



Bread from Europe - A Great Story

Persbericht

STEEDS MEER BROOD WORDT BUITENSHUIS GEGETEN

Totale volume brood echter nog stabiel

Wageningen, 22 januari 2019 – De totale broodconsumptie in Nederland is in 2018 met minder dan 1% gedaald. Dit is significant anders dan de afgelopen jaren waarin een jaarlijkse daling van circa 3% te zien was. Het Nederlands Bakkerij Centrum (NBC) is verheugd met deze positieve trend en komt met een verklaring.

In 2018 zijn er verschillende initiatieven gestart die het verhaal van brood vertellen, waaronder de campagne 'Brood uit Europa. Goed verhaal' dat met steun van diverse brancheorganisaties en de EU is neergezet. Het belangrijkste doel van de campagne is brood weer op de kaart zetten als belangrijk onderdeel van een gezond en bewust voedingspatroon. We zien dat brood wordt gewaardeerd als een eerlijk en ambachtelijk product met een veelheid aan variaties.

Van thuis naar buitenshuis

De bijna-stabilisatie van het broodvolume wordt voornamelijk gerealiseerd door de groei van de out-of-home markt. Deze markt waar de consumptie van brood buitenshuis plaatsvindt groeide in 2018 met 5%. Frank Janssen, Manager Marketing en Communicatie van het NBC legt uit: "22% van al het brood wordt buitenshuis gegeten en dit aandeel zal de aankomende jaren verder stijgen. Juist in deze markt, waar beleving steeds belangrijker wordt, floreert brood."

Het eten van brood thuis neemt nog steeds af, al zien we hier een duidelijk herstel. In 2018 daalde de thuisconsumptie van brood met 1,5%. Er worden minder boterhammen thuis gegeten, maar daar staat tegenover dat er meer broodjes worden genuttigd.

Supermarkt heeft grootste aandeel

Supermarkten verkopen al jaren het meeste brood in Nederland. Van al het brood dat Nederlanders eten, wordt 66% gekocht in supermarkten. De verkoop van brood bij ambachtelijke bakkers staat al jaren onder druk en dat geldt ook voor 2018. Deze trend is niet alleen in Nederland te zien, maar ook in de omliggende landen.

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.



Van daling naar verschuiving

Op dit moment weegt de groei van de buitenshuis consumptie van brood nog niet op tegen de daling van het thuisgebruik, maar dat lijkt te veranderen. Janssen: "We volgen al tientallen jaren het volume van brood en zien in 2018 een duidelijke kentering. Het lijkt erop dat we de aankomende jaren niet meer zullen spreken over een daling van het broodvolume, maar meer over een verschuiving hiervan."

Het totale broodvolume brood in Nederland (in-home en out-of-home markt)

Jaar	Volume in kg (x.1000)	Verandering in %
2009	1.017.876	
2010	1.016.502	-0,1%
2011	1.000.692	-1,5%
2012	975.745	-3,0%
2013	962.131	-1,4%
2014	917.085	-4,7%
2015	889.175	-3,0%
2016	864.985	-2,7%
2017	836.190	-3,3%
2018*	828.287	-0,9%

*Deze cijfers zijn gebaseerd op MAT week 44.

Bron: NBC Broodmodel (het NBC broodmodel wordt gemaakt vanuit diverse data waaronder GfK en GIRA).

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Beelden zijn verkrijgbaar vrij van rechten

Over NBC

NBC is een kennis- en adviesorganisatie voor de bakkerij en andere foodbedrijven. Het levert diensten op gebied van productkeuring, bakkerij advies, preventie & gezondheid, hygiëne, marketing en voorlichting. Daarnaast organiseert NBC broodcampagnes zoals *Brood Goed verhaal* in zowel Nederland als België, en is betrokken bij een aantal internationale onderzoeksprojecten op het gebied van brood en gezondheid.

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.



Over EU Campagne Brood uit Europa. Goed verhaal!

De campagne is een initiatief van de Nederlandse en Belgische bakkerijsector. Namens Nederland participeren hierin de volgende partijen: de Nederlandse Vereniging voor de Bakkerij (NVB), de Nederlandse Brood- en banketbakkers Ondernemersvereniging (NBOV) en de Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Bakkerijgrondstoffen (NEBAFA). Namens België participeren de Federatie voor grote bakkerijbedrijven (FBGG), de vereniging van Belgische fabrikanten en importeurs van grondstoffen voor bakkerij, patisserie, chocolatiers en ijsbereiders (UNIFA), de Koninklijke Vereniging der Belgische Maalders (KVBM), Instituut Brood & Gezondheid VZW en Bakkers Vlaanderen.

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u terecht bij:

NBC

Elice Verbunt

Tel: 0317-471283

[Mailto:e.verbunt@nbc.nl](mailto:e.verbunt@nbc.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.