

Direct naar: [Voeding en ziekte](#) [Voeding en gedrag](#) [Voedingsbeleid](#) [Voedingscommunicatie](#) [Voedselproductie](#)

[Home](#) [Nieuws](#) [Productnieuws: Maggi legt nadruk op meer groente en minder vlees](#)

Productnieuws: Maggi legt nadruk op meer groente en minder vlees

AMSTELVEEN, 25 april 2017 12:46 | [Anne Groen](#)

[Toevoegen aan Mijn Voeding Nu](#)



Vergroten

Gerelateerde berichten

- [Productnieuws: Ook pompoenspaghetti in assortiment Albert Heijn](#)
- [Peijnenburg deel 4 - Kindermarketing en productverbetering](#)
- [Productnieuws: Vifit lanceert proteïne lijn voor sporters](#)
- [Klei eten zorgt voor gevaarlijke loodconcentraties](#)
- [Productnieuws: Maggi beperkt E-nummers: 'Mensen willen etiket begrijpen'](#)

[Meer berichten uit: Voedselproductie](#)

Nestlé's Maggi gaat op de verpakkingen van maaltijdmixen de nadruk leggen op de consumptie van meer groente. Het bedrijf heeft de recepturen van zijn maaltijdmixen aangepast, de groenten erin gaan van 150 naar 200 gram per persoon per avondmaaltijd.

Met 50 gram groente op een ander moment van de dag kom je daarmee in totaal op een dagelijks aanbevolen hoeveelheid van 250 gram.

280.000 kg minder vlees

De extra 50 gram groenten in het recept komt in plaats van 50 gram vlees per verpakking. Als iedereen de recepten van Maggi netjes zou opvolgen, zou dat op jaarbasis betekenen dat er in de Nederlandse huishoudens 840.000 kilo meer groenten wordt gegeten en 280.000 kilo minder vlees. Daarnaast geeft MAGGI op een groot aantal verpakkingen ook variatietips om mensen te stimuleren een dagje zonder vlees te eten.

Minder zout

Ook is in de Maggi-recepten van de maaltijdmixen de maximale dagelijkse zoutinname van vijf gram aangehouden volgens de norm van de Wereldgezondheidsorganisatie (per 2025). Het gebeurt in stappen: momenteel houden ze dit maximum aan voor 57 procent van de producten en vóór 2020 wil het bedrijf het toegepast hebben op tachtig procent van de producten.

Smaakgewenning

Nestlé geeft aan dat de zoutreductie in Maggirecepten niet eenvoudig is. 'De uitdaging is om een product te maken dat de herkenbare smaak van Maggi heeft en consumenten tegemoetkomt die een bewustere keuze willen maken', aldus een persvoorlichter van Nestlé.

Het is bekend dat consumenten aan zoutverlaging kunnen wennen. De recepten worden daarom getest bij consumenten. Zout doet echter veel met de smaakbeleving waardoor de kans bestaat dat de consument voor een ander merk zal kiezen als het zout plots verlaagd wordt in een Maggimix. Ook kan het zout niet zomaar verwijderd worden omdat het een conserverende functie heeft. 'De kans bestaat dat de consument voor een ander merk kiest of zelf zout gaat toevoegen aan de mix. 'Dan zijn we verder van huis', aldus het bedrijf.

[Groente](#) [Productnieuws](#) [Zout](#)

U moet ingelogd zijn om een reactie te plaatsen, klik [hier](#) om in te loggen.

Voeding Nu nieuwsbrief

Ontvang gratis, 1 keer per week, het laatste nieuws.

Onze partners ...

Coca-Cola Nederland		Nederlandse Zuivel Organisatie

Vacatures

[Meer vacatures](#)