



Bread from Europe - A Great Story

Persbericht

Nederlanders zien brood als cultureel erfgoed

76% kan zich een leven zonder brood niet voorstellen

Wageningen, 3 oktober 2018 - 74 procent van de Nederlanders ziet brood als cultureel erfgoed. Brood is onmisbaar in ons leven volgens 76 procent en 83 procent geeft aan brood te zien als een belangrijk onderdeel van een gebalanceerd dieet. Dit blijkt uit recent onderzoek van onderzoeksbureau Blauw Research naar de perceptie van brood in opdracht van het Nederlands Bakkerij Centrum (NBC).

Brood diepgeworteld in de Nederlandse cultuur

76 procent van de 800 respondenten geeft in het onderzoek aan zich geen leven zonder brood voor te kunnen stellen. Ze geven aan dat brood eten een gewoonte is die ze van huis uit hebben meegekregen (aldus 90 procent). 74 procent ziet brood als cultureel erfgoed. De sterke emotionele band die de ondervraagden hebben met brood onderstreept dit. Uit het onderzoek komt naar voren dat die band veel sterker is dan met broodvervangers' zoals muesli, granola of (groente)smoothies. Maar ook producten als fruit en yoghurt komen niet in de buurt.

Meester Boulanger en Meester Patisserie Robèrt van Beckhoven: *"Wat de reden is dat brood zo'n diepgewortelde traditie is in de Nederlandse cultuur? Tja, waarom nemen we in Nederland allemaal een broodtrommeltje mee naar ons werk en in Frankrijk niet? Dat durf ik niet met zekerheid te zeggen. Het is natuurlijk voedzaam, goed houdbaar én je kunt er goed mee variëren. We hebben in Nederland dan ook een enorm assortiment, van bijna alle granen bakken we wel brood. Ook in beleg is de variatie enorm; ik weet zeker dat er geen land is met zoveel broodbeleg als wij. En niet in de laatste plaats vieren we feest met brood! Denk aan kerststol, speciale paasbroodjes, worstenbroodjes met carnaval... Ook in die zin is brood onmiskenbaar onderdeel van de Nederlandse cultuur."*

Volkorenbrood favoriet, kinderen eten vaker witbrood

83 procent van de ondervraagden ziet brood als een onmisbaar onderdeel in een gebalanceerd dieet. Favoriete broodsoorten zijn volkoren-, meergranen-, bruin- en speltbrood. In de winkel kiezen consumenten naast deze soorten ook regelmatig voor een wit bolletje of een luxe broodje blijkt uit het onderzoek. En huishoudens met kinderen kopen vaker witbrood dan andere huishoudens. Smaak, veel vezels, voedzaam en gezond zijn de belangrijkste koopmotieven voor de ruimte meerderheid van de ondervraagden. Prijs en gemak spelen in mindere mate een rol.

"Brood is al eeuwenoud, maar past nog steeds perfect in een moderne leefstijl. Of je het nu gebruikt bij het ontbijt, de lunch of bij de borrel, er is voor ieder moment een broodsoort om van te genieten. Mooi om te zien dat we steeds vaker voor een volkorenvariant kiezen. Volkorenbrood bevat de meeste voedingsstoffen en is daardoor de meeste gezonde keuze. Denk aan volkoren speltbrood of volkorenbolletjes. Witbrood op z'n tijd voor kinderen en jezelf kan natuurlijk ook prima!" aldus Zsuzsan Proos, voedingskundige bij het Nederlands Bakkerij Centrum.

Het goede verhaal over brood verteld

De bakkerijsector voert campagne om te laten zien hoe bijzonder brood is. Onder de titel 'Brood, goed verhaal' worden Nederlanders eraan herinnerd welke rol brood speelt in een gebalanceerd dieet en krijgen consumenten betrouwbare informatie over de voedingswaarde van de verschillende broodsoorten. De sector geeft hiermee ook antwoord op de kritiek die brood de afgelopen jaren soms te verduren heeft gehad.

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige aansprakelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) zijn niet aansprakelijk voor het eventuele gebruik van de vermelde informatie.



Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u terecht bij Jenneke van Elderen j.van.elderen@nbc.nl / 06-20498 180. www.brood.net

Bijlagen (vrij van rechten, bron: NBC):

- Animatiefilmpje Nederlanders zien brood als cultureel erfgoed
- Samenvatting onderzoek Perceptie brood
- Foto brood cultureel erfgoed

Over het onderzoek perceptie brood: Onderzoeksbureau Blauw Research voerde in opdracht van het Nederlands Bakkerij Centrum onafhankelijk onderzoek uit naar de perceptie van brood. Het kwalitatieve onderzoek werd uitgevoerd onder ruim 800 Nederlandse gezinnen met kinderen, gepensioneerden en singles middels een online en telefonische survey. Respondenten hebben geen vergoeding ontvangen voor deelname.

Over de campagne Brood, goed verhaal: De campagne is een initiatief van de Nederlandse en Belgische bakkerijsector. Namens Nederland de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB), de Nederlandse Brood- en banketbakkers Ondernemersvereniging (NBOV) en de Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Bakkerijgrondstoffen (NEBAFA). Het Nederlands Bakkerij Centrum (NBC) heeft namens deze partijen het campagneplan ingediend bij de Europese Unie en begeleid het project tot en met 2020. www.broodgoedverhaal.nl

De samensteller van deze promotiecampagne is als enige aansprakelijk voor de inhoud ervan. De Europese Commissie en het Uitvoerend Agentschap voor consumenten, gezondheid, landbouw en voeding (CHAFEA) zijn niet aansprakelijk voor het eventuele gebruik van de vermelde informatie.