

Het marketing- succes van Becel pro.activ

Functional foods beleven een opmars, met pro.activ als hét paradepaardje. Het product van Unilever is inmiddels in meer dan twintig landen verkrijgbaar en geldt als het best verkochte cholesterolverlagende voedingsmerk ter wereld. Alleen al in Nederland genereert de productlijn een maandelijkse winkelomzet van bijna 3,5 miljoen euro. Een reconstructie van een overweldigend succes.

DOOR:
TOINE DE GRAAF
EN
GERT SCHUITEMAKER

Wie denkt dat er op 11 september jl. bij Unilever enkele kratjes champagne doorheen zijn gegaan, heeft het mis. Op die dag was het weliswaar precies vijf jaar geleden dat Becel pro.activ werd geïntroduceerd in de Nederlandse supermarkten, maar bij Unilever is men de feestjes rond pro.activ een beetje beu. De afgelopen jaren was er zo vaak wat te vieren rond pro.activ, dat men de vijfde verjaardag ongemerkt voorbij liet gaan. De omzetcijfers gingen de laatste jaren bij herhaling door het plafond, en ook succes went uiteindelijk.

Al geruime tijd overheersen tevreden gezichten binnen het Unilever Health Institute (UHI) in Vlaardingingen, waar de wieg stond van de sterolenmargarine. De marktonderzoekers, voedings-technologen en medici binnen het UHI, dat begin 2000 vorm kreeg binnen het Unilever Research Laboratorium om stevig mee te kunnen doen op de groeiende markt voor functional foods, hebben alle reden trots te zijn op hun paradepaardje. Pro.activ is immers het bestverkochte cholesterolverlagende voedingsmerk ter wereld.¹

Bliksemafleider

Het succesverhaal van Becel pro.activ start feitelijk in 1962. In dat jaar introduceerde Unilever een dieetmargarine met het merk Becel. De medeklinkers gaven aan waar het voor bedoeld was: Blood Cholesterol Lowering (verlaging cholesterol in bloed). Becel was de eerste jaren alleen in de apotheek te koop, als linolzuurrijke en cholesterolverlagende voeding voor mensen met een verhoogd risico op hart- en vaatziekten.

Becel was de allereerste margarine met meervoudig onverzadigde in plaats van verzadigde vetzuren.² Onderzoek had inmiddels een relatie aangetoond



tussen verzadigde vetzuren en een hoog cholesterolgehalte in het bloed. De aanval op de verzadigde vetzuren was marketingtechnisch goed doordacht. Het bood een uitgelezen kans

de pijlen te richten op de roomboter, rijk aan verzadigde vetten en al sinds de introductie van de kunstboter de directe concurrent. Dit leidde tegelijk de aandacht af van het pijnpunt van de



goedkope margarines uit de supermarkten: de ongezonde transvetzuren. Transvetzuren ontstaan door industriële harding uit de gezonde meervoudig onverzadigde vetzuren, zoals linolzuur. Dat vetten de afgelopen decennia in een kwaad daglicht zijn gesteld, is voor een groot deel toe te schrijven aan deze transvetzuren, het zwarte schaap in de familie van de 'vetten'. De margarine-industrie was er tot 1995 niet happig op veel bekendheid te geven aan de transvetzuren, omdat hun producten er vol mee zaten. Zo moesten consumenten die werden aangesproken door de tv-slogan 'ons

bent zunic' de aanschaf van Zeeuws Meisje bekopen met de inname van 27% transvetzuren. Ook andere margarines, zoals Hollands Glorie en Blue Band, bevatten destijds veel transvetzuren door een productiemethode uit het begin van de twintigste eeuw, met onvermijdelijk veel transvetzuren als bijproduct.³

Pas halverwege de jaren negentig werd overgestapt op een productieproces waarbij minder dan 1% transvetzuren wordt gevormd. De wetenschappers dr. Martijn Katan en dr. ir. Ronald Mensink, zo berichtte de NRC van 16 november 1995, rekenden op

de achterkant van een envelop snel uit dat dit beleid van transvetzuurarme margarines de kans op hart- en vaatziekten met maar liefst 5% zou verminderen.

Slopende correspondentie

In 2000 werd het succesverhaal van Becel uitgebreid met een nieuw hoofdstuk: Becel pro.activ, een margarine verrijkt met een cholesterolverlagende ingrediënt. Om precies te zijn met plantensterolen uit soja, raapzaad en zonnebloempitten. Plantensterolen gaan in de darmen de competitie aan met cholesterol, zodat minder cholesterol wordt opgenomen.

Het nieuwe kuipje werd ongeveer drie keer zo duur als de voorganger, vooral omdat 2.500 ton plantaardige olie nodig is om één ton plantensterolen over te houden. De effectiviteit van de sterolenmargarine was wetenschappelijk aangetoond. Met dagelijks drie porties daalt het LDL-cholesterol met gemiddeld 10% in drie weken tijd, zonder het gunstige HDL-cholesterol te beïnvloeden.

Toch verliep de aanloop van pro.activ minder vlekkeloos dan de huidige omzet doet vermoeden. Het Finse bedrijf Raisio gaf de Nederlands-Britse multinational aanvankelijk het nakijken. Raisio, dochter van concurrent Johnson & Johnson, was net een slagje eerder met het vergelijkbare product Benecol dat stanolen bevat. Stanolen zijn verzadigde plantensterolen. Benecol zag al in 1996 het licht, nét voor de invoering van de Novel Food Regulation binnen de EU. Het gevolg was dat Benecol de binnenbocht kon nemen en in de zomer van 1999 op de Nederlandse markt kon verschijnen. Unilever was op dat moment nog verwickeld in een

Functional food zit in de lift

Mensen eten niet alleen om hun honger te stillen. Ze doen dat ook om hun lichaam in stand te houden door het dagelijks te voorzien van bouwstoffen en energie. Daarnaast veraangenaamt eten het bestaan door de culinaire en sociale aspecten. Voeding kan bovendien een belangrijke rol spelen bij de regulering van fysiologische processen die plaatsvinden in de bloedsomloop, het immuunsysteem, het endocriene systeem en het spijsverteringsstelsel.

Het verschijnsel 'functional food' speelt in op deze laatste functie. Bij functional foods denken we in de eerste plaats aan levensmiddelen die naast de gewone voedingswaarde extra bestanddelen bevatten met een gezondheidsclaim. Een voorbeeld zijn de extra plantensterolen in Becel pro.activ. Maar ook levensmiddelen met een voedingsclaim verdienen het predikaat functional food. Hierbij gaat het onder meer om producten waaraan stoffen zijn onttrokken zonder voedingswaarde en ongewenst effecten, zoals bijvoorbeeld cafeïne en gluten. Ook voeding waarbij ongewenste bestanddelen zoals vet, alcohol en suiker zijn vervangen, vallen onder de brede definitie.

Het 'gewone' kuipje Becel met linolzuur was in ons land feitelijk de eerste functional food. Een ander 'oud' voorbeeld is xylitol (tegen cariës), een functional food ingrediënt van Finse oorsprong waarvan de gezondheidsclaim wetenschappelijk is bewezen. Ook voor de komende jaren wordt een sterke groei verwacht van de wereldmarkt voor functional foods. Als het aantal octrooiaanvragen als maatstaf worden genomen, staat Nederland in absolute getallen gemeten wereldwijd op de vijfde plaats. Wanneer rekening wordt gehouden met het aantal inwoners, neemt ons land de tweede plaats in.

De belangrijkste spelers zijn multinationals. Onder de 41 grootste octrooiaanvragers ter wereld bevinden zich vier Nederlandse bedrijven: Unilever, Nutricia, DSM/Gist Brocades en Loders Croklaan. De eerste drie bedrijven behoren tot de top-tien. Unilever bekleedt de derde positie, achter het Zwitserse Nestlé en het Amerikaanse Procter & Gamble.⁷

slopende correspondentie met de EU-ambtenaren, teneinde de laatste twijfels rondom de veiligheid van pro.activ weg te nemen.

De introductie in ons land van Becel pro.activ ging gepaard met een omvangrijke reclamecampagne. Via radio en tv werden luisteraars en kijkers bijgepraat over de voordelen van deze nieuwe margarine. Ook huisartsen, cardiologen, diëtisten en apothekers werden bewerkt. En om Benecol de wind uit de zeilen te nemen, werd het Unilever-kuijpe scherp geprijsd (2 gulden goedkoper). De inspanningen loonden langzaam maar zeker de moeite. Ook de Nederlandse Hartstichting schaarde zich achter het product en beval de margarine van harte aan voor mensen met een verhoogd cholesterolgehalte.

Cholesterolverlagend ijs

In de jaren die volgden werd de pro.activ productlijn verder uitgebreid. Medio 2005 telt deze een batterij aan cholesterolverlagende voedingsmiddelen. Behalve aan de margarine kan de consument zich onder meer te goed doen aan een literpak halfvolle melkdrink of een bekertje yoghurt. Met twee sneetjes brood met margarine, een groot glas melkdrink en een bekertje yoghurt is de gewenste dagdosis steroïlen (circa 2,25 g) weer binnen. Voor de meer creatieve gebruikers staan op www.becel.nl handige tips om dagelijks drie porties te scoren. Zoals: 'Maak met 125 ml Becel pro.activ halfvollemelkdrink een heerlijke koffie verkeerd (2 koffie verkeerd = 250 ml Becel pro.activ = 1 portie)'. Gebruikers die een hekel hebben aan gereken en getel, kunnen zich ook laven aan een mini yoghurtdrink: één flesje garandeert de volledige dagdosis.

Daarnaast gaven andere ondernemers pro.activ de wind in de rug.

De actie van ijssalon Vivaldi in Hoorn was nog symbolisch te noemen. Ijsbereider Peter den Ouden besloot de pro.activ melk te gebruiken om ijsjes te maken met een 'cholesterolverlagend effect dat goed is voor hart en bloedvaten'. Veel belangrijker was de actie van supermarktketen Albert Heijn, die haar vaste klanten in juni 2005 probeerde over te halen aan de minidrink te gaan en hen een coupon toestuude voor 50% korting ('Neem zo veel pakjes à 4 Becel pro.activ minidrink als u wilt').

Driehoeksverhouding

Deze marketingmove stond niet op zichzelf, gelet op de driehoeksverhouding Becel-AH-Hartstichting. Zo vonden vanaf mei 2004 in diverse vestigingen van Albert Heijn gratis cholesterolmetingen plaats, op initiatief van de Nederlandse Hartstichting. De stichting en Becel hadden elkaar al eerder gevonden om samen cholesterol te promoten als risicofactor voor hart- en vaatziekten, al formuleerde voormalig woordvoester Karen van der Voorst van de Hartstichting het destijds in *Ortho* lie-

Franse keizer als stuwende kracht

De voorgeschiedenis van Becel pro.activ is lang en begint in de negentiende eeuw, met de uitvinding van de margarine. Stuwende kracht achter deze vernieuwing was de Franse keizer Napoleon III. Hij gaf Mège-Mouriès de opdracht te zoeken naar een goedkoop en voedzaam alternatief voor boter, bedoeld voor het Franse leger. Boter was behalve duur ook nog schaars en zwaar om te vervoeren. In 1869 was Mège-Mouriès klaar met de ontwikkeling van een goedkoper en lichter alternatief: margarine.⁹

Twee jaar later kocht ondernemer Jurgens uit het Brabantse Oss het patent van Mège-Mouriès. In 1872 begon ook boterhandelaar Van den Bergh, eveneens uit Oss, met de productie van margarine.

De onderlinge concurrentiestrijd had tot gevolg dat Van den Bergh het familiebedrijf in 1891 verplaatste naar Rotterdam.

Aan de margarine-oorlog kwam een eind toen

Van den Bergh in 1927 fuseerde met Jurgens en zij samen de Margarine Unie vormden. Twee jaar later volgde een nieuwe fusie: de Margarine Unie en het Britse familiebedrijf Lever Brothers besloten voortaan eendrachtig verder te gaan. De geboorte van het concern Unilever was een feit.⁹



De Franse keizer Napoleon III (1808-1873).

ver anders: 'Het is beter om te zeggen dat wij op het thema cholesterol samenwerken met Becel.'⁴

De goede betrekkingen tussen de Hartstichting en de dieetmargarine komen al langer op allerlei manieren tot uiting. Zo werd in 2004 op de website van de Hartstichting prominent aandacht gevraagd voor de 'APK voor je Hart test', die werd ontwikkeld ter ere van het 40-jarig jubileum. 'Deze test kan u helpen om in te schatten of u eventueel een verhoogd risico loopt', klonk het wervend.

Nieuwsgierigen die de test aanklikten, belandden plotsklaps op de website van het Becel Institute. De publieke cholesterolmetingen van de Hartstichting vormden in 2004 een nieuw bewijs voor de hartveerwarmende eenstemmigheid. Eerder dat jaar werden de metingen, die de cholesterolgekte nog eens extra moesten opstuwten, geïnt-

roduceerd tijdens de Huishoudbeurs. 'Dat was een succes', vond Van der Voorst. 'Het gaat ons als stichting erom een goed toegankelijke plek te hebben waar we de metingen kunnen doen. Ook Albert Heijn is zo'n locatie. Wie de metingen betaalt? Becel.' De deuren bij AH gingen zonder mankeren open, na het ja-woord van de inkoper geelvetten van de supermarktketen.

Roep om eerlijke voorlichting

De Hoornse ijsbereider en de Zaanse grootgrutter werden in 2005 echter ruimschoots overvleugeld door VGZ, met 2,2 miljoen verzekerden één van de grootste zorgverzekeraars van Nederland. In januari maakte de verzekeraar bekend het gebruik van Becel pro.activ producten deels te

vergoeden, tot een jaarlijks maximum van 40 euro na overlegging van streepjescodes. De actie betekende een volstrekte noviteit, want nooit eerder had een ziektekostenverzekeraar meebetaald aan het gebruik van een voedingsmiddel uit de supermarkt. In een persbericht lichtte VGZ de manoeuvre toe: 'Een lager LDL-cholesterol betekent minder kosten in het medische circuit vanwege de lagere kans op hart- en vaatziekten'. De samenwerking werd met instemming, verbazing en cynisme begroet en haalde alle media. De verzekeraar liet in tv-commercials weten niet alleen medische behandelingen, maar 'ook uw tafel' te dekken en Becel adverteerde in supermarktbladen met de combinatie 'goed voor uw hart', 'extra voordelig' en het VGZ-logo. De reacties uit de reclamewereld waren opgetogen. Kritisch was onder meer *VoedingNu*, een medium van het Voedingscentrum. 'VGZ zegt te verwachten dat de zorgkosten voor hart- en vaatziekten zullen afnemen, maar de actie moet toch vooral worden gezien als onderdeel van de concurrentieslag tussen de verzekeraars', zo was te lezen in de kolommen.⁵

Ook de Consumentenbond reageerde sceptisch. 'Cholesterolverlagende voedingsmiddelen en geneesmiddelen zijn (dure) oplossingen voor een probleem dat in veel gevallen door aanpassingen in voeding- en bewegingsgewoonten al grotendeels opgelost kan worden', aldus de organisatie voor consumenten. 'Daarom vinden wij ten eerste dat de voorlichting over de noodzakelijkheid van het gebruik en de mogelijke resultaten ervan eerlijk en helder moeten zijn. Pro.activ en vergelijkbare producten zijn bewezen effectief, maar het gebruik is voornamelijk zinvol voor mensen met een licht verhoogd cholesterolgehalte.

Zweedse kink in de marketingkabel

In mei 2003 kwam een kleine kink in de kabel en leek de marktpositie van Becel pro.activ even serieus te worden bedreigd. Zweedse consumentenorganisaties zouden bij een onderzoek zijn gestuit op een te grote hoeveelheid polycyclische aromatische koolwaterstoffen (PAK's), waarvan bekend is dat ze kankerverwekkend zijn. Unilever ontkende de beschuldigingen, onder meer via advertenties in landelijke kranten waarin werd benadrukt dat pro.activ volledig veilig is. Ook de Hartstichting zette zich schrap. 'Uit verschillende onderzoeken, onder andere van TNO, is gebleken dat Becel pro.activ volkomen veilig is', was destijds de reactie. 'De werkzame stof in pro.activ, plantensterol, heeft overigens nooit ter discussie gestaan. Daarom beveelt de Hartstichting Becel pro.activ ook nog steeds van harte aan.'

Nieuw onderzoek van het Noorse onderzoeksinstituut NIVA bracht vervolgens aan het licht dat haar oorspronkelijke onderzoeksresultaten met betrekking tot de PAK's 'niet correct' waren geweest. Doordat het gebruikte monster abusievelijk was vervuild, hadden de onderzoekers een te grote hoeveelheid kankerverwekkende stoffen aangetroffen. De Scandinavische onheilstijding zorgde aanvankelijk voor een hapering in de geoliede marketingmachine. De resultaten veroorzaakten grote ophef in Zweden en ook in Nederland zag Unilever de verkoop van Becel pro.activ aanzienlijk teruglopen. Nadat de Noren hun fout hadden toegegeven, slaagde het bedrijf er echter weer in het vertrouwen van de consument terug te winnen.

De maximale verlaging door die middelen is maar 10%. Mensen met een zwaar verhoogd cholesterol hebben geneesmiddelen nodig. In onze ogen moeten VGZ en Becel in hun advertenties en ander informatiemateriaal het advies geven dat consumenten die vermoeden dat zij een verhoogd cholesterol hebben eerst hun huisarts moeten raadplegen.⁶

'Kwaliteitsstempel'

Ondanks deze kritische woorden bleek al in juli 2005 dat het één-tweetje met VGZ een gouden greep was. Het goede nieuws kwam van marktonderzoeksbureau IRI uit Zaltbommel, dat samen met Motivaction het effect van de VGZ-actie heeft gemeten.

De omzet van de Becel pro.activ artikelen bleek sinds januari 2005 te zijn toegenomen van ruim 2 miljoen naar 3,3 miljoen euro per vier weken. Onderzoeker R. Laureijsen van IRI gaf in een persbericht aan deze cijfers opmerkelijk te vinden. 'De omzet van Becel pro.activ ontwikkelde zich sinds de introductie steeds beter totdat die zich vorig jaar stabiliseerde', aldus Laureijsen. 'Sinds de actie met VGZ klom de omzet van de Becel pro.activ producten. Fabrikanten zoeken vaker samenwerkingsverbanden met partijen als de Hartstichting en verzekeraars. Het geeft een soort van kwaliteitsstempel.'

Niet alleen Unilever wreef zich in de handen. Ook in de ogen van VGZ is sprake van een win-win situatie. Woordvoerder Bert Rensen van de VGZ-IZA Groep ziet vooral twee winstpunten. 'In de eerste plaats hebben wij via pro.activ ingang gekregen in de supermarkten', vertelt Rensen. 'Dat is voor ons een nieuw kanaal naar de consument. Probeer maar eens als zorgverzekeraar bij het winkelend

publiek terecht te komen. De displays in de winkels met daarop ook VGZ hebben belangrijk bijgedragen aan onze naamsbekendheid. Daarnaast hebben we de reclametijd voor onze tv-commercials rondom de actie kunnen inkopen via Unilever, waardoor we gigantische kortingen hebben gekregen.'

Bij VGZ doet men niet geheimzinnig over de omvang van de pro.activ-declaraties van de verzekerden. Begin september werd de magische grens van 1 miljoen euro geslecht. Dit betekent dat op dat moment 25.000 verzekerden hun pro.activ-toeslag van € 40,- hadden geïnd. Bij VGZ gaat men ervan uit dat deze kosten zullen worden gecompenseerd doordat verzekerden minder statines zullen slikken, minder dotterbehandelingen zullen ondergaan en minder hartoperaties zullen krijgen.



1. www.unilever.nl
2. Ede, J van. *Unilever ontwikkelt voeding die vitaliseert. Chemisch2 Weekblad, 2001 (voorjaar).*
3. Schuitemaker G. *Het Gouden Boekje voor het Hart. Orthodossier. Ortho Communications & Science, 2004.*
4. Graaf, T de. *Hartstichting en Becel werken samen bij AH. Ortho 2004; 3: 100.*
5. www.voedingnu.nl
6. www.consumentenbond.nl
7. Goutier S, Knecht J. *Functional Food. Een Quick Scan. Octrooicentrum Nederland, Cluster Kennisonderzoek en Beleidsinteractie (KOB), 17 mei 2005.*
8. Thijssen W. *Voedsel met een nieuwe functie. De Volkskrant 2000, 2 september.*
9. Arnoldus D. *Family. Family Firm, and Strategy. Six Dutch family firms in the food industry 1880-1970. Aksant, 2002.*