



Project HP@CMILab

# TRENDANALYSE

trends op het gebied van voeding, sport en social media

een rapport van team Crinpo, geschreven door Romy van Dongen

# Trend 1. Mindful eating

Project HP@CMilab

In de bewogen periode waarin Covid-19 een behoorlijke impact op ons leven heeft gekregen, heeft het ook gezorgd voor een trend op het gebied van voeding. De trend heet “mindful eating”, en er zijn veel voedingsdeskundigen die de effectiviteit promoten.

Het leven in een pandemie heeft voor veel consumenten gezorgd voor wat extra kilo's, het patroon van gezond eten is bij velen doorbroken en voedingspatronen schieten alle kanten op. Om die kilo's kwijt te raken, grijpen consumenten naar de dieetcultuur, maar deze is volgens voorstanders van mindful eating achterhaald. Daarom creëren influencers die tegen de dieetcultuur zijn inmiddels wereldwijd bewustwording rondom mindful eating, om een gezonde relatie met eten op te bouwen die effectief is om nog steeds af te kunnen vallen (Stylus, 2020).

## Wat is Mindful Eating?

Mindful eating is een term die ervoor zorgt dat de consument nog steeds geniet van zijn eten, minder last heeft van een gevoel van onrust als het om eten gaat, en het zorgt ervoor dat ze hun lichaam een stuk beter gaan begrijpen. De universiteit van Washington beschrijft het als “being fully present and non-judgemental while consuming meals and snacks”.

En dat eten op gevoel met een mate van bewustzijn, zorgt ervoor dat er alleen gegeten wordt op het moment dat iemand écht honger heeft en zich dus niet laat leiden door emoties of verveling. Het doel van mindful eating is het plezier van eten terug te vinden, en de consument vrij laten in wat zij eten en de band hiermee versterken (Stylus, 2020).

## Het ontstaan van mindful eating

De komst van mindful eating is echt ontstaan door de pandemie. Consumenten grijpen naar eten door het gevoel van verveling en eenzaamheid, en die emoties worden geïnterpreteerd als een hongergevoel. Om consumenten meer te laten genieten van eten, op de juiste momenten waarop zij echt honger hebben wordt geadviseerd om nieuwe recepten te proberen en muziek af te spelen tijdens het koken.

Wereldwijd geven influencers aan achter de mindful eating methode te staan. Hierbij willen ze hun volgers aansporen om zelf de regie in handen te nemen om een gezonde relatie met eten op te bouwen (Stylus, 2020).

## De relevantie van deze trend voor het project

Wat er uit het onderzoek naar mensen met obesitas naar voren kwam, was dat er ontzettend veel redenen zijn waarom een persoon obesitas kan krijgen/hebben. Dit kan ook door de verstoorde relatie met eten, waarbij verdriet en eenzaamheid worden geassocieerd met een hongergevoel wat leidt tot een verstoord eetpatroon dat niet in balans is. Dus niet alleen mensen met coronakilo's hebben baat bij mindful eating, maar ook mensen met obesitas. Daarom is het een idee om deze trend te implementeren in ons concept, met name door in te spelen op de tip voor recepten en koken met muziek op de achtergrond.





## Trend 2. De toekomst van fitness

Project HP@CMILab

Covid-19 heeft niet alleen de trend mindful eating in de wereld gebracht, ook verschillende trends op het gebied van fitness geven een duidelijk beeld van de behoefte van de consument.

Het is door de coronacrisis pijnlijk duidelijk geworden dat er een verband is tussen obesitas en Covid-19 klachten die ernstiger zijn dan bij mensen met een goede weerstand. En fitness helpt met het opbouwen van die goede weerstand, en het heeft ook impact op de mentale gezondheid.

Door de coronacrisis is er wel een behoefte ontwikkeld bij veel mensen om te gaan sporten. En daar komen ook nieuwe oplossingen uit voort die de sluiting van sportscholen moet vervangen, maar ook een optie moeten bieden voor het toekomstige sporten na de crisis. Denk bijvoorbeeld aan veel meer buiten sporten. Maar ook gamification is steeds populairder geworden binnen de wereld van fitness, en het motiveren van mensen. Zo spelen verschillende apps hierop in door mensen uitdagingen te geven, of bepaalde doelen te halen waarmee zij een boom kunnen planten ter bevordering van het klimaat.

Ook is er een verschuiving in de motivatie om te gaan sporten, het gaat namelijk veel verder dan werken aan een mooi lichaam voor het fysieke aspect. Het gaat namelijk ook over mentale gezondheid. Het is in Amerika de nummer 1 activiteit geworden om stress te verminderen. In Engeland gelooft 72% van de mensen er inmiddels in dat fitness niet draait om het fysieke aspect, maar het mentale aspect. In hetzelfde onderzoek in Engeland bleek dat de top 3 redenen om te gaan sporten zijn verschoven.

Fitness heeft door - of misschien wel dankzij - de coronacrisis een verschuiving gemaakt naar online. Virtuele lessen zijn dé manier om het groepsgevoel te behouden. 46% van de gebruikers van de app Mindbody geeft aan dat ze graag het virtuele sporten door willen zetten na de pandemie (Stylus, 2021).

### De relevantie van deze trend voor het project

Het is goed om te zien dat het standaard beeld van sporten is veranderd door de coronacrisis. Er zijn creatieve oplossingen gevonden om het sporten naar huis te halen, en ook een stuk leuker te maken. Dit kan helpen bij de motivatie en gedragsverandering van de doelgroep met obesitas, omdat het beeld dat zij hebben van sporten dus erg verouderd is. Het stukje gamification is iets om zeker te onthouden, en ook de interesse in buiten sporten en virtuele lessen kan een uitkomst zijn om mensen met obesitas te stimuleren om te gaan sporten in een andere omgeving dan de, wellicht gevreesde, sportschool.



## Trend 2. De toekomst van fitness

Project HP@CMIlab

Het is een beweging die al jaren aan het groeien is: de body positivity movement. Influencers die social media inzetten om te laten zien dat niet iedereen perfect is, maar het wel waard is om geliefd te zijn door zichzelf en anderen. Maar ondanks dat de beweging al jaren bezig is met het opbouwen van een community en een social media met mensen die zichzelf omarmen, is er in 2020 een duidelijke verschuiving te zien in populariteit van het fenomeen.

De term “body confidence” werd tussen maart en augustus 2020 33% meer opgezocht dan de voorgaande jaren, en in juli van dat jaar bereikte het pas echt een piek met een toename van 80%. Binnen de body positivity beweging gaat het ook om voor jezelf zorgen, en van jezelf houden wat vervolgens leidt tot een hele positieve invloed op je mentale gezondheid.

De coronacrisis heeft ook hier invloed gehad op de gedachte en het gedrag van de consument, want niet alleen werd de zoekterm vaker ingevuld, ook het “gewone” publiek begon zichzelf steeds meer te omarmen en de natuurlijke schoonheid in zichzelf te zien. Belangrijke sidenote bij deze trend: nee, een ongezond lichaam wordt niet gepromoot. Het gaat erom dat je accepteert wie je bent, maar hierbij is de wil om te veranderen niet direct van de baan (Brandwatch, 2020).

### De relevantie van deze trend voor het project

Het is belangrijk om mee te nemen dat mensen zich op social media kunnen wanen in een wereld waarin je gezien wordt, er gezegd wordt dat je jezelf mag zijn. Dat is een mooie boodschap en erg motiverend, maar het brengt een risico mee voor het project. Zo kunnen mensen met obesitas deze boodschap opvatten op zo’n manier dat de ernst van de zaak vervaagd. Door de belang van een gezond lichaam te benadrukken, maar tegelijkertijd in te spelen op deze trend kan er een mooi samenspel ontstaan om gedragsverandering en motivatie te genereren.

