



persbericht

Bijna helft Nederlanders heeft eetgewoonten aangepast tijdens lockdown

HelloFresh onderzoekt de impact van corona op onze kook- en eetgewoonten

- **70% van de Nederlanders heeft ook zijn boodschappen routine aangepast sinds de lockdown**
- **We besteden gemiddeld 10 minuten langer aan tafel ten opzichte van 2019**
- **51% vindt dat thuis koken helpt bij het maken van gezondere keuzes**

Amsterdam, 15 juli 2020 – De corona crisis, of beter gezegd, de intelligente lockdown, heeft in veel aspecten zijn weerslag gehad op ons leven. Ook onze gewoonten rondom eten en boodschappen doen zijn in grote mate veranderd. Maaltijdboxleverancier HelloFresh deed onderzoek naar deze gewoonten en zette de meest opvallende resultaten een rij.

1 op de 5 Nederlanders meed de supermarkt

70 procent van de Nederlanders geeft in het onderzoek aan hun boodschappen routine te hebben aangepast. De gewoonte om 'even snel naar de supermarkt te gaan' heeft plaatsgemaakt voor vooraf geplande bezoeken. Ruim de helft (53%) van de consument geeft aan minder vaak boodschappen te doen en groter in te slaan. 30 procent van de respondenten heeft vaker online boodschappen gedaan tijdens de lockdown en één op de vijf Nederlanders vermeed de supermarkt zelfs helemaal.

Goede (kook)voornemens

Corona veranderde duidelijk onze levensstijl en zette ons aan het denken over de dagelijkse dingen. Zo zijn ook in de Nederlandse (thuis)keukens nieuwe voornemens gesteld, bijna 44 procent zegt dat zijn of haar eetgewoonten zijn aangepast sinds het begin van de lockdown. Bijna 40 procent van de Nederlanders geeft aan meer thuis te koken. Dit heeft zo zijn voordelen: gezonder eten (53%) wordt makkelijker en men ervaart meer vrijheid (48%). Ook de extra tijd die men met familie of vrienden kan doorbrengen, speelt een rol bij de toename. Maar liefst 2 op de 3 Nederlanders geeft aan minstens 20 minuten te spenderen aan samen eten. Dit is een stijging van gemiddeld 10 minuten ten opzichte van 2019.

(Gezond) snacken en corona kilo's

In de loop van de lockdown werd ook de 'corona kilo' een begrip. Niet zo gek, want uit het onderzoek blijkt dat Nederlanders meer zijn gaan snacken (34%) en snoepen (26%). Daarnaast werd er door de consument vaker gekozen voor comfort food (21%). Dit ziet HelloFresh ook terug in de bestellingen, het op één na meest bestelde gerecht gedurende de corona crisis is het 'patatje-rendang'. Ondanks de onzekere tijd, heeft toch bijna twee op de vijf Nederlanders (38%) een poging gedaan om juist gezonder

te gaan eten. Zij geven aan meer groenten te hebben bereid tijdens de lockdown. Daarbij komt dat de Nederlander het gevoel heeft dat thuis koken helpt bij het maken van gezondere keuzes (51%).

** Over het onderzoek*

Het onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau Censuswide/OnePoll in opdracht van HelloFresh bij 1000 Nederlandse respondenten met verschillende demografische achtergrondgegevens.

De belangrijkste resultaten:

- 70% van de Nederlanders geeft aan zijn boodschappen routine (blijvend) te hebben aangepast.
- 53% gaat minder vaak naar de supermarkt, maar koopt wel meer
- 30% geeft aan vaker online boodschappen te hebben gedaan
- 1 op de 5 heeft zelfs de supermarkt volledig gemeden
- 44% van de respondenten heeft zijn eetgewoonten aangepast
- 34% van de Nederlanders is meer gaan snacken, 26% is meer gaan snoepen, 21% heeft meer comfort food gegeten
- Maar ook zijn er veel Nederlanders hebben een poging gedaan om gezonder te gaan eten, zo'n 38% is meer groenten gaan eten
- Thuiskoken heeft (logischerwijs) een vogelvlucht genomen: bijna 40% is meer zelf gaan koken
- 48% van de Nederlanders geeft aan meer keuzevrijheid te ervaren bij het thuis koken ten opzichte van uiteten gaan
- 53% geeft aan dat het ook helpt met het maken van gezondere keuzes en 51% heeft dan ook vaker groenten klaargemaakt
- 2 op de 3 Nederlanders spendeert minstens 20 minuten om samen te eten. Gemiddeld is dit met 10 minuten gestegen ten opzichte van 2019

-- EINDE PERSBERICHT --

Over HelloFresh

HelloFresh is als marktleider wereldwijd actief in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Nederland, België, Luxemburg, Frankrijk, Australië, Oostenrijk, Zwitserland, Canada, Nieuw-Zeeland, Zweden en Denemarken. In Q1 leverde HelloFresh meer dan 111 miljoen maaltijden en bereikte bijna 4,18 miljoen actieve klanten wereldwijd. HelloFresh is in november 2011 opgericht in Berlijn en staat sinds november 2017 genoteerd op de Duitse aandelenbeurs in Frankfurt. HelloFresh heeft kantoren in New York, Berlijn, Londen, Parijs, Amsterdam, Zürich, Sydney, Toronto, Auckland en Kopenhagen.

Noot voor de redactie (niet voor publicatie)

HelloFresh Benelux

Voor vragen over HelloFresh Benelux, aanvullend rechtenvrij beeldmateriaal en/of interviewverzoeken kunt u contact opnemen met:

Yentl Molenaar

yentlmolenaar@hellofresh.nl

+31 6 14 22 35 57

HPB, Ingrid Hamers
ingrid@hetprbureau.nl
+31 6 4094 6187

