

Persinformatie

Dennis van der Geest voor het blok gezet

Rijswijk, 15 september 2009 – Judoka Dennis van der Geest werd onlangs letterlijk voor het blok gezet. Een blok hard frituurvet wel te verstaan. Als ambassadeur van de campagne Verantwoord Frituren voelde hij zich geroepen om dat blok met een groot gebaar doormidden te slaan. *'Want tegenwoordig zou niemand meer zo'n hard blok vet met ongezonde vetzuren moeten gebruiken.'*



Dit geldt voor de mensen thuis, maar ook voor de cafetaria's. Nog steeds zijn er te veel cafetaria's die deze vetten blijven gebruiken. Terwijl al meer dan de helft van de markt met succes op de gezondere vloeibare frituurvetten overgestapt is, worden smaak, geur en prijs nog steeds als redenen opgegeven om niet over te stappen op vloeibaar frituurvet, zo blijkt uit onderzoek van bureau Tomorrow onder cafetariaondernemers. Maar veel klanten zijn juist positief over de geur en smaak van vloeibaar frituurvet en de prijs kan geen issue zijn als het om de gezondheid gaat van je klant.

Van der Geest vindt dat meer cafetaria's moeten overstappen op gezond vet. Hij wil zelf ook wel eens een patatje of kroketje kunnen eten, maar als topsporter kan dat alleen als er op een zo gezond mogelijke manier gebakken is. *'Bij frituren draait het allemaal om de keuze voor het juiste vet, dus vloeibaar in plaats van die harde blokken'*, aldus Dennis van der Geest. *'Als consumenten zich daarvan bewust zijn, zullen zij hopelijk ook eerder kiezen voor de snackbar waar op verantwoorde wijze gefrituurd wordt.'*



Snackbars die Verantwoord Frituren zijn herkenbaar aan de deursticker met daarop het groene logo. Daarnaast kunnen consumenten op de website www.friturenindehoreca.nl kijken voor de dichtstbijzijnde deelnemende cafetaria bij hen in de buurt.

Koninklijk Horeca Nederland (KHN) en het Voorlichtingsbureau Margarine, Vetten en Oliën (MVO) spannen zich in om het gebruik van vloeibaar frituurvet te laten stijgen onder cafetariaondernemers. Volgens de laatst bekende meting van de Voedsel en Waren Autoriteit gebruikte medio 2008 zo'n 56% van hen vloeibaar frituurvet, een flinke stijging ten opzichte van de start van de campagne in 2004. Na een aantal jaren van snelle groei is er nu sprake van een lichte groei. Tot eind 2010 blijven KHN en MVO zich daarom extra inspannen voor een verdere groei.

Noot voor de redactie – niet voor publicatie

Voor meer informatie of beeldmateriaal: kijk op www.friturenindehoreca.nl of bel naar: Nicole Vervaet, Voorlichtingsbureau Margarine, Vetten en Oliën, 070-3195115/ 06-53702162.