

# “Brood, banket & gebak anno 2024”

Marktcijfers, duurzaamheid en eiwit

# 27

augustus



# Programma



Daar neem je kennis van!

- 
- A close-up, slightly blurred image of golden wheat stalks, filling the background of the slide.
- 13.00**      **Opening**
  - 13.10**      **Marktcijfers en ontwikkelingen brood – *Susanne Danes (NBC)***
  - 13.45**      **Marktcijfers en ontwikkelingen banket en gebak – *Susanne Danes (NBC)***
  - 14.10**      **Pauze**
  - 14.30**      **Trends, ontwikkelingen en communicatie duurzaamheid en eiwit  
- *Kris Smet (B2Sense) en Linda van Zonsbeek (NBC)***
  - 15.30**      **Broodcampagne 'Brood, goed verhaal' 2024 – *Jenneke van Elderen (NBC)***
  - 15.45**      **Afsluiting en einde**



*Daar neem je kennis van!*

---

# Marktcijfers en ontwikkelingen Brood

---

**Susanne Danes**

# 4 Online Marktcijfer Nieuwsbrieven



Daar neem je kennis van!

## Welke onderzoeken – continue onderzoek voor nieuwsbrieven

- GfK (YouGov) marktcijfers volume en omzet - inhome brood, gebak en banket (incl cake)
- GfK (YouGov) Kennis, houding en gedrag onderzoek brood en gebak en banket (oneven jaren)
- GfK (YouGov) out-of-home onderzoek brood

## Overige onderzoek en inzichten

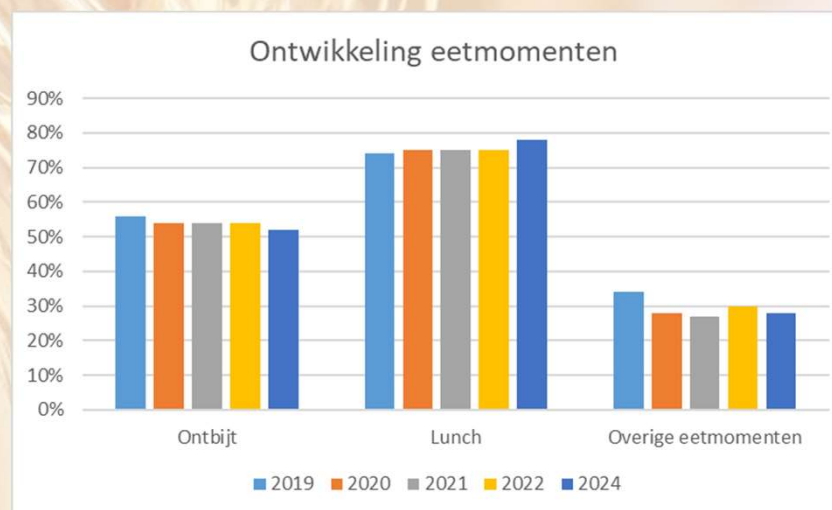
- Economische ontwikkelingen
- Rabobank en FSIN
- B2Sense campagne impact meting Broodcampagne EU

## Planning nieuwsbrieven

- 1<sup>e</sup> febr/mrt – cijfers brood, banket en gebak voorgaande jaar (brood: inhome - out-of-home / banket en gebak: inhome)
- 2<sup>e</sup> juli - kennis, houding & gedrag brood en oneven jaren aangevuld met inzichten over banket en gebak
- 3<sup>e</sup> sept/okt – half jaar cijfers brood, banket en gebak inhome markt, verslag en fairshare retail
- 4<sup>e</sup> dec – inzicht out of home cijfers broodmarkt en eerst inschatting broodmarkt totaal

# 90% van de Nederlanders van 15 jaar en ouder eet op een gemiddelde dag brood

- Meeste brood nog steeds gegeten tijdens de lunch, gevolgd door het ontbijt.
- Vrouwen eten minder brood bij het ontbijt dan mannen.
- Kinderen eten meer brood bij ontbijt en lunch dan volwassenen.
- Gemiddeld eet de Nederlander 3,6 stuks brood (sneetjes of broodjes) per dag. De helft hiervan is tijdens de lunch.

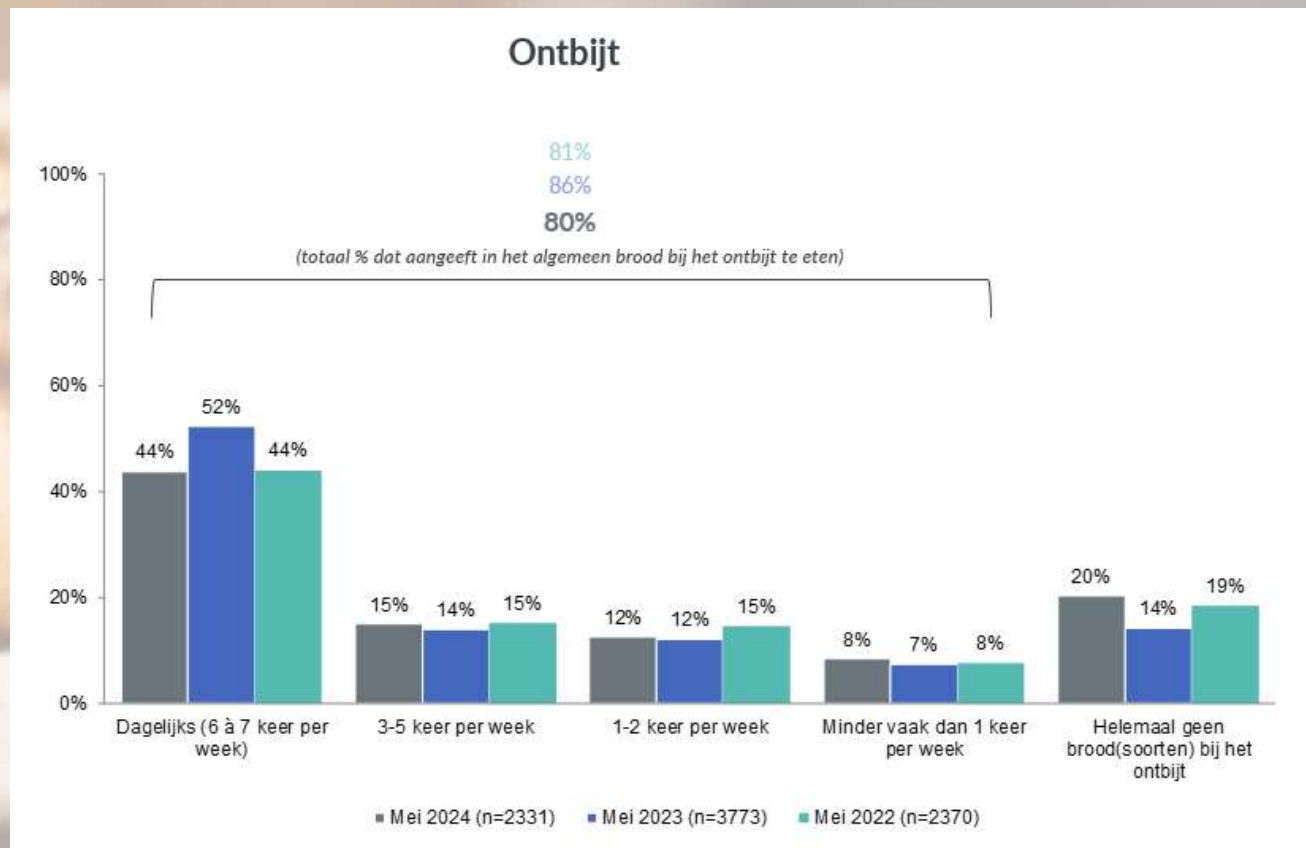


| Jaar               | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2024 |
|--------------------|------|------|------|------|------|
| Ontbijt            | 56%  | 54%  | 54%  | 54%  | 52%  |
| Lunch              | 74%  | 75%  | 75%  | 75%  | 78%  |
| Andere eetmomenten | 34%  | 28%  | 27%  | 30%  | 28%  |



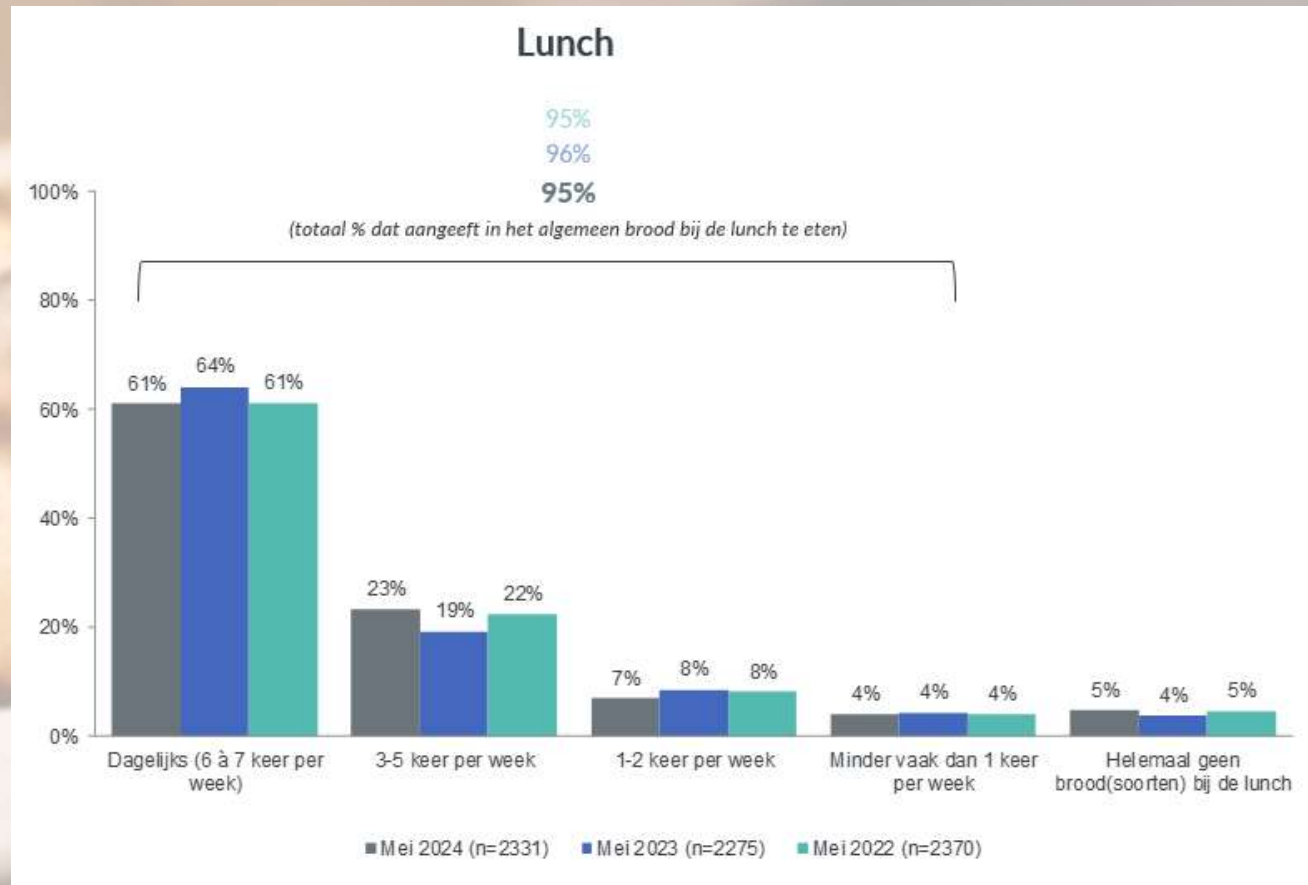
# Dagelijkse consumptie ontbijt daalt weer

- Na jaren van een daling in mensen die dagelijks brood eten tijdens het ontbijt, zagen we vorig jaar voor het eerst weer een stijging van brood bij het ontbijt. Helaas blijkt deze stijging in 2024 weer terug op niveau van 2022.
- Ook het aandeel mensen die helemaal geen brood eet tijdens het ontbijt is weer gestegen
- Brood weer iets minder populairder bij het dagelijks ontbijt.



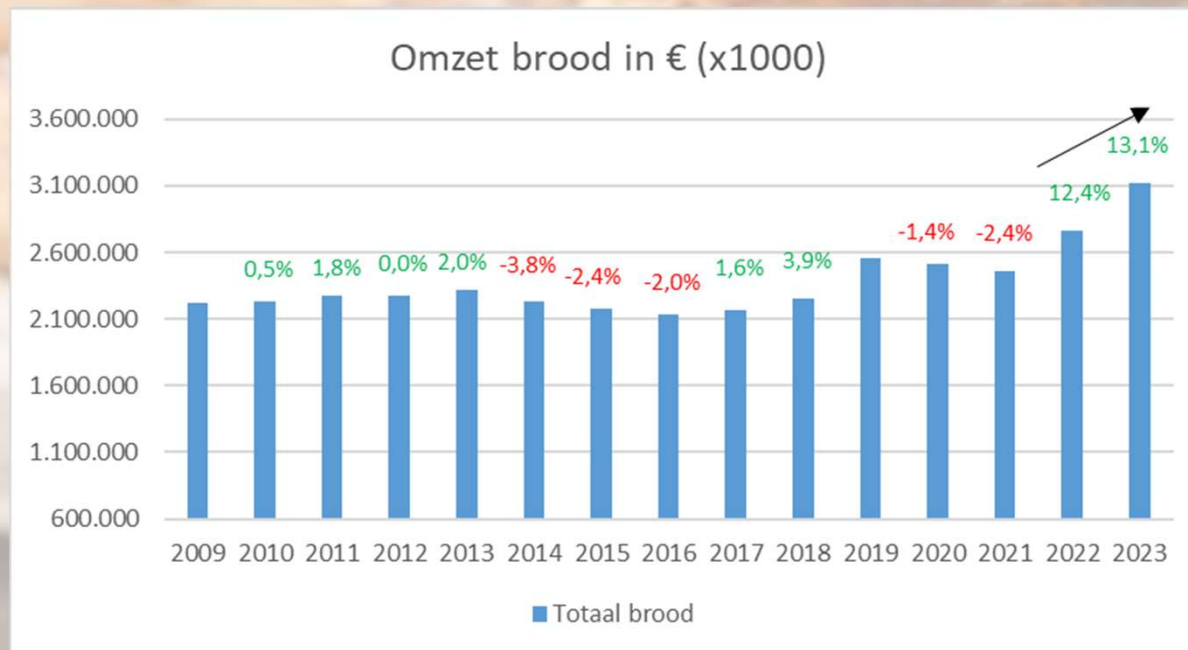
# Dagelijkse consumptie lunch herstelt zich

- Ook tijdens de lunch eten mensen weer wat minder brood dan vorig jaar.
- Ook de groep die dagelijks eet is na een stijging in 2023 weer meer richting het niveau van 2022 gestegen.



# Totale Broodomzet stijgt fors

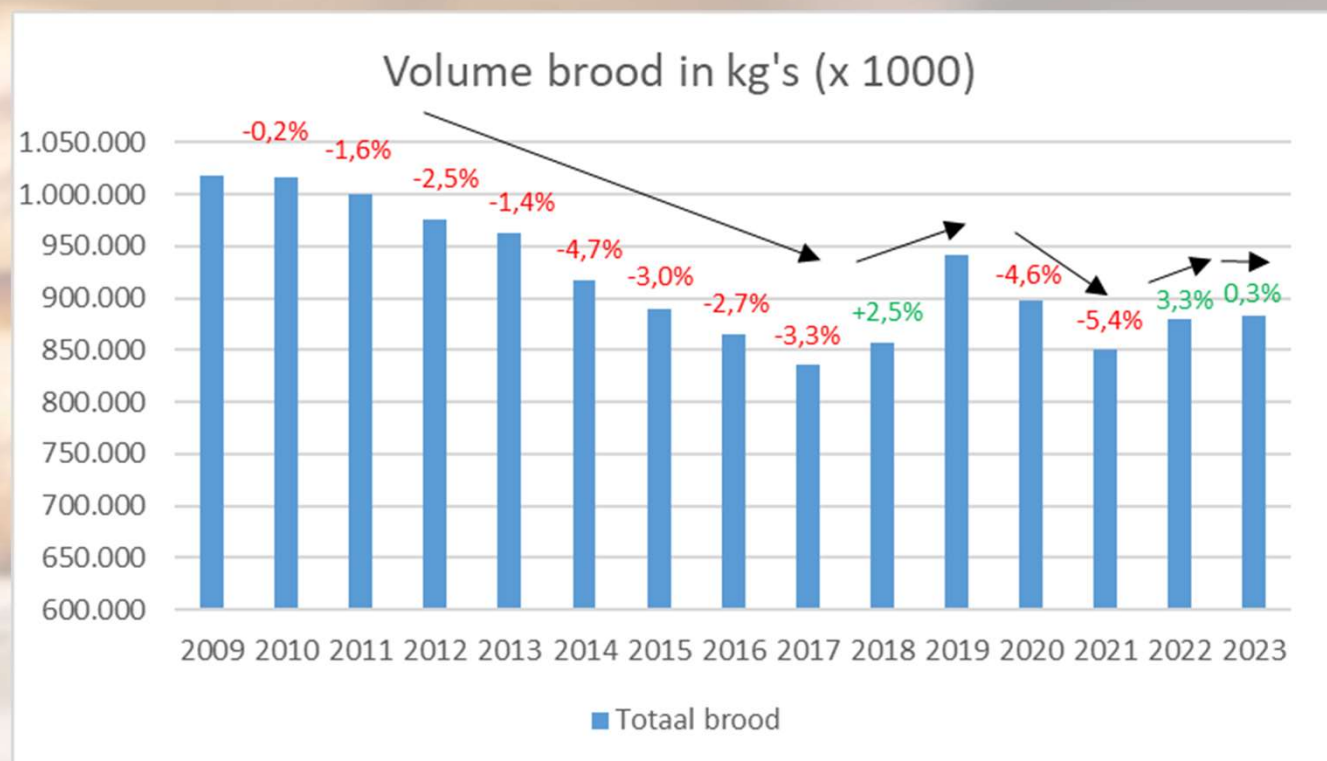
- De totale omzet stijgt in 2022 met 12,4% en in 2023 met 13,1% naar een totale broodomzet van meer dan 3,1 miljard.
- Per kanaal verliezen de ambachtelijke bakkers omzet en laten supermarkten een forse winst zien.
- Met name de hoge prijsstijgingen verklaren deze grote omzetstijging bij supermarkten. In 2023 stegen de gemiddelde broodprijzen per kilo bij supermarkten met 14,9%, bij het ambacht met 7,6%. Waarbij de gemiddelde prijs bij de supermarkt € 3,38 is en het ambacht € 4,63.
- Bij het ambacht is er meer aan de hand.





# Totale Broodvolume stabiel

Het totale volume stijgt in 2022 met 3,3% en in 2023 met 0,3% naar een totaal broodvolume meer dan 882.310.000 kg.

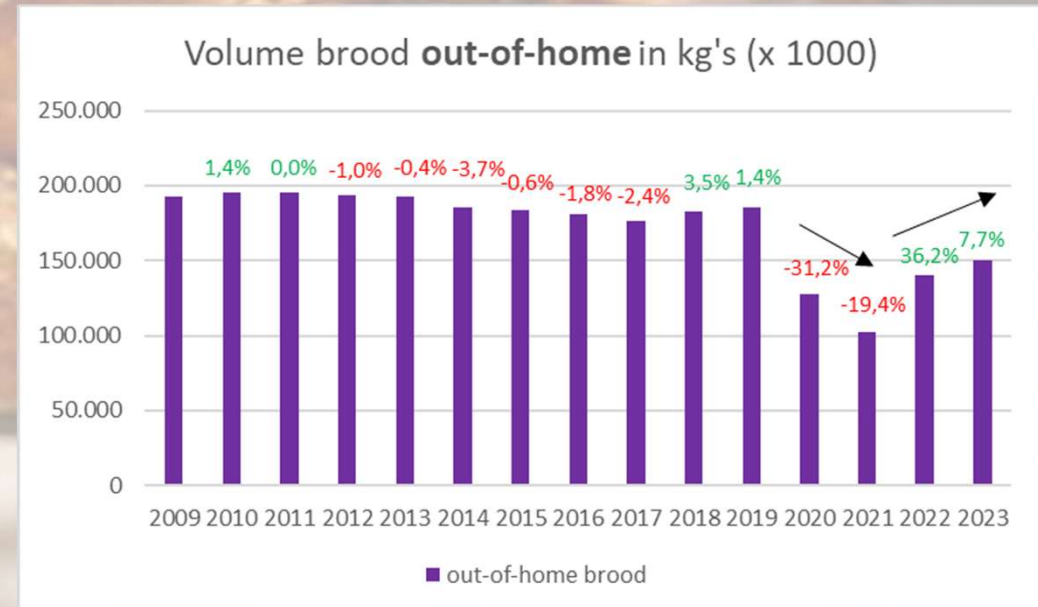
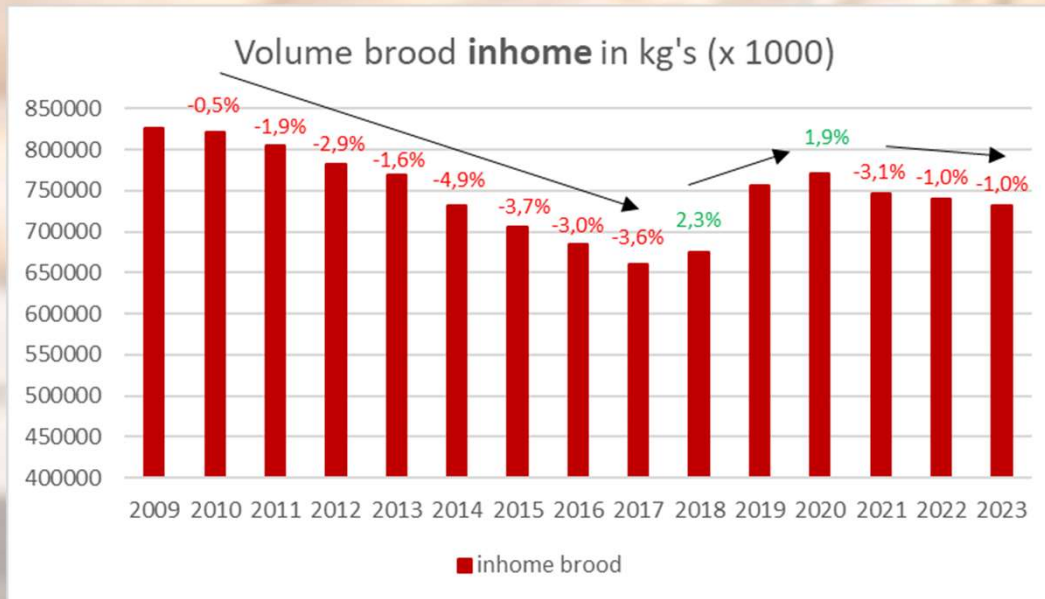


Bron: GfK

N.B: in 2023 is het GfK consumentenscanpanel herijkt. Alle data van 2019 t/m 2023 zijn hierbij geoptimaliseerd. De cijfers zijn bijgesteld ten opzichte van voorgaande jaren. Hierdoor is een trendbreuk ontstaan tussen 2018 en 2019.

# Broodvolume inhome verliest en out of home wint

- Inhome volume staat vanaf 2021 onder druk
- Out of home stijgt weer vanaf 2022, maar niet terug op niveau voor corona
- Food Service Instituut Nederland (FSIN) verwacht dat verdere groei beperkt zal blijven. De koopbereidheid van consumenten stijgt weer maar is nog niet terug op het volumeniveau van 2019. De vraag blijft in tijden van arbeidskrapte en prijsstijgingen of dit weer haalbaar is.

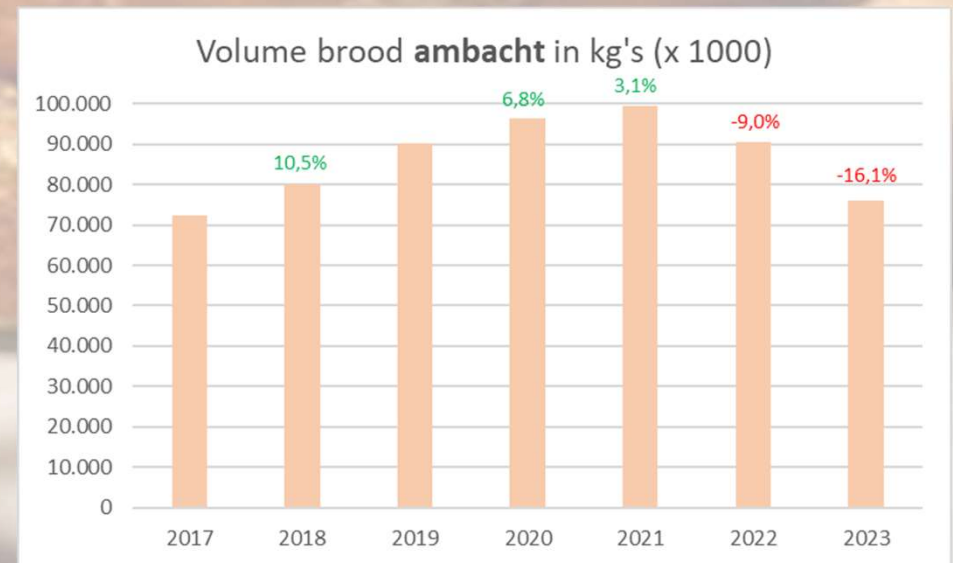
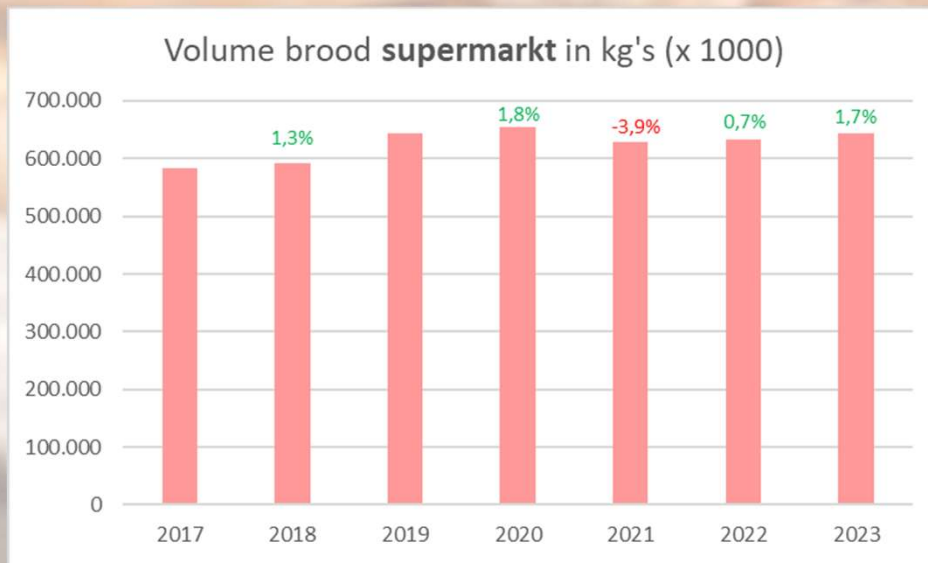


Bron: GfK

N.B: in 2023 is het GfK consumentenscanpanel herijkt. Alle data van 2019 t/m 2023 zijn hierbij geoptimaliseerd. De cijfers zijn bijgesteld ten opzichte van voorgaande jaren. Hierdoor is een trendbreuk ontstaan tussen 2018 en 2019.

# Broodvolume inhome ambacht fors onder druk

- Het Ambachtelijke kanaal staat fors onder druk. In 2022 daalt het volume zelfs met -9,0% en in 2023 zelfs met -16,1%. Het aantal kopers neemt af maar meest opvallende is dat de bestedingen dalen.
- Supermarkten daarentegen winnen broodvolume vanaf 2022. Er is een groei van kopers maar ook bij supermarkten daalt de gemiddelde besteding van brood per koper.
- Brood wordt steeds meer bij supermarkten gekocht. In 2023 wordt 88,0% van het brood gekocht bij de supermarkten en 10,4% bij de ambachtelijke bakker (2022: supermarkten 85,7% en ambacht 12,2%)

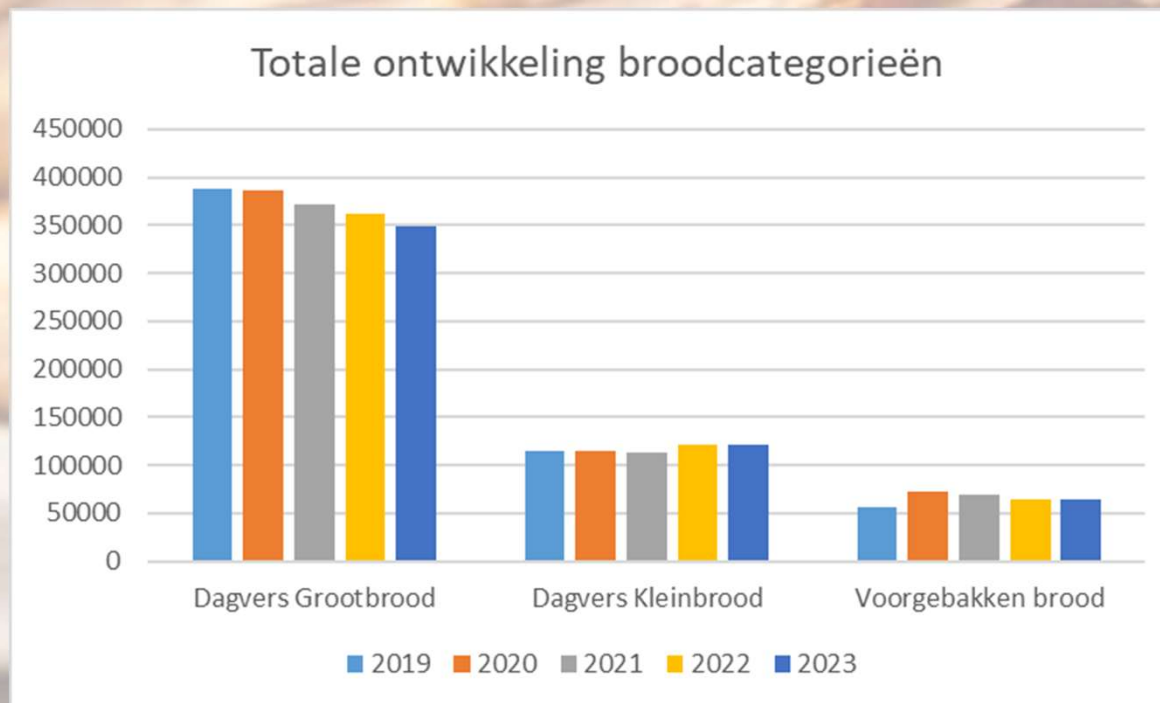


Bron: GfK

N.B: in 2023 is het GfK consumentenscanpanel herijkt. Alle data van 2019 t/m 2023 zijn hierbij geoptimaliseerd. De cijfers zijn bijgesteld ten opzichte van voorgaande jaren. Hierdoor is een trendbreuk ontstaan tussen 2018 en 2019.

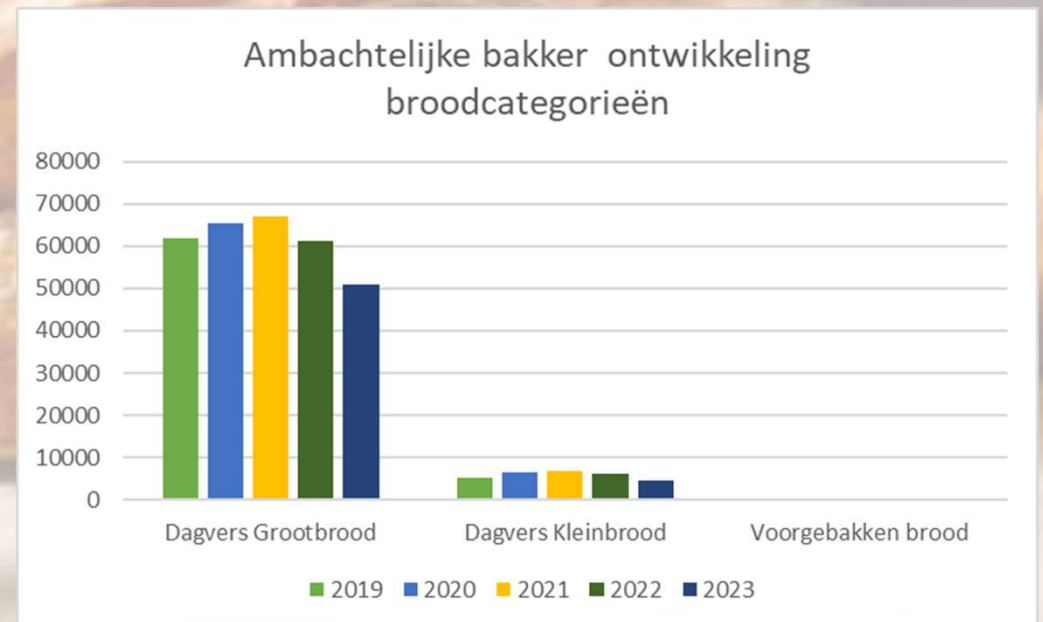
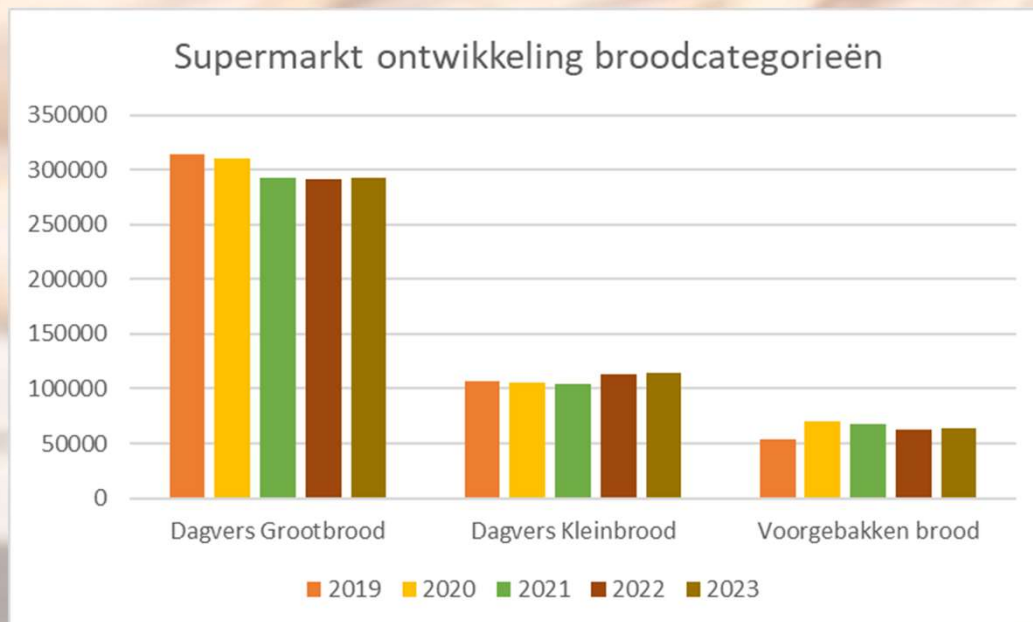
# Broodvolume Per Broodcategorie - inhome

- Grootbrood staat onder druk en daalt de afgelopen 4 jaar met -10,0%
- Dagvers kleinbrood groeit juist met 5% in 2023 tov 2019
- Bake-off schommelt wat maar stijgt in 2023 tov 2019 met 15,2%



# Broodvolume Per Broodcategorie - inhome

- Dagvers grootbrood vooral verliest bij het Ambacht, Supermarkten blijven stabiel.
- Dagvers kleinbrood en voorgebakken brood vooral stijgt bij supermarkten.





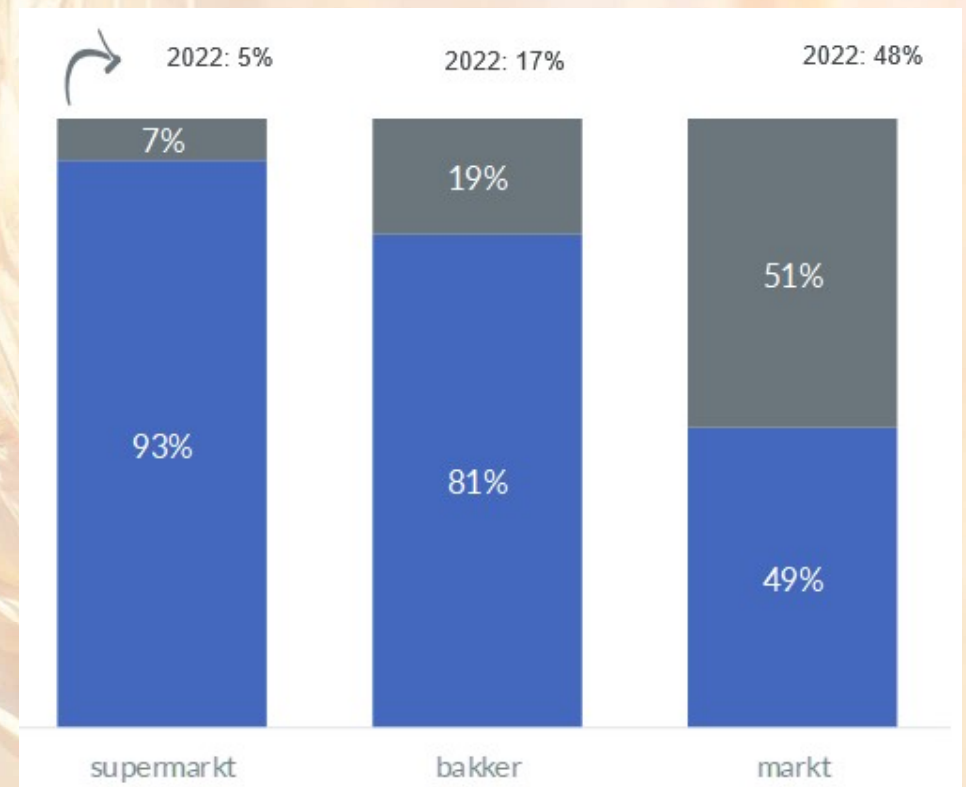
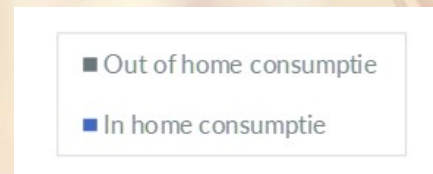
# Supermarkten ook de grootste binnen out of home

- Supermarkten blijven de grootste binnen out of home (directe consumptie) en winnen weer iets aan aandeel en volume in 2023 ten opzichte van 2022.
- De andere out-of-home kanalen als de klassieke horeca en lunchrooms/broodjeszaak, hotels, stijgen ook in 2023 iets door, met name in volume.

|                                                           | 2023   |     |   | 2022   |     |   | 2021   |     |   |
|-----------------------------------------------------------|--------|-----|---|--------|-----|---|--------|-----|---|
| ■ supermarkt directe consumptie                           | 40,118 | 27% | 1 | 31,772 | 23% | 1 | 31,647 | 31% | 1 |
| ■ een bakker directe consumptie                           | 16,895 | 11% |   | 18,328 | 13% |   | 18,677 | 18% | 2 |
| ■ een markt directe consumptie                            | 5,812  | 4%  |   | 6,533  | 5%  |   | 4,433  | 4%  |   |
| ■ een lunchroom / lunchgelegenheid / broodjeszaak         | 19,254 | 13% | 2 | 19,156 | 14% | 2 | 10,903 | 11% |   |
| ■ een restaurant / eetgelegenheid                         | 19,011 | 13% | 3 | 18,438 | 13% | 3 | 11,985 | 12% | 3 |
| ■ een drinkgelegenheid                                    | 4,126  | 3%  |   | 4,949  | 4%  |   | 2,497  | 2%  |   |
| ■ een hotel of andere overnachtingslocatie                | 12,863 | 9%  |   | 11,973 | 9%  |   | 7,075  | 7%  |   |
| ■ een vrijetijdslocatie                                   | 12,863 | 9%  |   | 13,489 | 10% |   | 7,075  | 7%  |   |
| ■ een catering locatie                                    | 11,407 | 8%  |   | 7,263  | 5%  |   | 2,747  | 3%  |   |
| ■ een fastservice locatie                                 | 3,721  | 2%  |   | 3,033  | 2%  |   | 1,748  | 2%  |   |
| ■ een eet- en/of drinkgelegenheid bij een vervoerslocatie | 1,294  | 1%  |   | 1,756  | 1%  |   | 1,332  | 1%  |   |
| ■ een winkel met een eet- en/of drinkgelegenheid          | 971    | 1%  |   | 1,117  | 1%  |   | 1,415  | 1%  |   |
| ■ een tankstation met shop                                | 2,265  | 2%  |   | 2,075  | 1%  |   | 1,165  | 1%  |   |

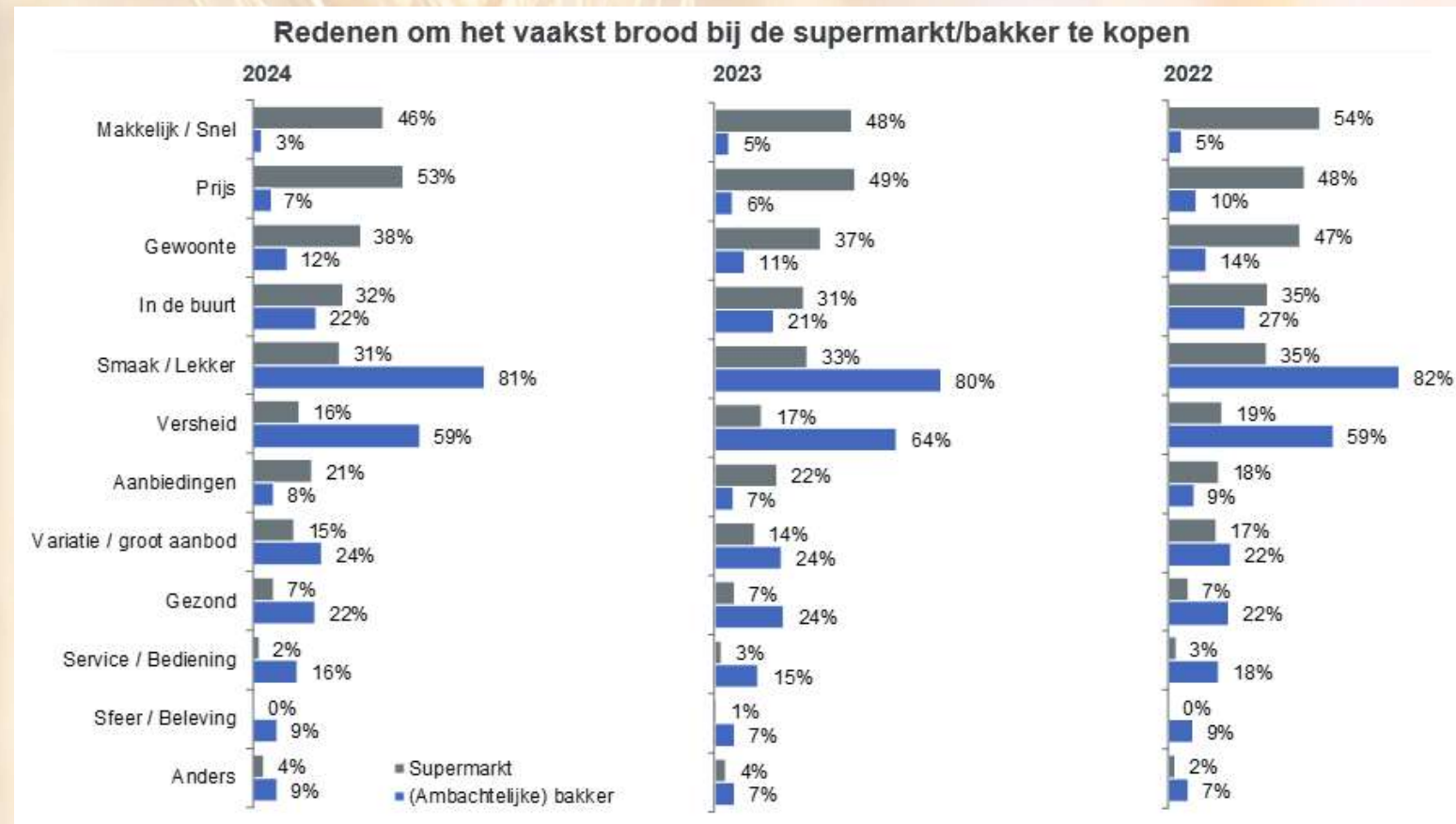
# Kansen voor directe consumptie

- Relevantie van out of home brood consumptie stijgt voor alle traditionele inhome kanalen.
- De out of home broodconsumptie = directe consumptie stijgt voor alle kanalen.



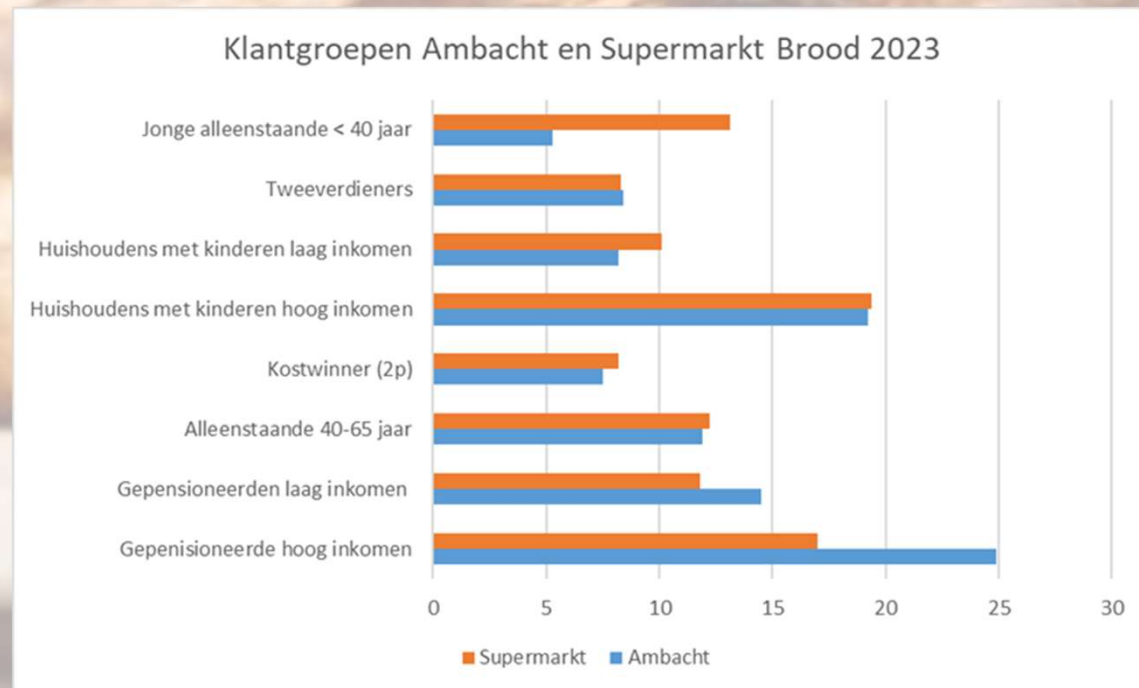
# Ambacht zal zich meer moeten gaan onderscheiden

- Toekomstverwachting ambacht van FSIN en Rabobank -> maak strategische keuzes op het gebied van bakken en onderscheid je meer van supermarkten.
- Gaat het niet winnen op prijs.
- Ambacht, maatwerk leveren, échte oplossingen bieden en service zijn kansen.



# Wie zijn de grootste broodeters en waar kopen ze?

- Vooral huishoudens met kinderen en gepensioneerden – met name met een hoog inkomen – kopen de meeste broodproducten.
- Verschil tussen supermarkt en ambacht is dat gepensioneerden zijn oververtegenwoordigd bij het ambacht, terwijl alleenstaanden oververtegenwoordigd zijn bij de supermarkt.





# Welk brood wordt het meest gegeten?

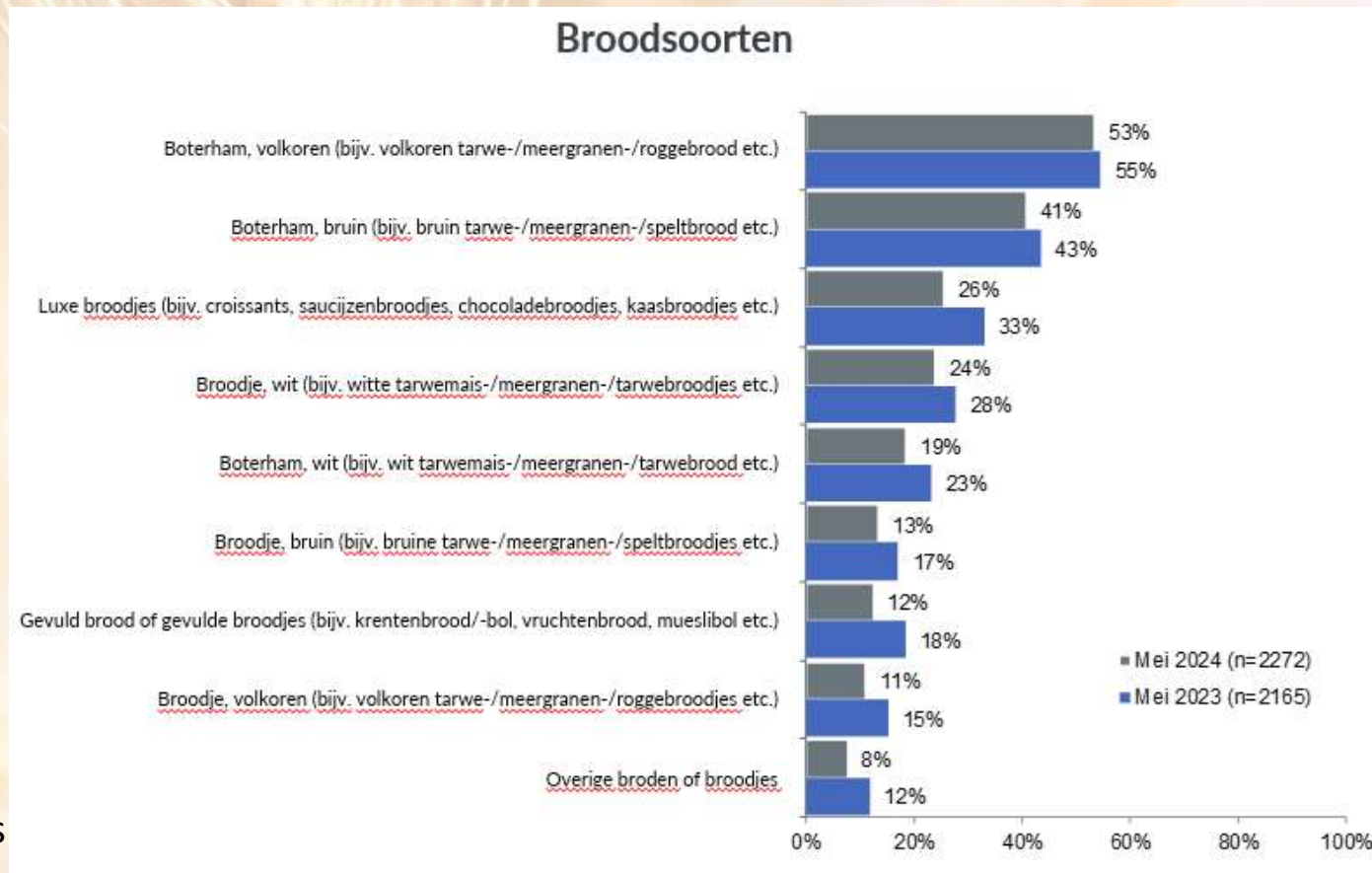
- Van al het brood dat inhome en out of home gegeten wordt, is de boterham het grootst, gevolgd door bolletjes/puntjes en stokbrood.

|                                                                     | Volume (in kg x1.000) |     |     | Aandeel (in %) |     |  | 2022 |  |  |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----|-----|----------------|-----|--|------|--|--|
| ■ Boterham (inclusief tosti's)                                      | 370,828               | 47% | (>) | 369,948        | 46% |  |      |  |  |
| ■ Ciabatta                                                          | 11,580                | 1%  | (<) | 13,618         | 2%  |  |      |  |  |
| ■ Focaccia                                                          | 6,027                 | 1%  | (<) | 6,296          | 1%  |  |      |  |  |
| ■ Stokbrood                                                         | 75,642                | 10% | (<) | 77,398         | 10% |  |      |  |  |
| ■ Turks brood                                                       | 11,512                | 1%  | (>) | 11,428         | 1%  |  |      |  |  |
| ■ Naan brood                                                        | 19,909                | 3%  | (>) | 12,044         | 2%  |  |      |  |  |
| ■ Bolletje/puntje                                                   | 89,795                | 11% | (>) | 88,210         | 11% |  |      |  |  |
| ■ Kaïserbroodje                                                     | 22,618                | 3%  | (>) | 22,172         | 3%  |  |      |  |  |
| ■ Pistolet                                                          | 29,322                | 4%  | (<) | 30,247         | 4%  |  |      |  |  |
| ■ Italiaanse bol                                                    | 9,955                 | 1%  | (<) | 16,424         | 2%  |  |      |  |  |
| ■ Croissant                                                         | 18,081                | 2%  | (<) | 20,940         | 3%  |  |      |  |  |
| ■ Roggebrood                                                        | 10,022                | 1%  | (<) | 13,618         | 2%  |  |      |  |  |
| ■ Panini                                                            | 6,569                 | 1%  | (<) | 7,733          | 1%  |  |      |  |  |
| ■ Hartige broodjes (o.a. saucijzenbroodje, worstenbroodje, etc.)    | 35,688                | 5%  | (>) | 35,517         | 4%  |  |      |  |  |
| ■ Zoete broodjes (o.a. krentenbollen, muesli bollen, koffiebroodje) | 39,006                | 5%  | (>) | 38,528         | 5%  |  |      |  |  |
| ■ Overige broodjes                                                  | 34,266                | 4%  | (<) | 37,980         | 5%  |  |      |  |  |



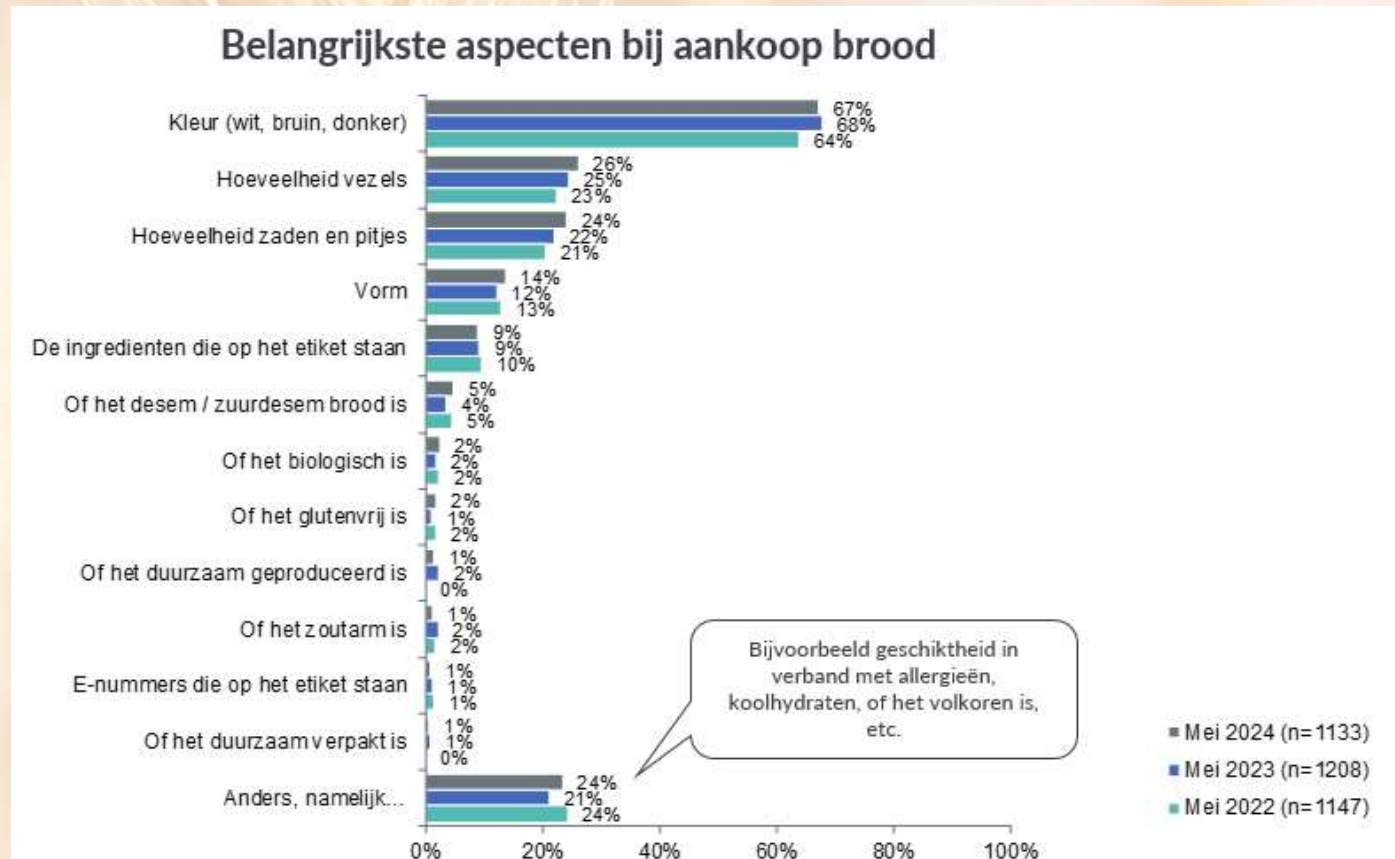
# Meest gegeten broodsoort?

- Over het algemeen per persoon **minder verschillende soorten brood** gegeten.
- De volkorenboterham is het meest gegeten (53%).
- Van de broodjes is juist volkoren het minst populair en zijn witte broodjes het meest gegeten.
- Mannen eten wat vaker witte broden/broodjes en luxe broodjes dan vrouwen, die meer voor bruin en volkoren gaan.
- De bruine boterham (51%) is het meest gegeten door kinderen, gevolgd door de volkoren boterham (48%). Bij volwassenen is dat andersom (55% volkoren boterhammen en 43% bruine boterhammen).



# Nederlanders blijven kiezen op kleur

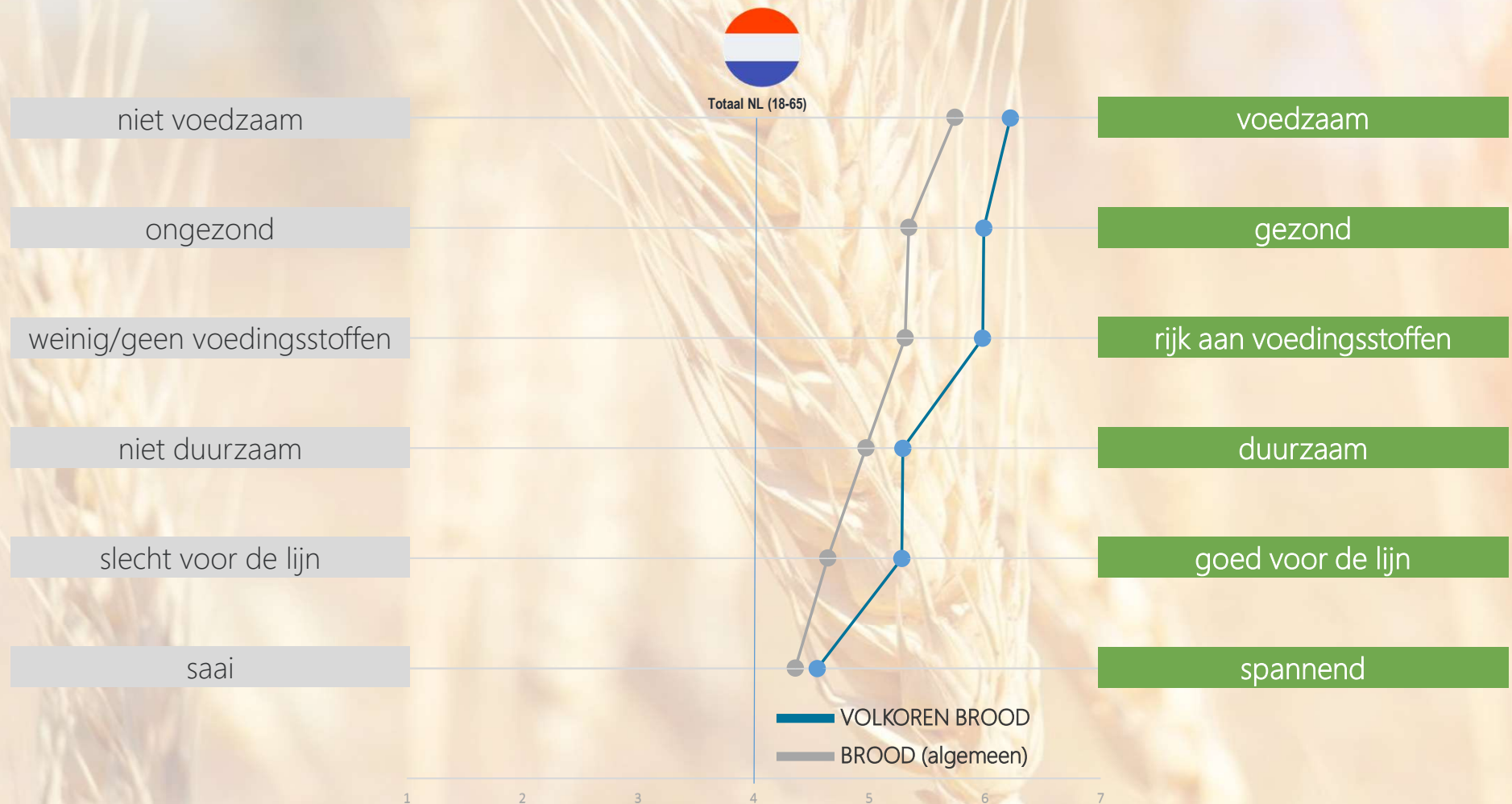
- Kleur blijft het belangrijkste aspect bij het kiezen van brood.
- Mensen letten ook steeds meer op de hoeveelheid zaden en pitjes, en ook op de hoeveelheid vezels.





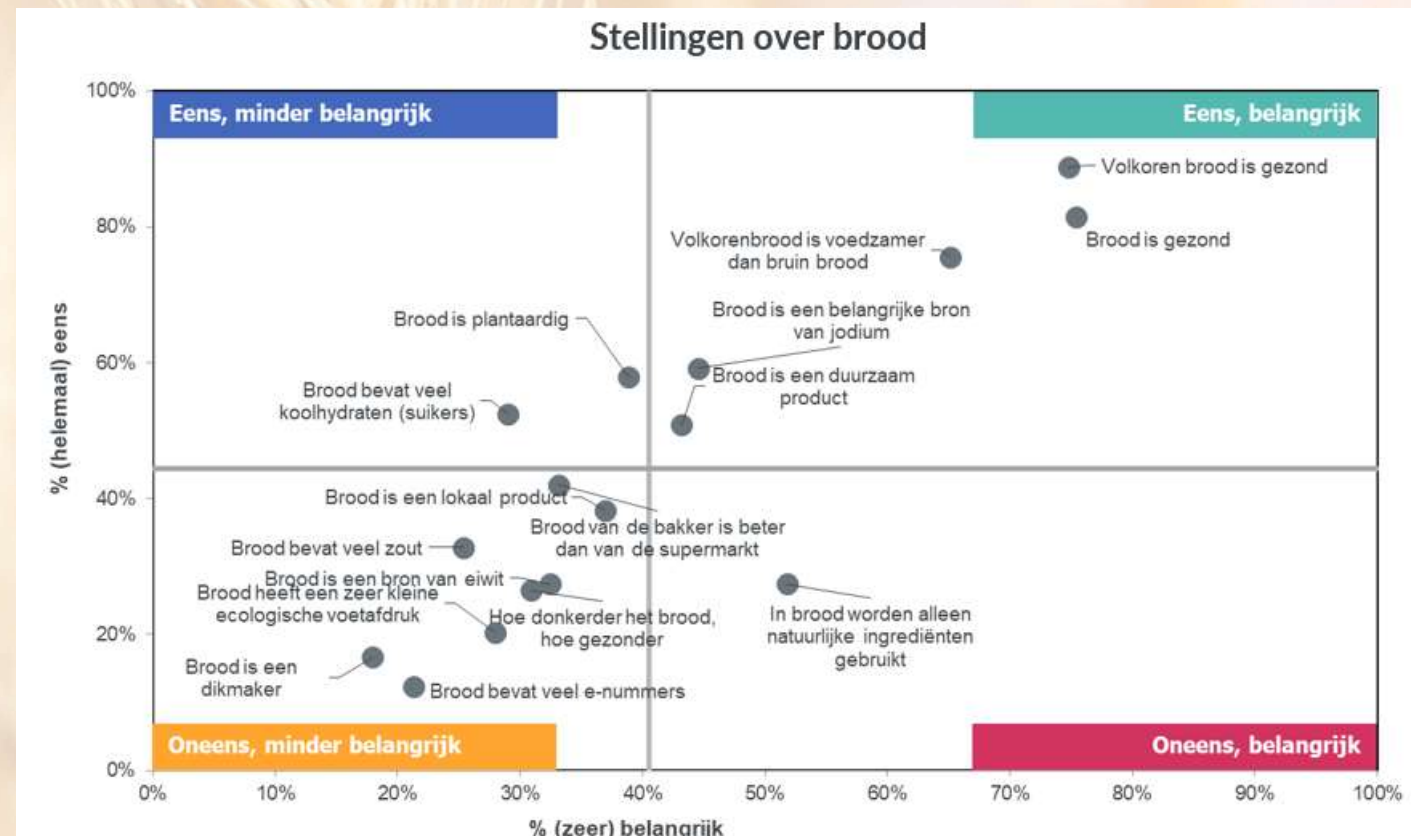


# Brood heeft een POSITIEF imago



# Kennis over Brood – Wat is belangrijk?

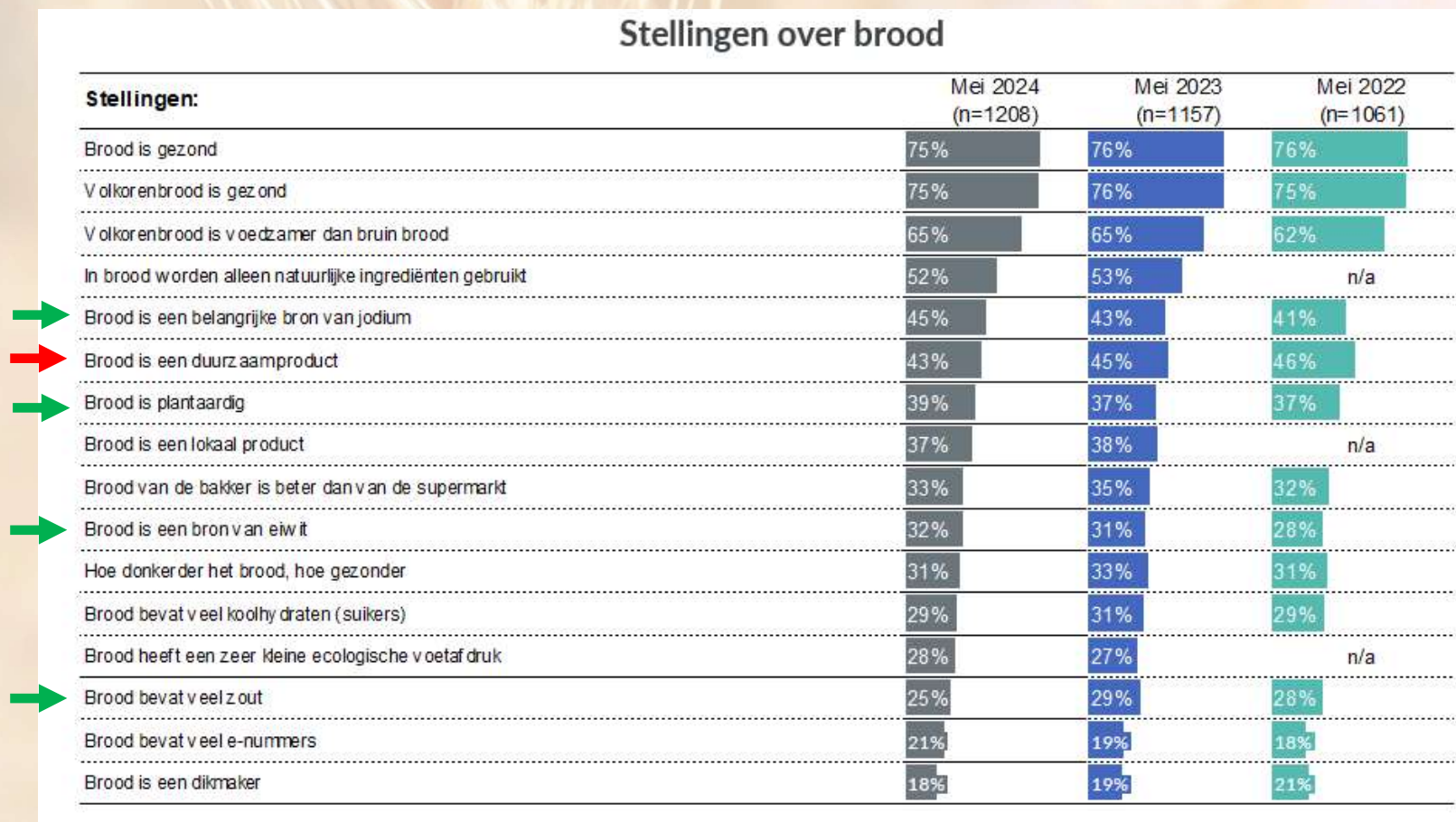
- Gezondheid, voedzaamheid en duurzaamheid zijn aspecten die binnen brood wel goed op orde zijn.
- Natuurlijke ingrediënten vindt men wel belangrijk waar brood nog stappen in kan zetten.
- En bron van eiwit, nog niet bekend maar ook (nog) als minder belangrijk gezien.





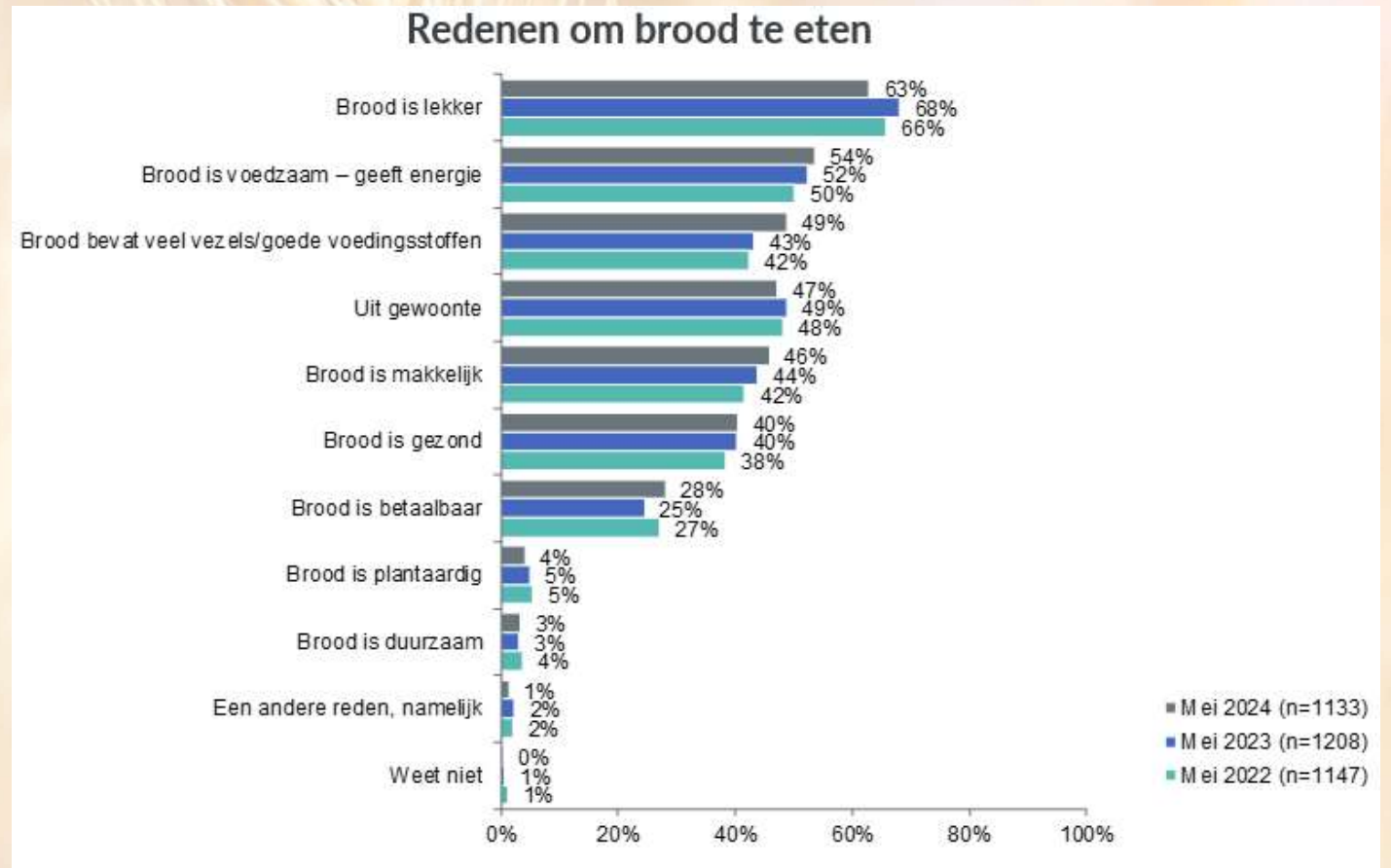
# Kennis over Brood – Ontwikkeling

- Brood wordt steeds meer als plantaardig en bron van eiwit gezien.
- Ook steeds minder mensen vinden dat brood veel zout bevat.
- Opvallend om in de gaten te houden: Brood wordt steeds iets minder vaak als duurzaam beschouwd



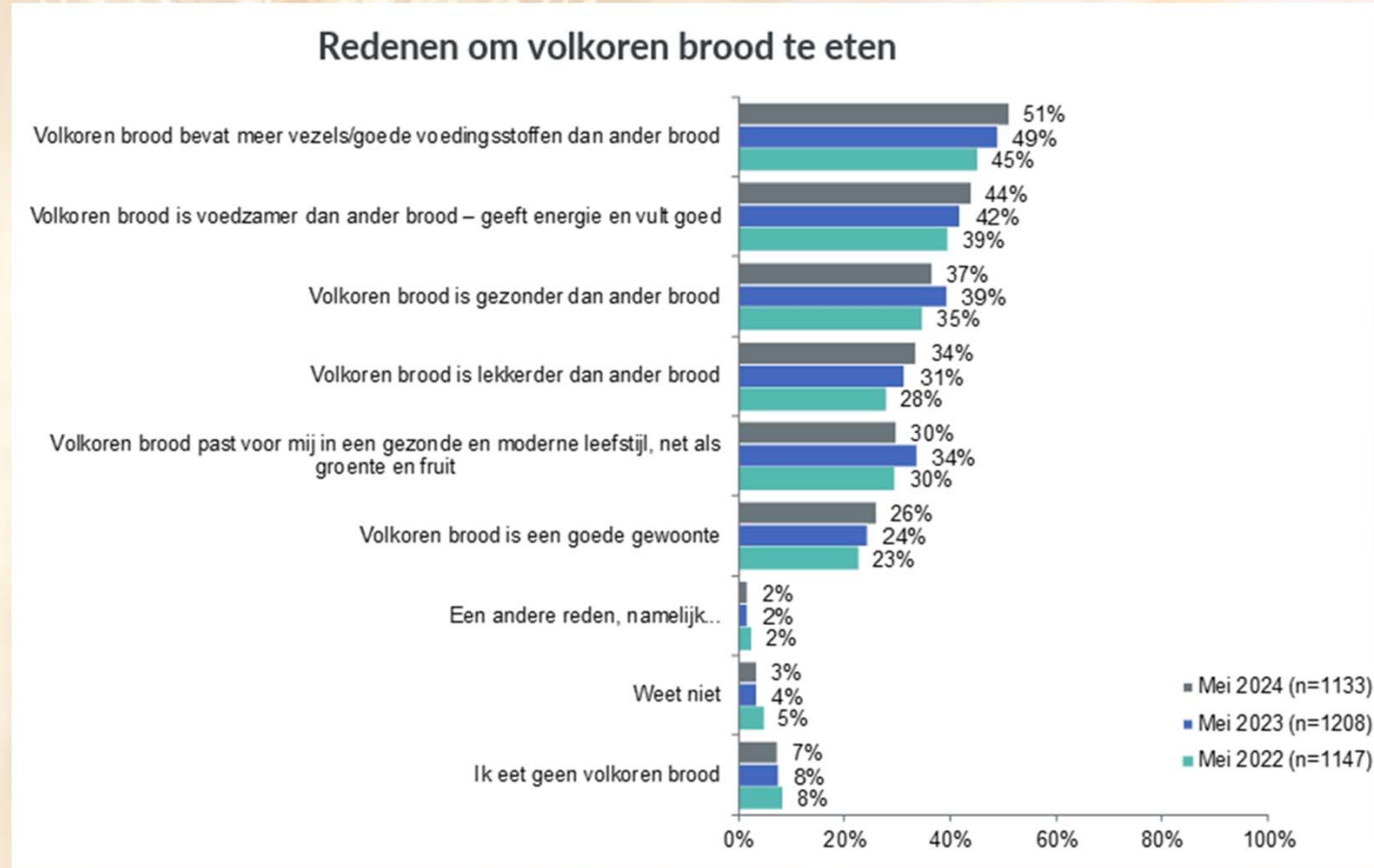
# De belangrijkste VOORDELEN van brood

- Smaak is nog altijd de belangrijkste reden om brood te eten.
- Voedzaamheid en gezondheid ook steeds belangrijker.
- Gemak en betaalbaarheid stijgen weer.
- Plantaardig en duurzaamheid nagenoeg (nog) geen redenen om brood te kopen.



# De belangrijkste VOORDELEN van volkorenbrood

- Volkoren brood vooral gekozen en ook steeds meer gekozen vanwege voedingsstoffen en gezondheid.
- Smaak is nog steeds wat minder van belang maar stijgt wel.



---

# Marktcijfers en ontwikkelingen Banket (incl. Cake) en gebak

---

Susanne Danes



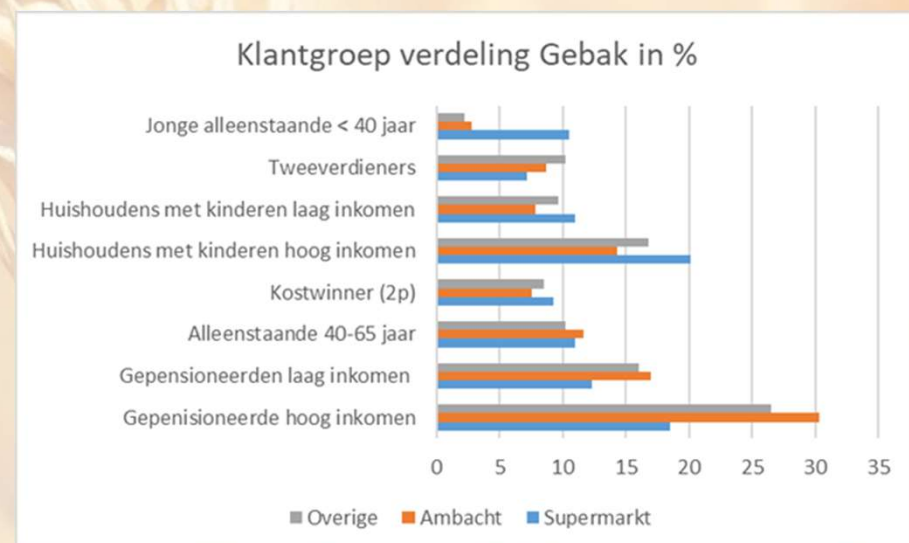
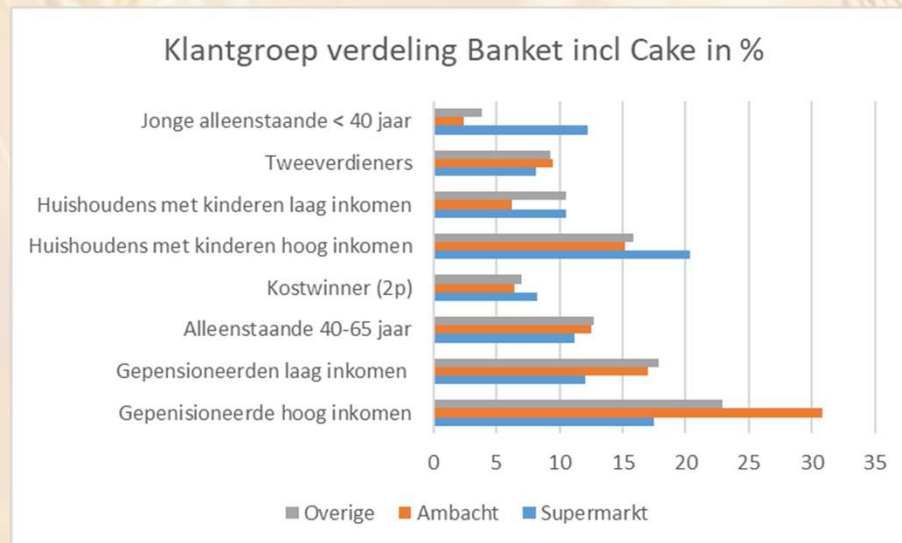
# Definitie banket (incl cake) en gebak

## Volume en omzet ->

- Banket (incl cake): appelflap, berliner Bol, donut, koffiebroodje, eierkoek, gevulde koeken, eierkoek, banketstaaf/letter/taart, gevulde speculaas, overig zoet banket, naturel, gevuld, kleine cakjes/muffins en overig
- Gebak: klein gebak, mini gebak, schnitt/boomstam/slof, taart en vlaai. Zowel koelvers als diepvries.

# Wie koopt er banket (incl cake) en gebak?

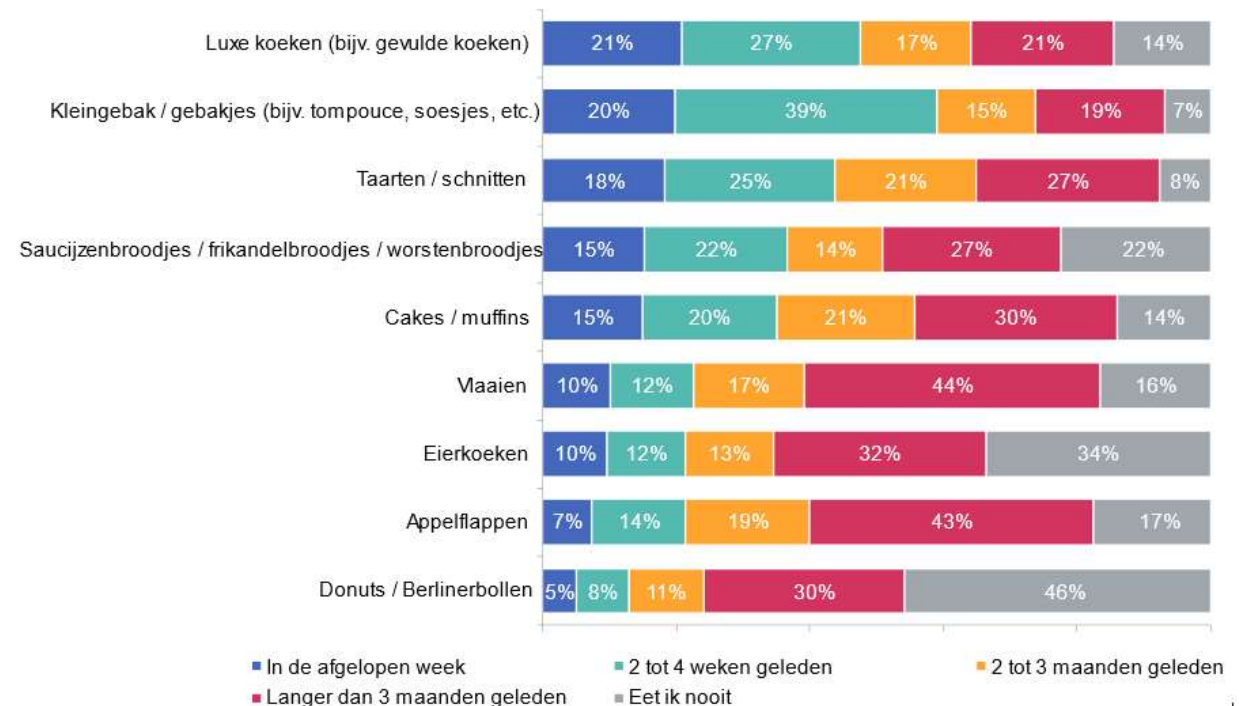
- Gepensioneerden met een hoog inkomen kopen het grootste percentage banket en gebak. De nummer twee zijn huishoudens met kinderen en een hoog inkomen.
- Het verschil tussen de supermarkt en het ambacht is dat gepensioneerden meer banket en gebak bij het ambacht kopen. Huishoudens met kinderen kopen iets meer banket en gebak bij de supermarkt en jong alleenstaande kopen veel vaker bij de supermarkt.



# Luxe koeken en kleingebak koopt men het vaak

- Luxe koeken, gebak en taart/schnitten worden het vaakst gegeten.
- Donuts/Berlinerbollen, Appelflappen en eierkoeken het minst.
- Kleingebak/gebakjes worden juist vaak maandelijks gegeten.
- Vooral gepensioneerden eten frequent gebak, taart en vlaai.
- Jonge Alleenstaanden eten meer saucijzen-/frikandel-/worstenbroodjes dan oudere generaties.
- Voornamelijk huishoudens met kinderen die saucijzen-/frikandel-/worstenbroodjes het meest en vaakst eten.

Percentages van wanneer diverse soorten voor het laatst gegeten zijn





# Bij welke gelegenheid en welke soorten

- Gebak, taart, en vlaai worden voornamelijk voor visite en als traktatie thuis gebruikt, bijvoorbeeld op verjaardagen of feestjes.
- Luxe koeken, cakes, donuts, en appelflappen zijn meer voor verwenmomenten of tussendoor.
- Eierkoeken worden met afstand het vaakst als tussendoortje gegeten, gevolgd door saucijzen-/frikandel-/worstenbroodjes.
- Appelflappen, donuts/Berlinerbollen en luxe koeken worden het meest gegeten als verwenmoment in het weekend.

|                                                           | Kleingebak / gebakjes (bijv. tompouce, soesjes, etc.) | Taarten / schnitten | Vlaaien | Cakes / muffins | Luxe koeken (bijv. gevulde koeken) | Donuts / Berlinerbollen | Appelflappen | Eierkoeken | Saucijzen/ frikandel/ worstenbroodjes |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|---------|-----------------|------------------------------------|-------------------------|--------------|------------|---------------------------------------|
| Als er visite komt                                        | 35%                                                   | 31%                 | 33%     | 30%             | 32%                                | 8%                      | 19%          | 2%         | 5%                                    |
| Als traktatie thuis (bijv. voor een feestje / verjaardag) | 42%                                                   | 66%                 | 56%     | 18%             | 11%                                | 5%                      | 13%          | 2%         | 5%                                    |
| Als traktatie op werk/school/etc.                         | 9%                                                    | 12%                 | 15%     | 9%              | 6%                                 | 3%                      | 5%           | 2%         | 5%                                    |
| Als verwenmoment doordeweeks                              | 11%                                                   | 6%                  | 6%      | 22%             | 24%                                | 24%                     | 20%          | 18%        | 26%                                   |
| Als verwenmoment tijdens het weekend                      | 30%                                                   | 20%                 | 23%     | 30%             | 36%                                | 36%                     | 39%          | 11%        | 34%                                   |
| Als verwenmoment tijdens een feestdag                     | 32%                                                   | 22%                 | 17%     | 8%              | 8%                                 | 7%                      | 8%           | 1%         | 5%                                    |
| Om iemand speciaal te belonen                             | 6%                                                    | 6%                  | 4%      | 3%              | 4%                                 | 6%                      | 4%           | 2%         | 2%                                    |
| Zomaar / als tussendoortje                                | 13%                                                   | 6%                  | 6%      | 30%             | 31%                                | 30%                     | 25%          | 66%        | 40%                                   |
| Voor een andere gelegenheid                               | 7%                                                    | 7%                  | 9%      | 9%              | 5%                                 | 10%                     | 10%          | 10%        | 11%                                   |



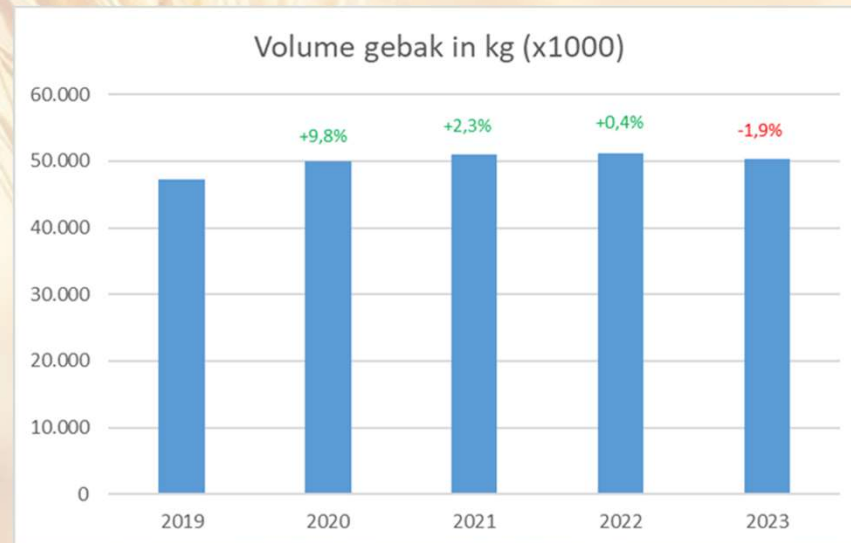
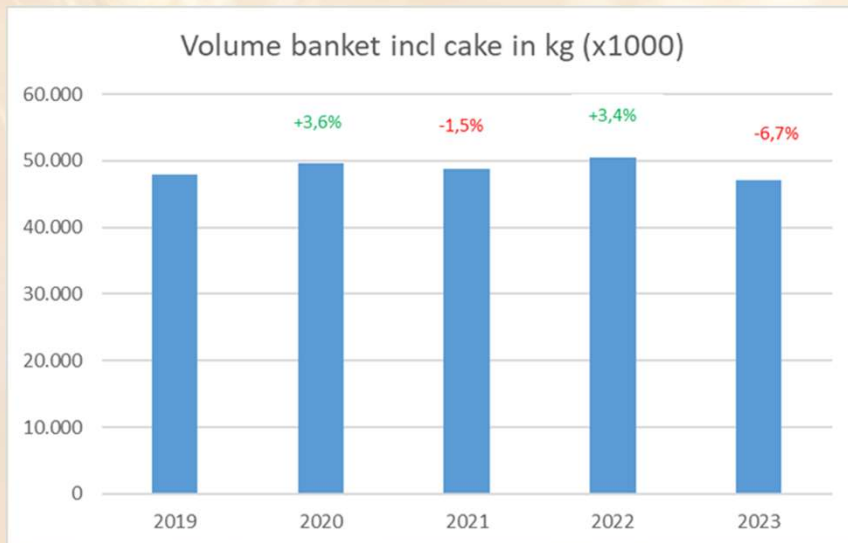
# De belangrijkste aspecten bij de aankoop

- Gebak/taart/vlaai wordt vooral voor de smaak gekocht. Gevolgd door prijs, makkelijk, in de buurt en versheid.
- Luxe koeken, donuts, berlinerbollen en saucijzen/frikandel ed broodje wordt weer meer vanwege het gemak en prijs gekocht.
- Prijs is voor alle soorten banket en gebak een sterke drijfveer.
- Aanbiedingen spelen een kleine rol.

|                         | Kleingebak / gebakjes (bijv. tompouce, soesjes, etc.) | Taarten / schnitten | Vlaaien | Cakes / muffins | Luxe koeken (bijv. gevulde koeken) | Donuts / Berlinerbollen | Appelflappen | Eierkoeken | Saucijzen/ frikandel/ worstenbroodjes |
|-------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|---------|-----------------|------------------------------------|-------------------------|--------------|------------|---------------------------------------|
| Versheid                | 23%                                                   | 25%                 | 25%     | 10%             | 11%                                | 8%                      | 15%          | 14%        | 13%                                   |
| Prijs                   | 33%                                                   | 35%                 | 36%     | 31%             | 38%                                | 38%                     | 35%          | 33%        | 33%                                   |
| Service / Bediening     | 4%                                                    | 5%                  | 5%      | 2%              | 3%                                 | 2%                      | 2%           | 1%         | 2%                                    |
| Sfeer / Beleving        | 4%                                                    | 3%                  | 3%      | 1%              | 1%                                 | 2%                      | 1%           | 0%         | 3%                                    |
| Makkelijk / Snel        | 35%                                                   | 27%                 | 28%     | 37%             | 43%                                | 41%                     | 37%          | 40%        | 41%                                   |
| Smaak / Lekker          | 42%                                                   | 47%                 | 45%     | 23%             | 28%                                | 22%                     | 33%          | 27%        | 32%                                   |
| Gezond                  | 1%                                                    | 1%                  | 0%      | 1%              | 1%                                 | 1%                      | 1%           | 2%         | 1%                                    |
| Gewoonte                | 16%                                                   | 12%                 | 12%     | 20%             | 22%                                | 20%                     | 15%          | 23%        | 20%                                   |
| In de buurt             | 29%                                                   | 24%                 | 24%     | 25%             | 28%                                | 22%                     | 25%          | 23%        | 27%                                   |
| Variatie / groot aanbod | 13%                                                   | 18%                 | 21%     | 6%              | 10%                                | 6%                      | 2%           | 2%         | 3%                                    |
| Aanbiedingen            | 20%                                                   | 15%                 | 18%     | 19%             | 25%                                | 20%                     | 30%          | 17%        | 19%                                   |
| Andere reden            | 4%                                                    | 8%                  | 6%      | 15%             | 3%                                 | 6%                      | 7%           | 5%         | 5%                                    |

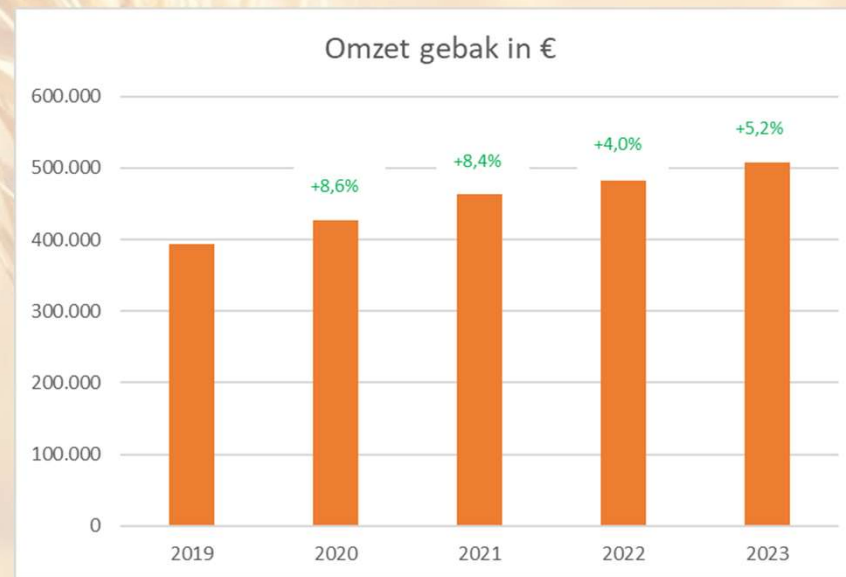
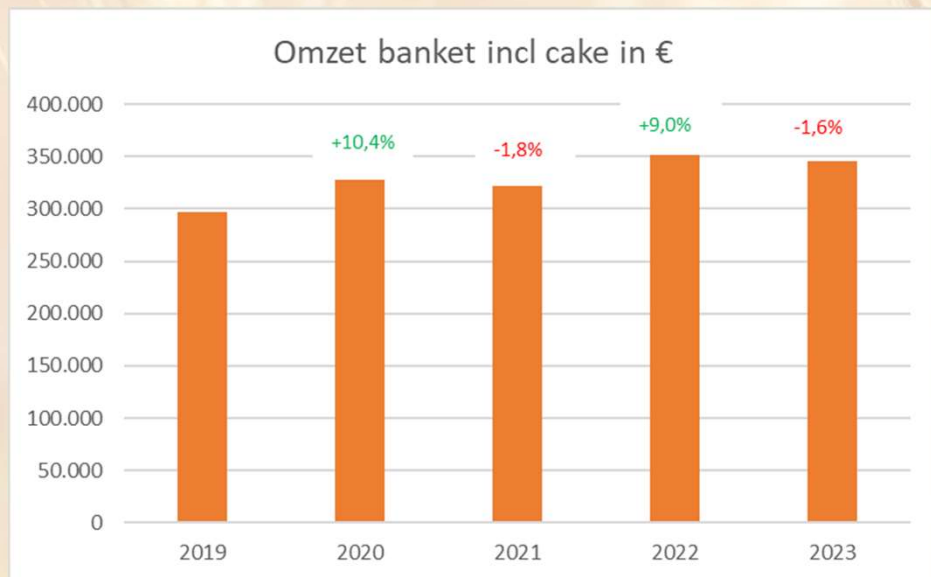
# Totale volume (inhome) van banket en gebak onder druk

- Het volume van banket (incl. cake) en gebak steeg de afgelopen jaren in absolute zin, maar staat in 2023 onder druk. Met name banket (incl. cake) daalt fors in 2023.
- Consumenten zijn aan het minderen en letten meer op wat ze kopen, wat duidelijk ook invloed heeft op de consumptie van banket en gebak.



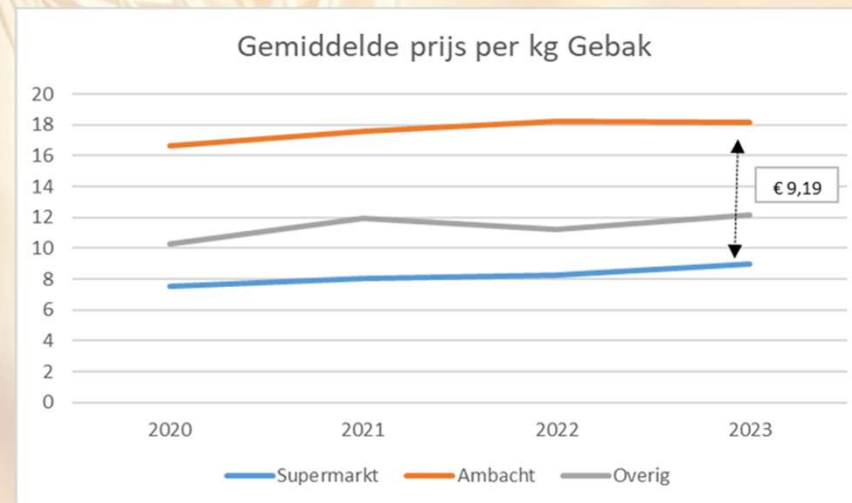
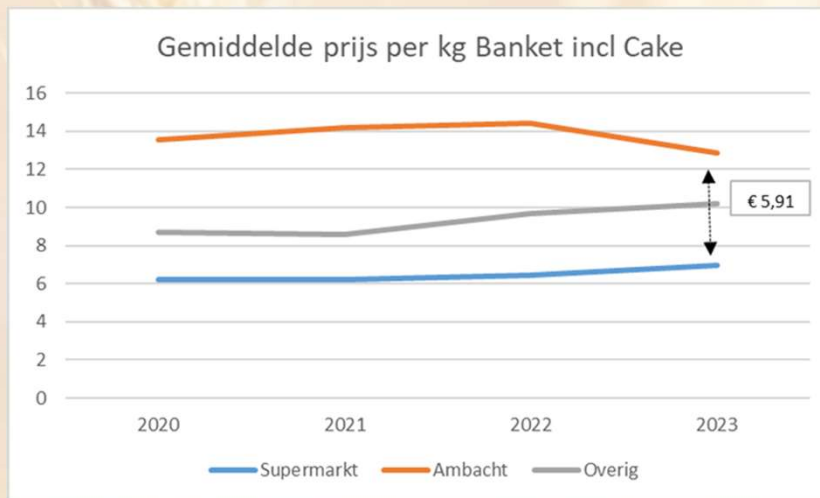
# Totale omzet inhome banket onder druk, gebak stijgt

- In 2023 daalt de omzet van banket (incl. cake) ten opzichte van 2022 net als bij het volume. Toch is er wel een positieve trend te zien.
- Ondanks de volume daling stijgt bij gebak de omzet wel en is er de afgelopen jaren een positieve ontwikkeling.



# Wat doen de gemiddelde prijzen?

- De prijzen van banket en gebak stijgen bij supermarkten en in het overige kanaal. Voor het ambacht dalen de prijzen maar de prijzen blijven daar nog wel het hoogst.
- Het prijsverschil tussen supermarkten en ambacht zijn in 2023 kleiner geworden.
- Voor banket en cake is het gemiddelde prijsverschil nu €5,91 en voor gebak €9,19.





# Aankoopplaats banket en gebak

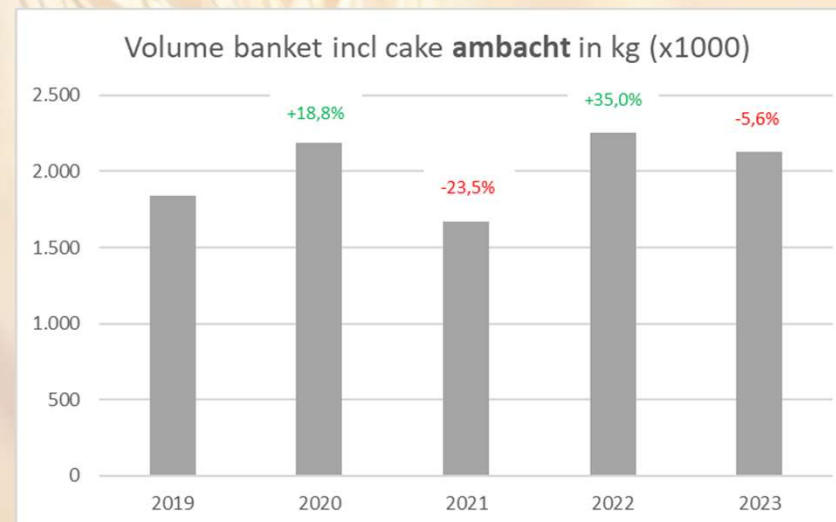
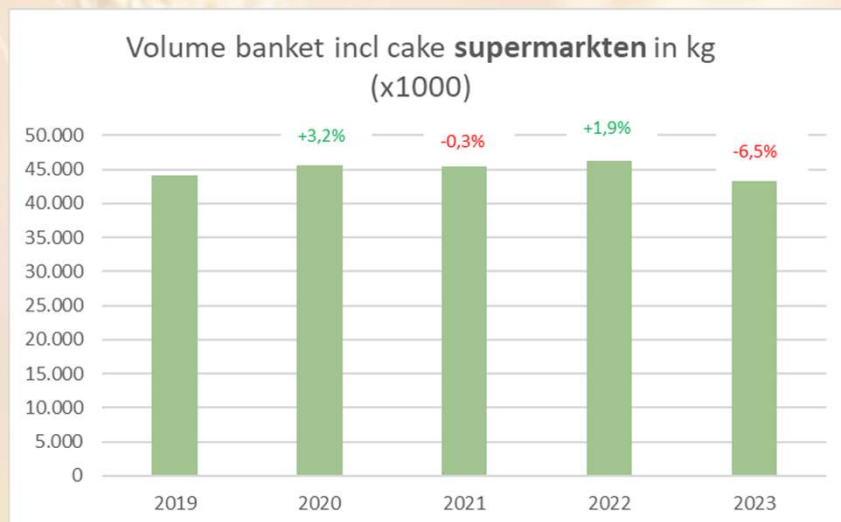
- Banket en gebak wordt voornamelijk in de supermarkt gekocht (44-81%). Waarbij gemak en prijs de belangrijkste redenen zijn.
- Vlaaien, taarten/schnitten en kleingebak/gebakjes worden ook vaak bij de (ambachtelijke) bakker en de HEMA gekocht vanwege de smaak. Bij de bakker ook vanwege de versheid.
- Vlaaien worden ook nog wel bij een vlaaienwinkel gekocht (12%).
- Ook cakes/ muffins worden ook veel 'ergens anders' gekocht.

|                                               | Kleingebak / gebakjes (bijv. tompouce, soesjes, etc.) | Taarten / schnitten | Vlaaien | Cakes / muffins | Luxe koeken (bijv. gevulde koeken) | Donuts / Berlinerbollen | Appelflappen | Eierkoeken | Saucijzen/ frikandel/ worstenbroodjes |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------|---------|-----------------|------------------------------------|-------------------------|--------------|------------|---------------------------------------|
| Bij de supermarkt                             | 55%                                                   | 44%                 | 51%     | 66%             | 80%                                | 79%                     | 75%          | 81%        | 69%                                   |
| Bij de (ambachtelijke) bakker                 | 25%                                                   | 26%                 | 18%     | 8%              | 10%                                | 5%                      | 11%          | 12%        | 14%                                   |
| Op de markt                                   | 1%                                                    | 0%                  | 1%      | 2%              | 2%                                 | 2%                      | 1%           | 1%         | 1%                                    |
| Bij de Bakker Bart / Backwerk                 | 3%                                                    | 2%                  | 2%      | 1%              | 1%                                 | 1%                      | 2%           | 1%         | 1%                                    |
| Bij de vlaaienwinkel (bijv. Multivlaai)       | 0%                                                    | 2%                  | 12%     | 0%              | 0%                                 | 0%                      | 0%           | 0%         | 0%                                    |
| Bij de HEMA                                   | 10%                                                   | 15%                 | 10%     | 1%              | 1%                                 | 2%                      | 0%           | 2%         | 3%                                    |
| Op het werk / school                          | 0%                                                    | 1%                  | 0%      | 1%              | 1%                                 | 1%                      | 1%           | 0%         | 2%                                    |
| In een restaurant / eetcafé / lunchroom       | 1%                                                    | 1%                  | 1%      | 1%              | 0%                                 | 1%                      | 0%           | 0%         | 2%                                    |
| Onderweg (bijv. treinstation, benzinestation) | 0%                                                    | 0%                  | 0%      | 1%              | 1%                                 | 0%                      | 1%           | 0%         | 2%                                    |
| Online                                        | 0%                                                    | 0%                  | 1%      | 0%              | 0%                                 | 0%                      | 1%           | 1%         | 1%                                    |
| Ergens anders                                 | 4%                                                    | 9%                  | 5%      | 21%             | 3%                                 | 9%                      | 8%           | 2%         | 4%                                    |

Bron: GfK

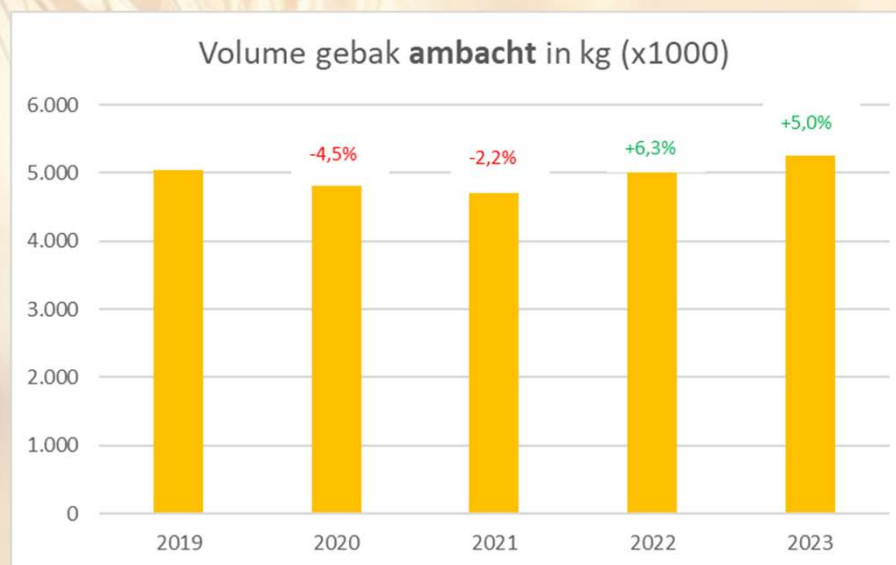
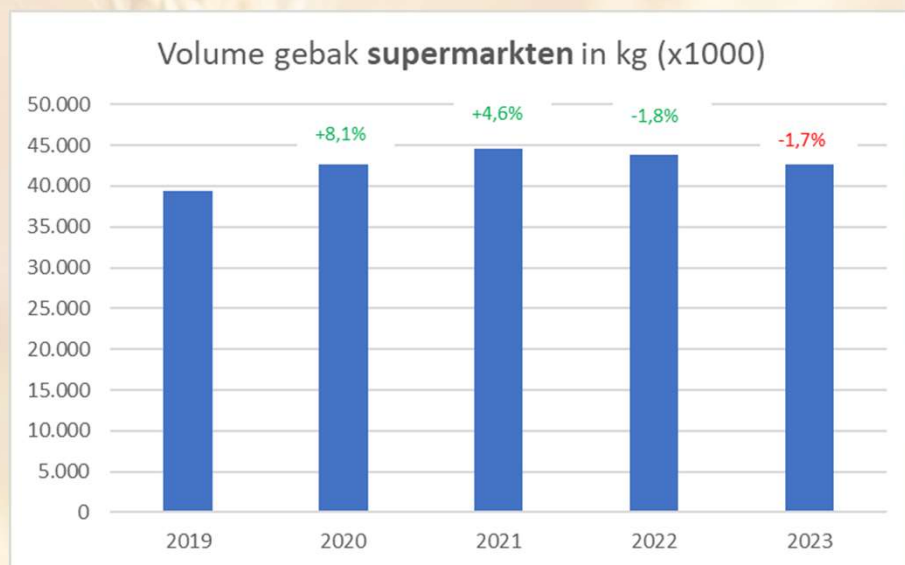
# Volume banket bij supermarkt en ambacht onder druk

- Vorig jaar lieten alle kanalen een duidelijke groei zien van banket. In 2023 zien we juist alle kanalen weer verliezen.
- Het aantal kopers groeit juist weer bij supermarkten. Maar kopers kopen steeds minder vaak en ook minder banket bij de supermarkt.
- Bij het ambacht daalt het aantal kopers licht, maar als kopers banket kopen, dan kopen ze bij het ambacht juist weer meer.



# Volume gebak in de lift bij het ambacht

- Gebak bij supermarkten daalt na een stijging in 2020, 2021 en 2022 weer in 2023.
- Gebak bij het ambacht weer in de lift vanaf 2022.
- Bij de supermarkt daalt het aantal gebaksklanten, er wordt steeds minder vaak gebak gekocht, maar als consumenten het kopen dan kopen ze meer dan voorheen.
- Bij het ambacht daalt ook het aantal klanten maar wordt er weer vaker gebak gekocht, maar wel minder.



---

# Trends, ontwikkelingen en communicatie duurzaamheid en eiwit

---

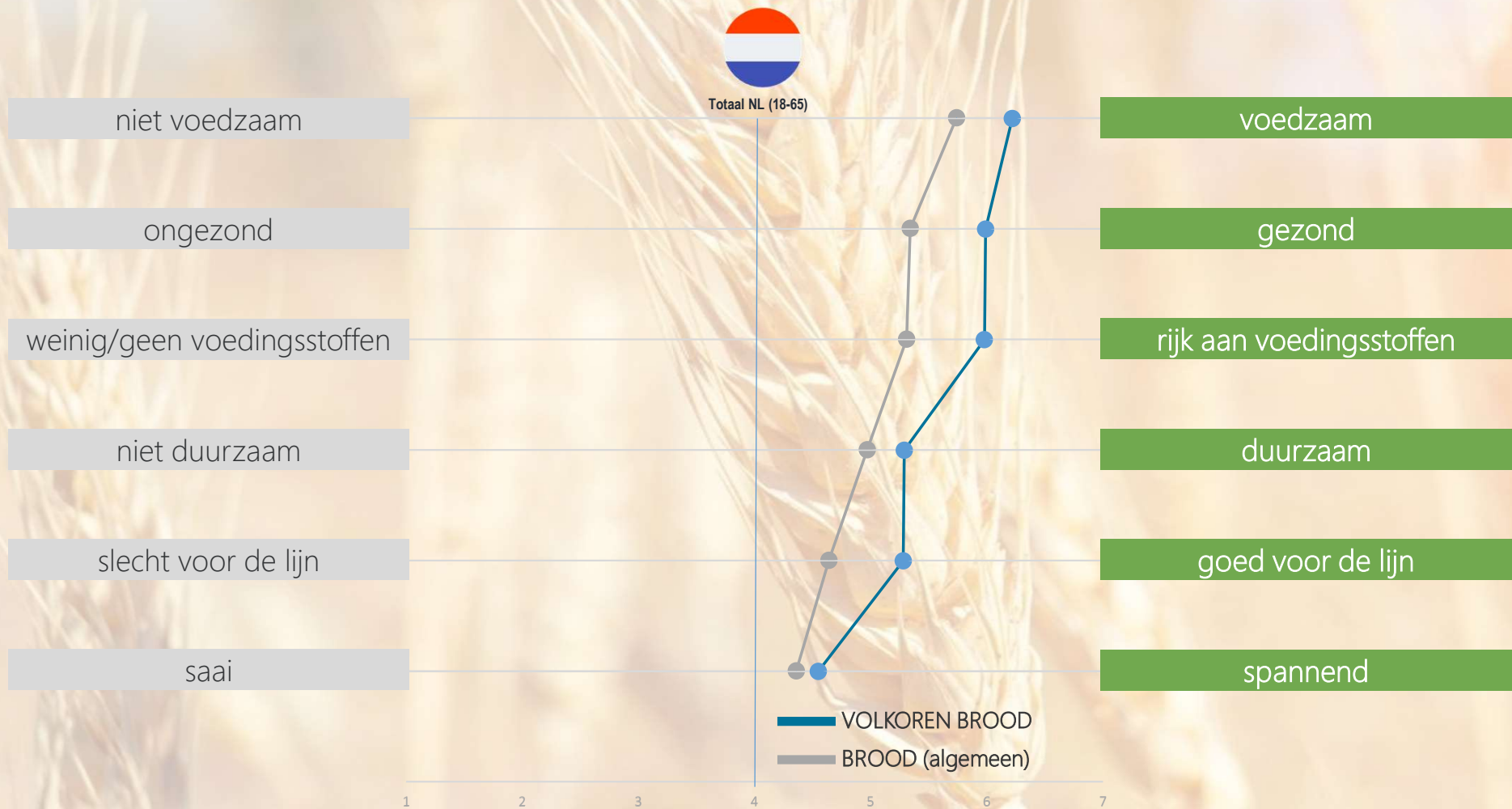
Kris Smet (B2Sense)  
Linda van Zonsbeek (NBC)



# Brood heeft een positief imago bij de Nederlandse consument



Daar neem je kennis van!



# Brood heeft een positief imago bij de Nederlandse consument



Totaal NL (18-65)

Staat positief tegenover BROOD

**83%**

Staat positief tegenover VOLKOREN

**84%**



**En dit is zo voor alle socio-demografische groepen !**

## De overgrote meerderheid gaat akkoord met een aantal stellingen



Daar neem je kennis van!



Totaal NL (18-65)

|                                                                              |            |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| “Brood is een belangrijk onderdeel van een gezond en verantwoord eetpatroon” | <b>91%</b> |
| “Brood is een belangrijk deel van onze Europese traditie en cultuur”         | <b>94%</b> |
| “Er zit heel veel variatie in brood”                                         | <b>95%</b> |
| “Brood geeft energie voor lichaam en geest”                                  | <b>93%</b> |





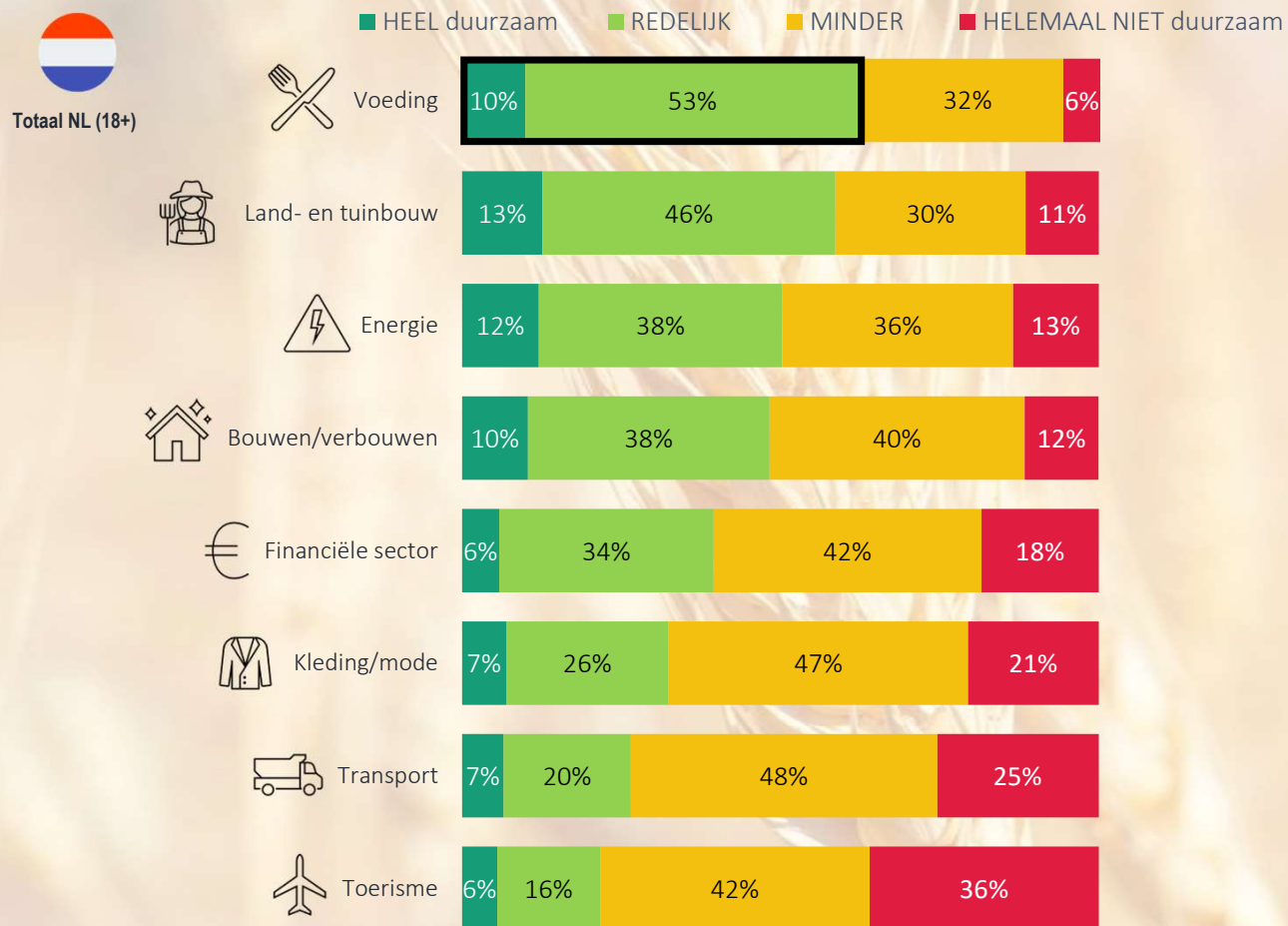
# De 4 belangrijkste basisvoordelen van Brood: een uniek pakketje benefits !

|            |                                                                                     |                                                                                                         |              |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| lekker     |    | <br>Totaal NL (18-65) | nr <b>1</b>  |
| voedzaam   |    |                                                                                                         | nr <b>2</b>  |
| gezond     |    |                                                                                                         | nr <b>3</b>  |
| betaalbaar |   |                                                                                                         | nr <b>4</b>  |
| duurzaam   |  |                                                                                                         | nr <b>12</b> |



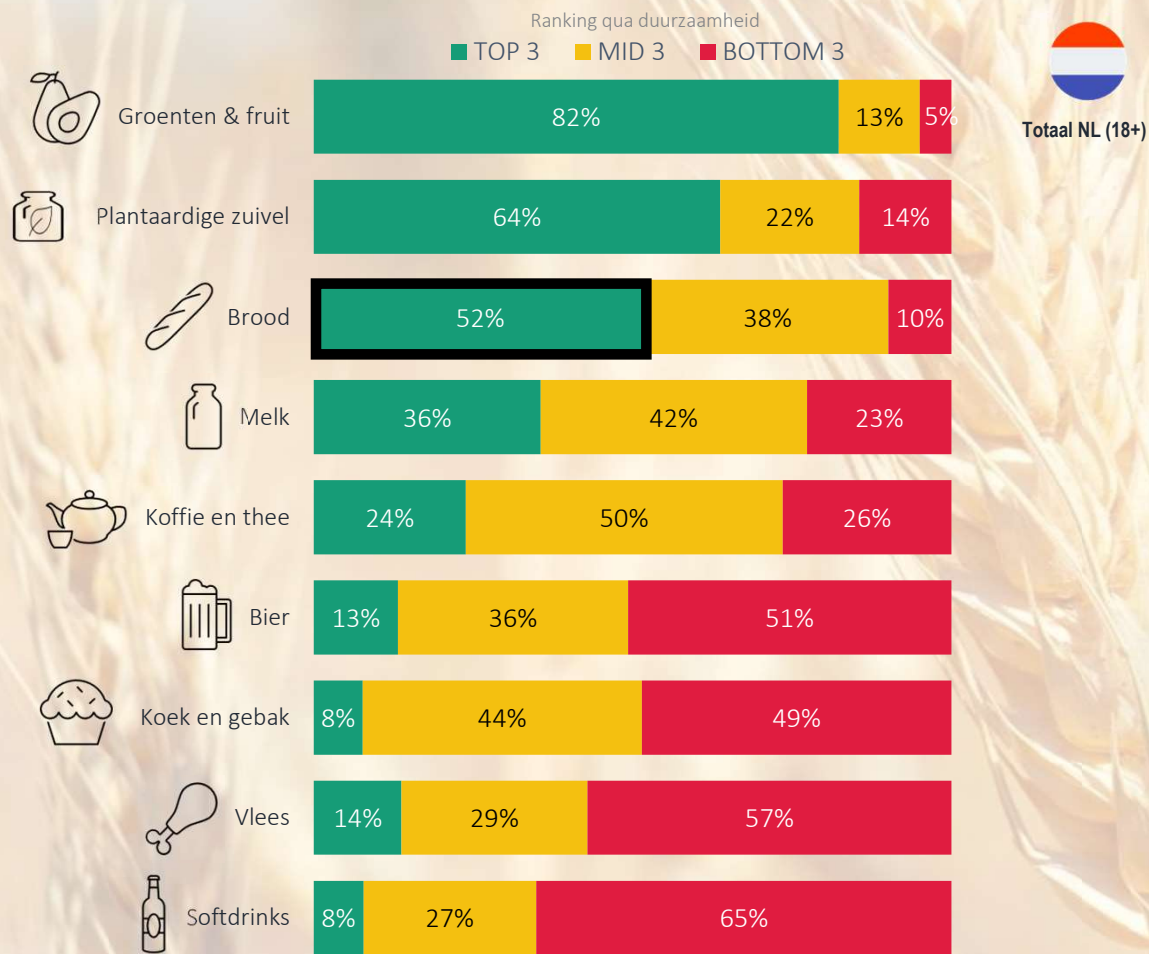


# De consument ziet VOEDING wel als een van de meest duurzame sectoren

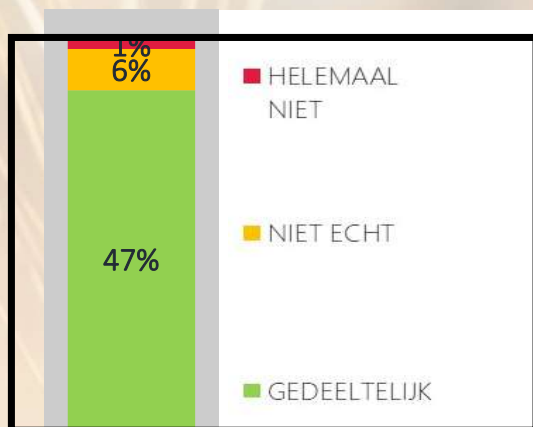


bron: b<sup>2</sup>sense Consumentenonderzoek Duurzaamheid (NBC)

# Voor de consument hoort BROOD wel bij de meest duurzame voedingscategorieën



# “Duurzaamheid” heeft voor de consument een vrij brede invulling



DUURZAAMHEID =  
*"Initiatieven, beslissingen en producten die voorzien in onze behoeften, én tegelijkertijd zorg dragen voor de leefomgeving (schoon water, lucht, en bodem) van huidige en toekomstige generaties mensen, dieren en planten."*



Totaal NL (18+)

## Andere accenten

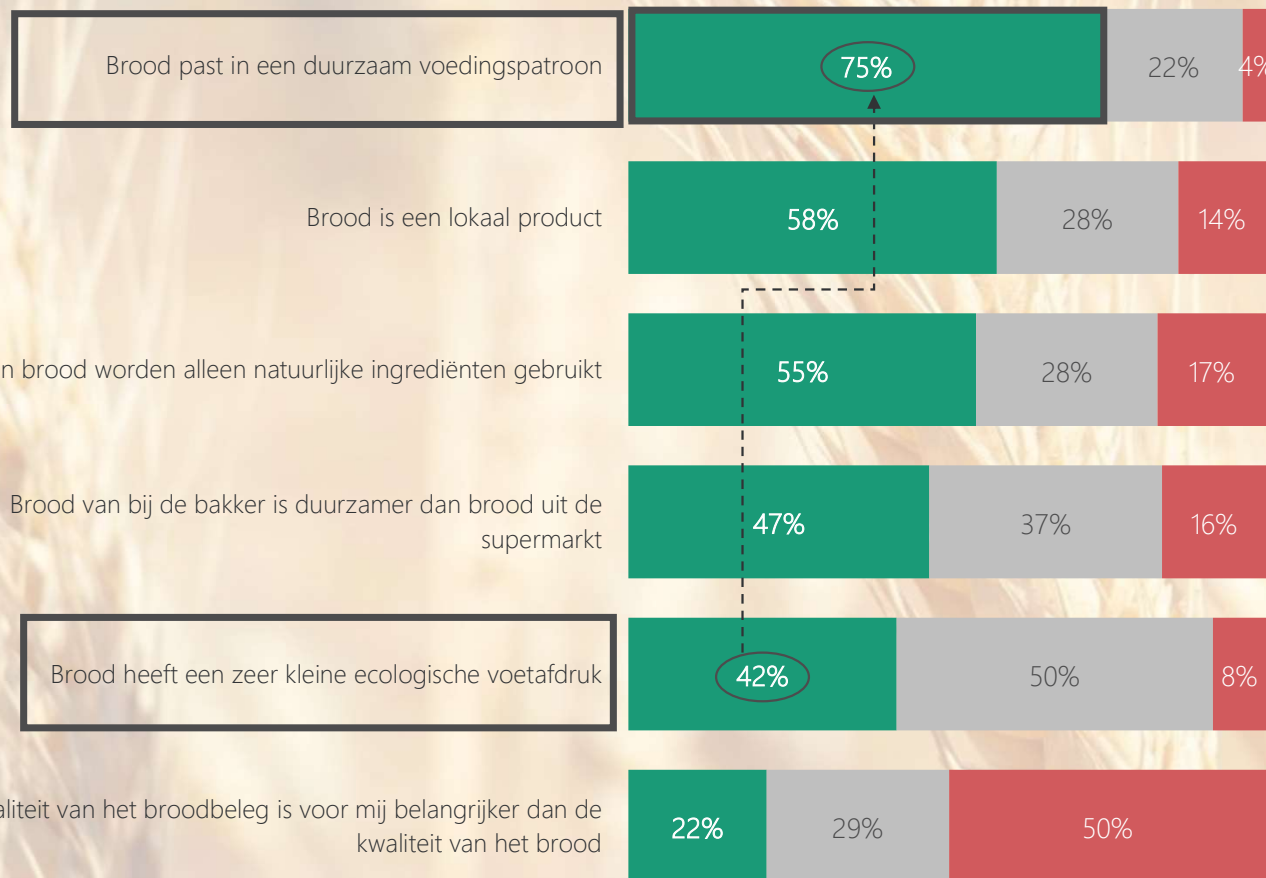
- lang houdbaar / lang bruikbaar / bestendig  
*"Producten die lang meegaan en gerepareerd kunnen worden, zonder dat je steeds iets nieuws moet kopen."*
- zuiniger / minder / sober (leven en consumeren)  
*"Zuinig zijn met wat we hebben en moeten behouden"*  
*"Geen onnodige dingen kopen"*
- (financieel) haalbaar (?)  
*"Het moet wel allemaal een beetje haalbaar en leefbaar blijven"*  
*"Voor zover het mogelijk is financieel."*
- bewustzijn / bewuste keuzes / zorgvuldig / nadenken  
*"We moeten meer nadenken over de gevolgen van onze keuzes en handelingen, en dus bewuster gaan leven en consumeren."*
- kwaliteit / degelijk
- gezond
- verantwoordelijkheid
- goede werk- en leefomstandigheden / welzijn
- controle / overheid
- voortuitstrevend
- meer focus op de mens
- respect
- rendement
- eerlijk

# Duurzaamheid van brood omvat inderdaad meer dan het puur ecologische!



Totaal NL (18+)  
n=706

■ Eens ■ Niet eens / niet oneens ■ Oneens





# Waarom is BROOD dan “duurzaam” volgens de NL consument?

**natuurlijk 21%**

(natuurlijke ingrediënten, plantaardig)

**ecologisch 45%**

(lokaal, duurzame ingrediënten en bakproces)

**gezond 34%**

(gezond, voedzaam, vezelrijk)

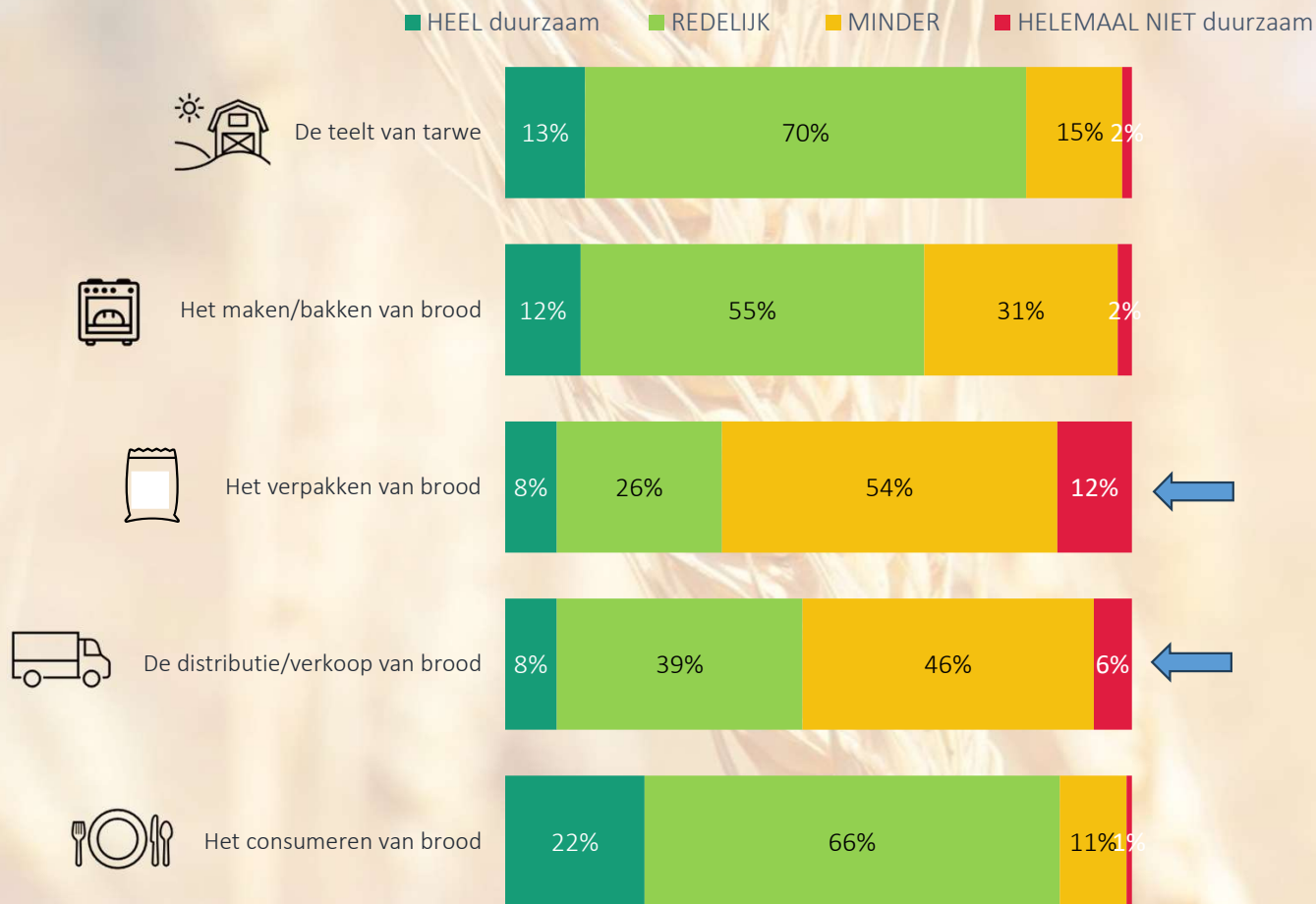
**basisproduct 14%**

(essentieel, dagelijks, nodig, eenvoudig, eerlijk, goedkoop)



# Inzoomen op details: 2 aspecten van brood zijn wat minder “duurzaam”

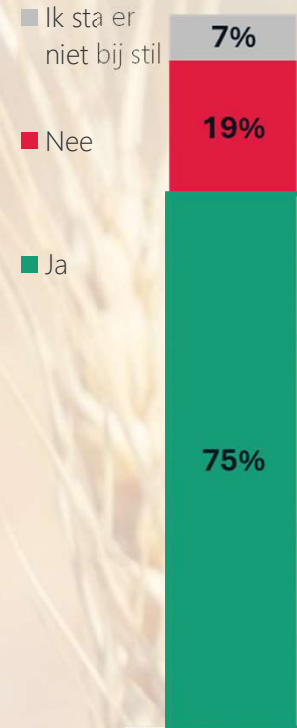
  
Totaal NL (18+)  
n=706



# De helft van de consument gooit wel eens brood weg.

## Brood weggooien is wel degelijk een probleem voor meeste NL consumenten

Is dit een probleem voor u?



- 69% Het is een verspilling van mijn geld
- 61% Er is veel armoede en honger in de wereld
- 36% Brood weggooien is niet goed voor het milieu
- 33% Brood is een kwaliteitsproduct dat met zorg is gemaakt
- 10% Het brood blijft niet lang genoeg vers
- 3% Zonde / dat doe je gewoon niet
- 3% Geef het aan de dieren
- 2% Je kan er altijd wat anders mee (invriezen, paneermeel, tosti, ...)

Maar meer uit economische of ethische overwegingen !



Totaal NL (18+)

# Gezondheid is een belangrijk aspect voor de broodconsument, en overlapt met het thema Duurzaamheid, én kwam ook aan bod in campagne



**Brood, goed verhaal.**

**51%** van de consumenten die de Broodcampagne hebben gezien, zeggen dat ze hieruit iets NIEUWS hebben geleerd.



Base = respondents having received new info about bread

## New info or knowledge received about bread (prompted)

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bread is high in protein                                                    | 53% |
| Bread is a source of protein                                                | 48% |
| Bread contains protein, carbs and fibre                                     | 36% |
| Wholegrain bread contains many nutrients                                    | 35% |
| Wholegrain is made from the entire grain                                    | 29% |
| Wholegrain is healthy because of its fibres                                 | 28% |
| It is not true that bread is unhealthy                                      | 27% |
| The cereals for our bread comes from Europe                                 | 20% |
| Proteins in bread are plant-based                                           | 19% |
| A slice of bread provides very different nutrients from lettuce or tomatoes | 16% |
| Bread does not make you fat                                                 | 13% |



# Trends en ontwikkelingen – Eiwit

Eiwittransitie: dierlijk > plantaardig

- Menu van de Toekomst
- Gezond eten binnen de grenzen van de aarde
- Meer plantaardig, meer volkoren granen



**Brood- en volkoren graanproducten blijven een belangrijke bron van voedingsstoffen.** Verder natuurlijk groente en fruit met een lage milieu-impact. Water, koffie en thee vormen de belangrijkste dranken in lijn met de huidige Schijf van Vijf.

# Trends en ontwikkelingen – Eiwit

- Nationale Eiwitstrategie
- Zelfvoorzienend in nieuwe en plantaardig eiwit
- Transitie naar duurzame landbouw, meer biodiversiteit, tegengaan van voedselverspilling e.d.





# Trends en ontwikkelingen - Eiwit

Zoektocht gestart!

- Plantaardig
- Alternatieven
- Reststromen

Uitdagingen: beschikbaarheid, smaak, regelgeving etc.



# Trends en ontwikkelingen - Eiwit

Extra eiwit voor topsport > voor iedereen beschikbaar



Albert Heijn

158.105 volgers  
32 m •

Goed nieuws voor alle sporters! Wij hebben ons assortiment sportvoeding flink uitgebreid met 85 nieuwe producten. Of je nu een fanatieke of een minder gedreven sporter bent, bij Albert Heijn vind je alles wat je nodig hebt op het gebied van kracht- en duursportvoeding. De producten zijn uiteraard van topkwaliteit voor een betaalbare prijs. Echte prijsfavorieten dus! Ontdek zelf ons uitgebreide assortiment, van eiwitrijke repen en poeders tot isotone sportdranken en energiegels.

#AlbertHeijn #Sportvoeding #KrachtenDuursport #Prijsfavoriet

Zo lekker kan sporten zijn.

ah.nl/sportvoeding

4

1 repost



# Trends en ontwikkelingen - Eiwit



Daar neem je kennis van!

Kleine groep > grotere beweging  
Vegan ingrediënten en producten



**V-GO!**  
vegan  
banket

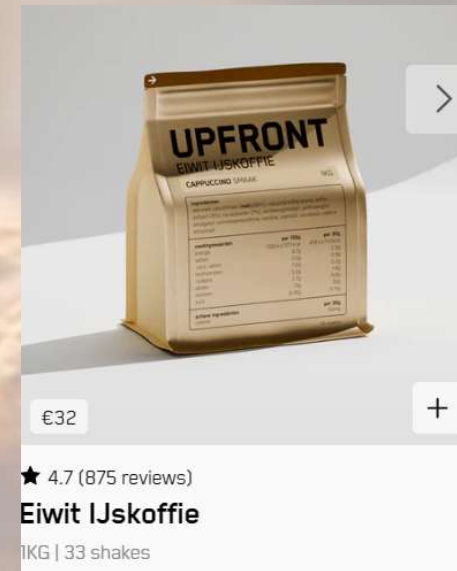
**CREDI VEGAN MIX**

# Trends en ontwikkelingen - Eiwit



Daar neem je kennis van!

Eiwit is hot!





# Trends en ontwikkelingen – Eiwit

De meeste Nederlanders eten voldoende eiwit

De inname van eiwitten is in  
Nederland gemiddeld

**76 g/dag**

15,5% van de energie-inname

De belangrijkste bronnen van  
eiwitten zijn:

Vlees en vleesvervangers (26%)

Zuivel en zuivelvervangers (24%)

Brood, granen, rijst en pasta (23%)

Richtlijn:

Eet volgens een meer plantaardig en  
minder dierlijk voedingspatroon

Van het eiwit is gemiddeld

**42 %**

plantaardig



# Trends en ontwikkelingen – Eiwit



Daar neem je kennis van!

We moeten wel anders eten;  
Brood de oplossing?!

De belangrijkste bronnen van  
eiwitten zijn:

Vlees en vleesvervangers (26%)

Zuivel en zuivelvervangers (24%)

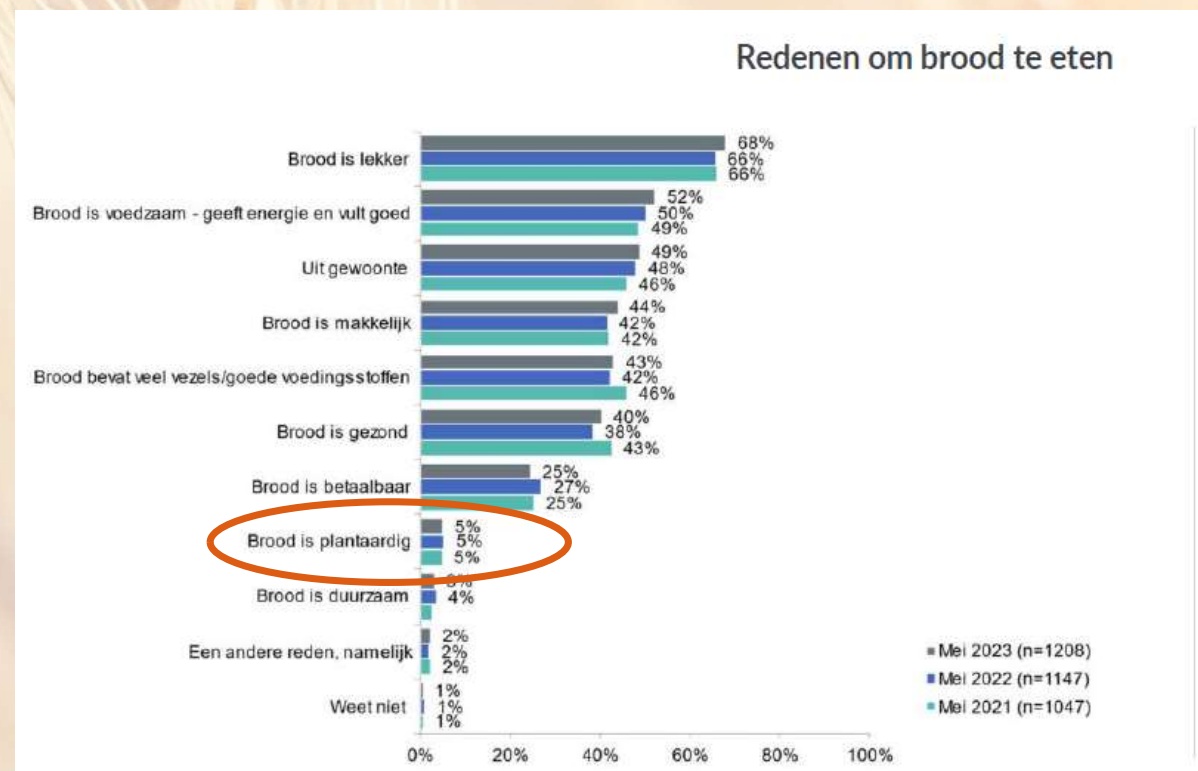
Brood, granen, rijst en pasta (23%)

Richtlijn:

Eet volgens een meer plantaardig en  
minder dierlijk voedingspatroon



# Trends en ontwikkelingen – Eiwit



# Trends en ontwikkelingen – Eiwit



Daar neem je kennis van!

## Bread Campaign Impact



**Brood, goed verhaal.**

NEW BREAD INFO  
RECEIVED

yes



Total NL (18-65)

**51%**



Base = respondents having received new info about bread

### New info or knowledge received about bread (prompted)

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bread is high in protein                                                    | 53% |
| Bread is a source of protein                                                | 48% |
| Bread contains protein, carbs and fibre                                     | 36% |
| Wholegrain bread contains many nutrients                                    | 35% |
| Wholegrain is made from the entire grain                                    | 29% |
| Wholegrain is healthy because of its fibres                                 | 28% |
| It is not true that bread is unhealthy                                      | 27% |
| The cereals for our bread comes from Europe                                 | 20% |
| Proteins in bread are plant-based                                           | 19% |
| A slice of bread provides very different nutrients from lettuce or tomatoes | 16% |
| Bread does not make you fat                                                 | 13% |



EU Bread Campaign – Impact Measurement – Wave 1 (November 2022)

6.8 What new information or knowledge about bread did you gain through this campaign?

38

# Trends en ontwikkelingen - eiwit

Brood + eiwit = kans

- **Bewustwording** creëren, vezels én eiwit
- Voedingsclaims
- Informatie over plantaardige eiwitten
- Kleine aanpassing receptuur
- Fitness fans
- Lokale grondstoffen
- Inspiratie/aanbod voor plantaardig beleg





---

# Broodcampagne 'Brood, goed verhaal' 2024

---

Jenneke van Elderen (NBC)



# Een boekenplank vol



Daar neem je kennis van!



## Sterk verhaal

- Hoe brood barst van de eiwitten -



## Kleurrijk verhaal

- Waarom je brood niet moet kiezen op kleur -



## Liefdes verhaal

- Een ode aan brood -



## Rijk verhaal

- Hoe je veel krijgt voor weinig -

## SUCCES VERHAAL

— WAT DE GRAANKORREL ZO VRIJGEBEN MAAKT —

## ONZIN VERHAAL

— HET VERHAAL VAN DE TAARDE —

# Verhalen die gewaardeerd worden



Daar neem je kennis van!



“(Volkoren) brood is gezond en goed voor mij.”

7.3



“Onzin dat (volkoren) brood ongezond zou zijn. Brood is (ook) gezond en voedzaam.”

7.5



“Brood is gezond en goed voor mij + geeft energie.”

7.5



“Brood zit boordevol eiwitten (meer dan je zou denken).”

7.2



“Brood is gezond. En even gezond als andere gezonde producten.”

7.0

bron: b<sup>2</sup>sense EU Broodcampagne - Impactmeting



# Een goed verhaal over eiwitten



Daar neem je kennis van!

## Video content



## Eiwit content



| Sterk verhaal over eiwitten.                                                         |                                                                                      | Sterk verhaal over eiwitten.                                                         |                                                                                      | Sterk verhaal over eiwitten.                                                         |                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |
| 3,6 GRAM EIWIT                                                                       | 3,9 GRAM EIWIT                                                                       | 6,48 GRAM EIWIT                                                                      | 9,7 GRAM EIWIT                                                                       | 6,36 GRAM EIWIT                                                                      | 3,9 GRAM EIWIT                                                                       |
| Brood. goed verhaal.                                                                 |                                                                                      | Brood. goed verhaal.                                                                 |                                                                                      | Brood. goed verhaal.                                                                 |                                                                                      |



# Video te bekijken op

[www.brood.net/eudownloads](http://www.brood.net/eudownloads)



# Brood goed verhaal 2024

## Ambitie:

- Broodvolume verhogen (jaarlijks met 2,0%)
- Bewustwording creëren (gezondheid)
  - brood is gezond -> doel: 80% vasthouden
  - brood bevat eiwit -> doel: stijging 28% -> 30%

## Focus:

- Volkorenbrood
- Eiwit
- Vezels

## Doelgroepen:

- Gezinnen
- Voedingsprofessionals
- Bakkerij



# Broodcampagne overzicht 2024



# Focus op Eiwit



Daar neem je kennis van!

## Probleem

Consumenten associëren brood nog niet genoeg met eiwitten

## Doel

Eiwitten en brood sterker aan elkaar verbinden

## Uitwerking

Persevent + influencers

## Media

lifestyle, sport

## Timing

10 oktober (wk 41)





# PR-event Eiwit – de Proefles



Daar neem je kennis van!

Een proefles is dé manier om erachter te komen of een bepaalde sport aansluit bij jouw behoefte.

Bij iedere sportschool of club kun je wel een proefles volgen. We nemen het fenomeen proefles en maken er naast een workout ook een echte proeverij van. In deze PR activatie brengen de sportschool en de bakkerij dichterbij elkaar. Letterlijk.

*Proeverij:*

Met eiwit boosters als beleg zorg je voor een nog sterkere eiwit-combi.



*Optie trainer proefles:*



**Milou Turpijn**

Instagram: 15,6K,  
Youtube 55,1K

Oud hoofdredactrice Women's Health, Yogalessen, lifestyle/gezin



**Coco Sabajo**

Instagram: 12,9K

Trainer Vondeigym, vrouw Pepijn Lanen (jeugd van tegenwoordig), lifestyle/gezin, krachttraining

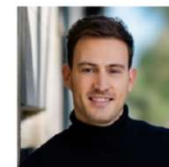
*Optie influencers:*



**Lazy fit girl**  
124K followers  
[Instagram](#)



**Healthy Sisters**  
78,8K followers  
[Instagram](#)



**Voedingsweetjes**  
580K followers  
[Instagram](#)



**Liza Chloë**  
63,9K followers  
[Instagram](#)



**Lisa goes vegan**  
54K followers  
[Instagram](#)



**gezondnu60**



# Social campagnes



Daar neem je kennis van!

**Flight 1**  
Aug-sept  
Ca 4 weken



**Flight 2**  
Oktober  
Rondom PR-event  
Wk 39 tm 43



## Beoogde resultaat

Bereik: > 3 miljoen (posts en video's)  
Clicks naar brood.net: 50.000

- Consumentenplatform van de bakkerijbranche
- 500.000 sessies per jaar
- > 1500 artikelen
- Socials: FB, Insta en Pinterest
- Platform voor positieve verhalen & weerwoord
- Aanvullend gedeelte voor voedingsprofessionals

Instagram **1034** volgers  
Facebook **28.000** volgers  
Pinterest: **25.000** weergaven p.m

## Is brood (sterk) bewerkt voedsel?

(Sterk) bewerkt voedsel is al lange tijd onderwerp van discussie. Niet alleen welke pr  
bewerkt zijn, maar ook hoe ongezond (sterk) bewerkt voedsel is.

Het Voedingscentrum zegt het volgende erover: "Over het algemeen hebben de mee





# PR moment II – NK Brood Beleggen



## Week van het Brood 2025

- 20 t/m 26 januari 2025
- Doelgroep -> gezinnen met thuiswonende kinderen
- NK Brood Beleggen -> Brood eet je op jouw manier, op jouw moment
- Brood is met alles lekker, maar dat kan soms voor keuzestress zorgen. Hierdoor grijpen we steeds terug naar de classics. Ook niks mis mee, maar er kan zoveel méér op brood.
- Daarom gaan we mensen inspireren, door beleg-pioniers een podium te bieden op het NK Brood Beleggen!
- De oproep is simpel -> Deel met Nederland jouw ultieme broodbeleg en win.
- Bereik genereren via Media en Influencers
- Én een uitrol naar de bakkerij: “koop hier jouw deelnemende brood”



# Blijf op de hoogte & doe mee

- Gebruik de campagne content -> [www.brood.net/eudownloads](http://www.brood.net/eudownloads)
- NBC nieuwsbrief
- NBC social kanalen
- Marketinggroep - klankbord
- Doe mee met de Week van het Brood 2025:  
20 – 26 januari NK Broodbeleggen





---

**Bedankt voor jullie aandacht!**

---