

Sector food

Economisch:

Volgens het CBS besteed een huishouden ongeveer 8 procent van het inkomen aan voedsel. Volgens het Nibud ben je als gezin van 4 personen per maand zo'n 438 tot 450 euro kwijt aan boodschappen. Dat komt neer op een ruime 100,- per week. Voor een alleenstaande in de bijstand begroot het Nibud per maand 193,- aan voeding. Dat is zo'n 48,20 per week. (Wallbrink Crossmedia, 2021)

Heel helder zijn de harde doelstellingen van de overheid voor CO2 uitstootreductie. Nederland wil in 2050 een volledig circulaire economie zijn; een economie zonder afval. Het kabinet geeft dit jaar 22,5 miljoen euro extra uit voor het steunen van duurzame en circulaire initiatieven. Met het ontwerp-Klimaatakkoord ligt er volgens het kabinet 'een omvangrijk samenhangend pakket waarmee Nederland in 2030 de uitstoot van CO2 met ten minste 49 procent kan terugdringen'. (Wallbrink Crossmedia, 2021)

De levensmiddelenindustrie is de grootste tak van de Nederlandse industrie: 133.000 medewerkers in circa 1.000 bedrijven zijn goed voor 22% van de totale industriële outputwaarde. De belangrijkste spelers in deze sector zijn de slachthuis- en vleesverwerkende industrie, de zoetwarenindustrie, de zuivelindustrie en de diervoederindustrie. (S. Mathijssen, 2021)

Het aantal medewerkers in de levensmiddelenindustrie is licht gestegen (UWV5). Door de toename van de werkgelegenheid en de afname van de werkloosheid kampen voedselproducenten vaak met een tekort aan personeel. (S. Mathijssen, 2021)

Sociaal cultureel:

Eten is in verschillende culturen heel anders. Bepaalde religies hebben eisen als het gaat om voeding. Zo heb je bijvoorbeeld de moslims die geen varkensvlees eten. Ook wordt er een periode gevast. Men ziet dit als een vorm van zuivering van de ziel en gehoorzaamheid aan god. Ook is er een verschil tussen arm en rijk. De rijke klasse onderscheidt zich vaak van de rest door voedingsmiddelen als kaviaar en dure champagne te consumeren. Zo is voeding niet alleen een product maar zorgt het ook voor 'status' en ook voor verbinding tussen mensen uit bepaalde klassen of van een religie. (kwbeensgezind)

Consumenten willen niet alleen van buiten mooi zijn, maar ook vanbinnen. Trendsetters in voeding besteden steeds meer aandacht aan de verhouding tussen calorieën en voedingsstoffen. Welk effect heeft het product op het lichaam, draagt het bij aan een evenwichtiger gedrag, een rustiger geest en heeft het product een duidelijk etiket? De verwachting is dat de komende jaren steeds meer mensen zullen kiezen voor vegetarische en niet-alcoholische dranken. (S. Mathijssen, 2021)

Consumenten kopen niet alleen eten en drinken bij gespecialiseerde voedingswinkels en supermarkten, maar ook rechtstreeks bij groothandels en boeren. Ze hebben meer behoefte aan ervaring. Hierdoor vervaagden de grenzen tussen productie, groothandel en

detailhandel en ontstond een businessmodel op de grens tussen productie en verkoop. (S. Mathijssen, 2021)

Politiek-juridisch:

De politiek neemt veel beslissingen over ons eten. Van suikerheffingen tot regels voor kindermarketing, politiek kan een aanzienlijke impact hebben door middel van verschillende maatregelen. (M. de Koning, 2021)

Kieskompas werkte samen met de Vrije Universiteit Amsterdam om onder begeleiding van de overheid de Nederlandse houding ten opzichte van voedingsveranderingen te onderzoeken. Hoewel 85% van de Nederlanders vindt dat het eten van dierlijke producten een persoonlijke keuze moet zijn, vindt 47% van de Nederlanders dat de overheid hierin richting moet kunnen geven. Van 23% mag de overheid het zelfs verbieden. 10% tot 30% van de Nederlanders vindt dat de overheid hier zich niet moet bemoeien. (M. de Koning, 2021)

Het volgende kabinet kan 10 concrete maatregelen nemen om het 50/50-doel in 2025 te halen en daarbij de steun krijgen van de meerderheid van de Nederlanders.

- 1 Focus op het verminderen van de consumptie van dieren en vergroten van groenten
 - 2 De omvang van de veestapel verminderen
 - 3 Afschaffing van intensieve veehouderij (bio-industrie)
 - 4 Hogere vleesprijzen introduceren
 - 5 Verbod op stuntprijzen van dierlijke producten (kiloknallers)
 - 6 Beëindiging van overheidssubsidies aan de veehouderij
 - 7 Stimulering van voedselinnovatie, zoals kweekvlees en vleesvervangers
 - 8 Zorgen voor meer plantaardige producten in de horeca / supermarkt
 - 9 zorgen voor minder dierlijke producten In de horeca / supermarkt
 - 10 Beperking van de promotie van dierlijke producten
- (M. de Koning, 2021)

Naast de onrust op de grondstoffenmarkt en Brexit wordt ook de voedingsindustrie geconfronteerd met het wegvallen van de Nederlandse tabaksindustrie en nieuwe (internationale) wet- en regelgeving rondom het gebruik van suiker en alcohol. (S. Mathijssen, 2021)

Technologisch:

Negen miljard monden voeden in 2050, dat is de uitdaging waar de voedselindustrie voor staat. Klimaatverandering, erosie en verstedelijking zetten de voedselproductie onder druk. "Gelukkig zijn we er in Nederland heel goed in om heel veel voeding uit een klein oppervlak te halen", zegt Marcel van Haren, directeur GMV en clustermanager Agri & Food bij FME, de ondernemersorganisatie voor de technologische industrie. (Mijn Zakengids, 2017)

Nederland heeft goede voedingsmachinebouwers en 85 procent van deze technologie exporteren we: productielijnen, verpakkingsmachines en logistieke concepten. Nederland staat in de top 3-spelers van technologie voor voedselproductie met bijvoorbeeld broodproductielijnen en aardappelverwerking, waarmee we wellicht het grootste fritesland ter wereld zijn. (Mijn Zakengids, 2017)

De agri- en foodsector werkt ook samen met de high tech sector in bijvoorbeeld de roadmap 'High Tech to Feed the World'. Daar wordt kennis uitgewisseld op het gebied van onder meer materialen, data-acquisitie, data-analyse en datagebruik, automatisering en systeemarchitectuur. (Mijn Zakengids, 2017)

Kees de Gooijer van het TKI Agri & Food, is ook betrokken bij die roadmap. Hij ziet veel technologische innovatie in de houdbaarheid van voeding. (Mijn Zakengids, 2017)

Op het gebied van vlees, eieren en zuivel is ook veel gaande. Smart Dairy Farming en big data zijn in opkomst. Fokkerijorganisatie CRV signaleert kansen om met sensoren dieren te monitoren en te managen met oog voor diergezondheid en dierenwelzijn. Het DNA wordt uitgelezen zodat je in fokprogramma's de best presterende dieren kunt kiezen met de gewenste gezondheid. Gezonde en lang levende koeien leveren meer melk. (Mijn Zakengids, 2017)

De gezondheidstrend brengt in combinatie met de groei van social media en consumententechnologie een aantal belangrijke ontwikkelingen met zich mee, meldt de Themavisie. Op social media lopen feiten en meningen over gezonde voeding door elkaar en bepaalt de consument meer en meer zijn eigen waarheid. Tegelijkertijd is de impact van voeding op gezondheid door allerlei eetmeters sterk meetbaar. (De Ondernemerspers Nederland BV, 2021)

Demografisch:

De vraag naar gezonde voeding groeit door de demografische ontwikkeling in Nederland en West-Europa, stelt het Themavisie Food van het ING Economisch Bureau vast, doordat ouderen en hoger opgeleiden gezonder eten en hun aandeel in de bevolking stijgt. Bijna 40 procent van de Nederlanders heeft dit voornemen, waar relatief veel jongeren, alleenstaanden, gezinnen en stadsbewoners toe behoren. (De Ondernemerspers Nederland BV, 2021)

vergrijzing:

In 2030 is het aantal zestigplussers in Nederland bijna een kwart hoger dan in 2019. Deze groep vormt dan dertig procent van de totale bevolking (CBS6).

Men wordt zich steeds meer bewust van het feit dat voeding een middel is om langer gezond en vitaal te blijven, te kunnen participeren in de samenleving en de stijging van de zorgkosten(deels) te reguleren. Deze generatie is meer bewust van de aanwezigheid van suikers en vetten in het eten (Foodservice instituut). (S. Mathijssen, 2021)

Het aantal éénpersoonshuishoudens neemt flink toe tot aan 2050, voorspelt het CBS. Éénpersoonshuishoudens consumeren anders. Zij kiezen graag voor gemak. Uitgebreid koken voor jezelf is immers niet altijd even plezierig. 'Gemaksoplossingen' worden steeds vaker een volwaardig alternatief voor zelf koken. Of dat nou thuis of buitenshuis is (Foodservice instituut). (S. Mathijssen, 2021)

Ecologisch:

In het marktonderzoek Dossier Duurzaam 2018 concluderen GfK en b-open dat 'De bereidheid van consumenten extra te willen betalen voor duurzame producten stijgt.' Bijna de helft van de respondenten (46%) gaf aan dat ze duurzame of maatschappelijk verantwoordelijke aspecten belangrijk vinden bij de aanschaf van producten en diensten. (Wallbrink Crossmedia, 2021)

Voor energie, witgoed en verschillende foodcategorieën bedraagt het zelfs meer dan 60%. "Mensen willen consumeren zonder schuldgevoel. Ook de toegenomen kwaliteit van duurzame producten speelt een rol", aldus Annemarie Perquin van GfK. Tegelijkertijd is echter het wantrouwen ten aanzien van duurzaamheidsclaims gestegen: van 39% in 2017 naar 43% in 2018. "De consument is kritischer geworden. Loze beloftes worden niet meer geaccepteerd." (Wallbrink Crossmedia, 2021)

Dat het duurzaamheidsbesef onder burgers lijkt toe te nemen, blijkt ook uit cijfers van de Monitor Keurmerken Retail uitgevoerd door onderzoeksbureau IRI: de verkoop in supermarkten van voeding met een onafhankelijk gecontroleerd keurmerk voor duurzaamheid, is vorig jaar opnieuw gestegen. Met een groei van 20% voegen de keurmerken volgens IRI ruim 300 miljoen euro extra toe aan de supermarktomzet in het eerste half jaar van 2018. Vergeleken met de reguliere supermarktgroei van 2,6% in dezelfde periode, winnen producten met een keurmerk duidelijk aandeel. (Wallbrink Crossmedia, 2021)

Toch zien veel producenten en retailers duurzaamheid inmiddels als een strategie om meerwaarde te creëren voor hun merk of formule. Ze hebben behoefte aan kennis en praktische inzichten op het gebied van voedselkeuzegedrag van consumenten. Om te kunnen bijdragen aan een gezonder en duurzamer aankoop- en eetpatroon, hebben Wageningen Economic Research, het Louis Bolk Instituut en Greendish samen een publiek-private samenwerking (PPS) opgezet: Food Value Impact (FVI). Doel is om de milieu-impact en/of voedselverspilling te verlagen en tegelijkertijd de gezondheid en tevredenheid van gasten positief te beïnvloeden. Een van de conclusies uit een eerste studie is dat 'consumenten gemakkelijk voor duurzamer eten met minder vlees kiezen als die keuzes slim en aantrekkelijk gepresenteerd worden'. Om voedselverspilling aan te pakken, zijn er inmiddels talloze initiatieven: denk aan apps als 'togoodtogo' en NoFoodWasted en de WhatsApp Kitchen Assistant van het Voedingscentrum. Ook is recent de stichting 'Samen Tegen Voedselverspilling' opgericht (Wallbrink Crossmedia, 2021)

Bronnenlijst:

- Bron 1:** Wallbrink Crossmedia. (z.d.). *Trends en ontwikkelingen: De circulaire economie*. b2b Communications BV. Geraadpleegd op 15 juni 2021, van <https://vakbladvoedingsindustrie.nl/nl/artikel/trends-en-ontwikkelingen-de-circulaire-economie>
- Bron 2:** Mathijssen, S. (z.d.). *Marktsegment Voeding | SBB*. trendrapport.s-bb.nl. Geraadpleegd op 15 juni 2021, van <https://trendrapport.s-bb.nl/vgg/voeding/>
- Bron 3:** kwbeensgezind. *Sociale en culturele rol van voeding*.
https://www.kwbeensgezind.be/documenten/eten/Samen_Eten_gedragscodes_in_andere_landen.pdf
- Bron 4:** de Koning, M. (21-02-24). Kiezers willen vlees eten best indammen, maar hun favoriete politieke partij heeft daar vaak geen trek in. *AD*. <https://www.ad.nl/koken-en-eten/kiezers-willen-vlees-eten-best-indammen-maar-hun-favoriete-politieke-partij-heeft-daar-vaak-geen-trek-in~a6702b3b9/>
- Bron 5:** Redactie. (2017, 28 maart). *Technologie maakt de voedselketen duurzamer*. Mijn Zakengids.
<https://www.mijnzakengids.nl/technologie-maakt-voedselketen-duurzamer/>
- Bron 6:** De Ondernemerspers Nederland BV. (2021, 15 juni). *40 procent bereid meer te betalen voor gezond*. Levensmiddelenkrant.nl. <https://www.levensmiddelenkrant.nl/levensmiddelenkrant/nieuws/40-procent-bereid-meer-te-betalen-voor-gezond>