

GROENTE ALS INGREDIËNT

Overzicht project "Groente als ingredient"

Looptijd project: 1-1-2017 tot 31-12-2020; TKI0AF 16073



Doel

Het verhogen van de **groenteconsumptie** door het ontwikkelen van een gevarieerd **groenterijk productaanbod** geschikt voor eetmomenten **buiten de warme maaltijd** voor met name **jongeren (12-18 jaar)**, waarbij er extra aandacht is voor de doelgroepen **lage SES en allochtone Nederlanders**



Overzicht

1. Onderzoek naar wat jongeren eten
2. Producten
3. Interventie op middelbare scholen
4. Communicatie met jongeren



Onderzoek naar wat jongeren eten

- Doel: inzicht in de eetgewoonten van jongeren om daar met nieuwe producten op in te kunnen spelen
- Te beantwoorden vragen
 - Hoeveel groente eten jongeren?
 - Op welke eetmomenten?
 - Hoe kijken jongeren aan tegen groente?



Aanpak: Literatuur, 'Eetdagboek' & focusgroepen

- Jongeren monitor (GGD)
- Voedselconsumptiepeiling (VCP)
- Informatie bestaande rapporten, internet en gesprekken
- Literatuur
- Vragenlijsten
- Focusgroep gesprekken: verkennend en verdiepend
- Eetdagboek: Wat eet jij vandaag?

>> door onderzoekers, studenten WUR, HAS en MBO



Onderzoek naar wat jongeren eten

- Doel: inzicht in de eetgewoonten van jongeren om daar met nieuwe producten op in te kunnen spelen
- Te beantwoorden vragen
 - Hoeveel groente eten jongeren?
 - Op welke eetmomenten?
 - Hoe kijken jongeren aan tegen groente?



Consumptie van groente, fruit en snacks door jongeren

	Jongens 12-18 jaar	Meisjes 12-18 jaar	Totaal 12-18 jaar	Richtlijn
Groente ^a (g/dag)	99.7 ± 73.0	96.6 ± 63.1	98.2 ± 68.5	250
Fruit ^b (g/dag)	119.3 ± 89.6	131.5 ± 101.7	125.6 ± 96.0	200
Hartige Snacks ^c (g/dag)	54.6 ± 47.0	39.5 ± 35.0	47.6 ± 42.4	
Zoete snacks ^d (g/dag)	72.9 ± 58.2	63.1 ± 44.6	68.2 ± 52.3	

^a Rauwe en bereide groente; ^b Fruit (geen compote); ^c Chips, zoutjes, borrelnoten, kroket, loempia, enz.;

^d Chocolade, candybars, snoep, taart en koekjes

Jongeren eten te weinig groente en fruit

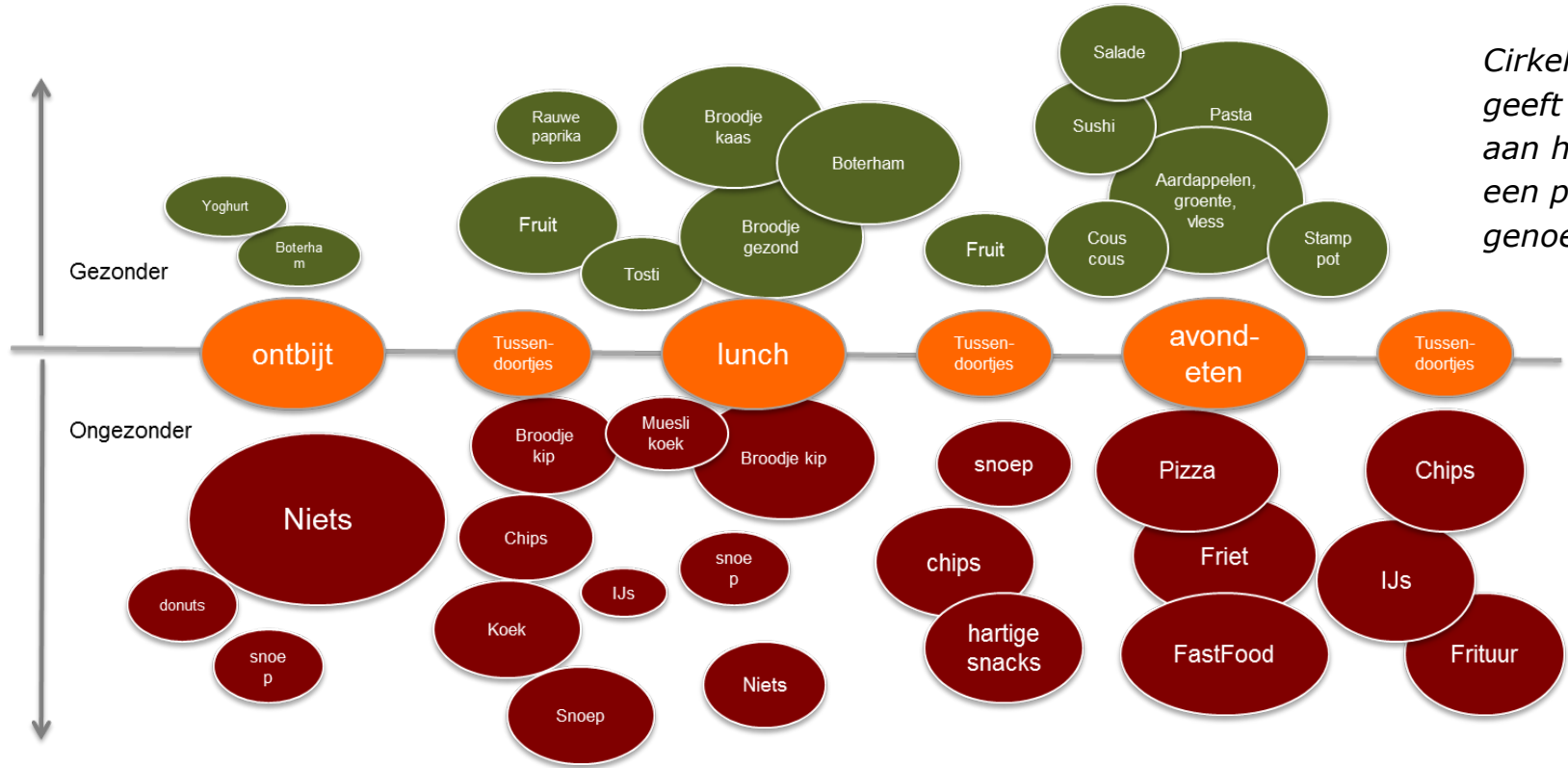


Onderzoek naar wat jongeren eten

- Doel: inzicht in de eetgewoonten van jongeren om daar met nieuwe producten op in te kunnen spelen
- Te beantwoorden vragen
 - Hoeveel groente eten jongeren?
 - Op welke eetmomenten?
 - Hoe kijken jongeren aan tegen groente?



'Gemiddeld' dagritme qua eten



Cirkelgrootte geeft globaal aan hoe vaak een product genoemd is.

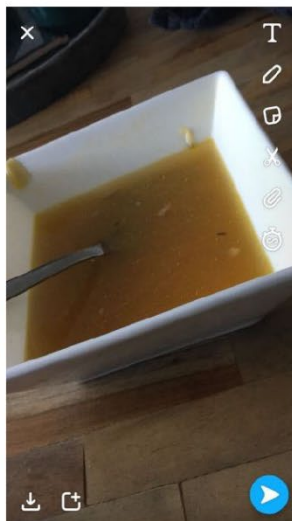


WAT EET JIJ VANDAAG?



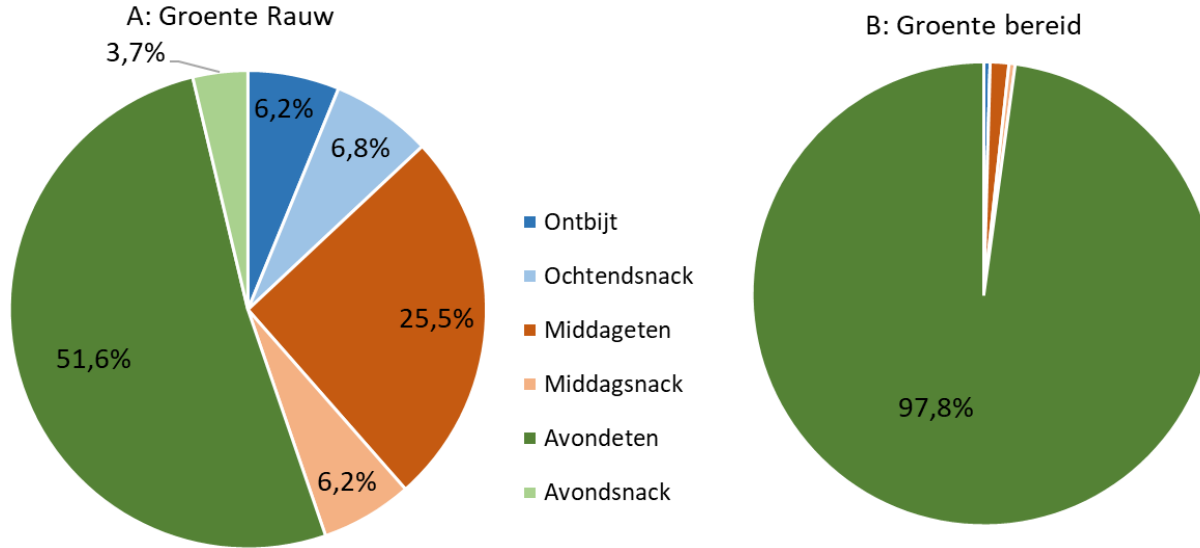
WAT EET JIJ VANDAAG?

Eten van de deelnemers



Wat eet jij vandaag?

Eetmomenten voor rauwe en bereide groente door jongeren



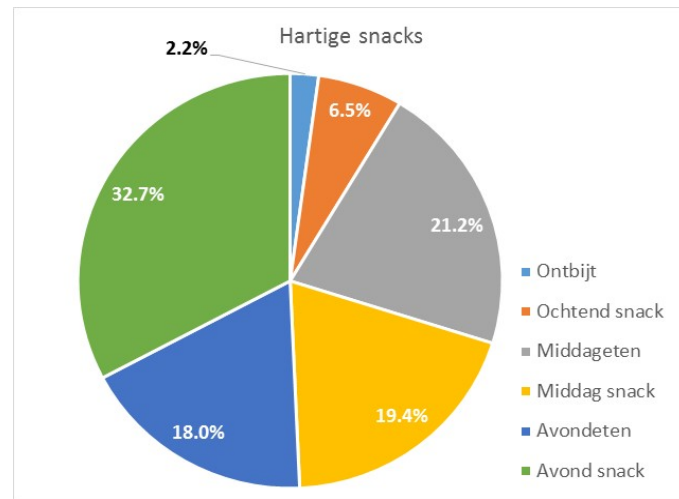
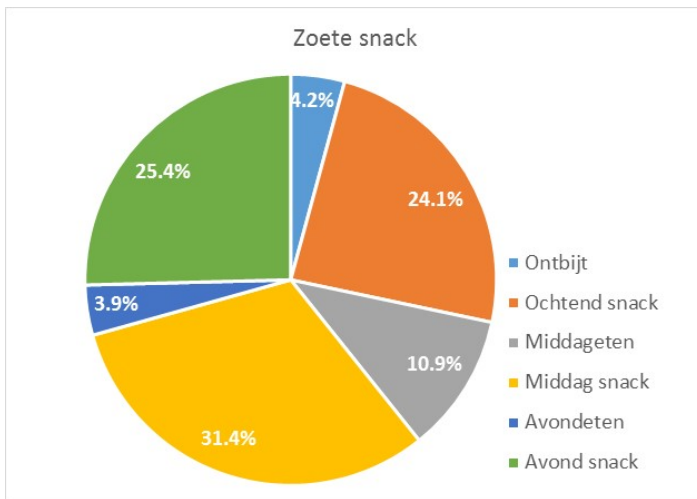
16.5 ± 2.8 jaar; n=148

**Groente vooral bij het avondeten;
rauwe groente ook bij de lunch**



Wat eet jij vandaag?

Eetmomenten voor snacks door jongeren



16.5 ± 2.8 jaar; n=148

**Zoete snacks het meest als middagsnack;
Hartige snacks het meest als avondsnaak**

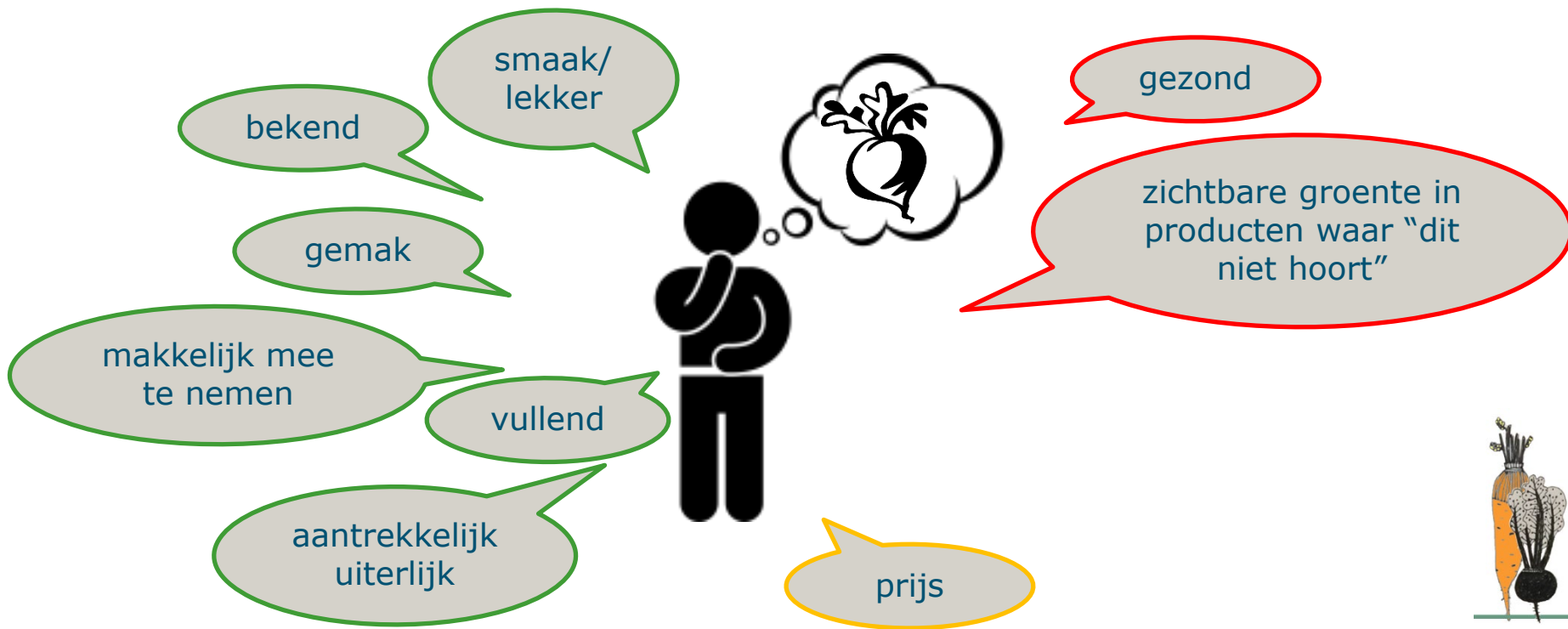


Onderzoek naar wat jongeren eten

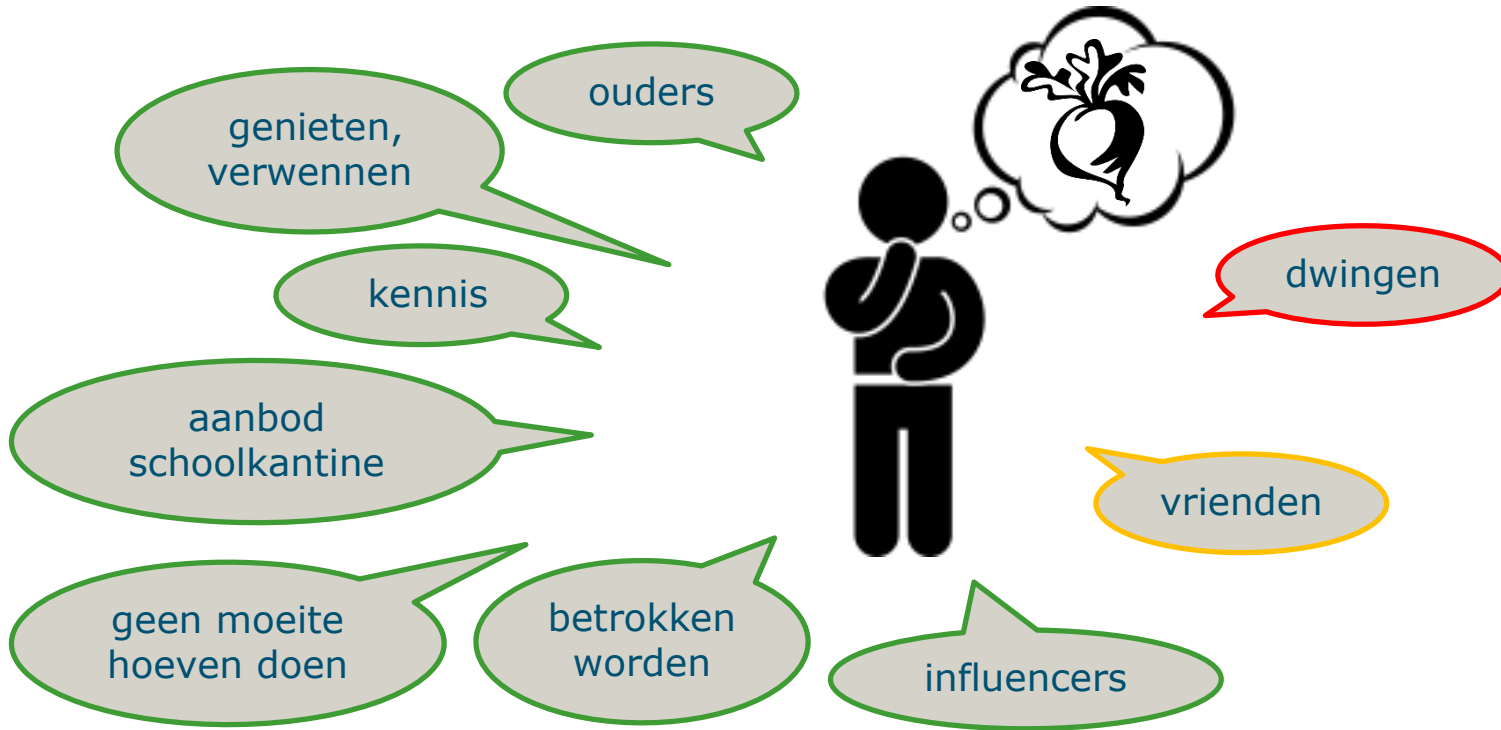
- Doel: inzicht in de eetgewoonten van jongeren om daar met nieuwe producten op in te kunnen spelen
- Te beantwoorden vragen
 - Hoeveel groente eten jongeren?
 - Op welke eetmomenten?
 - Hoe kijken jongeren aan tegen groente?



Wat helpt groente-inname bij jongeren te verhogen? Product



Wat helpt groente-inname bij jongeren te verhogen? Omgeving



Conclusie onderzoek naar wat jongeren eten

■ Jongeren eten te weinig groente en fruit, wel snacks

- Groente wordt vooral bij het avondeten gegeten;
- Rauwe groente wordt ook bij de lunch gegeten;
- Zoete snacks het meest als middagsnack;
- Hartige snacks het meest als avondsnaak



■ Wat helpt wel en niet om groente-inname te verhogen?

- ✓ Goed smakende producten, die ook vullend zijn
- ✓ Aanbod van de schoolkantine
- ✓ Jongeren betrekken bij productontwikkeling en communicatie
- ✓ Geen focus op gezondheid
- ✓ Niet dwingen
- ✓ Geen zichtbare groente in producten waar "dit niet hoort"



Overzicht

1. Onderzoek naar wat jongeren eten
2. Producten
3. Interventie op middelbare scholen
4. Communicatie met jongeren



Producten – op de markt en ontwikkeld in het project



Bapao

Bestaand op markt



Ontwikkeld in het project



Groenteyoghurt

Bestaand op markt



Ontwikkeld in het project



Cookie dough

Bestaand op markt



Ontwikkeld in het project



Verder ontwikkeld als koekjesdeeg: chocola en appeltaart



Appeltaartvariant voldeed aan de Schijf van Vijf
Helaas geen producent gevonden



Nuggets - Bijpakkers



Meegenomen in interventie



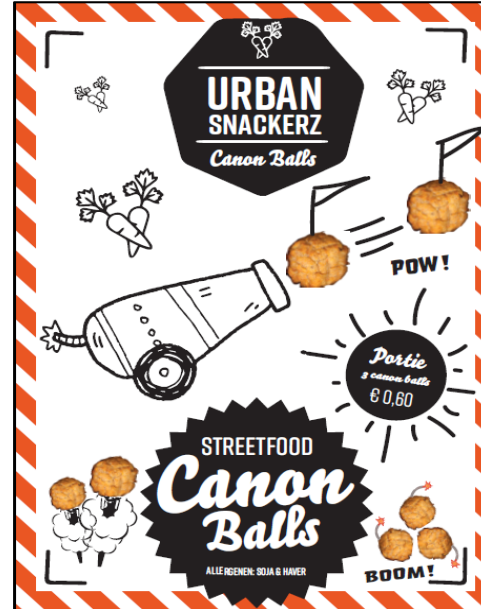
Wraps



Meegenomen in interventie



Wortelballetjes



Meegenomen in interventie



Overzicht

1. Onderzoek naar wat jongeren eten
2. Producten
3. Interventie op middelbare scholen
4. Communicatie met jongeren



Interventie

De producten



Eigenschappen	Nuggets	Balletjes	Wraps
Hoofdbestanddeel	Bloemkool	Wortel	Groentevulling, sla, worteltortilla
Portiegrootte	46 g, 75 kcal	51 g, 103 kcal	100 g, 118 kcal
Hoeveelheid groente per portie	20 g	31 g	65 g

Aanpak

6 middelbare scholen; 3 in Helmond; 3 in Den Bosch

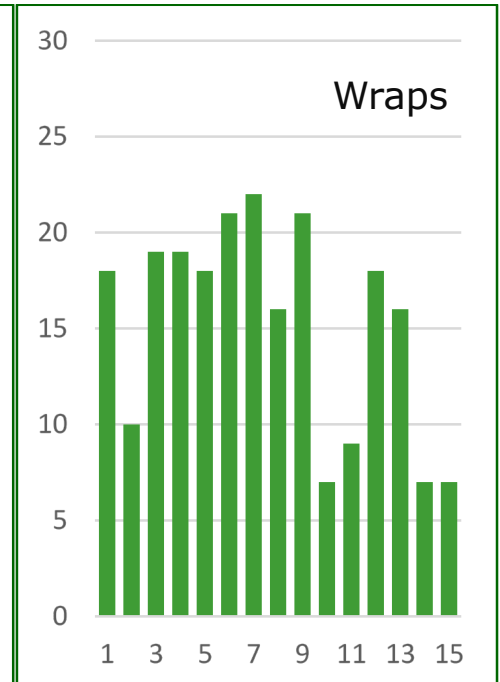
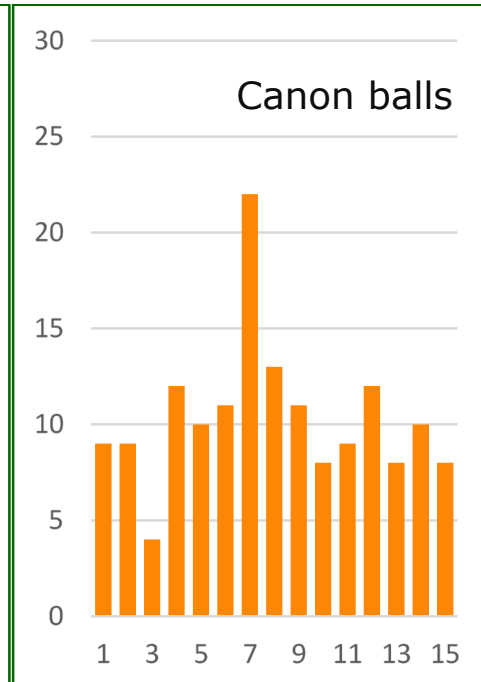
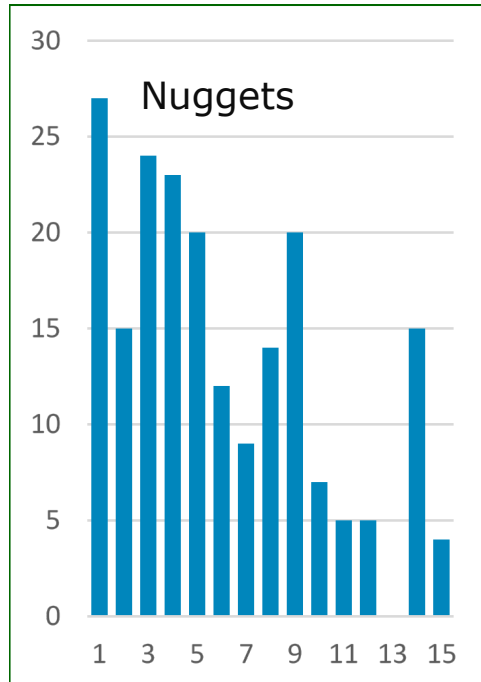
Kalenderweek	Assortiment	Metingen
3-5	Standaardassortiment	Verkoopgegevens
6	1 proefdag nuggets	
7-9	Periode 1: Testassortiment nuggets	Verkoopgegevens
10	Schoolvakantie	
11-12	Standaardassortiment 1 of 2 proefdag(en) balletjes en wraps	Vragenlijst nuggets Verkoopgegevens
13-15	Periode 2: Testassortiment balletjes en wraps	Verkoopgegevens
16		Vragenlijst balletjes en wraps





Resultaten – verkoop gedurende 3 weken

Verkochte producten



Test dagen



9% van verkochte snacks in de kantine

9.5% van verkochte snacks in de kantine

6.4% van verkochte broodproducten

Wat vonden jongeren van de producten?

Vragenlijsten nuggets (n>800); balletjes/wraps (n>200)

- Aanbod gezien? Nuggets 62%; balletjes 33%; wraps 37%
- Product gekocht? Circa 10% kocht de producten
 - Niet gekocht want: wist niet, niet gezien, geld niet waard
- Product beoordeling door degene die kocht – score op lekker (schaal 0-100)
 - Nuggets 42; balletjes 46; wraps 38
- Prijs? Balletjes goed, nuggets + wraps te duur
- Portiegrootte? Wrap portie oké, nuggets en balletjes portie te klein



Leringen uit de interventie op middelbare scholen

- Grote groep scholieren heeft de producten niet gezien: 40-65%
- Kleine groep scholieren heeft de producten gekocht: 10%
- Ondanks positieve scores in vooronderzoek, lage productscores < 5
- Het niet noemen van groente leek contraproductief te werken



Overzicht

1. Onderzoek naar wat jongeren eten
2. Producten
3. Interventie op middelbare scholen
4. Communicatie met jongeren



4. Communicatie met jongeren



- Gezonde voeding niet hun interesse → school met enthousiaste leerkracht
- Benaderen en contact via sociale media – geen email
- Onderzoeksmethoden: kort, eenvoudig en interactief
- Betrek jongeren actief
- Groepsgesprekken → aandacht voor veilig + uitdagen + non-verbaal
- Zorg voor nieuwe beleving
- Sociale beïnvloeding: delen foto's & stories + gebruik rolmodellen (vloggers)

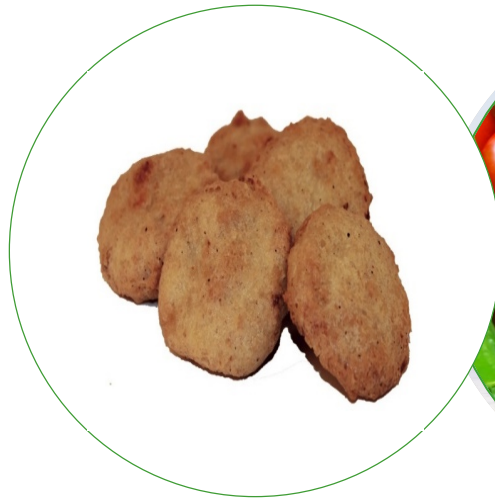


Campagne It's a wrap

- Doel: Groenterijke wrap onder aandacht brengen in kantine
- Look and feel "Fastfood" → visueel verleiden
- Humor en lichte ondertoon
- Kleurrijk, met focus op product
- Groente niet expliciet genoemd, wel in ingrediëntenlijst
- I.v.m. Corona niet kunnen testen



Afsluiting



Zichtbaarheid

- Informatiebrieven voor scholen
- Voeding Nu: Interventie – oktober 2020
- Voeding Nu: Communicatie – maart 2021
- Presentatie Eurosense - December 2020

- Kennisonlinepagina:
<https://www.wur.nl/en/project/Stimuleren-van-groenteconsumptie-bij-jongeren.htm>

Snacks voor jongeren met groente als ingrediënt

Een manier om groenteconsumptie bij jongeren te stimuleren?

16 JONGEREN

VOEDING NU 6 // OKTOBER 2020



Meer informatie:

Monique Vingerhoeds

Tel 0317 480240

monique.vingerhoeds@wur.nl

Gertrude Zeinstra

gertrude.zeinstra@wur.nl

Herman Peppelenbos

h.peppelenbos@has.nl

