

HOE KUNNEN WE JONGEREN (& VOLWASSENEN) STIMULEREN OM KRITISCH TE REFLECTEREN OVER EN KEUZES TE MAKEN ROND GEZONDERE EN DUURZAMERE VOEDING?

Forum Voedsel in een veranderende wereld – 20 Februari 2025 – prof. Dr. Hendrik Slabbinck

IS DIT DE JUISTE VRAAG?

KRITISCH REFLECTEREN



DE ZORGELOZE
MAATSCHAPPIJ, WAAR
ALLE KEUZES 'GOEDE'
KEUZES ZIJN



HOE KUNNEN WE JONGEREN (& VOLWASSENEN) STIMULEREN ...

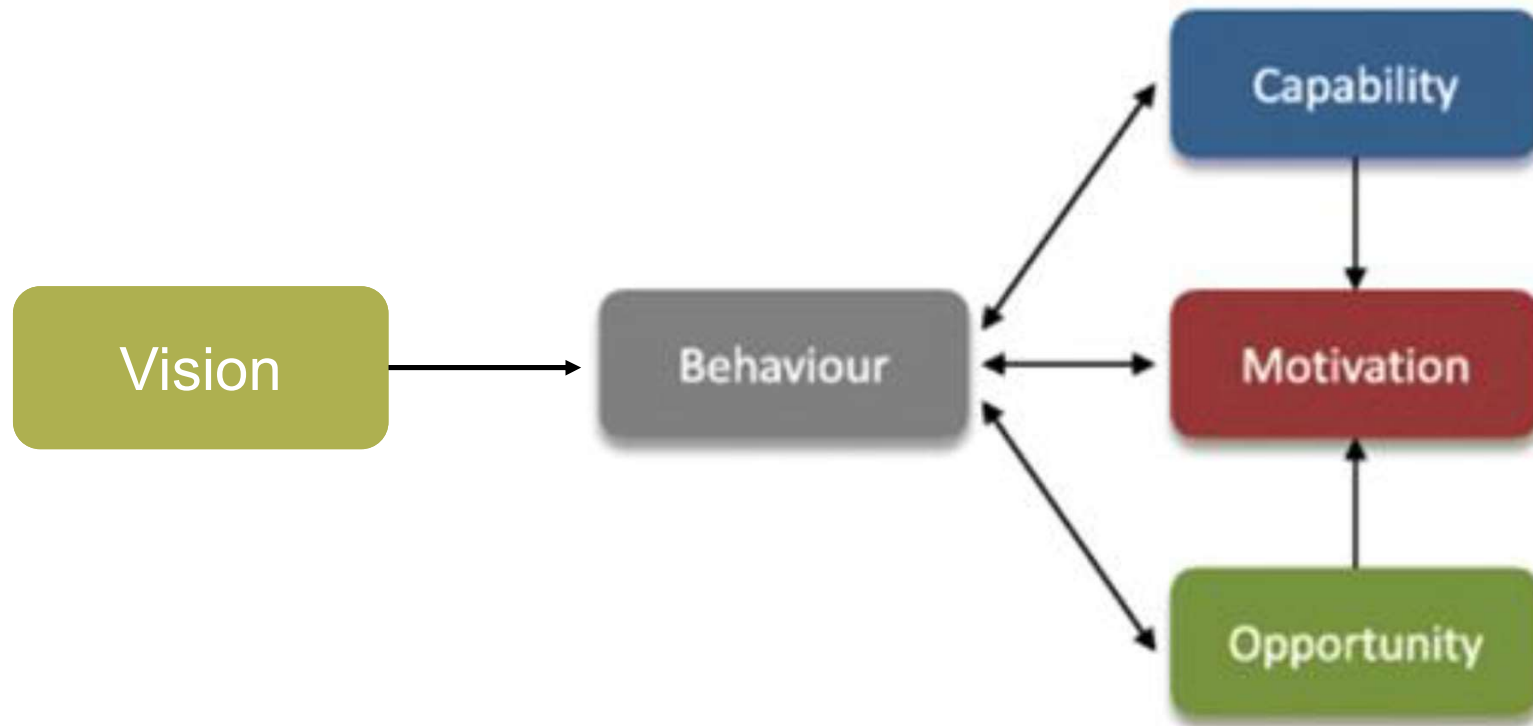
- WIE IS 'WE'? VOLWASSENEN,
ONDERZOEKERS, HET BELEID,
RETAILER, PRODUCENT?
- WETEN 'WE' HET DAN BETER? (NEE!)



EN HOE GAAN WE DAN VERDER?

HOE KUNNEN WE JONGEREN & VOLWASSENEN LEREN KRITISCH REFLECTEREN EN KEUZES MAKEN ROND GEZONDERE EN DUURZAMERE VOEDING?

1. Door in te zetten op het aanleren van de “juiste” **vaardigheden en kennis**.
2. Door de **omgeving** zo in te richten dat gezonde en duurzame voedingskeuzes vanzelfsprekend worden
3. Door **motivaties** en attitudes ten aanzien van gezonde en duurzame voeding te optimaliseren



VAARDIGHEDEN EN KENNIS AANBRENGEN

VAARDIGHEDEN EN KENNIS

Vaardigheden en kennis = Fysieke en Psychologische component



VERBETEREN VAN PSYCHOLOGISCHE VAARDIGHEDEN

Creeër een veilige psychologische, sociale en educatieve omgeving die jongeren helpt om 'kritisch te zijn' en de 'zin van hun leven' te definiëren. Een gezonde en duurzame levensstijl volgt 'automatisch'.

Focus vooral/ook op "Zachte" vaardigheden

Psychologische bouwblokken: moral identity, self-efficacy, prosocial beliefs, intrinsic motivation, informative feedback, individual personalities and character strength, and health-risk behaviors

Sociale bouwblokken: social desirability, family support, parental trust, daily experiences, school support for community service, and student perceptions of teacher supports and teacher competencies

Educatieve bouwblokken: academic achievement, education level, relationships with mentors, and extra-curricular activities

ZET IN OP FYSISCHE VAARDIGHEDEN

1. Leren **winkelen** en **koken**

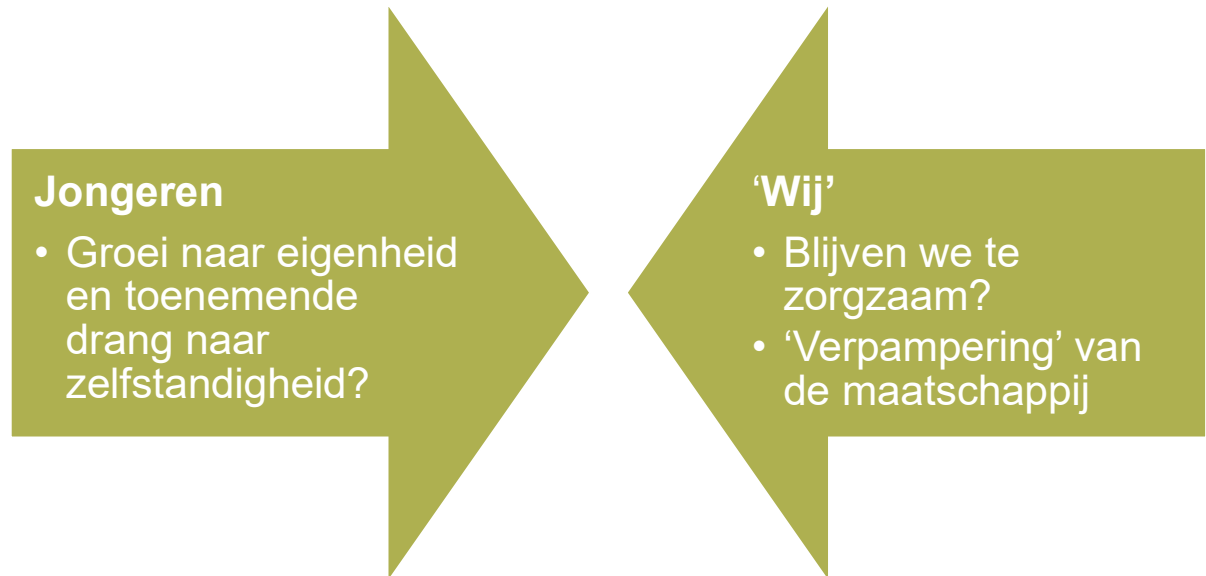
Transitiemomenten:

Van lagere school naar middelbaar

Van middelbaar naar hoger onderwijs

Van onderwijs naar werk

Van thuis naar eigen thuis



Mogelijke strategie: Laat (verplicht) jongeren mee naar de winkel gaan, zelf te koken, zelf het weekmenu samen stellen (en praat erover).

ZET IN OP FYSISCHE VAARDIGHEDEN

2. Leren omgaan met labels en richtlijnen

Veelheid van labels, richtlijnen, online tips&tricks, ...
Kwaliteitsgarantie?

1.

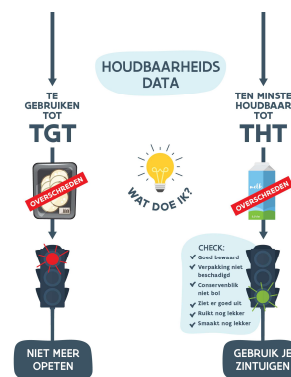


2.



Nog veel valkuilen en hobbels in de weg ...

- Elke retailer zijn eigen label
- Transparantie van heel wat labels zeer laag
- Desinformatie
- “Geruzie” onder beleidsmakers, van lokaal tot international
- Rol van sociale media
- Van lager naar middelbaar naar hoger onderwijs
- BEPERKT EN ONZEKER WETGEVEND KADER, voor offline maar ook en zeker voor online gedrag.



ZET IN OP FYSISCHE VAARDIGHEDEN

3. Toegang tot gezonde en duurzame voeding, voor iedereen

→ PRIJS

LAGE prijskennis en foute percepties! → VB: ECO IS DUUR → VERGELIJK OVER MERKEN HEEN!!



€ 33,2/kg



€ 25,9/kg



€ 25,5 / kg





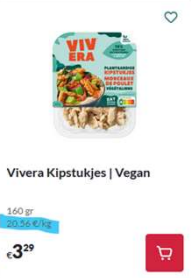

€ 15,5 / kg


ZET IN OP FYSISCHE VAARDIGHEDEN

3. Toegang tot gezonde en duurzame voeding, voor iedereen

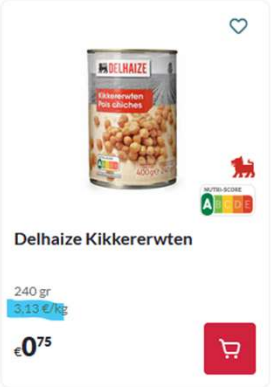
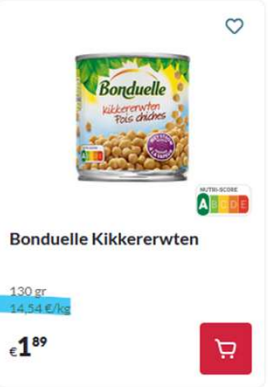
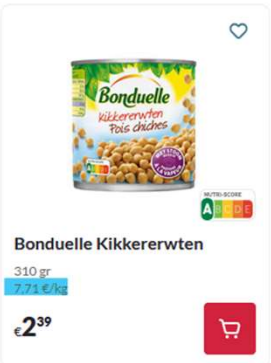
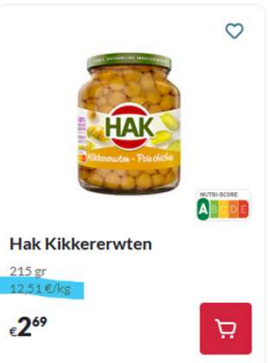
➔ PRIJS

LAGE prijskennis en foute percepties! ➔ VB: VEGGIE IS DUUR ➔ DENK RUIJMER

 <p>De Vegetarische Slager Poulettekes Vegan 160 gr 25,48 €/kg €4⁵⁵</p>	 <p>Garden Gourmet Gegrilde stukjes Veggie 175 gr 22,99 €/kg €3⁸⁵</p>
 <p>Vivera Kipstukjes Vegan 160 gr 20,56 €/kg €3²⁹</p>	 <p>Delhaize Spekstukjes Vegan 125 gr 22,32 €/kg €2⁷⁹</p>



Delhaize Filetblokjes | Kip
+/- 400 gr
+/- 13,99 €/kg
+/- €5⁶⁰

 <p>Delhaize Kikkererwten 240 gr 3,13 €/kg €0⁷⁵</p>	 <p>Bonduelle Kikkererwten 130 gr 14,54 €/kg €1⁸⁹</p>
 <p>Bonduelle Kikkererwten 310 gr 7,71 €/kg €2³⁹</p>	 <p>Hak Kikkererwten 215 gr 12,51 €/kg €2⁶⁹</p>

ZET IN OP FYSISCHE VAARDIGHEDEN – GOEDE VOORBEELDEN

- Leren winkelen en koken
- Toegang tot gezonde en duurzame voeding, voor iedereen

rikolto

Leren winkelen

Wat zijn de *truken van de voor* waarmee supermarkten jou verleiden? En kunnen we die ook inzetten om van duurzaam de makkelijkste keuze te maken? *FairTradeGemeente, Gezinsbond, Rikolto en Ferm* nodigt jou uit voor deze workshop boordevol boeiende inzichten en leuke weetjes om na te vertellen.

**(eigen) wijs
in de supermarkt?**

**Workshop
over duurzame
duwtjes in de rug**



voor iedereen

Aan tafel in 1-2-3 euro

Lekker en evenwichtig eten toegankelijker maken voor gezinnen die het financieel moeilijk hebben. Dat is het opzet van het project 'Aan tafel in 1-2-3 euro', een samenwerking tussen Colruyt Laagste Prijzen, sociale instanties en lokale overheden waar al 9.400 gezinnen aan deelnemen.

Dit initiatief draagt bij aan onze doelstellingen rond: [Inclusieve samenleving](#)

Geüpdatet op 31/07/2024

Hoe werkt het?

Kwetsbare gezinnen met kinderen worden vrijblijvend geïnformeerd door sociale organisaties zoals OCMW, Centrum Algemeen Welzijn of Kind & Gezin. Gezinnen die zich vrijwillig inschrijven krijgen om de twee weken een Colruyt-receptenboekje in de bus, met telkens zes gemakkelijke recepten en de bijhorende boodschappenlijstjes. Elk recept is goed voor 3 ruime porties en kost maximaal 1, 2 of 3 euro per portie. Daarin is de prijs van de volledige verpakking inbegrepen, ook al is er soms minder nodig. Zo weten de mensen vooraf exact wat ze aan de kassa zullen betalen.



De deelnemers krijgen om de 14 dagen een receptenboekje toegestuurd.



Uitgekiende recepten

Het culinair team van Colruyt stelt de recepten op maat samen en let er specifiek op dat ze volwaardig, gevarieerd, evenwichtig, kindvriendelijk en lekker zijn.

Elk receptenboekje bevat gerechten met vlees, vis en vegetarische bereidingen, voor elk wat wils. Het kookteam houdt de recepten zo eenvoudig mogelijk, en voor iedereen gemakkelijk te bereiden zijn. En ze werken maximaal met

VAARDIGHEDEN: JONGEREN VERSUS VOLWASSENEN

Jongeren

- Basisvoedingseducatie, omdat ze nog steeds hun eetgewoonten ontwikkelen
- educatie, kookvaardigheden, leren 'lezen' en winkelen

Volwassenen

- tijdsgebrek en ingesleten gewoonten.
- meal prepping, mindful eten en voedingsadvies.



FOOD FOR THOUGHT

Is Bio de juiste keuze?



Feit: er is enkel genoeg plaats voor substantieel deel voor **biologische** landbouw indien we **vleesconsumptie drastisch verminderen**.

➔ Denk ruimer, biologische Landbouw als één van de duurzame methoden

Is lokaal de juiste keuze?

Eerste Belgische kikkererwten te koop in de supermarkt: “Je betaalt extra voor de smaak”



© B. / Fred Debroek

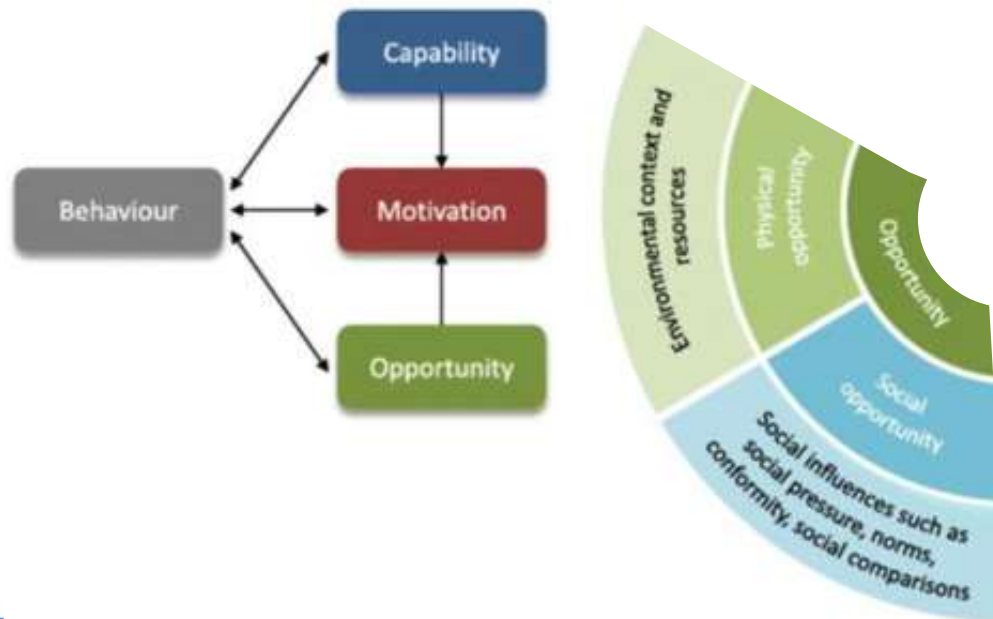
GENT - Voor het eerst zijn Belgische kikkererwten gebruikt voor potjes hummus en falafel te koop in de supermarkt. Met het experiment willen onderzoekers de prijs, de smaak en de haalbaarheid van lokaal gekweekte kikkererwten bekijken.

Humpenöder, et al.. (2022). Projected environmental benefits of replacing beef with microbial protein. *Nature*, 605(7908), 90-96.
Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992.
Springmann, et al. (2018). Options for keeping the food system within environmental limits. *Nature*, 562(7728), 519-525.
Tilman, D., & Clark, M. (2014). Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature*, 515(7528), 518-522

DE OMGEVING MAAKT GEZONDE
EN DUURZAME KEUZES
VANZELFSPREKEND

OMGEVING (OPPORTUNITY)

Omgeving = **Fysieke** omgeving (online en offline) en **sociale** omgeving



FYSIEKE OMGEVING

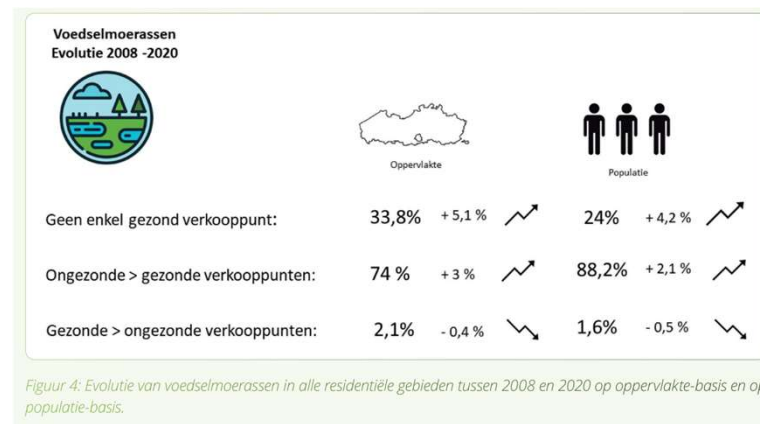
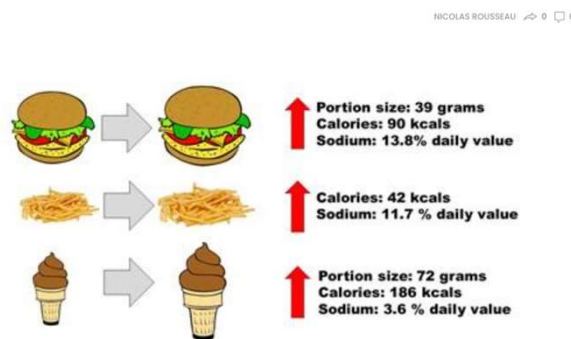
Onder het (libertair) mom van vrije keuze maken 'we' het onszelf en onze kinderen het wel erg moeilijk ...

➔ Geen draagvlak, we volgen de consument, wettelijk kader te beperkend,

Schapruimte in supermarkt



30 jaar fastfood: steeds meer zout en calorieën



https://www.sciensano.be/sites/default/files/gvsci21a-2301-i01_-_second_design_report_sciensano_v12.pdf



O'Mahony, S., Collins, N., Doyle, G., McCann, A., Burke, K., Moore, A., & Gibney, E. R. (2024). A cross-sectional study of the relative availability and prominence of shelf space allocated to healthy and unhealthy foods in supermarkets in urban Ireland, by area-level deprivation. *BMC Public Health*, 24, 2689.

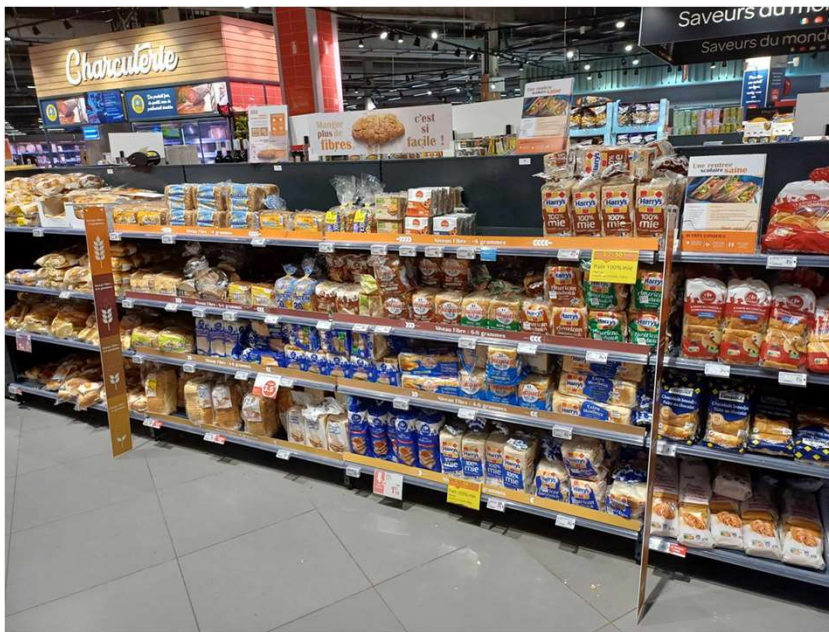
Vandevijvere, S., Mackenzie, T., & Ni Mhurchu, C. (2017). Indicators of the relative availability of healthy versus unhealthy foods in supermarkets: a validation study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 14, 53.

Cameron, A. J., Sayers, S. J., Sacks, G., & Thornton, L. E. (2019). The shelf space and strategic placement of healthy and discretionary foods in urban, urban-fringe and rural/non-metropolitan Australian supermarkets. *Public Health Nutrition*, 22(14), 2647-2656.

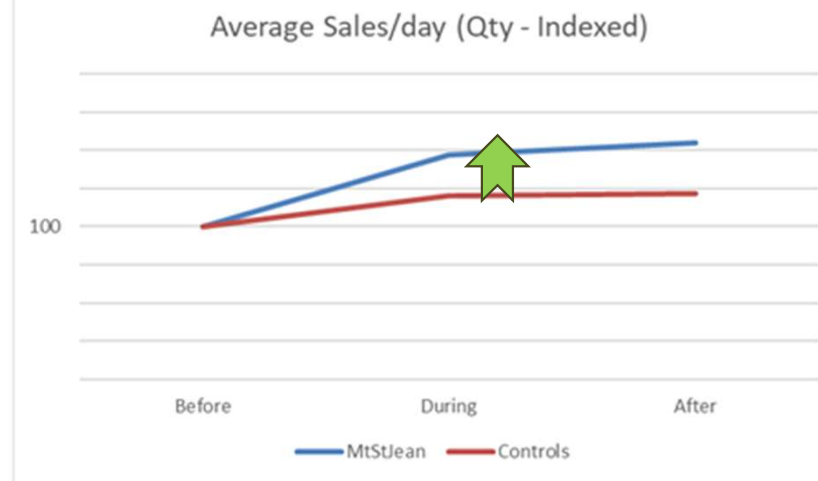
KUNNEN 'WE' GEDRAG STUREN RICHTING GEZONDERE EN DUURZAMERE KEUZES?

JA!

Vb. Winkelinterventie ter bevordering verkoop vezelrijk brood



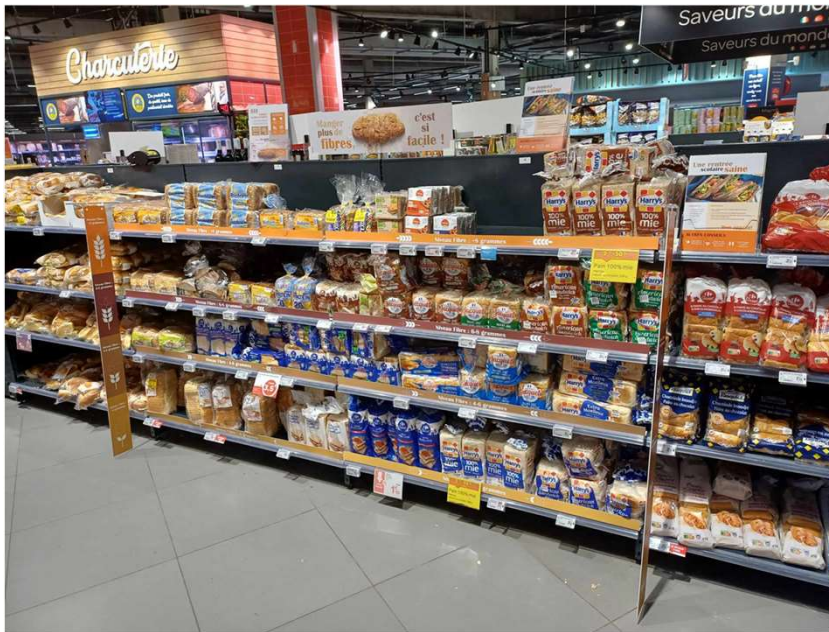
JONGVOLWASSEN - Gezonde aankopen



KUNNEN 'WE' GEDRAG STUREN RICHTING GEZONDERE EN DUURZAMERE KEUZES?

JA!

Vb. Winkelinterventie ter bevordering verkoop vezelrijk brood



Maar

Alleenstaande initiatieven

Concurrentie

Wetgevend kader

Duurder dan je denkt

➔ TRAGE VOORUITGANG

Niet altijd hetzelfde effect voor iedereen.

Makkelijker indien

... moe/weinig gemotiveerd

... onwetend/lage kennis (jongeren)

... weinig ervaring (jongeren)

➔ ETHISCHE VRAAGSTUKKEN

SOCIALE OMGEVING

Sociale invloed, normen en gewoonten, drang naar conformiteit, ... staan vaak nog een gezonde en duurzame levensstijl in de weg.

FEEST



VRIENDEN



Sociale invloed is **geleerd gedrag**, wordt 'opgelegd' door de maatschappij

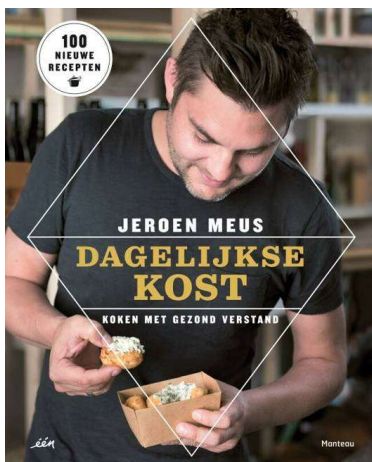
Grootste maatschappelijke hefbomen bij de **grote institutionele spelers** (overheid, wetgeving, Onderwijs, werkgevers en werknemersorganisaties)

Kunnen 'we' leren van jongeren? → Grotere bereidheid om minder vlees te eten

HOE DE SOCIALE OMGEVING AANPAKKEN?

COPY – PASTE → Grootste effect voor rolmodellen, voorbeeldfunctie, leiders die het goede voorbeeld geven, op basis van interventies op maat van de gemeenschap (community-based approach)

Drempel : Digitale kloof tussen digital immigrants ('wij') en digital natives (jongeren).

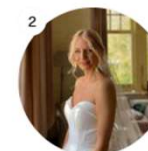


1 @nathaliemeskensofficial

Nathalie
Meskens/MSKNS

📍 Belgium

Work with this creator



2

@maddensfien

Fien Maddens

📍 Belgium

Work with this creator



3

@nuria_giztnva

Nuria Giztnva

📍 Belgium

Work with this creator

OMGEVING - JONGEREN VERSUS VOLWASSENEN

Werkplekinterventies ↔ schoolmaaltijden

- volwassenen meer behoefte aan gezondere bedrijfskantines, maaltijdbezorgdiensten of flexibele lunchpauzes
- **Jongeren:** interventies op school, 'community-gardens', beleid voor en door scholen

Voedseltoegankelijkheid

- **Jongeren** zijn meer afhankelijk van **ouders en scholen**,
- **Volwassenen:** groter belang van inkomen, locatie en gemak.

Sociale Invloed – groepsdruk voor iedereen belangrijk

- **Jongeren:** online , met extra aandacht voor **mentale druk** (angst voor verwerping etc)
- **Volwassenen:** familie en collega's.



FOOD FOR THOUGHT

Coca cola & snacks automaten in openbare gebouwen (scholen, bibs,)?

Wat schenken we aan onze BVs (openbare omroep)?

Overheidsgeld voor promotie van ongezonde en niet duurzame voeding?



MOTIVATIE EN ATTITUDE TEN AANZIEN VAN GEZONDE VOEDING OPTIMALISEREN

MOTIVATIE

Motivatie = **Automatische** (emoties, bevestigen, belonen en straffen)
en **Reflectieve** motivatie (doelen, waarden, intentie, optimisme)



AUTOMATISCHE MOTIVATIE

Ingebakken in onszelf, vaak wat we van kindsaf aangeleerd krijgen.

Klassieke conditionering

Voor klassieke conditionering

Voedsel zien -> hond kwijlt



Bel horen -> geen reactie



Gedurende conditionering

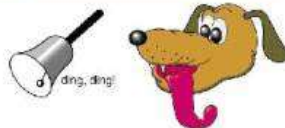
Voedsel zien -> hond kwijlt

+
Bel horen



Na conditionering

Alleen het horen van de bel
is voldoende om de hond
te laten kwijlen



Operante conditionering (belonen en straffen)

Belonen met snoep werkt ongezond eetgedrag in de hand

Kleuters die als beloning een snoepje of wat anders lekkers krijgen, hebben later vaker een ongezond eetpatroon dan kinderen die op een andere manier beloond worden. Het belonen met voeding leidt tot meer kieskeurig en emotioneel eten. Dat is de uitkomst van een onderzoek in de Rotterdamse Generation R studie.



Conditioneer jezelf (of iemand anders, als coach)

1. Start klein
2. Zet een doelstelling en schrijf ze op
3. Wees flexibele
4. Meet en monitor
5. Zet een timing voorop
6. Vier (Kleine) overwinningen

Herhaal, herhaal, herhaal, herhaal, herhaal, herhaal

REFLECTIEVE MOTIVATIES

Bewust aangeleerd en gekend voor jou en jouw omgeving.

3 werkereinen voor 'ons'



Doe aan Zelfreflectie

- Gebruiken we eten vaak als troost of vermaak?
- Eten we vaak terwijl we afgeleid zijn?
- Eten we vaak gedachteloos, zonder de extra stap te nemen om de portiegrootte in de gaten te houden?
- Hebben we de neiging om ons tegoed te doen aan grote zakken snacks?

HERDEFINIEER IDENTITEIT



MOTIVATIES: JONGEREN VERSUS VOLWASSENEN

Gezondheidsbewustzijn

- **Volwassenen:** ziektepreventie of energieniveaus,
- **Jongeren:** meer 'reactie' op **korte-termijn**voordelen zoals fitheid, huidgezondheid of sociale trends.

Marketingaanpak

- **Jongeren:** social media en influencers
- **Volwassenen:** gezondheids'professionals', welzijnsprogramma's op het werk en gepersonaliseerde voedingsplannen.

Gedragsprikkels

- **Incentives & Gamificatie** voor beide groepen
- **Volwassenen:** financiële prikkels, apps voor gewoonte-tracking en doelstellingsstrategieën.
- **Jongeren:** peer support groepen

FOOD FOR THOUGHT

FEITEN:

Wat we **nu** aan onze kinderen aanleren, is **later** heel moeilijk af te leren!

→ Consumententrends: convenience, snel en bereikbaar

→ Productietrends: tech & chem in food alsmaar belangrijker (cf. vegetarisch aanbod, designer foods, ...) & greep van voedingsmultinationals op aanbod alsmaar sterker.

Voorspelling:

Meer ultrabewerkte voeding in de winkelrekken en consumentenmagen

FEIT:

→ Vandaag is het gros van de ultrabewerkte voeding ongezond!

→ Consumententrends: belang van duurzaam en gezond neemt toe

Voorspelling:

Groter aanbod van gezonde(re) ultrabewerkte voeding in de winkelrekken?



Open vraag:

Wat leren 'we' onze kinderen vandaag aan? Ultrabewerkt = ongezond? Of iets anders?

FOOD FOR THOUGHT

Mijn Antwoord?

Vandaag: wees voorzichtig en beperk/vermeid ultrabewerkt!

Hoe aanbod evolueert van ultrabewerkte voeding sterk afhankelijk van beleid: **de overheid als sleutelfiguur in het hertekenen van het voedselsysteem.**

(maar ik ben helaas niet al te positief hierover).

DUS:

- wees gewapend, versterk je COM
- zodat je zelf kan bepalen wat gezond is of ongezond
- en ons een spiegel kan voorhouden
- Eis waarop je recht hebt: **een zorgeloze maatschappij, waar alle keuzes 'goede' keuzes zijn**



Prof. Dr. Hendrik Slabbinck

CONSUMER BEHAVIOR RESEARCH GROUP
BE4LIFE

Hendrik.Slabbinck@UGent.be
www.BE4LIFE.eu

 Universiteit Gent

 @ugent

 @ugent

 Ghent University