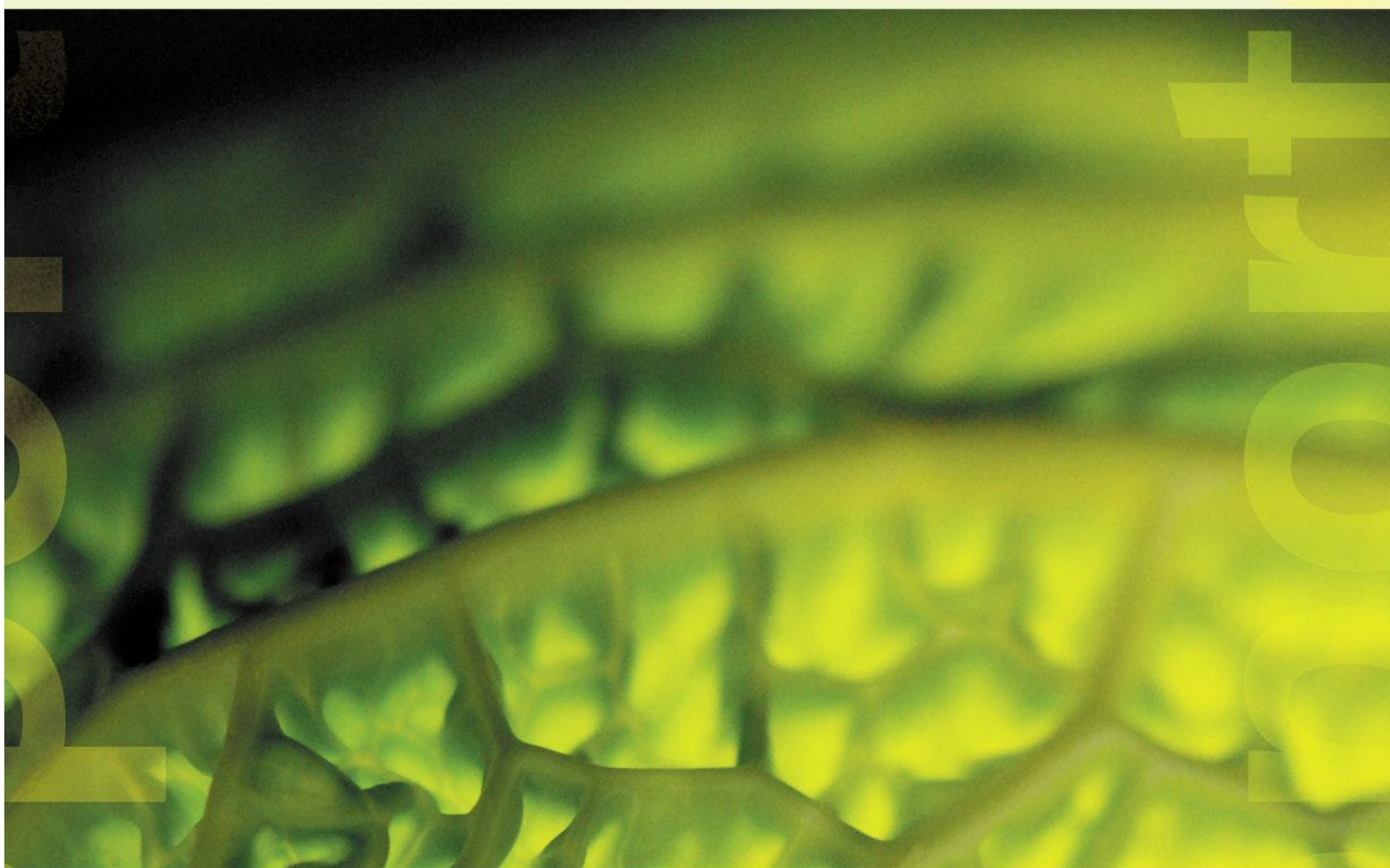


# Kansen voor groenten en fruit in de zorg en sport

Onderzoek naar de consumptie van groenten en fruit in de zorg en sport





# Kansen voor groenten en fruit in de zorg en sport

Onderzoek naar de consumptie van groenten en fruit in de zorg en sport

Productschap  Tuinbouw



Auteur **Anne Marie Borgdorff**  
Functie **Projectleider marktonderzoek**  
Telefoon **(+31) 79 347 06 46**  
e-mail **a.borgdorff@tuinbouw.nl**

**Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer**

Telefoon 079 – 347 07 07 email [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl) internet [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder toestemming van de uitgever of auteur.



# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>7</b>
1.1 Onderzoeksmethode	7
1.1.1 Deelnemers groepsdiscussies	7
1.2 Indeling rapport	8
<b>2 Achtergrondcijfers zorg</b>	<b>9</b>
2.1 Trends in zorginstellingen	9
2.2 Kerncijfers zorginstellingen	9
<b>3 Initiatieven in de zorg</b>	<b>11</b>
3.1 Samen goed eten	11
3.1.1 Sint Maartenskliniek	11
3.1.2 Stichting Humanitas	11
3.1.3 Ter Schorre, centrum voor Zorg en Reactivering	11
3.1.4 Ter Reede, Centrum voor Verzorgd Wonen	12
3.1.5 De Volckaert en De Poort	12
3.1.6 Frankeland, Centrum voor Verzorgd Wonen, verpleging en welzijn	12
3.2 De Genietende Groene Tafel	12
3.2.1 Concept	12
3.2.2 Resultaten pilot	13
<b>4 Achtergrondcijfers sport</b>	<b>15</b>
4.1 Trends in de sport	15
4.2 Kerncijfers sport	15
<b>5 Initiatieven in de sport</b>	<b>17</b>
5.1 Action4Life	17
5.2 Politiek	17
<b>6 Groepsdiscussies zorginstellingen</b>	<b>19</b>
6.1 Huidig aanbod	19
6.2 Belemmeringen	19
6.3 Kansen	20
<b>7 Groepsdiscussies sportkantines</b>	<b>23</b>
7.1 Huidig aanbod	23
7.2 Belemmeringen	23
7.3 Kansen	24
<b>8 Conclusies</b>	<b>25</b>
8.1 Grote markt	25

---

8.2	Vooral in zorg initiatieven	25
8.3	Winst te behalen	26
	<b>Referentielijst</b>	<b>27</b>
	<b>Bijlage 1: Checklist groepsdiscussies</b>	<b>29</b>

# Samenvatting

Ondernemers in de zorg en sport worden graag op nieuwe ideeën gebracht voor het gebruiken van groenten en fruit. In beide sectoren is het mogelijk de afzet van groenten en fruit te vergroten.

Zorginstellingen vinden groenten en fruit belangrijk voor de gezondheid van de klant, voor variatie en om dat de klanten het wensen. Ondernemers in sportaccommodaties willen met groenten en fruit de omzet en klanttevredenheid vergroten. Als ondernemers in zorg en sport nieuwe ideeën aangereikt krijgen, gaan ze meer open staan om groenten en fruit aan te bieden aan hun klanten.

Dat blijkt uit onderzoek naar de groenten- en fruitconsumptie in de zorg en sport van het Productschap Tuinbouw.



## Groenten en fruit niet spontaan genoemd

In Nederland zijn ruim 2.000 zorginstellingen, met ruim 350.000 cliënten. Bijna al deze instellingen zorgen standaard voor de warme maaltijd. De omzet van eten en drinken in de zorginstellingen kwam in 2009 uit op € 1,4 miljard.

Bij een inventarisatie van het aanbod van maaltijden in zorginstellingen komt groenten en fruit niet of nauwelijks spontaan aan de orde. Ook noemen zorginstellingen nogal wat belemmeringen als het gaat om de ontwikkeling van het aanbod groenten en fruit. Veel processen in zorginstellingen zijn ingericht op efficiency en kostenbesparing. Alles wat dat proces verstoort zien ze in eerste instantie als lastig en duur. Toch zien zorginstellingen wel degelijk kansen zoals hieronder weergegeven.

## Voldoende mogelijkheden

Nieuwe generaties gaan gebruik maken van de zorg. Volgens de zorgondernemers eten die al meer groenten en fruit, stellen ze hogere eisen aan de herkomst van voedsel, eten ze vaker vegetarisch en hebben ze verschillende culturele achtergronden. Ook zien ondernemers uit de zorgsector mogelijkheden voor gemakvoedsel, zoals smoothies, (maaltijd)salades en wokgerechten. Volgens hen is het bereiden van groenten en fruit prima te integreren in de dagbehandeling of therapie van patiënten, die zich graag met algemene dagelijkse bezigheden bezig houden. Instellingen in de zorg staan open voor thematische promotionele activiteiten, die passen bij het seizoen. Daarnaast is ook het personeel van de zorginstellingen een interessante markt. Vooral voor salades en smoothies zien de ondernemers uit de zorg hier mogelijkheden.

## Groot deel Nederlanders gebruikt sportfaciliteiten

In 2009 waren er in Nederland in totaal 27.550 sportclubs en 12.650 sportaccommodaties. In totaal maakt ruim 70 procent van de Nederlanders wel eens gebruik van een sportaccommodatie of sportvereniging. Verkopen in de kantine zorgen gemiddeld voor een kwart van de omzet van sportclubs. Vooral voetbalclubs halen een groot gedeelte (46 procent) van de omzet uit de kantineverkopen.

Het assortiment van de sportkantine bestaat nu voornamelijk uit vette snacks. Aanbod van groenten en fruit is er nauwelijks, terwijl het volop mogelijkheden biedt voor consumptie. Want waarom eerst calorieën verbranden bij het sporten en deze er vervolgens weer aan te eten?

---

### **Grote sportaccommodaties benutten mogelijkheden al**

Grote accommodaties benutten de kansen al die groenten en fruit bieden. De ondernemers van deze accommodaties vinden groenten en fruit passen bij hun imago. Ook stellen ze dat er vraag naar is, dat de marges hoog zijn en de volumes groot genoeg. Deze ondernemers geven aan wel behoefte te hebben aan innovatieve producten en kwaliteitsproducten en aan ondersteuning in de communicatie rond trends en hypes. Maar ook de kleinere sportkantines zijn geïnteresseerd in sportfruit. Ze zien het vooral als mogelijkheid om vraag bij de jeugd te creëren.



# 1 Inleiding

Lang niet alle Nederlanders voldoen aan de aanbeveling van 2 ons groenten en 2 keer fruit. Het doel is daarom om deze groenten- en fruitconsumptie te stimuleren. Op deze wijze wordt niet alleen gewerkt aan een 'gezonder' Nederland, maar wordt tevens de markt voor de groente- en fruitafzet vergroot. Eén van de communicatiestrategieën van het GroentenFruit Bureau is daarom gericht op het Tussendoorconcept. Hierbij is de communicatie gericht op het realiseren van consumptiemomenten tussendoor. Binnen deze strategie lopen al twee campagnes:

1. Werkfruit
2. SchoolGruiten

Werkfruit richt zich op het tussendoor stimuleren van de groente en fruit consumptie op de werkplek om zo de gezondheid van werknemers te bevorderen. SchoolGruiten staat voor het gezamenlijk groenten en fruit eten op school met zowel leerlingen als leerkrachten.

In lijn met Werkfruit en SchoolGruiten wordt er nu gekeken naar de groenten- en fruitconsumptie in de en in de sport. Zowel in zorginstellingen als in sportkantines is het aanbod van groenten en fruit laag. In dit rapport wordt de markt van de zorginstellingen en sportaccommodaties in kaart gebracht en de rol die groenten en fruit daarin kunnen spelen.

## 1.1 Onderzoeksmethode

Het onderzoek bestaat uit twee delen. Het eerste deel bestaat uit een deskresearch. Als ondersteuning van de deskresearch is er daarnaast nog een indicatief kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Hiervoor zijn er twee groepsdiscussies gehouden met de volgende groepen:

1. Chef-koks en menu-verantwoordelijken binnen zorginstellingen.
2. Beheerders en eigenaren van sportkantines of sportaccommodaties

De respondenten zijn geworven vanuit het Chefpanel<sup>©</sup> van onderzoeksbureau Markteffect. Het Chefpanel heeft bijna 35.000 leden die regelmatig deelnemen aan verschillende soorten onderzoek (telefonisch onderzoek, online onderzoek, smaakpanels, discussiepanels, inhome onderzoeken, etc.). Het panel bevat meer dan 3.000 instellingen, denk hierbij aan ziekenhuizen, verzorgingshuizen, verpleeghuizen, thuiszorg, serviceflats, woonzorgcentra etc. Met behulp van dit panel zijn de chef-koks van deze zorginstellingen benaderd met het verzoek om deel te nemen aan de groepsdiscussie. Ook de kantinebeheerders zijn voor een deel geworven vanuit het chef-panel aangevuld door middel van telefonische werving.

De discussies hebben plaatsgevonden op maandag 10 januari 2011.

### 1.1.1 Deelnemers groepsdiscussies

De deelnemers van de discussie met zorginstellingen waren 7 verantwoordelijken van zorginstellingen (allen werknemers): hoofden voeding, teamleider keuken, coördinator voeding etc. in bijvoorbeeld een algemeen academisch ziekenhuis, een verzorgingstehuis, centrum voor revalidatie, kliniek voor psychiatrische en verslavingszorg en een voorziening voor dak- en thuislozen.

De deelnemers van de groepsdiscussie met sportkantines waren 4 beheerders (allen ondernemers) van sportaccommodaties, 2 grote accommodaties met echte restaurantfaciliteiten en ruime openingstijden voor met name individuele sporters (tennis, squash, fitness, zwemmen, sauna, etc.) en 2 binnensportaccommodaties met een pachtovereenkomst van de gemeente en beperkte openingstijden en voornamelijk teamsporten. In de discussie ontbraken vertegenwoordigers van de

---

sportaccommodaties in eigen beheer van verenigingen. Deze zijn overwegend in beheer bij bestuursleden en vrijwilligers en waren niet bereid om aan de discussie deel te nemen. De marktkansen in dit segment worden, op basis van de telefonische reacties, laag in geschat.

De resultaten van het kwalitatieve onderzoek zijn niet als representatief voor een totale populatie maar als indicatief te beschouwen.

## **1.2 Indeling rapport**

In hoofdstuk 2 en 3 worden de resultaten uit de deskresearch met betrekking tot zorginstellingen besproken. In hoofdstuk 4 en 5 worden vervolgens de resultaten uit de deskresearch met betrekking tot sportkantines getoond. De resultaten uit het kwalitatieve deel, de groepsdiscussies, worden in de hoofdstukken 6 en 7 getoond. Tot slot worden de conclusies besproken in hoofdstuk 8.

## 2 Achtergrondcijfers zorg

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de markt cijfers van de zorginstellingen in Nederland. Hiervoor is gebruik gemaakt van de 'Essentials', die elk jaar opgesteld worden door Foodstep.

### 2.1 Trends in zorginstellingen

Volgens de 'Essentials 2009/2010' van Foodstep (Foodstep, 2009) spelen de volgende vijf trends:

1. Er is een toename van het aantal ouderen dat langer thuis woont
2. Patiënten/bewoners hebben een keuzevrijheid op het gebied van eten en drinken
3. Intrede marktwerking, vercommercialisering zorgmarkt, zorgorganisaties gaan marketing bedrijven
4. De instellingen vinden onderscheidend vermogen op het gebied van eten, drinken en services.
5. Eerder gelukkig en mooi leven, in plaats van een volledige focus op gezondheid.

Bovenstaande trends hebben enkele gevolgen voor de producten die gebruikt worden in de zorg. Dat zijn de volgende:

- Sterke toename in convenience producten
- Maatschappelijk verantwoorde producten en manieren van produceren worden belangrijk
- Producten die inspelen op authenticiteit, versheid, ambacht, etc.
- Aandacht voor lokaal verankerde producten en bereidingen
- Verrijkte voeding en Functional Foods

### 2.2 Kerncijfers zorginstellingen

In 2009 waren er in totaal 2.052 zorginstellingen in Nederland, die allen goed waren voor een omzet in eten en drinken van € 1,4 miljard euro. In totaal hadden de zorginstellingen in 2007 een capaciteit van 357.484 plaatsen/cliënten die zorg verleend kon worden (Foodstep, 2009).

In onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de maaltijden die verstrekt worden in de zorginstellingen.

Tabel 2.1 Overzicht van maaltijden en snacks verstrekt in de verschillende zorginstellingen

Bron: Foodstep 2009	Ziekenhuis	Psychiatrisch ziekenhuis	Ouderenzorg	Gehandicaptenzorg
<b>Ontbijt</b>				
Standaard	98%	85%	76%	60%
Facultatief	2%	7%	13%	7%
Niet aangeboden	-	7%	12%	33%
<b>2<sup>e</sup> broodmaaltijd</b>				
Standaard	95%	89%	71%	80%
Facultatief	3%	7%	18%	13%
Niet aangeboden	2%	4%	11%	7%
<b>Warme maaltijd</b>				
Standaard	98%	93%	100%	73%
Facultatief	0%	4%	-	7%
Niet aangeboden	2%	4%	-	20%

<b>Verstrekkingen snacks</b>				
Standaard	50%	59%	52%	33%
Facultatief	47%	33%	32%	33%
Niet aangeboden	3%	7%	16%	33%

Uit bovenstaande tabel blijkt dat er in de meeste zorginstellingen in ieder geval een warme maaltijd aangeboden wordt. Ook de snack wordt vaak standaard of facultatief aangeboden. Dit zijn de momenten waarop de groenten en fruitconsumptie kansen biedt.

Door Foodstep is er ook een overzicht gemaakt van Food & Beverage faciliteiten in de zorginstellingen.

<i>Bron: Foodstep 2009</i>	<b>Ziekenhuis</b>	<b>Psychiatrisch ziekenhuis</b>	<b>Ouderenzorg</b>	<b>Gehandicaptenzorg</b>
<b>Koffie- en theecorner</b>	56%	40%	73%	71%
<b>Café</b>	14%	-	27%	14%
<b>Lunchroom/broodjeszaak</b>	29%	-	10%	29%
<b>Restaurant (bedienend/zelfbediening)</b>	69%	80%	76%	71%
<b>Winkelvoorziening met eet- en drinkassortiment</b>	64%	20%	52%	14%
<b>Automaten voor eten en/of drinken</b>	80%	20%	33%	57%
<b>Geen van deze faciliteiten</b>	-	20%	3%	-

Ook bij de faciliteiten is er potentieel ruimte voor meer groenten en fruit. In de diverse faciliteiten zal de consumptie van groenten en fruit vrij laag liggen.

## 3 Initiatieven in de zorg

Zorginstellingen hebben over het algemeen een maaltijdvoorziening die gericht is op snelheid en efficiëntie. Smaak, kwaliteit, beleving en gezelschap zijn van ondergeschikt belang. In de zorg zijn al verschillende initiatieven genomen om ouderen van een betere maaltijd te voorzien. In dit hoofdstuk worden een paar van dit soort initiatieven besproken.

### 3.1 Samen goed eten

Eén van de initiatieven van het InnovatieNetwerk is op een structurele manier gaan kijken naar de rol die de gezamenlijke maaltijd kan spelen in kanalen zoals scholen, ziekenhuizen en zorginstellingen. Hierbij zijn 18 instellingen bezocht die allemaal initiatieven hebben genomen om eten en gezelschap met elkaar in harmonie te brengen. Dit hebben ze de 'Parels van Samen Goed Eten' genoemd (InnovatieNetwerk, 2007).

Gekeken naar de doelstellingen van deze initiatieven, zijn er drie onderwerpen die het meest genoemd werden:

- *Gezamenlijk genieten*: meer beleving, plezier, geluk, conversatie
- *Gezondheidseffecten*: het tegengaan van ondervoeding, obesitas, snellere genezing
- *Welzijn van het individu*: meer comfort, tevredenheid, thuisgevoel, kwaliteit van leven.

Vooraf het tweede motief past uitstekend in de groenten- en fruitconsumptie. De voorbeelden die in de volgende paragrafen genoemd worden komen allemaal uit de 'Parels van Samen Goed Eten' (InnovatieNetwerk, 2007).

#### 3.1.1 Sint Maartenskliniek

De Sint Maartenskliniek in Nijmegen is een gespecialiseerd ziekenhuis voor orthopedie, reumatologie en revalidatie. Als het gaat om de invulling van eten en drinken scoort dit ziekenhuis al jaren goed. In 2010 wonnen zij de prijs "Het beste menu van de zorg".

In dit ziekenhuis is er voor elke doelgroep een visie op eten en drinken opgesteld, die ook samenhangt met de duur van het verblijf.

Doelstelling is om het verblijf van de patiënten zo aangenaam mogelijk te maken en voeding speelt daarin een grote rol. Zo kunnen patiënten 's ochtends zelf een ontbijt samenstellen van de ontbijtbufferwagons. Bij de avondmaaltijd kan men bijvoorbeeld kiezen voor een ter plekke bereide wokmaaltijd.

Er wordt veel aandacht besteed aan de producten die gebruikt worden. Zo is er aandacht voor biologische producten en streek- en seizoensgebonden producten.

Dit initiatief zorgt ervoor dat er veel minder ondervoeding plaats vindt bij de patiënten.

#### 3.1.2 Stichting Humanitas

Op het gebied van welzijn, wonen en zorg levert Stichting Humanitas diensten van mens-tot-mens.

In totaal zijn er 15 restaurants waar vers gekookt wordt. Daarnaast is er een centrale keuken waar per dag 4.000 maaltijden gemaakt worden die verkocht worden in de winkel. De restaurants zijn toegankelijk voor iedereen.

Bij Humanitas vindt men dat goed en lekker eten een belangrijke bijdrage levert aan het welzijn van de cliënt. Smaak en sfeer zijn daarvoor belangrijke zaken. Samen koken en eten creëert ook trek in eten, wat alleen maar de gezondheid van de personen ten goede komt.

#### 3.1.3 Ter Schorre, centrum voor Zorg en Reactivering

Ter Schorre is een centrum voor Zorg en Reactivering dat deel uitmaakt van een grotere zorgorganisatie. Sinds een paar jaar zijn de bewoners ingedeeld in kleinschalige groepen. Deze groepen zijn zo samengesteld dat ze een mix vormen van mensen met een bepaalde mate van zelfstandigheid. Het koken gebeurt dus in de woningen met verse producten. Dit kookproces neemt een belangrijk deel

van de dag in beslag. Het blijkt dat bewoners veel beter zijn gaan eten. Het proces van het gezamenlijk koken en eten blijkt de eetlust te bevorderen.

Naast het 'thuis' eten kunnen bewoners ook in het restaurant eten en is een kookclub.

### **3.1.4 Ter Reede, Centrum voor Verzorgd Wonen**

Ter Reede bestaat uit een woonzorgcentrum en een verpleeghuis en is gevestigd in Vlissingen. Vanuit de instellingskeuken worden er dagelijks 900 maaltijden geserveerd. 90% wordt zelf gekookt met zoveel mogelijk verse en biologische producten. Ook streekproducten spelen daarin een belangrijke rol. Om kosten te drukken is men met de boeren en telers om de tafel gaan zitten en krijgen zij daar nu rechtstreeks van geleverd. Door een kortere keten konden de kosten ook verlaagd worden. Bij de producten richt men zich vooral op smaak. 'Wanneer een maaltijd lekker en smaakvol is, eten mensen meer en dat gaat dus ondervoeding tegen'.

### **3.1.5 De Volckaert en De Poort**

De Volckaert is een woonzorgcentrum met twee locaties, in Dongen en Oosterhout. De Poort is een verpleeghuis in Amsterdam. Bij beide zorginstellingen neemt men deel aan een verbetertraject om het eten en drinken in de zorg te verbeteren. Men wordt hierbij ondersteund door een groep experts. De visie is om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de individuele wensen/behoefte van de cliënt. Er is bijvoorbeeld meer respect voor de keuze van de cliënt, als men op de eigen kamer wil eten of als men een broodlunch of warm eten wil tijdens de middagmaaltijd. Hierbij wordt er dus ook veel zorg en aandacht besteed aan de ambiance rondom het eten.

### **3.1.6 Frankeland, Centrum voor Verzorgd Wonen, verpleging en welzijn**

Frankeland bestaat uit vijf verzorgingscentra in Schiedam en Vlaardingen. De visie is dat ouderen zoveel mogelijk hun eigen leefstijl kunnen voortzetten in een voor hen veilige en vertrouwde omgeving. Er wordt veel aandacht besteed aan welzijn en welbevinden. De bewoners bepalen zelf waar, wanneer, hoeveel en wat er gegeten wordt. De maaltijden kunnen genuttigd worden tussen bepaalde tijdsperiodes. Ook wordt er veel gedaan aan de ambiance (kleur, verlichting en aankleding). Het eten en drinken is minder ingesteld vanuit de gezondheid, maar de instelling om alles te doen voor de bewoners heeft wel een positieve invloed op de beleving en het welzijn van ouderen.

## **3.2 De Genietende Groene Tafel**

Naast de hierboven genoemde initiatieven uit de 'Parels van Samen Goed Eten' is er ook een pilotonderzoek uitgevoerd door Wageningen Universiteit, genaamd 'De Genietende Groene Tafel'. Het doel van het onderzoek is om het management in zorginstellingen te ondersteunen in wat goed eten en drinken kan opleveren voor de organisatie (Den Brok en Gorselink, 2010).

Uit het rapport landelijke prevalentie meting zorgproblemen 2010 blijkt dat één op de vijf van de patiënten in zorginstellingen ondervoed is. In de ziekenhuizen ligt dit percentage zelfs nog hoger en is één op de vier patiënten ondervoed (Halfens e.a., 2010).

### **3.2.1 Concept**

Alle informatie in deze paragraaf is afkomstig uit de rapportage van het pilotonderzoek van Wageningen Universiteit (Den Brok en Gorselink, 2010). Dit onderzoek heeft zich gericht op drie onderdelen:

- Productkeuze op smaak, beleving en duurzaamheid. Op basis van deze uitgangspunten is zoveel mogelijk gekozen voor producten vanuit de biologische teelt en streekproducten. In de pilot is gekozen om maaltijden te bereiden met minstens 60% biologische producten aangevuld met producten zonder synthetische geur-, kleur-, smaak- en conserveringsmiddelen).

- Presentatie van de maaltijd. Er is extra aandacht gegeven aan de aankleding van de maaltijd en de ruimte, en hoe de maaltijd werd gepresenteerd. De borden werden opgescheept met dezelfde hoeveelheden maar in de experimentele fase werden er schaaltes met extra groenten, zetmeel en appelmoes op tafel gezet. Bewoners konden zo naar wens extra opscheppen. Ook werd het tijdstip van eten en de duur van de maaltijd aangepast en zijn er aanpassingen gemaakt in de wijze waarop het eten gepresenteerd werd (bijv. garnering).
- Ondersteuning door het personeel. Er waren aanpassingen in de werkwijze en ondersteuning door het personeel bij de maaltijd. Dit ging om kleding, verbale en non-verbale communicatie, tijd en aandacht die aan de maaltijd gegeven werd en het laten participeren van de bewoners bij de maaltijd of in de aanloop daarvan.

Bovenstaande punten hebben geleid tot de volgende uitgangspunten bij het concept:

- Eten en drinken zijn een integraal onderdeel van de zorginstelling
- De maaltijd is voor de cliënt vaak het hoogtepunt van de dag
- Voor de bereiding van de maaltijden is het belangrijk om te werken met een kwalitatief goed en smaakvol product dat past bij de cliënt en de organisatie
- Er is aandacht voor een goede en passende presentatie van de maaltijd en de omgeving (ambiance) waarin gegeten wordt
- Werkwijze en houding van iedereen die een bijdrage levert in het proces van eten en drinken zijn een wezenlijk onderdeel van het tot een succes maken van eten en drinken binnen een zorginstelling
- Participatie van de cliënt is belangrijk, waarbij wordt uitgegaan van de mogelijkheden van de cliënt en niet van de mogelijke beperkingen
- Meer aandacht voor een betere maaltijd kan op andere terreinen binnen de organisatie weer besparingen opleveren.

Het onderzoek had 2 doelen:

1. Het onderzoeken van het effect van 'De Genietende Groene Tafel' op de voedselinname en de tevredenheid van ouderen in verpleeghuizen.
2. Het verkennen van het effect van 'De Genietende Groene Tafel' op de kwaliteit van leven (lichamelijk en geestelijk welzijn) van ouderen in verpleeghuizen.

Men heeft de voedselinname tijdens de hoofdmaaltijd gemeten aan de hand van camera's die in de zorginstellingen geplaatst werden. Op deze manier verstoorden de waarnemingen niet de omgeving. Ook is er gewerkt met een controlegroep.

### **3.2.2 Resultaten pilot**

Uit de resultaten van het onderzoek (Halfens e.a., 2010) blijkt dat er gemiddeld meer gegeten wordt bij de experimentele groep. De inname van groenten steeg met 32%. Ook liet de groep een gewichtstoename zien van gemiddeld 0,6 kilogram.

In de kwaliteit van leven en in de mentale toestand zijn geen significante veranderingen vastgesteld. De bewoners bleven langer aan tafel zitten, de tijdsduur van de maaltijd nam met ruim 10 minuten toe.





## 4 Achtergrondcijfers sport

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de markt cijfers van de zorginstellingen in Nederland. Hiervoor is gebruik gemaakt van de 'Essentials 2010', die elk jaar opgesteld worden door Foodstep (Foodstep, 2010).

### 4.1 Trends in de sport

Ook in de sport spelen er een paar trends. Deze staan hieronder beschreven:

1. Beheersituatie sportkantine vaak verre van optimaal, maken veel gebruik van vrijwilligers.
2. Toenemende belangstelling voor een gezonde levensstijl, waardoor ook meer aandacht voor obesitas.
3. Sportdeelname groeit, maar het aantal sportaccommodaties is beperkt
4. Sportverenigingen worden steeds meer ingeschakeld in het maatschappelijke leven.

(Foodstep, 2010)

### 4.2 Kerncijfers sport

Onderstaande tabel geeft een overzicht van het aantal sportaccommodaties dat er in Nederland is.

Tabel 4.1 Overzicht aantal sportaccommodaties

Bron: CBS/Foodstep	2000	2003	2006
Zwembaden	760	770	725
Overdekte sportaccommodaties	2.210	2.160	2.135
Openlucht sportaccommodaties	4.040	4.000	3.730
Maneges	1.160	1.190	1.460
Sportscholen	1.980	1.970	3.660
Zeil- en surfscholen	105	115	140
Jachthavens	820	815	800
Sportclubs	26.620	26.680	27.550

Het aantal sportclubs en accommodaties is vrij groot in Nederland.

De kenmerken van de gebruikers van sportverenigingen en fitnesscentra zijn ook allemaal in kaart gebracht.

Tabel 4.2 Kenmerken van gebruikers van sportverenigingen – en accommodaties

Bron: Foodstep, 2010	1999	2003	2007
Totaal	65%	69%	71%
Man	65%	68%	69%
Vrouw	65%	69%	72%
6-11 jaar	91%	93%	95%
12-19 jaar	86%	90%	92%
20-34 jaar	74%	77%	81%
35-49 jaar	63%	70%	72%
50-64 jaar	48%	54%	55%
65-79 jaar	34%	33%	41%

Uit bovenstaande tabel blijkt dat ruim 11 miljoen Nederlanders dus wel eens sporten. Van al deze sporters sport 40% minder dan één uur per week. 42% sport tussen de 1 en 4 uur per week en nog eens 18% sport 5 uur per week of meer.

De omzet van eten en drinken in de sport was in 2009 662 miljoen euro. De kantineverkopen zijn gemiddeld 25% van de totale omzet van sportclubs.

**Tabel 4.3 Aandeel kantineverkopen in omzet van sportclubs in 2006**

<i>Bron: Foodstep, 2010</i>	<b>Totale baten (x mln. euro)</b>	<b>% Kantine verkopen</b>
<b>Totaal sportclubs</b>	1.106	25%
<b>Kracht- en vechtsport</b>	19	4%
<b>Individuele zaalsport</b>	60	6%
<b>Team zaalsport</b>	57	7%
<b>Zwem- en duiksport</b>	37	3%
<b>Overige binnensport</b>	49	16%
<b>Atletiek</b>	16	14%
<b>Golf</b>	121	7%
<b>Hengelsport</b>	10	6%
<b>Paardensport</b>	37	14%
<b>Tennis</b>	156	24%
<b>Veldsport (excl. voetbal)</b>	104	24%
<b>Veldvoetbal</b>	342	46%
<b>Wielersport</b>	7	5%
<b>Overige buitensport</b>	90	20%

Uit bovenstaande tabel blijkt dat vooral de voetbalverenigingen wel varen bij de verkoop in de kantines. Maar liefst 46% van de omzet halen zij uit de kantine verkopen. Ook andere veldsporten en tennis halen bijna een kwart van de omzet uit kantine verkopen.

## 5 Initiatieven in de sport

Het aantal initiatieven dat in de sport genomen is ten aanzien van gezonde voeding is laag. Vanuit het convenant gezond gewicht zullen verschillende partijen in de komende convenantperiode wel gaan werken aan dit thema.

### 5.1 Action4Life

Eén van de initiatieven in de sport is van Action4Life. Zij hebben een programma ontwikkeld, genaamd 'De Gezonde Sportkantine'. Hierbij hebben zij drie uitgangspunten:

- De vrijwilligers staan centraal
- Aanpassingen moeten niet ten koste gaan van omzet en gezelligheid
- Assortiment upgraden naar de huidige tijd.

Vanuit dit initiatief zijn er onder kantinegasten interviews gehouden en heeft er 4 weken lang een ideeënbox in de kantine gestaan met als actie 'Wat wil jij in de kantine?'. Uit dit onderzoek bleek dat jong en oud vroegen om groenten en fruit. Als het gaat om groenten vraagt men met name om sla, komkommer en tomaat voor op broodjes. Fruit wordt in alle soorten gevraagd; fruit per stuk, salade en vruchtensappen. Daarnaast is er vraag naar verse soep en ook zelfs maaltijden. Soep wordt voornamelijk gevraagd door ouders en ouderen die langs de lijn staan. Maaltijden door jongeren (tussen de 18 en 30 jaar), zodat ze voor de training kunnen eten bij de sportvereniging. En ook door ouderen, zodat ze niet alleen hoeven te eten, maar dat kunnen doen in de gezellige huiskamerkantine (Action4Life, 2010).

Uit dit onderzoek blijkt er dus wel degelijk vraag te zijn naar groenten en fruit, maar er zijn ook wel een paar uitdagingen. Zo is een sportkantine vooral ingericht op snacks ed. Wettelijk inkaderen hiervan is lastig omdat de sportkantine gerekend wordt onder recreatief gebied. Ook bestuur en de vrijwillige kantinecommissie zijn vaak minder enthousiast. Hier zijn 3 redenen voor: derving, hoge verkoopprijs en extra hygiënefactoren (Action4Life, 2010).

### 5.2 Politiek

Ook in de politiek gaan er steeds meer stemmen op voor gezond eten in sportkantines. Zoals gezegd is er nu al iets opgenomen in het Convenant Gezond Gewicht, maar ook vanuit de PvdA werd er begin november 2010 het volgende gezegd:

De fractie van de PvdA pleit voor meer gezond eten in sportkantines. PvdA-raadslid en woordvoerder Sport Gerard Verspuij: 'Wij hebben begrepen dat veel sportkantines in Den Haag geen beleid voeren op het gebied van gezond voedsel. Dat lijkt ons een gemiste kans.'

Sportclubs zouden een beleid kunnen voeren om gezond voedsel te serveren. 'In iedere kantine zou bijvoorbeeld een fruitschaal neergezet kunnen worden. Wij willen dat de gemeente in gesprek gaat met sportverenigingen om te vragen of zij een dergelijk beleid kunnen voeren', aldus PvdA-raadslid Rajesh Ramnewash.

In veel sportkantines wordt op dit moment helemaal geen fruit verkocht of aangeboden. Verspuij: 'Dat lijkt me toch een vreemde situatie: wel een vette hap aanbieden, maar daar geen gezond voedsel tegenover stellen. En dat terwijl het hier toch om sportactiviteiten gaat. Wij willen daarom dat de gemeente samen met marktpartijen onderzoekt of een pilot gratis fruit in de sportkantine ondersteund kan worden' (PvdA, 2010).



## 6 Groepsdiscussies zorginstellingen

De eerste discussie was met 7 verantwoordelijken van zorginstellingen (allen werknemers): hoofden voeding, teamleider keuken, coördinator voeding etc. in bijvoorbeeld een algemeen academisch ziekenhuis, een verzorgingstehuis, centrum voor revalidatie, kliniek voor psychiatrische- en verslavingszorg en een voorziening voor dak- en thuislozen.

### 6.1 Huidig aanbod

Het huidige aanbod van maaltijden is, vanzelfsprekend, in alle zorginstellingen anders:

- 850 maaltijden per dag centraal bereid ontkoppeld uitgeserveerd op 8 locaties;
- 650 maaltijden per dag centraal bereid ontkoppeld uitgeserveerd op 13 locaties;
- 40 maaltijden per dag voor 2 locaties;
- 260 maaltijden per dag op een locatie gekoppeld gekookt en uitgeserveerd;
- 1.300 maaltijden volledig inkoop en regeneratie;
- 1.200 maaltijden voor een ziekenhuislocatie, volledig ontkoppeld;
- Wijkrestaurant voor 63 appartementen met verschillende aantallen per dag (gemiddeld 75).

Het assortiment qua maaltijden en de inhoud van die maaltijden is ook zeer verschillend:

- Alleen de warme maaltijd naar keuze 's middags of 's avonds;
- Ontbijt, 's middags en 's avonds, maar geen vast programma van tussendoortjes vanuit de keuken maar wel op bestelling van de voedingsdienst (meestal vette snacks);
- Ontbijt vanaf een broodbuffetwagen met minstens appel en sinaasappel als keuze, eventueel seizoensfruit, soms stukjes tomaat en komkommer;
- Een warme maaltijd 's middags of 's avonds altijd met rauwkost. Tussendoortjes regelt iedere locatie zelf, daar zit wel fruit bij maar eigenlijk nooit groente;
- Rauwkost bij de broodmaaltijd 's middags;
- Dagelijkse keuze bij de warme maaltijd tussen rauwkost, appelmoes, perencompote etc. en buiten de warme maaltijd 2 stuks fruit per dag;
- Zowel de brood als de warme maaltijden met een keer per week een fruitmand voor de afdeling goed voor ongeveer stuks fruit per dag per patiënt.

Bij een inventarisatie over het aanbod, waarvan bovenstaand de samenvatting is weergegeven, komt groente en fruit spontaan niet of nauwelijks aan de orde. Dit schetst in zekere zin al het belang van het onderwerp voor de respondenten.

### 6.2 Belemmeringen

De respondenten in deze sector noemen nogal gemakkelijk belemmeringen als het gaat om de ontwikkeling van het aanbod groenten en fruit en zien nogal wat redenen om dat aanbod niet te veranderen. Veel processen zijn ingericht op efficiency en kostenbesparing. Alles wat het proces verstoort is in eerste instantie lastig en duur.

Voorbeelden van genoemde belemmeringen:

- De processen zijn ingericht op efficiency en worden voor een groot deel gestuurd door het budget. Verstoringen van het proces kosten geld, geld voor extra zaken is er niet of nauwelijks en als er moet worden bezuinigd is groente en fruit het eerste waarop men gaat bezuinigen in de keuken;
- Het eten van fruit vergt erg veel handelingen in de bereiding of in de vorm van hulp bij het schoonmaken en eten. Het zijn voor de ouderen zelf vaak te veel en te moeilijke handelingen;
- Voorheen hamerden diëtisten en cliëntenraden op de schijf van vijf, dat is nu niet meer het geval men gaat daar flexibeler mee om;

- Er is vanuit de cliënten binnen de zorg relatief weinig vraag naar groenten en fruit: ouderen eten van oudsher weinig fruit en weinig rauwkost, fruit is vaak lastig te eten vanwege pitjes en velletjes en de cliënten of hun familieleden zijn niet bereid extra te betalen voor luxe of kant-en-klaar fruit of groenten;
- Er is op de afdelingen te weinig mankracht om de cliënten te helpen met het eten van fruit;
- Groenten en fruit die gemakkelijk te eten zijn en weinig hulp op de afdeling nodig hebben zijn te duur in aanschaf of bereiding;
- In ontkoppelde keukens is rauwkost en fruit lastig in het proces te integreren;
- Vlees en vis zijn de hoofdbestanddelen van een maaltijd en bepalen de groentekeuze.

### 6.3 Kansen

De respondenten in deze sector zien wel kansen maar zullen veel ondersteuning vanuit de sector nodig hebben alvorens deze kunnen worden ingevoerd.

Voorbeelden van kansen die uit het gesprek naar voren kwamen:

- De grootste kans is misschien wel gelegen in het feit dat alle respondenten vanuit de groepsdiscussie naar huis zijn gegaan met nieuwe ideeën en voornemens om iets met die ideeën te doen. Als er een programma ontwikkeld zou worden waarin deze doelgroep vaker met nieuwe ideeën voor wat betreft het aanbod van groente en fruit in aanraking komt zal dat zeker tot nieuwe ontwikkelingen leiden.
- Een tweede grote kans is gelegen in de nieuwe generaties die nu meer en meer gebruik gaan maken van de zorgsector. Dat zijn generaties die meer groente en fruit eten, meer salades eten, hogere eisen stellen aan de herkomst van voedsel, meer vegetariërs kent en meer multicultureel is ingesteld;
- Nieuwe trends in de richting van gemakseten en hapklaar eten (smoothies, fruitsalades, maaltijdsalades, wokken, etc.) zullen de wensen van de klant beïnvloeden en zullen de vraag verhogen. Deze producten zijn nu nog relatief duur en arbeidsintensief maar door de toename van zowel vraag als aanbod van dat soort producten zouden de prijzen kunnen dalen waardoor er niet allen vraag is vanuit de cliënten maar ook ruimte binnen het budget zal ontstaan voor de aanschaf van dit soort producten;
- Het bereiden van groenten en fruit is prima te integreren in de dagbehandeling, activiteitenbegeleiding of therapie van patiënten die graag met algemene dagelijkse bezigheden bezig zijn;
- Binnen de zorgsector is de markt van het personeel een zeer belangrijk element waar ook voor groenten en fruit grote kansen liggen, bijvoorbeeld voor smoothies en salades;
- Gezondheid is in de zorg vanzelfsprekend een belangrijk onderwerp wat op diverse manieren kan worden benadrukt en gestimuleerd. Groenten en fruit passen natuurlijk bij uitstek bij dit onderwerp en promotionele campagnes over gezondheid gecombineerd met informatie over groente en fruit zullen door de zorgsector zeker worden opgepikt;
- De mate waarin de kookprocessen zijn ontkoppeld in de zorgsector maakt "zij-instroom" van producten die kant-en-klaar zijn relatief gemakkelijk waardoor de sector zich ook zou kunnen richten op de levering van kant-en-klaar producten;
- Voor verse producten vergt een integratie met de ontkoppelde productieprocessen extra aandacht voor verpakkingen en houdbaarheid;
- De maatschappelijke verantwoordelijkheid van instellingen in de zorg opent mogelijkheden voor lokale leveranciers (de groenteboer en agrarische bedrijven) om meer verse producten te bereiden en kant-en-klaar te leveren op lokaal niveau;
- De grootschaligheid van de productieketens in de zorgkeukens lopen het risico te belanden in sleur en routine. Dit maakt dat deze instellingen in de groepsdiscussie aangeven open te staan voor thematische promotionele activiteiten die passen bij het seizoen. Denk hierbij aan zaken als "de week van de ....." ondersteund met promotiemateriaal ter aankleding van de eetzaal, de broodwagen, de dienbladen, de keuken of de hal van een gebouw.

---

Enkele quotes ter illustratie:

- *“We hebben 4 verpleegafdelingen, daar staat een grote blender en worden de smoothies gemaakt, beetje karnemelk er doorheen. Vinden mensen heerlijk, dan hebben ze hun fruit”;*
- *“Wij hebben allemaal van die huiskamers, 12 tot 15, bewoners. Daar wordt wel gezamenlijk gegeten. Ook heel vreemd, met name in de zomermaanden zie je dan wel, dan neemt een iemand initiatief en die gaat dan een extra salade maken. Maar met name heel nadrukkelijk in de zomer”;*
- *“Als er bezuinigd wordt op de uitgaven van het eten, gaan de extra dingen eraf, stukje fruit gaat eraf. Vooral bij ons in het ziekenhuis denken ze vaak, de bezoekers kunnen ook een stukje fruit meenemen”.*





## 7 Groepsdiscussies sportkantines

De tweede discussie was met vier beheerders (allen ondernemers) van sportaccommodaties, twee grote accommodaties met echte restaurantfaciliteiten en ruime openingstijden voor met name individuele sporters (tennis, squash, fitness, zwemmen, sauna, etc.) en twee binnensportaccommodaties met een pachtovereenkomst van de gemeente en beperkte openingstijden en voornamelijk teamsporten. In de discussie ontbraken de sportaccommodaties in eigen beheer van verenigingen. Deze zijn overwegend in beheer bij bestuursleden en vrijwilligers en waren niet bereid om aan de discussie deel te nemen. We schatten de marktkansen in dit laatste segment, op basis van de telefonische reacties, echter erg laag in.

### 7.1 Huidig aanbod

In deze discussie zien we twee enorme tegenstellingen: de grote accommodaties hebben een uitgebreid assortiment groente en fruit vanwege de vraag van hun klanten, het omzetpotentieel en het imago van hun organisatie. Groente wordt veelal aangeboden in de vorm van salades, vaak een breed assortiment, als bijlage of als hoofdbestanddeel van een maaltijd of bepaald dieet. Fruit wordt gratis verdeeld via fruitschalen op balies of door hapklaar fruit gratis uit te serveren in de ontspanningsruimtes. Vers fruit wordt verwerkt tot verse jus of tot smoothies. Trends qua dieet, speciale producten als de drankjes van steppegras en dergelijke zaken worden op de voet gevolgd. Vraag en aanbod beïnvloeden elkaar en de televisie heeft invloed op nieuwe trends. Er is vraag naar innovaties en kwaliteitsproducten. Op deze locaties zijn de prijzen ook relatief hoog.

In de kleinere accommodaties, gepacht van de gemeente en gekoppeld aan een binnensportaccommodatie of sporthal, zien we een veel beperkter aanbod. De gasten zijn veelal teamsporters die door de week 's avonds, na het avondeten, komen sporten en in het weekeinde zijn er wedstrijden, toernooien of competities. Door de week zijn de koffie, frisdrank, sportdrank en bier de meest verkochte artikelen. In het weekeinde komen daarbij snoep, broodjes (ook broodje gezond) en gefrituurde snacks. Het neerzetten van een fruitschaal heeft op één kleine locatie goed gewerkt maar leverde niets op. Fruit nemen de sporters vaak zelf mee en de gehanteerde prijzen zijn relatief laag.

### 7.2 Belemmeringen

De grote accommodaties zien geen belemmeringen als het gaat om de verkoop van groente en fruit, het enige wat ze nodig hebben is marktzoek en goede ideeën. Ze staan open voor iedere vorm van ondersteuning vanuit de branche als het maar commercieel interessant is.

De kleinere accommodaties zien veel belemmeringen zoals bijvoorbeeld:

- De aanname is dat de mensen er niet op zitten te wachten, er is geen vraag naar;
- Dat men door de week alleen de avonden open is ziet men al een belemmering, de mensen hebben dan al gegeten;
- Als de verkopen zich uitsluitend concentreren in de weekenden zijn er teveel houdbaarheidsproblemen, kans op bederf en dus verlies;
- Men denkt dat het maken van een salade, fruitsalade of smoothie veel tijd in beslag zal nemen en met één persoon achter de bar is die tijd er niet omdat de gasten altijd allemaal tegelijk binnen komen;
- Men meent dat er op de bar, achter de bar of in de keuken te weinig plaats is voor de bereiding van groenten en fruit;
- Men denkt dat het aanbod van groente en fruit niet goed genoeg zichtbaar te maken is in de sportkantine door het ontbreken van pakkende merken en reclame-uitingen;
- Men heeft niet het gevoel een maatschappelijke verantwoordelijkheid te hebben om de consument op te voeden of te sturen naar gezond voedsel;

- Er is te weinig promotie voor groente en fruit en daarom te weinig vraag, met name bij jongeren;

Men ziet het aanbieden van groente en fruit niet als een kans op imagoverbetering voor de accommodatie.

### 7.3 Kansen

Bij de grote accommodaties zien de ondernemers alleen maar kansen voor groente en fruit omdat deze bij het imago passen, omdat er vraag naar is, omdat de marges hoog zijn en omdat de volumes groot genoeg zijn. Men vraagt de branche om innovatieve producten, oer-producten, kwaliteitsproducten en ondersteuning door middel van trends en hypes die met name gevoed worden door de TV. Denk daarbij aan kookprogramma's en afslankprogramma's.

Op de kleinere accommodaties ziet men wel mogelijkheden maar blijft men veel terughoudender nadenken over uitproberen of het werkt en of het iets oplevert.

Zaken die daarbij naar boven komen zijn dan:

- Men ziet wel dat het aanbod de vraag kan beïnvloeden en zien eten doet eten;
- Het aanbieden van smoothies en shakes ziet men zitten en zou kunnen concurreren met de sportdrankjes, frisdranken en het zelf meegenomen fruit met als gevolg meer omzet en een hogere marge. De branche zou wel met oplossingen moeten komen die zorgen voor een hogere "versbeleving";
- Het opstellen van een verse jus machine zou ook een mooie bijdrage kunnen leveren aan de "versbeleving" maar voor kleine accommodaties is het risico te groot als ze moeten investeren zonder te weten of het effect heeft op de omzet en iets oplevert;
- Een van de grote belemmeringen is te vinden in de houdbaarheid van groente en fruit. De mogelijkheden van langere houdbaarheid bij verpakkingen zoals die van snacktomaten worden wel gezien, zeker als die hand in hand zouden gaan met een goede automaatoplossing of een oplossing in de vorm van een displaykoelkastje voor op de bar;
- Het gratis aanbieden van groente en fruit bij de kleinere kantines wordt vooral gedaan als extra voor de klant; leuke gebaar voor de goodwill maar onduidelijk of het werkt voor het imago van de accommodatie;

Zowel de kleine als de grote sportaccommodaties zijn van mening dat de vraag van de consumenten kan worden beïnvloed door communicatie, reclame en acties. De grote accommodaties denken dan vooral aan het neerzetten van trends en innovaties en de kleinere accommodaties denken dan vooral aan het creëren van vraag bij de jeugd.

Enkele quotes ter illustratie:

- *"We hebben nu twee maanden gezonde bittergarnituur op de kaart staan met snack tomaatjes snack komkommertjes met yoghurtsaus en frisse kruiden. En het verkoopt goed!"*
- *"Ik denk wel dat er bij veel bars sterke drank achter de bar staat die je weg kunt halen, omdat dat niet verkoopt. Als je die nu weg zet heb je plek voor dit soort zaken"*
- *"Ik denk als ze die minitomaatjes net zo zouden promoten als de bitterballen dan zal dat wel gaan werken. Bijvoorbeeld door reclame en daar kunnen wij dan weer op inspelen"*
- *"Een schaal met gezonde snacks lijkt me dat nog wel kansen te maken. Ik denk dat ze dat toch nog wel lekker vinden om erbij te pakken. Ik denk niet dat het meer zal verkopen. Maar het is gewoon een goed aanbod. Als ik het een kans wil geven moet ik het bij mijn snacks aanbieden. Ik zie het wel als een uitdaging"*

## 8 Conclusies

Schoolgruïten en werkfruit zijn al bekende begrippen die zich richten op de verhoging van de groenten- en fruitconsumptie. In dit onderzoek is onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van groenten en fruit binnen zorginstellingen en schoolkantines.

### 8.1 Grote markt

Als men kijkt naar de zorginstellingen en sportkantines, dan blijkt al gauw dat dit vrij grote markten zijn.

Zo zijn er in Nederland ruim 2.000 zorginstellingen. De omzet in eten en drinken van deze instellingen was in 2009 in totaal € 1,4 miljard euro. Bijna alle zorginstellingen leveren standaard de warme maaltijd. Maar ook het snackmoment wordt door een meerderheid aangeboden. Beide 'eetmomenten' bieden kansen voor de groente- en fruitconsumptie.

Ook in de sportwereld zijn er een behoorlijk aantal accommodaties, namelijk 12.650 in Nederland in 2009. Dit aantal stijgt nog steeds licht, want in 2000 lag dit aantal nog op 11.075 accommodaties. Het aantal sportclubs is ruim twee keer zo groot, met 27.550 tegen 26.620 clubs in 2000. In totaal maakte 71% van de Nederlanders wel eens gebruik van een sportaccommodatie of sportvereniging.

De omzet van eten en drinken in de sport was in 2009 in totaal 662 miljoen euro. Kantineverkopen zijn gemiddeld een kwart van de totale omzet van sportclubs, vooral voetbalclubs halen bijna de helft (46%) van hun omzet uit kantineverkopen. Aangezien het grootste gedeelte van het assortiment van de kantines nu voornamelijk bestaat uit vette snacks, zijn er voor de consumptie van groenten en fruit nog volop mogelijkheden.

### 8.2 Vooral in zorg initiatieven

Uit dit onderzoek blijkt dat er al diverse initiatieven ontwikkeld zijn op het gebied van de gezonde maaltijd. Zo zijn er al diverse zorginstellingen die zich bezig houden met de maaltijd, maar ook de ambiance daaromheen. Een grote groep personen in zorginstellingen is een risicogroep waarbij de kans op ondervoeding aanwezig is. Goed eten is daarom van groot belang bij deze groep. Vandaar dat er ook verschillende initiatieven op dit gebied ontwikkeld zijn.

Bij de 'Parels van Samen Goed Eten' zijn er steeds een paar aandachtspunten die terug keren in de diverse zorginstellingen. Zo tonen de pilots aan dat goed en lekker eten van invloed zijn op het welzijn en de gezondheid van de patiënten. In een paar instellingen is dan ook aandacht voor biologische producten en streekproducten. Ook geven een paar instellingen veel aandacht aan de individuele wensen van cliënten en worden zij in sommige instellingen betrokken bij het kookproces.

Naast bovenstaande punten die vooral op de voeding gericht zijn, wordt er ook rekening gehouden met sfeer en ambiance tijdens de maaltijd. Al deze punten komen ook aan de orde in de pilot van de Genietende Tafel. Hoewel groenten en fruit niet expliciet genoemd worden in bovenstaande voorbeelden, past dit wel uitstekend in het voorkomen van obesitas. In de pilot van de Genietende Tafel bleek ook wel dat er veel meer groenten gegeten worden als dit extra in bakjes op tafel stond. Grootste uitdagingen hierbij zijn wel dat er vaak dingen veranderd moeten worden in de interne processen. Het vraagt vaak wel extra betrokkenheid van het personeel bij het eten. Ook als er gebruik gemaakt wordt van biologische en streekproducten brengt dit in eerste instantie vaak extra kosten met zich mee. Dit kan voor een deel ook opgelost worden door rechtstreekse contacten met leveranciers in de buurt.

Op het gebied van gezonde sportkantines vinden er nog weinig initiatieven plaats. Dit is wel bij uitstek de plaats om meer groenten en fruit in de markt te brengen. Uit onderzoek van Action4Life blijkt ook dat er vanuit sporters voldoende vraag is naar groenten en fruit. Alleen vanuit beheerders van kantines

---

zijn hier nog wel enkele barrières die overwonnen moeten worden, waarvan derving en extra hygiënefactoren de belangrijkste barrières zijn.

### **8.3 Winst te behalen**

In algemene zin kan er over de twee groepsdiscussies gesteld worden dat er nog veel te winnen valt in de twee sectoren die zijn onderzocht. Bij de groepsdiscussies gingen 9 van de 11 mensen weg met een nieuw idee of met de gedachte waarom ze er niet eerder over nagedacht hadden meer te doen met groenten en fruit. Voor de ondernemers ging dat om omzet en klanttevredenheid en voor de instellingen ging dat om gezondheid, variatie en de wensen van de klant. Op het moment dat de mensen getriggerd worden met leuke en nieuwe ideeën gaan ze er kennelijk gaandeweg steeds meer voor open staan.

In de zorgsector liggen een heel aantal kansen in de nieuwe generaties die meer salades eten, hogere eisen stellen aan de herkomst van voedsel, meer vegetariërs kent en meer multicultureel is ingesteld. De zorginstellingen zien ook kansen in 'gemakseten' en hapklaar eten zoals smoothies, fruitsalades, maaltijdsalades en wokken als die ontkoppeld en tegen een lagere prijs kunnen worden aangeboden. Het bereiden van groenten en fruit is prima te integreren in de dagbehandeling, activiteitenbegeleiding of therapie van patiënten die graag met algemene dagelijkse bezigheden bezig zijn. Daarnaast is het personeel van de zorgsector op zich al een zeer interessante markt waar grote kansen liggen. Instellingen in de zorg staan open voor thematische promotionele activiteiten die passen bij het seizoen. Denk hierbij aan zaken als "de week van de ...." ondersteund met promotiemateriaal ter aankleding van de eetzaal, de broodwagen, de dienbladen, de keuken of de hal van een gebouw.

Specifiek voor de sportkantines is de conclusie dat er verschillende kansen liggen voor grote of kleinere sportaccommodaties. In de grote accommodaties zien de ondernemers kansen voor groenten en fruit omdat deze bij het imago passen, omdat er vraag naar is, omdat de marges hoog zijn en omdat de volumes groot genoeg zijn. Men vraagt de branche hierbij om innovatieve producten, oer-producten, kwaliteitsproducten en ondersteuning door middel van trends en hypes die vooral gevoed worden door de televisie, bijvoorbeeld door kookprogramma's en afslankprogramma's. Kleinere accommodaties denken eerder aan het creëren van vraag bij de jeugd.

---

## Referentielijst

Action4Life, 2010, Linsie Meijers (contact via email), *Functie: Adviseur gezonde leefstijl en leefomgeving*, [www.action4life.nl](http://www.action4life.nl)

Den Brok, P., Gorselink, M., 2010, De Genietende Groene Tafel, Een pilot-onderzoek naar wat goed eten en drinken binnen de zorgsector kan opleveren, Onderzoek in opdracht van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Wageningen Universiteit

Foodstep, 2009, Essentials 2009/2010, Hoofdstuk 13: Institutioneel / Zorg, Foodstep Wageningen

Foodstep, 2010, Essentials 2010/2011, Hoofdstuk 10: Horeca bij sport, Foodstep Wageningen

InnovatieNetwerk, Rutten L., Stroeken J., 2007, Parels van Samen Goed Eten, Een inventarisatie van uitzonderlijke voorbeelden, InnovatieNetwerk

Halfens, R.J.G., Meijers, J.M.M., van Nie, N.C., Neyens, J.C.L., Rijcken, S., Wiczorek, C., 2010, Landelijke Prevalentiemeting Zorgproblemen 2010, Universitaire Pers Maastricht

PvdA, 2010, Geraadpleegd op 26 november 2010, <http://www.denhaag.pvda.nl/nieuwsbericht/2861>



# Bijlage 1: Checklist groepsdiscussies

## Kennismaking

- Introductie
- Voorstelronde: naam, soort instelling/sportkantine, capaciteit in aantal personen
- Sportkantine: uren/dagen dat men open is
- Instelling: programma / aanbod maaltijden, etc.

## Situatieschets

- Welke plaats hebben groenten en fruit binnen de instelling/sportkantine?
- Aantal maaltijden dat per dag aangeboden wordt.
- Assortiment van de kantine/instelling
- Inzoomen op groenten en fruit; wat wordt er aangeboden aan groenten en fruit en hoeveel

## Mogelijkheden (afbeeldingen als stimuli):

- Marktkansen?
- Gezondheid
- Tevredenheid
- Vraag van cliënten
- Creatieve mogelijkheden
- Maatschappelijke verantwoordelijkheid
- Welzijn
- Beleving van de cliënten
- Zien de respondenten de toegevoegde waarde van groenten en fruit?

## Belemmeringen

- Wat zijn belemmeringen voor de respondenten?
- Welke bedreigingen/barricades zien zij?
- Hoe kunnen deze belemmeringen/bedreigingen weggenomen worden?

## Afronding

- Vragen, suggesties







## **Productschap Tuinbouw**

Adres Louis Pasteurlaan 6  
Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer  
Telefoon 079 – 347 07 07  
Fax 079 – 347 04 04  
Internet [www.tuinbouw.nl](http://www.tuinbouw.nl)  
e-mail [info@tuinbouw.nl](mailto:info@tuinbouw.nl)

rapport