

Het HECTOR-project

Buitenshuis eten: een gezonde gewoonte?

Carl Lachat^{1,2}, Ria van der Maas³, Patrick Kolsteren^{1,2}

¹ Vakgroep voedselveiligheid en voedselkwaliteit, faculteit Bio-Ingenieurswetenschappen, Universiteit Gent, België

² Eenheid Voeding en Gezondheid van het Kind, departement Volksgezondheid, Prins Leopold Instituut voor Tropische Geneeskunde, Antwerpen, België

³ Unilever Research & Development, Vlaardingen, Nederland

Buitenshuis eten is niet langer voor speciale gelegenheden. We eten steeds vaker onderweg, in een restaurant of uit automaten. Klaargemaakte maaltijden worden steeds belangrijker in onze dagelijkse voeding. Veranderingen in levensstijl en de omgeving van de consument liggen ten grondslag aan de snelle toename in dieetgebonden aandoeningen, zoals overgewicht en zwaarlijvigheid. Wellicht spelen ze ook een sleutelrol in de oplossing hiervoor.

Wat opvalt, is dat buitenshuis eten heel sterk toegenomen is in de laatste decennia. Onder de noemer buitenshuis eten valt alles wat we niet binnen de huishoudelijke situatie klaarmaken. De samenstelling ervan wordt dus bepaald door de producenten en op een bepaalde manier controleren we dus steeds minder zelf wat we uiteindelijk eten.

VERSCHILLEN BINNEN EUROPA De verantwoordelijkheid van de producenten en bedrijven in de buitenshuissector is groot als het gaat om wat mensen eten. Een van de aspecten die vanuit gezondheidsoverwegingen een rol spelen is de voedingskundige evaluatie van de aangeboden maaltijden en snacks. Dit vraagt om kennis en middelen van de bedrijven die actief zijn in de sector. Deze kennis is echter niet altijd aanwezig. Indien investeringen nodig zijn in deze richting, is de verwachting dat dit voor grotere bedrijven gemakkelijker zal zijn dan voor de vele kleinere en middelgrote bedrijven.

Een vergelijkende studie in tien Europese landen toonde aan dat buitenshuis eten belangrijker lijkt te zijn in landen in het noorden van Europa vergeleken met de landen in het zuiden (1). Vooral koffie, thee, water en zoetigheden vallen onder de noemer van buitenshuis eten. Buitenshuis eten is ook geassocieerd met een sedentaire levensstijl en een hogere energie-inname en is vooral populair bij jongeren. De studie vond geen verband met zwaarlijvigheid. De resultaten maken voor-

FOTO: VENECA



VOEDSELVOORZIENING | 15 | APRIL 2010 | NUMMER 1

DE CATERINGBEDRIJVEN ZIJN EEN BELANGRIJKE ACTOR, OMDAT ZIJ ALS AANBIEDERS VERBETERINGEN IN DE SAMENSTELLING VAN BEREIDINGEN KUNNEN BEWERKSTELLEN.



FOTO: CHRIS SPIELMANN

BUITENSHUIS ETEN IS STERK TOEGENOMEN IN DE LAATSTE DECENNIA.

al duidelijk hoe belangrijk buitenshuis eten is en toont ook aan hoe uitgesproken de verschillen zijn binnen Europa. In West- en Noord-Europa is buitenshuis eten belangrijker in het weekend in vergelijking met weekdagen in het zuiden. Culturele verschillen in eetgewoontes, bereiding en levensstijlen zijn de belangrijkste verklaring hiervoor.

MEER ENERGIE We worden omringd met voeding met een hoge energiedichtheid en een omgeving die lichamelijke activiteit ontmoedigt (2). Verschillende studies, vooral uit de Verenigde Staten, toonden aan dat als we buitenshuis eten, we vaak ook meer energie consumeren. Enerzijds wordt dit toegeschreven aan een hogere energiedichtheid en anderzijds aan de consumptie van grotere porties. Een vergelijkende studie in Nederland, Ierland en het Verenigd Koninkrijk toonde aan dat de warme maaltijd (meestal als avondmaaltijd) de belangrijkste bron is voor de meeste micronutriënten (met uitzondering van calcium dat meer door brood tijdens andere maaltijden ingenomen wordt). Britse volwassenen consumeren 21 procent van deze maaltijden buitenshuis. Dit komt overeen met 27 procent van de energie-inname uit voeding. Volwassenen die minder buitenshuis aten, hadden een lagere energie-inname uit vet en eiwit en een hogere inname van koolhydraten (3).

MAALTIJDEN OP DE WERKVLOER Hoewel het duidelijk is dat we meer buitenshuis eten, zijn er weinig nationale gegevens beschikbaar over het voedingskundig belang van buitenshuis eten in Europa. De nationale voedselconsumptiepeiling van België toonde aan dat meer dan 35 procent van de bevolking meer dan 25 procent van zijn dagelijkse energie-inname buitenshuis haalde in 2004 (4). Energie-inname, energiedensiteit en de dagelijkse consumptie van de meeste voedselgroepen (behalve voor fruit en groenten) waren hoger bij mensen die veel (>25 procent) buitenshuis aten vergeleken met anderen. Buitenshuis eten was belangrijker bij mannen dan bij vrouwen en nam

af bij het ouder worden. De belangrijkste bron van buitenshuis eten bij volwassenen was de werkplaats. De maaltijden op de werkvloer bevatten minder groenten (maar meer fruit) vergeleken met maaltijden die ergens anders genomen werden.

SAMENWERKEN MET CATERINGSECTOR Het is duidelijk dat voedingsproblemen een complexe causaliteit kennen. Doeltreffende antwoorden kunnen dan ook alleen voortvloeien uit een samenwerking met verschillende actoren. Verschillende landen in de Europese Unie erkennen het belang van buitenshuis eten en willen dan ook strategieën uitwerken met de cateringsector om gezond buitenshuis eten gemakkelijker te maken. Ongeveer tweederde van de landen in Europa definieert een rol voor de cateringsector in hun nationaal voedingsbeleid (5). De voornaamste strategieën die hier beschreven zijn betreffen het informeren van de consument wanneer hij buitenshuis eet of klaargemaakte maaltijden koopt, het opleiden van het personeel en regelgeving voor reclame van levensmiddelen. De helft van de landen met een voedingsbeleid in Europa voorzien een overlegplatform op te richten om de samenwerking met de cateringsector te bevorderen. Slechts een minderheid van de landen in de Europese Unie werkte maatregelen uit om gezonde keuzes buitenshuis beschikbaar te maken voor sociaal-economisch zwakkere groepen in de samenleving. De cateringbedrijven zijn een belangrijke actor, omdat zij als aanbieders verbeteringen in de samenstelling van bereidingen kunnen bewerkstelligen. De consumptie van groenten op het werk kan bijvoorbeeld bevorderd worden door een aantrekkelijke manier van bereiden. In Denemarken is aangetoond dat meer variatie en een aantrekkelijke bereiding de consumptie van groenten en fruit op het werk heeft verhoogd (6). Meer inzicht in de voedingskundige hiaten zoals (te) lage groentenconsumptie en (te) hoge energieopname buitenshuis, zijn nodig om strategieën rond gezond eten buitenshuis goed te kunnen uitwerken.

IK KIES BEWUST Er is ook een rol voor de consument, die kan vragen naar gezondere opties en daarmee vraag en aanbod kan beïnvloeden. Veel gebruikte argumenten om voor de minder gezonde opties te kiezen buitenshuis zijn de beperkte beschikbaarheid en de verwachte minder goede smaak van de gezondere opties. Concurrenieren met lekker eten dat minder gezond is, kan alleen als de gezonde opties lekker

‘Verschillende studies toonden aan dat als we buitenshuis eten, meer energie consumeren’

en bij voorkeur lekkerder zijn dan de minder gezonde opties. Culinaire en nutritionele vaardigheden zijn nodig om dat te bereiken. Een aantal bedrijven speelt in op deze trend. Stichting Ik Kies Bewust is een voorbeeld van een initiatief om gezondere voeding in Nederland te stimuleren. Door een eenvoudig herkenbaar logo wordt de consument geholpen om gezondere keuzes te maken. Ook producten die in de catering (zoals bedrijfsrestaurants) worden verkocht, kunnen het Ik Kies Bewust-logo voeren. Binnen één cateringbedrijf moet dan beoordeeld worden of de verschillende gerechten aan de criteria voldoen (7).

HECTOR PROJECT Ondanks dit alles is duidelijk dat er meer onderzoek nodig is naar maaltijden die buitenshuis klaargemaakt worden in Europa. Om hieraan tegemoet te komen werd in 2006 het Europese HECTOR-project gestart. Hector is een letterwoord voor de Engelse woorden: 'gewoonten, determinanten en aanbevelingen voor consumenten en de Europese cateringsector'. Hector brengt een 34-tal onderzoeksgroepen uit 16 Europese landen in Europa samen (8). Uniek aan dit project is dat Hector een multidisciplinair platform is waarin zowel academische instellingen, beleidsmakers, consumentenorganisaties, kleine en middelgrote ondernemingen en multinationals rond de tafel zitten. Een belangrijke plaats in dit project wordt ingenomen door kleine en middelgrote ondernemingen, die een prominente plaats innemen wanneer het op buitenshuis eten aankomt in Europa. De belangrijkste doelstellingen van het project zijn om:

- kennis rond buitenshuis eten in Europa te bevorderen;
- de eetpatronen van Europese consumenten in kaart te brengen wanneer zij buitenshuis eten (zowel naar maaltijden, levensmiddelen als nutriënten toe);
- in te schatten hoe verschillende levensstijlen buitenshuis eten beïnvloeden;
- te kijken welke praktijken cateringbedrijven van verschillende grootte hanteren en hoe deze de eetgewoonten en keuzes van consumenten beïnvloeden;
- een methodologisch kader uit te werken om eetgewoonten en -keuzes voor buitenshuis eten op te volgen en in kaart te brengen. Hiervoor worden naast de gegevens uit nationale voedselconsumptiepeilingen ook huishoudbudget-enquêtes gebruikt;
- strategieën en maatregelen uit te werken om gezond buitenshuis eten te bevorderen. Een aantal van de strategieën zullen getest worden in kleine en middelgrote cateringbedrijven in het consortium om te zien in hoeverre deze haalbaar, effectief en aanvaardbaar zijn.

Het project wordt gecoördineerd door het Departement voor Hygiëne, Epidemiologie en Medische Statistiek van de Universiteit van Athene in Griekenland. Het project is eind 2009 beëindigd en de resultaten zullen via verschillende kanalen verspreid worden. De ervaring van het project toont alvast aan hoe belangrijk het is om met verschillende disciplines rond de tafel te zitten om gezamenlijk doeltreffende maatregelen uit te werken voor gezonde voedingsgewoonten in Europa.

WE WORDEN OMRINGD
MET VOEDING
MET EEN HOGE
ENERGIEDICHTHEID
EN EEN OMGEVING
DIE LICHAMELIJKE
ACTIVITEIT
ONTMOEDIGT.



FOTO: LEN RIZZI

Het HECTOR-project wordt gefinancierd door de Europese commissie DG-RESEARCH onder het zesde kaderprogramma FP6 [FOOD-CT-2006-023043].

REFERENTIES

1. Orfanos P, Naska A, Trichopoulos D, Slimani N, Ferrari P, van Bakel M et al. Eating out of home and its correlates in 10 European countries. The European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC) study. *Public Health Nutrition* 2007;10(12):1515-25.
2. Swinburn B, Egger G, Raza F. Dissecting obesogenic environments: The development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. *Preventive Medicine* 1999;29(6):563-70.
3. Kearney JM, Hulsof KFAM, Gibney MJ. Eating patterns - temporal distribution, converging and diverging foods, meals eaten inside and outside of the home - implications for developing FBCG. *Public Health Nutrition* 2001;4(2B):693-8.
4. Vandevijvere S, Lachat C, Kolsteren P, Van Oyen H. Eating out of home in Belgium: current situation and policy implications. *British Journal of Nutrition* 2009;102(6):921-8.
5. Lachat C, Roberfroid D, Huybrechts L, Van Camp J, Kolsteren P. Incorporating the catering sector in nutrition policies of WHO European Region: is there a good recipe? *Public Health Nutrition* 2009;12(3):316-24.
6. Lassen et al., Successful strategies to increase the consumption of fruit and vegetables: results from the Danish '6 a day' Work-site Canteen Model Study. *Public Health Nutrition*: 7(2), 263-270
7. http://www.ikkiesbewust.nl/de_toetsing consulted at November 12, 2009.
8. www.nut.uoa.gr/hector/ last consulted May 13, 2009. HECTOR Healthy eating out . 2009.