



# De vraag naar gezonde en voedzame voeding neemt toe: Dit zijn drie prioriteiten voor Category Managers.

Een recent wereldwijd onderzoek toont aan dat 54% van de consumenten op zoek is naar voedingsmiddelen met gezonde ingrediënten.<sup>1</sup> De resultaten van het onderzoek zijn representatief voor de Nederlandse consument. Er is een brede en groeiende groep gezondheidsbewuste consumenten, met genuanceerde motivaties en voorkeuren waar Category Managers rekening mee moeten houden. Lees verder voor meer informatie.

## 1. Maak informatie over voeding transparant en duidelijk.

Consumenten willen gezondere voedingskeuzes maken en hebben meer behoefte aan eenvoudige, natuurlijke ingrediënten. Maar verwarrende of beperkte informatie maakt het hen moeilijk.



Zo zou bijvoorbeeld 68% graag zien dat voedingsproducenten transparanter zijn over de voedingswaarde van de producten die ze maken.<sup>2</sup>

En 53% vindt het moeilijk om de voedingswaarden op de verpakking te begrijpen en te weten hoe ze worden berekend.<sup>2</sup>

Daarom is het belangrijk dat Category Managers samen met leveranciers werken aan transparantere en duidelijkere communicatie over ingrediënten. Bijvoorbeeld door voedingstermen te standaardiseren, etiketten intuïtiever te maken en duidelijk uit te leggen hoe producten gemaakt worden.

## 2. Speel in op de vraag naar eiwitrijke producten

De belangstelling van consumenten voor proteïne blijft sterk toenemen. Nu de vraag naar proteïne stijgt, heeft de Nederlandse overheid zich ten doel gesteld om tegen 2030 een verhouding van 50:50 te bereiken tussen de consumptie van dierlijke en plantaardige eiwitten.<sup>6</sup>

Opvallend is de stijgende vraag naar grasgevoerd rundvlees, wat erop wijst dat consumenten



bereid zijn meer te betalen voor hoogwaardige, natuurlijke dierlijke eiwitten.<sup>4</sup> Tegelijkertijd begint de grote belangstelling voor plantaardige eiwitbronnen, langzaam af te vlakken.<sup>5</sup>

De belangrijkste les voor Category Managers? Een diverse inkoopstrategie met plantaardige, dierlijke en gemengde eiwitbronnen overwegen. Door natuurlijke, eiwitrijke snacks en maaltijden aan te bieden, kun je jezelf aantrekkelijker maken voor consumenten die onderweg zijn

en een balans zoeken tussen gezondheid en gemak.

## 3. Overbrug voedingstekorten van GLP-1-medicijnen

Er is de laatste tijd een enorme toename in het gebruik van GLP-1, waardoor gewichtsverlies anders wordt benaderd. Onderzoekers hebben echter opgemerkt dat deze medicijnen kunnen leiden tot voedingstekorten en dat mensen moeite kunnen hebben om voldoende eiwitten en micronutriënten binnen te krijgen.<sup>6</sup>



Category Managers kunnen consumenten helpen deze voedingstekorten te compenseren door caloriearme/voedingsrijke opties aan te bieden. Naarmate de populariteit van GLP-1-medicijnen blijft toenemen, kan de ontwikkeling van hoogwaardige, op maat gemaakte producten (zoals eiwitrijke en vezelrijke maaltijden) helpen om beter in te spelen op veranderende voedingsbehoeften.

**1 Euromonitor:** De stem van de consument: Lifestyles Survey-rapport 2024. **2 Bord Bia Thinking House:** Rapport over duurzame voeding 2024.

**3 The Food Institute** 2024. **4 Bord Bia Thinking House:** Rapport over duurzame voeding 2024. **5 UCL News** 2024. **6 Overheid.nl:** Kamerstuk 31532 Voedingsbeleid.

## Volg de laatste trends in gezondheid en voeding.

De houding van consumenten in Nederland ten opzichte van gezondheid en voeding is genuanceerd en voortdurend in beweging. Online trends, veranderende nationale gezondheidsrichtlijnen en nieuwe geneesmiddelen beïnvloeden en hervormen ons gedrag.

Gezien de complexiteit en het tempo van de veranderingen moeten Nederlandse Category Managers koopgedrag en -attitudes kunnen volgen terwijl ze tegelijkertijd op de hoogte blijven van de zich snel ontwikkelende wetenschappelijke literatuur op het gebied van gezondheid. Ontdek hoe Bord Bia u daarbij kan helpen en neem vandaag nog contact met ons op.

**Contact**

