McDonald’s: ‘Veel consumenten hebben geen idee wat ze eten’

03-05-2016 14:31



Consumenten zouden zich meer moeten interesseren voor wat zij eten. “Een evenwichtig eetpatroon is niet alleen onze verantwoordelijkheid, maar een gedeelde met de consument”, zegt managing director Manu Steijaert van McDonald’s Nederland in het meinummer van RetailTrends.

McDonald’s heeft ook een rol in de veranderende opvattingen over voeding, erkent Steijaert. Zo zou de fastfoodketen nog veel transparanter kunnen zijn over ‘welk onderwerp dan ook.’ “Maar ik wil niet naar een regime waarin wij bepalen wat de consument allemaal nog mag eten.”

Steijaert zegt verder te verwachten dat de foodmarkt als geheel zal groeien in de komende jaren. Daarbij ziet hij niet alleen een toename van de concurrentie, maar ook een verschuiving van de markt waarin McDonald’s zelf actief is. “Doordat wij marktleider zijn, bepalen wij de definitie van fastfood”, aldus Steijaert. In die definitie zit volgens de managing director ‘een stretch’.

In het meinummer van RetailTrends gaat Steijaert dieper in op de maatschappelijke rol van McDonald’s, het belang van innovatie en de groeikansen in Nederland. Klik hier voor meer informatie over een abonnement.