

Embargo tot vrijdag 01 september 2023 11uur

Persbericht

Kellogg deelt in Europa 20 miljoen ontbijtmaaltijden uit in de strijd tegen voedselonzekerheid

Kellogg maakt nieuwe resultaten bekend van het onderzoek naar de toename van honger en voedselonzekerheid bij de Belgen. In 2023 maakt bijna één derde van de Belgen zich zorgen over het budget dat ze hebben voor voeding, dubbel zoveel als in 2016. Bijna één Belg op vijf heeft zijn of haar eetgewoonten moeten aanpassen omwille van financiële problemen. Deze vaststelling wordt bevestigd door de voedselbanken, die de vraag naar voedselhulp in 2022 met 18% hebben zien stijgen¹. Jammer genoeg blijft er een stigma rond dit onderwerp hangen, want één Belg op drie die al heeft overwogen om naar een voedselbank te gaan, heeft dit uiteindelijk niet gedaan uit schaamte. Kellogg zal daarom zijn steun aan de Belgische Federatie van Voedselbanken, die aan de alarmbel trekt, verder opvoeren.

Brussel, 1 september 2023 – Kellogg onthult de resultaten van het tweede deel van het ‘Food Poverty Research’-onderzoek. In 2023 maakt bijna één derde van de Belgen zich zorgen over het budget dat ze hebben voor voeding, dubbel zoveel als in 2016. 64% van de ondervraagden zegt dat ze voor de komst van de inflatie wel konden rondkomen, maar dat ze het nu moeilijker vinden om aan voldoende voedsel te komen.

55% van de respondenten vond dat hun besteedbaar inkomen matig tot aanzienlijk was gedaald. Als gevolg daarvan gebruikt meer dan 80% kortingsbonnen om geld te besparen, gaat 75% niet meer uit eten en slaat meer dan een kwart maaltijden over. Voor één Belg op tien gaat dit zelfs zo ver dat ze moeten kiezen tussen eten en verwarming en/of kleding.

Nog verontrustender is dat 14% van de ondervraagde ouders in België zei dat ze minstens af en toe gebruik maken van ontbijtclubs of ngo's om hun kinderen 's ochtends te eten te kunnen geven. 53% zei ook dat ze er meer gebruik van maken dan een jaar geleden. Tot slot bleek uit de enquête dat een op de drie Belgen die al overwogen hadden om naar een voedselbank te gaan, dit plan uiteindelijk niet hebben uitgevoerd uit schaamte.

Kellogg geeft meer steun aan de voedselbanken

Als reactie op dit alles én als onderdeel van het *Better Days*-programma, dat tot doel heeft om tegen 2030 wereldwijd 375 miljoen mensen mee te helpen voeden, heeft Kellogg in 2023 20 miljoen ontbijtmaaltijden uitgedeeld in Europa.

“Naast deze donaties in natura en een bedrag van 2 miljoen euro verdeeld over verschillende hulporganisaties op het Europese vasteland, heeft Kellogg besloten om zijn klanten te betrekken bij een grote solidariteitsactie om de meest kansarmen te helpen”, aldus Luc Houben, General Manager van Kellogg Benelux. “In België kunnen we op die manier onze bestaande samenwerking met de voedselbanken verder versterken.”

¹ https://www.banquesalimentaires.be/dist/assets/img/upload/pres/230213-persbericht-nl_file.pdf



Er is een reclamecampagne gelanceerd, waarbij consumenten worden uitgenodigd om een QR-code te scannen die te vinden is op de verpakkingen van graanproducten van Kellogg. Voor elke scan en deelname doneert Kellogg 25 eurocent aan de Belgische Federatie van Voedselbanken, die een netwerk van negen regionale voedselbanken vertegenwoordigt en via 676 aangesloten lokale organisaties en duizenden vrijwilligers gratis en gezonde voedingsmiddelen uitdeelt aan mensen in nood.

Het alarmsignaal van de Belgische voedselbanken

De voedselbanken spelen dus een essentiële rol in de hulp aan de meest kwetsbare mensen. In 2022 noteerden ze een stijging van de vraag naar hulp met meer dan 18%, die zich in het eerste deel van 2023 stabiliseerde (+2,3% tussen januari en april).

Dit komt neer op een totaal van 23.000 ton voedsel dat vorig jaar werd verdeeld, of 46 miljoen maaltijden. Gemiddeld worden er elke maand vier maaltijden per week uitgedeeld aan meer dan 200.000 mensen. Deze mensen hebben een gevarieerd profiel, van eenoudergezinnen tot ouderen met een ontoereikend pensioen of gezinnen waarvan ten minste één ouder zijn of haar baan heeft verloren als gevolg van de verschillende crises. Ze hebben allemaal een beroep moeten doen op hulpmiddelen als de voedselbank.

“In 2022 zagen we een stijging van 18% in het aantal hulpvragen en verdeelden we 46 miljoen maaltijden onder een groeiend aantal mensen met verschillende profielen”, zegt Jef Mottar, gedelegeerd bestuurder van de Belgische Federatie van Voedselbanken. “Aangezien de crisis ook een impact heeft op de voedingsindustrie, zijn we er zo goed en zo kwaad mogelijk in geslaagd om het 'tekort' te compenseren door onze activiteiten te optimaliseren en meer financiële donaties te genereren. In deze moeilijke tijden is een collectief initiatief als dit meer dan welkom, naast de tientallen tonnen voedsel die Kellogg ons elk jaar genereus levert, samen met de vrijwillige steun van de werknemers van het bedrijf.”

- Einde persbericht -

Noot voor de redactie

Het onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van Kellogg door Spark Market Research. Een betrouwbare en nationaal representatieve steekproef van 1.000 volwassenen en 100 leerkrachten werd ondervraagd in België - het veldwerk werd uitgevoerd tussen 12 januari en 1 februari 2023.

** Totale uitgaven in 2022 aan Breakfast Clubs, voedselbanken en Hunger based Brand philanthropy.*

Over Kellogg België

In de visie van de Kellogg Company is een rechtvaardige en goede wereld een wereld waarin mensen niet alleen te eten krijgen, maar ook voldoening vinden. Via onze vertrouwde merken zorgen we voor mooiere dagen en een plek aan tafel voor iedereen. Als marktleider in ontbijtgranen omvat onze portefeuille iconische merken als [®]Coco Pops, [®]Kellogg's Corn Flakes, [®]Extra, [®]Frosties, [®]Miel Pops, [®]Rice Krispies, [®]Smacks, [®]Trésor, [®]Kellogg's Special K en Pringles[®]. Als onderdeel van onze ESG-strategie pakken we via de [®]Kellogg's Better Days de onderling verbonden thema's van welzijn, klimaat en voedselzekerheid aan, en zorgen we voor mooiere dagen voor 3 miljard mensen tegen eind 2030. Surf naar www.KelloggCompany.com voor meer informatie.

Over de Belgische Federatie van Voedselbanken

De Belgische Federatie van Voedselbanken is een overkoepelend orgaan dat een nationaal netwerk van 9 regionale Voedselbanken vertegenwoordigt. In hun strijd tegen honger delen de voedselbanken via 676 aangesloten lokale organisaties en duizenden vrijwilligers gratis, gezond en gevarieerd voedsel uit aan mensen in nood. Hiervoor doen de Voedselbanken zowel een beroep op voedingsmiddelen die ze ontvangen via het Europees Fonds voor Hulp aan de Meest Hulpbehoevenden (EFAH), als op overschotten die beschikbaar worden gesteld door de voedingsindustrie, grote



distributiebedrijven en afslagen/veilingen. Verschillende acties die zijn gericht op het grote publiek vervoeden en het aanbod. Op deze manier leveren de voedselbanken ook een belangrijke bijdrage aan de strijd tegen voedselverspilling.

In 2022 werd met de hulp van 386 vrijwilligers en 34 sociaal medewerkers van de voedselbanken en duizenden vrijwilligers van de 676 aangesloten lokale organisaties 23.036 ton voedsel ingezameld en uitgedeeld aan 209.450 mensen per maand.

Voor meer informatie over hoe het systeem werkt:

<http://www.foodbanks.be>

<https://www.facebook.com/banquesaliment.voedselbankenBE>

Contactpersoon voor de media

Jan Poté, WMH Project

j.pote@wmhproject.be

0475 92 55 92