat het verschil in presentatie van de producten verklaart waardoor mensen meer worden verleid in de winkel.’

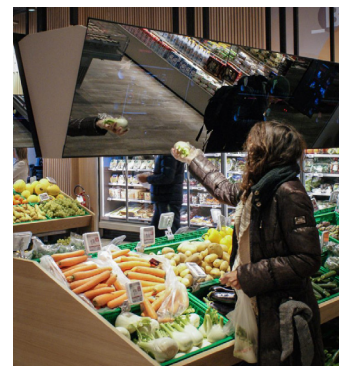
Gezondheidseffecten?

Op de vraag of het verschil tussen fysiek en online winkelen groot genoeg is om een eventueel gezondheidseffect te signaleren, antwoordt Van Kerckhove: ‘Ja, dat is de vraag. Als het effect blijft doorzetten, dan heeft het ongetwijfeld een gezondheidseffect. Maar zover kunnen we nu nog niet oordelen.’ Want zou het verschil tussen het aankopen in de winkel en het bestellen via de computer op den duur wel stand houden? ‘Dat is een open vraag. Ik denk wel dat het een blijvend effect kan hebben. Want de presentatie van de producten is belangrijk. Het lijkt me tevens niet evident om de sensorische ervaring – het voelen, ruiken van producten – in de fysieke winkel na te bootsen in een online context’. Van Kerckhove merkt op dat het nu al wel een interessant fenomeen is voor mensen die willen letten op hun voedselconsumptie. ‘Als je van jezelf weet dat je gemakkelijk en vaak wordt verleid, dan is online boodschappen een goede manier om dat in goede banen te leiden.’

De supermarkt van de toekomst verkoopt 'beleving'

De Milanese 'supermercato del futuro' is ontworpen door MIT's Senseable City Lab. Directeur Carlo Ratti zegt dat de internettechniek zorgt voor meer binding met de voedselketen.





Een paar maanden geleden opende een grote Italiaanse supermarktketen in Milaan de 'supermarkt van de toekomst'. In die winkel hebben voedingsmiddelen een plek gekregen op basis van hun gezamenlijke ingrediënten. Zo staan verse tomaten en tomaten in blik, en druiven en wijn vlak bij elkaar. Boven de schappen hangen spiegelende schermen. Wie een product pakt en voor de spiegel houdt, krijgt via sensoren informatie over bijvoorbeeld de voedingswaarde, prijs, gebruik van bestrijdingsmiddelen, allergenen en het traject van productie naar de winkels.

Open uitstraling

De producten zijn neergezet op korte planken die aan een boekenkast doen denken. De makers hopen dat de open uitstraling onder andere leidt tot contact met andere kopers. De meeste mensen blijven maar kort in een supermarkt. Het concern hoopt dat de nieuwe aanpak er voor zorgt dat de consument langer in de winkel vertoeft en meer koopt. Er is ook een lange muur (circa 200 meter) met schermen die kooksuggesties geven en informatie bieden welke producten die dag het meest worden gekocht.

Intertechniek

De supermarkt in Milaan is ontworpen door MIT's Senseable City Lab. Directeur Carlo Ratti zegt dat de internettechniek zorgt voor meer binding met de voedselketen. Ze gaan ervan uit dat winkels in de toekomst niet alleen producten verkopen maar ook 'beleving'. 'Je kunt nog steeds binnen één seconde een appel kopen. Maar met vijf tellen extra kom je veel te weten over die appel. En met vijftien seconden kun je zelfs een video bekijken van de boomgaard waar de appel groeide', aldus Ratti. Hij gelooft dat klanten dankzij de data betere besluiten nemen over wat ze eten.

4300 SUPERMARKTEN IN NEDERLAND

Elke dag doen vier miljoen mensen in Nederland hun boodschappen in de supermarkt (n=4300). De supermarktomzet is in 2015 met 4,6% gestegen naar 35,9 miljard euro. De consument bezuinigt inmiddels niet meer op eten en drinken en kiest frequenter uit het gemaksassortiment. Bovendien maken ze gebruik van de mogelijkheid om boodschappen thuis te laten bezorgen en/of online te bestellen.

Bron: CBL maart 2017

De toekomstige praktijk van de diëtetiek

Hoe relevant is een Amerikaans visiedocument over de toekomst van de diëtetiek in Nederland? Anja Evers, directeur van de Nederlandse Vereniging van Diëtisten, ziet duidelijke verschillen tussen de situatie in Amerika en Nederland. Voor de komende jaren ziet zij de grotere belangstelling voor gezonde voeding als uitdagende trend voor diëtisten.



Begin dit jaar verscheen de toekomstvisie van de Amerikaanse Academy of Nutrition and Dietetics op de diëtetiek. Centraal in de Amerikaanse visie staan tien aanjagers voor verandering (zie tabel). Dit zijn relevante trends waar de opleiding diëtetiek en de beroepsgroep van diëtisten in Amerika rekening mee moeten houden. Het visiedocument is volgens Anja Evers, directeur van de Nederlandse Vereniging van Diëtisten (NVD) breed van opzet. Niet alles is relevant voor Nederland. Evers: 'Simulaties om behandelvaardigheden te ontwikkelen

worden in Nederland al twintig jaar ingezet. Verder hoor ik geen geluiden dat er in Nederland onvoldoende etnische diversiteit is bij de beroepsgroep van diëtisten. Ook is de diëtetiek niet bezig om het genenprofiel van cliënten als uitgangspunt voor voedingsadviezen te nemen. Dit is nog te experimenteel voor goed onderbouwde adviezen. Wel houdt de NVD bij deze ontwikkelingen de vinger aan de pols. Aansprakelijkheid voor verkeerde adviezen is typisch Amerikaans. Wij zetten in Nederland in op een kwaliteitssysteem om de professionaliteit van advisering te borgen.' Een aantal aanjagers voor verandering zijn wel relevant voor de Nederlandse situatie.

Belangstelling voor gezonde voeding

Evers ziet de toename van de belangstelling voor voeding als belangrijkste trend voor de diëtetiek: ‘Voeding is ‘hot’ en iedereen is ermee bezig. Het belang groeit door de veroudering van de bevolking, er komt meer prioriteit te liggen bij volksgezondheid en gezondheidsbevordering en voeding wordt steeds meer een geneesmiddel.’ Voor Evers staat de trend van veroudering van de bevolking in combinatie met het beleid van langer thuisblijven bovenaan haar prioriteitenlijst. Evers: ‘Hoe zorgen we op een slimme manier dat thuiswonende ouderen niet ondervoed raken?’ Met deze vraag moet de eerstelijnsgezondheidszorg aan de slag.

Positie van diëtisten in ketenzorg en profilering

Evers: ‘Diëtisten zijn onderdeel van behandelteams en dat geldt vooral voor diëtisten in zieken- en verpleeghuizen, maar ook in de eerstelijnsgezondheidszorg. Interprofessionele samenwerking vindt al uitgebreid plaats in Nederland. Hierbij ondersteunen apps en dergelijke de behandeling van diëtisten in een zogenaamde ‘blendend care-aanpak’ en deze moeten geïntegreerd worden in de praktijk van de toekomst zonder de diëtist te vervangen.’ De inzet van technologische innovaties draagt bij aan de profilering van de diëtetiek. Evers vindt profilering van diëtisten van cruciaal belang voor de toekomst van de diëtetiek. Hierbij richt de NVD zich volgens Evers op patiënten (met welke klacht ga je naar de diëtist?), verzekeraars (wat krijgt de patiënt vergoed?) en verwijzers (wie verwijst je op welk moment naar de diëtist?). In de jaren negentig is in de Artsenwijzer Diëtetiek vastgelegd welke behandeling het beste kan worden ingezet bij welke aandoening. De Artsenwijzer, ook bedoeld voor praktijkondersteuners en verpleegkundigen) is onlangs geactualiseerd en wordt momenteel grondig door de NVD herzien. Dit draagt zeker bij aan de profilering van de diëtist.

DE TIEN AMERIKAANSE AANJAGERS VOOR VERANDERING

Veroudering bevolking

Diversiteit bevolking

Bewustere cliënten

Persoonlijk advies

Verantwoordelijkheid voor adviezen en kosteneffectieve behandelingen

Prioriteit bij volksgezondheid en gezondheidsbevordering

Bereidheid tot multidisciplinaire samenwerking

Voeding wordt geneesmiddel

Technologische innovaties

Simulaties inzetten bij (bij)scholing

De Nederlandse Vereniging van Diëtisten (NVD) is de beroepsvereniging van diëtisten. De NVD vertegenwoordigt diëtisten uit alle werkvelden en kent ongeveer 35 inhoudelijke netwerken, terwijl bij de Diëtisten Coöperatie Nederland (DCN) diëtisten zijn aangesloten die werkzaam zijn in de vrije vestiging. De DCN bestaat uit 240 diëtistenpraktijken en de NVD heeft circa 3.000 leden. De NVD geeft onder meer het Nederlands Tijdschrift voor Voeding en Diëtetiek uit en de DCN heeft vorig jaar voor de tiende keer het Voedingsdagboek uitgegeven. Voor de DCN en de NVD was 2016 een lustrumjaar. In 2016 bestond de DCN 25 jaar en de NVD 75 jaar.

De toekomst van de diëtetiek is al begonnen

Willy Gilbert, voorzitter Diëtisten Coöperatie Nederland, heeft haar licht laten schijnen over het recent verschenen Amerikaanse visiedocument over de toekomst van de diëtetiek. Zij maakt zich vooral druk over de positie van diëtisten in de ketenzorg waarin diverse ontwikkelingen om aandacht vragen.



Begin dit jaar verscheen de toekomstvisie van de Amerikaanse Academy of Nutrition and Dietetics op de diëtetiek. Elke drie jaar wordt deze visie geactualiseerd en de visie heeft betrekking op de komende 10-15 jaar. Willy Gilbert, voorzitter van Diëtisten Coöperatie Nederland (DCN), vindt de tien aanjagers (zie tabel) heel herkenbaar en zij vindt dat de toekomst daarvan al is begonnen. Gilbert ziet bewustere cliënten, technologische innovaties (zoals ondersteunende apps) en bereidheid tot samenwerking als belangrijkste aanjagers voor verandering in Nederland. Cliënten van diëtisten zoeken op internet informatie over voeding en hebben vaak al een eigen



Hoeveelheid per 100 gr
Energie (kcal) 32
Vet 0,3 g
Cholesterol 0 mg
Natrium 1 mg

Voor diëtisten betekent dit voorop blijven lopen met nieuwe kennis en technologische innovaties

opvatting over gezonde voeding wanneer ze bij een diëtist op consult komen. Gilbert: 'Daardoor moeten diëtisten verdwaalde personen helpen de relevantie uit de beschikbare informatie te halen en deze te duiden opdat ze niet verstrikt raken in de hoeveelheid informatie.'

Gilbert: 'Inhoudelijk zijn diëtisten goed in staat multidisciplinair en interprofessioneel samen te werken. Voor diëtisten is het lastiger om als de voedingsprofessional in de zorg (h)erkend te worden om daarmee de eigen rol waar te maken in zorgteams.' Voor diëtisten betekent dit voorop blijven lopen met nieuwe kennis en technologische innovaties. Hiertoe ontwikkelt DCN voor consumenten eHealth modules onder de vlag van 'Grip op je voeding'. Een van de modules is bijvoorbeeld 'Grip op je gewicht'. Momenteel vinden er pilottests plaats. Het is de bedoeling om diëtisten met deze digitale programma's te faciliteren.' Dit versterkt de profilering van diëtisten in de eerstelijnsgezondheidszorg.

Profilering

Profilering van diëtisten is volgens Gilbert ook voor de toekomst van vitaal belang. Gilbert: 'Door gebruik te maken van sociale media kunnen diëtisten zich profileren en potentiële cliënten bereiken. Kennis en accenten over gezonde voeding verouderen snel en daarom zet DCN bij de bijscholingen sterk in op de inbreng van voedingswetenschappers. Profileren vereist wel dat diëtisten moeten weten waar de huidige inhoudelijke accenten liggen en dat het eigen netwerk op orde is.'



VOEDINGSADVIEZEN IN DE EERSTELIJNSGEZONDHEIDSZORG

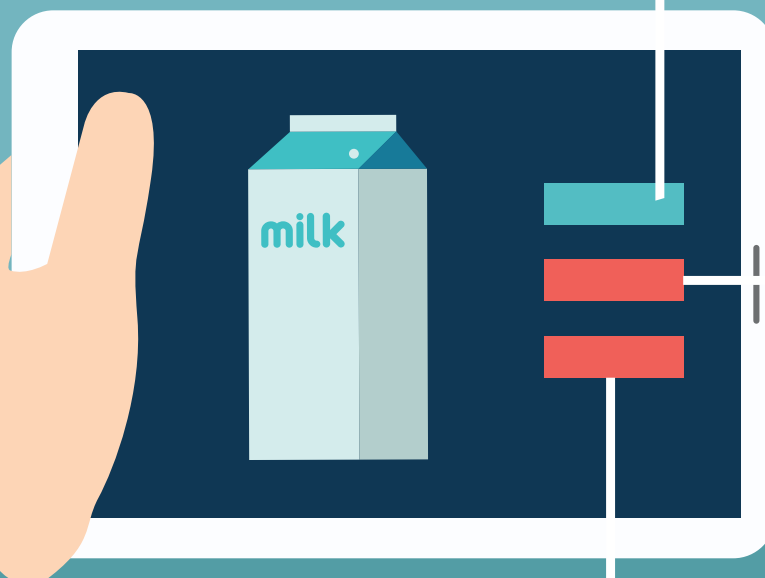
Gilbert kent uit de praktijk de valkuilen van voedingsadvies in de eerstelijnsgezondheidszorg: 'De opleiding en bijscholing van artsen gaat relatief weinig over voeding waardoor hun voedingsadviezen regelmatig op achterhaalde inzichten zijn gebaseerd. Voor een goede samenwerking met artsen moeten diëtisten 'bevriend' zijn met artsen: Onbekend maakt immers onbemind. Het doorverwijzen naar een diëtist is niet overal vanzelfsprekend. Kansen voor een vroeg en goed voedingsadvies aan bijvoorbeeld mensen met diabetes blijven liggen wanneer doorverwijzing pas plaatsvindt op het moment dat insuline nodig is. Het oude beeld dat diëtisten patiënten lekker eten en drinken ontzeggen belemmert een doorverwijzing. Wanneer iemand niet naar een diëtist wil is het voor praktijkondersteuners verleidelijk om zelf een voedingsadvies te geven. Gelukkig zijn er grote stappen gezet bij het gebruik van elkaars deskundigheid en dat komt de patiënten ten goede: zij krijgen betere uitleg over het hoe en wat van het gegeven voedingsadvies.'



DR.IR. COOSJE DIJKSTRA

'Gezonde maatregelen in

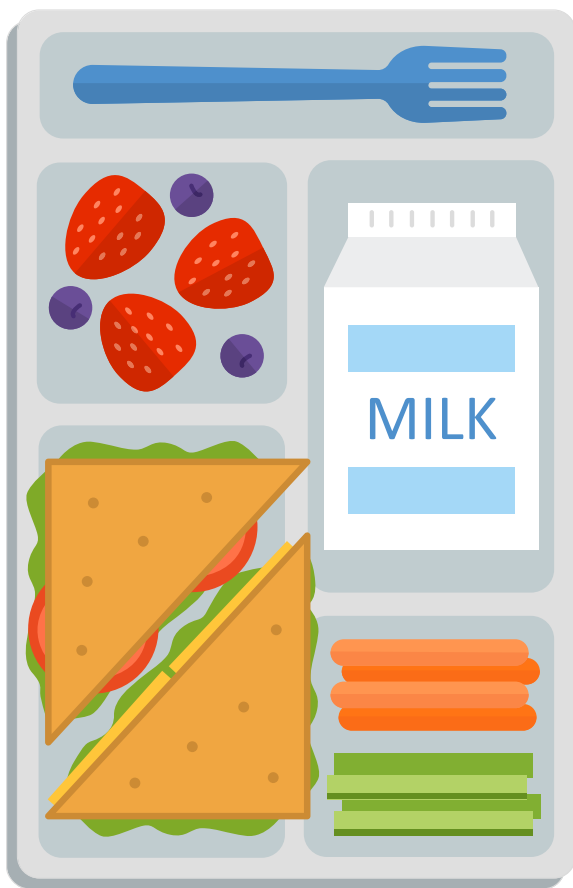
Dr.ir. Coosje Dijkstra is nauw betrokken bij het onderzoek naar het effect van gezonde maatregelen in de supermarkt. 'Samen met een grote Nederlandse supermarktketen hebben we onderzoek gedaan naar de 'gezonde kassa' en voor jongeren de 'supermarktcoach' ontwikkeld. Jongeren leren van andere jongeren.'



'80% van de middelbare scholieren in Amsterdam benut de pauze voor een bezoek aan de supermarkt'

de supermarkt'





‘Via scholen probeer je van de gezonde keuze een gemakkelijke, en vervolgens een onbewuste keuze te maken’

Thuis, in de supermarkt, op school, op het werk... We maken voortdurend keuzes uit het voedselaanbod. Gemiddeld zijn het er 200 (vaak onbewust) per dag. De omgeving is een belangrijke factor. Wie boodschappen doet in de supermarkt koopt gemiddeld twee keer zoveel ongezonde producten als degene die de boodschappen online bestelt (zie pagina's 4-7). En 80% van de middelbare scholieren in Amsterdam benut de pauze voor een bezoek aan de supermarkt. Een sociale gebeurtenis. Binnen een straal van 400 meter van een Amsterdamse middelbare school zijn gemiddeld 11 verkooppunten (niet alleen supermarkten maar ook snackbars, broodjeszaken, de visboer). Scholieren zijn dus niet afhankelijk van de schoolkantine. ‘De best verkochte producten zijn chips, energiedranken, croissants, frikadel- en kaasbroodjes’, zegt Coosje Dijkstra, post-doc onderzoeker verbonden aan het Instituut voor Gezondheidswetenschappen, afdeling Jeugd en Leefstijl (Vrije Universiteit Amsterdam). ‘Als we dergelijk gedrag gezonder weten te maken, levert dat veel op.’ In Amsterdam heeft één op de vijf kinderen overgewicht of obesitas, twee keer zo veel als in de rest van Nederland.

GEZONDE KASSA EN SUPERMARKTCOACH

Bij de kassa doen mensen relatief de meeste impulsaankopen. Voor dit onderzoek zijn ‘interventie supermarkten’ (n=17) geselecteerd in een buurt met een lage sociaal-economische positie in de steden Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Den Haag. Voor het onderzoek plaatste de supermarkt ‘gezonde’ producten in de omgeving van de kassa. In dezelfde buurten zijn jonge supermarktmedewerkers (vakkenvullers) opgeleid tot supermarktcoach. Ze leidden onder andere scholieren 45 minuten rond door de winkel en verzorgden een interactieve quiz over gezonde producten.

'Peer pressure'

Dijkstra constateert dat het veranderen van voedingsgedrag in vrijwel alle settings moeilijk is. 'Via scholen probeer je van de gezonde keuze een gemakkelijke, en vervolgens een onbewuste keuze te maken. Het voordeel is dat je gezond eten zowel bij de kinderen als de ouders onder de aandacht brengt. Via scholen bereik je mensen met allerlei verschillende achtergronden en opleidingsniveaus, ieder kind gaat naar school. Je maakt ook gebruik van de 'peer pressure' van leerlingen die leidt tot vele mogelijkheden. Jongeren leren van andere jongeren.' Binnen het netwerk 'Ondernemers voor een Gezond Amsterdam' (zie kadertekst) zijn twee gezamenlijke interventies voor de supermarkt ontworpen en geïmplementeerd. 'Samen met een grote supermarktketen hebben we onderzoek gedaan naar de 'gezonde kassa' en voor jongeren de 'supermarktcoach' ontwikkeld (zie kadertekst). Het is heel leuk om te zien en te horen hoe die meiden en jongens tijdens de rondleiding in de winkel op elkaar reageren, met hun eigen uitdrukkingen.'

Integrale benadering

Dijkstra kan nog niets zeggen over het effect op hun aankoopgedrag. 'De data van de

 **ONDERNEMERS
VOOR EEN GEZOND
AMSTERDAM**

GEZOND AMSTERDAM

Op 28 maart 2017 is het netwerk '[Ondernemers voor een Gezond Amsterdam](#)' gelanceerd. De Gemeente Amsterdam en kennisinstellingen zoals Vrije Universiteit Amsterdam en het Amsterdam Health and Technology Institute werken samen met de Amsterdamse ondernemers binnen het netwerk (bijvoorbeeld zwembaden, Artis, supermarkten) om hun voedselaanbod gezonder te maken en hun klanten te helpen gezondere keuzes te maken.

nameting zijn nog niet beschikbaar. Maar we gaan ervan uit dat we zowel de gezonde kassa als de supermarktcoach gaan optimaliseren en proberen op te schalen. We hopen zo een concept te ontwikkelen dat ondernemers in heel Nederland toepassen.' Dijkstra tenslotte: 'Voor het veranderen van het gedrag zijn alle settings belangrijk: thuis, op school, in de wijk en in de zorg. Ze moeten worden geïntegreerd. Ik verwacht dat juist die integrale benadering veel oplevert. Ook de mobiele telefoon en sociale media zullen een veel grotere rol spelen. We kunnen de komende jaren mooie resultaten verwachten.'

Regulering door de overheid, of voorlichting en keuzevrijheid?

Dit voorjaar werd er volop gedebatteerd, niet alleen door de lijsttrekkers van politieke partijen naar aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen. Ook wetenschappers, ondernemers, vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties en (aspirant) Tweede Kamerleden discussieerden vol vuur in het Grote Suikerdebat en het Voedsel Verkiezingsdebat. Centraal thema: regulering door de overheid, of voorlichting en keuzevrijheid?



Het Grote Suikerdebat (6 februari 2017)

Het debat is door het kersverse Platform Suikers en Voeding georganiseerd om een genuanceerd beeld neer te zetten en tegengas te geven aan alle negatieve berichten over suiker die in de media geuit worden. Prof.dr.ir. Frans Kok, emeritus-hoogleraar Humane Voeding (Wageningen University), lichtte aan de hand van de Voedselconsumptiepeilingen (VCP's) toe dat de gemiddelde Nederlander de afgelopen decennia iets minder suikers is gaan eten, terwijl het aantal Nederlanders met overgewicht in die periode juist toenam. Drs. Hanneke Dessing, directeur van het Diabetes Fonds, stelde dat de industrie zijn verantwoordelijkheid moet nemen door sneller en meer te innoveren om het suikergebruik te reduceren. Zij pleitte tevens voor een

suikertaks, waarbij vooral frisdranken en vruchtensappen extra belast worden. Ing. Paul Mesters, levensmiddelentechnoloog en directeur Productie bij Suiker Unie, gaf aan meer heil te zien in voorlichting, zodat de consument zelf bewust zijn eigen keuze kan maken. Het merendeel van de aanwezigen was het eens met laatstgenoemde spreker. Vertegenwoordigers van de Hartstichting en het Diabetes Fonds gaven de voorkeur aan regulering door de overheid en een suikertaks. Prof.dr. Jo Hautvast, emeritus-hoogleraar voedingsleer (Wageningen University), sloot af met de oproep om genuanceerder over suikers te gaan denken en minder te polariseren. 'Uiteindelijk willen we met zijn allen een gezonde voeding bereiken'.

Voedsel Verkiezingsdebat (28 februari 2017)

Negen (aspirant) Tweede Kamerleden gingen in het Haagse Nieuwspoort met elkaar in debat over wettelijke maatregelen of financiering van preventie. De Land- en Tuinbouworganisatie Nederland (LTO Nederland), de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) en het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) organiseerden het debat.

Wat moet er tijdens de nieuwe kabinetsperiode gebeuren? Moet de overheid van bovenaf de gezondheid van consumenten beïnvloeden door regels op te stellen voor bijvoorbeeld het gebruik van vet, zout en suiker in producten of het aanpassen van de btw-tarieven van bepaalde producten? Of is meer voorlichting en educatie de insteek?

Deze stellingen waren het uitgangspunt van de discussie over de mogelijkheden om de Nederlanders gezonder te laten eten:

A. Dat kan alleen als de overheid ongezonde producten duurder maakt en gezonde producten goedkoper.

B. Dat kan alleen als mensen meer weten over voedsel, logo's en etiketten en voedselonderwijs krijgen.

De meningen waren verdeeld, stelling B had veruit de meeste aanhangers. Gezondheidseducatie, en dan vooral aan de jeugd, was hot topic. Ook een minister voor Landbouw, Natuur en Voedsel scoorde hoog, onder andere bij CU, CDA en PvdA.



Foto: Bart van Vliet

Helma Lodders, Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (VVD), stemde B.

'Het is de verantwoordelijkheid van de mensen zelf. Meer innovatie, minder regels.'

Esther Ouwehand, Partij voor de Dieren (PvdD) stemde A (maar denkt dat zowel A als B moet)

'Het verhaal van mensen die beter moeten worden voorgelicht, is eigenlijk het verhaal van mensen die zelf niets willen doen. Huppakee, met gestrekt been erin, reguleren die handel.'

Carla Dik-Faber, Christen Unie (CU), stemde B.

'De producten die van het land komen zijn goud waard en hebben geen geur-, kleur en smaakstoffen nodig. Maak de producten in de supermarkt eerlijker en voeg minder zout, vet en suiker toe. De wetenschappelijke commissie moet de beslissende stem krijgen in het Akkoord Verbetering Productsamenstelling in plaats van de stuurgroep die bestaat uit vertegenwoordigers van de levensmiddelenindustrie.'

Tjeerd de Groot, Democraten 66 (D66), stemde B.

'Voedsel moet een belangrijkere rol krijgen op het gebied van volksgezondheid. Geef me 1% van het budget van gezondheidszorg (ruim 95 miljard), dan gaan we kinderen leren waar voedsel vandaan komt en wat gezond eten is.'



Is prijsbeleid een effectieve voedingsinterventie?

De prijs van voedingsmiddelen en dranken heeft effect op de aankoop van het betreffende product. Vandaar dat diverse onderzoekers en politici pleiten voor de invoering van fiscale maatregelen (subsidies en/of belasting) om gewenst voedingsgedrag te realiseren. Kenniscentrum suiker & voeding heeft de stand van de wetenschap over de effecten van fiscale maatregelen bij voedingsmiddelen in kaart gebracht. De resultaten daarvan zijn samengevat in de factsheet 'Gedragverandering en gezondheidseffecten door

prijsveranderingen van voedingsmiddelen'. Daaruit blijkt dat wetenschappelijk onderzoek geen eenduidig beeld laat zien over de te verwachten effecten van prijsbeleid op de totale voeding, op risico-indicatoren zoals overgewicht en op chronische ziekten. Ook bestaat onduidelijkheid over de consumentenacceptatie van dergelijke maatregelen. In het belang van de volksgezondheid uit voorzorg fiscale maatregelen treffen vraagt om veel onderzoeksgegevens die voor Nederland vooralsnog niet beschikbaar zijn.

De consument is de belangrijkste adviseur van het bedrijfsleven

Philip den Ouden is vanaf de oprichting in 2004 directeur van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI). In juni gaat hij met pensioen. Hij blikt terug en kijkt vooruit.

‘Natuurlijk krijg ik ook veel berichten als ‘suiker is vergif’ en ‘verspilling en vervuiling’ waarbij de levensmiddelenindustrie als zakkenvuller en gifmenger wordt neergezet. Ik zie de consument als de belangrijkste adviseur van het bedrijfsleven en ga dan ook graag het gesprek aan met kritische burgers en consumenten. Het komt er meestal op neer dat ze een eenvoudige oorzaak zoeken voor complexe problemen als gezondheid en duurzaamheid. Het is dan het gemakkelijkst om naar één partij te wijzen, de levensmiddelenindustrie.

Bestuurders zijn net gewone mensen

We moeten als samenleving oplossingen vinden voor deze grote maatschappelijke problemen, en bestuurders van grote levensmiddelenbedrijven willen daar maar wat graag een bijdrage aan leveren. Wat me in de afgelopen 13 jaar steeds weer opviel: bestuurders beseffen heel goed dat ze maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben. Ook zij willen niets liever dan verantwoord met gezondheid en de aarde omgaan, het zijn net gewone mensen. Ze worstelen er ontzettend mee, want ze hebben ook de verantwoordelijkheid voor hun werknemers en hun gezinnen. De industrie wil die verantwoordelijkheid nemen en zoekt naar mogelijkheden. Bij het tegengaan van voedselverspilling werken we bijvoorbeeld aan

portiegroottes en verpakkingen. Het is telkens een afweging, een komkommer wordt langer houdbaar door deze te verpakken in plastic. Waar kies je dan voor? De keuze valt vaak op de oplossing met de meeste impact.

Nederland loopt voorop

Ook politici vinden soms dat de veranderingen en productinnovatie te traag gaan en spreken me daar op aan. Ik antwoord dan weleens: ‘Prima, als je het sneller wilt, maak dan snel even een wet’. Zo’n snelle wet is er nog nooit gekomen en zal er ook niet komen, want als ze zich in de materie verdiepen ontdekken ze hoe ingewikkeld het probleem is en welke enorme economische belangen er mee gemoeid zijn. Ik durf te stellen dat innovatie echt niet traag gaat in Nederland. Vergeleken met andere landen lopen we in Nederland ver voorop op het gebied van productaanpassing. Natuurlijk zijn er nog doelen te halen en moeten we aan de gemaakte afspraken voldoen, dus we zijn er nog niet.



Gastcolumn

Kenniscentrum suiker & voeding
door Philip den Ouden
directeur van de Federatie Nederlandse
Levensmiddelen Industrie (FNLI)

Bedreigingen en kansen van digitalisering

Digitalisering heeft veel invloed op distributiekanaal en dit zal de komende jaren alleen maar meer worden en sneller gaan. De out of home sector groeit razendsnel. Online-delivery is natuurlijk niet nieuw, hoe lang bestaat de pizzakoerier die de pizza's na (eerst alleen nog telefonische) bestelling thuis aflevert bijvoorbeeld al? Zoals elders in dit magazine vermeld, verandert het koopgedrag van de consument daardoor ook. We moeten er dus bovenop zitten en inspelen op veranderingen. Digitalisering biedt ook enorm veel kansen, zoals het bieden van transparan-

tie. Tracking bijvoorbeeld heeft veel voordelen tijdens het productieproces, maar geeft ook de consument prachtige mogelijkheden om snel en veel informatie te verkrijgen over de samenstelling en herkomst van een product.

Mini en maxi

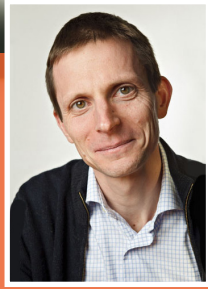
We zien op dit moment veel consolidaties, fusies en overnames, en aan de andere kant de opkomst van kleine bedrijfjes en start-ups. Deze mini's kunnen voor grote bedrijven heel prikkelend zijn. En wie nu klein is, kan straks heel groot zijn. Vergeet niet dat multinationals meestal ook als eenmansbedrijfjes begonnen zijn. Regionale en lokale producten liggen nu heel goed in de markt. Een aantal mensen drinkt bijvoorbeeld rauwe melk rechtstreeks van de boerderij, maar voor het gros van de mensen is dit geen optie. Het staat voor mij als een paal boven water dat het industrieel verwerken nodig blijft om veilig, verantwoord en tegen lage kosten voedsel te kunnen aanbieden aan alle consumenten. We moeten wel zeer scherp in de markt zitten en op alle fronten flexibel zijn, want de vraag verandert sneller dan ooit.

De oudere consument

De vraag van de markt verandert ook op andere punten. Door de vergrijzing bijvoorbeeld (wel toepasselijk om het hier op de valreep voor mijn pensionering over te hebben), komen er meer een- en tweepersoonshuishoudens. Dat vraagt om aanpassing van de portiegrootte, maar ook om bepaalde producten met typische gezondheidsvoordelen voor de oudere consument.

Buitengewoon gezond

De levensmiddelenindustrie is heel belangrijk voor de BV Nederland en onderscheidt zich echt in positieve zin van het buitenland op het gebied van de grote maatschappelijke thema's gezondheid en duurzaamheid. Deze industrie is buitengewoon gezond, heeft een stevige kennisbasis en een groot aanpassingsvermogen. Ik ben er trots op en dankbaar voor dat ik hier mijn steentje aan bij heb mogen dragen. FNLI is een prima organisatie waar heel goede mensen werken. Ik draag binnenkort dan ook vol vertrouwen het stokje over aan mijn opvolger, Marian Geluk.'



DRS. KAMIEL MAASE

Papendal Topsport de proeftuin voor het te



Restaurant, sten van innovaties

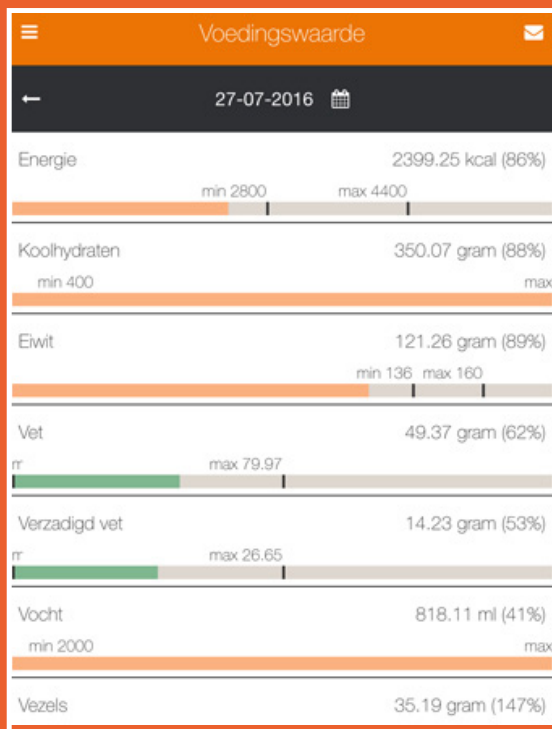
Kamiel Maase, prestatie manager Sport Science & Innovation NOC*NSF is verantwoordelijk voor het Team Voeding dat topsporters begeleidt. 'We dragen ook bij aan voedingsonderzoek dat een bijdrage levert aan de kennisontwikkeling.' In het Topsportrestaurant is innoveren een belangrijke pijler.

EAT2MOVE

EAT2MOVE

Veel innovaties voor topsporters zijn ook bruikbaar in andere gebieden. Het herstel van een topsporter na intensieve training is bijvoorbeeld vergelijkbaar met het postoperatieve herstel van een patiënt. Eat2Move is het samenwerkingsverband (gefinancierd door de Provincie Gelderland) van Wageningen University, Sportcentrum Papendal, NOC*NSF, Ziekenhuis de Gelderse Vallei, de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Alliantie Voeding in de zorg, Nizo Food Research en Friesland Campina. Met elkaar ontwikkelen ze – onder meer naar aanleiding van 'de ogen en oren in het veld' – optimale voeding om prestatie en herstel in (top)sport en zorg te bevorderen.

In het Topsportrestaurant van Sportcentrum Papendal is voor alle sporters de hele dag basisvoeding beschikbaar. 'Het restaurant is een mooie proeftuin voor het testen van innovaties op het gebied van sportvoeding en voor nieuwe apparatuur', zegt Maase. 'We zorgen niet alleen voor voorlichting en begeleiding, maar doen ook voedingsonderzoek dat een bijdrage levert aan de kennisontwikkeling.' In het Topsportrestaurant is innoveren een belangrijke pijler. Herformulering van recepten leidde de afgelopen jaren tot bijvoorbeeld 'herstelkward' en 'sportrepen'. 'In de eerste plaats is het een gewoon restaurant waar de sporter afrekenet met een pasje, maar er is wel een omgeving gecreëerd om een uitgebalanceerd voedingspatroon te volgen.'



‘Die app is heel lang in ontwikkeling geweest, maar is inmiddels in gebruik bij het merendeel van de sporters.’

Papendal VoedingsApp

Maase noemt als voorbeeld de Papendal Voedings-app. ‘Die app is heel lang in ontwikkeling geweest, maar is inmiddels in gebruik bij het merendeel van de sporters.’ Na het afrekenen bij de kassa verschijnt even later de voedingswaarde van de producten op de smartphone. Consumptie buiten het restaurant voert de sporter zelf in. ‘Ze stellen hun eigen targets in: dit is mijn sport, mijn voedingsprofiel dat is afgesproken met de diëtist, en met een gewenste spreiding over de dag. Je stelt op basis van het profiel zelf de boven- en ondergrens van bijvoorbeeld de inname van koolhydraten of eiwitten in en houdt zo bij hoe de verdeling zich over de dag ontwikkelt.’ De sportdiëtist kan via het diëtistenportal het eetpatroon volgen en ‘advies op maat’ geven. De app speelt ook een belangrijke rol in de workshops.

Winst pakken

Over de begeleiders zegt hij: ‘Dat zijn bijna allemaal sportdiëtisten die Sportcentrum Papendal of wij inhuren. In het veld begeleiden ze jonge sporters om gerichte aandacht aan de samenstelling van hun voeding te schenken. Soms adviseren ze sportproducten, een andere keer is het een complete planning van suppletie.’ Dat is de ene kant van de begeleiding,



over de andere kant zegt hij: ‘Ook heel belangrijk is wat ik dan maar noem de ‘ogen en oren in het veld’. De mensen die elke dag topsporters begeleiden zien ook de problematiek op dat gebied. Dat levert onderzoeksonderwerpen op voor innovatie. Waar kunnen we nog winst pakken.’ Er kan een groot verschil zijn tussen de bevindingen die je na onderzoek op papier zet en de uiteindelijke praktijk, constateert Maase. ‘Onderzoek naar nieuwe ontwikkelingen gaat niet snel. De aio’s van de projecten starten doorgaans met een uitgebreid literatuuronderzoek. Dat duurt circa één jaar, dus voor je resultaten hebt, ben je twee tot drie jaar verder.’ Maar zegt hij: ‘Sommige ontwikkelingen komen terecht in het restaurant, worden getest en vinden zo hun weg naar de sporters.’

INNOVATIE ‘E-COOKER’

Nieuw in de keuken van het Topsportrestaurant – en in Nederland – is de e-cooker die werkt met pulserende elektrische energie. Maase enthousiast: ‘Een stukje kipfilet bereiden in slechts één minuut en er komt geen bakvet, bakolie of stoom aan te pas. Dat is onmogelijk zou je zeggen, maar het heeft meer smaak en een betere voedingswaarde.’



Verstoring energiebalans bij sommige kinderen

‘Uit mijn onderzoek blijkt dat wanneer kinderen rondom de geboorte slecht groeien, ze op kinderleeftijd al een meer ongunstige energiebalans hebben. Hierdoor hebben ze waarschijnlijk een hoger risico op obesitas en hart- en vaatziekten’, aldus kinderarts Arend van Deutekom naar aanleiding van zijn promotieonderzoek. De studie maakt deel uit van ‘Amsterdam Born Children and their Development’ (ABCD). Het geboortecohortonderzoek volgt 8.000 opgroeiende kinderen vanaf hun geboorte. Van Deutekom stelt vast dat een laag geboortegewicht, snelle gewichtstoe name of onvoldoende lengtetoe name op zuigelingenleeftijd, samenhangen met veranderingen in de energiebalans, de spierkracht en conditie, en in de activiteit van het autonome zenuwstelsel. De verstoring van de energiebalans betekent dat de kinderen meer stil zitten, minder sporten en ongezonder eten. Nu is vastgesteld dat er al grote verschillen zijn in de aanleg van bewegingspatronen, eetgedrag en fitheid van kinderen, leidt dit wellicht tot effectieve maatregelen en initiatieven om gezond gedrag te stimuleren.

Bron: VUmc 19 april 2017



Is een koolhydraatbeperkte voeding gezond en veilig voor iedereen?

De media besteden veel aandacht aan het fenomeen 'koolhydraatbeperkte' voeding. Het zou dé manier zijn om af te vallen. De consument die dergelijke berichten leest, vindt het de moeite van proberen waard. Maar neemt de hoeveelheid lichaamsvet werkelijk af? Is een dergelijke manier van eten vol te houden? En belangrijk: wat zijn de gezondheidsconsequenties? Is een koolhydraatbeperkte voeding wel veilig en aan te bevelen voor iedereen? Prof.dr. Fred Brouns, emeritus hoogleraar Innovatie Gezonde Voeding (Maastricht University) heeft de literatuur over koolhydraatbeperkte voeding geïnterpreteerd en de uitkomst beschreven in een paper. Uit de wetenschappelijke literatuur blijkt dat bij mensen met overgewicht en diabetes type 2 die overschakelen naar een koolhydraatarme voeding vrij snel de insulinesensitiviteit en bloedglucoseregulatie verbeteren en bloedlipidengehalte en bloeddruk verlagen. In de literatuur worden ook minder gewenste effecten beschreven zoals verlies van spiermassa, verhoogd verlies van calcium in de urine en een verhoogd homocysteïne en LDL-cholesterolgehalte in het bloed. De vraag is: hangen de veranderingen samen met de beperkte hoeveelheid koolhydraten in de voeding of met gewichtsverlies als gevolg van caloriebeperking?

[Lees de achtergronden hier](#)

Onderzoek naar eetlust; minder eten vs. meer bewegen

Eenzelfde negatieve energiebalans veroorzaakt door inspanning is gunstiger voor de eetlust (regulatie) dan door innamebeperking. Dat blijkt uit Brits onderzoek. De onderzoekers keken naar het verschil in acute eetlust (regulatie) wanneer vrouwen 3500 kilojoule (~835 kcal) minder aten dan ze nodig hadden, óf 3500 kilojoule (extra) moesten verbranden met fysieke inspanning (90 minuten rennen op 70% van de VO₂max). Beide groepen verkeerden dus wel in dezelfde negatieve energiebalans. De mensen in de groep die minder at ervoeren een grotere eetlust dan de groep die meer verbrandde. Ook was het ghrelinegehalte (hormoon dat eetlust stimuleert) hoger in de groep die minder at en de hoeveelheid peptide YY (hormoon dat eetlust onderdrukt) lager dan de groep die meer verbrandde. Na afloop at deze groep ook meer tijdens een ad libitum maaltijd, dan de inspanningsgroep. Bij een tweede experiment keken de onderzoekers naar het verschil tussen mannen en vrouwen bij eetlustregulatie na inspanning. Hieruit bleek dat mannen en vrouwen soortgelijke ghreline- en peptide YY-reacties hebben wanneer inspanning zorgt voor een negatieve energiebalans.

Bron: Alajmi et al. [Appetite and Energy Intake Responses to Acute Energy Deficits in Females versus Males](#). *Med Sci Sports Exerc.* 2016 Mar;48(3):412-20.



Bestaat het 'suiker-verslavingsmodel'?

Voor veel mensen geldt dat genieten van iets zoets tot ontspanning leidt. Dat wordt in de media nogal eens vertaald met 'verslaving'. Bestaat zo iets als suiker- of voedselverslaving? Wetenschappers zijn het met elkaar eens dat er onvoldoende bewijs is dat voedingsstoffen – met uitzondering van alcohol – verslavend zijn.

Onderzoekers van Maastricht University onderzochten of studenten (n=1495) 'verslavingsachtige symptomen' ervaren voor diverse voedingsmiddelen. Het ging om vier categorieën: hartige (zoals crackers en groente): laag vet, laag suiker; suikerrijke (zoals wine gums en frisdrank): zonder vet en eiwit; voedingsmiddelen (zoals gebak): hoog vet en suiker; hartige (zoals kaas en worst) hoog vet en eiwit. Ze inventariseerden of 'afhankelijkheid' vaker voorkomt bij suikerrijke producten, en of dit is gerelateerd aan BMI en depressie. De onderzoekers concluderen dat suikerrijke voedingsmiddelen minimaal bijdragen aan 'afhankelijkheid voor voedsel' en een verhoogd risico op gewichtstoename. De hoogste gemiddelde BMI-scores werden gezien bij mensen die problemen ervoeren in de 'hartige voedingsmiddelen, hoog in vet en eiwit'.

Bron: Markus et al. [Eating dependence and weight gain; no human evidence for a 'sugar-addiction' model of overweight](#). *Appetite*, volume 114, Pages 64–72 (2017)



Minder zout in sommige producten

Begin 2014 heeft minister Edith Schippers (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) met brancheorganisaties van de voedingsmiddelenindustrie, retail, horeca en catering het Akkoord Verbetering Productsamenstelling afgesloten. De afspraken in het Akkoord moeten het voor de consument gemakkelijker maken om gezonde producten te kiezen. De afspraken in de afgelopen jaren richtten zich op het maximumgehalte zout, verzadigd vet en calorieën (suikers en (verzadigd) vet) in voedingsmiddelen. Uit [onderzoek](#) van het RIVM blijkt dat het zoutgehalte in brood in 2016 gemiddeld 19 procent lager was dan in 2011. Ook sommige soorten sauzen, soepen, groenten en peulvruchten in blik of glas en chips hebben een lager zoutgehalte (tussen 12 en 26 procent) dan in 2011. Daarnaast hebben enkele productgroepen (bijvoorbeeld sommige vleeswaren) inmiddels een lager gehalte verzadigd vet. De hoeveelheid suikers veranderde niet, het is in alle onderzochte productgroepen gelijk gebleven.

Bron: RIVM 6 april 2017

suiker in perspectief

is een uitgave van Kenniscentrum suiker & voeding

meer informatie: www.kenniscentrumsuiker.nl

