

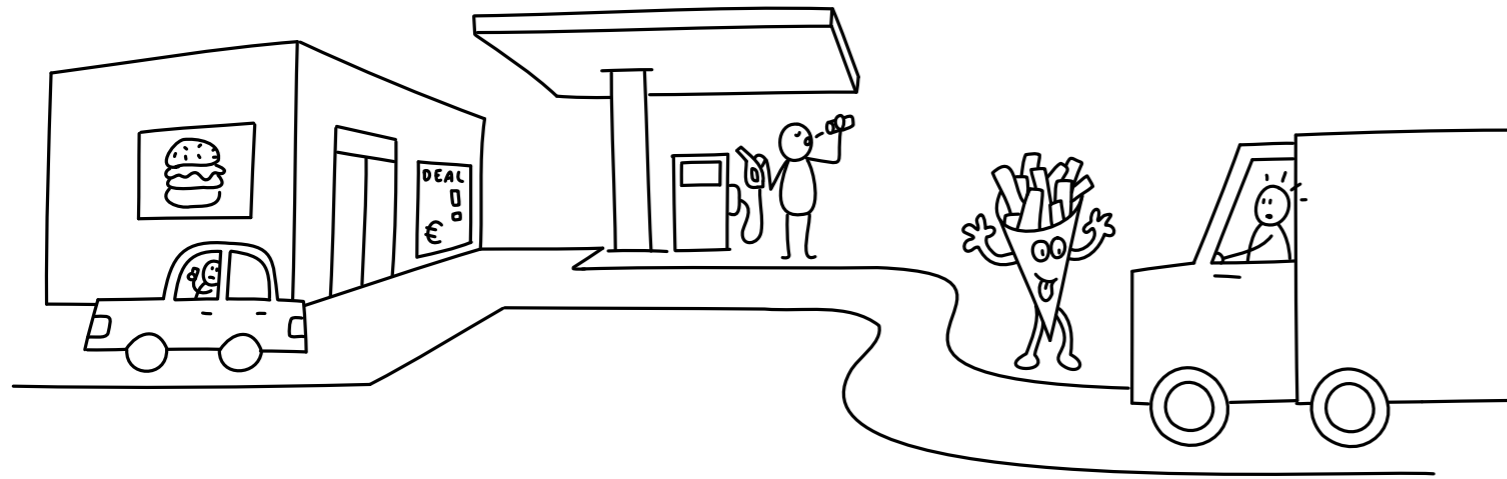


**GEZOND ONDERWEG**

*Samen naar een beter voedselaanbod*

# GEZOND ONDERWEG

Op weg naar een gezond aanbod langs de snelweg



Dagelijks maken veel weggebruikers zoals vrachtwagenchauffeurs en automobilisten een keuze om onderweg (iets) te eten en te drinken.

Vanuit de Regio Deal Foodvalley zijn factoren die de voedselomgeving bij tankstations en andere aanbieders langs de snelweg beïnvloeden in kaart gebracht.

De verbanden en samenhang tussen deze factoren zijn in beeld gebracht middels een systeemkaart, op basis waarvan concrete acties zijn geformuleerd die kunnen aanzetten tot het creëren van een gezonde voedselomgeving onderweg.

### **Regio Deal Foodvalley**

Dit project, dat onderdeel is van Wageningen University & Research, maakt deel uit van de "[Regio Deal Foodvalley](#)", thema 2: "[Gezonde voeding van prille start tot oude dag](#)". Regio Deal Foodvalley is een samenwerking van het Rijk, partijen uit de regio en kennispartijen.

Eén van de doelen van de Regio Deal Foodvalley is het creëren van een omgeving die mensen verleidt tot het eten van gezond voedsel, op bijvoorbeeld bedrijven, scholen, maar ook onderweg.

### DE VOEDSELOMGEVING

De afgelopen decennia is het aantal mensen met overgewicht, obesitas en voedingsgerelateerde chronische ziekten in Nederland sterk gestegen (1, 2). De toename in overgewicht, obesitas en voedingsgerelateerde chronische ziekten wordt grotendeels veroorzaakt door veranderingen in onze voedselconsumptie en vermindering van lichamelijke activiteit (3).

De voedselinname van een grote meerderheid van de Nederlandse bevolking voldoet niet aan de voedingsrichtlijnen van de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum, dat laat zien wat een gezond en duurzaam voedingspatroon is (gebaseerd op de Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad); we eten te veel sterk bewerkte voedingsmiddelen rijk aan verzadigd vet, suiker en zout, en te weinig verse onbewerkte producten zoals groente, fruit en vezelrijke voedingsmiddelen (4).

Onze voedselkeuzes zijn complex en worden sterk beïnvloed door onze voedselomgeving (5). De voedselomgeving bestaat onder andere uit het aanbod van eten en drinken, sociaal-culturele normen over eten en drinken, de prijs en promotie van voedingsmiddelen en overheidsbeleid en wetgeving over voeding (6). Een gezonde voedselomgeving ondersteunt voedselkeuzes die bijdragen aan een gezond voedingspatroon.

In de huidige Nederlandse voedselomgeving worden er meer producten aangeboden die niet in de Schijf van Vijf staan dan producten die daar wel in staan (7,8). Deze producten zijn eveneens goedkoper en vaker in de aanbieding (8). Op deze manier maakt de huidige voedselomgeving de gezonde keuze niet de gemakkelijke keuze voor de consument.

## DE VOEDSELOMGEVING ONDERWEG

Dagelijks maken veel weggebruikers zoals vrachtwagenchauffeurs en automobilisten een keuze om onderweg (iets) te eten en te drinken. Per dag komen er ongeveer 1.3 miljoen mensen langs een tankstation (9). Dit geeft aan dat veel consumenten worden blootgesteld aan de voedselomgeving onderweg. Uit eerder onderzoek blijkt dat 50% van de tankstation bezoekers gemiddeld één keer per maand wat koopt. Vrachtwagenchauffeurs zijn als veelvuldig weggebruikers ook vaak consument onderweg, zo eet 30% van de chauffeurs 1-3 keer per week iets bij een wegrestaurant of tankstation (10).

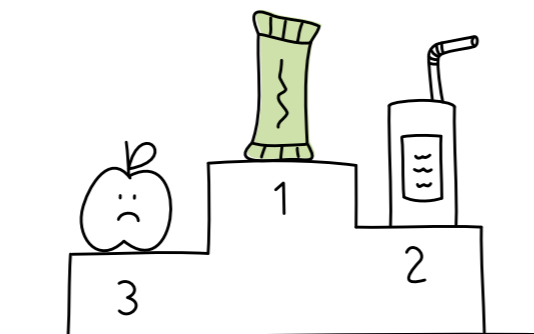
Een verleidelijk maar grotendeels ongezond eet- en drinkaanbod bij tankstations en wegrestaurants maakt het momenteel niet gemakkelijk om een lekkere gezonde optie te kiezen. Onderzoek laat echter zien dat mensen graag een gezonder aanbod willen onderweg (11).

Tankstations en wegrestaurants kunnen hierop inspelen door het aanbieden van lekkere gezondere producten en zo klanten aantrekken die op zoek zijn naar een gezonder alternatief onderweg. Tevens is er in het Nationaal Preventieakkoord aangehaald om gezond eten langs snelwegen makkelijker te maken (12).

## GEZOND ONDERWEG

Vanuit de Regiodeal Food Valley organiseerden Wageningen University & Research en het Voedingscentrum twee bijeenkomsten in Oktober 2023, waar vertegenwoordigers van belanghebbende organisaties en bedrijven samen aan de slag gingen om tot acties te komen om het aanbod langs snelwegen te optimaliseren.

Deze bijeenkomsten hadden als doel om de factoren te identificeren die van invloed zijn op het aanbod van eten en drinken onderweg. Daarbij zijn door alle aanwezigen actiepunten geformuleerd om stappen te zetten naar een gezondere voedselomgeving onderweg.



## METHODOLOGIE

In dit project is een systeemaanpak gebruikt (zie box 1). Hierbij werd gebruik gemaakt van bestaande methoden voor het ontwikkelen van een systeemkaart en het identificeren van acties om de voedselomgeving onderweg te optimaliseren.

**Bijeenkomst 1: Tijdens deze bijeenkomst waren er 37 vertegenwoordigers aanwezig van tankstations, wegrestaurants, supermarkten, concept ontwikkelaars, leveranciers, producenten, belangenverenigingen, vrachtwagenchauffeurs, (nationale) beleidsmakers, experts op het gebied van de voedselomgeving.**

In de eerste bijeenkomst zijn deze vertegenwoordigers aan de slag gegaan om de complexiteit van het probleem inzichtelijk te maken. Hierbij stond de volgende vraag centraal: *Welke factoren houden de overwegend ongezonde voedselomgeving langs snelwegen in stand (waardoor voornamelijk ongezonde keuzes worden gestimuleerd)?*

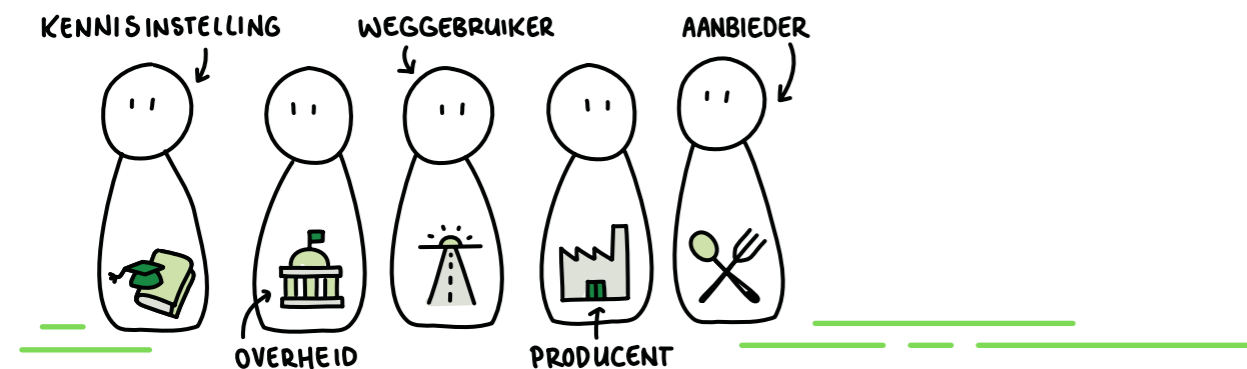
De bijeenkomst werd gestart met een korte introductie over de algemene kenmerken van de voedselomgeving en het belang van systeemdenken om complexe problemen, zoals het verbeteren van de voedselomgeving, aan te vliegen.

Daarna werd de aanwezigen gevraagd om zelf zoveel mogelijk factoren te identificeren die antwoord geven op de centrale vraag. Vervolgens werden zij gevraagd om in subgroepen van ca. 5-6 vertegenwoordigers vanuit verschillende achtergronden de vijf belangrijkste factoren te selecteren. Nadat deze factoren plenair werden besproken, werd geïdentificeerd hoe deze factoren met elkaar samenhangen en interacteren, wat resulteerde in een systeemkaart van de voedselomgeving langs snelwegen.

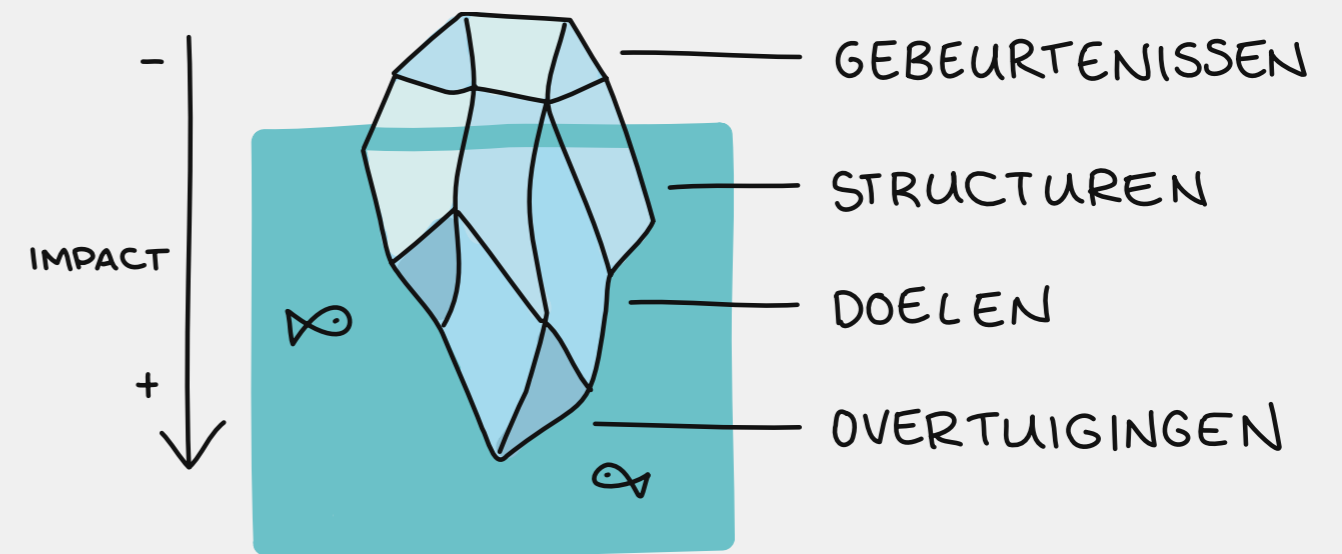
Na afloop van de eerste bijeenkomst heeft het onderzoeksteam deze systeemkaart verder aangescherpt en de kritieke factoren in het systeem (ook wel 'aangrijpingspunten' genoemd) geïdentificeerd die een substantiële verandering van het systeem in gang kunnen zetten als deze worden aangepakt. Dit zijn bijvoorbeeld factoren die invloed hebben op heel veel andere factoren in het systeem, of die een versterkende werking kunnen hebben op andere factoren, waardoor juist het ongezonde karakter van de voedselomgeving in stand wordt gehouden.

Bijeenkomst 2: Tijdens deze bijeenkomst waren er ook 37 belanghebbenden aanwezig waaronder tankstationhouders, wegrestauranthouders, on-the-go-winkels, concept ontwikkelaars, leveranciers, producenten, belangenverenigingen, vrachtwagenchauffeurs, (nationale beleidsmakers) en experts op het gebied van de voedselomgeving. 21 van deze belanghebbenden waren ook aanwezig tijdens de eerste bijeenkomst. 16 stakeholders waren alleen bij deze tweede bijeenkomst aanwezig.

De tweede bijeenkomst werd gestart met een korte herhaling over de algemene kenmerken van de voedselomgeving en het belang van systeemdenken. Vervolgens werd de ontwikkelde systeemkaart van de eerste bijeenkomst besproken en werden de geïdentificeerde aangrijpingspunten binnen het systeem toegelicht. Vervolgens gingen de experts in zeven subgroepen (van ca. 5-6 vertegenwoordigers) uiteen om concrete acties te bedenken voor ieder aangrijpingspunt, met als doel het systeem onderliggend aan de voedselomgeving onderweg gezonder te maken. Iedere groep kreeg twee aangrijpingspunten waarmee zij aan de slag gingen zodat er acties ontwikkeld werden op verschillende lagen in het systeem (zie box 1b en Figuur 1). Voor ieder aangrijpingspunt werd per groep uiteindelijk twee acties geselecteerd waarvan de deelnemers dachten dat dit het meeste effect kon hebben op het creëren van een gezonde voedselomgeving, maar ook waar zij zich allen in konden vinden (om zo ook invulling aan de haalbaarheid van de acties te schenken).



### BOX 1 - SYSTEEMAANPAK



#### Box 1a Systeemdenken

Als er een eenvoudige oplossing zou zijn om een voedselomgeving te creëren die een gezond eetpatroon bevordert, zou deze waarschijnlijk al zijn toegepast. Maar eenvoudig is het niet. Er is niet één simpele handeling om de voedselomgeving te veranderen. Dit zal moeten ontstaan vanuit een samenspel van verschillende factoren die gezamenlijk het systeem dat de huidige voedselomgeving langs de snelweg in stand houdt (13).

Een mooie metafoor voor dit systeem is een ijsberg. Van een ijsberg is alleen het topje zichtbaar (zo'n 10% van de ijsberg), de rest bevindt zich onder water. Echter, dat wat zich onder water bevindt (zo'n 90% van de ijsberg) bepaalt welk gedrag de ijsberg vertoont. Door onder het wateroppervlak te kijken kun je de werkelijke oorzaken aanpakken en vind je de 'aangrijpingspunten'. Dit zijn factoren in het systeem waar veranderingen kunnen leiden tot de gewenste uitkomsten in de voedselomgeving langs de snelweg (13).

#### Box 1b Systeemacties

Systeemacties dienen zich te richten op het gehele systeem onderliggend aan de voedselomgeving (en omvat de gehele ijsberg). Acties die enkel ontwikkeld worden voor het topje van de ijsberg (boven water) hebben namelijk weinig invloed op het hele systeem (onder water). De kans dat zulke acties het gehele systeem veranderen is gering. Acties gericht op het onderliggende systeem kunnen de huidige patronen en structuren doorbreken die bijdragen aan het in stand houden van de ongezonde voedselomgeving onderweg. Tot slot kunnen acties die zich richten op de overtuigingen en doelen binnen het systeem veranderingen teweeg brengen in de wijze waarop de dingen worden gedaan of vanuit welke opvattingen.

## RESULTATEN

### Systemkaart Gezond Onderweg

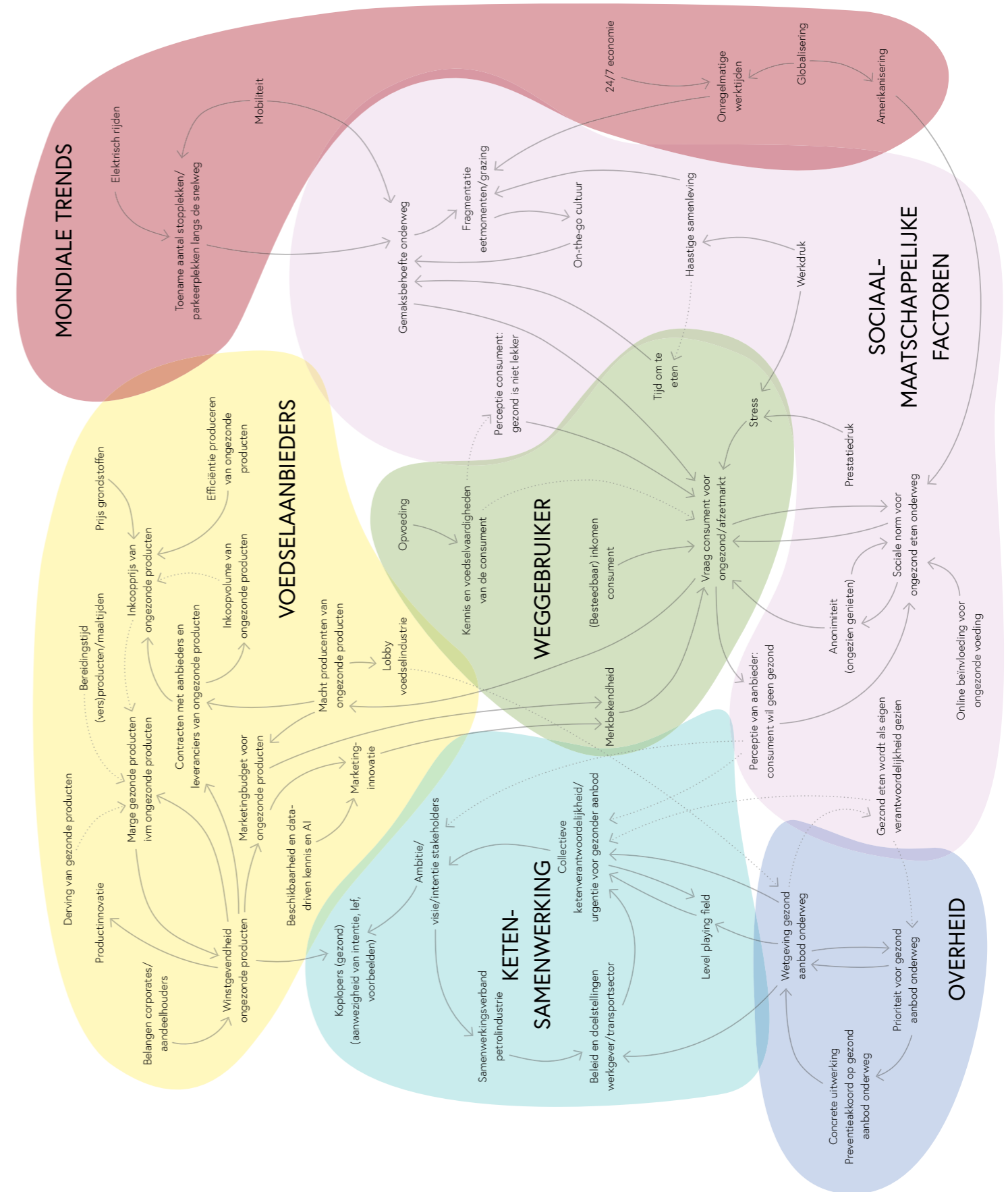
Voor het project 'Gezond Onderweg' hebben verschillende belanghebbenden 51 systeemfactoren geïdentificeerd die de overwegend ongezonde voedselomgeving langs snelwegen in stand houden. Deze factoren zijn weergegeven in een systeemkaart en zijn onderverdeeld in verschillende domeinen, namelijk: ketensamenwerking, voedselaanbieders/levensmiddelenindustrie, de overheid, de weggebruiker, sociaal- maatschappelijke factoren en mondiale trends (Figuur 1). In de systeemkaart is te zien dat de verschillende domeinen en factoren niet op zichzelf staan, maar met elkaar samenhangen. Hierbinnen zijn 14 factoren als aangrijpingspunt aangemerkt, hieronder aangegeven met groene letters en (#...). Hieronder worden alle domeinen toegelicht.

### Ketensamenwerking

In dit domein hebben deelnemers factoren geïdentificeerd die momenteel, door een gebrek aan samenwerking in de keten, leiden tot een voornamelijk ongezonde voedselomgeving onderweg. In Figuur 1 is te zien dat binnen het domein 'ketensamenwerking' de meeste pijlen leiden naar het **ontbreken van ketenverantwoordelijkheid** (#1). Er werd benoemd dat er momenteel binnen de keten geen urgentie en intentie is om een gezonde voedselomgeving onderweg te creëren. Daarnaast houden factoren in stand dat **beleid en doelstellingen van werkgeversorganisaties (e.g. in de transportsector) ontbreken** (#2). Bij werkgeversorganisaties of brancheorganisaties in de transportsector wordt het stimuleren van gezond eten of de wens om een gezond aanbod langs de snelweg te realiseren niet actief nagejaagd. Ook **ontbreken er momenteel bedrijven die vooroplopen (zgn. koplopers) in het aanbieden van gezond eten onderweg** (#3). Dit komt o.a. door concurrentie tussen tankstations langs de snelweg en het ontbreken van een level playing field. Hierdoor worden er geen grote of gezamenlijke stappen gezet (uit angst om klanten te verliezen). Dit laatste hangt ook samen met de voedselaanbieders/levensmiddelenindustrie die een rol spelen bij het aanbod bij de tankstations (zie het domein hierna).

### Voedselaanbieders/levensmiddelenindustrie

In dit domein van het systeem (Figuur 1) zijn factoren door de deelnemers geïdentificeerd die laten zien welke rol voedselaanbieders en de levensmiddelenindustrie hebben in het in stand houden van een overwegend ongezond voedselaanbod onderweg. Zo is benoemd dat de voedselomgeving (langs de snelweg) is ingericht vanuit de **doelstelling om winst te maken en economische groei te bewerkstelligen** (#4), waarbij deze doelstellingen of belangen van aandeelhouders prevaleren boven volksgezondheid. Tevens werd benoemd dat in Nederland (maar ook daarbuiten) de levensmiddelenindustrie een sector is waarin enkele grote spelers een aanzienlijke **marktmacht** (#5) hebben. Zij hebben een groot marketing budget voor de promotie van het aanbod en positionering in de winkel. Tevens hebben kleinere spelers, met gezonde innovaties, hierdoor minder mogelijkheid om onderdeel te worden van de voedselomgeving onderweg. Tot slot werd ook besproken dat een **gezond aanbod minder winstgevend** (#6) is voor aanbieders dan een ongezond aanbod. Dit komt door een gelimiteerde houdbaarheid, een hogere kans op derving en daardoor een lagere marge voor gezonde producten, in vergelijking met ongezonde producten. Ook dit beperkt een gezond voedselaanbod onderweg.



Figuur 1. Systemkaart van de voedselomgeving onderweg

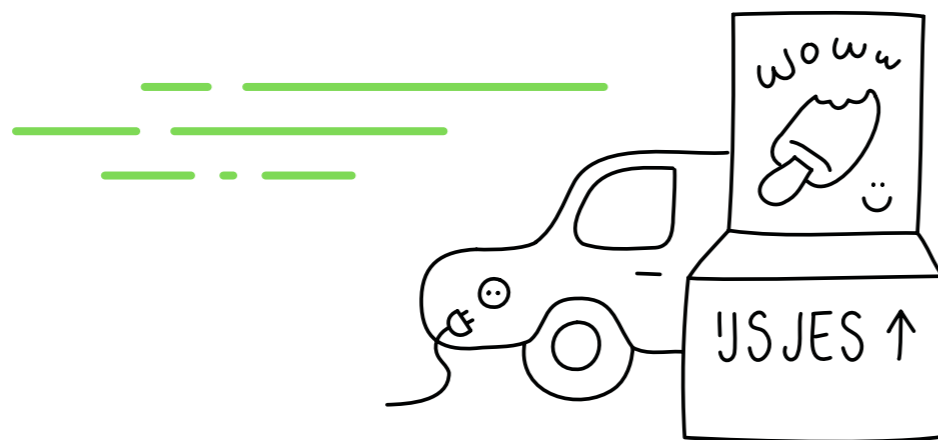


## De overheid

Deelnemers hebben ook factoren vanuit de (nationale) overheid geïdentificeerd die het overwegend ongezonde voedselaanbod onderweg in stand houden. Allereerst werd benoemd dat in de beleidsvoering van de publieke gezondheid een sterke overtuiging is dat **het maken van gezonde voedselkeuzes een individuele verantwoordelijkheid is** (#7). Hierdoor wordt er in Nederland vooral ingezet op individuele strategieën om gezonde keuzes te bewerkstelligen (bijv. voorlichting). Anders dan bijvoorbeeld bij voedselveiligheid, **is een ‘gezonde voedselomgeving’ geen prioriteit** (#8) van de Nederlandse overheid, en zijn er geen concrete doelen geformuleerd om een gezonde voedselomgeving (langs de snelweg) te realiseren. Dit leidt tot het **ontbreken van concreet overheidsbeleid om een gezonde voedselomgeving onderweg te creëren** (#9). Er zijn bijvoorbeeld geen richtlijnen, beleidsnota's, visiedocumenten, wetgeving, handleidingen of strategieën voor een gezond aanbod langs de snelweg beschikbaar. In het Nationaal Preventieakkoord is maar één zin besteed aan het gezonder maken van de voedselomgeving onderweg, namelijk: "Om gezonder eten ook onderweg makkelijker te maken, wordt samen met relevante partijen gewerkt aan een gezonder voedingsaanbod in en rond snelwegen en openbaar vervoer". Echter, concrete uitwerking of acties hiervoor ontbreken tot op heden.

## Weggebruiker

De vraag vanuit de consument werd door de deelnemers ook geïdentificeerd als een factor die bijdraagt aan het in stand houden van de ongezonde voedselomgeving onderweg. Eén van de factoren die deze vraag in stand hield was dat **de weggebruiker onvoldoende kennis of voedselvaardigheden heeft** (#10) om gezonde keuzes onderweg te kunnen maken, en zij hierdoor kiezen voor met name ongezond eten onderweg. Aanwezigen benoemden ook andere individuele factoren die hieraan ten grondslag liggen zoals opvoeding, ervaren stress, besteedbaar inkomen en de korte tijd die weggebruikers bij een tankstation hebben om wat te eten.



## Sociaal- maatschappelijke factoren

Verschillende sociaal-maatschappelijke factoren werden door deelnemers geïdentificeerd waardoor de ongezonde voedselomgeving onderweg in stand wordt gehouden. Allereerst werd benoemd dat **het de (sociale) norm is om onderweg ongezond te eten** (#11), zowel gezien vanuit aanbieders als vanuit de weggebruikers. Aanbieders hebben de overtuiging dat de consument de voorkeur geeft aan ongezonde opties onderweg. Hierdoor is het aanbod van ongezonde voeding onderweg dominant. Dit leidt er vervolgens toe dat consumenten onderweg ook ervaren als een moment om (ongezien) te genieten van ongezonde producten waardoor de vraag naar deze ongezonde producten weer toeneemt. Naarmate meer consumenten andere weggebruikers onderweg ongezond zien eten, wordt dit gedrag voor hen steeds normaler. Daarnaast wordt ook het 'anonieme karakter' van eetgelegenheden onderweg benoemd als een factor die er aan bijdraagt dat de sociale norm voor ongezond eten onderweg in stand wordt gehouden.

Verder is een andere geïdentificeerde factor de **On-the-go cultuur** (#12). Waar vroeger eten voor onderweg werd meegenomen vanuit huis, is het tegenwoordig normaal om eten en drinken onderweg te kopen en op te eten. Een gemiddelde consument weet dat eten en drinken gedurende de gehele reis verkrijgbaar zijn. Ook zijn er minder traditionele eetmomenten, waar het aanbod op is gericht. Het eten wordt dusdanig bereid en aangeboden waardoor consumenten dit gemakkelijk staand of met één hand in de auto kunnen consumeren, op ieder moment van de dag.

Daarbij leven we in een **haastige samenleving** (#13), aldus de deelnemers. Tegenwoordig ervaren mensen veel werk- of prestatiedruk, moet alles snel (bv. lunchen onderweg), heeft men haast of stress. Dit draagt eraan bij dat consumenten eerder geneigd zijn om impulsieve en vluchtige voedselkeuzes te maken.

## Mondiale trends

Tot slot werden er door de deelnemers ook grotere mondiale trends genoemd die er aan bijdragen dat de huidige voedselomgeving ongezond is. Door de globalisering en "veramerikanisering" is het voedsellandschap en daardoor het aanbod in Nederland veranderd. De 24/7 economie en onregelmatige werktijden hebben op hun beurt gezorgd voor de fragmentatie in het aantal eetmomenten gedurende de dag (zie sociaal-maatschappelijke factoren).

Een geïdentificeerde factor specifiek voor het aanbod onderweg was de **toename van het aantal stopplekken/elektrisch rijden** (#14). Doordat in de afgelopen decennia het aantal stopplekken is toegenomen langs de snelweg heeft de voedselomgeving langs de snelweg ook een prominentere rol gekregen. Ook door de opmars van elektrisch rijden komen er meer stopplekken of plekken om te laden, wat ook gepaard kan gaan met de impact op de voedselomgeving onderweg.

## EEN GEZONDE VOEDSELOMGEVING LANGS DE SNELWEG – WAAR TE BEGINNEN?

De systeemkaart laat zien dat de voedselomgeving niet kan veranderen door één simpele interventie, en dat er verschillende belangrijke factoren zijn waarop tegelijkertijd ingezet dient te worden om de omgeving te veranderen. Zo is te zien dat er in ieder domein aangrijpingspunten zijn geïdentificeerd die gezamenlijk kunnen leiden tot een substantiële verandering van het systeem onderliggend aan de voedselomgeving onderweg. Voor ieder aangrijpingspunt hebben de belanghebbenden twee acties geïdentificeerd, resulterend in een totaal van 28 acties. Deze acties zijn vervolgens gegroepeerd in zes verschillende thema's. Uit de notulen van de tweede bijeenkomst zijn nog eens drie aanvullende acties opgenomen. De lijst laat zien dat ook bredere maatregelen, met een indirecte invloed op de voedselomgeving langs de snelweg, als belangrijk en relevant worden beschouwd in deze transitie. Hieronder worden de thema's en acties toegelicht.



### Thema 1: Ketenverantwoordelijkheid en samenwerking

Voor het creëren van een gezonde voedselomgeving onderweg zijn acties geïdentificeerd voor verschillende stakeholders binnen de gehele keten. In totaal hebben de deelnemers hiervoor zeven acties geïdentificeerd vanuit de aangrijpingspunten; 'het ontbreken van ketenverantwoordelijkheid' (#1), 'doelstelling om winst te maken en economische groei te bewerkstelligen' (#4), 'marktmacht' (#5) en 'gezond aanbod minder winstgevend is' (#6). De acties variëren van het maken van gezamenlijke afspraken tot het uitproberen van een gezonde pilot locatie.

#### Acties, specifiek gericht op partijen in de gehele keten om verantwoordelijkheid en samenwerking te versterken:

1. Richt een stuurgroep op die bestaat uit verschillende partijen in de gehele keten om samen te werken aan een gezonde voedselomgeving onderweg, en hiermee invulling te geven aan de doelstellingen in het Nationaal Preventieakkoord.
2. Maak keten-overkoepelende concrete (SMART) afspraken en keten-doelstellingen over een gezonde voedselomgeving onderweg.
3. Ontwikkel concrete doelstellingen in samenwerking met de marktleiders binnen de levensmiddelenindustrie om een gezond voedselaanbod langs snelwegen te realiseren (bijv., XX% van het assortiment staat in de Schijf van Vijf, naast ieder product dat niet in de Schijf van Vijf staat wordt ook een gezonder alternatief aangeboden).
4. Pas de Richtlijn Eetomgevingen van het Voedingscentrum aan voor het voedselaanbod gericht op stopplekken voor de gehele keten (bijv. de shop van de toekomst).
5. Ontwikkel een pilot locatie 'gezonde tankstation shop van de toekomst'.
6. Initieer een lobby vanuit de sector voor een concreter beleid vanuit de overheid om publieke verontwaardiging te creëren over de huidige voedselomgeving.
7. Zet binnen de gehele keten, in gezamenlijkheid (als collectief), in op product- en procesontwikkeling voor een gezonder aanbod.

### Thema 2: Inrichting stopplekken: gezond aanbod en plek om te onthaasten

Voor het creëren een gezonde voedselomgeving onderweg kan ook aandacht besteed worden aan de inrichting van stopplekken onderweg. Hiervoor zijn zes acties geïdentificeerd waarmee nieuwe stopplekken ingericht kunnen worden of voor bestaande stopplekken om naar toe te veranderen. Deze acties zijn ontwikkeld voor de aangrijpingspunten 'de toename van het aantal stopplekken/elektrisch rijden' (#14), 'het de (sociale) norm is om onderweg ongezond te eten' (#11), 'On-the-go cultuur' (#12) en een 'haastige samenleving' (#13). Een nieuwe functie van stopplekken vereist niet alleen een verandering in de 'mindset' van consumenten, maar ook daadwerkelijke mogelijkheden om te onthaasten moeten worden gecreëerd. Zo zijn er acties geïdentificeerd op de fysieke inrichting van stopplekken en zijn er acties geïdentificeerd op productontwikkeling van gezonde, houdbare producten. Dergelijke acties kunnen mogelijk opgenomen worden in de criteria van veilingen door de overheid zoals beschreven in thema 4: overheidsbeleid.

#### Acties specifiek gericht op beleid voor inrichting stopplekken: gezond aanbod en plek om te onthaasten:

1. Richt stopplekken in als 'oase van rust', bijvoorbeeld met meer groen en zitplekken.
2. Richt speciaal gezonde 'stopplekken' in met een gezonder aanbod aan eten en drinken, en waar de ruimte is om te kunnen rusten of ontspannen.
3. Stel het aanbieden van een 'gezond' alternatief naast een product dat niet in de Schijf van Vijf staat verplicht bij het inrichten van een nieuwe stopplek.
4. Stel het verplicht dat promoties en communicatie alleen gericht zijn op gezonde producten bij het openen van nieuwe stopplekken.
5. Ontwikkel handzame gezonde, houdbare producten die geschikt zijn om 'on-the-go' te consumeren, om derving zoveel mogelijk te voorkomen.
6. Voorzie Stadhubs van gezonde kantines, of zorg dat er een gezond aanbod is in de buurt van los- en laaddocks en laadpunten voor chauffeurs.

### Thema 3: Delen en communiceren van good practices

Voor het creëren van een gezonde voedselomgeving onderweg is er behoefte aan meer communicatie en het delen van zgn. 'good practices'. Hierdoor wordt het voor ondernemers makkelijker om de kansen in de markt te herkennen, te begrijpen hoe zij dit kunnen delen en communiceren, en bovendien te ontdekken wat anderen in de branche al doen. Hiervoor zijn drie acties ontwikkeld vanuit de aangrijpingspunten 'ontbreken van ketenverantwoordelijkheid (#1)' en 'ontbreken er momenteel bedrijven die vooroplopen (zgn. koplopers) in het aanbieden van gezond eten onderweg (#3)'. Voor de meeste acties zijn geen specifieke verantwoordelijke stakeholders aangewezen, maar deze kunnen voortvloeien uit een speciaal opgerichte stuurgroep, zoals geadviseerd in het eerder genoemde thema.

#### Acties, specifiek gericht op delen en communiceren van good practices:

1. Identificeer kansen in de markt om een gezonder aanbod te realiseren. Maak bijvoorbeeld een overzicht van alle succesvolle strategieën die (inter)nationaal worden toegepast om een gezond aanbod onderweg te realiseren.
2. Zet koplopers van gezonde aanbieders onderweg in de schijnwerpers en ondersteun hen hierbij (via media, subsidies etc.).
3. Laat de Samenwerkende Gezondheidsfondsen een rol spelen in de communicatie naar de consument om de koplopers (de hele keten; van producent tot consument) beter in beeld te brengen.



### Thema 4: Overheidsbeleid (nationaal/Europees)

Voor het creëren van een gezonde voedselomgeving onderweg is het essentieel dat de overheid beleidsmaatregelen implementeert. In totaal hebben de deelnemers acht acties geïdentificeerd waarmee de overheid volgens hen op verschillende manieren stappen kan zetten om het aanbod onderweg te optimaliseren. Deze acties zijn onder andere ontwikkeld voor de aangrijpingspunten 'het maken van gezonde voedselkeuzes een individuele verantwoordelijkheid is' (#7), 'is een 'gezonde voedselomgeving' geen prioriteit' (#8) en 'het ontbreken van concreet overheidsbeleid om een gezonde voedselomgeving onderweg te creëren' (#9). Deze acties variëren van het opstellen van concrete richtlijnen tot aan de aanbevelingen om ambities en doelstellingen verder uit te werken en te realiseren.

#### Acties, specifiek gericht op het aanpassen en invoeren van overheidsbeleid:

1. Werk en voer de ambitie omschreven in het Nationaal Preventieakkoord verder uit, bijvoorbeeld door het ontwikkelen en implementeren van concrete acties om een gezonder aanbod onderweg te realiseren.
2. Integreer criteria voor een gezonde voedselomgeving (bv. aanbod eten/drinken) in veilingen van rijkswegstations door Rijkswaterstaat (waarbij er wordt samengewerkt tussen het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn & Sport en Rijkswaterstaat).
3. Stel de Richtlijn Eetomgevingen van het Voedingscentrum verplicht voor alle voedselaanbieders onderweg (hierbij kan een ambitieniveau worden vastgesteld met elkaar, bijvoorbeeld 80% van het assortiment is gezond).
4. Maak "een gezond voedselaanbod" onderdeel van vergunningen voor de verhuur van stopplaatsen vanuit de overheid.
5. Monitor en benchmark de mate van gezondheid van de voedselomgeving langs de snelweg (bijv. aan de hand van een index gezonde voedselomgeving). Deze benchmark kan worden gebruikt als positieve prikkel (bijv. door de koplopers in kaart te brengen) of geïntegreerd worden in de maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) prestatieladder.
6. Voer verschillende effectief bewezen prijsmaatregelen in om gezond eten te stimuleren (bijv. subsidie op groente en fruit) en om ongezonde voedselkeuzes te ontmoedigen (bijv. suikertaks).
7. Stimuleer het opstellen van concrete doelstellingen op Europees niveau (met daarbij EU-brede richtlijnen en incentives), om in heel Europa een gezonde voedselomgeving onderweg te realiseren.
8. Stel een tegemoetkoming beschikbaar als bedrijven doelstellingen hebben behaald of stappen hebben gezet om een gezondere voedselomgeving te creëren.



### Thema 5: Consument (communicatie, educatie en bewustwording)

Vanuit de stakeholders zijn er vijf acties geïdentificeerd gericht op de consument. Dit om meer bewustwording en kennis te creëren zodat consumenten een bewuste keuze kunnen maken. De acties zijn ontwikkeld voor de volgende aangrijpingspunten 'de weggebruiker onvoldoende kennis of voedselvaardigheden heeft' (#10), 'het de (sociale) norm is om onderweg ongezond te eten' (#11), 'On-the-go cultuur' (#12) en 'haastige samenleving' (#13). De acties variëren van het bewust maken van de consumenten d.m.v. campagnes tot het geven van voedsel educatie op scholen.

#### Acties specifiek gericht op de consument (communicatie, educatie en bewustwording):

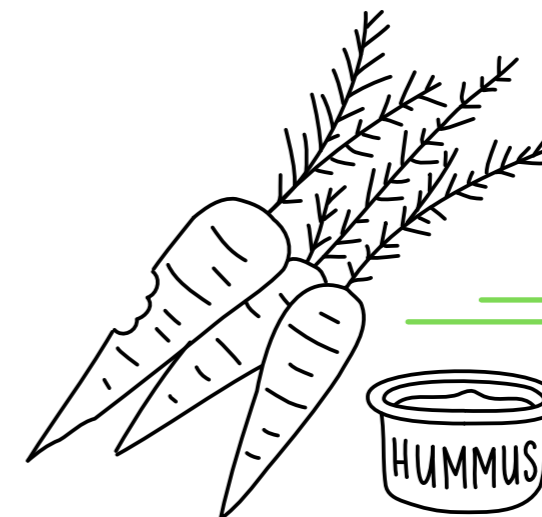
1. Ontwikkel een (bijv. SIRE) campagne om mensen te stimuleren om meer tijd te nemen onderweg om te eten en om niet alles gehaast te hoeven doen.
2. Zet grootschalige campagnes op vanuit producenten om gezonde keuzes te promoten en bewustwording te creëren dat gezonde producten ook aanwezig en lekker zijn voor onderweg.
3. Ontwikkel en implementeer kleine prikkels in de eetomgeving onderweg, (bv. woblers/schapkaartjes) met inspirerende en stimulerende stellingen over gezonde voeding, bijv. 'heb jij al 2 stuks fruit op?'
4. Neem structureel gezonde voeding/leefstijl op in het lesaanbod op scholen waardoor kinderen leren wat gezond eten en drinken is.
5. Informeer consumenten over de mate van gezondheid van voedingsmiddelen via verschillende kanalen, bijvoorbeeld via de Nutri-score op de plek van aankoop, of online via influencers.

### Thema 6: Werkgevers

De transportsector is één van de grootste bedrijven die veel werknemers ofwel 'chauffeurs' hebben die voor hun werk onderweg zijn. Voor het creëren van een gezonde voedselomgeving onderweg hebben werkgevers ook verantwoordelijkheid volgens de aanwezigen. Hiervoor zijn twee acties geïdentificeerd waarmee werkgevers, werknemers kunnen helpen om gezondere keuzes te maken. Deze acties zijn ontwikkeld vanuit het aangrijpingspunt 'beleid en doelstellingen van werkgeversorganisaties (e.g. in de transportsector) ontbreekt' (#2).

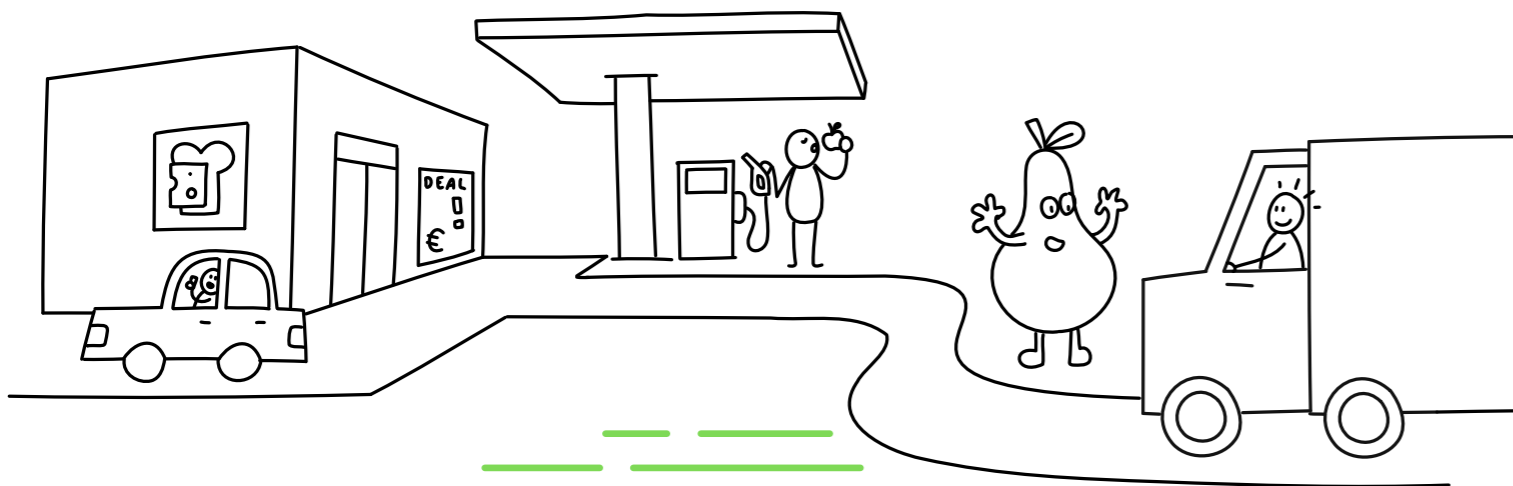
#### Acties specifiek ontwikkeld voor werkgevers:

1. Draag ideeën voor aan werkgevers om een gezond voedingspatroon onder werknemers te stimuleren en faciliteer werkgevers hierbij financieel, bijv. door gezond eten voordelig te maken met een tankpas of een gezonde maaltijd te subsidiëren.
2. Maak de voordelen van gezonde werknemers, het belang van een gezond voedingspatroon en de rol van werkomstandigheden, inzichtelijk voor werkgevers.



## EEN GEZONDE VOEDSELOMGEVING LANGS DE SNELWEG – VERVOLGSTAPPEN?

Dit project laat zien dat verschillende systeemfactoren de overwegend ongezonde voedselomgeving langs snelwegen in stand houden waardoor er verschillende acties nodig zijn om de voedselomgeving onderweg te optimaliseren. Het uitvoeren van systeemacties vereist een collectieve inspanning en een gecoördineerde aanpak om duurzame en impactvolle resultaten te bereiken. De opgehaalde inzichten binnen dit project kunnen een aanpak om een gezonde voedselomgeving onderweg te realiseren verder vormgeven.



## WAT DOET HET VOEDINGSCENTRUM?

Het Voedingscentrum stimuleert dat eetomgevingen zo zijn ingericht dat de gezonde en duurzame keuze volgens de Schijf van Vijf vanzelfsprekend is voor iedereen. Steeds meer aanbieders werken aan een gezonde en duurzame eetomgeving. De Richtlijn Eetomgevingen van het Voedingscentrum laat hen zien hoe ze dat stap voor stap bereiken. Aanbieders kunnen terecht bij het Voedingscentrum voor advies, tools en meer verdieping: [www.voedingscentrum.nl/eetomgevingen](http://www.voedingscentrum.nl/eetomgevingen)

Hulp nodig bij het gezonder en duurzamer maken van de eetomgeving?

Kijk voor advies, tools en meer verdieping op: [www.voedingscentrum.nl/eetomgevingen](http://www.voedingscentrum.nl/eetomgevingen)

Of stuur een mail naar: [eetomgeving@voedingscentrum.nl](mailto:eetomgeving@voedingscentrum.nl)

## MEER INFORMATIE

Meer informatie over dit project en de Regio Deal Foodvalley kunt u vinden op

<https://www.regiofoodvalley.nl/programma/regio-deal/themas/gezonde-voeding/eetomgeving>

Informatie over de Leerstoelgroep Consumptie en Gezonde Leefstijl van de Wageningen Universiteit is te vinden op: [www.wur.eu/chl](http://www.wur.eu/chl)

## ONDERZOEKSTEAM

### Wageningen University & Research (WUR) - Leerstoelgroep Consumptie en Gezonde Leefstijl

Dr. Maartje Poelman

Lisanne Geboers MSc.

Frédérique Rongen MSc.

Dr. Sanne Djojosoeparto

### Amsterdam UMC - Department of Public and Occupational Health

Dr. Coosje Dijkstra

### Voedingscentrum

Kathelijne Bottema, Adviseur Eetomgevingen

U kunt als volgt naar dit rapport verwijzen:

Poelman M.P., Geboers L., Rongen F.C., Djojosoeparto S.K. & Dijkstra S.C. Gezond Onderweg -

Op weg naar een gezond aanbod langs de snelweg. Wageningen Universiteit 11 blz.

<https://doi.org/10.18174/653017>

Copyright: CC-BY-NC 4.0

## REFERENTIES

1. VZinfo.nl. Overgewicht | Gevolgen [Available from: <https://www.vzinfo.nl/overgewicht/gevolgen>].
2. VZinfo.nl. Overgewicht | Leeftijd en geslacht | Volwassenen [Available from: <https://www.vzinfo.nl/overgewicht/leeftijd-geslacht/volwassenen>].
3. WHO. Obesity and overweight 2023 [Available from: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>].
4. RIVM. Opvolging van alle richtlijnen [Available from: [https://www.wateetnederland.nl/resultaten/richtlijnen/alle\\_richtlijnen](https://www.wateetnederland.nl/resultaten/richtlijnen/alle_richtlijnen)].
5. Vandenbroeck P, Goossens J, Clemens M. Foresight obesity system map. UK Government's Foresight Programme. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7b8811ed915d4147620fb2/07-1177-obesity-system-atlas.pdf>
6. Swinburn, B., Egger, G., & Raza, F. (1999). Dissecting obesogenic environments: the development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. *Preventive medicine*, 29(6), 563-570.
7. Pinho MGM, Mackenbach JD, den Braver NR, Beulens JJ, Brug J, Lakerveld J. Recent changes in the Dutch foodscape: socioeconomic and urban-rural differences. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2020;17(1):1-11.
8. Poelman M, Dijkstra C, Djojoseparto S, de Vet E, Seidell J, Kamphuis C. Monitoring van de mate van gezondheid van het aanbod en de promoties van supermarkten en out-of-home-ketens: Inzicht in de huidige stand van zaken en aanbevelingen voor het opzetten van een landelijke monitor: Wageningen University; 2021.
9. Reinders M, van Haaster-de Winter M, van den Berg I, Bakker J. Kansen voor duurzaam eten onderweg. LEI; 2012. Report No.: 9086155804. <https://edepot.wur.nl/205487>
10. Geboers, Djojoseparto, Rongen & Poelman. Long-Haul Truck Drivers' Lifestyle on the Road (in preparation). 2024.
11. Boeijinga A, Hoeken H, Sanders J. Health promotion in the trucking setting: Understanding Dutch truck drivers' road to healthy lifestyle changes. *Work*. 2016;55(2):385-97.
12. MinVWS. Nationaal Preventieakkoord. Ministerie van VWS Den Haag; 2018.
13. Klimaan. Systeendenken: het ijsbergmodel [Available from: <https://klimaan.be/ijsbergmodel/>].



Grafisch ontwerp en illustraties door De PlaatPraters  
Logo door Dr.ArtSci

