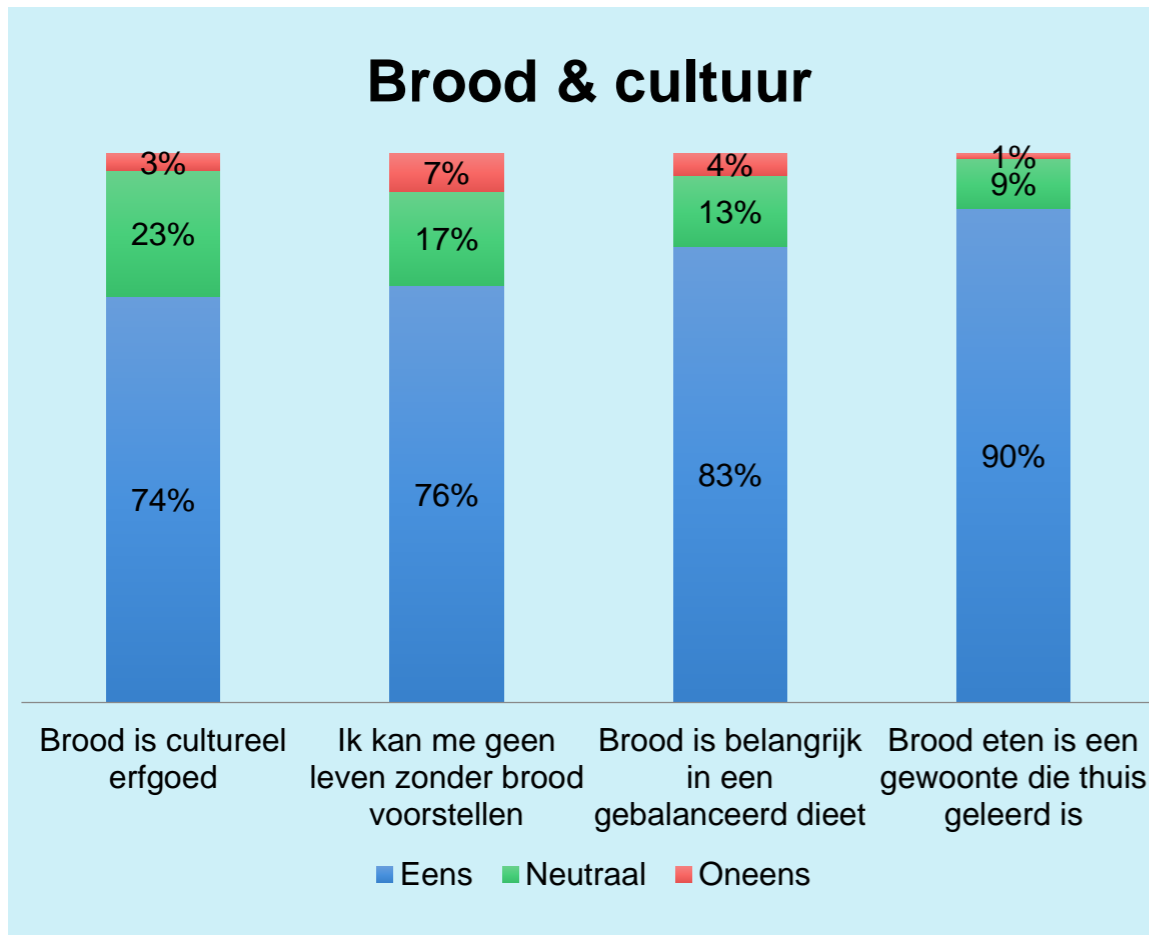


Nederlanders zien brood als cultureel erfgoed

76% kan zich een leven zonder brood niet voorstellen



Consumenten zijn (zeer) positief over alle broodsoorten. Favoriete soorten zijn **volkorenbrood, meergranenbrood, bruinbrood en speltbrood**

In de winkel kiezen consumenten naast hun favoriete soorten ook regelmatig voor een wit bolletje of een luxe broodje. **Huishoudens met kinderen kopen vaker witbrood**

De belangrijkste koopmotieven bij brood zijn: smaak, veel vezels, voedzaam en gezond. Prijs en gemak spelen in mindere mate een rol

Nederlandse consumenten hebben een **sterke emotionele connectie met brood**. Ze zijn veel meer gehecht aan brood dan aan broodvervangers zoals muesli, crackers of (groente)smoothies. Maar ook producten als fruit en yoghurt komen niet in de buurt

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.