

## Een pleidooi voor meervoudige kleurcodering (‘verkeerslichtsysteem’)

Consumentenbond en Hartstichting zien eenduidige en inzichtelijke voedingsinformatie als een krachtig instrument in de strijd tegen overgewicht. Daarom pleiten wij voor het gebruik van meervoudige kleurcodering standaard op de voorkant van voedingsverpakkingen, in de kleuren rood, oranje of geel en groen. Deze kleuren duiden op hoge, matige of lage aanwezigheid van bepaalde nutriënten (zoals zout, suiker, verzadigd vet) per 100 gram/100 ml.

- **Kleurcodering bespaart tijd.** Iedere consument kan in één oogopslag de gezonde keuze maken. Nederlanders hebben gemiddeld slechts 20 minuten per dag de tijd om boodschappen te doen<sup>1</sup>.
- **Kleurcodering vergroot de keuzevrijheid.** Alleen vermelding van de ‘dagelijkse voedingsrichtlijn’ (‘GDA’), blijkt tot verwarring te leiden. Deze doorgronden is ingewikkeld. Het sec visualiseren van GDA’s door middel van kleuren maakt de GDA’s inzichtelijk en stelt de consument in staat een bewuste keuze te maken. Dit systeem stimuleert mensen om zélf de afweging te maken, in tegenstelling tot het keuze klavertje, Ik Kies Bewust logo en enkelvoudige kleurcodering die eendimensionaal voorschrijven wat men zou moeten kiezen.
- **Kleurcodering is toegankelijk en herkenbaar.** Niet iedereen is in staat de GDA’s te duiden. Dankzij kleurcodering zijn ook laag opgeleiden in staat snel en gemakkelijk de gezonde keuze te maken. Mensen zijn bovendien al bekend met kleurcodering. Denk aan de energielabels die gehanteerd worden bij de verkoop van wasmachines. Deze zijn alom geaccepteerd en gewaardeerd.
- **Kleurcodering maakt snelle vergelijking tussen productgroepen mogelijk.** Dat kant en klare pizza vergeleken moet worden met kant en klare pizza en niet met een fles Spa lijkt logisch. Toch zal invoering van het systeem van kleurcodering gepaard moeten gaan met uitleg aan de consument, wil het optimaal functioneren. Mensen begrijpen dan dat Cola Light weinig rood heeft en toch niet gezond is. Vergelijking met ‘gewone’ cola geeft wel degelijk de gewenste informatie.

<sup>1</sup> <http://www.mediaonderzoek.nl/1208/internettijd-in-twee-jaar-verdubbeld>

- **Kleurcodering wordt door consumenten gewenst.** Onafhankelijke onderzoeken<sup>2</sup> naar de wensen van consumenten op het gebied van voedingsetikettering geven alle aan dat consumenten het verkeerslichtsysteem verkiezen boven andere methoden. Consumentenorganisaties als de Consumentenbond en Foodwatch beijveren zich er al jaren voor, gesteund door gezondheidsorganisaties als de Hartstichting.
- **Kleurcodering moet voor alle voorverpakte voedingsproducten gelden.** Minimaal moet kleurcodering aan voedingsinformatie worden toegevoegd op verpakkingen van verwerkte producten, waarvan de voedingswaarde in grote mate varieert en bovendien moeilijk in te schatten is vanwege verborgen zout, suiker en verzadigd vet. Voorbeelden zijn kant-en-klaarmaaltijden, vleesproducten als worst en hamburgers, gepaneerde producten als kroketten, saucijzenbroodjes, kipnuggets, vissticks etc., ontbijtgranen, sandwiches en pizza's. Met name lageropgeleiden, die relatief veel kant-en-klare producten gebruiken en relatief vaak aan overgewicht lijden, zullen daarvan profiteren.
- **Kleurcodering leidt tot productverbetering.** Het is een stimulans voor producenten om de samenstelling van producten te verbeteren (het is een uitdaging van rood oranje te maken en van oranje naar groen te gaan).
- **Kleurcodering moet door Europa ingevoerd worden.** Overgewicht is een Europees probleem. De interne markt en het feit dat de meeste producten grensoverschrijdend zijn maken dat een Europese aanpak gewenst en juist is. Maatregelen van nationale overheden kunnen leiden tot bezwaren van overige landen.

**Hartstichting en Consumentenbond zien meervoudige kleurcodering als noodzakelijke toevoeging aan voedingsinformatie om deze voor iedereen toegankelijk te maken. Wij roepen u allen op om bij de plenaire stemming op 16 juni te stemmen vóór kleurcodering!**

---

<sup>2</sup> 2010 Prof. Dr. Holger Buxel/Andreas Grossmann (Fachhochschule Münster), 'Akzeptanz und Nutzung von Nährwertkennzeichnung auf Lebensmitteln durch Konsumenten'.

Zie voor overzicht overige studies de site van EHN: <http://www.ehnheart.org/publications/position-papers.html>.