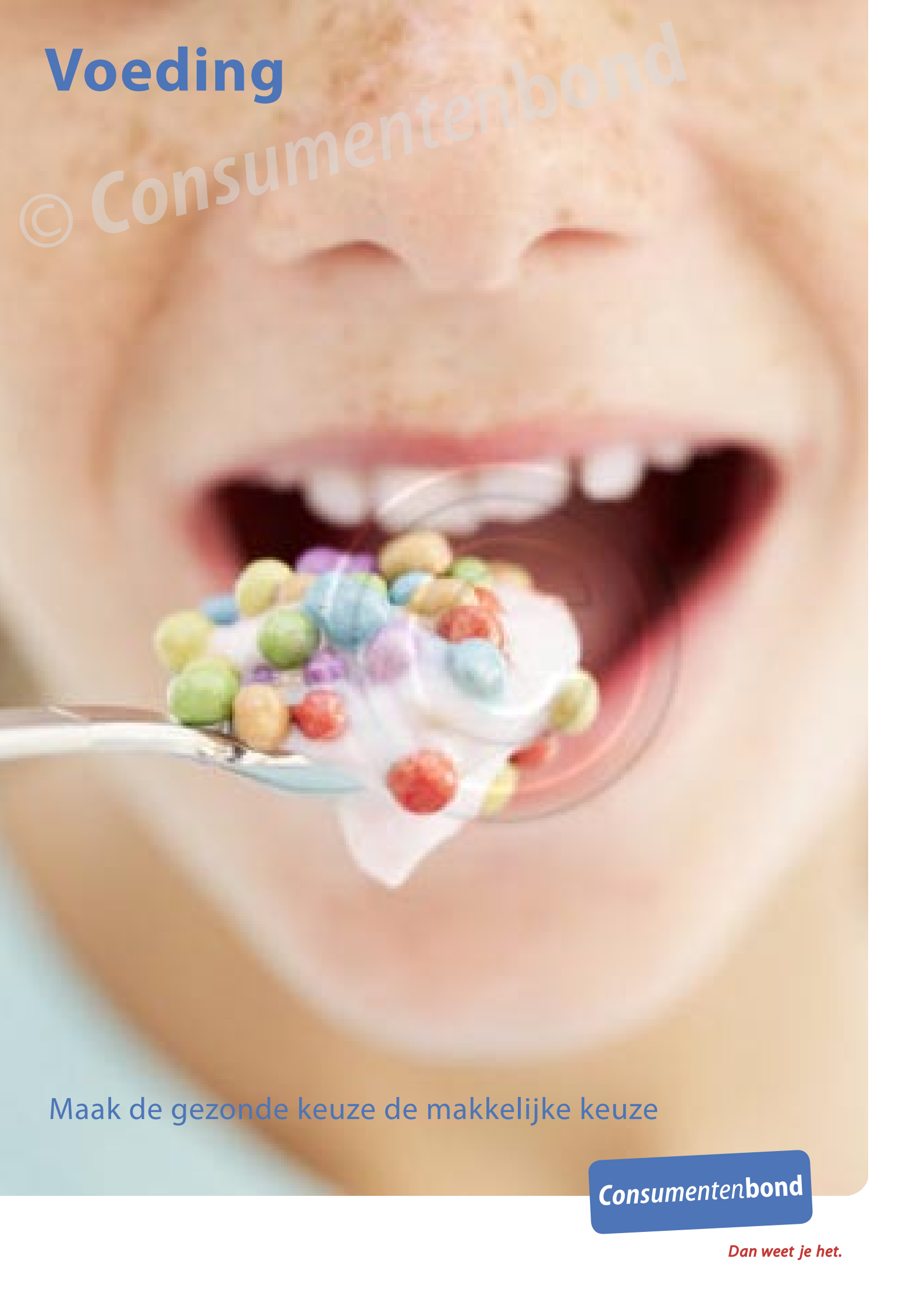


# Voeding

© Consumentenbond



Maak de gezonde keuze de makkelijke keuze

**Consumentenbond**

*Dan weet je het.*

# Voeding

Nederlanders eten te veel, te vet en te zout. Natuurlijk is dat ieders eigen verantwoordelijkheid, maar fabrikanten, winkeliers en de overheid spelen hierin ook een rol. Gezond eten is erg belangrijk, want van veel en ongezond eten word je niet alleen dik, je kunt er op termijn ook behoorlijk ziek van worden. Zo leiden overgewicht en ongunstige voedingssamenstelling jaarlijks tot circa 40.000 nieuwe gevallen van ouderdomsdiabetes, hart- en vaatziekten en kanker. Inmiddels heeft circa 50% van de volwassenen in Nederland last van overgewicht. Volgens het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) is de ongunstige voedingssamenstelling verantwoordelijk voor 10% van de totale jaarlijkse sterfte in Nederland, en overgewicht voor 5%.

## Wat is er mis?

- Het ontbreekt aan goede keuze-informatie. Etiketten zijn onduidelijk en onvolledig. Er is een wildgroei aan gezonde-keuze-logo's en de voedingswaardedeclaratie (de tabel met wat het product per 100 gram bevat) is vaak onvolledig of zelfs niet aanwezig. En staat hij wel op het etiket, dan is dat voor de gemiddelde consument totale abracadabra.
- Kinderen zijn makkelijk te beïnvloeden door reclame en andere marketingtechnieken, zo blijkt uit tal van onderzoeken. Bovendien is de op kinderen gerichte marketing zeer geraffineerd. Het instrument wordt nauwelijks ingezet voor gezonde producten, maar vrijwel altijd voor ongezonde producten en tussendoortjes. Dit heeft een bewezen effect op het eetpatroon van kinderen.
- Het wemelt van misleidende voedings- en gezondheidsclaims. Met verleidelijke claims en afbeeldingen wordt de indruk gewekt dat limonadesiropen en vette kindertoetjes gezond zijn, en ontbijtgranen met chocola goed voor de lijn. In werkelijkheid blijken het loze kreten. De claims worden gebruikt om de waarheid te verdoezelen en de consument te misleiden.
- Producten bevatten onnodig veel verzadigd vet en zout, met alle gevolgen voor de volksgezondheid van dien. Ook suiker is een goedkope en vaak overbodige smaakmaker. De productsamenstelling kan over de hele linie beter. Alleen het assortiment uitbreiden met een lightvariant is niet genoeg.
- De verhouding tussen ongezonde en gezonde producten is zoek. Snacks zijn bijna altijd en overal verkrijgbaar, in snoepautomaten, fast-food-restaurants en snackbars. En zelfs in de supermarkt zijn de ongezonde producten veruit in de meerderheid, zo blijkt uit onderzoek van de Consumentenbond. Kortom: de ongezonde keuze is de makkelijke keuze.

**De consument heeft recht op duidelijke voedingsinformatie**

## Onze eisen

1. Eén makkelijk te begrijpen informatiesysteem op de voorkant van alle producten in de supermarkt, zodat de consument in één oogopslag ziet of een product een gezonde keuze is of juist niet. Dit ter vervanging van de wirwar aan verschillende voedingslogo's. Het stoplichtsysteem (waarbij groene, oranje en rode bolletjes aangeven of een product veel of weinig zout, verzadigd vet en suiker bevat) is favoriet, blijkt uit diverse consumentenonderzoeken.
2. Een verbod op reclame voor ongezonde producten op tijden dat kinderen televisie kijken (7 – 21 uur), gecombineerd met een verbod op reclame gericht op kinderen tot 12 jaar in tijdschriften, op internet en via andere kanalen. En ook aan andere marketingtrucs, zoals spaaracties en de inzet van kinderidolen, moet een halt worden toegeroepen.
3. Eerlijke informatie. Producten moeten door het gebruik van voedings- en gezondheidsclaims niet gezonder lijken dan ze zijn.
4. Minder zout, transvet, verzadigd vet en suiker in producten. Een afname van gemiddeld 10 naar 6 gram zout per persoon per dag in 2010 is haalbaar. Ook de hoeveelheden transvet, verzadigd vet en toegevoegde suikers in producten moeten verder gereduceerd worden om de doelstellingen van de Gezondheidsraad te halen.
5. Een toegankelijker aanbod van gezonde producten, via een betere schapverhouding (gezond/ ongezond) in de supermarkt, gezonde producten vaker in de aanbieding, aantrekkelijke prijsstelling en gezonde alternatieven in snoepautomaten.

## Wie doet wat?

### *De overheid*

- treedt middels de Voedsel- en Warenautoriteit (VWA) streng op tegen overtreding van de nieuwe Europese verordening inzake voedings- en gezondheidsclaims, zonder ruimte te laten voor misleiding;
- zorgt – als niet op korte termijn via de reclamecode een eind kan worden gemaakt aan reclame en marketing voor ongezonde voedingsmiddelen, gericht op kinderen – voor een wettelijk verbod ervan;
- stelt heldere doelen aan de hoeveelheid zout, transvet en verzadigd vet in levensmiddelen;
- meet tussentijds de voortgang van deze productverbetering via een onafhankelijke instantie, bijvoorbeeld de VWA;
- ontwikkelt bij onvoldoende voortgang wetgeving en legt sancties op.

### *Fabrikanten, cateraars en horecabedrijven*

- verminderen de hoeveelheid zout, transvet en verzadigd vet in hun levensmiddelen, zonder afbreuk te doen aan de kwaliteit van de producten.

### *Supermarkten, horecabedrijven, scholen en bedrijfskantines*

- maken de gezonde keuze de makkelijke keuze, bijvoorbeeld door groenten en fruit vaker in de aanbieding te doen en ongezonde producten bij de kassa weg te halen. ▶

► *De Europese Commissie*

- zorgt voor nieuwe regelgeving, zodat de consument in één oogopslag (met een kleurcodering) op het etiket kan zien of een product een gezonde of minder gezonde samenstelling heeft. Als aanvulling daarop komt er een overzichtelijke en gestandaardiseerde voedingswaardetabel.

*De European Food Safety Authority*

- stelt onafhankelijk vast welke voedingsclaims wel en niet door de beugel kunnen, en bij welke voedingsmiddelen een claim mag worden gebruikt.

## Tot slot

De Consumentenbond is met nadruk geen voorstander van een verbod op ongezonde voeding. Het is tenslotte ieders eigen verantwoordelijkheid om te kiezen voor gezond of ongezond. Maar momenteel is dat geen eerlijke keuze; ongezond wint op alle fronten!

## Uit de praktijk

Leonie gaat met haar zoontjes Jelle (7) en Bas (5) naar de supermarkt. Ze zijn nauwelijks binnen of de kinderen vergapen zich al aan de nieuwe koekjes met figuurtjes die ze herkennen uit tekenfilms. 'Nou vooruit, voor deze keer dan', verzucht Leonie. Een pad verder blijken de afbakpizza's in de aanbieding. Je kunt er moeilijk omheen, want de winkelier heeft voor de zekerheid een hele stapel ingeslagen. Ondertussen staan de kinderen bij de toetjes. Ze wijzen op een nieuw product met veel kersen en aardbeien op het etiket. '0% vet en rijk aan anti-oxidanten', meldt het etiket. Dan moet het wel gezond zijn, denkt Leonie, terwijl zij twee literpakken in de kar legt. Bij de kassa staat nog een mand met chocola. Da's maar goed ook, want die was ze bijna vergeten. Ze verlaat de zaak met allerlei producten die niet echt gezond zijn.

Het is duidelijk: fabrikanten en winkeliers weten precies hoe ze hun klanten moeten verleiden.



## Meer informatie?

Consumentenbond  
Postbus 1000  
2500 BA Den Haag  
telefoon (070) 445 45 45  
[www.consumentenbond.nl](http://www.consumentenbond.nl)

**Consumentenbond**

*Dan weet je het.*