



28-05-2008

4.000.000 Belgen zijn vandaag op dieet

4 op 10 Belgen is momenteel op dieet. In Duitsland is dit zelfs de helft van de bevolking. In Nederland ligt het aantal mensen op dieet het laagst, slechts 3 op 10. Afvallen onder begeleiding van een diëtist of door het volgen van het Weightwatchers-dieet zijn het populairst. 70% is erg tevreden over beide afslanktechnieken. Vermageren begint al tijdens het winkelen, bij het checken van de voedingswaarden van gekochte producten. Vooral de vetwaarden, de hoeveelheid suikers en het aantal calorieën worden bekeken. Dit blijkt uit een Europees onderzoek uitgevoerd door InSites Consulting.

Slechts één op vijf Belgen nooit op dieet

De dieetrage woedt sterker dan ooit: vier op de tien Belgen volgt momenteel een dieet. In Duitsland ligt dit nog hoger, daar is nu 50% van de bevolking op dieet. De Nederlanders letten iets minder op de lijn, slechts 3 op 10 is daar op dieet. Verder toont het onderzoek van InSites Consulting aan dat slechts één op de vijf Belgen nog nooit op dieet is geweest.

Om gewicht te verliezen worden er tal van technieken toegepast: 70% van de Belgen volgt een 'echt' dieet, 55% doet aan sport, 20% slikt pillen, 15% gebruikt een vermageringsgel en 2% kiest voor liposuctie.

Diëtist en Weightwatchers scoren het best

46% van de Belgen geeft aan er geen gezonde eetgewoontes op na te houden. 33% is al bij de diëtist langsgeweest en 70% is daar erg tevreden over. Naast een diëtist is ook het Weightwatchers-dieet erg populair. Deze Weightwatchers-klanten zijn ook erg tevreden: 70% is positief tot heel positief over dit dieet. De Weightwatchers zijn trouwens niet alleen in België populair. Doorheen Europa heeft 20% tot 30% van de mensen al eens een Weightwatchers-dieet gevolgd. Enkel in Spanje en Italië blijkt Weightwatchers nog onbekend te zijn.

Vier op tien leest de voedingswaarde tabel op producten tijdens het winkelen

Vier op tien mensen leest de voedingswaarden van producten tijdens het winkelen. Deze trend stelt het onderzoek van InSites Consulting vast doorheen Europa. In Engeland ligt dit cijfer zelfs op 60% en in Italië op 50%. In de producttabellen gaan mensen vooral op zoek naar de vetwaarde (92%), door het aantal suikers (72%) en daarna het aantal calorieën (71%). "De resultaten van ons onderzoek tonen aan dat mensen meer en meer op zoek gaan naar informatie omtrent gezonde voeding. Als fabrikant wordt het de uitdaging om hier op een goede manier op in te spelen en bijvoorbeeld de voedingswaarden op een zo gebruiksvriendelijke manier op de verpakking te plaatsen", aldus Magali Geens, Director Pharmaceutical Research.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een onderzoek opgezet door het Knowledge Center Health Care binnen InSites Consulting. Dit onderzoek werd begin dit jaar uitgevoerd in 7 Europese landen. Methodologisch werd een online survey gebruikt. Het onderzoek heeft als doel trends in de gezondheids- en farmaceutische sector in kaart te brengen. Dit onderzoek is uitgevoerd in België, Nederland, Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Spanje en Italië. In totaal hebben 300 respondenten per land deelgenomen aan dit onderzoek. De cijfers zijn representatief voor de online populatie van elk land naar geslacht en naar leeftijd (15+).

Persbericht - 28-05-2008



Contact: **Magali Geens**
Director Pharmaceutical research
magali.geens@insites.eu
T +32 9 269 16 04 | M +32 497 523 526

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 70 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op www.insites.eu.