

Workshop Gezond & duurzaam eten

18 juni 2025



Wie zitten er vandaag 'aan tafel'?



- Bedrijfsleven
- Overheid
- Kennisinstelling
- Adviesbureau/consultancy
- Overige publieke organisaties
- TKI, RVO (verbinding, subsidie)
- Overig...

Agenda workshop

- Introductie Gezond en Duurzaam Eten
- Voorbeeld initiatief: 1000 huishoudens (NFC)
- REK aanvraag 2025: Samen Impact Maken: Gezond en Duurzaam Eten voor (& door) Iedereen

Schijf van Vijf

- Gebaseerd op Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad
- Verschuiving in de richting van een meer plantaardig en minder dierlijk voedingspatroon

<https://www.voedingscentrum.nl/nl/gezond-eten-met-de-schijf-van-vijf.aspx>

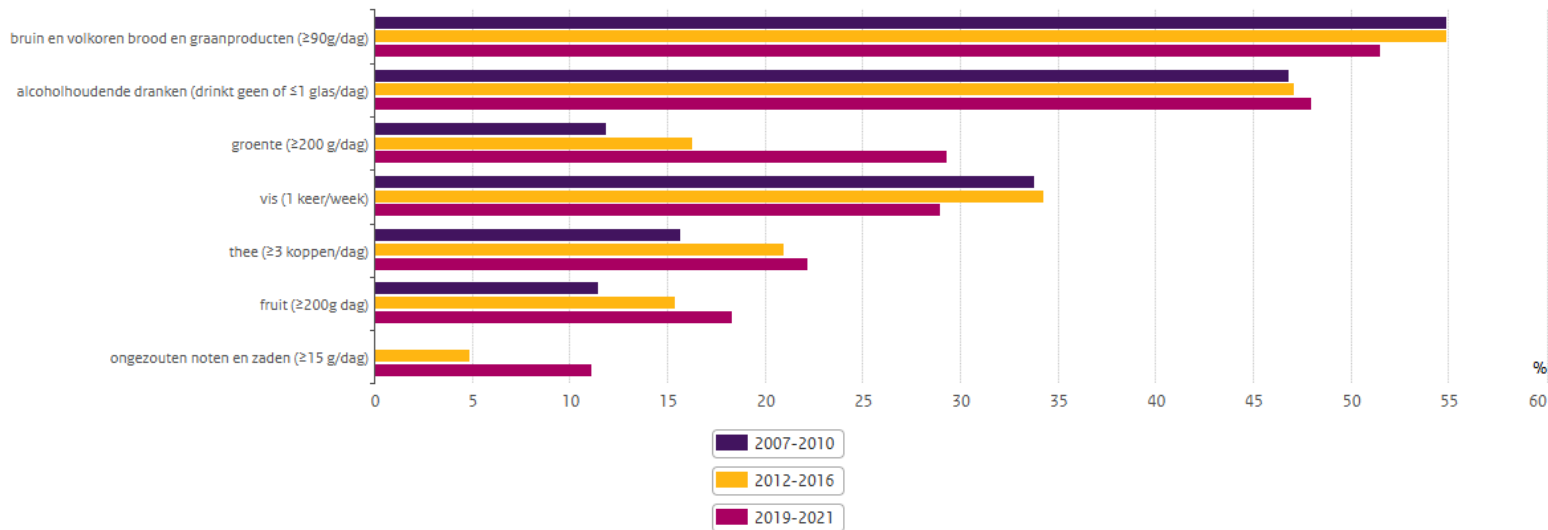


Eet Nederland gezond(er)?

Volwassenen 18-69 jaar

% dat richtlijnen opvolgt

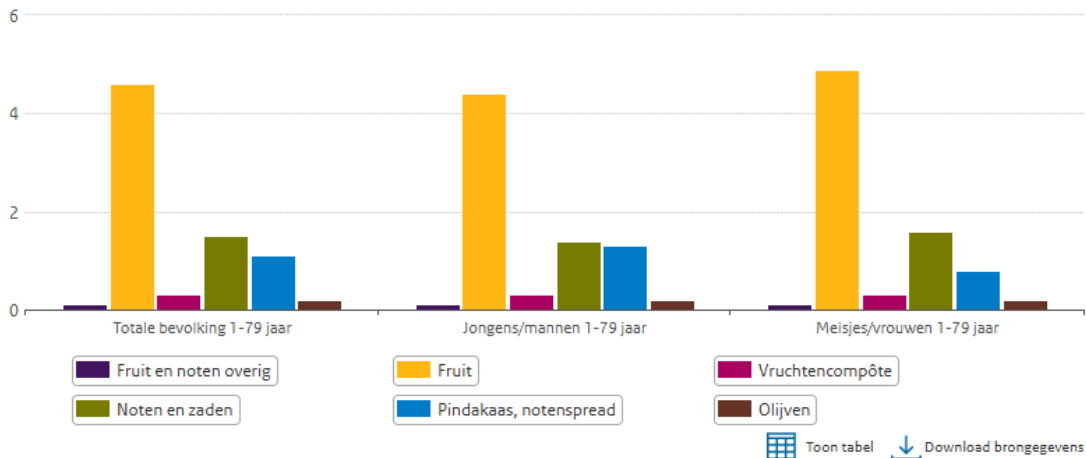
Volwassenen 18-69 jaar



Eet Nederland gezond?

Consumptie van fruit, noten en olijven in aantal dagen per week

VCP 2019-2021

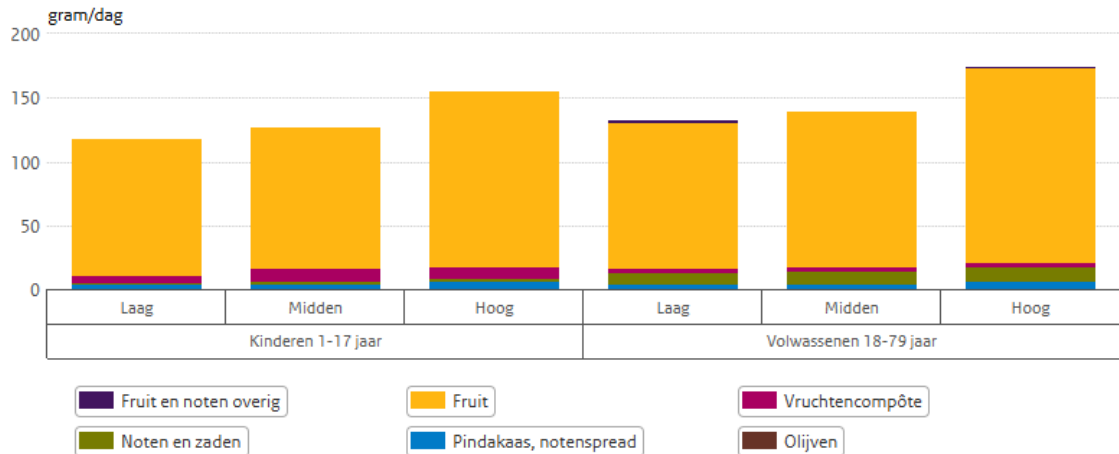


Nederlanders eten gemiddeld 4 à 5 keer per week fruit.

Eet Nederland gezond?

Consumptie van fruit, noten en olijven naar opleiding en leeftijd

VCP 2019-2021



Toon tabel

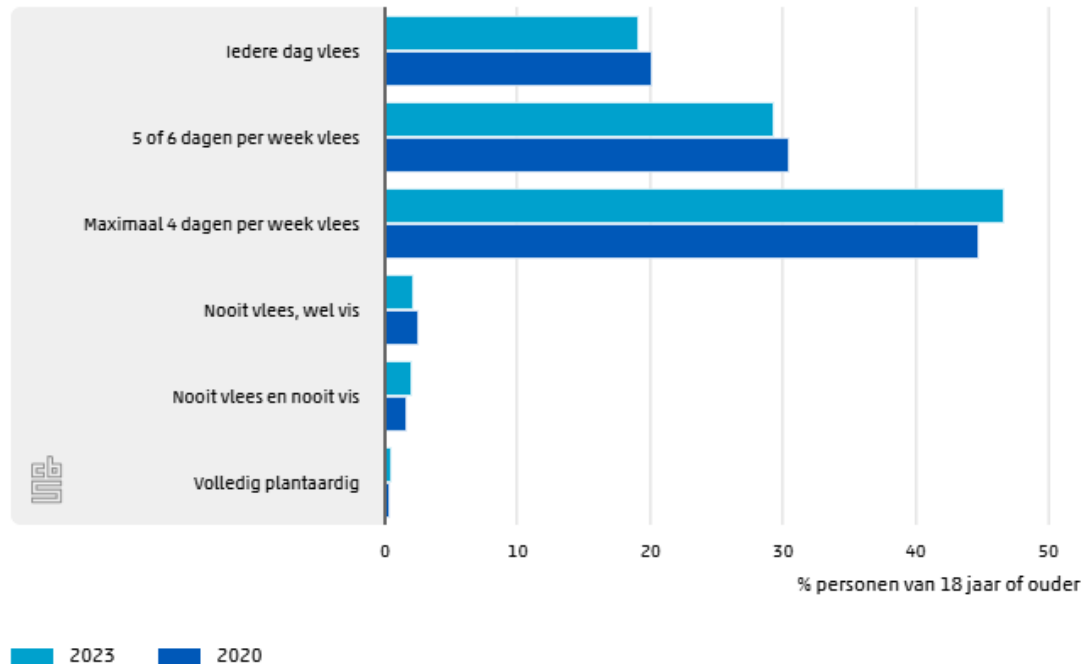


Download brongegevens

Hoogopgeleide volwassenen eten gemiddeld meer fruit, noten en olijven (175 g/dag) dan middelbaar- en laagopgeleide volwassenen (141 en 133 g/dag). Ook kinderen met hoogopgeleide ouders/verzorgers eten meer fruit, noten en olijven (156 g/dag) dan kinderen met middelbaar- en laagopgeleide ouders/verzorgers (127 en 118 g/dag).

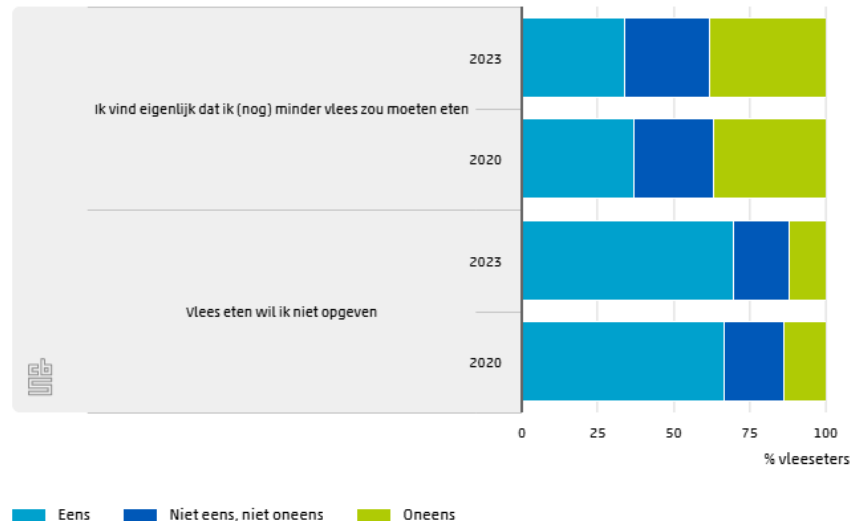
Eet Nederland duurzaam?

6.1.1 Vlees- en visconsumptie

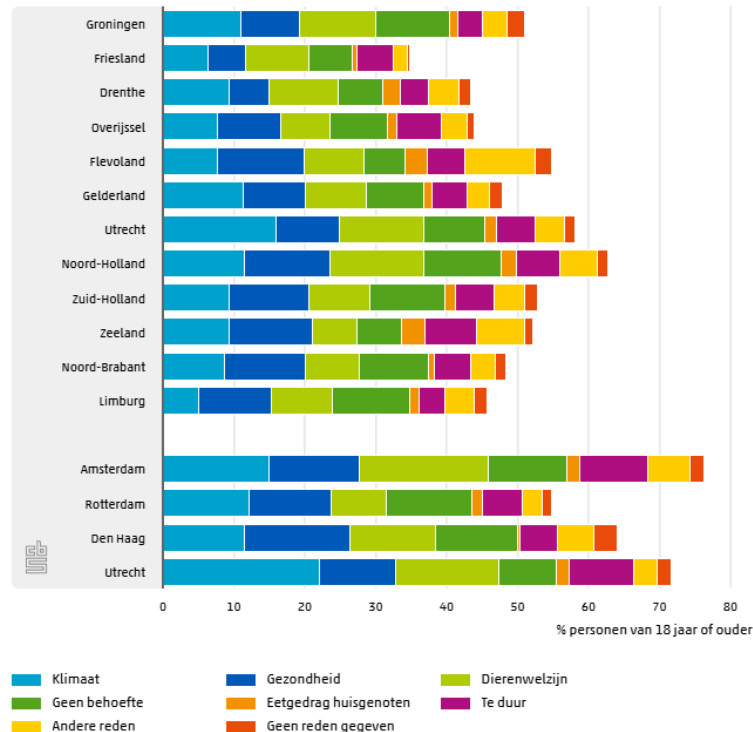


Eet Nederland duurzaam?

6.1.5 Mening over eigen vleesconsumptie



6.2.4 Belangrijkste reden om geen of beperkt vlees te eten naar provincie en G4



KIA Landbouw Water Voedsel

Missies



Nederland staat de komende 25 jaar voor een enorme taak op het gebied van landbouw, water en voedsel. In 2050 hebben we een vitaal landelijk gebied en een veerkrachtige natuur in een klimaatbestendig Nederland. Daarin zijn water en bodem sturend, landbouw- en voedselsysteem ecologisch en economisch duurzaam en gezond, en zijn de delta en de grote wateren veilig.

Voor de komende vier jaar hebben topsectoren, ministeries en andere overheden, bedrijven, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties samen een agenda opgesteld die beschrijft welke nieuwe kennis en innovatie nodig is om deze doelstellingen te halen: de Kennis- en Innovatie-agenda Landbouw, Water en Voedsel.

Innovatieprogramma 4D

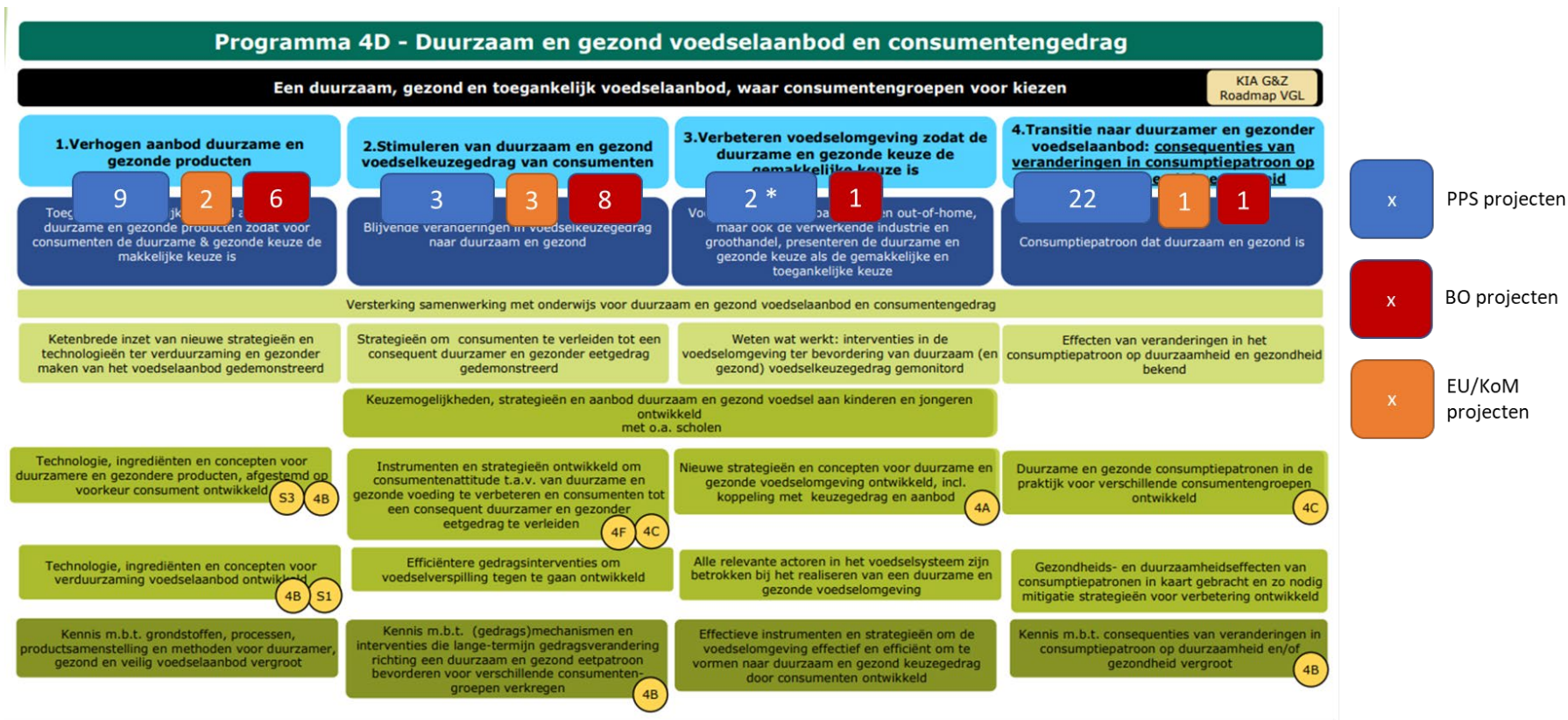
Programma 4D - Duurzaam en gezond voedselaanbod en consumentengedrag

Een duurzaam, gezond en toegankelijk voedselaanbod, waar consumentengroepen voor kiezen

KIA G&Z
Roadmap VGL



Innovatieprogramma 4D – projectportfolio 2024



* Gericht op groene leefomgeving, niet op voedselomgeving,

Witte vlekken o.a.

- Sociale innovaties, effectieve strategieën en interventies om tot een blijvende gedragsverandering te komen bij verschillende doelgroepen
- Opschalen en implementeren van succesvolle concepten, strategieën en interventies om tot een blijvende gedragsverandering te komen
- Bereiken specifieke doelgroep: lage sociaal economische positie (SEP)
- Bewustwording bij stakeholders mbt belang van een duurzamere en gezondere inrichting van de voedselomgeving
- Instrumenten en strategieën voor inrichting voedselomgeving op macro- (stad, wijk) en microniveau (supermarkt)



1000 Huishoudens Impactprogramma



Next Food
Collective





Next Food Collective

- Versnellen van de overgang naar een gezond en duurzaam voedselsysteem
- 🔧 Doorbreken van gezamenlijke barrières voor transitie
- 🧩 Bouwen en leiden van impact gedreven publiek-private samenwerkingen
- 💡 Omzetten van investeringen in maatschappelijke en economische impact

Onze founding partners





Impactprogramma's langs de gehele waarde keten



Duurzame Landbouw

1000 Boeren



Duurzame Voedselverwerking

Top 100 Duurzame Producten



Gezonde Voeding & Welzijn

1000 Huishoudens



Preventie akkoord – tot op heden ambities niet gehaald





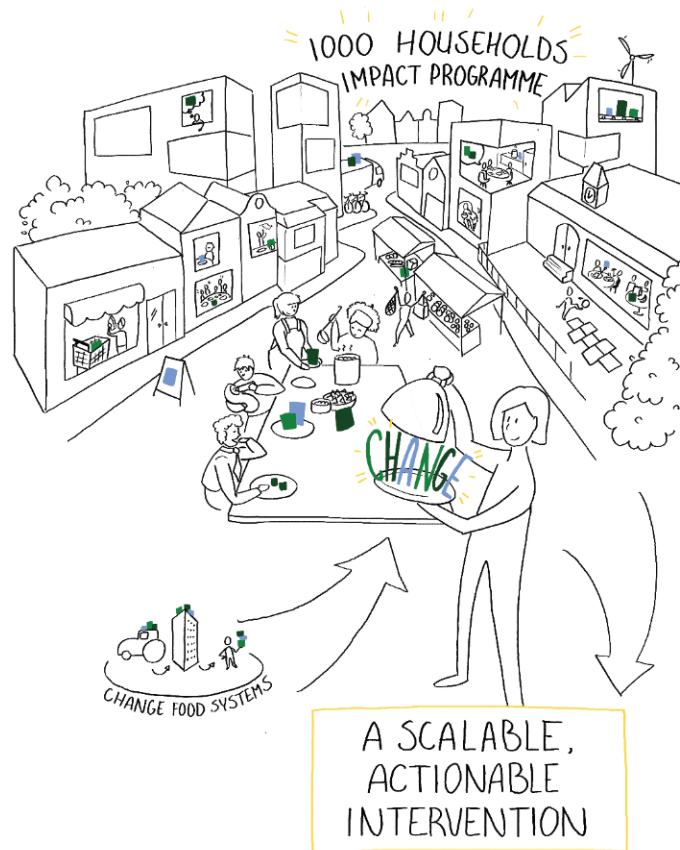
1000 Huishoudens impactprogramma

Impactprogramma gericht op *verschuivingen in eetgedrag op huishoudniveau*,

dat betaalbaar, schaalbaar en duurzaam is.

Centraal in de aanpak:

- Effectief barrières doorbreken die gezonde en duurzame keuzes in de weg staan
- Gebaseerd op huidige gewoonten
- Voortbouwend op bestaande kennis van barrières en succesvolle interventie programma's





Impact

- 1. Aantoonbare verschuivingen in eetgedrag** op huishoudniveau, waarmee de effectiviteit van een op maat gemaakt en schaalbaar model wordt bewezen
- 2. Waardevolle consumenteninzichten** die leiden tot de ontwikkeling van producten die gezonder en duurzamer eten aantrekkelijker, betaalbaarder en gemakkelijker maken.
- 3. Beleidsaanbevelingen en inzichten** voor regelgeving op basis van praktijkdata, ter ondersteuning van toekomstige aanpassingen in voedsel- en gezondheidsbeleid.



Consument en voedselomgeving centraal



Consumenten:

- Gewoonten, vaardigheden en kennis
- Bereidheid
- Voedsel cultuur
- Subgroepen



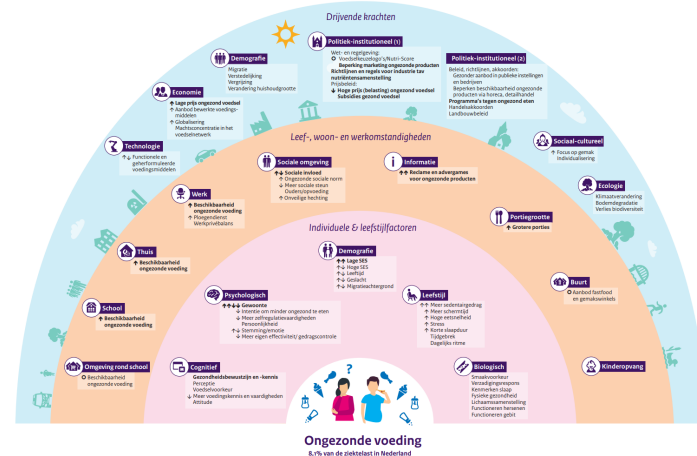
Voedselomgeving:

- Supermarkten en andere verkooppunten
- Out of home/Foodservice
- Kantoor/werkomgeving/zorg



Kennis en innovatie:

- Product ontwikkeling/aantrekkelijkheid
- Beter gebruik/dissemintatie van bestaande kennis
- Gezond & duurzaam



Bron: RIVM



Programma 2026 - 2031

Fase 1: Effectieve gedragsverandering



- Verschillende huishoudens (100)
- Aanpakken barrières
- Duurzame en betaalbare verandering in voedingspatronen

Fase 2: Toetsen, valideren en opschalen



- Toetsing effectieve aanpak bij 1000 huishoudens
- Schaalbaar: uitvoerbaarheid, betaalbaar
- Vertaling naar internationaal



Doe je mee aan deze beweging?





Arienne de Jong
Thema Directeur



Myrthe de Beukelaar
Thema Coördinator

Neem contact op:

arienne.dejong@nextfoodcollective.nl

myrthe.debeukelaar@nextfoodcollective.nl

REK project 2025 (ministeries + TKI)

Doel: ontwikkeling van gezamenlijke actieagenda's op basis van gedeeld eigenaarschap

Resultaat: route- en kansenkaart (**REK**) die inzicht biedt in:

- waar we naartoe willen,
- hoe we daar komen
- wie daarin welke rol heeft

Samen Impact Maken: Gezond en Duurzaam Eten voor & door Iedereen



REK project – Waar willen we naar toe?

Bevorderen van projecten en initiatieven die bijdragen aan een **versnelling** naar een gezondere en duurzamere samenleving.



Nog meer?

REK project – Hoe komen we daar?

Het **verbinden** van partijen:

- samen kansen, belemmeringen en strategieën (beter) in kaart brengen
- ervaringen en kennis delen
- gezamenlijk belang definiëren

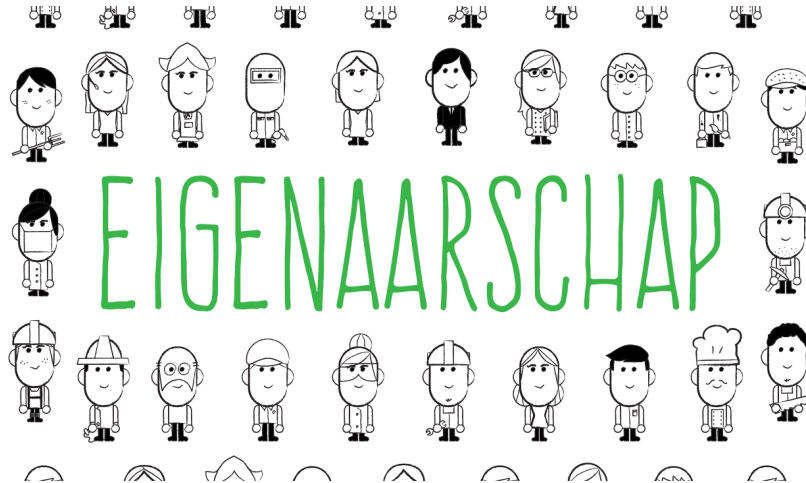


Nog andere ideeën?



REK project – Wie heeft hierin een rol?

Gedeeld

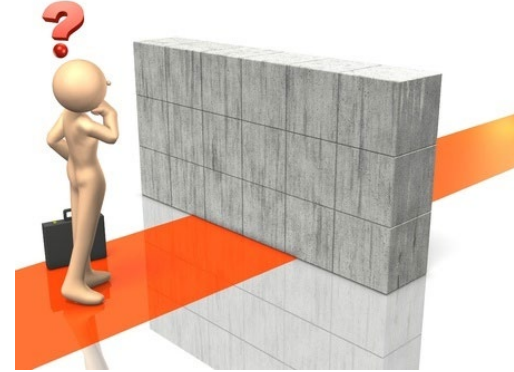


En wat zou hun rol hierin dan zijn?



Wat heb je nodig om in actie te komen?

- Waar zit de grootste belemmering?



- Wat heb je nodig om mee te doen en eigenaarschap te nemen?



Samen impact maken!

Wat gaan we doen?

- Organiseren 1-2 interactieve sessie(s) om partijen bij elkaar te brengen, te verbinden, kennis/ervaringen delen en gezamenlijke belangen & doelen formuleren.
- Desk studie naar bestaande kennis
- Opstellen Route- en Kansenkaart

Wie gaan dit doen?

Wageningen Research (WFBR / WSER), HAS Green Academy, Cargill en jullie?!

Meedenken / meedoen? Laat het weten!

Op naar een **Route en Kansenkaart** voor een **versnelling** naar een gezondere en duurzamere samenleving!



Contact: nicole.dewit@wur.nl

Dank!!



Aanpak: relevante partijen

- **Bedrijfsleven** (gezond en duurzaam voedselaanbod, inrichting voedselomgeving, co-creatie, inhoudelijke en financiële support)
- **Overheid** (wet- en regelgeving, inhoudelijke en financiële support - financiële instrumenten/subsidies)
- **Publieke organisaties** (regelgeving, richtlijnen, faciliteren en implementatie strategieën, inhoudelijke en financiële support)
- **Kennisinstellingen** (kennisopbouw en – disseminatie, onderbouwing en validatie strategieën, innovatie, monitoring)
- **Burgers/consument** (co-creatie, implementatie, reflectie)

Nog meer? Wie voelt zich geroepen om mee te denken?

Sandpit 2023

Doel:

Vanuit de Topsectoren Agri & Food, Tuinbouw & Uitgangsmaterialen en Life Science & Health zien we dat het aantal projecten op maatschappelijk relevante thema's achterblijft (bv. gedragsinterventies, betrekken/bereiken lage SEP, voedselomgeving).

In dat kader is er een Sandpit georganiseerd om met een brede vertegenwoordiging vanuit verschillende disciplines (bedrijfsleven (klein/midden/groot), overheid, kennisinstellingen), mogelijke **oorzaken te identificeren**, strategieën te bediscussiëren voor het bereiken/betrekken van de juiste partijen om tot projecten met impact te komen, en **financieringsopties** te bespreken.

Sandpit - interactie

Identificeren oorzaken waarom het aantal projecten op maatschappelijk relevante projecten achterblijft (privaat-publiek-kennisinstellingen-consument) – geeltjes plakken



Aanbod:

- Gezonde voeding lekkerder en betaalbaarder maken. Nu vaak erg duur.
- Veel aanbod van buiten NL
- Geschikt voor de massa, minder gericht op specifieke doelgroepen
- Je bereikt niet de groep achter de koplopers (topje van de ijsberg doet mee, maar als je wilt opschalen moet massa mee doen)

Business model:

- Preventie/gezond ≠ verdienmodel
- Gezondheid als verdienmodel vaak gericht op ziekte en niet op preventie
- Conflicterende belangen; maatschappelijke impact vs groei/winst
- Geen concurrentievoordeel
- Geen eigenaarschap van maatschappelijk probleem

Onderzoek:

- Geen prioriteit
- Weerstand
- Nauwelijks inzet van kennis in praktijk
- Business case = must voor deelname
- Concurrentie – delen data vaak lastig
- Cash bijdrage MKB vaak beperkt en grote bedrijven hebben vaak weinig gezonde producten en dus geen interesse om mee te doen

Macht:

- De machtspositie van de retail en het is niet in hun belang om meer gezonde producten te stimuleren als 80% vh aanbod in retail ongezond is.
- Machtverhoudingen keten; wie bepaalt het aanbod?

Technologische innovaties:

- Focus op tech innovaties ipv sociale innovaties (bv focus op productverbetering)

MKB en startups meer betrekken -> mogelijk via ROMS.

Sandpit

Overlap met Groeifonds Preventie Promotor

Overlap met VGL doelstellingen HAS (link met SIA)

Vervolg Sandpit; inventarisatie financieringsroutes

Oplopende TRL/SRL ----->

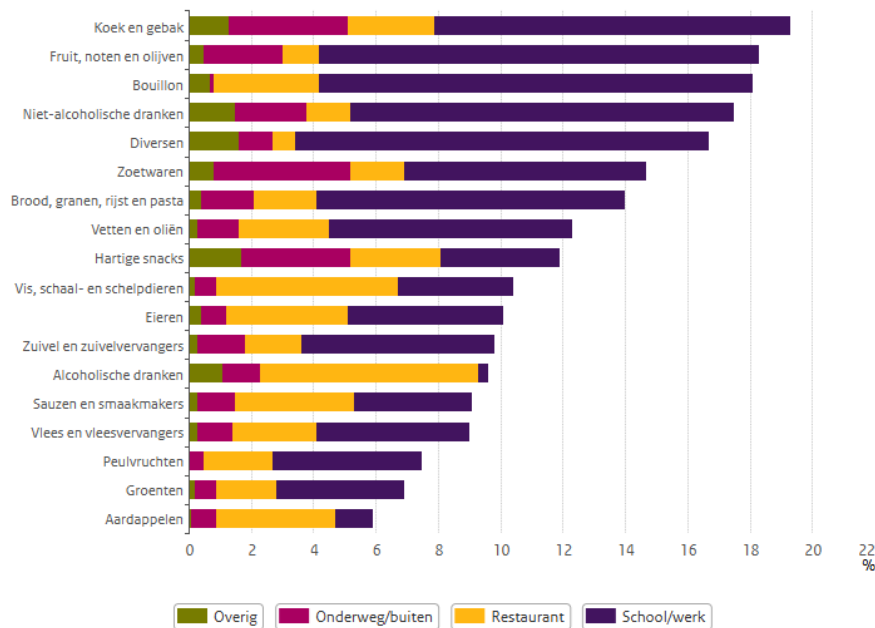
Segment	Topic	subtopic	Fit KIA LWV 4D*; deelprogramma 1-4 en/of cross-over KIA G&Z (Roadmap) OF andere KIA LWV programma's	Fundamenteel onderzoek (o.a. NWO, ZonMW, KNAW, Groeifonds, EU, Kennis-basis, strategische middelen/Seed Money, SGF of individuele GF)	Ontwikkelfase onderzoek; toegepast onderzoek / beleidsondersteunend onderzoek (o.a. PPS, SIA, City Deal, BO)	Demonstratie/haalbaarheidsonderzoek; toegepast onderzoek / beleidsondersteunend onderzoek (o.a. MIT, EFRO, ROMS, VFF, DHI, investeringsmaatschappijen, field labs, City Deal, Regio Deal, BO)	Implementatiefase / beleid; incl start-ups, netwerken, campagnes, kennisverspreiding (o.a. subsidies overheid; gemeente/provincie/ministerie, o.a. SMP), ROMS, investeringsmaatschappijen, KoM, bedrijfsleven)
Consument	Voedselaanbod	Gezond ≠ lekker, betaalbaar	1		x (PPS, SIA)	x (MIT, VFF)	x (beleid, bedrijfsleven)
		Makkelijke voeding gezond maken	1		x (PPS, SIA)	x (MIT, VFF)	x (beleid, bedrijfsleven)
		80% van aanbod is ongezond en moet knokken tegen marketing (voedselomgeving!)	1, 3		x (PPS, SIA)	x (BO)	x (beleid)
	Informatievoorziening/educatie	Info niet eenduidig & versnipperd	2			x (BO)	x (beleid, KoM, bedrijfsleven)
		Knokken tegen marketing; food & farma	3				x (beleid)
		Vertrouwen consument is weg	2			x (BO)	x (beleid, bedrijfsleven)
		Consument weet niet wat gezond is	2			x (BO)	x (beleid, educatie)

Eet Nederland gezond?

Consumptie Plaats Eetmoment

Consumptie buitenshuis

VCP 2019-2021, 1-79 jaar



Toon tabel



Download brongegevens

85% van al het eten en drinken wordt in Nederland thuis gebruikt. Onder 'thuis' valt ook een drankje of eten bij vrienden of familie, of het oppasadres van kinderen.

Deze grafiek toont waar voedingsmiddelengroepen buitenshuis worden geconsumeerd. Groepen waarvan meer dan 15% niet thuis gebruikt wordt zijn: Koek en gebak, Fruit, noten en olijven, Bouillon en Niet-alcoholische dranken. Vis, schaal- en schelpdieren en Alcoholische dranken worden relatief vaker in een restaurant geconsumeerd. Crèches vallen onder School/werk en kantines onder Restaurant. Bij Overig valt te denken aan het sportveld, in de winkel, bij de kapper en dergelijke.

Tijdens VCP 2019-2021 hebben de landelijke coronamaatregelen invloed gehad op de locatie van eten en drinken.