

Danoontje: Onderscheiden met vitamine D en minder suiker

Maurice de Jong en Rosanne Smilde

Danoontje kreeg in het koelersvak steeds meer te maken met hevige concurrentie van huismerken. Soortgelijke cupjes in veelal dezelfde kleuren begonnen het kinderproduct van Danone langzamerhand te verdringen. Danoontje moest weer onderscheidend worden. Uit onderzoek van de Gezondheidsraad kwam naar voren dat kinderen niet genoeg vitamine D binnenkrijgen. Een kans voor Danone om dit extra toe te voegen en om de hoeveelheid suiker juist te verlagen.

PAUL SCHREURS, SENIOR HEALTH AFFAIRS MANAGER EN JOLANDA KROON, HEALTH AFFAIRS MANAGER

‘Het doel was een drinkyoghurt te ontwikkelen met maximaal vijf procent toegevoegde suikers. Dat is ook de richtlijn van het Voedingscentrum’, zegt Kroon. ‘De litermarkt is

competitief maar Danoontje heeft merkwaardige. Verder bevat het product extra vitamine D, calcium, minder suiker en geen zoetstoffen. Kortom het nutriëntenprofiel is ‘baanbrekend’. Maar waarom geen zoetstoffen? Schreurs: ‘Danoontje valt bewust in categorie B van het Voedingscentrum (middenweg). We vinden dat er geen zoetstoffen in kinderproducten horen, want dit komt de smaakontwikkeling niet ten goede. Zoetstoffen hebben namelijk een explosievere smaak dan suikers, wanneer een kind hieraan gewend raakt gaan ze steeds meer op zoek naar extremere smaaksensaties die ze niet vinden in natuurlijke producten. Ook zien moeders graag zo min mogelijk kunstmatige toevoegingen in voedingsmiddelen voor kinderen.’ De ontwikkeling van het product begon afgelopen zomer en de drinkyoghurt zal vanaf 19 april verkrijgbaar zijn. Voor de Danoontje-cupjes is het roer helemaal om. Sinds begin februari zijn de minipuddinkjes bedoeld voor jonge kinderen alleen nog maar verkrijgbaar in de minder zoete variant. Eerder bestonden de twee soorten naast elkaar. In de vernieuwde Danoontjes zit wel meer suiker dan in Danoontje Drinkyoghurt.

Schreurs: ‘De cupjes Danoontje vallen in categorie C (bij uitzondering) van het Voedingscentrum. Danone is bezig om het suikergehalte verder te verlagen, maar kan daarbij niet te drastisch te werk gaan, anders gaat het ten koste van de structuur. Minder suiker betekent ook minder stevigheid. Ouders en kinderen vinden het juist prettig dat het product niet van de lepel valt, waardoor kinderen het zelf kunnen eten. Het product valt bij ouders en hun kroost nog altijd in de smaak, ondanks dat het minder zoet is. Da-

noontje bevat zes procent fruit. Het verhogen van het vruchtengehalte zou gevolgen kunnen hebben voor houdbaarheid en smaak en bovendien is Danoontje een zuivel- en geen fruitproduct.’ Naast dat er minder suiker in zit, voegt Danone juist vitamine D toe. Kroon: ‘Jonge kinderen krijgen niet voldoende vitamine D binnen via voeding. Het zit voornamelijk in producten die kinderen niet vaak eten, zoals vette vis en ei. De Gezondheidsraad adviseert een suppletie van 10 microgram voor kinderen tot vier jaar. Zij krijgen echter niet allemaal voldoende supplementen, blijkt uit onderzoek van de Gezondheidsraad. Danoontje bevat 1,25 microgram vitamine D per 100 gram, wat neerkomt op twee cupjes.’ Maar voldoen magere yoghurt en andere magere zuivelproducten niet net zo goed? ‘Danoontje scoort hoger op het verhaal van sterke botten dan bijvoorbeeld magere yoghurt, omdat er in de Danoontje Drinkyoghurt ook vitamine D zit dat helpt calcium beter op te nemen in het lichaam.’ De uitdaging voor de toekomst is het verbeteren van het voedingsprofiel van Danoontje en



JOLANDA KROON EN PAUL SCHREURS, DANONE



‘Het is niet nodig om vitamines toe te voegen aan kinderproducten, een normale voeding bevat voldoende voedingsstoffen’

KATHLEEN PAAL, DIËTIST EN EIGENARESSE VAN VOEDINGS- EN BEWEGINGSPRAKTIJK MOVEDIS:

‘Ik begeleid veel kinderen met overgewicht. Als kinderen dan trots vertellen dat ze regelmatig Danonootje eten, word ik daar soms een beetje verdrietig van omdat het veel suiker bevat. Ik ben er dus wel blij mee dat er nu minder suiker inzit. Ik vind het belangrijk dat kinderen wennen aan minder zoete smaken, zodat de behoefte aan zoetheit afneemt. Dat er vitamine D aan toegevoegd is, is een goede zaak omdat calcium dan beter opgenomen wordt. In principe is het echter niet nodig om vitamines toe te voegen aan kinderproducten, een normale voeding bevat voldoende voedingsstoffen. Ik ben het er niet mee eens dat in kinderproducten geen zoetstoffen thuishoren. Daar ben ik vrij coulant mee, kinderen mogen dagelijks een halve liter light-producten. Ik zou er dus geen moeite mee hebben als Danonootje zoetstoffen zou gebruiken om zo het suikergehalte verder te verlagen, als ze tegelijk de smaak minder zoet maken. Het vernieuwde Danonootje zou ik wel aan mijn cliënten aanbevelen.’

JOS WIELDERS, KLINISCH CHEMICUS EN ACTIEF IN MEDISCH ONDERZOEK ROND VITAMINE D

‘Het nieuwe Danonootje vestigt de aandacht op het belang van vitamine D voor jonge kinderen. Tot nu toe was toevoeging aan zuivelproducten niet toegestaan en in Nederland worden feitelijk alleen margarine en bak- en braadproducten met een lage dosering vitamine D verrijkt. Het is een misverstand dat vitamine D in voldoende mate aanwezig is

in voeding. Alleen vette vis bevat behoorlijke hoeveelheden, maar wie eet meerdere malen per week een flinke portie vette vis?

De belangrijkste bron voor vitamine D blijft aanmaak in de huid door blootstelling aan de zon tijdens de zomermaanden. Dus buiten spelen is de beste weg naar een goede vitamine D-status. De Gezondheidsraad beveelt momenteel 5 - 10 microgram per dag extra vitamine D aan voor kinderen, afhankelijk van de leeftijd. Dat is niet haalbaar met verrijkte voedingsmiddelen zoals het nieuwe Danonootje. Gebruik van vitamine-supplementen wordt internationaal gezien als een betere oplossing, omdat de totale inname dan beter te controleren is. Daarmee is de boodschap duidelijk, een product als het nieuwe Danonootje heeft vooral waarde als promotie van het belang van vitamine D, maar zet bevolkingsbreed geen echte zoden aan de dijk.’

het suikergehalte verder te verlagen zonder concessies te doen aan smaak en stevigheid. ‘Bovenal zal Danonootje een echt kinderproduct blijven. We weten dat ouderen het ook lekker vinden, maar communicatie gericht op deze doelgroep is niet rendabel. Dat senioren het kopen is alleen maar mooi meegenomen’, vindt Schreurs.



KATHLEEN PAAL, DIËTIST



JOS WIELDERS, KLINISCH CHEMICUS