



Wageningen, 24 januari 2024

1. Nederlandse versie (English below)

Nationale Consumentenactivatie Peulvruchten: #BEANMEAL

Supermarkten, cateraars, producenten en maatschappelijke organisaties slaan handen ineen

Op 3 februari start [#BEANMEAL](#), een landelijke activatie ter stimulering van de peulvruchtenconsumptie. Supermarktketens, cateraars, producenten en maatschappelijke organisaties zetten zich in om alle Nederlanders in de ban van de boon te krijgen. De activatie is voortgekomen uit de [Bean Deal](#), onderdeel van de [Nationale Eiwitstrategie](#).

Iedereen aan een #BEANMEAL

Nederlanders consumeren gemiddeld 50 gram peulvruchten per week. Dat is minder dan de helft van de hoeveelheid die het Voedingscentrum aanbeveelt. Doel van de activatie is dan ook om alle Nederlanders rondom Wereldpeulvruchtendag – 10 februari – thuis of buitenshuis te laten genieten van een Bean Meal: een product of gerecht op basis van bonen. Van bruine boon tot lupine, van kikkererwt tot veldboon, van edamame tot kapucijner. In een salade, pokebowl, wrap of als snack, of verwerkt tot een burger, plantaardige variatie op yoghurt, soep of spread voor op brood.

Versnelde realisatie Eiwittransitie-doelstellingen

Sinds 2022 heeft ons land een nationale doelstelling: uiterlijk in 2030 bevat ons gemiddelde voedselpatroon weer [meer dan 50% plantaardige eiwitten](#) en minder dan 50% dierlijke eiwitten. Supermarktketens en cateraars hebben inmiddels eigen doelen ten aanzien van de verhouding tussen plantaardig en dierlijk eiwit in hun verkopen, onder meer te vinden in de [Superlijst Groen](#). #BEANMEAL versnelt de realisatie van al deze doelstellingen, bonen zijn immers een belangrijke bron van eiwit.

In de ban van de boon

#BEANMEAL-partners geven hun eigen invulling aan de activatie. Supermarkten als PLUS, Lidl, Ekoplaza en Albert Heijn brengen de boon onder de aandacht via aanbiedingen, in winkels en online. Hierbij ondersteund door producenten zoals Bonduelle, BOON, HAK, Schouten Europe en ME-AT the alternative. Cateraars Hutten, Compass, Vermaat en Vitam zetten de boon op het menu in verschillende restaurants. De producentenorganisatie [Eiwitboeren van Nederland](#) organiseert speciale Bean Meals op locatie.

Meer dan gezond & lekker

Peulvruchten zijn niet alleen gezond, lekker en voedzaam; de teelt draagt ook bij aan een vruchtbare bodem en de biodiversiteit. Hier komt bij dat Nederland haar afhankelijkheid van niet-Europese eiwitimport wil verminderen. In 2020 startte hiertoe de Nationale Eiwitstrategie, met de Bean Deal als resultante. #BEANMEAL geeft dan ook extra aandacht aan producten met bonen geteeld door Nederlandse boeren.



Meer informatie

#BEANMEAL vindt plaats van 3 -10 februari 2024. www.beanmeal.nl geeft meer informatie over de activatie, de waarde van peulvruchten, deelnemende partijen en voorbeelden van producten met Nederlandse bonen. Partners vinden er de #BEANMEAL toolkit met visuals, slogans en recepten, ter inspiratie om te verwerken in eigen campagnes en acties.



Noot voor de redactie

Voor meer informatie over #BEANMEAL, contact met partners en beeldmateriaal, kunt u terecht bij Pleuni Timmermans: info@beanmeal.nl - 06 52258782.

Over de Bean Deal

De nationale #BEANMEAL activatie is voortgekomen uit de [Bean Deal](#). Doel van de Bean Deal, officieel de Green Deal Eiwitrijke Gewassen, is opschaling van de Nederlandse teelt en verwerking van eiwitrijke gewassen, primair bestemd voor humane consumptie, met een focus op stikstofbindende vlinderbloemigen. De Bean Deal is onderdeel van de Nationale Eiwitstrategie. De vastgelegde afspraken en acties vergroten de nationale zelfvoorzieningsgraad van plantaardige eiwitten. De Bean Deal is op 14 juli 2022 ondertekend door 56 organisaties, samen de hele keten dekkend. Momenteel doorlopen nog eens 16 extra organisaties het toelatingsproces voor de Bean Deal.



#BEANMEAL is mede mogelijk gemaakt door



Partners van #BEANMEAL (groeïend aantal, ga naar www.beanmeal.nl voor een up-to-date overzicht)





Wageningen, January 24 2024

2. English Version

Dutch National Consumer Activation Pulses: #BEANMEAL

Supermarkets, caterars, producers and social organisations join forces

On February 3, [#BEANMEAL](#) starts; a national activation to stimulate the consumption of beans. Supermarkets, caterars, producers and social organisations are committed to getting all Dutch people under the spell of the bean ('In de ban van de boon'). The activation emerged from the [Bean Deal](#), part of the [National Protein Strategy](#).

Everyone consuming a #BEANMEAL

Dutch people consume an average of 50 grams of beans per week. That is less than half the amount recommended by Voedingscentrum. Therefore, the aim of the activation is to allow all Dutch people to enjoy a Bean Meal at home or outdoors around World Pulses Day – February 10: a product or dish based on beans. From kidney bean to lupin, from chickpea to field bean, from edamame to capuchin. In a salad, poke bowl, wrap or as a snack, or made into a burger, plant-based variation on yogurt, soup or spread for bread.

Accelerated realisation of protein transition objectives

The Netherlands has had a national target since 2022: by 2030 at the latest, our average diet will once again contain [more than 50% plant-based proteins](#) and less than 50% animal-based proteins. Supermarkets and caterars now have their own goals regarding the ratio between plant-based and animal-based proteins in their sales, which can amongst others be found in the [Superlist Green](#). #BEANMEAL accelerates the realisation of all these objectives since beans are an important source of protein.

Under the spell of the bean ('In de ban van de boon')

#BEANMEAL partners give their own interpretation to the activation. Supermarkets such as PLUS, Lidl, Ekoplaza and Albert Heijn promote the bean through offers, in stores and online. This is supported by producers such as Bonduelle, BOON, HAK, Schouten Europe and ME-AT the alternative. Caterars Hutten, Compass, Vermaat and Vitam put beans on the menu in various restaurants. The producer organisation [Eiwitboeren van Nederland](#) (Dutch Protein Farmers) organises special Bean Meals on location.

More than healthy & tasty

Beans are not only healthy, tasty, and nutritious; the cultivation of beans also contributes to fertile soil and biodiversity. In addition, the Netherlands wants to reduce its dependence on non-European protein imports. To this end, the National Protein Strategy was launched in 2020, resulting in the Bean Deal. #BEANMEAL therefore devotes extra attention to products with beans grown by Dutch farmers.



More information

#BEANMEAL takes place from February 3 – 10, 2024. www.beanmeal.nl provides more information about the activation, the value of beans, participating partners and examples of products with Dutch beans. On this website, partners will find the #BEANMEAL toolkit with visuals, slogans and recipes, for inspiration to use in their own campaigns and actions.



Note for editors

For more information about #BEANMEAL, contact with partners and visual materials, please contact Pleuni Timmermans: info@beanmeal.nl - 06 52258782.

About the Bean Deal

The national #BEANMEAL activation campaign emerged from the [Bean Deal](#). The aim of the Bean Deal, officially the Green Deal Protein-rich Crops, is to scale the Dutch cultivation and processing of protein-rich crops, primarily intended for human consumption, with a focus on nitrogen-fixing legumes. The Bean Deal is part of the National Protein Strategy. The agreements and agreed actions increase the national self-sufficiency of plant-based proteins. The Bean Deal was signed on July 14 2022, by 56 organisations, together covering the entire value chain. An additional 16 organisations are currently in the process of admission to the Bean Deal.



#BEANMEAL is made possible by



Partner of #BEANMEAL (growing number, please go to www.beanmeal.nl for an up-to-date overview)

