

# Vitamine G in bedrijfscatering

Uit onderzoek blijkt dat consumenten het aanbod van gezond voedsel in bedrijfsrestaurants beperkt vinden. Caters vinden echter dat ze juist goed scoren op dat aanbod. De rol van de opdrachtgever wordt daarmee belangrijker. Een beschouwing van de ontwikkeling van gezonde voeding.

WIM VAN DER MEER \*

**G**ezonde voeding vermindert de kans op hart- en vaatziekten. Naast gezonde voeding zijn ook andere aspecten als niet-roken en voldoende bewegen van belang. Recent onderzoek wijst uit dat een groene (woon)omgeving ook een positieve invloed heeft op de gezondheid. We noemen dit vitamine G.

In dit artikel beperken we ons tot gezonde voeding, een van de aspecten van vitamine G. Wie hebben er nu belang bij gezonde voeding? Gezien de kosten van de gevolgen van ongezonde voeding zijn de overheid en zorg-

verzekeraars directe belanghebbenden. Dat geldt natuurlijk ook voor werkgevers (beperking van ziekteverzuim

wil er nu niet fit en gezond met een goed figuur door het leven? Nader ingezoomd op de restauratieve

## *Innovatie in apparatuur maakt nieuwe, gezondere bereidingstechnieken mogelijk*

staat niet voor niets bij menig manager hoog op de prioriteitenlijst).

Maar de belangrijkste belanghebbende is natuurlijk de consument zelf. Wie

voorzieningen is het goed te wijzen op belevingsonderzoeken bij verschillende opdrachtgevers. Daaruit blijkt dat consumenten het aanbod van gezond voedsel in bedrijfsrestaurants beperkt vinden. Dat geldt overigens ook voor biologische voeding. De beleving van de aanbieders (caters) is juist dat er voldoende aanbod is van gezonde voeding.

### **Bereidingstechnieken**

Gezonde voeding komt niet alleen tot uitdrukking in producten, maar ook in de bereidingstechnieken. Salades worden meer en meer zonder dressing aangeboden en het aanbod enkelvoudige salades/groenten neemt toe. Minder zichtbare gezonde producten zijn bijvoorbeeld onderdeel van het assortiment koude snacks. Dit vergt wel creativiteit van de cateringmedewerker of kok.

Als het gaat om gezonde bereiding, is er ook belangrijke winst geboekt in de wijze waarop producten worden gefrituurd. Zo is er betere apparatuur, waarmee de warmte beter valt te regu-

## Het nieuwe voedselkeuzelogo



Ondersteund door het Voedingscentrum

De nieuwe voedselkeuzelogo's moeten bij consumenten leiden tot meer inzicht in de samenstelling van de producten. De producten die het logo (het Vinkje) mogen voeren, moeten voldoen aan verschillende eisen op het gebied van bijvoorbeeld hoeveelheid suikers, vetten, zout, energie en voedingsvezels.

leren, en zijn de vloeibare onverzadigde vetten veel minder ongezond in vergelijking met de dierlijke vetten die vroeger veel werden gebruikt. Cateraars zijn hier in vergelijking met de snacksector in een vroeg stadium mee gestart.

De innovatie in apparatuur maakt nieuwe, gezondere bereidingstechnieken mogelijk. Zo zijn er tegenwoordig frituursystemen die geen frituurvet meer nodig hebben, waardoor de vet-

Onlangs hebben verschillende partijen zich met steun van het Voedingscentrum verenigd. Met de introductie van het voedselkeuzelogo kan de consument zowel in de detailhandel als ook bij cateraars verantwoord kiezen. Er bestaan twee varianten van het logo (het Vinkje):

» het groene logo met de tekst 'Gezondere keuze', voor de basisvoedingsmiddelen uit de schijf van vijf (zoals brood en melk, groenten en fruit);

## Ook de opdrachtgever kan zijn invloed aanwenden om het gebruik van gezonde voeding te stimuleren

consumptie sterk afneemt. Daarmee wordt het product echter nog niet gezond. Frituursnacks worden namelijk bij de productie al voorgefrituurd, wat ook nodig is om de krokante 'bite' te verkrijgen.

Het niet-aanbieden van ongezonde snacks kan in theorie natuurlijk ook, maar is niet altijd een optie. Kijk bijvoorbeeld in het onderwijs: daar worden in toenemende mate mobiele snackwagens gesignaleerd.

De bereidingstechnieken zijn voor de consument niet altijd even zichtbaar, waarmee een deel van de tegenstelling wordt verklaard.

### Herkenbaarheid

Gezond willen eten is één, maar hoe herken je gezond voedsel? De rijksoverheid wil dat consumenten bewuster en gemakkelijker kunnen kiezen voor gezonde voeding. Het Voedingscentrum, dat door de overheid wordt gefinancierd, geeft voorlichting over gezonde voeding. De schijf van vijf klinkt vast bekend in de oren en het Voedingscentrum adviseert het eten van veel fruit en groenten en oppassen met verzadigd vet.

In het dagelijkse aanbod voor de consument was echter veel minder makkelijk te herkennen welke producten gezond zijn. Logo's als 'Klavertje vier' en 'Ik kies Bewust' verschenen vaak op producten vanuit een marketinggedachte.

» het blauwe logo met de tekst 'Bewuste keuze' voor producten die niet tot de basisvoeding behoren, zoals snacks, soepen en sauzen.

De voordelen van een herkenbaar logo zijn duidelijk: de consument kan betere keuzes maken en de herkenbaarheid van gezonde producten wordt vergroot. Bijkomend voordeel is dat de toegenomen aandacht voor gezonde voeding de bewustwording verder kan vergroten.

### Rol opdrachtgever

Het spel van vraag en aanbod wordt primair gespeeld door cateraar en consument, maar ook de opdrachtgever kan zijn invloed aanwenden om het gebruik van gezonde voeding te stimuleren.

Een eerste kans is de realisatie van een nieuwe cateringvoorziening of een ontwerptraject. Het niet-opnemen van een frituurinstallatie en/of het prominent presenteren van gezonde producten kunnen leiden tot een toename van het gebruik van meer gezonde producten.

Ook binnen aanbestedingen zijn er voldoende mogelijkheden om doelstellingen betreffende het gezonde aanbod op te nemen en zo het gebruik van meer gezonde producten te stimuleren. Denk bijvoorbeeld aan het opnemen van concrete doelstellingen over het aandeel gezonde voeding c.q. biologische producten binnen het assorti-

ment en de invoering van een 'snack-tax', waardoor gezonde producten aantrekkelijker kunnen worden geprijsd.

Dat geldt niet alleen voor de aanbesteding van de bemande cateringoutlets, maar ook voor fris-, snoep- en versnaperingautomaten. Het aandeel gezonde voeding in automaten is de afgelopen jaren toegenomen tot boven de 40 procent, waarbij tevens een gezond rendement mogelijk is.

### Horizon

Het denken over gezondheid is in ontwikkeling. Het is niet zo heel lang geleden dat roken in openbare gebouwen, treinen en vliegtuigen was toegestaan, dat biologische voeding als exclusief eigendom van 'sandaaldragers' werd beschouwd, dat dierlijke vetten overal werden gebruikt en dat e-nummers (codes die door de EU zijn opgesteld voor gebruikte additieven in producten voor menselijke consumptie) algemeen werden geaccepteerd. Kennelijk is wat we vandaag nog als gezond, of in ieder geval als geaccepteerd beschouwen, niet per se morgen nog actueel.

Ook door innovaties zullen we in staat zijn om verdere stappen te zetten op het gebied van gezondheid. Gezien de groeiende macht van de massa, wordt het tempo waarin we verder 'vergezondiseren' met name bepaald door de consument en zal de markt zijn aanbod daarop aanpassen. <<



\* Wim van der Meer is mede-oprichter/eigenaar van Sense FM ([www.sensefm.nl](http://www.sensefm.nl))