

Wat eten we morgen?

Lekker innovatief ... groente en fruit

*Een verkenning naar (innovatieve) mogelijkheden om
de consumptie van groente en fruit te bevorderen*





Wat eten we morgen?

Lekker innovatief ... groente en fruit

Een verkenning naar (innovatieve) mogelijkheden om de consumptie van groente en fruit te bevorderen

“... kom uit het land van kroketten, frikadellen die je tot aan de Spaanse kust kunt bestellen ...”

(Het Land van, Lange Frans en Baas B, 2005)

“Food will be a defining issue of the 21st century”

(EAT Lancet commission, 2018)¹

“Als we goed luisteren naar hoe mensen leven, kunnen we leren wat mensen nodig hebben. Daarmee kunnen we dingen veranderen”

(Prof.dr. Jaap Seidell, 2017)²

“We weten steeds beter dat vrijwel alle ‘grote’ chronische, niet overdraagbare aandoeningen van vandaag het gevolg zijn van de wisselwerking tussen onze leefstijl, erfelijke aanleg en/of het verouderingsproces. Ingegeven door de manier waarop we onze samenleving hebben ingericht, leven we bijna allemaal verkeerd en onze genen bepalen welke ziekte we daarvan krijgen”

(Prof.dr. Hanno Pijl, 2019)³

“Ooit aten we, althans de gewone mensen, de godganse dag alleen maar aardappelen. Gemiddeld 300 kilo per persoon in 1885, staat in Eten en eetlust in Nederland, van Anneke H. Otterloo (1990). Dat is nu nog maar 26 kilo. Of en wat voor groente je (erbij) at, hing ervan af of je in de stad of op het platteland woonde, in Friesland of Limburg, of je rijk was of arm, of het zomer of winter was.”

(Martine Kamsma, NRC, 27 november 2018)⁴

Voorwoord

'Groenten zijn geweldig! Ze zijn goed voor jou, goed voor onze planeet en in mijn beleving zijn het de sterren in de ingrediëntenwereld. Ze zijn gewoonweg heerlijk en eenvoudig te bereiden.' Een uitspraak van sterrenkok Ottolenghi en ik ben het volledig met hem eens. Het mooie is dat wij in Nederland de sterren van de glastuinbouw zijn. Wereldwijd staat Nederland bekend als bakermat van innovatieve tuinbouw. In die traditie past deze SIGN- verkenning: *welke innovatieve manieren zijn er om de groente- en fruitconsumptie te stimuleren?* Als we gezonder eten, hebben we meer energie, zijn we fitter en minder vatbaar voor ziektes.

Nog lang niet voor iedereen is het dagelijks eten van voldoende groenten en fruit vanzelfsprekend. Wetenschappelijk is het belang van groente en fruit onomstreden. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) omschreef het zo mooi in haar rapport '*Weten is nog geen doen*'. Er is voldoende kennis over de effecten op de gezondheid in brede zin, maar dat wil niet zeggen dat we ernaar handelen. Hoe komt het dat maar één op de zes mensen de aanbevelingen van het Voedingscentrum voor 250 gram groente per dag volgt?

Deze verkenning laat zien hoe ons voedsellandschap de afgelopen dertig jaar is veranderd. Verder bevat het een breed overzicht van mogelijkheden om aan de slag te gaan: als werkgever, in de zorg en het onderwijs en tot slot natuurlijk als overheid. Aanvullend en in verbinding met wat er al is.

Hoe kunnen we die omslag maken naar een omgeving, die de gezondheid bevordert met een breed aanbod van gezonde voeding? We kunnen nog beter rekening houden met wensen van consumenten in het dagelijks leven. Beter inspelen op wat we van hen horen over groenten en fruit. Verslavend lekkere groente, eenvoudig zonder knoeien te consumeren. Een innovatie-lab voor echt gezonde producten, samen met retail en verwerkers.

We kunnen mensen lokaal samenbrengen rond het thema gezonde voeding en samen toewerken naar 'gezond voedsel in een gezonde omgeving' als norm. Met name in de zorg en het onderwijs, als voorbeeld voor de maatschappij. De gedragswetenschap kan helpen bij de acceptatie van die nieuwe norm. Ik ben verheugd dat in de Greenports diverse projecten en samenwerkingen met kennisinstellingen ontstaan, waarbij de gedragscomponent stevig op de agenda staat. Zoals bij Erasmus MC in Rotterdam, VU in Amsterdam en Universiteit Maastricht met Brightlands Venlo.

Deze verkenning is een aanvulling op de vele initiatieven in het veld, waarvan de opschaling fors bij kan dragen aan de volksgezondheid. Innoveren is groot denken, klein beginnen en snel starten. Omdenken en aan de slag gaan.

Iedereen kan binnen zijn invloedssfeer bijdragen aan een gezonde omgeving: binnen de eigen persoonlijke levenssfeer thuis en op het werk, als werkgever, als directeur van een onderwijs- of zorginstelling of als minister, die landelijke maatregelen neemt. Een zondere wereld begint bij jezelf. Zo start ik iedere dag met een glas helder water met een verse citroen. Heerlijk verfrissend voor lichaam en geest.

Een groot aantal partijen droeg constructief bij aan deze verkenning. Daarvoor wil ik hen hartelijk danken. Zoals we in de glastuinbouw zeggen: alleen ga je sneller, samen kom je verder. Ik hoop op een goede samenwerking met iedereen, met gezond eten als dé nieuwe norm!

Sjaak van der Tak
voorzitter SIGN

Inhoudsopgave

Samenvatting en kernboodschappen	5
Wat is de context van deze verkenning?	7
Wat en hoe is verkend?	12
Waarom eten we niet voldoende groente en fruit?	15
Hoe verhogen we de consumptie van groente en fruit?	23
Ja en, hoe dan?	39
Bijlagen	48

Samenvatting en kernboodschappen

In deze verkenning staat de vraag centraal hoe we de consumptie van groente en fruit kunnen bevorderen. De gemiddelde Nederlander eet dagelijks 133 gram groente en 113 gram fruit. Dit is minder dan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid. Maar hoe erg is dat, waarom en voor wie? Wat betekent dit voor de gezondheid van mensen, voor het milieu en de economie van de groente- en fruitsector? Hierover gaat het eerste hoofdstuk.

Vervolgens kijken we naar de redenen waarom we eigenlijk niet voldoende groente en fruit eten. Een krop andijvie is zo gesneden, maar waarom doen we het niet? Deze analyse vormt de opmaat naar het kernbetoog van deze verkenning.

Veel mensen hebben trek in wat ze zien en eten wat voorhanden en verkrijgbaar is. Op basis van dit simpele principe worden we dagelijks verleid om te kopen en te consumeren. Laten we hiervan ook handig gebruik maken om de consumptie van groente en fruit te verhogen. Enerzijds door de zichtbaarheid, toegankelijkheid en beschikbaarheid van groente en fruit verder te vergroten. Anderzijds door een aanvullend, nieuw en innovatief groente- en fruitaanbod te ontwikkelen en te introduceren dat aansluit bij de wensen en behoeften van mensen. Zoals heel aantrekkelijke, makkelijke en snelle groente en fruitproducten met een hoge bliss-factor. Zo lekker en bijna verslavend dat we er met plezier veel van eten. En minstens zo goed gewaardeerd als wat consumenten nu kopen.

We beschikken hiervoor over de benodigde kennis en infrastructuur. Met een innovatie-laboratorium voor groente en fruit kan Nederland zich internationaal onderscheiden. Niet in vierkante meters productie maar met innovatie, met groente en fruit die medische claims waardig zijn en de nieuwste inzichten om mensen te verleiden groente en fruit te eten.

Innovatie is een middel om groente en fruit een groter aandeel van het aanbod te laten uitmaken, om een omslag te maken van bewerkt naar vers voedsel. In breder perspectief bezien van obesogeen, belastend voor mens en milieu naar gezonder en duurzamer. Een 'nieuw normaal' laat zich echter niet afdwingen maar vraagt om een gezamenlijke inzet van burgers, sectoren en hun organisaties, instellingen en bedrijven, van voedselproducten en -aanbieders evenals van de overheid.

Deze verkenning laat zien dat er niet één product, één regel, één werkwijze, één sector, één partij of één heilige graal bestaat om Nederland meer groente en fruit te laten eten. Het bevorderen van de consumptie van groente en fruit vraagt meervoudige actie en samenwerking. Deze verkenning beoogt te inspireren, het denkraam te vergroten en biedt concrete aanknopingspunten voor beleid.

Kernboodschappen

- Als we echt willen, weten we hoe we de consumptie van groente en fruit kunnen verhogen. De realisatie hiervan vraagt scherpe maatschappelijke en politieke keuzes en een innovatief productaanbod dat goed aansluit bij de wensen en behoeften van consumenten.
- Maak van Nederland het innovatie-laboratorium voor groente en fruit.
- Eén sluitende en zaligmakende oplossing voor iedereen bestaat niet. Er is niet één product, één regel, één werkwijze, één sector, één partij of één heilige graal om Nederland meer groente en fruit te laten eten.
- De meeste mensen hebben zin in wat ze zien en wat beschikbaar is. Als we willen dat mensen groente en fruit eten, moet groente en fruit standaard aanbod zijn: aantrekkelijk, makkelijk, betaalbaar, altijd en overal verkrijgbaar.
- Keer de verhouding om tussen groente en fruit en ander aanbod zodat groente en fruit de hoofdmoot vormen: het 'nieuwe normaal'.
- Meer groente en fruit vraagt om draagvlak in de samenleving. Stimuleer, vergroot en versterk (bestaande) initiatieven van actieve burgers vanuit de samenleving. Geef kinderen en jongeren hierbij expliciet een stem.
- Werkgevers, het onderwijs en de zorg hebben een grote rol, dragen verantwoordelijkheid en hebben een voorbeeldfunctie, juist omdat veel mensen een groot deel van hun dag doorbrengen op school of op het werk.
- Het bevorderen van de consumptie van groente en fruit vraagt actie en samenwerking van verschillende sectoren en actoren, op verschillende niveaus; van burgers, van werkgevers, de zorg en het onderwijs, van producten en aanbieders en tot slot van de overheid.

Wat is de context van deze verkenning?

Nederlanders zijn kampioenen in geluk, negentig procent van de bevolking noemt zichzelf gelukkig⁵. Ook zijn we koploper in toegankelijke en kwalitatief hoogwaardige zorg. De EHCI roept Nederland jaar op jaar uit tot een van de beste zorgstelsels van Europa⁶. We zijn echter hekkensluiter als het aankomt op groente- en fruitconsumptie, zo blijkt uit cijfers van Eurostat⁷.

Er is geen land in Europa waar mannen en vrouwen zo weinig groente en fruit eten als Nederland. De Richtlijnen goede voeding⁸ en het Voedingscentrum⁹ bevelen volwassenen aan dagelijks 250 gram groente en twee stuks fruit te consumeren. Dit halen we bij lange na niet. Slechts 16 procent van de volwassenen eet 200 gram groente per dag en 13 procent consumeert 200 gram fruit. Een kleine minderheid van de bevolking. Meer precies, Nederlanders eten gemiddeld 131 gram groente en 113 gram fruit per dag¹⁰.

Begin jaren 50 at de gemiddelde Nederlander 181 gram groente per dag¹¹. Een opscheplepel gekookte groente of een bakje rauwkost per dag meer dan nu¹⁰. De neerwaartse trend van steeds minder groente en fruit eten lijkt overigens te zijn gestopt. De consumptie van fruit is iets toegenomen (vooral bij kinderen) en die van groente is stabiel.

Overgewicht en obesitas

We eten weinig groente en fruit. Ondermaats naar de maatstaven van officiële instanties die zich baseren op wetenschappelijk onderzoek en goed onderbouwde en breed gedragen adviezen.

Te weinig groente en fruit, hoe erg is dat? Wat zijn de gevolgen hiervan voor de economie, het milieu en de gezondheid?

Chronische aandoeningen

Hoe zit het bijvoorbeeld met groente, fruit en ziekte? In de Volksgezondheid Toekomst Verkenning laat het RIVM de unieke bijdrage zien van ongezonde voeding – waaronder te weinig groente en fruit – aan ziektelast (8.1 procent), sterfte (12.900 doden) en zorguitgaven (6 miljard euro)¹². Afhankelijk van de wijze van meten telt Nederland tussen de 5 en 10 miljoen Nederlanders met één of meer chronische aandoeningen. In 2016 hadden bijvoorbeeld 5,1 miljoen personen contact met de huisartsenpraktijk voor een chronische aandoening¹³. Hiermee ligt het percentage Nederlanders dat zegt een chronische ziekte te hebben iets onder het gemiddelde van de Europese Unie¹⁴. Heel concreet gaat het onder andere over meer dan anderhalf miljoen mensen met hart- en vaatziekten, meer dan 1 miljoen mensen met diabetes type 2 en meer dan een miljoen mensen die dagelijks antidepressiva slikken. Bijna één op de twee Nederlanders heeft verder overgewicht of obesitas, een forse toename ten opzichte van dertig jaar geleden¹⁵. In de meeste EU-landen komt zwaarlijvigheid overigens nog vaker voor¹⁶. Alleen in Italië, Frankrijk, Denemarken, Luxemburg, Cyprus en Oostenrijk hebben mensen vaker een gezond gewicht dan in Nederland. Bij gelijkblijvend beleid verwacht het RIVM dat in 2040 slechts nog 1 op de 3 Nederlanders een gezond gewicht heeft¹⁷. Dit zijn cijfers die lijken op de huidige situatie in Amerika.

De Gezondheidsraad concludeert in de Richtlijnen Goede Voeding⁸ dat overtuigend is aangetoond dat het eten van groente en fruit een gunstig effect heeft op de bloeddruk en het LDL-cholesterol, en het risico op coronaire hartziekten en beroerte verlaagt. Verder zijn groente en fruit geassocieerd met het terugdringen van diabetes en bepaalde soorten van kanker.

Naar schatting van het World Cancer Research Fund kan 30 tot 40 procent van alle 100 duizend kankergevallen per jaar worden voorkomen als Nederlanders gezond eten en drinken en meer bewegen¹⁸. Mensen die veel groente en fruit eten, krijgen gemiddeld minder calorieën binnen dan mensen die weinig groente en fruit eten, waardoor hun kans op overgewicht kleiner is en daarmee hun kans op kanker¹⁹. Verder is er is een duidelijke relatie tussen groente en fruit eten en een lager risico op hoofd- en hals tumoren bij rokers¹⁹.

De relatie tussen groente en fruit, overgewicht en obesitas is op populatieniveau minder onomstotelijk aangetoond dan het verband met ziekte en gezondheid. De WHO concludeert in een overzicht van beschikbaar onderzoek dat groente en fruit waarschijnlijk een belangrijke rol spelen bij gewichtsmanagement²⁰.

Sociaal economische verschillen

Chronische aandoeningen en vroegtijdig overlijden komen vaker voor bij mensen met een laag inkomen, een lage beroepsstatus of een laag opleidingsniveau dan bij mensen met een zogenaamde hoge sociaal economische status²¹. De verschillen zijn fors, hardnekkig over de tijd en nemen naar verwachting verder toe de komende jaren. Ze bedreigen niet alleen de gezondheid en kwaliteit van leven van individuen, maar ook de vitaliteit van onze samenleving en daarmee dus ook onze productiviteit en economische concurrentiekracht²².

Laag opgeleide mannen en vrouwen leven gemiddeld 6,5 en 5,4 jaar korter dan hoog opgeleiden. Het verschil in het aantal jaren dat ze langer leven in goede gezondheid is zelfs 15,4 en 14,2 jaar. Voor deze verschillen zijn veel verklaringen, waaronder rook- en eetgedrag.

Mensen met een lage sociaal economische status roken vaker en hebben een ander consumptiepatroon. Ze eten minder groente en fruit dan mensen met een hoge sociaal economische status.

Hoog opgeleide volwassenen eten gemiddeld 172 gram groente en 163 gram fruit, noten en olijven per dag. Laag opgeleide volwassenen consumeren 131 groente en 119 gram fruit, noten en olijven. Dit verschil is niet alleen zichtbaar bij volwassenen maar ook bij hun nageslacht. Kinderen van hoog opgeleide ouders/verzorgers eten meer groente (gemiddeld 85 gram per dag) en meer fruit, noten en olijven (gemiddeld 133 gram per dag) dan kinderen van laag opgeleide ouders/verzorgers. Zij eten dagelijks gemiddeld 73 gram groente en 98 gram fruit, noten en olijven¹⁰.

Duurzaamheid en sector-economie

En wat betekent de relatief geringe consumptie van groente en fruit voor het milieu? Vooropgesteld, we eten het meest duurzaam als we niet meer eten dan we nodig hebben (en ook voor de gezondheid is dit een goed idee). Vervolgens is het de vraag wat we eten.

Dierlijke producten belasten het milieu aanzienlijk meer dan groente en fruit. Een paar cijfers. De CO₂-footprint van groenten is gemiddeld 1,67 CO₂/kg, die van fruit 3,40 en van vlees maar liefst 19,3²³. Voor de productie van een kilo rundvlees is 15.000 liter water nodig, drie keer zoveel als voor een kilo kaas (5.100 liter). Om een kilo tomaten, komkommers of appels te laten groeien is 200, 350 en 800 liter water nodig²⁴. Ter vergelijking, tijdens een gemiddelde

douchebeurt gebruiken we ruim 50 liter water en als we de wc doortrekken een liter of vijf. Het verhogen van de consumptie van groente en fruit is gunstig voor het milieu, althans als we groente en het fruit eten in plaats van vlees en andere minder duurzame voedingsmiddelen.

De groente- en fruitsector is inmiddels één van de belangrijkste motoren voor de Nederlandse economie volgens het Groenten en Fruithuis²⁵. De totale omzet van de groente- en fruitsector in Nederland bedraagt ongeveer € 18 miljard (handelswaarde). In 2017 oogstten Nederlandse tuinders 5.552,5 miljoen kilogram groenten²⁶. Als Noordwest-Europeanen de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groenten en fruit zouden eten, zou dit flinke economische sectorvoordelen kunnen opleveren waaronder 120.000 arbeidsplaatsen en 7 miljard extra handelswaarde²⁷.

Uitgaven aan groente en fruit

Lang geleden, rond 1900 gaven arbeiders de helft van hun inkomen uit aan voedsel. In 1960 was dat nog 30 procent, in 1980 16 procent en in 2011 slechts 11 procent²⁸. In 2015 gaf een gemiddeld huishouden volgens het CBS 3.350 euro uit aan voedsel zonder dranken²⁸, waarvan 19 procent aan groente en fruit²⁹. Ter vergelijking, in 2017 gaven we per persoon gemiddeld 5.720 euro uit aan zorg²⁹. De prijs van groente en fruit steeg in 2017 overigens sneller dan de prijs van koek en chips. Gezondere voedingsmiddelen stegen gemiddeld ruim twee keer sterker in prijs dan ongezondere voedingsmiddelen. Ook in de jaren ervoor stegen gezondere voedingsmiddelen vaker meer in prijs dan ongezondere voedingsmiddelen³⁰.

Over voeding is en wordt veel gesproken, en is het laatste woord zeker nog niet gezegd. Eén ding weten we in ieder geval zeker: de consumptie van meer groente en fruit is goed voor de gezondheid⁸. Een groeiende stroom onderzoek laat zien dat verse en onbewerkte voeding met groente en fruit in de hoofdrol mensen helpt gezond te zijn en gezond te blijven. En bovendien een serieuze plaats verdient in de behandeling van chronische aandoeningen. Precies hiervoor maakt Vereniging Arts en Leefstijl³¹ (voorheen Arts en Voeding) zich hard en pleitte ook het Manifest Leefstijlgeneskunde dat in oktober 2018 verscheen³². De Gecombineerde Leefstijlinterventie die vanaf 1 januari 2019 onderdeel uitmaakt van het verzekerde pakket aan basiszorg sluit ook hierop aan. Dit is een multidisciplinaire leefstijlinterventie voor mensen met obesitas en voor mensen met overgewicht en een verhoogd risico op het ontwikkelen van een chronische aandoening.

Als we meer groente en fruit zouden eten, zouden we gezonder en energiekler zijn en daardoor breder inzetbaar en productiever zijn in economische zin. De groente en fruitsector, inclusief de boeren en de tuinders, zou er wel bij varen en we zouden het milieu minder belasten. Er is werk aan de winkel en gelukkig zijn er ook lichtpunten. Volgens sommigen is ons voedsel veiliger dan ooit³³. Steeds meer mensen kiezen om milieureden voor een meer plantaardige voeding wat, zoals we zagen, voorzichtig zichtbaar is in de voedselconsumptiepeiling. En tot slot staan leefstijl, gezondheid en milieu volop in de belangstelling. Voeding is een geliefd onderwerp onder bloggers, vloggers en de media.



Wat en hoe is verkend?

We eten te weinig groente en fruit. Hoe kan dat anders? In de afgelopen jaren is het nodige bedacht, geprobeerd en gedaan om de groente- en fruitconsumptie te stimuleren. Dit is zowel hard nodig als hard werken in een wereld vol verleidingen, ‘ultraprocessed’ en fast food, enorme marketingbudgetten vanuit de voedingsmiddelenindustrie en een groot duurzaamheidsvraagstuk.

Het is goed nieuws dat de groente- en fruitconsumptie min of meer stabiel blijft en zelfs een beetje lijkt toe te nemen¹⁰. Maar willen we de voordelen van groente en fruit optimaal benutten en vergroten, met name ook in groepen met een lage sociaal economische status, dan moet de consumptie omhoog. Er wordt al veel goeds gedaan om de consumptie van groente en fruit te stimuleren. Om de toename verder te stimuleren, zijn meer en aanvullende maatregelen nodig of aanpassingen van wat er is. Of kan hetgeen er is versterkt, verbonden of opgeschaald en verduurzaamd worden?

Centrale vraag

Deze verkenning zoekt naar innovatieve mogelijkheden die de consumptie van groente en fruit verhogen. De centrale vraagstelling luidt:

Wat zijn (innovatieve) mogelijkheden om de groente- en fruit consumptie te bevorderen?

Werkwijze

Deze verkenning is tot stand gekomen op basis van:

1. Vier semigestructureerde bijeenkomsten van elk 2 uur met experts en innovatoren.
Bijlage 1a laat zien wie de deelnemers waren en waar zij werkzaam zijn. Alle deelnemers namen vrijwillig en onbezoldigd deel op persoonlijke titel.
2. Negen diepte interviews met elf personen.
Bijlage 1b laat zien wie de geïnterviewd zijn en waar zij werkzaam zijn. Alle geïnterviewden namen vrijwillig en onbezoldigd deel op persoonlijke titel.
3. Een semi-gestructureerde bijeenkomst met Beleidsmakers.
Bijlage 1c laat zien wie de deelnemers waren en waar zij werkzaam zijn.
4. Een semi-gestructureerde bijeenkomst van 1,5 uur met middelbare scholieren (HAVO en Vwo) van het Maerlant Lyceum in Den Haag.
5. Literatuur en online onderzoek.
Bijlage 2 biedt een overzicht van gebruikte literatuur.

Tijdens de bijeenkomsten en de interviews is met de experts, innovatoren en scholieren intensief nagedacht over remmende en stimulerende prikkels en mogelijkheden om de consumptie van groente en fruit te verhogen. Deze verkenning is het eindproduct van een proces van samen nadenken, zoeken en ontwikkelen.

Doel van deze verkenning is te inspireren, het denkraam op te rekken en te vergroten en mogelijkheden aan te dragen voor het verhogen van de groente- en fruitconsumptie.



Deze verkenning is gemaakt in opdracht van SIGN (Stichting Innovatie Glastuinbouw Nederland), vanuit de alliantie met het Ministerie van LNV. De opdracht was een inspirerend en wervend rapport op te leveren. De auteurs hebben hierbij gekozen voor een meer journalistieke dan strikt wetenschappelijke insteek. De verkenning is bedoeld voor iedereen die binnen zijn invloedssfeer wil bijdragen aan het bevorderen van de consumptie van groente en fruit. Van beleidsmakers tot politici, van telers tot marketeers, van cateraars tot schoolbesturen. Uitgangspunt is dat iedereen binnen zijn invloedssfeer iets kan doen: van persoonlijke levenssfeer tot een minister die landelijke maatregelen neemt.



Waarom eten we niet voldoende groente en fruit?

In deze verkenning kijken we eerst naar motieven en argumenten van mensen om groente en fruit te eten (of niet), om van daaruit vervolgens een stap te kunnen maken naar mogelijkheden om de groente- en fruitconsumptie te bevorderen.

Wat drijft mensen in hun keuze voor groente of fruit, wat vinden ze belangrijk, waarop knappen ze af en wat houdt ze tegen?

Waarom eten we eigenlijk niet voldoende groente en fruit?

Uit de interviews, de groepsbijeenkomsten en de literatuur komt het volgende beeld naar voren.

Lekker, leuk en aantrekkelijk

Lekker! Dat is het eerste wat veel mensen zeggen als het over voeding gaat. Eten moet lekker zijn, goed smaken en prettig aanvoelen in de mond. En het moet ook aantrekkelijk zijn. We vinden het belangrijk dat ons voedsel er lekker uitziet, dat het uitnodigt om gegeten te worden. We lusten en eten vrijwel alles als het er maar mooi uitziet, laat recent onderzoek in bestaande restaurants met 'echte' gasten zien³⁴. Voor het onderzoek werd het aanbod in onder andere een bedrijfskantine en in een all-you-can-eat restaurant aangepast. En dit had effect op de consumptie. Zo werd de verhouding tussen dierlijk en plantaardig gewijzigd: minder vlees en vis en meer groente. Verder werd gezocht naar meer 'spannende' bereidingen en kleur op het bord. Andere producten en een aangepaste presentatie concludeerden de onderzoekers, oftewel een slim, aantrekkelijk en kwalitatief hoogstaand aanbod leidt tot consumptie van 113 procent meer groente en tot 13 procent minder vlees en vis. En ook niet onbelang-

rijk, de gasten liepen niet weg. Ze waren minstens even tevreden en in een aantal gevallen nam de tevredenheid iets toe. Smaak en presentatie zijn dus van groot belang. Een bord met witte bloemkool, pasta met witte roomsaus en een bleke kipfilet oogt niet aantrekkelijk. In de Japanse keuken is het gebruikelijk vijf kleuren op een bord te combineren: wit, zwart, rood, groen en geel. We willen plezier hebben en daarbij vermaakt, verleid en beloond worden. De voedingsmiddelenindustrie speelt hierop slim in met verpakkingen als cadeautjes, win- en spaaracties, proeverijen in de winkel en online games.

Een belangrijke reden waarom we niet voldoende groente en fruit eten is dat we het niet graag eten of niet lusten. 'Ik vind het niet lekker' een deelnemer noemde het 'goor'. Een ander zei: 'in de winter heb ik geen zin in rauwkost, en warme groente en fruit lust ik niet'.

Niet zelden worden groenten geassocieerd met vroeger.

Om groenten en fruit hangt een sfeer van 'moeten' in plaats van 'willen'. Betutteling zeggen sommigen, gecombineerd met een tuttig imago van gezellig dansende preitjes en spruitjesgeur.

Daarbij komt dat groente en fruit, anders dan vet en suiker, niet of nauwelijks belonen.

Ze hebben geen 'reward'- of 'blissfactor'. Een beker chocolade-ijs met kleine stukjes koek eet bijvoorbeeld makkelijker door dan een schaal goed bereide broccoli. Verder hebben we een voorkeur voor

warm, vet, zoet of zout als we trek hebben, moe, gestrest of anderszins emotioneel zijn. Mede onder invloed van stress en slaapgebrek hebben we zin in stroopwafels, chips en worstenbroodjes van bladerdeeg. Op dit soort momenten vinden we groente en fruit minder aantrekkelijk³⁵.

Makkelijk

Behalve dat het lekker en aantrekkelijk moet zijn, willen we dat ons voedsel makkelijk te bereiden is. Gemiddeld zijn we 28 minuten per dag bezig met het klaarmaken van voedsel³⁶. Een enorm verschil met de jaren vijftig waarin een huisvrouw gemiddeld twee uur per dag in de keuken stond. We hechten steeds meer aan eenvoudig en snel te bereiden voedsel dat makkelijk weghapt. Niet al te veel gedoe en daarom zijn kant-en-klaar maaltijden en zakken voorgesneden groente aantrekkelijk evenals het toenemend aanbod aan 'boxes' met volledige maaltijdpakketten. Een soeppakket voor een dag, een koolhydraatbewuste doos voor mensen met diabetes type 2 of een maaltijdbox voor vijf dagen voor het hele gezin.

Behalve eenvoudig en snel klaar willen we dat eten makkelijk mee te nemen is.

Groente en fruit kunnen bederven of worden beurs in de tas. En een salade eet niet echt handig achter het stuur van de auto. Groente en fruit kunnen druppen, lekken en plakken. Vlekken op je colbert, en kauwen kost tijd. Allemaal redenen die ons tegenhouden voldoende groente en fruit te eten.

Toegankelijk en betaalbaar

We willen dat het voedsel van onze keuze verkrijgbaar, beschikbaar en betaalbaar is. En dat is niet altijd even makkelijk. Groente en

fruit dat onderweg verkrijgbaar is, ziet er niet altijd even vers en lekker uit, als het al te krijgen is. Op veel plaatsen buitenshuis, waaronder tankstations, pretparken en restaurants, is het aanbod aan groente en fruit ronduit karig. In sommige voetbalstadions mag een appel in de tas niet mee naar binnen vanwege het risico dat ermee gegooid wordt naar de spelers.

'Dan is mijn geld op en heb ik nog steeds honger', zei een middelbare scholier over het idee zijn euro's in de pauze of na het voetballen uit te geven aan fruit in plaats van aan een patatje met. We houden van een vol verzadigd gevoel, een lege maag voelt niet fijn. Groente en fruit geven relatief weinig energie. Voor sommigen een voordeel, maar voor sommigen ook zeker een reden om het te laten staan.

Sociaal en gewoonte

We eten graag wat de mensen om ons heen ook eten en wat we gewend zijn. Nederlanders zijn echte brood eters. De meeste mensen eten alleen groente bij de warme maaltijd. Het programma Diagnose Voeding en Gezondheid pleitte daarom recent voor een andere lunchcultuur met een 'groenterijke en relaxte lunch'³⁷.

Veel mensen groeien op in een omgeving waar het eten van voldoende groente en fruit niet gebruikelijk is. Ze hebben geen rolvoorbeelden, zijn het niet gewend en geven het op hun beurt niet door aan hun eigen kinderen. Daarbij komt dat we sociale dieren zijn die niet willen afwijken van de groep. In een café waar iedereen bier drinkt, voelt een glas mineraalwater al snel ongezelig. Als iedereen aan de saté met friet zit, getuigt het van moed en

wilskracht een salade gegrilde groente te bestellen. We willen erbij horen en het gezellig hebben met anderen. Met voedsel laten we zien dat we gastvrij zijn en verwennen we onszelf en anderen.

Kennis en cognitie

Verder zijn er redenen die kennis betreffen. Mensen weten niet waar groente en fruit goed voor zijn. De toegevoegde waarde is onduidelijk of ze zien de bomen door het bos aan voedingsadviezen niet meer. Tussendoortjes, koolhydraten en vet, wat is gezond of gezonder? Een glas sinaasappelsap of cola, een broodje gezond of een kroket? Verwarring alom, en hoe bereid je groente en fruit eigenlijk lekker? De meeste mensen leren het niet op school, sommigen krijgen het van huis mee en een aantal verdiept zich erin.

En dan zijn er nog cognities, beredeneerde redenen waarom we groente en fruit zouden willen eten. Tijdens de groepsbijeenkomsten en interviews zijn de volgende zaken genoemd die we belangrijk genoeg vinden om ons voor in te spannen. In de eerste plaats gezondheid. Naast liefde en vriendschap is dit wat mensen in enquêtes steevast benoemen als het belangrijkste in hun leven. We willen lang leven in goede gezondheid en de dingen kunnen doen die we willen doen³⁸. We willen ons fit en vitaal voelen, slank zijn, blijven of worden. Daarnaast willen we goede ouders zijn voor onze kinderen, onze verantwoordelijkheid nemen en ze het goede voorbeeld geven. We willen het beste voor onze kinderen, waaronder optimale kansen op geluk, gezondheid en succes. Ook vinden steeds meer mensen het milieu en duurzaamheid belangrijk. In de laatste Voedselconsumptie Peiling zagen we

bijvoorbeeld dat de vleesconsumptie afneemt. Steeds meer mensen kiezen voor een dag zonder vlees vanuit de gedachte dat het zielig is voor de dieren en dat we maar een aarde hebben om op te leven. Hiermee moeten we zuinig omgaan voor toekomstige generaties. En tot slot vinden we het belangrijk om te presteren en te excelleren. In de sport, op het werk en in de sociale context. Veel mensen willen het maximale uit zichzelf halen en zijn van mening dat een gezonde geest in een gezond lichaam hierbij kan helpen.

Voedselkeuzes

Voedselkeuzes zijn allesbehalve simpel en eenduidig. Ze zijn persoonlijk en individueel en worden voor bepaald door diverse factoren waaronder de leefomgeving³⁹, het gezelschap, de persoonlijke situatie en het moment van de dag, maar ook door zaken als optische illusies en emoties. We eten voor een belangrijk deel wat beschikbaar is. Ligt er koek bij de koffie dan nemen veel mensen koek, maar dat kan evengoed een banaan of een mandarijn zijn als er een fruitschaal staat. Simpel gezegd, we hebben trek in wat ze zien en eten wat voorhanden en verkrijgbaar is.

We eten meer van een groot bord en als we in goed gezelschap zijn. Samen eten is in de zorg voor ouderen bijvoorbeeld een natuurlijke manier om mensen meer en beter te laten eten⁴⁰. Voor veel mensen spelen emoties verder een rol bij wat en hoeveel mensen consumeren, ze eten hun boosheid, verdriet, angst of frustratie weg. Ook chronische stress zet veel mensen aan tot eten. Het stresshormoon cortisol speelt hierbij een rol⁴¹. Het zorgt ervoor dat we zin krijgen in vet en zoet, in gevulde koeken en saucijzenbroodjes in plaats van in komkommer en snijbonen. En al helemaal



als we er weinig bij slapen. Zelfs al na een nacht waarin we weinig uren hebben gemaakt, is dit effect merkbaar. Het hongerhormoon ghreline is iets verhoogd en het verzadigingshormoon leptine iets verlaagd. We hebben meer trek en krijgen 'm minder goed gestild³⁵.

Wat en hoeveel we eten wordt niet in de laatste plaats bepaald door de omstandigheden waarin we leven. Werkloosheid, armoede, schulden en ongezondheid zijn zeer van invloed⁴². Als je zoon in de gevangenis zit, je dochter een foute vriend heeft, je man ervan door is en jij in de schulden zit, liggen je prioriteiten ergens anders dan bij groente en fruit.

Promotie van groente en fruit

De afgelopen jaren is het nodige gedaan om de consumptie van groente en fruit te stimuleren. De boodschap, onder andere vanuit het Rijk, het Voedingscentrum, het Groente en Fruithuis en het Nationaal Actieplan Groente en Fruit is glashelder: eet meer groente en fruit.

Aan de promotie van groenten en fruit zit echter een aantal haken en ogen die mede maken dat we er nog niet genoeg van eten. Om te beginnen staan de budgetten ter bevordering van de consumptie van groente en fruit in schril contrast tot de budgetten waarover de voedingsmiddelenindustrie beschikt voor reclame, marketing en promotie. In 2016 gaf alleen Unilever al wereldwijd 7,7 miljard euro uit aan 'brand and marketing investment'⁴³. Dit budget betreft overigens niet alleen marketing van levensmiddelen, maar ook non-food artikelen zoals wasmiddelen en deodorant.

De bedragen die Unilever en andere reuzen spenderen kunnen uiteraard niet 1-op-1 vergeleken worden, maar om een indruk te geven; voor de regeling schoolfruit en -groente 2018/19 stelt de Europese Unie ongeveer € 6,78 miljoen euro beschikbaar⁴⁴.

Deze regeling stimuleert onder meer de groente- en fruitconsumptie bij kinderen. Basisschoolleerlingen krijgen 20 weken lang gratis drie stuks groente of fruit per week. Erkende leveranciers krijgen een vergoeding voor de levering van het fruit en de groente op de scholen.

Die 20 weken vormen een volgende obstakel. We voeren veel projecten uit om volwassenen en kinderen groente en fruit te laten eten. Doorgaans worden deze geleid door zeer bevlogen mensen die echt geloven in de doelstelling en het resultaat en die er helemaal voor gaan. Het probleem is echter dat de projecten van tijdelijke duur zijn, een beperkt budget hebben en op zichzelf staan. Niet zelden stoppen de activiteiten op het moment dat het project afloopt. In afwezigheid van structurele financiering is het ingewikkeld de activiteiten duurzaam te borgen en gedegen in te bedden als waarborg voor continuering. Daarbij komt dat het vaak relatief kleine en op zichzelf staande initiatieven zijn met een beperkte impact. Om echt verschil te kunnen maken zullen ze opgeschaald moeten worden of zullen verschillende losse initiatieven elkaar moeten vinden en versterken.

Ten slotte, en misschien is dit wel een van de belangrijkste redenen waarom we te weinig groente en fruit eten, is hoe onze leefomgeving eruit ziet: obesoegen. En dit heeft voor een belangrijk deel te maken met de keuzes die we maken. Als politiek, als overheid, als samenleving en als individuele burgers.

Willen we andere eisen gaan stellen aan ons voedsel en aanbieders hiervan? Wat heeft prioriteit? Aan ongezonde producten wordt veel geld verdiend. Alleen de omzet van Magnums, ijs met chocola, bedraagt al meer dan een miljard euro per jaar. Vanaf augustus liggen de pepernoten in de winkel en ze kosten weinig. Suiker is een goedkoop ingrediënt in wel meer dan vijftig verschijningsvormen. Willen we dit verbieden, sanctioneren of belasten? Willen en kunnen we sturen richting meer groente en fruit? In hoeverre kunnen en willen we ingrijpen in de markt en in de levens van mensen?

Beschermen of betuttelen

De overheid mengt zich regelmatig in het persoonlijk leven van burgers door ze leefregels, verplichtingen of beperkingen op te leggen. Bijvoorbeeld om de bevolking te beschermen tegen letsel bij een verkeersongeluk (verplichting autogordels te dragen), tegen hoge ziektekosten die ze niet kunnen dragen (verplichte basisverzekering), tegen te jong van school gaan (leerplicht) of tegen tabaksrook (rookverbod op het werk in openbare gebouwen). De individuele vrijheid om het leven naar eigen inzicht vorm te geven is voor veel mensen een groot goed. Zeker als het gaat om leefstijl wordt bemoeienis van de overheid snel gezien als 'betutteling'. We hebben zelf de keuze te bepalen wat we eten. Of we kiezen voor vla, kroket, tomaat of geen van de drie. Tegelijkertijd is het de vraag hoe vrij die keuze eigenlijk is. En wie er opdraait voor de eventuele gevolgen van gemaakte persoonlijke keuzes. De consument kiest voor een product waarvan de samenstelling is bepaald door de industrie. Zo is vet in veel producten de afgelopen decennia vervangen door suiker. Op etiketten staan weliswaar de

ingrediënten vermeld in kleine lettertjes, maar de meeste mensen kijken er niet naar en kiezen voor een product ongeacht de ingrediënten.

Eenzelfde verhaal gaat op voor de horeca. We kiezen voor een Ceasar salad of gebakken slibtongetjes, maar we hebben geen invloed op portie-grootte en de exacte ingrediënten. Verder wordt onze vrije voedselkeuze bepaald door wat beschikbaar is. Zo eet 45 procent van de Amerikanen tussen 20-39 jaar elke dag fast-food⁴⁵. Bovendien beïnvloeden reclame en marketing onze behoeften, verlangens en dat wat we willen. Onze 'vrije wil' wordt verder in sterke mate bepaald door gewenning en verslaving. Veel rokers roken uit vrije wil maar het lukt ze niet te stoppen als zij dat willen. Tot slot is er weinig sprake van een eigen keuze als het gaat om ziekte. Niemand kiest voor leefstijlgerelateerde aandoeningen zoals diabetes type 2, kanker of een hartinfarct.

In een wereld vol zoet, vet en lekkers dat overal verkrijgbaar en betaalbaar is, is het vechten tegen de bierkaai met broccoli en mandarijnen. 'Ja' zeggen tegen groente en fruit en 'nee' zeggen tegen ongezond voedsel vraagt wilskracht en doorzettingsvermogen. Het bekende dilemma tussen de korte termijn bevrediging en lange-termijn doelen. En zo lang de omgeving het individu hierbij niet helpt is dat hartstikke lastig. Wat beschikbaar en toegankelijk is, eten we op. Zo zijn we evolutionair geprogrammeerd.



Hoe verhogen we de consumptie van groente en fruit?

Wat zijn (innovatieve) mogelijkheden om de groente- en fruit consumptie te bevorderen? De groepsbijeenkomsten, de interviews en de literatuur toonden talloze aanknopingspunten in antwoord op deze vraag. En een aantal conclusies.

Een eerste conclusie is dat één sluitende en zaligmakende oplossing voor iedereen niet bestaat. Er is niet één product, één regel, één werkwijze, één sector, één partij of één heilige graal om Nederland meer groente en fruit te laten eten.

De paragraaf 'Ja en hoe dan?' aan het einde van dit hoofdstuk toont een overzicht van unieke acties en maatregelen die zijn genoemd tijdens het tot stand komen van deze verkenning. Op zichzelf staand, hoe interessant en innovatief sommige ook zijn, zullen ze niet in staat zijn het verschil te maken. Het bevorderen van de consumptie van groente en fruit vraagt meervoudige actie en samenwerking van verschillende sectoren en actoren, op verschillende niveaus.

Zoals we net zagen, eten mensen wat beschikbaar is, wat ze aangeboden of aangeprezen krijgen. Wat voor ons ligt kopen of pakken we, en wat we niet hebben, eten we niet op. We hebben trek in wat we zien. Reclamemakers en marketeers maken handig gebruik van dit basale principe. Ze wakkeren verlangens aan, kweken behoeften en creëren voorkeuren. Een tweede conclusie uit de groepsbijeenkomsten, de interviews en de literatuur is dat we hiervan nog meer gebruik kunnen maken om de consumptie van

groente en fruit te verhogen. Enerzijds door de zichtbaarheid, de toegankelijkheid, de beschikbaarheid en het gebruiksgemak van groente en fruit verder te vergroten. Anderzijds door een aanvullend, nieuw en innovatief groente- en fruitaanbod te ontwikkelen en te introduceren dat aansluit bij de wensen en behoeften van mensen.

Innovatie van producten en processen met als opbrengst een uitgebreid en aanvullend aanbod aan groente en fruit dat mensen leuk, aantrekkelijk en makkelijk vinden en dat ze minstens zo graag kopen en consumeren als wat ze nu kiezen. Sterker nog, we zouden innovatieve groente en fruitproducten moeten ontwikkelen die zo'n aantrekkingskracht hebben dat de consument ze verkiest boven ander aanbod. Zo kan het marktaandeel van groente en fruit relatief vergroot worden en dat van niet-groente en fruit producten relatief verkleind, waaronder sterk bewerkt voedsel met te veel suiker, zout en vet.

En dat brengt ons bij de derde conclusie uit de groepsbijeenkomsten, de interviews en de literatuur, namelijk dat als we echt willen, we weten hoe we de consumptie van groente en fruit kunnen verhogen. Er al veel is onderzocht en nagedacht en er zijn al veel goede initiatieven gaande. Het probleem zit 'm niet zozeer in het weten, maar in het doen. Kiezen voor groente en fruit, en in een breder perspectief voor gezonder en duurzamer, vraagt scherpe maatschappelijke en politieke stellingname en prioriteit leggen bij het omkeren van de huidige standaard. Van obesogeen en belastend

voor het milieu naar gezonder en duurzamer. In de volgende paragrafen gaan we hierop dieper in, om te beginnen met innovatie.

Product- en procesinnovatie en ontwikkeling

Het verhogen van de consumptie van groente en fruit vraagt om innovatie en ontwikkeling met als doel groente en fruit nog makkelijker, leuker en vanzelfsprekender te maken. Nieuw aanbod en andere wijzen van aanbieden en presenteren, die aansluiten bij de wensen en behoeften van mensen, dragen bij aan waardige alternatieven voor snoep en snacks.

Dit biedt kansen voor Nederland om het innovatie-laboratorium van de wereld te worden voor groente en fruit. Geen land ter wereld loopt daarmee zo voorop, niet in vierkante meters tuinbouwgrond, maar in specialisatie en in innovatie. Nederland kan excelleren met een innovatie-laboratorium voor groente en fruit. Het heeft de potentie onze Nationale trots te worden, naast Oranje, tulpen en kaas. Nederland beschikt al over veel kennis, over zowel een brede theoretische als praktische onderzoeksbasis alsook over een goede infrastructuur voor onderzoek, ontwikkeling en innovatie. Nederlandse kennis en ervaring wordt een nog belangrijker exportproduct.

Het groente- en fruitlaboratorium is bedoeld als een gezamenlijke inspanning van een groot aantal partijen waaronder de groente- en fruitsector, zaadveredelaars en telers, boeren en tuinders, universiteiten en wetenschappers, het Rijk (met het Topsectorenbeleid), industrie en marketeers, de retail als distributeur, pers, media en tv.





Nederland kan met een groente en fruit innovatielaboratorium werken aan de ontwikkeling van groente en fruit met een medische waarde, producten die medische claims waardig zijn. Dat vereist aanpassing van regelgeving: op dit moment mogen levensmiddelen namelijk geen medische claims voeren. Wat op dit moment wel is toegestaan, is inhoudsstoffen benoemen zoals vitamines, anti-oxidanten en eiwitten.

Te denken valt verder aan groente en fruit met stoffen als capsaïcine die de vetverbranding stimuleren of die helpen op gewicht te blijven. Het merendeel van de Nederlanders heeft, zeker in de winter, extra vitamine D nodig. Paddenstoelen blijken eenvoudig vitamine D aan te maken bij zonlicht. Hier liggen grote kansen voor breed toepasbare producten zoals vitamine D burgers en hybride gehakt.

De geneeskunde ontwikkelt zich steeds meer richting 'personalised medicine'. Deze ontwikkeling is ook zichtbaar op het gebied van voeding. Denk bijvoorbeeld aan initiatieven als Vers Plus+ en DNA-tests die zicht bieden op jouw voedingstype. De effecten zijn (nog) onduidelijk maar personalised food & health zal naar verwachting de komende jaren een vlucht nemen. Het groente en fruit innovatielaboratorium kan hierop inspelen met gepersonaliseerde producten. Groente en fruit is weliswaar gezond, maar niet voor iedereen in dezelfde mate geschikt. Denk bijvoorbeeld aan mensen met chronische aandoeningen of allergieën en intoleranties. Het innovatie-lab ontwikkelt groente en fruit afgestemd op de behoeften van specifieke doelgroepen zoals ouderen, mensen met diabetes type 2 of darmklachten, sporters of zwangeren.

Het groente en fruitlaboratorium richt zich met de medische kant op mensen die gezond zijn en gezond willen blijven en op patiënten.

Maar het groente en fruit innovatielaboratorium is er ook voor niet-medische innovatie en het algemene publiek. Zo kan het werken aan het ontwikkelen van super aantrekkelijke groente en fruit met een bliss- of dooreet factor. Groente en fruit die belonen, die de consument een prettig gevoel geven en die letterlijk smaken naar meer. Net als een beker ijs of een pak koekjes.

Een aantal planten heeft van nature een dooreet-factor, zoals wiet en cacao. Wat te denken van de nederbiet of sperziebonen met een licht verslavende werking of spruitjes waar je blij van wordt? Of kleine tomaatjes die verschillende sensaties geven in de mond. Zo spannend dat je ze allemaal wilt proeven. En er valt nog een wereld te winnen met groente en fruit dat verzadigt, dat een prettig vol gevoel geeft. Zoals een banaan en een avocado nu al doen, maar dan wellicht met een knapperige buitenkant, mals vruchtvlees of een zilte smaak.

Het groente- en fruit innovatielaboratorium kan verder zoeken naar praktische oplossingen om de consumptie van groente en fruit makkelijker, leuker en vanzelfsprekender te maken. Bijvoorbeeld door zich te richten op het ontwikkelen van groente en fruit dat net zo functioneel en praktisch is in het gebruik als een boterham met kaas. Dat we bijvoorbeeld makkelijk mee kunnen nemen omdat het niet beurs wordt bij transport in de tas. Dat niet lekt of drupt. Knapperige groente waar je als snack niet vanaf kunt blijven, wafels en gebak die, zonder dat je het doorhebt, 60 procent van aanbevolen dagelijkse hoeveelheid groente bevatten.

Het groente- en fruit innovatielaboratorium biedt kans producten te ontwikkelen die inspelen op de fysiologie en de psychologie van de mens, zoals de behoefte aan verzadiging en activatie van het

beloningssysteem in de hersenen. Producten die aansluiten bij wat mensen echt beweegt en drijft, wat ze belangrijk vinden en wat hen motiveert. En die rekening houden met eigenschappen die mensen eigen zijn, zoals onmatigheid, gemakzucht, luiheid, hebzucht en de behoefte aan autonomie.

Innovaties uit het groente- en fruit laboratorium vinden hun weg naar de winkel en verdringen daar ander aanbod. Een breder en aantrekkelijker groente en fruit-aanbod stimuleert de consumptie. Omdat de producten makkelijk en aantrekkelijk zijn en duidelijke meerwaarde hebben voor de consument van groente en fruit. Het groenteschap is geen hoek meer aan het begin van de winkel, maar verbreedt en verspreidt zich over de hele supermarkt, tot aan de tompouce van groente die een gelukzalige dopamine-boost geeft.

Het groente en fruit innovatie-laboratorium draagt kortom met slimme ideeën en onweerstaanbare producten bij aan het tot stand komen van een 'nieuw normaal'.

De standaard omkeren: gezond met groente en fruit als nieuwe norm

Wat er niet is, eten we niet. Wat voor ons ligt kopen of nemen we. En in wat we zien hebben we trek, concludeerden we tijdens het tot stand komen van deze verkenning. In veel gevallen is dit iets anders dan groente en fruit, bijvoorbeeld sterk bewerkt in plastic verpakt voedsel dat rijk is aan suiker en zout. Als het zo eenvoudig is en we de consumptie van groente en fruit echt willen bevorderen, waarom passen we de standaard dan niet aan? Waarom werken we niet toe naar een 'nieuw normaal' dat bestaat uit groente en fruit, en dat vanuit een breder perspectief gezien vers, gezonder en duurzamer is?



Wat is het idee?

Het eten van groente en fruit is goed voor de volksgezondheid, het milieu en de AGF-sector. Hiervan kunnen we serieus werk maken door groente en fruit nog eenvoudiger en toegankelijker te maken. Groente en fruit wordt de standaard voor vraag en aanbod, overal en altijd. Groente en fruit worden de standaard op alle plekken waar een mens komt gedurende de dag, in de zorg, op het werk, op school, in onderwijsinstellingen, in de horeca, in winkels en supermarkten, op de sportclub en in het zwembad, op trein- en tankstations en op de markt. Van het moment van ontstaan tot het naar bed gaan. Waar eigenlijk niet?

De standaard omkeren betekent breder beschouwd dat we kiezen voor een voedselaanbod dat veilig is voor mens en milieu en dat bijdraagt aan gezondheid en duurzaamheid. Groente en fruit nemen de plaats in van voedsel dat risico's op ziekte vergroot of dat het milieu zwaar belast. We keren de verhouding om tussen groente en fruit en andere producten. Sterk bewerkte levensmiddelen, die nu de hoofdmoot vormen van het aanbod in de supermarkt maken plaats voor groente en fruit. Innovatieve groente- en fruitproducten nemen de plek in van pakjes en zakjes, snoep, snacks en fris, hamburgers en worsten.

Vers bereide en onbewerkte maaltijden en hapjes met veel groente en fruit komen in plaats van magnetronmaaltijden, frituur en andere snacks. Op scholen en in andere openbare gelegenheden komen apparaten te staan met aantrekkelijke porties groente en fruit. Restaurants serveren royale porties groente en fruit en bij thuisbezorgmaaltijden is standaard een flinke portie groente

inbegrepen. We creëren een aanbod waarvan we enthousiast worden. Dat we hip en aantrekkelijk vinden, waarmee we ons willen identificeren. Met meer groente en fruit raken we een deel van het huidige niet-groente en niet-fruit aanbod kwijt. Als het aantrekkelijk genoeg is, zal dit niet voelen als verlies.

We maken ruim baan voor drie maaltijden per dag met ten minste de dagelijkse aanbevolen hoeveelheid groente en fruit. Ontbijten en lunches met groente en fruit die zo lekker en voedend zijn dat we minder behoefte hebben aan tussendoortjes. Met groente en fruit als standaard kan iedereen vertrouwen op een verantwoord voedselaanbod. Instellingskeukens, catering en kantines, restaurants, supermarkten en andere winkels dragen met groente en fruit bij aan de volksgezondheid, het milieu en de AGF-sector.

Hemelbestormend? Een 'nieuw normaal' bereiken is haalbaar kijk maar hoe we tegenwoordig omgaan met roken. Op feestjes dertig jaar geleden stond een glas met sigaretten op tafel en in de klas rookte de leraar. Los van het feit dat roken in openbare gelegenheden verboden is, is dat nu ondenkbaar en maatschappelijk onaanvaardbaar. Voor roken in het openbaar is de standaard omgekeerd en is een nieuwe norm een feit.

Een 'nieuw normaal' laat zich niet afdwingen door de overheid. Acceptatie hiervan vereist verandering van de publieke opinie en draagvlak. Het aanpassen van de standaard kan stuiten op weerstand, gevoelens van verlies en boosheid. Het roer gaat pas echt om als consumenten andere producten en diensten willen, vragen of eisen. Denk bijvoorbeeld aan de 'plofkip' die uit de schappen

verdween. Als mensen zich uitspreken, zullen aanbieders plaats maken voor groente en fruit.

Betekent dit dat we dus nog een paar jaar moeten wachten tot de bakens anders staan? Nee, want het begin is daar en heeft vooral opschaling nodig om werkelijk impact te krijgen. De afgelopen jaren is al veel gebeurd dankzij de inspanningen van vele partijen. Waaronder het Voedingscentrum, het Groente Fruit Huis, het Nationaal Actieplan Groente en Fruit, het RIVM Loket Gezond Leven, JOGG, Alles Is Gezondheid en de Transitiecoalitie Voeding. Initiatieven zoals de Gezonde school, de Gezonde kantine, Schoolgruiten, Dutch Cuisine, Diagnose Voeding en Gezondheid en de acties van TV-kok Jamie Oliver voor 'healthy school dinners' hebben de weg mede voorbereid. Steeds meer mensen zijn bijvoorbeeld bewust bezig met hun gezondheid, voeding en het milieu. Steeds meer mensen kiezen bijvoorbeeld voor minder vlees¹⁰. Een toenemend aantal werkgevers spant zich in voor een gezonde lunch met groente en fruit en winkels op treinstations verkopen salades en zakjes wortel en bleekselderij.

Een toenemend aantal patiënten vraagt zich af of verandering van hun leefstijl ook zou kunnen helpen bij hun aandoening. Kranten schrijven volop over gezondheid, voeding en leefstijl en televisie programma's volgen mensen die begeleid worden bij leefstijlverandering. Van steeds meer kanten horen we nu al dat we onszelf en onze omgeving letterlijk ziek eten en dat de oplossing simpel is: een andere leefstijl waarvan meer groente en fruit deel uitmaken.

Deze boodschap komt aan bij subgroepen in de samenleving, veelal hoger opgeleiden. Maar dat het anders kan en dat jij het ook kan, is lang nog niet overal en bij iedereen bekend. Dit vraagt aandacht en actie. Zoals de BOB-campagne automobilisten heeft laten inzien dat de combinatie van alcohol en een auto besturen echt niet acceptabel is. Een groente- en fruitversie van populaire programma's als Heel Holland Bakt of Wie is de Mol zou hieraan een bijdrage kunnen leveren evenals slimme marketing.

Hoe dan?

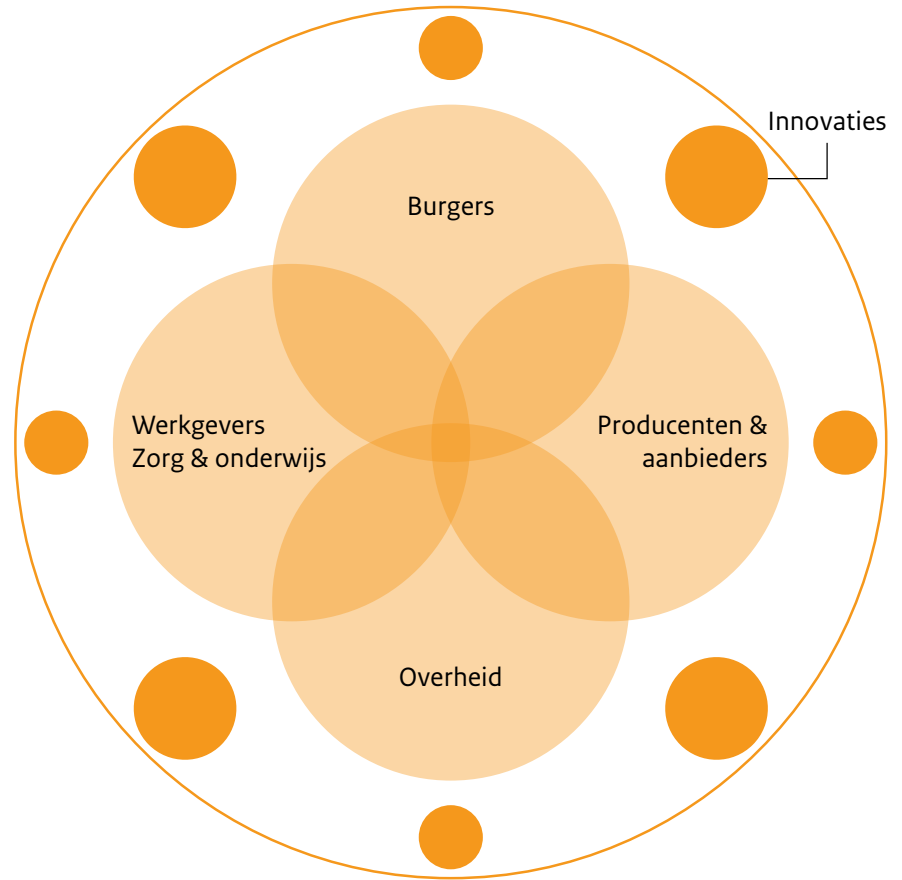
Echt inzetten op de consumptie van meer groente en fruit, betekent dat er veel moet gebeuren. We staan voor een flinke klus. Het omkeren van de standaard en het eigen maken van een 'nieuwe normaal' betekent een enorme omslag in de samenleving. Die omslag heeft invloed op burgers (volwassenen, jongeren en kinderen), werkgevers en specifieke sectoren als de zorg en het onderwijs, evenals producenten en aanbieders van voeding (van industrie en supermarkt tot horeca en bouwmarkt met snoep bij de kassa). De verschillende overheden hebben naast hun voorbeeldrol als verantwoord werkgever, een rol bij het stimuleren van de gewenste ontwikkelingen. Op lokaal niveau ten aanzien van vestigings- en gezondheidsbeleid, op landelijk niveau bij het formuleren van beleid t.a.v. productnormen, etikettering, prijsdifferentiatie, financiering van voedingsinterventies in de zorg en het opschalen van de vele goede initiatieven.

Burgers

'Ik bepaal zelf wat ik eet en hoe ik leef'. Adviezen en aanwijzingen over leefstijl worden niet zelden ervaren als 'betuttelend' en wat 'moet' vinden we per definitie al minder aantrekkelijk. Dit geldt voor mensen in het algemeen en voor kinderen en jongeren in het bijzonder. Bewegen naar een 'nieuw normaal' met groente en fruit begint daarom met heel goed luisteren naar wat burgers, consumenten en patiënten willen en te vertellen hebben. Bijvoorbeeld over wat ze al doen.

Op meerdere plaatsen in Nederland hebben burgers, al dan niet in samenwerking met artsen of gemeenten, hun eigen leefomgeving al gezonder en groener gemaakt. Gezond Dorp Leende is een van de meer bekende voorbeelden⁴⁶. Een sportarts en een huisarts, beide geboren en getogen in Leende, zagen dat de inwoners van hun dorp bovengemiddeld zwaar waren en leden aan chronische aandoeningen. Dat moet en kan anders, dachten de artsen. Samen met dorpsgenoten, de lokale en de regionale micro-economie, scholen, sportverenigingen, overheden en zorgverleners gingen ze aan de slag met als doel een wereld te creëren waarin kinderen 'opgroeien met een gezond beeld van voeding en beweging'.

Vergelijkbare of andersoortige initiatieven waaronder de JOGG-aanpak, afgestemd op de lokale situatie zijn een sterk middel om te komen tot breed gedragen verandering. Op basis van de bestaande initiatieven kan een aantal lessen geleerd worden. De deelnemers aan de groepsbijeenkomsten en de interviews gaven de volgende tips, aangevuld met aanbevelingen uit de literatuur:



- Er is al veel gaande. Sluit hierbij aan, benut bestaande plekken en infrastructuren en zoek wederzijdse versterking. Maak succesvolle voorbeelden zichtbaar en zoek naar mogelijkheden om ze op te schalen.
- Hoe meer actoren en belanghebbenden betrokken zijn, hoe beter, liefst 'iedereen'. Van school tot huisarts, van gemeente tot supermarkt. Uiteraard is niet iedereen in dezelfde mate betrokken, er is altijd een aantal dat voorop loopt, initieert, opzet en volhoudt.
- Kijk verder dan alleen groente en fruit. Bezie de consumptie van groente en fruit in de bredere context van gezondheid en duurzaamheid, en in relatie met samenhangende sociale vraagstukken zoals eenzaamheid, armoede en participatie, afgestemd op de lokale situatie. In Amsterdam-West kan iets anders nodig zijn dan in Assen.
- Hoe meer een gemeenschap zich aangetrokken voelt tot eenzelfde doel, hoe makkelijker het gaat. Hoe concreter en aansprekender, hoe beter, bijvoorbeeld een maand lang elke dag tenminste 250 gram groente en twee stuks fruit eten.
- Naarmate meer belanghebbenden ergens baat bij hebben, hoe groter de kans dat ze er samen voor gaan en staan. Een gezonde balans tussen halen en brengen, geven en nemen is essentieel.
- Dat wat je doet heeft een grotere kans van slagen als het economisch interessant is, bijvoorbeeld in de vorm van een schaalbare duurzame businessmodellen.
- Het is belangrijk dat iedereen die deel uitmaakt van de gemeenschap mee kan doen, ongeacht opleiding en inkomen, leeftijd of afkomst. Hierbij helpt een brede definitieve van gezondheid, ook wel 'positieve gezondheid' genoemd. In dit concept wordt gezondheid niet meer gezien als de af- of aanwezigheid van ziekte, maar als het vermogen van mensen om met de fysieke,

emotionele en sociale levensuitdagingen om te gaan en zoveel mogelijk eigen regie te voeren. In deze visie is gezondheid niet langer meer strikt het domein van de zorgprofessionals, maar van ons allemaal. Het gaat immers om het vermogen om met veranderende omstandigheden om te kunnen gaan.

- Heb grote idealen en plannen maar begin klein, praktisch, haalbaar en concreet. Iets wat gegroeid is in decennia, heeft tijd nodig om te veranderen.

Corporates betrekken kinderen en jongeren overal bij. Zoals één van de deelnemers aan de groepsbijeenkomsten zei: 'laat groep 8 nadenken en dan verandert er wat'. Om kinderen en jongeren goed aan te laten sluiten, is het belangrijk met hen in gesprek te gaan en naar ze te luisteren. Wat willen en vinden zij, wat motiveert hen en wat houdt ze tegen? Op welke manier kan groente en fruit iets worden dat ze willen, wat ze gewend zijn en wat ze gewoon vinden? Kinderen en jongeren weten misschien wel beter dan wie ook hoe de standaard van ongezond gekeerd kan worden en een nieuwe norm verankerd kan worden in hun leefwereld. Niet zelden is dit een omgeving waar volwassenen zich niet of nauwelijks in kunnen verplaatsen en/of weinig weet van hebben. Hoe gaat het eraan toe op school, op social media, tussen kinderen en jongeren onderling?

Voor deze verkenning gingen we in gesprek met middelbare scholieren. Ze gaven aan dat de gezonde kantine op school echt iets is voor brugklassers die in de pauze het plein niet af mogen. De bovenbouwers had dat privilege wel en wilden eruit. Eenmaal buiten waren ze voor hun lunch aangewezen op de bakker die een wit broodje kroket verkoopt voor een euro of de goedkope

pizza om de hoek. Brood van huis namen ze niet mee en de supermarkt mochten ze niet meer in vanwege het risico op diefstal. De jongeren gaven aan dat ze hun afhaallunch niet gezond vonden, dat ze best anders wilden als dat beschikbaar en betaalbaar zou zijn.

De scholieren kwamen vervolgens met het idee zelf de kantine te bestieren. Bijvoorbeeld een maand per jaar met de hele klas of bouw. Dat zij dan over het aanbod zouden gaan, inclusief groente en fruit. Dan zouden ze groente- en fruit smoothies verkopen en bakjes voorgesneden groente en fruit. Voor het eerder benoemde innovatieve groente en fruitaanbod biedt dit een exclusieve markttoegang voor en door jongeren.

De leerlingen zagen ook mogelijkheden dit te koppelen aan hun profiel-werkstuk. Een project in de bovenbouw dat ze moeten opzetten, dat ze moeten meten en waarover ze moeten rapporteren. 'Nu is het zoeken naar een onderwerp', vertelden de leerlingen, 'de kantine is een hele logische. Maak het onderdeel van ons lesprogramma, laat ons ondernemen met groente en fruit'. En verder stelden ze een spaarsysteem voor. Dat je met het kopen van groente en fruit plaatjes kan verdienen. Met foto's van je schoolgenoten, een Panini-album van je eigen school".

De mening van burgers, consumenten en patiënten, inclusief kinderen en jongeren de ruimte geven vergt in de eerste plaats dat we luisteren naar elkaar, elkaar serieus nemen en ruimte geven voor het realiseren van ideeën. Dit vraagt iets van burgers zelf en van de actoren in hun omgeving. Om te beginnen werkgevers, scholen en zorginstellingen.

Werkgevers, zorg en onderwijs

Werkgevers, met name in sectoren als het onderwijs en de zorg, spelen een belangrijke rol bij het vergroten van de consumptie groente en fruit. Op het werk of op school brengen veel mensen een groot deel van hun dag door en er zijn weinig plaatsen waar gezondheid, groente en fruit zo direct met elkaar verbonden als in de zorg. Als groente en fruit niet de norm zijn, op het werk, in de zorg en in het onderwijs, waar dan wel zou je je kunnen afvragen.

Als de zorg ademt dat groente en fruit bijdragen aan gezondheid, als artsen en andere zorgprofessionals hun autoriteit laten spreken door zelf het goede voorbeeld te geven, als groente en fruit onderdeel worden van behandelingen dan zal dit invloed hebben op de publieke opinie. Dan zal een toenemend aantal burgers en patiënten groente en fruit gaan beschouwen als de basis voor gezondheid. Dit sluit tevens mooi aan bij de beweging dat steeds meer patiënten zelf de regie willen hebben over hun zorg, hierin bewuste keuzes maken en zelf verantwoordelijkheid willen nemen voor hun gezondheid. Groente en fruit is een middel dat hierbij kan helpen.

Patiënten die in de zorg zijn opgenomen, in ziekenhuizen, instellingen voor langdurende zorg of op afdelingen psychiatrie evenals gedetineerden zijn (grotendeels) afhankelijk van de maaltijdvoorziening die de instelling hen biedt. Zij kunnen vaak niet voor zichzelf zorgen en koken. Het is een taak van de instelling voor hun patiënten, cliënten of bewoners te zorgen en ze te beschermen.

Voor patiënten moet het niet langer de vraag zijn of ze groente en fruit krijgen, maar welke soorten er gereserveerd worden en waar-tussen ze kunnen kiezen. Die eigen keuze (wat, wanneer, hoeveel) is belangrijk, zeker bij mensen die ziek zijn en bij ouderen. Patiënten moeten erop kunnen vertrouwen dat zich goed kunnen voeden.

Voor de zorg is een wijziging in de bekostigingssystematiek mogelijk interessant. Een huisarts die 'groentehoudend' is, die werkt met groente en fruit in de praktijk zou extra vergoed kunnen krijgen. Uiteraard op basis van wetenschappelijke evidentie en volgens beroepsrichtlijnen voor onder andere cardio-metabole aandoeningen. Bijvoorbeeld op het moment dat een patiënt een verhoogde bloedsuiker heeft. De huisarts kan direct medicatie voorschrijven of een gesprek aangaan over leefstijl en voeding, waaronder groente en fruit met als doel de bloedsuiker te verlagen. De nieuwe bekostiging komt in plaats van oude vormen, zoals de vergoeding die de huisarts extra krijgt voor elke patiënt met de diagnose diabetes mellitus type 2.

Zorgverleners en instellingen hebben een voorbeeldfunctie. Als zorgprofessionals zelf niet voldoende groente en fruit eten, hoe kunnen ze hun patiënten dan overtuigend adviseren? 'Practice what you preach' begint bij een kantine en horeca-faciliteiten met groente en fruit. In het preventie-akkoord is afgesproken dat vanaf 2025 de helft van de ziekenhuizen, 950 scholen en minimaal 2.500 sportclubs gezondere voeding aanbieden⁴⁷. Dit is een mooi begin op weg naar een 'nieuw normaal'.

Op school en op het werk zijn veel leerlingen en werknemers ook aangewezen op kantines. Het is een verantwoordelijkheid van scholen en werkgevers te voorzien in een veilig en gezond aanbod. Veel scholen zijn al goed op weg, maar communiceren relatief weinig over hun voedingsbeleid.

Op scholen en op het werk wordt gesnoept en getrakteerd. Iets lekkers in de lunchtrommel, drinkpakjes limonade, koek bij de koffie tijdens een vergadering en slagroomtaart als er wat te vieren valt. Dit zijn typisch voorbeelden van zaken die we kunnen veranderen door erover met elkaar in gesprek te gaan. Bijvoorbeeld aan de hand van een enquête binnen het bedrijf; wat vindt u van groente en fruittraktaties en het aanbod in de kantine?

Een standaardaanbod van groente en fruit kan opgelegd worden vanuit de Overheid en gehandhaafd worden door inspecties. Een gezond voedselbeleid kan gesteld worden als eis, bijvoorbeeld door verzekeraars bij de inkoop van zorg of als verplichting om over te rapporteren in het jaarverslag. Het is echter sterker partijen zelf hun 'nieuwe normaal' formuleren. Zoals in de mode-branche gebeurt ten aanzien van extreem magere modellen. Sectoren kunnen hun eigen afspraken onderdeel maken van een hoofdlijnenakkoord, laten landen in CAO's of openbaar maken als strategische visie vanuit branche- en koepelorganisaties. Idealiter spreken partijen zich gezamenlijk uit voor groente en fruit, maken ze afspraken en zetten ze stappen. Dit vraagt lef en stevigheid want de tegenkracht vanuit de hoek van producenten en aanbieders van levensmiddelen zal groot zijn.



Producenten en aanbieders

Burgers, organisaties, instellingen en bedrijven kunnen nog zo hun best doen, om van groente en fruit de standaard te maken is de rol van aanbieders van voedsel cruciaal. De levensmiddelenindustrie, producenten, retailers, supermarkten, winkeliers, grote bedrijven als NS en Shell, cateraars en de horeca zijn economisch machtig en hebben een grote aantrekkingskracht. Ze zijn bepalend in wat we zien, in wat er te krijgen is en dus in wat we eten.

De levensmiddelenindustrie is big business met aandeelhouders en groei doelstellingen. Het omkeren van de standaard naar groente en fruit betekent echter dat een groot deel van het aanbod, waarmee aanbieders van voedsel nu hun geld verdienen, zal verdwijnen of veranderen. Ze staan hier (begrijpelijk) dubbel tegenover. Enerzijds ondernemen steeds meer bedrijven maatschappelijk verantwoord. Vanuit 'corporate responsibility' laten ze zien dat ze geven om duurzaamheid, zich inzetten voor een meer circulaire economie en dat ze de gezondheid van mensen hoog in het vaandel hebben. Anderzijds willen ze niet snijden in hun eigen vlees en verdienmodellen.

Wil de nieuwe standaard van groente en fruit aantrekkelijk zijn voor aanbieders van voedsel dan moeten we op zoek naar nieuwe producten (zoals in het innovatielaboratorium groente en fruit) en naar nieuwe verdienmodellen. Verder zullen aanbieders hun verantwoordelijkheid nog meer moeten nemen. Zoals de Franse topman van Danone het verwoordde in een interview met de

Sunday Times: 'Als grote bedrijven niet in beweging komen, zullen consumenten daaronder lijden. We moeten ons aanpassen op allerlei gebieden, van bedrijfsstructuur en productenportfolio tot verduurzaming'⁴⁸. Tijdens de bijeenkomsten in het kader van deze verkenning werd aandacht gevraagd voor bedrijven die 'goed doen', maar gestelde doelen net niet halen. Zij krijgen veel negatieve publiciteit terwijl ze zich wel in de gewenste richting bewegen. De vraag is echter of bedrijven dit zullen doen uit eigen beweging of dat ze een stok achter de deur nodig hebben. Zoals van een overheid die verbiedt en verleidt.

Overheid

Afgezien van voorgenomen BTW-maatregelen, een verhoging van 6 naar 9% per 1 januari 2019, besteedt het regeerakkoord van 2017 geen expliciete aandacht aan groente en fruit. Hoe kan de overheid de consumptie van groente en fruit verder bevorderen?

Mensen vinden het moeilijk om te veranderen, de overheid beschermt ze daarom -voor een deel- tegen zichzelf en tegen ziekte. De overheid verbiedt en verleidt en geeft burgers de kans gezondere keuzes te maken in een gezondere omgeving. De overheid doet dit bij voorkeur Rijksbreed in samenwerking tussen ministeries waaronder LNV, EZK, SZW, OCW en VWS en in samenwerking met gemeenten en provinciën. Groente en fruit horen immers niet exclusief bij één departement of overheidslaag thuis, ze reiken verder dan specifieke beleidsdomeinen zoals landbouw of volksgezondheid.

De overheid kan sturen op vier manieren ⁴⁹:

1. Als rechtmatige overheid die procedures instelt en doelen en middelen verankert in wetten en regels.
2. Als presterende overheid die ervoor zorgt dat beleid effectief is en efficiënt wordt uitgevoerd.
3. Als netwerkende overheid die zich richt op netwerkontwikkeling en het realiseren van doelen met behulp van inspanningen van anderen.
4. Als responsieve overheid die uitgaat van de veerkracht en de maatschappelijke energie van de samenleving, van maatschappelijke waarde die al wordt geproduceerd op eigen initiatief. De overheid gaat niet naar buiten om daar haar eigen plannen en doelen te verkopen, maar sluit aan bij bestaande bewegingen.

Het idee bij het omkeren van de standaard naar groente en fruit is dat de overheid hierop gericht beleid gaat voeren. De WRR stelde eerder expliciet voedselbeleid voor⁵⁰. Gericht beleid kan om te beginnen rechtmatige maatregelen bevatten, zoals het wegnemen van financiële prikkels die de consumptie van groente en fruit remmen en/of het introduceren van financiële prikkels die de consumptie stimuleren aan de hand van instrumenten zoals btw, accijnzen of subsidies. De btw-verhoging op levensmiddelen, waaronder groente en fruit, van 6 naar 9 procent per 1 januari leverde veel kritiek en verontwaardiging op; “waarom wordt iets wat we willen stimuleren duurder?” Er was veel consensus dat groente en fruit voor iedereen betaalbaar zouden moeten blijven. Maar er gingen ook stemmen op dat de btw-verhoging onvermijdelijk was en dat andere prijsinstrumenten ingezet moeten worden⁵¹.

Amerikaans onderzoek laat zien dat de prijs van producten direct samenhangt met gezondheidsuitkomsten⁵². De onderzoekers berekenden dat een nationale prijsverlaging van 10 procent op fruit, groente, noten en volkoren granen het overlijden voorkomt van 19.600 mensen als gevolg van cardio-metabole aandoeningen. Met een aanvullende belasting van 10 procent op gesuikerde dranken zouden 33.700 extra levens per jaar gespaard kunnen worden. Tijdens de bijeenkomsten met experts werd overigens opgemerkt dat de prijselasticiteit van groente en fruit klein is. Of zoals een van de deelnemers zei: “de consument weet nog steeds niet wat hij moet met een bloemkool als deze 1,40 kost in plaats van één euro vijftig”.

Een andere prijsprikkel die steeds vaker genoemd wordt is het ‘true cost, true price’ principe. Het idee is de lange termijn kosten van een product door te berekenen in de prijs. Producten die schade toebrengen aan mens en milieu worden daardoor relatief duurder. Als de mogelijk toekomstige medische kosten en belasting van het milieu worden meegeteld, ontstaat een positief beeld voor groente en fruit. Althans als we groente en fruit consumeren in plaats van andere producten.

De overheid kan dit soort prikkels introduceren of wegnemen, maar kan dit ook, als netwerkende overheid, doen in samenspraak met andere publieke en private partijen. Hier ontstaat het idee van een Health Impact Bond. Partijen maken gezonde afspraken met elkaar, bijvoorbeeld om een populatie gezonder te maken, en de opbrengsten hiervan komen ten goede van de investeerders en/of het gezamenlijke doel (shared savings).

Naast financiële prikkels valt te denken aan andere soorten prikkels. Zoals het opleggen van restricties rond verkooppunten. Waarom verkoopt een bouwmarkt bijvoorbeeld geen wortels maar wel suikergoed? De gemeente Amsterdam heeft onlangs de toename van het aantal toeristenwinkels aan banden gelegd door nieuwe bedrijven te verbieden die zich exclusief richten op toeristen zoals met de verkoop van alleen softijs of Nutella. De gemeente selecteert bewust ondernemers met een gezond aanbod voor een mobiele foodtruck aan het Wittenburgerplein.

En met niet al te veel fantasie valt een scala aan wet- en regelgeving te bedenken die het aanbod in winkels beïnvloedt, die eisen stelt aan de hoeveelheid groente die geserveerd wordt in restaurants of die de verkoop van gesneden groente en fruit verplicht stelt in voetbalstadions en sportkantines.

De overheid kan ook normen afdwingen middels openbaarheid. De overheid kan bedrijven bijvoorbeeld verplichten in hun jaarverslag te publiceren over de consumptie van groente en fruit. Gedrag wordt zo openlijk, vergelijkbaar en onderwerp van gesprek.

Niet alle maatregelen om de consumptie van groente en fruit te bevorderen zullen economisch even gunstig en populair zijn. Of politici en bewindspersonen hiervoor kunnen en willen kiezen, is voor een deel afhankelijk van het maatschappelijk draagvlak. Zeker als het gaat om bescherming versus betutteling. Hoe populair zijn de keuzes binnen het netwerk en onder burgers? Een manier om hierachter te komen is mensen vragen hoe ze erover denken. In de UK is de regering op zondag 12 januari 2019 een publieke consultatie gestart om te horen wat burgers vinden van de plannen

om reclame aan banden te leggen voor producten die veel vet, suiker en zout bevatten. Het gaat om restricties op aanbiedingen (zoals 2 voor de prijs van 1) en op het aanbieden van ongezonde producten op de best verkopende plekken in de winkel (zoals bij de kassa). Op de officiële website staat: "Our aim is to reduce excessive eating and drinking of HFSS (high fat, sugar, salt) products that can lead to children becoming overweight and obese. We also want businesses to promote healthier food and drink, to help people make healthier choices". Iedereen die dat wil, kan reageren tot 6 april 2019⁵³.

De rol van de overheid in de hierboven maatregelen is voornamelijk rechtmatig. De overheid verbiedt en verleidt met behulp van geboden, verboden en prijsprikkels. Voor een belangrijk deel richten ze zich hierbij op burgers, producten en aanbieders. De rechtmatige sturing is bedoeld om burgers te stimuleren ander gedrag te vertonen en om socialer en meer maatschappelijk verantwoord ondernemen te bevorderen.

Daarnaast kan de overheid zich presterend en netwerkend opstellen. Dit in het bijzonder als het de eerder besproken maatregelen vanuit instellingen (waaronder onderwijs en zorg) betreft. Tot slot, voor initiatieven van burgers, en de bewegingen die gaande zijn vanuit de maatschappij zijn responsieve vormen van sturing meer aangewezen. De overheid sluit hierbij aan bij wat er is en versterkt de beweging. Een bewindspersoon kan bijvoorbeeld laten zien dat hij/zij in gesprek is met de industrie of met burgers en via social media bedrijven complimenteren, die een goed assortiment bieden.



Ja en, hoe dan?

Unieke acties zijn niet zaligmakend om de consumptie van groente en fruit te vergroten. Nederland meer groente en fruit laten eten, is een kwestie van keuzes en daar vervolgens in samenwerking met verschillende actoren, op verschillende niveaus mee aan de slag gaan. Met concrete actie, passend bij de schaal en invloedssfeer van de betrokkenen.

Tijdens de bijeenkomsten en de interviews die zijn gehouden in het kader van deze verkenning hebben we de deelnemers aan de bijeenkomsten en de interviews gevraagd naar hun innovatieve ideeën, mogelijke acties en maatregelen. We hebben ze uitgenodigd zo vrij mogelijk te denken en zich zo min mogelijk te laten remmen door wet- en regelgeving en eventuele randvoorwaarden zoals

kosten of ontwikkel- en goedkeuringstijd. Tot besluit van deze verkenning volgt een opsomming van de opbrengst, gerubriceerd naar verschillende niveau's en uitgewerkt naar actoren die hierbij een rol kunnen spelen. Het is de oogst aan ideeën, mogelijke acties en maatregelen van deze verkenning. Ze verschillen onderling, waaronder van aard (sommige ideeën zijn radicaler dan andere) en in de mate waarin ze direct te implementeren zijn. Een aantal gaat verder dan alleen groente en fruit en is breder van toepassing op voeding. We doen hieronder tot slot geen uitspraken over het effect van het idee, de actie of de maatregel op de groente- en fruitconsumptie. Het overzicht is bedoeld om te inspireren, het denkraam op te rekken en te vergroten en mogelijkheden aan te dragen voor het verhogen van de groente- en fruitconsumptie.

Niveau	Mogelijke acties en maatregelen	Actor(en)
Producten		
	Groente en fruit meer verzadigend maken	Innovatielab (waaronder telers, boeren en tuinders)
	De reward / dooreet / bliss-factor van groente en fruit vergroten	Innovatielab (waaronder zaadveredelaars, telers, AGF sector, wetenschappers)
	Groente en fruit met medische eigenschappen (claim-waardig) ontwikkelen	Innovatielab (waaronder zaadveredelaars, telers, AGF sector, wetenschappers)
	Groente- en fruitproducten ontwikkelen die een beleving zijn; feel good, smaak, gevoel, romantiek, verwennerij, een cadeautje	Innovatielab (waaronder marketeers, retail, AGF-sector)
	Kleine innovatieve proefhapjes en kleine porties in verpakkingen ontwikkelen en op de markt brengen (denk aan kimchi, rode kool)	Innovatielab (waaronder industrie, retail)
	De hoeveelheid groente en fruit in zogenaamd "gezonde" producten verhogen	Producten en Aanbieders (waaronder industrie)
	Groente en fruit producten ontwikkelen die een waardig vervanger zijn van pizza, gebak en patat	Innovatielab (waaronder industrie, AGF-sector)
	Producten ontwikkelen met veel groente of fruit en daarbij gezonde vetten, kruiden en specerijen	Producenten en Aanbieders (waaronder industrie, koks)
	Handige hulpmiddelen ontwikkelen en op de markt brengen om groente en fruit te snijden en mee te nemen	Producenten en Aanbieders (waaronder ondernemers)
	Smeerbare lunchgroenten voor op brood op de markt brengen	Producenten en Aanbieders (waaronder industrie, AGF-sector, koks)
	Groente en fruit toevoegen aan thee	Producenten en Aanbieders (waaronder industrie)
Aanbod		
	Een koppeling maken tussen de groentewinkel en andere zaken; de apotheek, het benzinstation, de cateraar of traiteur	Producenten en Aanbieders (waaronder ondernemers)
	Kleine aanbieders van gezonde innovatieve producten een podium en afzetkanalen bieden (ze komen er nu niet tussen in de retail)	Producenten en Aanbieders (waaronder banken, retail)
	Ongezonde producten niet meer, minder en/of minder prominent aanbieden	Producenten en Aanbieders & Sectoren Werkgevers als launching customers (waaronder horeca, catering, scholen, zorg, werkgevers)
	Snacks verkopen, waarin veel groente is verwerkt of in combinatie met groente en fruit (koppelverkoop)	Producenten en Aanbieders (waaronder retail)

Niveau	Mogelijke acties en maatregelen	Actor(en)
	Het aantal verkooppunten voor groente en fruit vergroten	Producenten en Aanbieders & Overheid (waaronder retail, Rijk, gemeente)
	Hippe groentespecialzaken ontwikkelen die inspelen op de trend van onbewerkt, lokaal en ambachtelijk.	Producenten en Aanbieders (waaronder retail)
	Meer groente en fruit aanbieden op vervoersplekken (vliegvelden, trein en busstations, tankstations)	Producenten en Aanbieders (waaronder Schiphol, olie-industrie, vervoersbedrijven, NS, retail, consumenten)
	Locaties zoals Utrecht CS inspirerende groente en fruit paradijzen maken	Producenten en Aanbieders (waaronder NS, gemeente, retail, tuinbouw)
	Standaard extra groente toevoegen aan afhaal- en thuisbezorgmaaltijden (add off/on)	Producenten en Aanbieders (waaronder partijen als Thuisbezorgd en Deliveroo)
Presentatie en marketing		
	Groente en fruit aanbieden in stukjes op kantoor, scholen en in de zorg	Werkgevers, onderwijs en zorg (waaronder industrie, retail, kantines, consumenten)
	De hoeveelheid groente in recepten verhogen (een hele ipv een halve paprika)	Producenten en Aanbieders (waaronder marketeers, industrie)
	Een tv-format met groente ontwikkelen à la Heel Holland Bakt of Wie is de Mol?	Producenten en Aanbieders (waaronder marketeers, industrie)
	Marketing van groente en fruit aanpakken: hip maken, sexy maken of richten op de groep die echt geen groente lust	Producenten en Aanbieders (waaronder retail, marketeers)
	Een blijde groente- en fruitdoos aanbieden aan iedere zwangere met app en push-berichten	Producenten en Aanbieders & Sectoren (waaronder boeren en tuinders, AGF Sector ism zorg en JGZ/CB)
	Bloggers, vloggers en influencers inzetten	Producenten en Aanbieders & Sectoren & Overheid (waaronder reclamemakers en marketeers)
	Van plastic soup naar groentesoep: een appèl doen op het milieu en duurzaamheid	Sectoren (waaronder MVO Nederland, Milieu Centraal, Foodlog)
	Een lunchcultuur met groente en fruit introduceren	Producenten en Aanbieders & Sectoren & Overheid (waaronder kantines, Voedingscentrum, retail)
Gedrag		
	Bewustwording creëren van de waarde van groente en fruit evenals urgentie (gezondheid en milieu)	Sectoren & Overheid (waaronder NAGF/Voedingscentrum, media, GGD, Zorgprofessionals)
	Met een game/app inzicht geven in de groente en fruitconsumptie	Sectoren & Overheid (waaronder Voedingscentrum/NAGF)

Niveau	Mogelijke acties en maatregelen	Actor(en)
	Briefjes bij catering: eet mij (groente en fruit) anders word ik weggegooid	Producenten en Aanbieders (waaronder cateraars)
	De CO ₂ -footprint tonen van verschillende soorten voedsel	Producenten en Aanbieders & Overheid (waaronder Voedingscentrum/NAGF)
	Groente en fruit consumptie belonen en hier een rage van maken (health coins/punten/plaatjesalbum/zegels/gifts).	Producenten en Aanbieders & Sectoren (waaronder industrie, winkeliers ism scholen, sportverenigingen)
	Een run op groente en fruit creëren: gebruik het concept van Sjakie en de gouden wikkel	Producenten en Aanbieders (waaronder AGF-sector, retail, media)
	Korting geven op groente en fruit bij trouw gebruik van medicatie (bv insuline-pen)	Producten en Aanbieders (waaronder farmaceutische industrie)
Financiën		
	BTW op groente en fruit afschaffen	Overheid
	Ongezonde producten en vlees in hogere BTW tarief inschalen, net als alcohol	Overheid
	Het true cost, true price principe toepassen	Overheid & Sectoren (waaronder Rijk, politiek, maatschappelijke organisaties)
	DBC's aanpassen zodat financieren op uitkomsten mogelijk wordt	Overheid
	Zorgaanbieders die complicatieloos werken, financieel belonen (groente en fruit dragen bij aan complicatieloos zijn en blijven).	Overheid
	Groente en fruit gratis beschikbaar stellen bij (semi) overheidsinstellingen	Overheid (waaronder (semi-) overheidsinstellingen)
	Wet- en regelgeving aanpassen zodat werkgevers hun werknemers een fiscaal onbelaste lunch met groente en fruit kunnen aanbieden	Overheid Werkgevers
Wet- en regelgeving		
	Suiker gebruik beperken (maximale suikerpercentages voor productcategorieën)	Overheid
	Een verbod introduceren op het aanbieden van ongezonde opties	Overheid
	Een gezondheidsindex voor supermarkten ontwikkelen en jaarlijks ontwikkelingen monitoren en openbaren	Overheid
	Kidsmarketing verbieden voor alle voeding die geen (onbewerkte) groente en fruit is	Overheid
	Kidsmarketing verplichten voor alle groente en fruit	Overheid
	Een gezondheidsindex introduceren voor vestigingsbeleid van horeca/retail	Overheid

Niveau	Mogelijke acties en maatregelen	Actor(en)
	Waarschuwingen verplichten voor 'onveilige voedingsmiddelen' (zoals bij sigaretten)	Overheid
	Groente en fruit opnemen in de regels van alle inspecties	Overheid (waaronder inspecties)
	Veilige voeding als verplichting opnemen in de ARBO-wet	Overheid
	Rapportage groente en fruitconsumptie verplichten als onderdeel van het sociaal maatschappelijk jaarverslag	Overheid
	Vermijdbare zorg voor leefstijlgerelateerde aandoeningen uit het basispakket halen	Overheid
Werkgevers		
	Op de werkplek is gratis groente en fruit beschikbaar,	Werkgevers
	Snackgroenten in plaats van koek, cake en taart bij vergaderingen en traktaties op het werk	Werkgevers Werknemers
	Gezonde kantine waar groente en fruit centraal staan	Werkgevers Cateraars
Zorg		
	Huisarts inzetten als promotor van groente en fruit	Zorg (waaronder beroepsverenigingen, Arts en Leefstijl, NAGF)
	Professionals in de zorg de waarde van groente en fruit laten ervaren, zodat ze ambassadeur zijn als ze met patiënten aan de slag gaan.	Zorg (waaronder zorginstellingen, zorgprofessionals)
	Patiënten die zijn hersteld dankzij groente en fruit inzetten als ambassadeur	Zorg (waaronder zorginstellingen, patiënten, zorgprofessionals)
	Groente en fruit expliciet opnemen in medisch onderwijs, medische richtlijnen en protocollen	Zorg (waaronder beroepsverenigingen, Gezondheidsraad)
	Maaltijden in zorginstellingen verbeteren; goed voorbeeld doet goed volgen	Intramurale zorg (waaronder zorginstellingen, patiënten(organisaties))
	Praktijkdiner / eten bij de dokter thuis	Zorg (waaronder artsen, patiënten)
Onderwijs		
	Schoollunches aanbieden met veel groente en fruit	Sectoren (waaronder onderwijsinstellingen, leerlingen, ouders, cateraar, gemeente)
	De schoolkantine integreren in het onderwijs- en lesprogramma (profielwerkstuk, economie)	Sectoren (waaronder onderwijsinstellingen, docenten, leerlingen)

Niveau	Mogelijke acties en maatregelen	Actor(en)
	Leerlingen verantwoordelijk maken voor de schoolkantine	Sectoren (waaronder onderwijsinstellingen , leerlingen)
	Leerlingen en docenten op basisscholen basale voedingskennis bieden en laten zien waar ons eten vandaag komt	Sectoren (waaronder scholen, AGF sector, Voedingscentrum)
	Een expliciet beleid voeren op groente en fruit op school (inclusief traktaties en pauze-eten), dit handhaven en erover communiceren	Scholen
Samenwerking		
	Met boeren en tuinders naar de negen-maandenbeurs	Producten en Aanbieders (waaronder boeren en tuinders, 9-maanden beurs)
	Groepen formeren die samen gezond koken en eten	Burgers (eventueel ism zorg, boeren en tuinders, gemeente)
	Samen boeren of tuinieren	Burgers (ism boeren en tuinders, gemeente)
	Gesprekken voeren met wijkbewoners over voeding, gezondheid en drijfveren	Burgers (ism gemeenten/GGD/Sport- en buurtwerk, moskee)
	Samen een gezonde wijk starten	Burgers (ism artsen, retail, horeca, scholen, gemeente; totale gemeenschap)
	Groente en fruit koppelen aan (lokale) sociale vraagstukken: eenzaamheid, werkloosheid, participatie, depressie, burn-out en alzheimer	Overheid & Burgers (waaronder betrokken instanties, single-issue partijen, boeren en tuinders, zorg)
	Initiatieven zoals de Gezonde school uitbreiden naar gemeenschapsinitiatieven	Overheid & Burgers
	Gezonde dorpen en steden showcase maken voor Nederland en de wereld	Burgers & Overheid
	Een symbool introduceren voor social media (denk aan appel naast like-duimpje)	Producten en Aanbieders (bijvoorbeeld met Google)
	Groente en fruit redactie op social media	Producten en Aanbieders (waaronder marketeers ism NAGF/Voedingscentrum)
	Health impact bonds Gezonde voeding of allianties opzetten	Sectoren & Overheid (waaronder private investeerders/fondsen, tuinbouw, zorgverzekeraars)

Bijlage 1a Deelnemers semigestructureerde bijeenkomsten en interviews

Bijeenkomsten

Joan Briels	Wethouder zorg Laarbeek	Eveline Manten	Food for Care
Emma Coles	FoodSmart Advisors	Wico Mulder	Jeugdarts GGD Amsterdam
Peter Duyvestein	Bestuurslid SIGN / tomatenteler	Peter Oei	SIGN
Marieke Faber	JOGG	Bart Olde Achterhuis	Koppert Cress
Stijn Genee	Scholier	Jasper Oomen	JOGG
Thijs Genee	Scholier	Marvy Rieder	Zelfstandig ondernemer
Rene Groot Koerkamp	Menzis	Anja de Roder	Alliantie Voeding in de Zorg
Evelien Hoving	Vereniging Arts en Leefstijl	Michel van Schaik	Rabobank
Norberg van den Hurk	Gezond Dorp	Sebastiaan Schreijen	Rabobank
Arienne de Jong	RIVM	Andrew Simons	Movare
Natasja Kooiman	Transitiecoalitie Voeding	Henk van der Stelt	Professioneel toezichthouder, Vereniging Arts en Leefstijl
Peter Krom	VGZ	Sjaak van der Tak	LTO Glaskracht
Hans van Kuijk	Gezond Dorp	Avi Tewara	Novo Nordisk
Willem Lageweg	Transitiecoalitie Voeding	Piet Vessies	Alles Is Gezondheid
Jeroen de Lange	Purpose	Gökky Zeinstra	iResearch
Ingrid Lamme	Koninklijke VEZET	Ilona Zuurmond	FoodToSparkle
Jasper Lok	Ministerie van VWS		

Bijlage 1b Geïnterviewden

Mr. Mieke Ansems	Coca Cola Nederland
Prof.dr. Rick van Baaren	Radboud Universiteit Nijmegen
Dr. Lea den Broeder	RIVM
Ing. Rob Baan	Koppert Cress
Dr. ir. Gerda Feunekes	Voedingscentrum
Drs. Therese Noorlander	Coca Cola Nederland
Dr. Sabine Pinedo	Vital10
Drs. Wouter Rosekrans	Voedingscentrum
Prof.dr. Liesbeth van Rossum	Erasmus Universiteit
Prof.dr. Jaap Seidell	VUMC
Prof.dr. Renger Witkamp	WUR

Bijlage 1c Sessie afstemming met Rijksdiensten

Letteke Boot	Ministerie van VWS
Jasper Oomen	JOGG
Tessa Ooijendijk	Ministerie van LNV
Dewi Hartkamp	SIGN
Arienne de Jong	RIVM
Karen van Ruijten	Alles is Gezondheid
Peter Oei	SIGN, Ministerie van LNV
Margret Ploum	Voedingscentrum
Ingrid Hardebol	Ministerie van OCW
Karen Eising	Ministerie van OCW

Bijlage 2 Referenties

1. EAT-Lancet Commission. Healthy Diets from Sustainable Food Systems. *The Lancet*, 2019.
2. J Seidell, 5e NAV Publiekslezing, 2017.
3. H Pijl. Waarom de zorg anders moet. www.lumc.nl, 2019.
4. M Kamsma. Van 300 kilo aardappels naar bimi en avocado. NRC.nl, 2018. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/11/27/en-toen-was-er-broccoli-a2755799>
5. CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/12/negen-op-de-tien-noemen-zichzelf-gelukkig>.
6. Medisch Contact. Nederland opnieuw het beste zorgstelsel van Europa. 2018.
7. Eurostat. Het leven van mannen en vrouwen in Europa. Een statistisch portret, editie 2018. 2018.
8. Gezondheidsraad. Richtlijnen goede voeding. 2015.
9. Voedingscentrum. www.voedingscentrum.nl
10. RIVM. Voedselconsumptiepeiling 2012-2016. www.wateetnederland.nl, 2018.
11. CBS. Smakelijk weten. Trends in voeding en gezondheid. 2012.
12. RIVM. VTV 2018. <https://www.vtv2018.nl/leefstijl>
13. RIVM. <https://www.staatvenz.nl/kerncijfers/chronische-aandoening-jaarprevalentie-huisartsbezoek>
14. RIVM. <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/chronische-ziekten-en-multimorbiditeit/regionaal-internationaal/internationaal>
15. RIVM. <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/overgewicht/cijfers-context/samenvatting>
16. RIVM. <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/overgewicht/regionaal-internationaal/internationaal#Inode-internationale-vergelijking-overgewicht-volwassenen>
17. RIVM. VTV 2018. Een gezond vooruitzicht: synthese. 2018.
18. World Cancer Research Fund. Diet, nutrition, physical activity and cancer: a global perspective. Third expert report. 2018.
19. A. Smit. Gezonde voeding voorkomt een derde van de kankergevallen. In gesprek met hoogleraar voeding en ziekte Ellen Kampman. Wageningen World, 2018.
20. B Tohill. Dietary intake of fruit and vegetables and management of body weight. WHO. 2005.
21. WRR. Policy Brief 7. Van verschil naar potentieel. Een realistisch perspectief op de sociaaleconomische gezondheidsverschillen, 2018.
22. B Baarsma & M van Schaik. Benoem een minister van voeding. *Trouw*, 2017.
23. AGF. <https://www.agf.nl/artikel/53850/Carbon-Footprint-groenten-en-fruit-bijzonder-gunstig/>
24. Voedingscentrum. <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/watergebruik.aspx>
25. GroentenFruit Huis. <https://groentenfruihuis.nl/de-sector>
26. CBS. Statline [https://statline.cbs.nl/statweb/publication/?dm=slnl&pa=37738&d1=a&d2=0-1,6-47&d3=2,7,12,\(1-2\)-1&hdr=t,g2&stb=g1&vw=t](https://statline.cbs.nl/statweb/publication/?dm=slnl&pa=37738&d1=a&d2=0-1,6-47&d3=2,7,12,(1-2)-1&hdr=t,g2&stb=g1&vw=t)
27. GroentenFruit Huis. Groenten en fruit. Gezond voor de Nederlandse economie en samenleving, 2015.
28. CBS, 2017. <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2017/07/bestedingen-huishoudens-2015>
29. Ministerie van VWS. Rijksbegroting 2018, 2017.
30. CBS. Trends in Nederland 2018, 2018.
31. www.artsenleefstijl.nl
32. <https://nilg.eu/het-manifest/>
33. NOS. <https://nos.nl/artikel/2005429-nederlands-voedsel-veiliger-dan-ooit.html>
34. Wageningen University and Research. <https://www.wur.nl/nl/nieuws/Horeca-speelt-grote-rol-in-groener-eetpatroon-van-gast.htm>
35. M de Vries. *Hoe word ik een Supervetverbrander*, 2018.
36. M Kamsma. Elk jaar koken we een minuut korter. NRC.nl, 2018. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/04/13/elk-jaar-koken-we-een-minuut-korter-a1599055>
37. I Mommers & I Zuurmond. Groenterijke en relaxte lunch. Diagnose Voeding en Gezondheid, 2018.

38. GGD Brabant Zuid-Oost. <https://www.ggdbzo.nl/partners/gemeenten/Gezondheidincijfers18/Paginas/GGD-panel-gezondheid-is-belangrijk-en-veelomvattend!.aspx>
39. Voedingscentrum. <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/invloed-sociale-omgeving-op-eetgedrag.aspx>
40. Ministerie van VWS, 2017. <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2017/03/08/landelijke-aanpak-om-ouderen-gezonder-te-laten-eten>
41. M Meijerink. De vetkwestie. NRC.nl <https://www.nrc.nl/advertentie/onvz/de-vetkwestie>
42. P Meurs. Voor de aanpak van roken, drinken en obesitas hebben we meer nodig dan een preventieakkoord. *Financieel Dagblad*, 2018.
43. Unilever. Making sustainable living commonplace. Unilever annual report and accounts 2016.
44. RVO. <https://www.rvo.nl/subsidies-regelingen/regeling-schoolfruit-en-groente>
45. N Bakalar. Fast Food: It's What's for Dinner. And Lunch. And Breakfast. *The New York Times*, 2018.
46. <http://gezondorp.nl>
47. Rijksoverheid.nl <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gezondheid-en-preventie/nationaal-preventieakkoord>
48. P Evans. Why Danone boss Emmanuel Faber thinks Brexit will make us all fat. *The Sunday Times*, 2018 .
49. M van der Steen, N Chin-A-Fat, M van Twist & J Scherpenisse. Naar een ge(s)laagde strategie, 2018. NSOB.
50. WRR. Naar een voedselbeleid. 2014.
51. M Bouman. Niet boos zijn over hogere btw op groente en fruit, maar een suikertaks en vetboete invoeren. *Financieel Dagblad*, 2018.
52. P Wilde e.a. Reductions in national cardiometabolic mortality achievable by food price changes according to Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP) eligibility and participation. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 2018.
53. <https://www.gov.uk/government/consultations/restricting-promotions-of-food-and-drink-that-is-high-in-fat-sugar-and-salt>

Colofon

Deze verkenning is uitgevoerd in opdracht van SIGN (Stichting Innovatie Glastuinbouw Nederland) met financiering vanuit het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.



SIGN heeft een alliantie met het ministerie van LNV voor het ontwikkelen van oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Het programma 'Waard&vol groen' 2016 - 2020 heeft als thema's: preventie, personalised food, circulaire economie, kansen in de stad (lucht- en waterzuivering) en Greennest: inspireren en beleven van groene oplossingen.

Stichting Innovatie Glastuinbouw Nederland

Postbus 447
2700 AK, Zoetermeer

SIGN is een initiatief van Glastuinbouw Nederland
www.innovatieglastuinbouw.nl

Auteurs:

Dr. Maaïke de Vries | Springh
Lea Bouwmeester

Met cofinanciering door:



Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

Vormgeving omslag: Meta Menkveld

Stock-free photos: www.pexels.com

Copyright 2019

Overname van tekstdelen en illustraties is uitsluitend toegestaan indien voorzien van bronvermelding. Redactie en uitgever zijn zich bewust van hun taak een zo betrouwbaar mogelijke uitgave te verzorgen. Aansprakelijkheden gebaseerd op het gebruik van de informatie in deze publicatie zijn uitgesloten.



Gedrukt op FSC papier.

FSC



