

Een literatuur verkenning

Allochtonen en voeding



bioKennis →



WAGENINGEN UR

For quality of life

Allochtonen en voeding

Een literatuurverkenning

Isabelle van den Berg

Rapport 2010-023

Februari 2010

Projectcode 4079500

LEI Wageningen UR, Den Haag

LEI Wageningen UR kent de onderzoeksvelden:

-  Sector & Ondernemerschap
-  Regionale Economie & Ruimtegebruik
-  Markt & Ketens
-  Internationaal Beleid
-  Natuurlijke Hulpbronnen
-  Consument & Gedrag

Dit rapport maakt deel uit van het onderzoeksveld Consument & Gedrag.

Project BO-04-006-031, 'Marktverkenning allochtonen'

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van het LNV-programma Beleids-ondersteunend Onderzoek; Thema: Markt en ketens, cluster: Biologische landbouw.

In Nederland vindt het meeste onderzoek voor biologische landbouw en voeding plaats in de, voornamelijk door het ministerie van LNV gefinancierde, cluster Biologische Landbouw. Aansturing hiervan gebeurt door Bioconnect, het kennisnetwerk voor de Biologische Landbouw en Voeding in Nederland (www.bioconnect.nl). Hoofduitvoerders van het onderzoek zijn de instituten van Wageningen UR en het Louis Bolk Instituut. Dit rapport is binnen deze context tot stand gekomen. De resultaten van de verschillende kennisprojecten vindt u op de website www.biokennis.nl. Voor vragen en/of opmerkingen over dit onderzoek aan biologische landbouw en voeding kunt u mailen naar: info@biokennis.nl. Heeft u suggesties voor onderzoek dan kunt u ook terecht bij de loketten van Bioconnect op www.bioconnect.nl of een mail naar info@bioconnect.nl.

Foto: Fotolia

Allochtonen en voeding; Een literatuurverkenning

Berg, I. van den

Rapport 2010-023

ISBN/EAN: 978-90-8615-396-1

Prijs € 13,25 (inclusief 6% btw)

39 p., tab., bijl.

Rapportage van een kwalitatieve literatuurverkenning over de mogelijkheden van afzet van biologische voedingsproducten onder Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland. Hierbij is gekeken naar literatuur over de huidige voedselconsumptie en percepties hierover.

The aim of this desk research was to explore the potential market for organic food products among Turks, Moroccans and Surinamese in The Netherlands. Therefore literature was studied on current food behaviours and perceptions of food.

Bestellingen

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, onderdeel van stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2010
Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9000 gecertificeerd.

Inhoud

	Woord vooraf	5
	Samenvatting	6
	Summary	8
1	Inleiding	10
	1.1 Aanleiding	10
	1.2 Doel	10
	1.3 Leeswijzer	12
2	Allochtonen in Nederland; een literatuurverkenning	13
	2.1 Inleiding	13
	2.2 Over wie hebben wij het?	13
	2.3 Levensstijlstudies	15
	2.4 Cultuur en gastvrijheid	16
	2.5 Eetgedrag; gerechten en voedingsmiddelen	18
	2.6 Koopgedrag en aankoopkanalen	23
	2.7 Out-of-homeconsumptie	27
	2.8 Herkomst producten	28
3	Conclusies en aanbevelingen	29
	3.1 Inleiding	29
	3.2 Conclusies	29
	3.3 Aanbevelingen	32
	Literatuurlijst en websites	34
	Bijlagen	
	1 Krantenknipsels	37
	2 NIBUD-tabellen	39

Woord vooraf

In dit onderzoek is, op basis van een literatuurverkenning, gekeken naar de perceptie van biologische producten en potentiële afzet van deze producten onder niet-westerse allochtonen in Nederland. Hierbij is, indien mogelijk, een onderscheid tussen eerste en tweede generatie Turken, Marokkanen en Surinamers gemaakt.

Getracht is om op basis van deze literatuurverkenning tot uitspraken te komen over deze doelgroep met betrekking tot biologische producten en mogelijkheden tot primaire dataverzameling over dit onderwerp.

Voeding blijkt een belangrijke rol te spelen in het dagelijkse leven van Turken Marokkanen en Surinamers. Voedsel staat voor gastvrijheid en bij Turken en Marokkanen is deze ook verbonden met hun geloof. Ook de kwaliteit van voedsel speelt een belangrijke rol, waarbij de biologische sector een rol zou kunnen spelen. Er zijn echter geen studies gevonden die reeds percepties en aanschaf van biologische producten onder deze doelgroep onderzocht heeft. Dit biedt kansen voor de toekomst.

Dit onderzoek is gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit en uitgevoerd in opdracht van Bioconnect, vertegenwoordigd door kennismanager Arjan Monteny.

Wij danken hem voor zijn inzet in het project en voor de prettige samenwerking.



Prof.dr.ir. R.B.M. Huirne

Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

In 2009 wonen er bij elkaar opgeteld ruim een miljoen Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland. Deze groep bestaat uit meer eerste dan tweede generatie allochtonen maar de laatste groep groeit sterk. De verwachting is zelfs dat in 2050 2,7 mln. inwoners in Nederland van niet-westerse origine zullen zijn.

Mede door de omvang van deze groep had de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw de wens binnen deze bevolkingsgroepen de percepties ten aanzien van biologische producten te onderzoeken, middels een literatuurstudie. Deze groep mensen heeft vaak afwijkende levensstijlpatronen vergeleken met de autochtonen. Om inzicht te krijgen in hoeverre biologische landbouwproducten kunnen worden afgezet onder Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland, zijn een aantal achtergrondvragen ontwikkeld:

- Wat zijn de huidige consumptiepatronen ?
- Wat zijn de meest gebruikte aankoopkanalen?
- Wat is de perceptie van biologische (vers)producten?
- Wat is de kennis van biologische (vers)producten?
- Wat zijn de wensen ten aanzien van biologische (vers)producten?
- Hoe ervaren zij hun huidige consumptie?
- In hoeverre wijkt het eetpatroon af van dat van de ouders?
- Welke rol speelt cultuur in hun consumptiegedrag?

Uitkomsten

- In de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse keuken wordt vooral met versproducten gewerkt.
- Men gebruikt het liefst onverpakte, los verkrijgbare producten in plaats van voorgesneden.
- De tweede generatie hoger opgeleide allochtonen zijn hun eetgedrag aan het wijzigen, gemak en westerse ingrediënten staan vaker bij hen op het menu.
- Ook autochtonen zijn hun voeding aan het veranderen en gebruiken steeds vaker, van oorsprong, niet-westerse ingrediënten.
- Naast de supermarkt zijn vooral de allochtone winkel en de markt erg populair.
- Prijs speelt een belangrijke rol, vooral in de gezinnen met een lage sociaal-economische status. Hier wordt enerzijds gezond gegeten door aanschaf van relatief veel groente en fruit. Anderzijds is hun voedingspatroon onge-

zond doordat zij financiële beperkingen proberen te compenseren met suikerrijke of gefrituurde happen.

- Door allochtonen wordt veel meer vlees gegeten dan door autochtonen.
- Voeding speelt bij Turken, Marokkanen en Surinamers een zeer belangrijke rol in hun leven en cultuur. Voeding is een manier om je gastvrijheid te kunnen tonen en iedereen is altijd welkom mee te eten. Voedsel dient altijd in ruime voorraad aanwezig te zijn.

In bestaande literatuur werden geen onderzoeken gevonden die ingaan op percepties of kennis van en wensen over biologische producten van niet-westerse allochtonen in Nederland. Het blijkt nog een onontgonnen gebied. Middels een kwalitatieve studie zou eerst afgetast kunnen worden hoe deze bevolkingsgroepen openstaan voor biologische producten om vervolgens deze gevonden meningen te toetsen middels een kwantitatieve studie.

Verder kan onderzocht worden of de bevindingen uit de literatuurstudie overeenkomen en of deze groep anders benaderd zou moeten worden dan autochtonen voor de aanschaf van biologische producten. Als laatste zou er gekeken kunnen worden naar mogelijkheden tot afzet van biologische producten bij allochtonen of Turkse winkels. Deze hebben bij veel mensen al een natuurlijke en ambachtelijke uitstraling.

Summary

Ethnic minority groups and nutrition; A literature study

A total of over a million ethnic Turks, Moroccans and Surinamese are living in the Netherlands in 2009. This group consists of more first-generation immigrants than second-generation immigrants, though the latter group is growing fast. In fact, the expectation is that 2.7 million residents in the Netherlands will be of non-Western origin by 2050. Partly due to the size of this group, the Market Development Organic Agricultural Task Force expressed the desire to investigate perceptions of organic products within these population groups by means of a literature study. This group often has a different lifestyle from people of Dutch ethnicity. In order to gain insight into the extent to which organic agricultural products can be sold to Turkish, Moroccan and Surinamese people in the Netherlands, a number of background questions have been developed:

- What are the current patterns of consumption?
- What are the most frequently used purchasing channels?
- What is the perception of fresh and non-fresh organic products?
- What is the level of knowledge regarding fresh and non-fresh organic products?
- What are the wishes regarding fresh and non-fresh organic products?
- How do they see their current consumption patterns?
- To what extent do eating patterns differ from those of their parents?
- What role does culture play in their consumption behaviour?

Outcomes

- The Turkish, Moroccan and Surinamese cuisines primarily use fresh ingredients.
- People in these ethnic groups prefer to use unpackaged products, bought individually, instead of pre-sliced products.
- The second-generation immigrants, with a higher level of education, are changing their eating habits; convenience foods and Western ingredients can be seen on their menus more often.
- People of Dutch ethnicity are also changing their diets, and are increasingly using ingredients that are not Western in origin. Besides supermarkets, shops run by and for people of non-Dutch origin as well as the market are very popular shopping options.

- Price plays an important role, particularly in families with a low socio-economic status. On the one hand, this means healthy eating due to the purchase of relatively large quantities of fruit and vegetables. On the other hand, their eating habits are unhealthy due to the fact that they tend to compensate for their financial limitations through the consumption of high-sugar or deep-fried foods.
- Non-Dutch ethnic groups tend to eat a lot more meat than people of Dutch ethnicity.
- Food plays a very important role in the lives and cultures of people of Turkish, Moroccan and Surinamese origin. Food is a way of expressing one's hospitality, and everyone is welcome to join the family meal. Plentiful stocks of food must always be on hand.

No research was found in the existing literature relating to perceptions or knowledge of or wishes relating to organic products on the part of non-Western immigrant groups in the Netherlands. This appears to be as yet unexplored territory. By means of a qualitative study, an initial assessment could be made of how open these population groups are to organic products, and then to test these formulated opinions by means of a quantitative study.

An investigation could also be carried out into whether the findings of the literature study correspond with these opinions, and whether this group requires a different approach from that used for people of Dutch ethnicity regarding the purchase of organic products. Lastly, one could look at the possibilities for sales of organic products through ethnic or Turkish shops. After all, these shops already have a natural and traditional character in the eyes of many.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De afgelopen jaren is consumentenonderzoek verricht naar percepties ten aanzien van biologische voeding waarbij de focus lag op consumenten die reeds biologische producten, in meer of mindere mate, consumeren. In 2008 zijn nieuwe marktsegmenten voor het eerst benaderd voor de mogelijke afzet van producten uit de biologische sector. In 2008 lag de focus op jongeren tussen de 12 en 25 jaar. Binnen deze doelgroep bleek het merendeel een zeer positief beeld te hebben over biologische voeding en 'triple bottom line'-waarden (people, planet, profit) en vooroordelen als 'geitenwollensokkerig' leefden niet binnen deze groep. Bij de Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw (TFMBL) rees de vraag of op soortgelijke wijze ook niet andere, potentiële doelgroepen konden worden geïdentificeerd. De keuze viel hierbij op (tweede generatie) niet-westerse allochtonen. Deze groep consumenten beslaat ruim 10% van de Nederlandse samenleving. Vooralsnog is geen onderzoek gevonden waarin consumptiegedrag gecombineerd met biologische voeding(sproducten) binnen deze bevolkingsgroep is onderzocht. Indien de bevolkingsgroei onder niet-westerse allochtonen de komende jaren doorzet, worden dit des te meer bevolkingsgroepen waar op ingespeeld kan worden met betrekking tot het aanbieden van (biologische) voedselproducten.

1.2 Doel

Doel van dit project is:

Het verwerven van inzicht in de perceptie aangaande biologische producten en potentiële afzet van deze producten onder niet-westerse allochtonen in Nederland.

Om uitspraken te kunnen doen over de potentie voor afzet van biologische producten onder deze doelgroep, zal eerst gekeken worden naar het huidige kennis- en perceptieniveau aangaande biologische producten en de mogelijke rol die cultuur en identiteit (geboorteland versus vestigingsland) bij deze groep consumenten speelt met betrekking tot consumptiegedrag. Daarbij zal ook gekeken worden naar de voornaamste aankoopkanalen.

Aan de hand van deze kennis kan een analyse worden gemaakt om de verwachtingen te bepalen of en in hoeverre biologische producten een meerwaarde en aankoopintentie bieden onder deze bevolkingsgroep.

De uitkomsten van deze literatuurstudie kunnen aanknopingspunten zijn voor de bedrijfsstrategie en bedrijfsvoering van geïnteresseerde bedrijven of voor primaire dataverzameling onder consumenten.

De focus zal komen te liggen op de (tweede generatie) allochtonen onder de drie grootste niet-westerse allochtonengroepen in Nederland: Turken, Marokkanen en Surinamers.

De volgende deelvragen zullen hierbij beantwoord worden:

- Wat zijn de huidige consumptiepatronen?
- Wat zijn de meest gebruikte aankoopkanalen?
- Wat is de perceptie van biologische (vers)producten?
- Wat is de kennis van biologische (vers)producten?
- Wat zijn de wensen ten aanzien van biologische (vers)producten?
- Hoe ervaren zij hun huidige consumptie?
- In hoeverre wijkt het eetpatroon af van dat van de ouders?
- Welke rol speelt cultuur in hun consumptiegedrag?

Met behulp van deze deelvragen wordt getracht inzicht te krijgen in:

- de huidige literatuur over voedselconsumptie van allochtonen in Nederland;
- de perceptie van biologische producten door allochtone consumenten in Nederland;
- de potentie om biologische producten af te zetten binnen deze doelgroep.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zal de literatuurstudie besproken worden. Hierin wordt als eerste gekeken naar de demografische gegevens van (tweede generatie) Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland. Daarna zal gekeken worden naar hun levensstijlen, eetgedrag en aankoopgedrag. Daarbij zal gezocht worden naar raakvlakken met biologische voeding. In hoofdstuk 3 volgen de conclusies en aanbevelingen. In de bijlagen is een aantal krantenartikelen toegespitst op dit onderwerp opgenomen.

Aanpak

Literatuur zal worden gezocht via Web of Science, Scopus, CBS en door middel van interne rapporten.

2 Een literatuurverkenning

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal eerst worden ingegaan op de doelgroep van deze studie. Met behulp van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) kunnen cijfers worden gegeven over bijvoorbeeld de groei van niet-westerse allochtonen in Nederland. Vervolgens zal literatuur worden besproken dat ingaat op levensstijlen en eetgedrag van Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland. Daarna wordt gekeken naar aankoopgedrag en aankoopkanalen. Als laatste worden raakvlakken gezocht met de biologische voedingsindustrie, indien deze er zijn.

2.2 Demografische kenmerken

Nederland telde op 1 januari 2009 16.486.587 geregistreerde inwoners, van wie bijna 11% niet-westerse afkomst was (CBS.nl).

Onder eerste generatie allochtonen worden personen verstaan die in het buitenland zijn geboren met ten minste één in het buitenland geboren ouder. Tweede generatie allochtonen zijn personen die in Nederland geboren zijn van wie ten minste één ouder in het buitenland is geboren (CBS, 2009).

Het CBS verstaat onder niet-westerse allochtonen personen die van herkomst uit één van de landen in Afrika, Latijns-Amerika en Azië (exclusief Indonesië en Japan) of Turkije komen. In Nederland vormen Turken, Marokkanen en Surinamers samen de grootste groep niet-westerse allochtonen. In tabel 2.1 staat per bevolkingsgroep hun omvang beschreven, evenals de verhouding tussen man en vrouw en eerste en tweede generatie.

Tabel 2.1		Totaal en eerste en tweede generatie Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland in 2008 en 2009		
		Totaal	1e generatie	2e generatie
Turken	<i>2008</i>	<i>372.714</i>	194.556	178.158
	% man	51,6	51,6	51,7
	% vrouw	48,4	48,4	48,3
	<i>2009</i>	<i>378.330</i>	195.375	182.995
	% man	51,7	51,7	51,7
	% vrouw	48,3	48,3	48,3
Marokkanen	<i>2008</i>	<i>335.127</i>	167.063	168.064
	% man	51,8	53,0	50,7
	% vrouw	47,2	47,0	49,3
	<i>2009</i>	<i>341.528</i>	166.774	174.754
	% man	51,7	52,8	50,7
	% vrouw	47,3	47,2	49,3
Surinamers	<i>2008</i>	<i>335.799</i>	185.284	150.515
	% man	47,6	45,2	50,6
	% vrouw	52,4	54,8	49,4
	<i>2009</i>	<i>338.678</i>	184.961	153.717
	% man	47,6	45,1	50,6
	% vrouw	52,4	54,9	49,4

Bron: CBS (2009).

Zoals in tabel 2.1 is af te lezen, bestaat deze groep uit ruim één miljoen mensen en hun aantal groeit nog altijd. Wanneer de huidige aantallen worden vergeleken met die uit 2000, blijkt de groep Surinamers gegroeid te zijn met 12%, Turken met ruim 22% en Marokkanen zelfs met 30%.

Niet-westerse allochtonen zijn vooral geconcentreerd in de vier grootste steden in Nederland. Zo vormen de niet-westerse allochtonen in 2008 45% van de bevolking in Amsterdam, 46% in Rotterdam, 33% in Den Haag en 21% in Utrecht. De afkomst van de allochtonen verschilt per stad. Zo wonen er in Utrecht relatief veel Marokkanen, terwijl in Almere vooral Surinamers wonen (CBS, 2008). Van de 'klassieke' herkomstgroepen behoort inmiddels 40 tot 50% tot de tweede generatie. Onder de overige niet-westerse allochtonen is het aandeel daarvan veel geringer. De klassieke herkomstgroepen arriveerden al in de jaren zestig als arbeidsmigranten in Nederland (CBS, 2008 in Van der Schans et al., 2009).

Niet-westerse allochtonen zijn gemiddeld jonger dan autochtonen. Niet-westerse allochtonen van de eerste generatie zijn gemiddeld bijna 40 jaar oud. De tweede generatie is met gemiddeld 14,6 jaar nog erg jong. Niet-westerse allochtonen zijn bovendien veel minder sterk vergrijsd dan autochtonen en westerse allochtonen. Van de autochtonen en westerse allochtonen is een op de zes 65 jaar of ouder. Bij niet-westerse allochtonen is dit ongeveer een op de dertig (CBS, 2008 in Van der Schans et al., 2009).

Dat hangt voor een deel samen met hun migratiegeschiedenis, het aantal kinderen per huishouden en het krijgen van kinderen op jongere leeftijd dan de gemiddelde autochtoon.

Uit de prognose van CBS (2008) blijkt dat drie op de tien inwoners van Nederland allochtoon zullen zijn in 2050. Verder zal de Nederlandse bevolking alleen nog groeien door allochtonen. Volgens de allochtonenprognose zal het aantal autochtonen afnemen van 13,2 mln. in 2008 tot 12,0 mln. in 2050 (Loozen en Van Duin, 2007 in CBS (2008)). In dat jaar zullen er 2,7 mln. niet-westerse en 2,1 mln. westerse allochtonen in Nederland wonen.

2.3 Levensstijdstudies

Via Scopus en Web of Science is gezocht naar artikelen die refereren naar Turken, Marokkanen en Surinamers in Nederland gekoppeld aan eetgedrag of eetcultuur.

Het aantal studies bleek beperkt. Veel studies zijn verricht naar risicogedrag van allochtonen als roken, alcoholconsumptie en het niet hebben van dagelijkse beweging. Daarbij werd onder meer gekeken naar overgewicht en het voorkomen van ziektes als diabetes, en bepaalde typen kanker (bijvoorbeeld Dijkshoorn et al., 2008; Hosper et al., 2007).

Verder werden er studies gevonden die zich enkel richten op het beeld van Nederlandse allochtonen van het huidige versus gewenste gewicht (Nicolau et al., 2008). Zo bleek uit deze studie dat mannelijke Turken en Marokkanen in Nederland zich vaak niet bewust zijn van hun overgewicht en de daarbij behorende gezondheidsrisico's. Veel Turkse en Marokkaanse vrouwen zijn zich wel bewust van hun overgewicht en zouden slanker willen zijn.

Uit de gevonden studies blijkt verder dat, gemiddeld genomen, allochtone vrouwen en kinderen vaker obees zijn in vergelijking met autochtonen. Voor Turken en Marokkanen als bevolkingsgroep geldt dit ook wanneer zij met Nederlanders vergeleken worden (Brussaard et al., 2001). Dit kan deels worden

verklaard doordat allochtonen, en Turken en Marokkanen in het bijzonder, vaker deel uitmaken van de groep lager opgeleiden of lagere inkomens in Nederland. Uit andere studies blijkt dat mensen met een laag sociaal-economische status, vaker met overgewicht kampen (Hulshof et al., 2003; RIVM, 2006). Uit de studie van Cornelisse-Vermaat et al. (2007) bleek dat overgewicht niet zozeer inkomensgerelateerd is als wel opleidingsgerelateerd. Hoe hoger de opleiding des te lager de bodymassindex, wat overeenkomt met de studie van het RIVM uit 2006. Men verwacht dat dit komt doordat men met een hogere opleiding meer kennis heeft over wat een gezonde levensstijl en voedingspatroon is. Dit gold voor alle onderzochte bevolkingsgroepen (Nederlanders, Turken, Marokkanen en Surinamers/Antillianen) binnen deze studie.

Specifiek onderzoek naar voeding maar dan niet gerelateerd aan overgewicht of risicogedrag is slechts beperkt terug te vinden in de wetenschappelijke literatuur.

Verder waren de studies vaak kwalitatief en niet kwantitatief van aard. Er werd vooral gebruik gemaakt van focus groups waarmee veel achtergrondinformatie naar boven kwam. Deze informatie is echter niet kwantitatief getoetst. Daarnaast werd in de gevonden studies niet altijd een onderscheid gemaakt in eerste of tweede generatie allochtonen. Ook werden vaak Antillianen en Arubanen meegenomen in het onderzoek, of samengevoegd met Surinamers als één onderzoeksgroep. Ondanks deze verschillen met het object van dit onderzoek zijn uitkomsten uit deze onderzoeken interessant en bruikbaar.

2.4 Cultuur en gastvrijheid

In een kwalitatieve studie onder Turken en Marokkanen in Amsterdam is naast overgewicht ook gekeken naar cultuur en de rol van voeding hierin. Hieruit bleek dat interventies gericht op gezond gedrag slechts beperkt rekening houden met cultuur (Nicolaou, 2009). Hier werd wel de kanttekening gemaakt dat cultuur geen statisch begrip is aangezien acculturatie (aanpassing) zal optreden tussen gewoonten en eetgedrag uit het land van herkomst en de omgeving waarin men woonachtig is.

Uit dezelfde studie kwam naar voren dat gastvrijheid een zeer grote rol speelt binnen de cultuur en het eetgedrag. Gastvrijheid is een manier om de rijkdom en de succesvolle kookkunsten van de gastvrouw of -heer ten toon te kunnen spreiden. Gasten zijn op ieder tijdstip welkom en dienen altijd een maaltijd of een variëteit aan hapjes aangeboden te krijgen. Hiermee wordt de waar-

dering van het bezoek getoond. Een gast mag dit dan ook niet weigeren, dit wordt als zeer onbeleefd gezien.

Het volgen van een dieet is voor de gast geen reden om van de gastvrouw/-heer voedsel te weigeren. Enkel wanneer men een dieet volgt op advies van een dokter of wegens bijvoorbeeld een hartkwaal of diabetes, wordt dit geaccepteerd. Ook kwam naar voren dat deze mensen hun gastvrijheid niet wilden aanpassen aan de Nederlandse gewoonten zoals slechts één koekje bij de koffie, men is juist trots op hun gastvrijheid.

De islam, het geloof dat de meeste Turken en Marokkanen aanhangen, schrijft niet alleen gastvrijheid voor maar gebiedt ook goed voor je lichaam te zorgen middels gematigdheid ten aanzien van voeding. Dit wordt vaak als lastig ervaren aangezien gastvrijheid getoond wordt door middel van eten en dit zo'n grote rol speelt in het dagelijks leven.

Door de getoonde gastvrijheid en de mogelijkheid dat er altijd iemand on-aangekondigd langskomt en eten dient te krijgen, wordt er standaard meer gekookt, wat resulteert in het overblijven van voedsel na de maaltijd. Vanuit het geloof dient voedsel niet te worden verkwist en wordt het voedsel aan de armen of burens gegeven. In Nederland is dit echter geen gewoonte waardoor men vaak niet weet wat met al het eten te doen. De jongere generatie vriest het in of gebruikt het voor een volgende dag, anderen gooien het toch weg en weer anderen eten het alsnog op om verspilling te voorkomen. Sommige vrouwen gaven aan 's avonds tweemaal te eten, eerst met de kinderen om zes uur en twee uur later met de man die later thuis is. Dit was eerder als een compromis tussen het eetgedrag van de Nederlandse samenleving en het gedrag uit het land van herkomst, waar later wordt gegeten. De vrouwen die 's avonds veel aten gaven aan, nooit ontbijt te nemen ter compensatie.

Sommige Turkse en Marokkaanse vrouwen eten de hele dag door (Van Wijk-Jansen et al., 2008). Hierbij werden naast gastvrijheid, andere redenen genoemd voor dit eetgedrag: verveling door hele dagen thuis zijn of het hebben van stress, frustratie en emotionele problemen.

Verder bleek uit deze studie dat ook onder Surinamers gastvrijheid een belangrijke rol speelt. Zij gaven in focusgroepen aan altijd voldoende eten in huis te hebben en dat eenieder altijd welkom is om mee te eten, ook als ze rond etenstijd aanbellen. Dit in tegenstelling tot veel Nederlandse huishoudens aldus deze groep Surinamers (Van Wijk-Jansen et al., 2008).

2.5 Eetgedrag

In deze paragraaf wordt een onderscheid gemaakt tussen Turken, Marokkanen en Surinamers. Turken en Marokkanen worden als één groep behandeld omdat dit in veel studies naar hun eetgedrag ook is gebeurd. Surinamers kunnen onder meer worden onderverdeeld in Creoolse en Hindoestaanse Surinamers. Indien een dergelijke onderverdeling gebruikt wordt in de gevonden literatuur, dan wordt dit kenbaar gemaakt. Verder wordt in de gevonden studies altijd naar de vrouw verwezen als de persoon die de maaltijden bereidt. Er is niet nader onderzocht in hoeverre 'klassieke' patronen, waarbij de vrouw verantwoordelijk is voor de maaltijd, nog een rol spelen binnen deze bevolkingsgroepen.

Tussen de drie bevolkingsgroepen zijn naast verschillen ook overeenkomsten gevonden. Zo speelt gemak bij de tweede generatie van alledrie de bevolkingsgroepen een belangrijke rol. Eten dient snel op tafel te staan en naast traditie en familiebanden is ook het gemak een reden waardoor ze vaak nog thuis bij de ouders mee-eten, waar moeder wel uitgebreid kookt (Vlakveld, 2003).

Ook zijn er tweede generatievrouwen die niet traditioneel kunnen koken omdat hun moeder altijd voor hen gekookt heeft en zij tot late leeftijd nog thuis woonden (vanwege onder meer de studie) en hierdoor nooit (traditioneel) hebben leren koken.

In de kwalitatieve studies van Vlakveld (2003) en Schrijnen (2004) wordt meerdere keren aangegeven dat kinderen een belangrijke rol spelen in de keuze van de gerechten. Kinderen willen vaker Nederlandse gerechten in plaats van traditionele maaltijden.

Veel ouders gaven aan vaak niet typische gerechten te koken uit het land van herkomst. De gerechten die ze zelf bereiden zijn 'Nederlands' maar hebben vaak wel een Surinaams, Turks of Marokkaans tintje. Daarnaast wordt ook vaak voor westerse gemaksmaltijden gekozen als patat frites, gebakken aardappelen, kant-en-klaar-maaltijden of afhaalpizza of afhaalchinees.

De informatie uit deze paragraaf is tevens terug te vinden in het rapport van Van der Schans et al. (2009).

2.5.1 Turken en Marokkanen

Maaltijdbereiding

Ook in de studie van Van Wijk-Jansen et al. uit 2008 wordt benadrukt dat er slechts beperkt literatuur voorhanden is over voedingspatronen van allochtone groepen in Nederland. In studies over Turken en Marokkanen wordt vooral aan-

gegeven hoezeer de beleving van eten een rol speelt doordat voedsel één van de belangrijkste elementen van hun cultuur uitmaakt. Er zijn veel tradities, gebruiken, normen en waarden rondom voeding die naar verwachting slechts moeilijk te beïnvloeden zullen zijn.

Uit de studie van Nicolaou (2009) blijkt dat vooral de eerste generatie Turken en Marokkanen traditionele gerechten bereiden. De jongere generatie wil meer variatie en niet dagelijks traditioneel gekookte maaltijden. Eerste generatie vrouwen koken ook vaak twee maaltijden, iets westers als pasta voor de kinderen en een traditioneel gerecht voor haar en haar man. Deze vrouwen vinden het moeilijk om vragen naar bepaalde gerechten of producten te weigeren en serveren vaak wat echtgenoot, kinderen of bezoek willen. Ook als het om ongezonde producten of gerechten gaat (Van Wijk-Jansen et al., 2008). Dit wordt bevestigd in de studie van Van 't Riet (2005). Ook zijn er in de Turkse opvoedcultuur geen regels ten aanzien van eten en wil men kinderen niets weigeren uit angst hen tekort te doen. Daarnaast wordt vaak voedsel gegeven ter compensatie voor andere materiële zaken die men zich om budgettaire redenen niet kan veroorloven. Bij de tweede generatie allochtone vrouwen van Marokkaanse en Turkse afkomst uit de groepsdiscussie van Schrijnen (2004) kwam naar voren dat zij vaak, op aandringen van de kinderen, nieuwe recepten uitproberen die meer 'Hollands' zijn, zoals stampot in de winter, en vaak ook nieuwe producten proberen.

De smaak van de jongere generaties is aan het verwesteren maar moeders blijken aan deze maaltijden toch vaak een Turks of Marokkaans tintje te geven. Wanneer jonge Marokkanen en Turken zelf ouder worden, gaven ze aan weer vaker traditionele gerechten te bereiden zoals geleerd van hun eigen ouders.

Traditionele gerechten worden vaak ook op traditionele wijze bereid. Er wordt veel en uitgebreid gegeten en er wordt veel vet (roomboter of bakolie) gebruikt bij het bereiden van de maaltijden.

De Marokkanen en Turken gaven aan dat in de zomer vaker traditioneel wordt gegeten omdat de gerechten vrij licht zijn. In de winter wordt weer vaker voor stampot gekozen. Ook hier speelt gemak een belangrijke rol (Vlakveld, 2003).

Nutriënten

Uit studies van Brussaard et al. (2001) en van Van Leest et al. (2002) blijken veel Turken en Marokkanen een gezonder eetgedrag te vertonen dan autochtonen. Zij eten meer groente en fruit te en eten vaker onverzadigd vet. Een gemiddeld Turks of Marokkaans gezin met twee of drie kinderen, koopt per week

gemiddeld 5 tot 10 kilo groenten en 5 tot 10 kilo fruit. Dit wordt soms nog aangevuld met producten uit de moestuin (Vlakveld, 2003).

Op nutriënteniveau blijken zij echter minder vitamines en mineralen binnen te krijgen (vooral vrouwen en kinderen). Uit onderzoek van de Hartstichting (2003) blijken Marokkaanse vrouwen meer groenten te eten dan autochtonen en daarnaast veel koolhydraten uit rijst, polenta, brood couscous en aardappelen te halen. Veel Turken en Marokkanen hebben naast de gezonde producten, ook veel ongezonde producten op het menu staan als bladerdeegproducten, koekjes en gefrituurde producten. Ook wordt er veel gesnoept en gebruikt men suiker in veel spijzen en dranken (Van 't Riet et al., 2005).

Producten en gerechten

De enige studie die is gevonden naar eetgewoonten van Turken en Marokkanen stamt uit 1990 (Bijman). Hieruit kwam naar voren dat Turken zowel 's middags als 's avonds een warme maaltijd eten, al is die in de avond vaak wat uitgebreider. Vaak worden peulvruchten gegeten en gevulde groentes, waarbij yoghurt een geliefd bijproduct is. Er wordt weinig vis gegeten en de vleessoorten die men eet zijn rund, kip of kalf, verder is vlees vaak verwerkt tot gehakt. Daarnaast maakt men vaak soep en stoofpotten. Het vlees dient halal geslacht en verwerkt te zijn. Vaak eten ze een salade van sla, tomaten en paprika bij de warme maaltijd. Ook in deze studie werd benadrukt dat groenten erg belangrijk zijn in de Turkse keuken.

Marokkanen maken ook vaak stoofpotten die bestaan uit halal vlees, groenten en kruiden. De vleessoorten die zij vaak nuttigen zijn kip, schaap en lam. Aardappelen worden gegeten en pasta minder. Zelfgemaakte couscous wordt alleen op speciale gelegenheden gegeten vanwege de bewerkelijkheid. Kant-en-klaarcouscous wordt vaker gegeten. Ook kikkererwten worden in veel gerechten verwerkt. Verder wordt vis binnen deze groep relatief veel gegeten.

In het land van herkomst wordt rekening gehouden met seizoensproducten en gerechten. In Nederland is bijna alles het jaar rond te krijgen en wordt er minder rekening met de seizoenen gehouden (Schrijnen, 2004).

Turken en Marokkanen eten op jaarbasis significant meer vlees dan autochtonen. Zo eten autochtone Nederlanders gemiddeld op jaarbasis 45 kg vlees, Turken 80 kilogram vlees en Marokkanen 76 kilogram (Bijman et al., 2003).

Producten die Turken veel in huis hebben:

- Uien, aardappelen, tomaten, komkommer, spitskool, bloemkool, sla, spinazie, paprika, courgette, aubergine, prei, snijbonen, bibers (lang dunne pepers), sinaasappels, mandarijnen, appels, nectarines, peren, kleine groene pruimen en perzik op blik en doperwten uit de diepvries.

Producten die Marokkanen veel in huis hebben:

- Uien, knoflook, tomaten, pompoen, courgette, wortel, koriander, verse munt, brood en andere kruiden om in te vriezen en doperwten uit de diepvries.

Allen zijn in het algemeen tevreden over het assortiment producten dat in Nederland verkrijgbaar is. Als er dan toch mag worden aangegeven wat zij van het thuisland missen zijn dit onder meer de Turkse komkommers, rode knoflook en Marokkaanse watermeloenen. Verder smaken veel producten uit het thuisland vele malen beter dan hier; dat zal waarschijnlijk nooit veranderen in hun ogen (Vlakveld, 2003).

2.5.2 Surinamers

Maaltijdbereiding

Surinamers eten vaak een enkele warme maaltijd en dat is 's avonds, overdag eten zij brood. Alleen in het weekend willen zij nog wel eens twee warme maaltijden op een dag eten. Daarnaast bleek echter uit een studie van Van Lindert et al. (2004) bekend dat 8,4% van de Surinamers in Nederland niet elke dag een warme maaltijd eet ten opzichte van 8% van de autochtonen.

De vrouwen uit de studie van Van Wijk-Jansen et al. (2008) gaven aan iedere dag wat anders te eten en de meesten vonden verschillende keukens (Nederlandse, Italiaanse, Javanse, Hindoestaanse) lekker. Eenmaal per week werd er traditioneel gekookt, al wensten sommigen iedere dag Surinaams te eten. Dit zou echter te veel tijd kosten en te duur zijn doordat in Nederland Surinaamse groenten erg prijzig kunnen zijn (Vlakveld, 2003). Verder kwam naar voren dat Surinaams eten, zeker tijdens de feestdagen, zich kenmerkt door grote hoeveelheden.

Nutriënten

In 2006 vond er een studie plaats in Amsterdam (Dijkshoorn, 2006) waaruit bleek dat Nederlandse Amsterdammers gezonder aten dan Surinaamse Am-

sterdammers wat betreft groente en fruitconsumptie: ze aten vaker groente (74% versus 65%) en fruit (44% versus 33%). Uit een pilot onder Surinaamse mannen (Van Erp-Baart et al., 1997) in Van Leest et al., (2002) kwam naar voren dat binnen deze groep ook verschillen waren te onderscheiden. Zo aten Hindoestaanse Surinamers meer groenten dan Creoolse Surinamers en ook meer dan autochtonen. Zowel Hindoestaanse als Creoolse mannen aten wel minder fruit dan autochtone mannen. Tot slot bleek uit Dijkshoorn (2006) dat binnen de Surinaamse populatie vrouwen gezondere voedingsgewoonten hebben dan mannen en jongeren minder gezond eten dan ouderen.

Producten en gerechten

Veel voorkomende producten in de Surinaamse keuken zijn roti, bakkeljauw, massala en wortelknol, rijst, peulvruchten, bami en groentegerechten waarbij er een combinatie is gemaakt van Nederlandse en Surinaamse groenten. Verder gebruiken zij veel kruiden en eten zij vaak chutney of tjokha (pittige saus van vruchtpepers) of groente in zuur als bijgerecht.

Populaire Surinaamse gerechten hierbij zijn: zoals choumin (dunne bami), pindasoep, baka bana (gebakken banaan), saoto soep (rijkge vulde maaltijdsoep), pom en pastei, zoutvlees, sopropo (groentesoort), griti bana soep (met stukken banaan erin) en heri heri (een mix van zoete aardappelen, cassave en banaan) Van Wijk-Jansen et al. (2008).

In de focusgroepen onder Surinaamse vrouwen door Van Wijk-Jansen et al (2008) werd hun voorliefde voor (Surinaamse) groenten sterk geuit, in het algemeen of meer specifiek als kousenband. Meer dan over (soorten) vlees of vis heeft men het over de verschillende soorten groenten die een belangrijk onderdeel vormen van hun maaltijd. Vlees en vis staan naast elkaar als gelijkwaardige opties. In deze kwalitatieve studie gaven veel Surinaamse vrouwen aan in hun optiek gevarieerd te eten. De Surinaamse keuken biedt volgens hen ook veel keuze, aangezien de verschillende culturen binnen Suriname hun eigen specialiteiten hebben; de Hindoestanen zijn bijvoorbeeld de rotispecialisten, bij de Creolen is dit pom en pastei.

Surinamers zien de Nederlandse keuken als simpeler, minder pittig en minder tijdrovend dan de Surinaamse. De meerderheid beschouwt de Hollandse keuken ook als minder smaakvol. De Hollandse keuken wordt over het algemeen als gezonder beschouwd dan de Hindoestaanse, doordat er minder vet gebakken wordt of gefrituurd (Van Wijk-Jansen et al., 2008). Anderzijds zien zij de Surinaamse keuken als gezonder door het gebruik van meer (verse) groenten en vis. Samengevat zien deze Surinaamse vrouwen qua producten de Surinaamse

keuken als gezonder maar qua bereidingswijze vinden zij de Hollandse keuken gezonder.

Doordat er in Suriname geen seizoensproducten zijn aangezien daar de zon altijd schijnt, zien zij in Nederland wel grote prijsverschillen in producten die zij graag aanschaffen (Schrijnen, 2004).

Producten die Surinamers veel in huis hebben:

- Uien, knoflook, bonen, pepers, oker, tajer, cassave, paksoi, kousenband, pompoen, Surinaamse aubergines, oker, bakbanaan, limoen, appels, peren, kiwi, papaja en mango. Daarnaast specerijen als kerrie, pepers, verschillende soorten sambal en massala en Surinaamse kruiden zoals laurierblad en kruidnagels.

In paragraaf 2.5.1 staat vermeld dat Surinamers gemiddeld 60 kilogram vlees eten per jaar. Echter in de studie van Van Wijk-Jansen et al. (2008) kwam naar voren dat de vrouwen binnen deze groep slechts beperkt vlees eten. Wanneer zij vlees eten is dit rund- en varkensvlees. Ook eet men vaak eend, vis of kip.

Surinamers gaven aan vaak de goede smaak van Surinaamse groenten te missen of ze niet te kunnen betalen. Het vervangen van deze groenten door Nederlandse groenten is meer noodzaak dan dat het voor hen het gerecht smaakvoller maakt. Velen gaven aan vaak bestellingen achter te laten bij familie en bekenden die naar Suriname gaan voor typisch Surinaams fruit.

2.6 Koopgedrag en aankoopkanalen

Van 't Riet et al. (2005) gaan in op koopgedrag van Turken en Marokkanen in Nederland. In alle gezinnen bepalen vaak de vrouwen wat er gekocht wordt maar wie de boodschappen doet, varieert. Sommige vrouwen maken wel lijstjes wanneer de man de boodschappen moet halen.

Op voeding wordt niet snel bezuinigd, de prijs is niet altijd bepalend voor wat er wordt gekocht. Bepaalde producten zijn nodig en worden gekocht, ook als het duurdere producten zijn, zoals kikkererwten en noten. Wanneer men een klein budget heeft speelt prijs wel een belangrijke rol. Gerechten worden geïmproviseerd door de aanbiedingen van dat moment. Daarnaast wordt eerder de markt bezocht en sommigen hebben een eigen moestuin.

Bij Marokkaanse gezinnen doet de man vaak de inkopen. Zo haalt hij het vlees met name bij een islamitische slager of buitenlandse winkel. Sommige Ma-

rokkaanse vrouwen voelen zich niet op hun gemak in deze winkels en laten daarvoor hun man de boodschappen doen. Dit geldt vooral voor de eerste generatie allochtonen. (Schrijnen, 2004; Vlakveld, 2003).

Surinamers en Antillianen die in grote steden wonen, gaven in de studie van Vlakveld (2003) aan, de boodschappen dagelijks te doen en vooral te kopen waar men trek in heeft. Bijna alle producten worden in de supermarkt gekocht, alleen groente en fruit wordt wel eens op de markt gekocht, bij een toko of Turkse groenteboer. Al worden typisch Nederlandse groenten en fruit als ui en appels gewoon in de supermarkt gekocht. Prijs is vaak van ondergeschikt belang.

Op de markt wordt veel Surinaamse groenten en fruit gekocht. Prijs-/kwaliteitverhouding speelt hier een belangrijke rol want Surinaamse groenten en bepaalde exotische fruitsoorten kunnen erg prijzig zijn terwijl de kwaliteit vaak ondermaats is. Goed eten blijft belangrijk ook al kost het soms wat meer. Verder geven zij aan wel met producten te experimenteren. Zo kopen zij ook typisch Turkse groenten. Andersom werd door Turken in deze studie aangegeven geen Surinaamse producten te kopen.

Groente wordt door alle groepen het liefst vers gekocht, terwijl blikgroenten en diepvriesgroenten door hen zo veel mogelijk worden vermeden. Ook koopt men het liefst groente en fruit los in plaats van verpakt. Markten en ook kleine Turkse winkels/supermarkten zijn hierdoor ideaal aangezien zij de producten los verkopen.

De supermarkt wordt door velen erg gewaardeerd en het liefst zou men willen dat men hier alles zou kunnen kopen voor een redelijke prijs in plaats van veel verschillende adresjes af te moeten lopen. Veel Turkse en Marokkaanse vrouwen vinden dit laatste vaak een minder groot probleem en ervaren boodschappen doen meer als een sociaal uitje. Bereikbaarheid van de winkel is wel belangrijk. Velen doen de boodschappen te voet.

De meeste allochtonen zijn niet winkeltrouw al hebben ze wel vooraf een aantal winkels geselecteerd waarvan ze weten dat ze goed zijn en gaan dan voor de koopjes of daar waar op dat moment goede kwaliteitsproducten kunnen worden gekocht voor een betaalbare prijs. Bij tweeverdieners speelt het gemak een belangrijke rol en doet men het liefst aan one-stopshopping.

Het NIBUD heeft in 2004 de gemiddelde besteedbare inkomens per maand per standaardhuishouden berekend, zie bijlage 2. Wanneer deze naast de gemiddelde uitgaven aan dagelijkse boodschappen per maand worden gelegd, blijken Surinamers en Antillianen 24% van hun budget te spenderen aan dagelijkse boodschappen, Marokkanen 29%, Nederlanders 31% en Turken 35%.

2.6.1 Supermarkt versus allochtone winkel en markt

Veel Turken en Marokkanen prefereren de allochtone winkel boven de supermarkt, 60% doet boodschappen in een allochtone winkel. De supermarkt vindt men vaak een te groot aanbod hebben wat het moeilijk maakt te kiezen.

Aspecten die men positief vond aan de allochtone winkels is de kleinschaligheid waardoor het makkelijker kiezen is, het kunnen pakken en zelf selecteren van (losse) groente en fruit producten en de locatie. Veel allochtonen wonen geconcentreerd in de grotere steden en daar zijn veel van deze winkels te vinden. Vaak worden boodschappen lopend gedaan waardoor de nabije ligging van de winkels ook als positief wordt ervaren. Voor de eerste generatie allochtonen zijn de vertrouwdheid van de verpakkingen uit het land van herkomst, evenals het niet hebben van een taalbarrière, aanvullende positieve aspecten aan de allochtone winkels.

Wat zowel de allochtonen als autochtonen prettig vinden aan de allochtone winkels is dat deze voor hun gevoel dichterbij de natuur staan en een ambachtelijke uitstraling hebben. Voor de winkel staan altijd de groente en fruitproducten uitgestald, vaak voor een goede prijs.

Andere redenen waardoor de allochtone producten ook bij autochtonen goed verkopen, is de lagere prijs en de vakanties waar autochtonen in contact komen met andere culturen en eetgewoontes. Dit staat ook beschreven in de Belgische studie van Verbeke en Poquiqui Lopez (2005). Ook in een Duitse studie gaven Turkse ondernemers aan dat er een groeiende vraag is naar olijven en feta onder de autochtone bevolking. Ook halal vlees wordt steeds meer door autochtonen ontdekt. Het vlees vindt men goed en de prijs erg aantrekkelijk (Vlakveld, 2005).

Overkoepelend kwam naar voren dat de allochtone en dan vooral de Turkse winkels door alle groepen allochtonen het meest gewaardeerd werden in service, versheid en assortiment. Deze winkels bieden naast Turkse producten ook Marokkaanse, Surinaamse en Nederlandse producten aan. Zo verkopen zij specifieke groenteproducten die in een gewone supermarkt niet te verkrijgen zijn, zoals de Turkse groene paprika.

Wat de meesten minder prettig vinden aan deze winkels, zijn de ongeprijsde artikelen. Er moet dan echt om de prijs worden gevraagd waardoor men vaak het gevoel krijgt, te worden afgezet. Ook kan het assortiment sterk variëren waardoor men niet de zekerheid heeft dat de winkel verkoopt wat je nodig hebt. In grote steden is dit geen groot probleem aangezien veel buitenlandse winkels

geconcentreerd liggen en men naar een volgende winkel kan gaan als de één het niet heeft (Vlakveld, 2003).

Ook heeft het kunnen vastpakken van de producten voor sommigen een nadeel. Niet alle winkels zijn even hygiënisch omdat iedereen maar overal aanzit.

Turkse ondernemers gaven aan veel concurrentie te ervaren van discounters als Aldi en Lidl. Deze supermarkten verkopen steeds meer versproducten tegen bodemprijzen waar zelfs de Turkse winkel niet tegenop kan boksen. Vooralsnog wordt 30% tot 50% van hun omzet gegenereerd door de groente- en fruit verkoop (Vlakveld, 2005).

In kleinere steden of dorpen zijn vaak weinig tot geen allochtone winkels te vinden en allochtonen die daar wonen zijn enkel aangewezen op de 'Nederlandse' winkels en supermarkten. Producten die niet in de supermarkt te koop zijn worden eens in de zo veel tijd in grotere hoeveelheden in buitenlandse winkels gekocht, zoals halalvlees (Schrijnen, 2004).

De Surinaamse winkel wordt weinig gewaardeerd vanwege vaak een beperkt, en kwalitatief slecht aanbod en een hoge prijs.

Supermarkten in Nederland proberen allochtonen te verleiden naar hun winkel te komen door een groot assortiment etnische producten aan te bieden (bijvoorbeeld kousenband of halal vlees). Bij halal vlees speelt kennis en vertrouwen een belangrijke rol. De consument dient de aanbieder van het halal vlees te vertrouwen opdat het product 100% halal is en de aanbieder moet hier ook kennis van hebben door het vlees bijvoorbeeld niet op een plank te snijden waar ook varkensvlees op heeft gelegen. Ook dient het niet naast varkensvlees in het koelschap te liggen. Andersom verkopen de kleinere buitenlandse winkels steeds meer Nederlandse producten om autochtonen hun winkels in te trekken.

Iedereen in de studies van Vlakveld (2003) en Schrijnen (2004) is blij met de groei van etnische producten in de supermarkten. Toch kopen velen de versproducten op de markt of Turkse winkel vanwege de lagere prijs. Sommige mensen kunnen echter de enorme drukte op de markt niet waarderen. Nederlandse groenteboeren worden enerzijds gewaardeerd. Anderzijds kunnen zij echter onbeleefd zijn wanneer men klaagt over de kwaliteit van een product, aldus de geïnterviewden.

In tabel 2.2 staan de percentages van hoe vaak welke bevolkingsgroep, welke verkoopkanaal bezoekt. Bijna iedereen bezoekt de supermarkt. Dit is ook terug te vinden in andere literatuur. Veel Turken en Marokkanen vullen hun boodschappen uit de allochtone winkel aan met producten uit de supermarkt. In 2004 werden allochtone winkels slechts door 7% van de autochtonen bezocht terwijl bijna 60% van de Turken en Marokkanen hier boodschappen doet. De markt wordt het meest frequent door Turken bezocht waarbij nauwelijks onder-

scheid wordt gemaakt tussen Nederlandse of allochtone kramen. Surinamers en Antillianen bezoeken wel meer allochtone kramen, wellicht vanwege de aanschaf van specifieke Surinaamse groente en fruitsoorten. Ook autochtonen bezoeken vooral deze kramen. Opvallend is dat zij het minst van alle groepen de Nederlandse marktkraam bezoeken.

Tabel 2.2 **Aankoopkanaal dagelijkse boodschappen (%)**

	Surinamers en Antillianen	Turken	Marokkanen	Autochtonen
Supermarkt	99	92	97	99
Allochtone winkel	40	59	58	7
Kleine Nederlandse winkel	10	7	8	41
Allochtone marktkraam	16	14	10	18
Nederlandse marktkraam	7	16	10	3

Bron: NIBUD (2004).

Allochtonen gaven aan de Nederlandse kooplui en groenteboeren vaak duurder te vinden en dat zij kunnen minder goed tegen kritiek kunnen op hun koopwaar.

2.7 Out-of-homeconsumptie

Uit de studie van Cornelisse-Vermaat (2007) onder Nederlanders, Turken, Marokkanen en Surinamers en Antillianen in Nederland kwam naar voren dat vooral Turken vaker uit eten gaan, iets bestellen of afhaalen eten, in vergelijking met de andere drie groepen. Nederlanders aten relatief vaker gemakproducten zoals voorgesneden producten, uit blik of kant-en-klaarmaaltijden. Van alle vier de bevolkingsgroepen aten Nederlanders het minst vaak afhaalen.

In dezelfde studie citeert zij Bedrijfschap Horeca en Catering die in 2001 aangeven dat fastfoodrestaurants vaker door allochtonen en dan met name Surinamers en Antillianen worden bezocht dan autochtonen. Marokkanen bezoeken cafetaria's en snackbars het minst frequent vergeleken met Surinamers en Antillianen, Turken en autochtone Nederlanders.

Uit de studie van Van 't Riet et al. (2005) kwam naar voren dat Turken en Marokkanen niet veel buitenshuis eten, behalve dat vrouwen soms met de kinderen naar de snackbar gaan en jongeren soms in een restaurant eten.

Deze studies verschillen van elkaar in uitkomsten, wat kan worden verklaard door de onderzoekswijze (kwantitatief versus kwalitatief) en het verschil in representativiteit en tijdstip van het onderzoek.

Met betrekking tot integratie van allochtone en autochtone producten in out-of-home-situaties, zijn cateringlocaties een voorbeeld. Zo is er in de hoofdkantine van de Haagse Hogeschool bij de warme snacks een speciale halalbalie waar moslimjongeren burgers en frites of ander warme snacks kunnen halen. Niet-moslims gebruiken deze balie ook wel maar meer omdat daar vaak geen rij staat (Duurzaam HBO, 2006).

2.8 Herkomst producten

Er is nauwelijks onderzoek verricht naar de perceptie van de herkomst van de producten, gekocht door allochtonen in Nederland. Uit de studie van Vlakveld (2003) kwam wel naar voren dat veel Turken en Marokkanen niet echt stilstaan bij waar hun eten vandaan komt. Het kan zowel uit land van herkomst of uit Nederland komen. Ze dachten wel vaak dat wanneer het bij een Turkse winkel werd gekocht, de producten ook uit Turkije kwamen. Ook hadden zij een uitgesproken idee over hoe groente en fruit eruit dienden te zien. Het moest vooral niet te perfect zijn want dat maakte het onnatuurlijk. Zo bleek uit de studie van Vlakveld (2005) onder Duitse Turken dat zij bijvoorbeeld de tomaten uit Nederlandse kassen niet konden waarderen door hun te perfecte uiterlijk. In hun ogen maakt dit een product onecht en onnatuurlijk.

Veel Surinamers dachten dat Surinaamse groenten niet uit Suriname komen want dan zou het te lang onderweg zijn en de groente zou slap worden. Dat het uit Nederland zou komen, komt de smaakperceptie niet ten goede want alles moet hier snel groeien en heeft geen tijd te rijpen zoals in Suriname onder de zon. De versheid en prijs zijn hierdoor echter wel beter en er is eigenlijk ook geen alternatief (producten uit Suriname zelf). Exotisch fruit komt van verre oorden maar is onrijp geplukt en hierdoor minder smaakvol dan wanneer ze in Suriname gekocht en gegeten wordt.

Verder zijn geen studies gevonden naar de perceptie van herkomst van een product en ook niet naar de teelt- en productiewijze van een product. Er is geen enkele studie gevonden naar de perceptie, aanschaf en wensen ten aanzien van biologische voedingsmiddelen bij zowel eerste als tweede generatie Marokkanen, Turken en Surinamers in Nederland.

3 Conclusies en aanbevelingen

3.1 Inleiding

Nederland kent opgeteld ruim een miljoen Surinamers Turken en Marokkanen en hun aantal neemt toe. Zij brengen vaak nieuwe levensstijlpatronen en voedingsproducten met zich mee en verweven dit vaak met de Nederlandse (eet)cultuur. De biologische sector is geïnteresseerd in de potentie voor de afzet van zijn producten binnen deze bevolkingsgroepen en heeft de wens middels een literatuurstudie de percepties ten aanzien van biologische producten binnen deze bevolkingsgroepen te onderzoeken,

Hiervoor werden onderstaande onderzoeksvragen geformuleerd die in paragraaf 3.2 zullen worden beantwoord.

- Wat zijn de huidige consumptiepatronen?
- Wat zijn de meest gebruikte aankoopkanalen?
- Wat is de perceptie van biologische (vers)producten?
- Wat is de kennis van biologische (vers)producten?
- Wat zijn de wensen ten aanzien van biologische (vers)producten?
- Hoe ervaren zij hun huidige consumptie?
- In hoeverre wijkt hun eetpatroon af van dat van de ouders?
- Welke rol speelt cultuur in hun consumptiegedrag?

3.2 Conclusies

Wat zijn de huidige consumptiepatronen?

In de gevonden studies wordt vaak geen onderscheid gemaakt in de eerste en tweede generatie allochtonen, terwijl in de studies die dit wel doen, er verschillen in consumptie bleken te zijn. Veel tweede generatie Turken, Marokkanen en Surinamers hebben hun consumptie verwesterd. Zo wordt er slechts een keer per dag warm gegeten. Gemak speelt ook bij hen een belangrijke rol. Traditionele gerechten die vaak erg bewerkelijk zijn, worden alleen in het weekend bereid of bij de ouders gegeten. Vaak wordt gekozen voor westerse gerechten als Italiaans en Hollandse stampot maar bijvoorbeeld ook Chinees. Wanneer dergelijke gerechten worden bereid, wordt er wel een traditioneel tintje aan meegegeven. Westerse gerechten worden vooral bereid door de vraag van de kinderen hiernaar.

Eerste generatie allochtonen zijn vaak traditioneler in hun rolpatronen en de vrouw bereidt vooral gerechten uit het land van herkomst.

Wat zijn de meest gebruikte aankoopkanalen?

Bijna alle allochtonen komen in de supermarkt en halen hier producten.

Ongeveer 60% van de Turken en Marokkanen en 40% van de Surinamers halen ook producten bij de allochtone winkels. Vooral in grotere steden is dit het geval aangezien hier grotere concentraties allochtonen zijn en ook allochtone winkels. In kleinere steden en dorpen zijn allochtonen aangewezen op de supermarkt ook al zouden zij hun producten bij een allochtone winkel willen aanschaffen. Vooral de Turkse winkel is populair bij de allochtonen maar ook autochtonen. Door de wijze waarop vooral de versproducten zijn uitgesteld heeft het een natuurlijke uitstraling en versproducten zijn betaalbaar. Ook kan men er op vertrouwen dat vlees halal is. Daarnaast zijn er veel authentieke producten te vinden uit het land van herkomst.

Naast de supermarkt en allochtone winkel, komen veel mensen op de markt. De allochtonen kramen zijn bij iedereen in trek, ook bij autochtonen.

Veel Surinamers, Marokkanen en Turken kopen graag specifieke producten uit het land van herkomst. Deze zijn echter niet altijd verkrijgbaar, duur of van matige kwaliteit. Op de markt zijn deze vaak wel betaalbaar.

Hoe ervaren zij hun huidige consumptie?

Er zijn weinig studies gevonden die specifiek kijken naar de perceptie van iemands consumptie en of zij dit als goed of verkeerd ervaren. Volgens één studie zijn vooral Turkse en Marokkaanse mannen zich niet bewust van een ongezonde eet- en levensstijl. Veel vrouwen zijn zich er wel van bewust maar menen hier weinig aan te kunnen doen doordat voedsel zo verweven is met de cultuur. Bij iedere gelegenheid en met gasten dient voedsel te worden geserveerd en gegeten. Het weigeren van voedsel is oneerbiedig tegenover de gastvrouw, het niet aanbieden van voedsel is oneerbiedig tegenover de gast.

Uit verdere studies blijken Turken, Marokkanen en Surinamers relatief veel groente en fruit te consumeren alsook vlees. Daarnaast wordt er veel gesnoept en gesnackt.

Ook bleek dat vooral kinderen en Turkse en Marokkaanse vrouwen vaak te weinig vitamines en mineralen binnenkrijgen. Bij Surinamers blijken vrouwen er vaak een gezonder voedingspatroon op na te houden met veel groente en fruit. Zij geven echter ook aan vaak vet te koken en te bakken met veel boter en olie.

In hoeverre wijkt het eetpatroon af van dat van de ouders?

De eerste generatie kookt vooral traditionele gerechten, de gerechten van de tweede generatie zijn eerder westers met een traditioneel tintje. Bij hen speelt gemak een belangrijke rol. Bij de hoger opgeleiden werken vaak beide partners en zij willen het eten graag snel op tafel hebben, wat niet mogelijk is met traditionele gerechten aangezien deze vaak erg bewerkelijk zijn. De kinderen van alle generaties blijken de kookstijl van de moeder te beïnvloeden aangezien zij vaak om nieuwe dingen vragen, wat kan variëren van een stampot tot een Italiaanse pizza. Verder blijkt de tweede generatie vaker iets buiten de deur te halen.

De gerechten die allochtonen buiten de grote steden koken zijn vaak ook verwesterd. Dit om de praktische reden dat hier vaak geen allochtone winkels te vinden zijn en producten in een 'Nederlandse' supermarkt gekocht dienen te worden.

Welke rol speelt cultuur in het consumptiegedrag?

Voeding speelt een hoofdrol in de cultuur van zowel Turken, Marokkanen en Surinamers. Gastvrijheid wordt getoond door middel van het eten dat men serveert en de overvloedigheid hiervan. Men wenst dit ook niet te veranderen en kijkt eerder met verbazing naar Nederlanders die amper wat te eten aanbieden en mensen wegsturen tijdens etenstijd.

Wat is de perceptie en de kennis en wat zijn de wensen ten aanzien van biologische (vers)producten?

Door middel van de literatuurstudie is deze vraag niet te beantwoorden doordat er geen informatie is gevonden met betrekking tot Turken, Marokkanen en Surinamers en hun ideeën over biologische voeding.

Samengevat kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- In de Turkse, Marokkaanse en Surinaamse keuken wordt vooral met versproducten gewerkt;
- Men gebruikt het liefst onverpakte, los verkrijgbare producten in plaats van voorgesneden;
- De tweede generatie hoger opgeleide allochtonen zijn hun eetgedrag aan het wijzigen, gemak en westerse ingrediënten staan vaker bij hen op het menu;
- Ook autochtonen zijn hun voeding aan het veranderen en gebruiken steeds vaker, van oorsprong, niet-westerse ingrediënten.
- Naast de supermarkt zijn vooral de allochtone winkel en de markt erg populair;

- Prijs speelt een belangrijke rol, vooral in de gezinnen met een lage sociaal-economische status. Hier wordt enerzijds gezond gegeten door aanschaf van relatief veel groente en fruit. Anderzijds is hun voedingspatroon ongezond doordat zij financiële beperkingen proberen te compenseren met suikerrijke of gefrituurde hapen;
- Door allochtonen wordt veel meer vlees gegeten dan door autochtonen;
- Voeding speelt bij Turken, Marokkanen en Surinamers een zeer belangrijke rol in hun leven en cultuur. Voeding is een manier om je gastvrijheid te kunnen tonen en iedereen is altijd welkom mee te eten. Voedsel dient altijd in ruime voorraad aanwezig te zijn;

3.3 Aanbevelingen

Zoals hierboven staat beschreven zijn er geen studies gevonden naar de perceptie van biologische voeding onder niet-westerse allochtonen in Nederland. De meeste studies die gevonden zijn bleken kwalitatief van aard en richten zich vooral op voeding in relatie tot gezondheid en in mindere mate in relatie tot cultuur.

Herkomst van producten of productiewijze zijn onderwerpen die in één studie slechts beperkt naar voren kwamen en waarbij niet is gevraagd naar biologische productiewijze. Studies over de aanschaf van biologische producten zijn ook niet gevonden.

Door het ontbreken van dergelijke informatie is het moeilijk om via directe data-gegevens uitspraken te doen over de potentie voor afzet van biologische voeding onder deze bevolkingsgroepen.

3.3.1 Richt je op de tweede generatie

De nieuwere generatie allochtoon die ook hoger opgeleid is, is zijn voedingspatroon steeds meer aan het verwesteren. Gemak speelt hierbij een belangrijke rol maar kwaliteit zal een randvoorwaarde blijven. Ook oudere generaties beginnen hun voedingspatronen licht te wijzigen op verzoek van hun kinderen, die graag westers eten. Op deze wijze ontstaat er een eetcultuur die een mix is van verschillende tradities, ingrediënten en eetgewoonten. Daarnaast gaf de jongere generatie aan meer met voeding in relatie tot gezondheid en overgewicht bezig te zijn dan de oudere generaties.

3.3.2 Smaak en authenticiteit uitbaten

Uit studies van de biologische sector blijken veel kopers van biologische producten hoger opgeleid te zijn. Daarnaast wordt biologisch vooral geassocieerd met versproducten en een betere smaak. Doordat de nieuwe generatie allochtonen ook vaker hoogopgeleid is en er een voorkeur is voor versproducten zouden hier raakvlakken gezocht kunnen worden. De kernen dat ook deze groep uitgebreid koopt, gaan zij voor hoogwaardige producten met de smaak van het thuisland. Wellicht dat de smaak van biologische producten hier eerder in past dan het beeld wat men heeft van gangbare producten. Wanneer een versproduct een gaaf uiterlijk heeft, zonder beschadigingen ziet het er in hun ogen eerder onnatuurlijk of plasticachtig uit.

3.3.3 Vervolgonderzoek

Door middel van een kwantitatieve studie onder deze groep allochtonen zou getoetst kunnen worden of de bevindingen uit de literatuurstudie overeenkomen en of deze groep anders benaderd zou moeten worden dan autochtonen voor de aanschaf van biologische producten. Daarnaast zou er gekeken kunnen worden naar mogelijkheden tot afzet van biologische producten bij allochtone of Turkse winkels. Deze hebben immers bij veel mensen al een natuurlijke en ambachtelijke uitstraling.

Literatuurlijst en websites

AKK, *Duurzame catering in HBO restaurants*. AKK project ACD-03.042, 2006.

Berg, S.W. van den, S. Scholtens, A.H. Wijga, W.M.M. Verschuren en J.M.A. Boer, *Overgewicht bij jonge kinderen en volwassenen: kwantificeren van de kloof tussen energie-innemering en energieverbruik*. RIVM rapport 350020002/2006. Bilthoven, 2006.

Bijman, C., *De voeding van Turken en Marokkanen in Nederland*, Voorlichtingsbureau voor de voeding en BVGB, 1990.

Bijman, J., B. Pronk en R. de Graaff, *Wie voedt Nederland? Consumenten en aanbieders van voedingsmiddelen 2003*. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2003.

Brussaard, J.H., M.A. van Erp-Baart, H.A.M. Brants, K.F.A.M. Hulshof en M.R.H. Löwik, 'Nutrition and health among migrants in The Netherlands'. In: *Public Health Nutrition* 4 (2001), pp. 659-664.

Cornelisse-Vermaat, J.R. en H. Maassen van den Brink, 'Ethnic differences in lifestyle and overweight in The Netherlands'. In: *Obesity* 15 (2007) 2, pp. 483-493.

Dijkshoorn, H., *De gezondheid van Surinamers in Amsterdam*. GGD Amsterdam. Stadsdrukkerij Amsterdam, 2006.

Dijkshoorn, H., V. Nierkens en M. Nicolaou, 'Risk groups for overweight and obesity among Turkish and Moroccan migrants in The Netherlands'. In: *Public Health* 122 (2008), pp. 625-630.

Erp-Baart, A.J.M. van, S. Westenbrink, K.F.A.M. Hulshof en N. Boekema-Bakker, *Deel 2. Pilot naar de voedselconsumptie bij volwassen Surinaamse mannen*. TNO-rapport V97-070. Zeist, 1997.

Hosper, K., Nierkens, V., Nicolaou, M., Stronks, K., (2007). Behavioural risk factors in two generations of non-Western migrants: do trends converge towards the host population?. *European Journal of Epidemiology* 22 (3), , p.163-172.

Hulshof, K.F.A.M., J.H. Brussaard, A.G. Kruizinga, J. Telman en M.R.H. Löwik, 'Socio-economic status, dietary intake and 10y trends: the Dutch National Food Consumption Survey'. In: *European Journal of Clinical Nutrition* 57 (2003), pp. 128-137.

Jong, A. de, en E. van Agtmaal-Wobma, *Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2007-2025: belangrijkste uitkomsten*. Bevolkingstrends, 3^e kwartaal 2008. CBS, 2008.

Leest, L.A.T.M. van, S.J. van Dis en W.M.M. Verschuren, *Hart- en vaatziekten bij allochtonen in Nederland. Een cijfermatige verkenning naar leefstijl- en risicofactoren, ziekte en sterfte*. RIVM-rapport 261858006/2002. 2002.

Lindert, H. van, M. Droomers en G.P. Westert, *Tweede Nationale Studie naar ziekten en verrichtingen in de huisartspraktijk. Een kwestie van verschil: verschillen in zelfgerapporteerde leefstijl, gezondheid en zorggebruik*. NIVEL/RIVM. Utrecht/Bilthoven, 2004.

Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting, *De inkomsten, uitgaven en het financieel beheer van allochtone huishoudens*. Utrecht, 2004.

Nicolaou, M., C.M. Doak, R. van Dam, K. Hosper, J. Seidell en K. Stronks, 'Body size preference and body weight perception among two migrant groups of non-Western origin'. In: *Public Health Nutrition* 11 (2008) 12, pp. 1332-1341.

Nicolaou, M.R.D., C.M. Doak, R.M. van Dam, J. Brug, K. Stronks en J.C. Seidell, 'Cultural and Social Influences on Food Consumption in Dutch Residents of Turkish and Moroccan Origin: A Qualitative Study'. In: *Journal of Nutritional Education and behaviour* 41 (2009) 4, pp. 232-241.

Riet, H. van 't, H. Dijkshoorn, R. Corstjens en L. Berkouwer, *Gezonde leefgewoonten Westerpark. Kwalitatief interventieonderzoek naar overgewicht bij Turkse en Marokkaanse vrouwen van 25 tot 45 jaar. Probleemanalyse*. GG&GD Amsterdam. cluster EDG. Drukkerij De Bij b.v., 2005.

Schans, J.W. van der, L. Dvortsin, I. van den Berg, D. Haubehofer, J. Hassink en A. de Buck, *Marktkansen voor etnisch voedsel en etnische diensten*. Rapport 2009-103, LEI Wageningen UR, Den Haag, 2009.

Schrijnen, M., *Integratie en assortiment variatie; Oriënterend onderzoek naar de rol van de supermarkt in de integratie van allochtonen in Nederland*. Afstudeerscriptie Leerstoelgroep Sociologie van Consumenten en Huishoudens. Wageningen Universiteit, 2004.

Verbeke, W. en G. Poquiviqui Lopez, (2005). Ethnic food attitudes and behaviour among Belgians and Hispanics living in Belgium. *British food journal* 107(11), p823-840.

Vlakoveld, S., *Nieuwe Nederlanders en het kopen van groente en fruit*. Productschap Tuinbouw 2003/89, Zoetermeer, 2003.

Vlakoveld, S., *Turkse handel van groente en fruit in Duitsland: een kwalitatief onderzoek naar de Turkse groothandel, groenteman en consument in Duitsland*. Productschap Tuinbouw 2005/07, Zoetermeer, 2005.

Wijk-Jansen, E. van, L. Jager en S. van der Kroon-Horpestad, *Overgewicht onder allochtonen. Een kwestie van Cultuur?* LEI Wageningen UR, Den Haag, 2008.

Geraadpleegde websites:

- www.cbs.nl
- www.hartstichting.nl
- www.kenniscentrumhoreca.nl

Bijlage 1

Krantenknipsels

Supermarkten hebben steeds groter authentiek buitenlands assortiment

Supermarkten nemen steeds meer authentieke buitenlandse producten op in hun assortiment. Volgens sommigen zorgen die producten voor een flinke omzetstijging. Niet alleen allochtone consumenten, ook autochtonen vragen steeds vaker naar buitenlandse artikelen.

Supermarkten verkopen vooral meer Marokkaanse, Turkse, Chinese, Griekse, Surinaamse, Poolse en Japanse artikelen. Volgens de bedrijfsleider van de Rotterdamse Nettomarkt genereren dergelijke producten flink meer omzet. Volgens de bedrijfsleider van Plus in Culmborg komen allochtonen vooral in zijn supermarkt voor de paar Turkse en Marokkaanse producten die hij aanbiedt, maar zijn publiek is overwegend autochtoon. Wanneer de leverancier meer buitenlandse producten zou aanbieden, zou hij daarvan meer inkopen.

In wijken met veel allochtonen neemt de vraag naar buitenlandse producten snel toe, zegt Kees van Vuren van Waikiki. Supermarkten zouden hun aanbod daar veel meer op aan kunnen passen. In zijn etno-winkels biedt hij 50% autochtone en 50% allochtone producten aan. Met die formule komt hij binnenkort op de Poolse televisie; daar is men verrast over de verkrijgbaarheid van Poolse producten in Nederland.

Bron: Agf.nl 4-9-2008.

La Place slaat de vleugels uit

Bringmann vertelt: 'Sharing, het met elkaar delen van grotere porties, is belangrijk bij deze La Place nieuwe stijl. De trend is dat mensen minder grote porties eten en veel willen proeven. In de VS, waar ik vaak kom, is dat heel populair.'

Vijf à zes jaar geleden maakte Bringmann met La Place de omslag van een Fransgetinte keuken naar Italiaans en wokgerechten. 'Nu gaan we meer op de multiculturele toer met de toevoeging van Thaise en Sri-Lankaanse kraampjes. Ook hebben we klassieke desserts zoals crème brûlée en tarte tatin. Biologische groenten worden belangrijker: die kopen we zo veel mogelijk bij boeren uit de regio. We gaan groenten óók als hoofdgerecht verkopen: gebleken is dat bijvoorbeeld allochtonen daarvan houden.'

Dertig à 40% van de producten is nu biologisch. En vanuit één proeflocatie zal, voor het eerst in de geschiedenis van La Place, over een paar maanden ook aan huis worden bezorgd. 'Die service zal bij gebleken succes dit jaar worden uitgebreid naar andere vestigingen. In deze tijd van crisis zijn wij minder kwetsbaar. Casual dining tegen een lage prijs, daar zijn veel mensen nu naar op zoek. Wij hebben sinds kort ook een driegangenmenu voor tien euro.'

Bron: AD.nl 13-3-2009.

HalalPlus combineert halal met bio

De stichting HalalCorrect Certification start met een nieuw diervriendelijk halalkeurmerk. HalalPlus combineert de normen waaraan halalproducten moeten voldoen met die van het EKO-keurmerk.

Directeur Ben Ali-Salah van HalalCorrect Certification is initiatiefnemer van HalalPlus. 'De manier waarop de Nederlandse bio-industrie met dieren omgaat, strookt niet met de regels van de Islam, zeker niet als je praat over kippen en kalveren', aldus Ali-Salah tegenover de website Meatandmeal.nl.

Het gaat bij halal niet alleen om de slachtmethode, maar ook om de omstandigheden waaronder een dier gefokt is, de kwaliteit van het vlees, het onderdak dat het dier kreeg, de wijze van transport en de afgelegde afstand.

Het HalalPlus-keurmerk wil aan al deze eisen voldoen. De stichting gaat ervan uit dat het vlees met het diervriendelijke HalalPlus-keurmerk begin 2009 in de schappen ligt.

Bron: Distrifood.nl 05-12-2008.

Bijlage 2

NIBUD-tabellen

Tabel B2.1		Dagelijkse boodschappen in € per maand
Surinamers en Antillianen		456
Turken		576
Marokkanen		485
Autochtonen		662
Bron: NIBUD (2004).		

Tabel B2.2		Gemiddeld besteedbaar inkomen in € per maand, per standaardhuishouden				
	Inkomen uit arbeid	Uitkering, AOW, pensioen	Huur- subsidie	Kinder- bijslag	Overig inkomen	To- taal
Surinamers en Antillianen	1.419	276	40	31	119	1.885
Turken	955	473	38	54	108	1.628
Marokkanen	1.123	317	47	65	66	1.618
Autochtonen	1.443	557	23	20	79	2.122
Bron: NIBUD (2004).						

