



Invloed levensfasen op
de zuivelconsumptie

Je bent wat je eet: maar door wie word je beïnvloed?

De voedselkeuze van ieder mens wordt in de kindertijd sterk beïnvloed door ouders. Dit artikel laat zien welke factoren tijdens de verschillende leeftijdsfasen van invloed zijn op het consumptiepatroon en hoe veranderingen generaties lang kunnen doorwerken.

Ouders hebben grote invloed op de voedselkeuze van hun kinderen. Dat geldt niet alleen voor de tijd dat hun kinderen thuis wonen, maar ook voor het voedselkeuzegedrag van hun kroost op latere leeftijd. We willen allemaal dat onze kinderen gezond worden en dus gezond eten. Maar zodra kinderen in de pubertijd komen, neemt de invloed van ouders significant af. Tieners trekken dan hun eigen plan en hun voedselkeuze wordt daar in de meeste gevallen niet gezonder van. Maar tieners worden ouder en krijgen op latere leeftijd vaak zelf ook kinderen. Het voedselkeuzegedrag verandert daarom vaak op latere leeftijd weer in een gezonder voedingspatroon. Je wilt immers het goede voorbeeld geven. Dit is ook terug te zien in de zuivelconsumptie. In dit artikel

laten we op basis van zuivelconsumptie zien welke leeftijdsfasen invloed hebben op het consumptiepatroon. Na een dip van de zuivelconsumptie tijdens de pubertijd, neemt de zuivelconsumptie weer toe wanneer ze een leeftijd bereiken waarop ze zelf kinderen krijgen. Daarnaast heeft, onafhankelijk van de leeftijdsfase, de houding van de ouders tegenover zuivel grote invloed op hoeveel zuivel er wordt geconsumeerd door de kinderen. Als de ouders zuivel belangrijk vinden en ook zelf consumeren, consumeert het kind gedurende zijn of haar leven ook meer zuivel.

Patronen in melkconsumptie

In de vorige VoedingsMagazine hebben we met data uit de

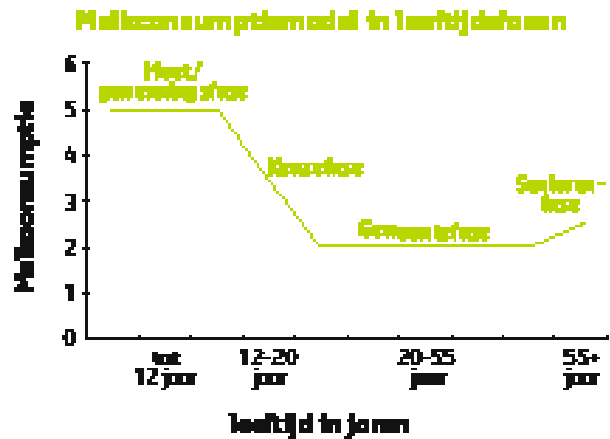
Zuivelbarometer laten zien hoe belangrijk ouders het vinden dat hun kind melk drinkt. Van alle ouders vindt 90% dat belangrijk en drie kwart van de ouders staat er zelfs op dat hun kind dagelijks melk drinkt¹. Bijna alle kleine kinderen drinken dus dagelijks melk. De melkconsumptie verandert als kinderen ouder worden. In Nederland neemt de consumptie van melk tijdens de tienerjaren af met ongeveer 20%. Bij 50+ers neemt de melkconsumptie weer toe (Figuur 1)². Dit beeld is niet uniek voor Nederland, want hetzelfde gebeurt in bijvoorbeeld Noord-Ierland³, Frankrijk⁴ en België⁵ (figuur 2 en 3).

Melkconsumptiemodel

De verandermomenten per levensfase in melkconsumptie is weergegeven in Figuur 1. Gedurende de eerste levensfase zijn de ouders bepalend voor wat hun kind eet en drinkt. Ouders dienen in dit model als coach én rolmodel. In dit artikel noemen we deze fase de moet- of gewenningsfase. Tijdens de tienerjaren tot volwassenheid neemt de invloed op het eetgedrag van de ouders af. Tegelijkertijd neemt de invloed van anderen op het kind toe en wordt het kind zelf onafhankelijker; de keuzefase. Als het kind volwassen wordt begint de gewoontefase, waarbij melkconsumptie stabiel blijft. In de seniorenfase neemt de zuivelconsumptie weer toe, omdat ouderen weten dat zuivel een positief effect heeft op hun gezondheid. Afwijkend qua melkconsumptie in de gewoontefase zijn jonge moeders. Bij hen neemt de melkconsumptie toe. Zij lijken in deze fase onder invloed te komen van het gedrag dat ze van hun moeder tijdens hun jeugd hebben meegekregen.

De neerwaartse generatiespiraal

Wat ook uit de Zuivelbarometer blijkt, is dat hoe minder het kind met melk is opgegroeid, hoe minder positief het op latere



Figuur 1

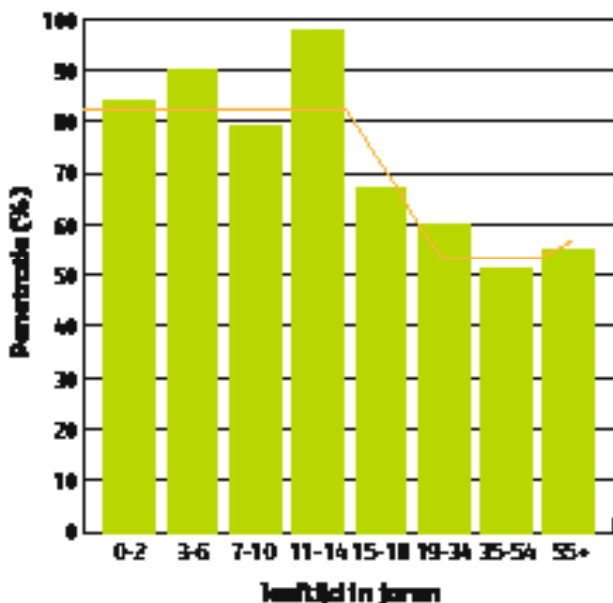
leeftijd staat ten opzichte van zuivelconsumptie en hoe minder het consumeert. Dit gedrag op volwassen leeftijd geeft zijn weerslag op de moet/gewenningsfase van zijn of haar kind. De tweede generatie ouder is hierbij het nieuwe rolmodel en als diegene minder focus heeft op melkconsumptie, zal zijn of haar kind minder melk consumeren en wederom een lagere uitgangswaarde hebben als de vorige generatie. Deze negatieve spiraal kan generaties lang doorwerken.

Niet-leeftijdsspecifieke factoren

In de afgelopen eeuw zijn er geen grote veranderingen geweest in het voedselpatroon in Nederland. De melkconsumptie is dan ook decennia lang min of meer gelijk gebleven. Toch lijkt het erop dat de melkconsumptie de laatste tien jaar iets is afgenomen. Factoren die een effect hebben op melkconsumptie zijn niet alleen leeftijdsspecifiek. Elke generatie heeft andere eetgewoonten en daarnaast hebben ook discussies in de media en social media invloed op het voedselkeuzegedrag van consumenten. Het lijkt erop dat dit laatste een negatief effect heeft gehad op melkconsumptie. In Nederland zien we aanvankelijk een verschuiving binnen het zuivelassortiment: van melk naar melkproducten als zuivel dranken en yoghurtproducten. In andere landen is dat beeld niet zo duidelijk.

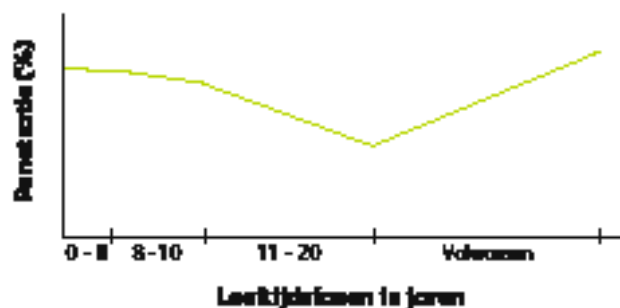
In dit model is alleen gekeken naar de melkconsumptie, maar het model zou ook van toepassing kunnen zijn op andere

Penetratie van frequente melkdrinkers in totale bevolking in België (minimaal dagelijks inname in afgelopen 6 maanden)



Figuur 2

Penetratie van melkdrinkers in totale bevolking in Noord-Ierland



Figuur 3

Drijvers en remmers voor melkconsumptie in de vier leeftijdsfasen

MOET/GEWENNINGSFASE

Probleem Het kind wordt niet opgevoed met het idee dat melk drinken gezond en de norm is. Het rolmodel, de ouder, heeft zelf beperkt de noodzaak meegekregen van het drinken van melk van de eigen ouder of school en geeft dus veel minder het goede voorbeeld.

Drijvers Rationeel ('is gezond', voedingsstoffen) en nutritioneel (ouder, coach)

Remmer emotioneel ('hoeft toch niet meer'; 'ik doe het zelf ook niet')

KEUZEFASE

Probleem Voortschrijdende daling van consumptie bij tieners (met name meisjes), die vervolgens de gewoonte van melkconsumptie niet meer doorgegeven

Drijver Rationeel/gewoonte (gebaseerd op lessen/verplichting van de ouders)

Remmer Sociaal cultureel ('Ik ben toch geen kind meer'; 'ik word er dik van')

GEWOONTEFASE

Probleem De gewoonte om melk te drinken neemt af als gevolg van eerder gedrag (in de KEUZEFASE). Daarnaast zorgen onjuiste berichten over negatieve gezondheidseffecten van melk bij een groep volwassenen ervoor dat zij melk gaan mijden. Deze erosie van het drinkgedrag versnelt de eerder genoemde neerwaartse consumptiespiraal.

Drijver Rationeel/gewoonte (latent gevoel van 'het is toch gezond')

Remmer Sociaal cultureel ('ik heb melk niet meer nodig'; 'ik word er dik van')

SENIORENFASE

Probleem De kennis over de rol die melk speelt bij het onderhouden van de botgezondheid neemt af, waardoor de eerdere lichte consumptietoename verdwijnt.

Drijver Rationeel/gewoonte (calcium in melk heeft een positief effect op de botgezondheid)

Remmer Sociaal cultureel ('ik word er dik van'); Rationeel (bevat veel (verzadigd) vet)

voedingsgewoonten. Je kunt dit een 'generatie-voedselkeuze-model' noemen. De analyse van de Zuivelbarometer laat zien dat wanneer de melkconsumptie bij een tweede generatiekind laag is, de consumptie gedurende de rest van zijn of haar leven ook lager zal zijn. Omdat dit weer het startpunt vormt van de moet/gewenningsfase voor de daaropvolgende generatie heeft het een langdurige invloed.

Bedreigingen moderne tijd

In hoeverre moeten we ons zorgen maken over veranderende eetgewoonten en de invloed van voedselhypes? Een recent onderzoek van de NVVL⁶ laat zien dat 80% van de Nederlanders de voedselhypes en anti-voedselhypes maar niets vindt. Echter worden hoogopgeleiden meer beïnvloed door voedselhypes dan laagopgeleiden. En dat terwijl hoogopgeleiden van oudsher gemiddeld gezonder eten dan mensen die laag zijn opgeleid. Als anti-effecten van voedselhypes meer weerslag hebben op hoogopgeleiden, kan dit ertoe leiden dat hun kinderen op latere leeftijd ongezondere voedselkeuzes gaan maken. Omdat deze groep doorgaans ook maatschappelijke rolmodellen levert, is het van belang te weten wat het effect hiervan kan zijn op de toekomstige consumptie van zuivel en andere basisvoedingsmiddelen.

Drijvers en remmers

Hoe de toekomst er uit gaat zien op het gebied van veranderende voedingsgewoonten is moeilijk aan te geven. Laat staan hoe externe factoren zijn te beïnvloeden. Wel kunnen we op basis van gegevens uit de zuivelbarometer aangeven wat de drijvers (factoren die de consumptie stimuleren) en remmers (factoren die de consumptie remmen) zijn voor melkconsumptie.

Dit kan food professionals inspiratie en aangrijpingspunten bieden om het eetgedrag van consumenten op een positieve manier te beïnvloeden.

Conclusie

Het leren melk drinken en dit blijven doen is afhankelijk van meerdere factoren die door alle leeftijdsfasen heen van invloed zijn. Duidelijk is dat voor vele consumenten 'jong geleerd' ook 'oud gedaan' is en dat het consumptiegedrag van de ouders van grote invloed is op het huidige en toekomstige consumptiegedrag van het kind. De onderbouwing is gebaseerd op jarenlang onderzoek naar het drinkgedrag van melk van de consument². Vermoedelijk is dit gedragsmodel van toepassing op alle basisvoedingsmiddelen zoals groenten en fruit en brood. Uit analyses van beschikbare data blijkt in ieder geval dat ook het eten van 'kaas op brood' een vergelijkbare gedragscyclus laat zien.

Ir. Johan Schildkamp, dr. Stephan Peters (beiden NZO) en dr. Mike Johnston (the National Dairy Council, Ireland)

Referenties:

- 1 Schildkamp & Peters. Ouders vinden het belangrijk dat hun kind melk drinkt. VoedingsMagazine (2015) 3:6-8
- 2 Voedselconsumptiepeilingen RIVM
- 3 Dairy Council of Northern Ireland
- 4 CNIEL/TNS
- 5 VLAM/GfK
- 6 NVVL: GfK onderzoek naar voedselhypes mei 2015