

# HAS

# Voedseldialoog

Blogs over voeding en gezondheid  
Verschenen tussen 2016-2020 op de blog  
van HAS green academy

---

Uitgave: februari 2026

Annet Roodenburg, lectoraat Voeding en Gezondheid



# Inleiding

## Over de blog HAS Voedseldialoog

Lector Annet Roodenburg schreef tussen 2016-2021 artikelen voor de blog HAS Voedseldialoog. Ze begon met bloggen omdat zij geïntrigeerd is door de complexiteit van onze voedselketen. Via interviews met spelers uit de breedte van de voedselketen probeerde ze de keten in kaart te brengen en voor zowel haarzelf als de professionals die ze spreekt een leercurve te creëren.

In de interviews stelde ze 2 vragen centraal: Hoe zit de voedselketen in elkaar? Hoe draagt jouw bedrijf of instelling bij aan een gezonder voedselaanbod? Deze interviewserie zijn gebundeld in het boek 'E-nummers & berengeluiden – 43 gesprekken over voedsel en voeding'. Naast de interviews blogde ze ook over actualiteiten, trends en ontwikkelingen rondom voeding en gezondheid. Deze blogserie vind je in dit document.



*Annet Roodenburg van het lectoraat Voeding en Gezondheid.*

# Inhoudsopgave

Onderwerp blogpost	Verschijningsdatum	Pagina
40.000 handtekeningen voor voedselonderwijs op basisscholen	27-09-2016	3
Over Vinkjes en Stoplichten	01-11-2016	6
Hoezo teleurgesteld over zoutverlaging?	04-12-2016	11
Waarom Heineken pleit voor een single source of truth	11-01-2017	15
Bod Kraft Heinz op Unilever: Boycot de hagelslag!?	20-02-2017	18
Een Maaltijdbox dilemma	07-03-2017	21
Een kijkje achter de schermen: jury Jaarprijs Goede Voeding	09-03-2017	24
Afvallen: Linda en Leende	05-04-2017	28
Broodje Gezond over E-nummers	15-05-2017	31
Water is voor Honden	13-09-2017	35
Personalized Nutrition: Hoever zijn we ermee?	18-10-2017	38
Hoeveel suiker verkoopt Coca-Cola in de wereld?	29-11-2017	41
Suikerdoelstellingen: leren van het klimaatbeleid	06-12-2017	45
De Kies ik Gezond App is uit!	09-01-2018	48
Voeding voor huisartsen	22-02-2018	51
Staan er straks rode logo's op Oreo koekjes en M&Ms	04-12-2018	54
Tonny Nijholt: Met voeding diabetes genezen	27-06-2019	57
Moeten we mannen met obesitas vaccineren?	10-02-2021	61
Een serie van 9 blogs over het voedselkeuzelogo	Voorjaar 2021	64

# 40.000 handtekeningen voor voedselonderwijs op basisscholen

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 27-09-2016



Ik kreeg vorige week een mailtje doorgestuurd: Er zijn nog maar 11.000 handtekeningen opgehaald voor verplicht voedselonderwijs op basisscholen. Dat viel me echt tegen. Iedereen die ik tegen kom vindt het een geweldig goed idee. Er zijn dus 40.000 handtekeningen nodig vóór 16 oktober om dit op de politieke agenda te krijgen. Dat moet dan toch lukken, zou je zeggen. Zeker na alles wat er afgelopen week weer langskwam...

## Speltvrouwjtjes

Zondagavond zag ik dat Arjen Lubach eindelijk (!) zijn eigen Kookboek presenteerde "De Schijf van Trijf" met daarin 100 lege pagina's en op de laatste pagina 1 zinnetje: "Eet gevarieerd en niet te veel". Goed boek, heel kernachtig! De aanleiding was het hele gedoe in de media over de Dames van Green Happiness. Mooie vrouwen krijgen altijd veel aandacht in de media. Zeker als het om voeding gaat. Speltvrouwjtjes noemen wij ze thuis. Ik ben er wel jaloers op. Maar ja, lang haar: het staat mij niet.



### Net zo effectief als Linda

Ik hoop dat dit filmpje van Arjen Lubach net zo effectief is in het neutraliseren van deze speltvrouwtjes als Linda vorig jaar was met het neutraliseren van de "Superfoods". Daar hoor je sinds haar uitgave "Rot op met je Chiazaad" ook vrijwel niets meer van. De interesse in voeding is heel groot, het is 'hot' om erover te bloggen en vloggen (doe ik zelf ook met deze blog over de voedselketen). Hoe extremer hoe meer aandacht. En dat is eigenlijk wel een beetje jammer.

### We weten maar weinig van ons voedsel

Want al dat gedoe over menstruerende kippen en filevorming in je darmen leidt een behoorlijk af van waar het echt om gaat: Dat we te weinig weten over ons voedsel: Over hoe het gemaakt wordt, waar het vandaan komt en wat is nu gezond? Daarom hoop ik ook dat het de Alliantie voor Voedselonderwijs lukt om het initiatief van de Youth Food Movement voor voedselonderwijs op basisscholen op de politieke agenda te krijgen. Kinderen zijn soms enorme wijsneuzen, maar weten ze waar hun eten vandaan komt?



### Oproep: TEKEN OOK voor voedselonderwijs op basisscholen

Waarom tekenen? Dit gaat veel verder dan alleen kennis over voeding & voedsel. Het gaat

ook over het bereiken van een veel grotere groep. Wist je namelijk dat het verschil in gezonde levensjaren tussen hoog en laag sociaal economische klassen in Nederland 19 jaar is? Dat is gigantisch veel!! 19 jaar langer ziek zijn. Stel je voor...

### **Een generatie overgeslagen**

We hebben een generatie overgeslagen als het gaat om kennis van ons voedsel. Onze (groot)ouders hebben nog geholpen met melken, of waren visser. Of hebben op de boerderij van hun oom wel eens een kip zonder kop zien rondlopen. Nu denken we dat de melk uit de fabriek komt en dat kippen menstrueren (!!).

### **#Voedselonderwijs**

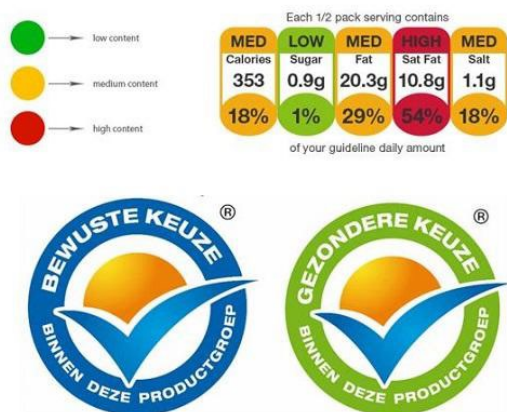
Kinderen leren over hun voedsel is van belang voor hun eigen gezondheid, en dat van hun ouders, die 'we' -als ze laagopgeleid zijn- niet kunnen bereiken met informatie over gezond eten. Behalve dan met aanbiedingen in de supermarkt.

Enne gezond...wat moet je dan eten? Lees dit: (Schijf van Vijf) zo moeilijk is het niet. Arjen Lubach vatte het al kort samen. Maar vooral: teken ook voor voedselonderwijs op basisscholen! En deel deze link met anderen!!

Zo: dit was even een uitstapje naar de actualiteit. In de volgende blog gaat de reis door de voedselketen weer verder met Daan Janssen (21), aardappelteler uit Escharen.

# Over Vinkjes en Stoplichten

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 01-11-2016



Het Vinkje gaat verdwijnen kondigde de minister aan 2 weken geleden. Daarvoor in de plaatst komt een app, een voedingsapp. En het Voedingscentrum gaat die ontwikkelen. Maar een app is niet hetzelfde als een logo. Niet iedereen gebruikt een app. Om toch een breder publiek te helpen bij het maken van de gezondere keuze heb je ook informatie op de verpakking nodig. Die discussie is dus nog niet klaar. Daarom een blog over Vinkjes en Stoplichten...

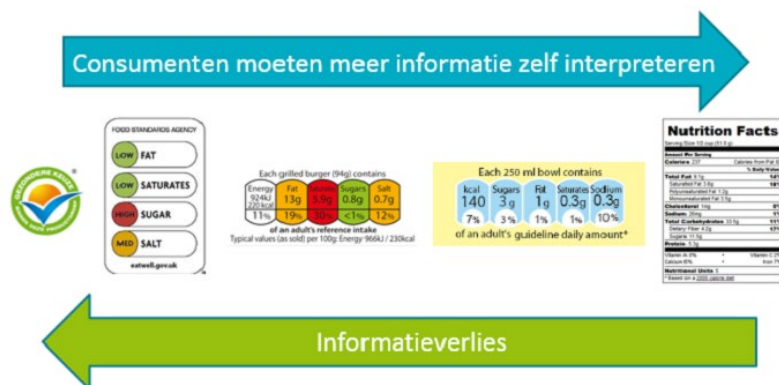
Er is een Engelse term voor 'Front of Pack Labelling': Vereenvoudigde communicatie om consumenten te helpen bij het maken van gezondere keuzes. Zoals logo's, dagelijkse richtlijnen, stoplichten: Het is al in veel blogs voor HAS Voedseldialoog langs gekomen. Een onderwerp waar nog wel meer over te vertellen valt. En daarbij ga ik het alleen hebben over gezondere keuzes (en niet over keurmerken voor duurzame, diervriendelijke, eerlijke keuzes)...

## Front of Pack (FOP) labelling

Of: Vereenvoudigde communicatie via het etiket. Dit wordt door de Wereldgezondheidsorganisatie gezien als een van de vele maatregelen die overheden kunnen nemen als onderdeel van hun voedselbeleid. FOP labelling is werkzaam via 2 routes: Consumenten helpen bij het maken van gezondere keuzes (1) en Producenten stimuleren hun producten te verbeteren (2).

## Voedingsprofielen

Er zit altijd een systeem van normen achter waaraan de samenstelling van producten moet voldoen. Vaak zijn dat maximale hoeveelheden zout, verzadigd vet, suiker. Want daar krijgen we teveel van binnen. Maar het kunnen ook andere voedingsstoffen of ingrediënten zijn (energie, vezel, groenten). Wereldwijd bestaan er veel van deze systemen. Niet alleen voor FOP labelling, maar ook voor andere doeleinden, zoals alleen productverbetering, kindermarketing en gezondheidsclaims. Deze systemen worden Voedingsprofielen genoemd, in het Engels: 'Nutrient Profiles'.



## Vereenvoudigde communicatie leidt tot informatieverlies

Er zijn verschillende manieren om consumenten te helpen gezondere keuzes te maken. De Voedingswaarde declaratie (helemaal rechts), is het meest compleet: Producenten zijn verplicht te vermelden op de verpakking hoeveel energie (kcal), vet (waarvan verzadigd), eiwit, koolhydraten (waarvan suiker) en zout een product bevat. Alle andere vormen zijn niet verplicht. Het plaatje hierboven laat zien dat bij de vormen die extra hulp bieden om gezondere keuzes te maken, er altijd verlies van informatie plaatsvindt. Logisch, want er wordt een interpretatie gedaan. Hoe dat gebeurt, bepalen de voedingsprofielen, de normen. Zoals bv 'een maximale hoeveelheid suiker in de frisdrank'. De normen bepalen de kleur van het stoplicht en of er wel of niet een logo op de verpakking staat.

## Succesfactoren

In december 2015 was ik als vertegenwoordiger van Nederland/het Vinkje bij een bijeenkomst van de Wereldgezondheidsorganisatie, waarin ervaringen met de Stoplichten en Vinkjes ('FOP labelling') van veel landen werden uitgewisseld. Het rapport moet nog uitkomen. De belangrijkste succesfactoren uit mijn aantekeningen: 1. Breed draagvlak (iedereen betrokken: industrie, overheid, consumentenorganisatie, diëtisten, ect); 2. Een overheid die leidend optreedt; 3. Normen vastgesteld door experts; 4. Logo of stoplicht is

op alle voedingsmiddelen aanwezig; 5. De gezondere keuzes moeten logisch zijn voor consumenten; 6. Evaluatie is belangrijk (wat gebeurt er met producten en consumenten). Hoe zit het nu met het Vinkje? Hieronder een evaluatie van de 6 succesfactoren: X (fout) of V (goed)

### 1.Het Vinkje: Geen breed draagvlak X

Daar gaat het al meteen mis bij het Vinkje. Het feit dat er zoveel discussie is, dat de Consumentenbond met een anti-Vinkje campagne is begonnen, laat zien dat er beperkt draagvlak is. Het Vinkje heeft altijd wel draagvlak gehad bij het levensmiddelenbedrijfsleven. Keurmerken liggen in het algemeen beter dan Stoplichten bij het bedrijfsleven. Hoewel er uitzonderingen zijn. Coca Cola is één van de bedrijven die wel enthousiast is over de Stoplichten. Coca Cola heeft maar 1 rood stoplicht en dat valt niet eens zo op.



### 2.Het Vinkje: Overheid is niet leidend X

Ook daar is het ook behoorlijk misgegaan in Nederland. Vanaf het begin heeft de overheid het initiatief bij het bedrijfsleven gelegd. Dit heeft ook tot het beperkte draagvlak geleid. Pas toen eerder dit jaar de discussie zo hevig was geworden, dat aan het bestaansrecht van het Vinkje getwijfeld werd, is ook de overheid begonnen met een evaluatie. Deze is nog niet afgerond, toch heeft de minister al wel aangekondigd dat het Vinkje gaat verdwijnen. De stekker is eruit getrokken. Er ligt nu een opdracht bij het Voedingscentrum om in plaats van het logo een app te ontwikkelen. Het lijkt erop dat de overheid nu meer regie aan het nemen is....op zich een goede ontwikkeling. (Even los van het feit of de app nu zo'n goede vervanger van een logo is.)

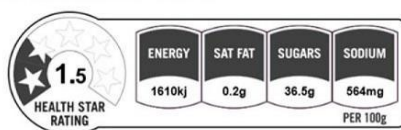
### 3.Het Vinkje: Normen vastgesteld door experts V

Dit zit wel goed in elkaar bij het Vinkje. Er is een onafhankelijke, wetenschappelijke commissie die de normen bepaalt. Die normen zijn de afgelopen 10 jaar meerdere malen aangepast. Ik ben daar sinds kort zelf ook bij betrokken. We moesten aan de slag, want deze normen liepen parallel aan de 'oude' Schijf van Vijf. Nu is de Schijf van Vijf veel strenger geworden. En zijn deze normen niet meer stimulerend voor productverbetering. Daar zouden we dus een oplossing voor bedenken, maar of dat nog nodig is, is de vraag.

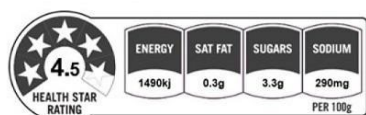
#### 4.Het Vinkje: Logo is niet op alle voedingsmiddelen aanwezig X

Dat komt omdat er in Nederland, net als in Groot Brittannië alleen een systeem is met vrijwillige deelname. Dit is voor het Vinkje een groot probleem: omdat niet alle bedrijven meedoen, kan de Nederlandse consument niet zien of een product geen logo heeft omdat het ongezond is, of omdat de producent niet meedoet. Het heeft met de verschijningsvorm te maken. Het kan anders. Bij het Health-Star-Rating systeem in Australië/Nieuw Zeeland, zie je wel het verschil tussen producten die 'niet meedoen' (ze hebben geen logo) en 'niet gezond' zijn (weinig sterren). Dit geldt overigens ook voor de Stoplichten. Hieronder staat het Health-Star-Rating logo: hoe meer sterren, hoe gezonder een product is, bijvoorbeeld twee ontbijtgranen:

##### KELLOGG'S COCO POPS \*



##### SANITARIUM WEET-BIX



#### 5.Het Vinkje: Gezondere keuzes zijn niet logisch X

Ook dit gaat niet goed. Om productverbetering te stimuleren heb je normen nodig die afgestemd zijn op productgroepen. Want de samenstelling van voedingsmiddelen verschilt sterk. Er zijn daarom Blauwe en Groene Vinkjes. Blauw op de extra-producten die je niet echt nodig hebt (sauzen, snacks, soep, ijs, frisdrank). En Groen op producten uit de 'oude' Schijf van Vijf (vlees, graanproducten, zuivel, vis) waar belangrijke voedingsstoffen inzitten. Consumenten begrijpen dit niet, het verschil tussen Blauwe en Groene Vinkjes is onduidelijk. Hieronder ligt ook de fundamentele vraag: of je het wel kan combineren in één systeem van normen: 'productverbetering stimuleren' en 'logische gezonde keuzes'

voor consumenten. Misschien moet je daar wel op een andere manier mee omgaan. Ik zit zelf te denken aan een logo voor de logische gezonde keuzes en een voedingsapp voor productverbetering.

## **6.Het Vinkje: Evaluatie (producten en consumenten) X**

Ook hier valt wel wat op af te dingen. Hoewel er consumentenonderzoek wordt gedaan naar het Vinkje, komt nu pas heel duidelijk naar voren dat Groen en Blauw zo moeilijk uit te leggen is aan consumenten. Misschien heeft het Vinkje zich toch te veel blind gestaart op haar bekendheid. Die is wel heel hoog gebleven (93%). Dat vindt ook de Consumentenbond in hun onderzoek. Maar veel belangrijker is de vraag of de consument in staat is gezondere keuzes te maken met hulp van het Vinkje. Over het effect op productverbetering is eigenlijk alleen in 2010 een onderzoek gepubliceerd, daarna niet meer.

## **De Nederlandse overheid heeft nu de regie genomen**

Kortom, genoeg aanknopingspunten om het Nederlandse Vinkje (of wat daarvoor in de plaats moet komen) te verbeteren. De brief van de Stichting Ik-Kies-Bewust (beheerder van het Vinkje) aan de minister in augustus was een eerste stap. Daarin werd geadviseerd om te stoppen met het Blauwe Vinkje en werd de overheid gevraagd de regie te nemen. Dat heeft de overheid in zekere zin gedaan, door aan te kondigen dat het Vinkje gaat verdwijnen en het Voedingscentrum de opdracht te geven om een app te ontwikkelen. Met die app alleen, ben je er nog niet...

Dus goed nieuws. Hoewel, alleen een app misschien niet zo'n goed idee is. Hoe enthousiast ik ook over apps ben, ik denk dat je de hulp via het etiket ook moet aanbieden. Daarmee bereik je veel meer mensen. En heel belangrijk, die app is er nog niet: Daar moet informatie achter zitten. En die informatie moet kloppen. Een belangrijke barriere zal zijn om deze informatie te verzamelen. Het gaat hier namelijk om heel veel informatie, die continue verandert. Dit is al eerder langsgekomen, bij de blog over de Questionmark App.

Nog wel even dit: Overigens is het niet zo dat je met een Stoplicht of een Vinkje de hele overgewichtproblematiek kan aanpakken. En iedereen gezonder gaat eten. Het is slechts één van de vele maatregelen nodig om 'de gezonde keuze de gemakkelijke keuze' te laten zijn.

# Hoezo teleurgesteld over zoutverlaging?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 04-12-2016



Vorige maand stond in de krant: Minister Schippers teleurgesteld over zoutverlaging. Mensen moeten minder zout eten. Maar hoe dan? Al jaren lang probeert de overheid met zachte hand ons aanbod aan voedingsmiddelen minder zout te maken. 80% van het zout dat we eten wordt door producenten van voedingsmiddelen toegevoegd. Maar ja...andere dingen zijn ook belangrijk vinden producenten, supermarkten en consumenten: Smaak, prijs, E-nummers, internationale markt, kwaliteit van producten.... Dat zoutverlaging op een lagere plek in deze rangorde staat, is een logische verklaring voor dat het allemaal niet zo opschiet met dat zout.

## Brood is de uitzondering

Zelf zegt de bakkerijsector 25% van het zout eruit gehaald te hebben. NVWA (Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit) meet 15% reductie. Een beetje spreiding in dit getal is wel te verwachten. Brood is de belangrijkste bron van zout in het Nederlandse dieet. Dus dit is absoluut goed nieuws. Alleen de verlaging van slechts deze ene productgroep is onvoldoende om echt invloed te hebben op de totale hoeveelheid zout die we als Nederlanders eten. En... [nog niet al het brood](#) is in zout verlaagd, leerden we afgelopen week. Maar toch, waarom lukt het wel bij brood en niet bij de andere productgroepen?

## Zoutverlaging in brood: hoe is dat gegaan?

Die vraag heb ik gesteld aan [Flip van Straten \(Nederlands Bakkerij Centrum\)](#). Eerst hebben de bakkers onderzocht of de consument het zou merken, een minder zoute

smaak. Dat bleek reuze mee te vallen. Nederlanders beleggen hun brood met allerlei beleg waardoor de zoutverlaging onopgemerkt blijft. Vervolgens heeft de bakkerij sector breed, stapsgewijs de zoutverlaging ingezet. Kleine stapjes worden niet zo snel opgemerkt. Tenslotte is de wetgeving op aangeven van de bakkerij sector aangepast. De maximaal toegestane hoeveelheid zout is naar beneden bijgesteld.



### Andere voedingsmiddelen met veel zout: lessen van brood

Natuurlijk is dit niet 1 op 1 te kopiëren naar de vleeswaren, soepen, sauzen, zoute snacks, maaltijden, kaas of andere voedingsmiddelen met veel zout. Omdat de afzetmarkt anders is, en producten een andere rol in het dieet spelen. Maar wat kunnen we ervan leren? Smaak: het moet dus stapsgewijs en gezamenlijk

Smaak is heel erg belangrijk. Dat zal niemand ontkennen. Ook [Unilever](#) heeft ervaren met Cup-a-Soup dat als je te snel in zout omlaag gaat, consumenten je product niet meer kopen, of zelf zout toevoegen. Het moet dus stapsgewijs. Het is bekend dat mensen kunnen wennen aan een minder zoute smaak. Vanzelfsprekend werkt dat alleen maar als ALLES minder zout wordt. Gezamenlijk optrekken is dus essentieel. Zoutverlaging moet dus stapsgewijs en gezamenlijk. Alle voedingsmiddelen tegelijk.

### Wie betaalt de zout verlaging?

Waarom lukt dat niet? Omdat prijs, kwaliteit en E-nummers ook belangrijk zijn. Zoutverlaging mag de consument niets kosten zegt de supermarkt. Maar wie betaalt dat dan? De producent: die moet investeren in het ontwikkelen van een nieuw product dat goed smaakt en een goede kwaliteit heeft. Het blijkt nog best lastig om in concurrentie met andere leveranciers je nieuwe in-zout-verlaagd product op de schappen van de supermarkt te krijgen. Vooral als je concurrenten geen zout eruit halen, en de

supermarkt-eisen voor prijs en smaak gelijk blijven. Dat de supermarkt inmiddels ook stuurt op zout, en niet meer alleen op E-nummers zal zeker helpen. Maar iemand moet betalen.



### Rol van de supermarkt

Hoe belangrijk de supermarkt is blijkt ook weer afgelopen week, toen publiceerde de [Consumentenbond](#) dat 13 van de 30 onderzochte broden van bakkerijketens te veel zout bevatten. En 5 broden zaten op het wettelijke randje. Maar [85%](#) van ons brood wordt in de supermarkt verkocht. Dit brood is wél minder zout. De bakkers hiervan voldoen dus wel aan de norm. Dit benadrukt de belangrijke rol van de supermarkt in zoutverlaging.

### Wel 'minder E-nummers' en niet 'minder zout'

Waarom ligt er zoveel nadruk op de verlaging van die E-nummers? Wat blijkt: Deze productverbetering kan je wel terug verdienen. Consumenten blijken wel bereid om meer te betalen voor een product met minder E-nummers. Of het nu terecht is of niet, de consument denkt dat het gezonder is. Dat is anders bij zoutverlaging. Dan denkt men soms zelfs: Hmmm, minder zout: is het dan nog wel lekker....? Reden om zoutverlaging stiekem te doen, terwijl zonder E-nummers een goedverkopende claim blijkt te zijn.

### Internationale markt

Tenslotte, onze markt is internationaal. Is dat nu een voordeel of een nadeel? Internationale leveranciers die ook aan de Engelse markt leveren zoals vleesproducenten, maar ook [Lamb Weston](#) / Meijer, maken producten die voldoen aan de zout-vereisten van de Engelse markt. Het kan dus best, deze Engelse normen zijn zelfs strenger. In Engeland wordt minder zout gegeten. Maar als het in Engeland kan, waarom dan niet hier?



### **Sterke centrale sturing**

In Engeland wordt sterker centraal gestuurd door de overheid. Al jaren. Dat zouden wij in Nederland ook eens moeten proberen. In Nederland werken we op dit moment met een convenant met de industrie en dat schiet dus maar niet op. In ons onderzoek met 17 levensmiddelenbedrijven vonden wij dat het merendeel van de bedrijven meer centrale sturing wilde voor het herformuleren (o.a. zout verlagen) van hun producten. De zachte hand van de overheid mag wel wat harder worden. Het kan, maar werkt alleen als iedereen mee doet, met alle producten.

### **Onafhankelijke monitoring van de voortgang**

Ook een strakke monitoring van de voortgang is van belang. Door een onafhankelijke partij. Niet door de industrie zelf. Zelfregulatie en zelf-monitoring is onvoldoende om effect te bereiken, de belangen liggen bij de industrie nu eenmaal anders. Ik heb daar nog een mooi verhaal over...dit vertel ik een andere keer...

### **Samenvattend...**

Kleine stapjes en gezamenlijkheid is belangrijk om de consument geleidelijk te laten wennen aan een minder zoute smaak. Centrale sturing door de overheid, zoals bijvoorbeeld de aanpassing in de wetgeving net zoals bij brood, om zo een gelijk speelveld te creëren voor alle levensmiddelenproducenten; en een onafhankelijke monitoring zijn de andere voorwaarden voor zoutverlaging. Als de voedingsmiddelen minder zout bevatten, gaan de mensen minder zout eten. Zo simpel is het. Maar wie gaat daar voor zorgen? Laat weten wat jouw mening is!

# Waarom Heineken pleit voor een single source of truth

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 11-01-2017



Deze week werd mijn aandacht getrokken door een bericht van Heineken die de wens uitsprak voor één single source of truth als het gaat om product-gerelateerde data. En hoewel ik mijn kritische kanttekeningen zet bij de gezondheidseffecten van de hoeveelheid bier die we drinken, was dit toch wel een kreet uit mijn hart. Waarom...?

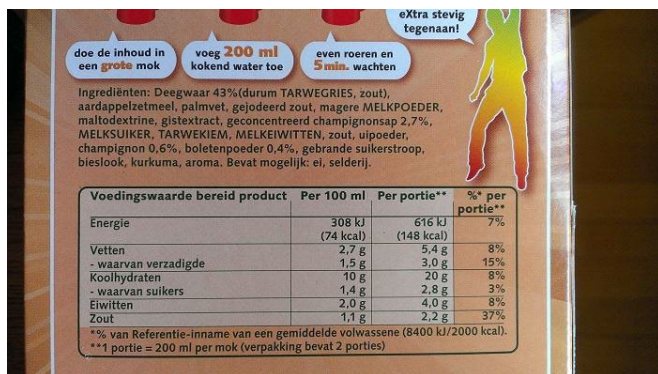
## Dit gaat de gezondheid van producten verbeteren

Dat lijkt misschien wat vergezocht. Maar dat valt reuze mee: Stel je loopt door de winkel en je kunt bij ieder voedingsmiddel in principe via een app op je telefoon zien hoe gezond het is... OK de meeste mensen lopen niet door de supermarkt met een app. Maar dat is ook niet nodig, want de producenten moeten deze informatie toch wel beschikbaar maken. Via het etiket, dit is wettelijk vastgelegd.

## Voedingswaarden en ingrediënten

Dat is informatie die verplicht op verpakkingen van voedingsmiddelen staat.

Voedingswaarden staan als aantal grammen per 100g, 100mL of per portie weergegeven, voor energie, eiwit, vet (waarvan verzadigd vet), koolhydraten (waarvan suikers) en zout. En de ingrediënten staan in volgorde van wat er het meeste in zit. Informatie die ons zou moeten helpen bij het maken van gezonde keuzes. Zie plaatje.



## Ingewikkeld!

Die voedingswaarden zijn best ingewikkeld, allemaal cijfers, waarvan de betekenis niet voor iedereen meteen zo duidelijk is, tenzij je er voor gestudeerd hebt. Een app kan die cijfers vereenvoudigen en leuker maken. Het is in de blog HAS Voedseldialoog al eens langs geweest: bij de app van Questionmarkbijvoorbeeld: met kleurtjes (van 'groen = gezond' naar 'rood = niet gezond'). Ook het Voedingscentrum is bezig met zo'n app. Die komt er binnenkort aan.

## 2 grote uitdagingen

Zo'n app werkt alleen goed als de voedingswaarden en ingrediënten op 1 plek digitaal beschikbaar zijn en kloppen. Dat zijn 2 grote uitdagingen. En niet alleen voor voedingswaarden en ingrediënten, maar ook voor andere product-gerelateerde data (zoals portiegrootte, land van herkomst, etc). Er is al een plek waar veel van deze informatie digitaal beschikbaar is: GS1. De organisatie die de barcodes uitgeeft. Dat lijkt dan ook de ideale kandidaat hiervoor. En dat vindt ook Heineken.

## Eén single source of truth

Voor Heineken is het de ruggengraat van transparante communicatie richting consument. En met hun online verkoop vervagen de landsgrenzen. Daarmee wordt het nog belangrijker om 1 enkele bron van de juiste informatie te hebben. één single source of truth. Het gaat namelijk om heel veel data van heel veel verschillende voedingsmiddelen, die voortdurend veranderen. Big Data dus.

## Het gaat nu nog wel eens mis

Supermarkten moeten als een product online te koop is, de ingrediëntenlijst en voedingswaarden op hun website te zetten. Regelmatig heb ik producten nodig voor mijn

colleges en dan zoek ik thuis achter de computer wat uit in de webshop van de supermarkt. Maar bij aankoop blijkt dat er hele andere voedingswaarden op het etiket staan. Wat gaat hier fout? Er zijn nu nog verschillende plaatsen waar deze informatie staat. Mensenhanden tikken de cijfers over. Dat is dus foutgevoelig.



### Onderzoekje: Mijn eigen boodschappen

Ik was wel benieuwd hoe groot het probleem is en heb toen een mini-experiment gedaan: van 10 gekochte voedingsmiddelen heb ik de voedingswaarden op het etiket vergeleken met die op de website. Voor 5 van de 10 producten kwamen 1 of meer getallen niet overeen. Bij 2 van deze producten waren alle getallen anders. Een best groot probleem dus. Dit heb ik toen aan mijn supermarkt meegedeeld via Twitter. 'We zijn ermee bezig' twitterde de supermarkt terug.

### De consument is dubbel geholpen

Ik hoop van harte dat het snel realiteit wordt. Voor me zie ik namelijk een toekomst waarin de dynamiek van het aanbod aan voedingsmiddelen op continue basis te bekijken is. Niet alleen handig voor de consument die met zijn app scant en ziet hoe gezond (maar ook hoe duurzaam, diervriendelijk enz) producten zijn; Maar ook de producent, die door deze transparantie nog beter zijn best gaat doen om goed voor de dag te komen. En daarmee is de consument dubbel geholpen: Het hele productaanbod verschuift zo een gezondere richting in. Daarmee bereik je ook de consumenten die geen app gebruiken. Wat me zo optimistisch stemt is dat bedrijven hier zelf ook om vragen. Ik hoop dat de bestaande barrières voor het digitaal beschikbaar maken van deze informatie snel worden beslecht. Ik ben wel benieuwd of lezers van HAS Voedseldialoog dit optimisme delen: reageer!

# Bod Kraft Heinz op Unilever: Boycot de hagelslag!?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 20-02-2017



Voor het eerst in 35 jaar overweeg ik geen Venz Hagelslag meer te kopen. Aanleiding hiervoor is het bod van Kraft Heinz op Unilever. € 134,3 miljard werd geboden, afgelopen week. Unilever wees het bod af: Te weinig, niet strategisch. Zestien jaar heb ik gewerkt bij Unilever, als voedingskundig wetenschapper. En meegemaakt hoe het bedrijf 'gezondheid' en ook 'duurzaamheid' omarmd heeft en zichzelf neerzet als motor voor deze waarden. Maar tegelijk ook streeft naar winst: 'De voetafdruk halveren en de omzet verdubbelen...'

## Overname van Unilever door Kraft Heinz is slecht nieuws

Unilever staat dan ook boven in de Dow Jones Sustainability Index (duurzaamheid) en is nummer 1 in de Access to Nutrition Index (ATNI). Deze laatste index laat zien hoe goed de wereldwijde, grote levensmiddelenbedrijven het doen als het gaat om voeding & gezondheid. Kraft Heinz bungelt ergens onderaan. En daarom is de overname van Unilever door Kraft Heinz slecht nieuws. Want zonder de waarden gezondheid en duurzaamheid ontstaat slechts een nog groter bedrijf dat nog goedkoper kan produceren, betere prijzen van grondstoffen bedingen bij de leveranciers. En dus voor lagere prijzen de producten in de schappen laten zetten. Zodat wij, consumenten, alles voor die laagste prijs kunnen krijgen.

## De laagste prijs

Ja: als consument zitten we hier zeker ook aan het stuur. Zolang wij de prijs het allerbelangrijkst vinden, werkt dit mechanisme zo. Wordt het dus niet eens tijd dat we als consument eens beter ons best doen. De 'burger in ons' laten spreken. Die burger is namelijk ook bezorgd over hoe gezond, eerlijk en duurzaam producten zijn.

## Boycot de hagelslag: een statement

Vandaar mijn oproep om de producten van Kraft Heinz te boycotten. Dus Venz en De Ruyter hagelslag, Heinz tomatenketchup, Philadelphia kaas, Honig, Brinta, Capri-Sun, Roosvicee, Karvan Cevitam. Niet dat het nou zoveel effect zal hebben op het bedrijf, want het grootste deel van de markt van Kraft Heinz is niet in Nederland. Maar voor het maken van een statement: Blijf van Unilever af! Maar ook: Wij, consumenten vinden niet alleen de prijs belangrijk. We willen ook weten hoe gezond, duurzaam, diervriendelijk en eerlijk onze voedingsmiddelen zijn. En zijn bereid daarvoor andere keuzes te maken, en te betalen.



## De prijsbewuste consument is de baas

Aan de keukentafel thuis ontstond wel het gesprek of hagelslag boycotten nu wel zo zinvol is. Wat verandert dat nu? Als je bewust kiest, kun je dan niet veel beter producten kopen van kleinere lokale producenten? En is Unilever niet eigenlijk precies het zelfde als Kraft Heinz? Groot, aangestuurd door op geld beluste aandeelhouders? Misschien wel een beetje. Maar punt blijft wel dat we als prijsbewuste consument dit alles in stand houden. En of dat nou zo wenselijk is...

## Keuzes maken

In de supermarkt maak je bij je keuzes voor producten iedere keer weer opnieuw een afweging. Die keuzes maak ikzelf vanwege een heel scala aan verschillende argumenten,

zoals: gemak (alle boodschappen bij 1 goed gesorteerde supermarkt dichtbij), gezond (vers fruit, groente, Becel), nieuwsgierig (nieuwe Nakd repen), duurzaam (minder vlees), smaak en gewoonte (Venz), diervriendelijk (scharrelkip), prijs (allerlei aanbiedingen). Met die keuzes heb je wel als consument een richtinggevende stem.

### **@Red\_Unilever**

Inmiddels is er een social media campagne gestart op Facebook en Twitter. Het Twitter account @Red\_Unilever zegt 'Nee tegen de overname van Unilever door de sprinkhanen van Kraft Heinz en 3G. Behoudt het hoofdkantoor, de werkgelegenheid en onderzoeksfuncties voor Nederland!' Werkgelegenheid: Nog een reden om geen Venz hagelslag meer te kopen.

Gisterenmiddag kwam het verlossende nieuws: de overname is van de baan. Toch ben ik wel benieuwd hoe de lezers van HAS Voedseldialoog tegen zo'n boycot aankijken. Al was het maar om een punt te maken...

# Een Maaltijdbox dilemma

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 07-03-2017



Een goede ontwikkeling, die maaltijd boxen. Mensen leren weer koken. Nieuwe gerechten uitproberen. Lekker gemakkelijk, alle spullen in huis. Misschien wel een beetje aan de prijs. Maar gemak heeft een prijs, en als je bereid bent het te betalen, dan laat je dus gewoon zo'n maaltijd box bezorgen rond etenstijd. Maar er kwam afgelopen week wel een maaltijd box dilemma langs...

## Hoe het begon...

Iedereen had wel zo'n cadeaukaart. En omdat ik bovenmatig geïnteresseerd ben in voeding, kreeg ik regelmatig de HelloFresh cadeaukaarten toegeschoven van familie en vrienden. Niet gebruikt, moet ik bekennen. Omdat het maaltijd box concept populair is, zijn er nu veel meer boxen te verkrijgen. EkoMenu, Beebox, Mathijs Maaltijdbox, Chef Ali, Kook jij of ik, De krat, Marley Spoon. Mijn kamergenoot is groot fan van de Allerhande maaltijd box. Dus ik hoor er regelmatig over...

## Het dilemma

Ik werd afgelopen week benaderd door 1 van de maaltijd box verstrekkers met de vraag of ik iets wil zeggen over hoe goed en gezond het is om minder vlees te eten. Als onderdeel van een nieuwe marketing campagne, kennelijk zijn er maaltijdboxen op de markt gezet om te stimuleren minder vlees te eten. Inhoudelijk heb ik niet zoveel tegen minder vlees eten. Er is zelfs veel te zeggen voor minder vlees eten. Ik eet zelf ook minder vlees. Want:

### **Minder vlees eten is gezonder:**

Het leidt tot een lagere inname van vet, en dan vooral verzadigd vet. En daarmee verlaagt het risico's op hartziekten. En minder bewerkt (rood) vlees eten verlaagt het risico op darm kanker. Plantaardige alternatieve producten, zoals peulvruchten en noten zijn vezelrijk en bevatten relatief veel voedingsstoffen en goede vetten. Bovendien...

### **Minder vlees eten is duurzamer:**

Dat hangt een beetje af van het type vlees. Maar de voetafdruk wordt een stuk kleiner als je minder vlees eet. Dat geldt vooral voor minder rundvlees, in iets mindere mate voor varkensvlees, en nog weer minder voor kip. Het is ingewikkeld want de dieronvriendelijke plofkip is wel de duurzaamste kip.

### **Als een bedrijf iets goed doet mag dat best gezegd worden**

Toch is het lastig: Inhoudelijk heb ik niet zo'n moeite met zo'n vegetarische maaltijd box aan te prijzen. Maar waarom toch die twijfel, vraag ik mezelf af? In principe vind ik wel dat als een bedrijf iets goed doet, dat best gezegd mag worden. Maar ja: het gaat nu vooral om een gevraagde ondersteuning. Waarmee je dus voor het marketing-karretje gespannen wordt. Voelt toch niet goed.

### **Ken je Google?**

Ik deel mijn twijfels thuis: "Ken je Google?" Zegt mijn man. Dus wat zoeken op kritiek en naar de website van de desbetreffende maaltijd box-leverancier: Ah een knappe, jonge man. Leuk, meestal zie je jonge dames met lang haar als het over voeding gaat. Zou ik daar dan bij komen te staan? "Hmm daar wil ik wel naast," mompelde ik. Dat leverde me een afkeurende blik op. Grapje natuurlijk.

### **Framing**

Voedingskundig wetenschappers die inhoudelijk prima, genuanceerde informatie geven, over suiker bijvoorbeeld voor de [Suiker Stichting](#). Of over melk voor de [Nederlandse Zuivel Organisatie](#). Hoe betrouwbaar komt dat over? Natuurlijk zegt de Suiker Stichting iets gunstigs over suiker en de NZO iets goeds over melk. Het is een priester die voor zijn eigen parochie preekt. Het is ook wel te begrijpen dat de Suiker Stichting en NZO zulke informatie maar al te graag deelt via hun websites. Maar wil ik me daarvoor lenen als voedingskundige? Maar wanneer zeg ik er dan wel wat van?

### Proactief en in balans

Dan toch liever proactief, in plaats van op verzoek. En in balans: dus niet alleen de positieve maar ook de negatieve kanten belichten. Dus wat betreft de vegetarische maaltijdboxen: toch maar ongevraagd en via deze blog. En in balans, mijn Quote: "Prima die vegetarische boxen, maar om echt iets te kunnen zeggen over de gezondheid van de box, moet je naar de samenstelling van de totale maaltijd kijken:



### De samenstelling van de totale maaltijd

Ik heb een aantal recepten bekeken, het ziet er echt super lekker uit. Wat betreft samenstelling, helemaal niet zo slecht. Er zou wat meer groente in kunnen. Nu halen de meeste recepten de 200g per persoon groente wel. Maar eigenlijk moet dat 250 gram zijn. Daarnaast wordt er soms geadviseerd te bakken in roomboter. Daar zit vrij veel verzadigd vet in. Ik zou (olijf) olie adviseren, met meer onverzadigd vet. Dan zout: de hoeveelheid zout vermeld bij het recept is voor de meeste recepten vrij laag. Dat zegt echter niet alles: Er wordt in het recept geadviseerd om naar smaak zout, peper of mosterd (zit veel zout in) toe te voegen.

### Vegetarisch is goedkoper

En wat betreft de vegetarische boxen: maak ze dan ook goedkoper. De website geeft nu (nog?) geen verschil in prijs. Terwijl de ingrediënten waarschijnlijk goedkoper zijn. Dat is een verschuiving die nu plaats vindt in de restaurants: van 'vlees in het centrum van het bord' naar 'groente in het centrum van het bord'. Niet alleen gezonder, maar ook goedkoper, dus aantrekkelijker voor de ondernemer!

Er zijn HAS Voedseldialoog lezers met maaltijd box ervaringen. Ik ben wel benieuwd naar die ervaringen...

# Een kijkje achter de schermen: jury

## Jaarprijs Goede Voeding

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 09-03-2017



Tot 15 maart kan je nog stemmen op de 3 genomineerden voor de Jaarprijs. Het was mijn 3de jury-dag. Voor de eerste keer bij de Afdeling Voeding in het nieuwe Helix gebouw in Wageningen: Mooie ruimtes ingericht voor voedingsstudies. Daar proeft, beoordeelt en bediscussieert de jury de 24 inzendingen van dit jaar. Een kijkje achter de schermen...

### Groente producten

Opvallend dit jaar: relatief veel inschrijvingen met 'groente producten'. Dat kun je ook zien aan de genomineerden waarvan 2 een groente-concept zijn: 'bloemkool- en broccoli rijst & courgette spaghetti' en de 'boerenkoolburger'. De laatste is ook een vleesvervanger. Niet de enige.

### Vleesvervangers

Boerenkoolburgers, linzen burgers, bieten burgers, notenballetjes. Die laatste smaken het beste en hebben de beste samenstelling. Daarvoor gebruiken we als jury de nieuwe Richtlijnen Schijf van Vijf om de producten op samenstelling te beoordelen. Zo zijn er bijvoorbeeld specifieke richtlijnen voor vleesvervangers.



### **Systematische aanpak & veel discussie**

De basis is een puntentelling waarvan de voedingskundige samenstelling zwaar weegt. Maar ook smaak, verkrijgbaarheid, prijs, duurzaamheid en gezondheidsimpact worden meegenomen. Er is veel discussie over onderwerpen zoals hoe beoordeel je het feit dat zo'n in zout verlaagde pizza veel gegeten wordt, terwijl de zoutverlaging toch nog maar beperkt is? En de 100% pindakaas, hoe belangrijk is smaak? Het blijft wel aan je tanden plakken. Het is duidelijk minder zoet dan de Calvé pindakaas. En is lager in zout en suiker.

### **Zoutverlaging: gezondheidswinst van 3 gram minder**

Inzendingen waar ik zelf altijd wel enthousiast van wordt, zijn de zoutverlagingen. Nu dus de AH Pizza Prosciutto en 48+ kaas. Dat laatste betreft een hele productcategorie. Als het gaat om gezondheidsimpact is dit heel relevant! Je kunt het uitrekenen. Wanneer alle bewerkte voedingsmiddelen in zout verlaagd zouden worden, zouden we ongeveer 3 gram zout per dag minder gaan eten. Dat betekent voor de komende 20 jaar: 30.000 – 35.000 minder hartaanvallen en 53.000 – 64.000 minder beroertes.

### **Effect van de zoutverlaging in 48+ kaas**

In hoeverre draagt deze 15% zoutverlaging in 48+ kaas hieraan bij? Een sommetje: we eten per dag ongeveer 10 gram zout, waarvan ongeveer 20% via de kaas. Dit initiatief levert dus 0,3 g zout minder per dag op: Dat is dus een 3% daling van de zoutinname via zo'n sector brede aanpak, een tiende van de 3 gram die je nodig zou hebben voor het bovengenoemde gezondheidseffect. Dan zijn we er nog niet dus...

## Boost Dutch Health

Dit soort sommetjes zijn niet te maken voor veel van de nieuwe producten, waar de Jaarprijs Goede Voeding zich ook op richt. Dus het is een lastige vergelijking. Toch was de in suiker verlaagde magere yoghurt van Jumbo vorig jaar ook zo'n mooi voorbeeld, die dan niet tot de genomineerden behoorde maar wel beloond had kunnen worden, voor potentiële impact (vind ik). Sinds dit jaar is er dan ook een nieuwe extra prijs te winnen: "Boost Dutch Health". We zullen zien wie die wint...



## Gesneden groente

Een extra punt verdiende 'bloemkoolrijst en courgette spaghetti' vanwege de innovatieve manier van positioneren. Probleem is wel –en dat merk ik als ik het thuis wil klaarmaken– dat man-lief het even niet ziet zitten: "Rijst op basis van bloemkool: dat vult toch niet!?".

Dit geeft het innovatieve wel aan, maar ook de mate van waarin zo'n product geaccepteerd wordt. De groente friet (ook 1 van de inschrijvingen) ging er gemakkelijker in. Dat was ook iets eenvoudiger te combineren. Ik was nu 2 dagen aan het bedenken hoe ik de bloemkoolrijst zou klaarmaken... Het begon al over de datum te raken. Dus een mooie innovatie die groente eten stimuleert, maar een goed recept is nodig.

## Smaak is belangrijk

De meest opvallende inzending als het gaat om smaak, waren wel de repen van Justnuts. Hiervan zeiden verschillende jury leden, en ik was daar 1 van: die ga ik nog wel eens kopen. Die smaken waren echt verrassend, gember, peper. En lekker. Soms tussen zoet en hartig in. Ze zaten in mijn eigen top 3, maar redde het in het democratisch proces niet

tot de genomineerden. Ik vind de veranderingen in het tussendoortjes-schap altijd erg interessant. Want tot voor kort was daar weinig gezonds te vinden, maar er verandert nu veel. Zie ook de volgende blog serie over Peijnenburg.

### Gemak & gezondheid was een thema

De AH pompoen soep waarin verse groente gecombineerd worden met wat bouillonblokjes scoorde ook hoog. Andere voorbeelden van 'gemak-producten' waren Jumbo Roergemak en AH 100% bosfruit (een fruitmoes). Waar de jury minder enthousiast over was: het feit dat de leverancier al vooruitliep op de Jaarprijs in haar folder. En zo'n moes is toch minder verzadigend dan echt fruit.

### Producten gericht op kinderen

Tenslotte, er zaten ook dit jaar weer een paar producten gericht op kinderen bij: snoepjes en lolly's. Er was iets raars aan de hand met de meegestuurde informatie. Volgens de voedingswaarden en ingrediënten informatie bestonden de producten uit ...tja uit wat? Lucht? Geen discussie dit jaar dus: dit waren geen kanshebbers. Vorig jaar nog ontspan er zich een discussie of producten gericht op kinderen een kans zouden hebben op een Jaarprijs, volgens mij zijn wij dit jaar verder opgeschoven, kritischer geworden: een heel goede zaak!

We zullen zien wat het wordt! De uitreiking is op 23 maart tijdens het Food Future event. Je kunt nog tot 15 maart stemmen. En hieronder kan je laten weten welke producten voor jou wel eens zo'n Jaarprijs zouden verdienen.

Genomineerden Jaarprijs Goede Voeding 2017



# Afvallen: Linda en Leende

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 05-04-2017



2 Artsen hebben het initiatief genomen om een heel dorp te laten afvallen. 200 mensen doen al mee. De supermarkt en snackbar merken het meteen. Er wordt veel meer yoghurt verkocht en minder brood. Ook Linda is begonnen met afvallen. Ze woog vorige week 82 kg, net zo zwaar als bij haar laatste zwangerschap. Het best bewaarde geheim...

## Pauw: dorp op dieet

Ik had het zelf niet gezien bij Pauw. Dit programma is meestal net iets te laat in de avond. Maar de volgende dag werd ik er door 3 mensen op aangesproken. Vragen over koolhydraatarm dieet, hoe doe je dat dan? en over afvallen in Brabant, thuisbasis van HAS Hogeschool. Dus ik heb 'uitzending gemist' maar eens gekeken...

## In Leende is men zwaarder

Waarom is men in Leende zwaarder dan in de rest van Nederland? Misschien de Bourgondische leefstijl zei 1 van de Leendese artsen bij Pauw. Het was voor de artsen de aanleiding om actie te ondernemen. En dat is eigenlijk heel goed nieuws! Bij uitstek zijn de artsen aangewezen om mensen te wijzen op een gezonde leefstijl. Ze worden gezien als de meest geloofwaardige bron als het gaat om voeding.

## Weinig lessen over voeding

Wel gek want artsen zijn slechts beperkt opgeleid in "gezonde voeding". In hun jarenlange studie gaan daar zeer weinig lessen over. Artsen weten meer over de zieke mens dan over de gezonde mens. Met in hun gereedschapskist vooral medicijnen. Zoals mijn collega lector in de afgelopen gastblog over de farmacieschreef: "Ze pakken niet de oorzaak aan, maar zoeken een oplossing door producten te ontwikkelen die de gevolgen bestrijden."

## Alle reden om af te vallen

Gelukkig zie je dat er meer aandacht komt voor preventie van onze welvaartsziekten. Ook in de medische wereld. Het gevolg van overgewicht zijn: diabetes type 2, diverse typen kanker, hart- en vaatziekten. Deze aandacht voor preventie is ook noodzakelijk omdat de kosten van de gezondheidszorg niet meer te betalen zijn. De helft van alle Nederlanders is te zwaar. Alle reden om te willen afvallen!



Bron: LINDA. (2015, 02 16). <http://www.lindanieuws.nl/nieuws/nieuwe-linda-ligt-woensdag-in-de-winkel...> Opgehaald van [lindanieuws.nl:http://www.lindanieuws.nl/nieuws/nieuwe-linda-ligt-woensdag-in-de-winkel...](http://www.lindanieuws.nl/nieuws/nieuwe-linda-ligt-woensdag-in-de-winkel...)

## Koolhydraatarm en veel vet?

Naar aanleiding van het afvallen in Leende is op Foodlog is een verhitte discussie ontstaan over welk dieet je het beste kunt volgen. Leende eet koolhydraat-arm en hoog-vet. Linda gaat voor het Gezond Verstand Dieet. Als je kijkt naar wat bekend is over effecten, zijn er niet zo heel veel diëten die beter zijn dan anderen. En mensen verschillen enorm. Daarom is ieder dieet dat langdurig vol te houden is (de rest van je leven) het beste dieet. En

vergeet vooral niet te bewegen. Dat helpt ook bij afvallen. Met name als je het bewegen in een dagelijkse routine inpast.

Op de Facebookpagina van Linda.lijnt wordt chiazaad gemengd met kokosmelk en aardbeien. Lekker veel verzadigd vet denk ik meteen (...). Het zou niet mijn keuze zijn. Ik zou zelf naar de website van het Voedingscentrum verwijzen. Ook als ik zelf zou willen afvallen. Maar ik fiets vrij veel, dat werkt ook. Zijn er veel lezers van HAS Voedseldialoog aan het afvallen? Ik ben wel benieuwd...

# Broodje Gezond over E-nummers

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 15-05-2017



Met een TV ploeg in de supermarkt in Houten rondlopen. Dat was wel een nieuwe ervaring voor mij. Ik was benaderd door het programma Broodje Gezond van de KRO/NCRV om mee te doen in een programma over E-nummers. Ik had de screen-test al doorstaan. De redactie had het digitale college gezien op [Youtube](#): "Wie bepaalt er eigenlijk wat er in mijn winkelwagentje ligt?". Ik was goedgekeurd voor de camera...

Op basis van 2 vraaggesprekken via de telefoon werd een script toegestuurd. Er zouden 4 scenes komen. De antwoorden waren uitgeschreven. Kat-in het-bakkie dacht ik. Zo eng is het niet. Dus vol verwachting met een gezonde spanning op weg naar Houten. Ik was vooral benieuwd...

## Voeding en Gezondheid in de media

Voedingswetenschappers moeten zich meer in het maatschappelijke debat mengen, is mijn stellige mening. Het onderwerp staat enorm in de belangstelling, maar er wordt veel te veel onzin over voeding & gezondheid verkondigd. Ook als bestuur van de NAV (Nederlandse Academie van Voedingswetenschappen) proberen we actief onze NAV leden hierin te faciliteren. Nu deze vraag bij mij langskwam, moest ik natuurlijk wel ja zeggen. Twitter, facebook, bloggen, LinkedIn doe ik al, maar de TV, die is nieuw...

### **E-nummers zijn hot**

De opnames waren net na het weekend, waarin columniste/microbiologe Rosanne Herzberger haar boek "Ode aan E-nummers" uitbracht. E-nummers zijn hot en altijd goed voor een vlammeende discussie. Dat bleek ook weer bij het gesprek met Rosanne Herzberger [op TV](#). Zoiets is natuurlijk ook goed voor de verkoopcijfers van zo'n boek. Het was een goede opwarmer voor mij.

### **Wat zijn E-nummers?**

E-nummers bestaan sinds de jaren 70 toen er behoefte was om regels in te stellen voor stoffen die aan voedingsmiddelen toegevoegd mochten worden. Er werd toen veel gerommeld en dat was niet goed voor de gezondheid van de consument. Zo ontstond een Europese wet. E = goedgekeurd voor gebruik in voedingsmiddelen. Bij ieder E-nummer hoort een hoeveelheid van de stof die maximaal is toegestaan in een product.

### **De consument vertrouwt het allemaal niet meer**

Er is veel publiciteit die dit wantrouwen verder aanwakkert. Niet in de laatste plaats door de levensmiddelenindustrie zelf, die met veel enthousiasme overal E-nummers uithaalt en dit communiceert op de verpakking met bijvoorbeeld: "Zonder kunstmatige kleur- en smaakstoffen" en "0% rommel". Tja, denk je dan als consument, dan zal er wel iets mis zijn met die kunstmatige smaakstoffen.

### **Bevergeil**

De journalist waarmee ik door de supermarkt liep was Ersin Kiris. Keuringsdienst van Waarden daar herinner ik me hem vooral van. Het kwam nog even ter sprake die middag, de natuurlijke aroma's en de reis naar Canada, op zoek naar 'beverageil': ingrediënt voor vanille aroma. Ik zie de gedroogde bever-kloten nog hangen in de besneeuwde Canadese jagershut. Die uitzending was wel mijn absolute favoriet. De cameraman wist het ook nog goed, hij had tot zijn spijt niet meegekund, vanwege een familiefest.



### Ersin Luistert

Iedere scene werd opgevolgd door een opname "Ersin luistert". Blijkbaar was het nodig om daar wat extra beeldmateriaal van te hebben. Maar Ersin stelt ook vragen en die microfoon blijft daar wel hangen. In het begin zei ik niks, want ja: het gaat om Ersin die luistert. Maar op een gegeven moment ga je toch antwoorden. En na 3 uur word je wel een beetje moe. Heel sneaky, want je bent toch minder gespitst. De regisseur was voortdurend op jacht naar goed quotes. Volgende keer ga ik daar beter op oefenen.

### Veel E-nummers in de supermarkt

Zeker weten! En allemaal met een functie. Vooral ook om de consument te bedienen. Met kleur, houdbaarheid, smaak. We bespraken de caroteen (E160a), de gele kleur van kaas en het sulfiet in de abrikozen. 'Welke kleur hebben abrikozen?' vroeg ik Ersin. Oranje, maar dan alleen als ze gezwaveld zijn (met sulfiet E220, 221). Als ze niet gezwaveld zijn dan zijn ze poepbruin.

### Nitriet wordt toegevoegd aan vlees

Het zorgt voor de frisse rozerode kleur en ook voor langere houdbaarheid. Zonder nitriet (E249, E251, E252) is vlees grijs van kleur. Om het kleurverschil te laten zien had de redactie een pakje pekelvlees meegenomen, dat een paar dagen op de verwarming gelegen had.



### Aspartaam (E951)

Deze zoetstof wordt aan cola zonder suiker toegevoegd voor smaak. Vanwege de zorgen om aspartaam heeft de Europese Voedselveiligheid Autoriteit (EFSA) 2 jaar geleden nogmaals de veiligheid onderzocht. Iedereen die informatie wist over gezondheidseffecten van aspartaam kon deze delen met de EFSA. Gebaseerd op informatie uit 500 studies is geconcludeerd dat de maximale hoeveelheid aspartaam in voedingsmiddelen niet gewijzigd hoeft worden.

### Alles is giftig

Het gaat trouwens bij deze hulpstoffen altijd om een maximaal toegestane dosis, waarbij geen gevaar voor de gezondheid wordt verwacht. Even voor de duidelijkheid: Alles is giftig. Het is altijd een kwestie van dosis, van de hoeveelheid die je tot je neemt in een bepaalde tijd. Zelfs water, daar kun je zelfs aan doodgaan, als je te veel in 1x drinkt.

### We meten met 2 maten:

Als we zout, suiker of verzadigd vet, op eenzelfde manier zouden evalueren als E-nummers, dan zou er helemaal geen zout of suiker toegevoegd mogen worden aan onze voedingsmiddelen. We weten namelijk dat deze stoffen leiden tot hoge bloeddruk, overgewicht, diabetes type 2, hart en vaatziekten, en zelfs -via overgewicht- tot diverse typen kanker. Al deze aandacht voor E-nummers leidt dus af van het echte gezondheidsprobleem. Ik ben heel benieuwd hoe het allemaal overkomt op 17 mei, dan is de uitzending van Broodje Gezond over E-nummers om 21.05 op NPO 3. Laat het weten!

# Water is voor Honden

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 13-09-2017



Vorige week lag er op zaterdag ineens een Telegraaf in de bus. Normaal lees ik Trouw, dus dat was een verrassing. Het schooljaar was net begonnen. En de Telegraaf kopte: 'Ouders boos op school die zoete drankjes verbiedt' met daaronder: 'Water is voor Honden'. Het artikel deed me denken aan een discussie die ik de dag ervoor had gevoerd met een jonge vader. De supermarkt (Albert Heijn) waar hij altijd boodschappen doet, had de hagelslag met kindermarketing (met Minions = funnies erin!) van de schappen gehaald. Betutteling, vond hij het...

## Rol van de ouders

"Je hebt als ouders de verantwoordelijkheid om toe te zien dat je kinderen gezond eten," zei de jonge vader. Betutteling, dat vonden ook de ouders van de Tilburgse basisschool: "Kinderen lusten geen water, water is voor honden." Zij vinden het zielig dat hun kinderen nu alleen water mogen drinken: "In de gevangenis hebben ze het beter." En ze waren verontwaardigd vanwege het feit dat hun kinderen het zoete drankje was afgepakt. Ik denk dat de ouders eigenlijk blij zouden moeten zijn met dit steuntje in de rug, door de school.

### **Kinderen consumeren de meeste suiker van iedereen**

Kinderen en met name jongens tussen 9 en 18 jaar consumeren het meeste suiker van alle Nederlanders (ruim 150 g suiker/dag). Vooral via frisdrank, maar ook via andere suikerhoudende dranken, zoals zuivel en vruchtensappen. En via zoete tussendoortjes. Zouden ze gewoon water drinken, dan scheelt dat ongeveer 120 kilocalorieën per dag. En is overgewicht bij kinderen vrijwel opgelost. Vloeibare calorieën zijn echte dikmakers!



### **Waarom zijn juist die vloeibare calorieën zo dik makend?**

Omdat ons lichaam eigenlijk niet zo door heeft dat we deze vloeibare calorieën consumeren. Ze verzadigen niet of nauwelijks. Eigenlijk heel logisch: als je 500 gram appels eet kost het je 17 minuten (als het je sowieso lukt), 500 gram appelmoes kost 6 minuten en 500 gram appelsap heb je in 1,5 minuut naar binnen. Die vloeibare calorieën doen het lichaamsgewicht dus toenemen.

### **Rol van de frisdrankfabrikanten**

Goed nieuws was de aankondiging vorige week: Frisdrankfabrikanten stoppen uiterlijk eind 2018 met de verkoop van suikerhoudende frisdranken op middelbare scholen. Foodwatch reageerde kritisch: "Hoezo bepalen de scholen dat niet zelf? Scholen horen zelf gezond beleid te voeren. Nu bepaalt kennelijk de frisdrankindustrie wat op scholen wordt aangeboden: de omgekeerde wereld," volgens hen. "Frisdrankproducenten waken niet over de gezondheid van schoolkinderen. Dat horen scholen te doen." Is dat zo?



### Rol van de scholen

Frisdrankautomaten kunnen scholen het nodige geld opleveren. In HAS Voedsedialoog wordt dit uitgelegd in de [blog over de zwembadkantine](#). De fabrikant zet de automaat neer. Dat levert een school direct geld op, in het zwembad was dat de helft van de omzet van de automaat en ze hebben er geen omkijken naar. Maar automaten kunnen ook in eigen beheer zijn. Dan kan een school zelf bepalen wat er in die automaat staat. En natuurlijk kunnen scholen hier een grote rol spelen. Naast ook voedseducatie: kinderen leren over hun voedsel en voeding.

### Rol van de supermarkt

Als het niet op school verkocht wordt gaan ze wel naar de supermarkt. Middelbare scholieren besteden gemiddeld €2,30 per dag in de supermarkt, bleek uit Amsterdams onderzoek. De top 3: energiedrankjes, frikandellenbroodjes en roze koeken. Echt gezonde alternatieven zijn moeilijk te vinden. Dus wat kan de supermarkt doen: niet alleen geen K3-hagelslag meer op de schappen, maar ook gezondere alternatieven voor de pubers. 'Gezondere keuzes gemakkelijker maken' is volgens mij iets wat ouders, kinderen, supermarkten, (frisdrank)fabrikanten, scholen en de overheid samen moeten doen. En vooral niet op elkaar wachten, het is behoorlijk urgent. Kinderen met overgewicht hebben zeer grote kans straks als volwassene obesitas te krijgen... Aanvullende ideeën om gezonde keuzes gemakkelijker te maken zijn altijd welkom! Reageer...

# Personalized Nutrition: Hoever zijn we ermee?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 18-10-2017



Mijn zwager zet iedere dag 10.000 stappen. Zijn iPhone, die hij altijd bij zich draagt, helpt hem daarbij. Ik overweeg ook zo'n horloge aan te schaffen om mijn stappen en hartslag te meten. Maar dan weet Google of Apple of wie dan ook, wat ik doe, waar ik ben en wat mijn hartslag is... Dat houd ik eigenlijk liever allemaal privé. Met voeding is dat trouwens veel lastiger: minder goed te meten. Vorige week, in de Dutch AgriFood Week was ik bij een bijeenkomst over 'Personalised Food: met tech, data en voeding naar een betere, individuele gezondheid'. Hoever zijn we ermee?

## Actief op zoek naar persoonlijk voedingsadvies

Als ik op de website van het Voedingscentrum bij de Schijf van Vijf intik dat ik vrouw ben en mijn leeftijd, krijg ik een persoonlijk voedingsadvies: zoals 3-4 boterhammen, 250 gram groente, 2 stuks fruit, 40 gram kaas. Ik moet er alleen wel actief naar op zoek.

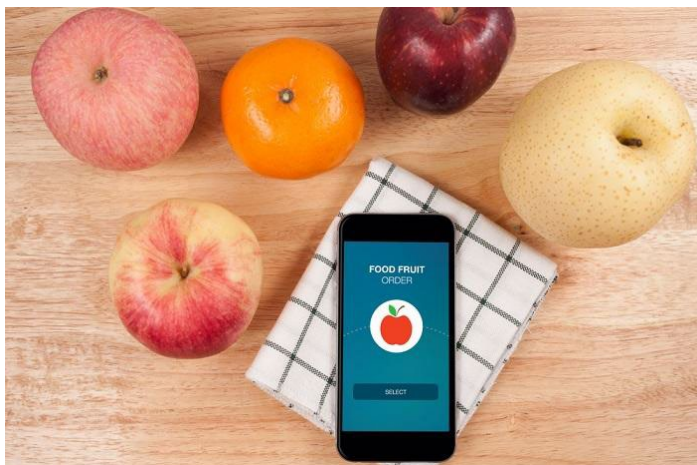
## Voedingswetenschap

De Schijf van Vijf is gebaseerd op wetenschappelijk bewijs: In langlopende onderzoeken met heel veel mensen is het effect van voeding op de top10 belangrijkste chronische ziekten geëvalueerd. Dat zijn: hart-, en vaatziekten, diverse vormen van kanker, diabetes type 2, dementie. Dit is gedaan door de Gezondheidsraad. Langlopende onderzoeken zijn

hierbij belangrijk omdat het 20-30 jaar duurt voordat je zo'n chronische ziekte ontwikkelt. En je hebt heel veel mensen nodig in zo'n onderzoek omdat mensen heel verschillend zijn.

### Als het bord leeg is, wat lag er ook alweer op?

Daarbij is het lastig om te meten wat al die mensen eten. Als het bord leeg is, wat lag er ook alweer op? De manier het te meten is vragen: „Wat heeft u gisteren gegeten?” Maar hoe betrouwbaar is dat? Lees meer hierover in de blog van het RIVM. Er zijn nog geen sensoren of brillen die kunnen meten wat we eten. Dat is toekomst.



### Er is ook geen App

Daarom is er –voor zover ik weet- ook nog geen App die je zonder dat je erom vraagt een goed onderbouwd waarschuwingssignaal geeft, wanneer je iets juist wel of juist niet moet eten. Zover zijn we nog niet. We kennen inmiddels al wel al onze genen en ook alle biochemische processen die in ons lichaam plaatsvinden. We weten dus hoe we uit onze voeding al onze lichaamsstoffen maken. Met deze kennis zijn onze persoonlijke risico's op ziekten waarschijnlijk binnen 10 jaar binnen handbereik maar... stimuleert die wetenschap ons tot gezonder gedrag?

### Mensen zijn heel verschillend

Hoewel we dus genetisch en biochemisch ongeveer gelijk zijn, zijn we toch ook meer verschillend dan gedacht. Onze omgeving, ons gedrag, het heeft allemaal invloed op hoe onze eetgewoontes onze gezondheid beïnvloeden. Israëliische onderzoekers hebben er [een animatie](#) over gemaakt. Helemaal geen gekke gedachte dus, dat als je advies beter op de mensen afstemt, het advies meer effect heeft. Hoe stem je dat dan af?



### Food4me

In een groot Europees project ([Food4me](#)) waaraan meer dan 1500 mensen uit 7 landen meededen, vond men dat wanneer je mensen een advies geeft dat aangepast is op het persoonlijke eetpatroon, ze beter gaan eten. Het maakte bij dit onderzoek verder weinig uit, wanneer ook nog specifiekere persoonlijke (o.a. genetische) informatie voor het advies gebruikt werd. Interessant is dat alles in dit onderzoek via internet ging. Een beetje persoonlijke benadering is blijkbaar al genoeg.

Dat lijkt dus de meest effectieve vorm van persoonlijk voedingsadvies. Niks geen lichaamsmateriaal verzamelen voor genetische informatie, waarop je ziekterisico gebaseerd kan worden. Als die kennis je niet aanzet tot gezonder gedrag is het eigenlijk niet zinvol. Tenzij je er misschien angst voor een hogere ziektekostenpremie op baseert. Maar dat kan nog niet zomaar, zegt de privacywetgeving, gelukkig.

### Nobelprijswinnaar voor de Economie

Vorige week is ook de Nobelprijswinnaar voor de Economie bekend gemaakt, Richard Thaler. Hij zegt dat de calculerende, rationele burger niet bestaat. De consument is een kuddedier, die in zijn economische keuzes wordt geleid door statusdenken, angsten en andere irrationele emoties. Dit benadrukt maar weer het lastige van gedragsverandering. De psycholoog moet aan de bak. Hoe kunnen we het gezonde (eet)gedrag gemakkelijker maken? Mijn conclusie: We moeten ons richten op onze voedselomgeving en die gezonder maken. Ideeën zijn welkom! En ik ben ook wel benieuwd of lezers van HAS Voedseldialoog op zoek zijn naar persoonlijk (voedings)advies...

# Hoeveel suiker verkoopt Coca-Cola in de wereld?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 29-11-2017



Coca-Cola houdt in november huiskamergesprekken over hun net gelanceerde duurzaamheidsplan. Vorige week waren die gesprekken in Den Bosch. Deze week in Rotterdam. Den Haag en Amsterdam zijn eerder aan de beurt geweest. Samen met 15 studenten van HAS Hogeschool, en een docent waren we er bij. De meesten waren 4de jaar studenten Voedingmiddelentechnologie met specialisatie 'Dranken'. De vraag van Coca-Cola om met studenten in gesprek te gaan paste precies in hun onderwijsrooster. Een gesprek over suikertaks, tanderosie, Santa Claus en suiker.

## Kritisch naar een potentiële werkgever

Daar zaten we dan, rond een tafel met kwetsbare high-tech touchscreen-beeldschermen, waar je je kommetje erwtensoep niet op mocht zetten. Ik vond het wel een spannende gebeurtenis want aan de ene kant wil je dat studenten zoveel mogelijk met de realiteit van echte bedrijven te maken hebben, en aan de andere kant wil je wel dat ze kritisch zijn, vooral naar een bedrijf als Coca-Cola. Maar hoe goed kan dat, als je van hun erwtensoep eet en hun Fanta drinkt? En het een potentiële werkgever is?

## Speechen als Obama

Na een introductie door Therese Noorlander (een bekende in de blog HAS Voedseldialoog) over Coca-Cola dat uitsluitend dranken verkoopt en het nieuwe duurzaamheidsplan, heb ik

een introductie over de gezondheidsissues rond Coca-Cola gegeven. Toeval wilde dat ik kort ervoor een super nuttige cursus 'Speechen als Obama' had gehad, dus wat verse tips & tricks had gekregen voor een vlammend betoog over (on)gezondheid en Coca-Cola:

### Hoezo gezond?

De helft van de Nederlanders is te zwaar. Suikerhoudende dranken dragen daar aan bij. Nederlandse jongens tussen 9-18 jaar krijgen het meeste suiker binnen van iedereen: 150g per dag, suikerhoudende dranken zijn de belangrijkste bron. Suiker in vloeibare vorm is vooral een dikmaker. Dat werkt als volgt: De calorieën die je drinkt verzadigen niet, waardoor je er net zoveel naast blijft eten.



### Santa Claus

Daar waren de studenten het wel over eens. Deze aardige goedzak spreekt kinderen zeker aan! Een van de studenten bracht het recente nieuws naar voren dat gezondheidsorganisaties in Groot-Brittannië in opstand waren gekomen tegen de verlichte kersttrucks van Coca-Cola die de komende weken door het land rijden. Lokale overheden worden opgeroepen om goed na te denken of de kerstkaravaan van de suikerdrank wel past bij de pogingen om vetzucht en tandbederf bij jongeren tegen te gaan. Een terechte zorg, want deze kersttruck is heel populair werd ons die middag verteld.

### Suikertaks

"Wat hebben de volgende landen gemeen: Groot Brittannië, Ierland, Hongarije, Estland, Frankrijk, Mexico?", vroeg ik de studenten. Meerdere antwoorden waren juist: 'de suikertaks of frisdrank taks'. Suikertaks stond bovenaan mijn lijst, daar wilde ik het graag over hebben met Coca-Cola en de studenten. Dit gesprek ging over verantwoordelijkheid. De meningen van de studenten waren verdeeld: "De consument moet zelf weten welke keuzes hij/zij maakt", zei de één. "Coca-Cola is ook verantwoordelijk, want het bedrijf

gebruikt haar enorme marketingbudget om die consument te verleiden tot het drinken van ongezonde dranken”, wierp de ander tegen. De meesten zagen wel een rol voor de overheid: via suikertaks of BTW verhoging. In Mexico is het effectief gebleken: mensen zijn minder suikerhoudende dranken gaan kopen en meer water. Bovendien is in Mexico met de belastingen \$2,6 miljard verdiend. Dit geld is ingezet om waterconsumptie op scholen te stimuleren.

### Hoeveel suiker verkoopt Coca-Cola in de wereld?

Een van de doelstellingen in het duurzaamheidsplan is dat Coca-Cola 50% van de omzet uit suikervrije en suikerarme dranken wil halen. De vraag die dit oproept is: Wat zijn de doelstellingen voor de totale hoeveelheid suiker die het bedrijf op de wereldmarkt verkoopt? Die doelstellingen blijken er (nog) niet te zijn bij Coca-Cola. Dus ondanks het streven naar 50% suikervrije en suikerarme dranken, zal Coca-Cola blijven bijdragen aan de wereldwijde obesitas epidemie als de totale verkoop van ongezonde suikerhoudende dranken groeit in landen waar nu nog geen of weinig Coca-Cola wordt gedronken.



### Tanderosie

Voor jonge voedingsmiddelentechnologen een heel interessant onderwerp. Ook al haal je suiker uit je drank, er is nog altijd sprake van een hele zure drank. Coca-Cola heeft een zuurgraad van pH 2. Dat is heel zuur. Dit lost het glazuur op van je tanden. Daarin is cola overigens niet uniek. Alle sappen en frisdranken zijn zuur, heel zuur. Het zuur en de suiker zijn belangrijk voor de frisse en zoete smaak. Ook hierom kun je dus beter water drinken. Of de suikerarme biologische thee, favoriete drank van Obama, dus echt iets voor mij, werd mij verzekerd.

### **Drinken we over 50 jaar nog suikerhoudende dranken?**

Het was een van de poll vragen die Coca-Cola in ieder stad stelt, waar huiskamergesprekken zijn. In Den Bosch verwacht ongeveer de helft van de ruim 300 ondervraagden dat dit inderdaad niet meer zo zal zijn. Interessante gedachte. Geen suikerhoudende dranken meer. Ik zou die horizon wel wat dichterbij willen brengen en er het liefst meteen mee stoppen.

### **Tenslotte...**

Van suiker in dranken word je dik. Wereldwijd zijn ruim 2 miljard mensen te dik. Daarom lijkt het mij heel interessant om te weten hoeveel suiker Coca Cola in het totaal op de wereldmarkt zet. Ben wel benieuwd naar de mening van de lezers van HAS Voedseldialoog hierover... En terugkijkend op deze middag was Coca-Cola soms wat lang aan het woord. Maar er was zeker ruimte om kritisch te zijn over Coca-Cola. En sommige van de studenten waren dat ook, maar lang niet allemaal.

# Suikerdoelstellingen: leren van het klimaatbeleid

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 06-12-2017



De NRC had vorige week zaterdag een gesponsorde bijlage over suiker. Het moederbedrijf van de SuikerUnie, Royal Cosun heeft de bijlage betaald. Dit bedrijf staat al lang op mijn lijstje om eens langs te gaan voor de blog. Suiker is voor gezondheid een belangrijk onderwerp. De NRC bijlage bood een mooi overzicht, maar toch kon ik er niet vinden wat ik zocht.

## Concrete kilogrammen

In mijn gesprekken voor de blog met levensmiddelenproducenten komen veel voorbeelden langs van productverbetering, zoals verlaging van suiker in nieuwe producten van Coca-Cola. Maar, wat ik graag zou willen weten is de absolute hoeveelheid suiker die Nederlandse producenten jaarlijks in hun producten stoppen. De concrete kilogrammen dus. Levensmiddelenproducenten weten natuurlijk precies hoeveel ze inkopen, en Royal Cosun hoeveel suiker ze verkopen.

## Echte transparantie

Immers, wanneer je die cijfers publiceert wordt echt transparant hoe serieus een bedrijf zijn gezondheidsambities neemt. Even los van de vraag of die producten nu in Nederland of over de grens verkocht worden. In de NRC bijlage vond ik het antwoord dus niet. Een

vergelijkbare vraag stelde ik vorige week in de blog over Coca-Cola in HAS Voedseldialoog: Hoeveel suiker wordt door Coca-Cola op de wereldmarkt verkocht via hun producten? Ook daar bleef het stil.



### Relatieve doelstellingen zijn nietszeggend

We eten te veel suiker (energie), zout en verzadigd vet. Suiker in dranken is een bewezen dikmaker. Bedrijven vertalen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid daarin naar relatieve doelen. Als voorbeeld: Coca-Cola heeft in het nieuwe duurzaamheidsplan staan dat, tussen 2010 en 2025, 50% van hun omzet calorievrij of caloriearm zal zijn. Maar eigenlijk zegt dit weinig over het effect van Coca-Cola op de gezondheid van hun klanten. Want die wordt bepaald door de totale hoeveelheid suiker die Coca-Cola op de markt brengt. Ook het Nederlandse Akkoord Verbetering Productsamenstelling kent van die relatieve doelstellingen.

### Leren van het klimaatbeleid

Hier kunnen we wat leren van het klimaatbeleid (thuis hebben we het er nogal eens over). Ook daar kende Nederland 20 jaar lang relatieve doelstellingen voor bedrijven. Om hun energie-efficiency te verbeteren. Dat werkte een tijd lang best goed, maar pas toen er een monitoringsverplichting kwam voor de totale CO<sub>2</sub> uitstoot van grote bedrijven, werd duidelijk dat die CO<sub>2</sub> uitstoot weinig veranderde. Want de efficiencyverbetering werd overruled door een hoger productie volume. En nu gaat het klimaatbeleid naar een volgende fase, in het 'Parijs' akkoord hebben bijna alle landen van de wereld afgesproken dat de CO<sub>2</sub>-emissies naar bijna-nul moeten in 30 jaar tijd. Het nieuwe kabinet heeft dat

vertaald naar een halvering (-49%) van de broeikasgassen in 2030. En die absolute doeltelling wordt vastgelegd in een wet.

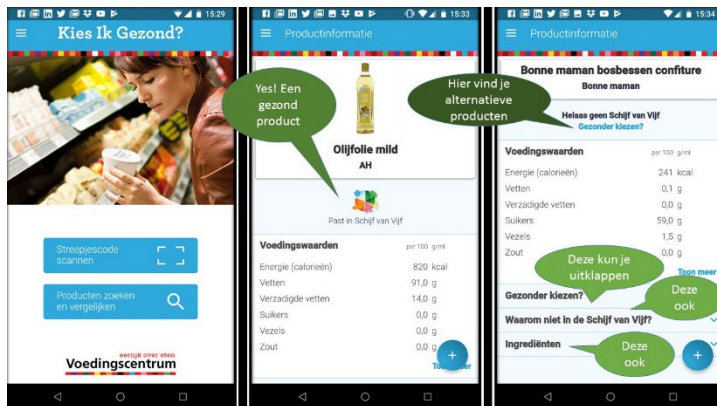
### **Suikerregistratie**

Ik pleit voor een analogie op suiker. Niets is eenvoudiger dan registeren van hoeveel suiker Nederlandse voedingsmiddelen bedrijven inkopen en op de markt zetten. Laten we daar mee beginnen en dan doelen afspreken voor een absolute vermindering van de hoeveelheid suiker in levensmiddelen. En daarna natuurlijk zout en verzadigd vet (of palm olie). Want ook daar eten we teveel van.

Met dank aan Bart Wesselink.

# De Kies ik Gezond App is uit!

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 09-01-2018



De 'Kies ik gezond? App' zat er al een tijdje aan te komen. Maar het viel niet mee om alle 'food data' achter de app correct te krijgen. Toch is het gelukt! Ongeveer 80% van de meest verkochte voedingsmiddelen zitten in de database, waarop de app is aangesloten. Reuze handig, als je bij Albert Heijn of Jumbo boodschappen doet. Mijn eerste indruk: Je ziet meteen of het product in de Schijf van Vijf past, en zo niet, dan kun je alternatieven zoeken.

## Geen Vinkjes maar een app

Nadat in het najaar van 2016 het Vinkje was afgeschoten, kwam de toenmalige Minister Schippers met de opdracht aan het Voedingscentrum om een app te ontwikkelen, waarmee consumenten geholpen kunnen worden om gezondere keuzes te maken. Sindsdien is er veel gebeurd: deze opdracht heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat er veel meer informatie werd gedeeld door levensmiddelenbedrijven over samenstelling van voedingsmiddelen.

## Etiketinformatie zichtbaar in de app

GS1 speelt hierin een belangrijke rol. Zoals al eerder in de blog beschreven, garandeert GS1 unieke barcodes (nummers) en koppelt daaraan allerlei informatie: logistieke informatie, zoals afmetingen en gewichten van verpakkingen, belangrijk voor leveranties aan supermarkten. Maar ook etiketinformatie, zoals voedingswaarden en ingrediëntenlijst.

Deze etiketinformatie is nu zichtbaar gemaakt voor de consument via de nieuwe app. Met daaraan gekoppeld of het product in de Schijf van Vijf past en dus gezond is.

### Fouten

Helaas blijkt dat veel van de etiketinformatie die door de leveranciers aan de barcodes wordt gekoppeld nog vol fouten staat. Niet voor niets riepen eerder dit jaar supermarkten hun leveranciers op om met het nieuwe kwaliteitsprogramma mee te doen, dat GS1 afgelopen voorjaar is gestart. Maar dat had vooral effect op nieuwe producten. De producten die al op de markt waren, moesten allemaal eerst nog gecontroleerd worden. Dat was een tegenvaller, de lancering van de app werd uitgesteld. Maar nu is het dan zover.



### Met de 'Kies ik gezond? App' door de supermarkt

Toch is er ook kritiek, bijvoorbeeld van de Consumentenbond, die zich bij de aankondiging van de app eind 2016 openlijk afvroeg of er wel zoveel consumenten met een app door de supermarkt gaan. Tja, dat zullen er inderdaad maar een beperkt aantal zijn, verwacht ik. Maar is dat erg? Het feit dat nu veel meer informatie gedeeld wordt over de samenstelling van voedingsmiddelen is –denk ik– een krachtig middel om ook al die consumenten die niet met de app door de supermarkt lopen te bereiken. Je kunt er zoveel meer mee doen...

### Lidl en Aldi

Helaas doen op dit moment nog niet alle supermarkten mee: Lidl is helemaal afwezig en producten van Aldi staan er maar gedeeltelijk in. Dat is wel jammer, op twitter werd mij verzekerd door het Voedingscentrum en Lidl dat eraan gewerkt wordt. Ook de allergenen, eveneens verplicht op het etiket, staan er nog niet in.

### Een steeds veranderend aanbod

Tenslotte ben ik wel benieuwd of de app in staat is om de dynamiek van het steeds veranderende aanbod aan voedingsmiddelen in supermarkten in beeld te blijven houden. Zowel nieuwe voedingsmiddelen, als bestaande voedingsmiddelen die zijn veranderd of verbeterd wat betreft samenstelling, zoals minder suiker, minder zout,...

Ik wil de lezers van HAS Voedseldialoog uitnodigen om de app te downloaden en te laten weten wat zij van de nieuwe app vinden...

# Voeding voor huisartsen

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 22-02-2018



Eerder deze maand sprak ik op een nascholing voor huisartsen: het ging over 'Voeding: zin en onzin'. Ik was gevraagd om het over 'Voedingsmythes' te hebben. En er waren stemkastjes, voor meer interactiviteit. Een buitenkans, leek me: Want wat weten huisartsen eigenlijk van voeding? Volgens mij niet zoveel. Kon ik ze ook meteen zelf wat vragen voorleggen....

## De zaal zat vol, er waren zo'n 90 huisartsen

Het programma zag er goed uit, heel relevante onderwerpen: ik kwam binnen tijdens het verhaal over ondervoeding bij ouderen. Andere programmaonderdelen waren: darmaandoeningen, voeding en kanker, eetgedrag, zoutbeperking. Vlak voor mijn inbreng was een heel interessant verhaal over 'Voedselallergie'. Daar heb ik veel van opgestoken. Nu kan ik mijn eigen allergie voor rauwe tomaat, die ik pas zo'n 10 jaar geleden heb ontwikkeld, toch beter plaatsen. Ik heb nu wat minder zorg over zo'n anafylactische shock. Hoewel je het nooit zeker weet....

## Genoeg voedingsmythes voor een heel boek!

Om een beetje een gevoel te krijgen van welke voedingsmythes er leven had ik de organisatie gevraagd de huisartsen hiernaar te vragen. Er waren een kleine 20 huisartsen die reageerden met een veelvoud van onderwerpen en vragen: vitamine tekort, supplementen, allergie (voor gluten, varkensvlees, E-nummers) darmklachten, het FODMAP dieet, antibiotica & probiotica, de huidige voedselproductie, afvallen, spaarstand, ketogeen dieet, brood, zuivel, zout, suiker, etc. Genoeg voor een heel boek!

### Er wordt veel over voeding gepraat in de spreekkamer

Dat bleek wel uit de antwoorden op mijn vraag: Hoe vaak komen patiënten met vragen over voeding: 28% van de huisartsen gaf aan 'heel vaak' en bijna 60% 'regelmatig'. Dankbaar maakte ik gebruik van de stemkastjes. Wanneer heb je nu de kans om zo'n onderzoekje onder huisartsen te doen!



### Betrouwbare informatiebronnen over gezonde voeding, volgens de huisartsen

Ik begon mijn verhaal met de vraag wie zij, als huisarts, het meest vertrouwen als het gaat om informatie over gezonde voeding. En vervolgens wie zij denken dat hun patiënten het meest vertrouwen. Interessante verschillen! De grootste groep huisartsen ziet het Voedingscentrum als meest betrouwbare bron (38%), daarna volgen voedingswetenschappers (28%) en diëtisten (25%). Slechts 3% ziet zichzelf als meest betrouwbare bron. De meeste van deze huisartsen weten wel dat ze weinig van voeding weten.

### Betrouwbare informatiebronnen over gezonde voeding, volgens hun patiënten

De huisartsen denken dat hun patiënten het meest op familie en vrienden vertrouwen (47%) als het gaat om informatie over gezonde voeding. Daarna volgen de huisarts (zijzelf dus) met 18% en boeken (15%). Het Voedingscentrum scoort volgens de huisartsen laag bij hun patiënten met 3%, en voedingswetenschappers nog lager, 2%.

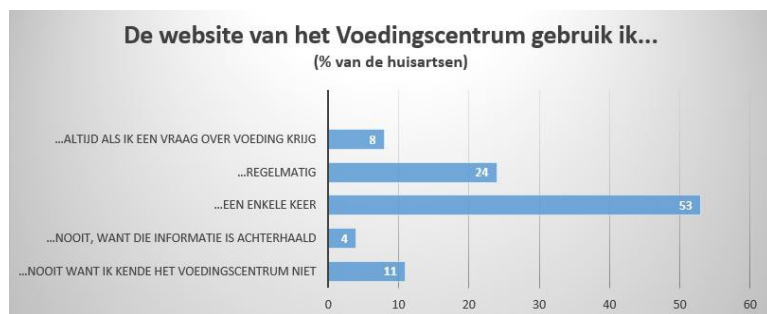
### Arts als meest betrouwbare bron van informatie over gezonde voeding

Er ging een golf van verrassing door de zaal toen ik de resultaten van een consumentenpanel liet zien. Ruim 1000 consumenten kregen deze zelfde vraag een paar

jaar geleden voorgelegd: de arts scoort het allerhoogste, nog boven de diëtiste en voedingsinstanties uit.

### Voedingscentrum

Veel wat ik vertelde over de voedingsmythes kwam van het Voedingscentrum. Een betrouwbare bron, bekend bij huisartsen, bleek al. Deze bron wordt door een derde van de huisartsen vaak geraadpleegd en door iets meer dan de helft van de huisartsen slechts af en toe.



### Overgewicht en afvallen

Overgewicht en afvallen komt ook geregeld langs in de huisartsenpraktijk, dat bleek wel uit vragen over 'dik worden van lucht', 'de spaarstand' en diverse diëten. Ik was wel benieuwd: ziet u wel eens patiënten die u eigenlijk het advies zou moeten geven om af te vallen, maar dat doet u niet? 'Ja' antwoorde 86%: 50% vanwege tijdgebrek (de patiënt komt met een andere klacht), en nog eens 36% vanwege andere redenen. Toen ik vroeg welke andere redenen, stak een huisarts haar vinger op: 'Ik verwacht dat het geen effect heeft, maar misschien moet ik dat toch anders gaan zien nu ik weet dat wij als huisarts als zo'n betrouwbare bron van informatie over voeding worden gezien.'

### Niet representatief

Het was een interessant uurtje. Voor het weggaan werd mij nog wel verzekerd dat dit geen representatieve groep huisartsen was. Nee, dat denk ik ook: deze huisartsen waren hier, bij de nascholing over voeding.... Er valt dus nog veel meer te doen...

Ben wel benieuwd of lezers van deze blog wel eens met hun huisarts over voeding of afvallen spreken...

# Staan er straks rode logo's op Oreo koekjes en M&Ms?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 04-12-2018



Consumenten helpen gezondere keuzes maken. Het blijft een uitdaging. In het vorige week gepubliceerde [Nationale Preventieakkoord](#) heeft staatssecretaris Paul Blokhuis aangekondigd dat Nederland ook weer een voedselkeuzelogo zal krijgen. Voor eind 2020.

## Het duurt de Nederlandse food sector eigenlijk allemaal al veel te lang

Twee jaar geleden is het Vinkje, het vorige voedselkeuzelogo afgeschoten. En er is tot nu toe niets voor in de plaats gekomen. De supermarkten verzetten zich inmiddels niet meer tegen een 'rood' logo op de verpakking, lieten zij afgelopen donderdag weten in het [NRC](#). Ze vinden het niet langer een probleem dat producten als ongezond gekenmerkt worden. Dat opent de weg voor bijvoorbeeld het Franse NutriScore systeem, dat met stoplichtkleurtjes 1 enkel oordeel (gezonder of minder gezond) over een product geeft.

## Ook Nederlandse consumenten waarderen NutriScore

De [Consumentenbond](#), altijd al enthousiast over stoplichten op voedingsmiddelen, vond afgelopen voorjaar in consumentenonderzoek dat het NutriScore systeem (zeer) gewaardeerd werd door 62% van de Nederlandse consumenten. Voor de favoriete Engelse stoplichten was dat percentage maar een beetje hoger, namelijk 69%. In het Engelse stoplichtensysteem worden afzonderlijke kleurtjes gegeven voor zout, suiker, (verzadigd)

vet. Het is dus ingewikkelder voor consumenten. Die moeten dan nog zelf besluiten wat ze belangrijker vinden: zout, suiker of (verzadigd) vet.

### Schijf van Vijf









Net als de staatssecretaris vinden de supermarkten wel dat het voedselkeuzelogo aangepast moet worden op de Nederlandse situatie. De criteria van de Schijf van Vijf moeten erin worden verwerkt. Maar stoplichten houden ze niet meer tegen. Internationaal wordt het Franse systeem ook omarmd: België, Portugal, Spanje allemaal hebben ze aangekondigd dat ze het Franse NutriScore in gaan voeren als voedselkeuzelogo.

### Hoe geschikt is het Franse voedselkeuzelogo voor Nederland?

Ik was wel benieuwd! Ik ben met een huis-, tuin- en keuken onderzoekje begonnen. De voorraadkast en de koelkast bekeken. De Coca Cola Light, Appelsientje, volle yoghurt, Becel halvarine, kidneybonen in blik, belegen kaas (48+ en 30+), Unox tomatensoep en olijf olie heb ik onderworpen aan een test: passen ze in de Schijf van Vijf en wat is hun 'NutriScore'?

### Lastig!






Het was best nog even een puzzel hoe precies de NutriScore te berekenen. Ik moest er echt even voor gaan zitten. Misschien heb ik er toch nog foutjes in gemaakt (disclaimer!). Om te kijken of ze in de Schijf van Vijf passen, kon ik de producten met de Kiesikgezond? App scannen. Dat was een stuk gemakkelijker.

	NutriScore	Schijf van Vijf
Kidneybonen in blik	A 	ja 
Becel light	C 	ja 
Olijfolie	D 	ja 
Goudse 30+ belegen	D 	ja 

### Kidneybonen en sinaasappelsap

De overeenkomsten tussen de NutriScore en de Schijf van Vijf vielen me tegen. Over de kidneybonen zijn de systemen het eens met elkaar. Voor oliën en vetten en 30+ kaas is de NutriScore veel strenger. Terwijl de Unox soep, Coca Cola Light en de volle yoghurt

gezonder gevonden worden in Frankrijk, dan hier in Nederland. Meer overeenstemming is er over sinaasappelsap en belegen kaas, beide geen gezonde keuzes. Hoewel... kaas, een E-score? Dit soort verschillen kunnen worden opgelost als de criteria van de Schijf van Vijf verwerkt worden in het voedselkeuzelogo. Dat is best een klus. Maar goed te doen, denk ik. Om te beginnen zou je de Schijf van Vijf producten allemaal een A-score kunnen geven. Daarna begint het echte rekenwerk pas, waarbij stimuleren van productverbetering ook een doel moet zijn van die nieuwe criteria.

	NutriScore	Schijf van Vijf
Unox tomatensoep	A 	nee
Volle yoghurt	A 	nee
Coca Cola Light	B 	nee
Sinaasappelsap	C 	nee
Belegen Kaas 48+	E 	nee

### Ik ben optimistisch!

Overheid, supermarkten, Consumentenbond, alle neuzen lijken dezelfde kant op te staan. Het verwerken van de Schijf van Vijf criteria moet nog wel gebeuren. En of het nu precies het NutriScore logo wordt, is naar mijn idee minder van belang. Als we straks maar een voedselkeuzelogo hebben waarmee consumenten met 1 oogopslag kunnen zien of het product een gezondere of ongezondere keuze is. Dat kan goed met stoplichtenkleurtjes.

### Wat gaan de A-merken doen?

De supermarkten verzetten zich niet meer tegen 'rood'. Dat geldt voor de eigen huismerk artikelen. Maar zolang zo'n voedselkeuzelogo vrijwillig is, blijft het natuurlijk wel de vraag of ook de fabrikanten van A-merken, zoals Coca Cola, M&M, KitKat, Oreo koekjes, Lays chips, Magnum ijs straks echt een 'rood' logo op hun verpakking gaan zetten. De consument zou daar wel mee geholpen zijn.

# Tonny Nijholt: Met voeding diabetes genezen

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 27-06-2019



'Met voeding diabetes genezen: Wat is het bewijs?' was de titel van een Food Trend College op HAS Hogeschool begin 2017. Voor mijn collega Tonny Nijholt was dit de aanleiding om mij ongeveer een jaar later aan te schieten, met: "Hé Annet, wist je dat ik meedoe met het 'Keer Diabetes om'-programma?" Ik was wel benieuwd, dus we spraken af dat ik Tonny zou interviewen voor de blog. In het najaar 2018 was eindelijk het zover. Dat de blog nu pas verschijnt, heeft met mijn eigen volle agenda te maken.

## Wie is Tonny Nijholt?

Tonny is 22 jaar geleden begonnen bij de HAS als verwarmingsmonteur en werkt nu bij de facilitaire dienst. Hij is 50, getrouwd en heeft 1 zoon van 14. Hij rijdt motor, fietst, speelt sousafoon en slaat de grote trom en is vrijwilliger bij de Stichting ALS. Hij woont 25 minuten fietsen van zijn werk. Als kind was hij een moeilijke eter en hij kreeg vaak zijn zin. Zijn moeder had het druk met het gezin van 5 en wilde geen gezeur. "Ik was verslaafd aan witbrood en worstenbroodjes: daar kon ik wel een kruiwagen van op! Maar ik voetbalde hoog, trainde veel en kon de friet-pan leegdrinken zonder aan te komen." Toch zal het daar al mis gegaan zijn, vermoedt Tonny. En diabetes zit in de familie. Zijn moeder had het ook.

## Diabetes Type 2

Tonny had zich op gegeven voor het Food Trend College over diabetes maar kon er niet naartoe. Hij was gewoon ziek. Hij woog toen ruim 120 kilo, slikte allerlei pillen en gebruikte insuline. "Ik werd alleen maar slechter." Het hield hem wel bezig. In die tijd kwam er ook reclame voor een tv-programma langs voor mensen met diabetes, hij wilde niet op tv, maar was wel geïnteresseerd in het omkeren van zijn diabetes. Eind december 2017 was een bijeenkomst in Eindhoven: "Daar stond een man iets ouder dan ik," vertelt Tonny. "Hij noemde al die medicijnen: metformine, gliclazide, insuline. Had ik ook allemaal. En hij zei: 'Ik ben al 1,5 jaar vrij van medicijnen'. Dat wilde ik ook! En toen vertelde hij wat hij had gedaan. Want daar was ik natuurlijk bang voor. Als Bourgondiër een dieet gaan volgen: wat mag ik dan allemaal niet meer? Nou hij sprak een paar wijze woorden: 'We kijken nooit naar wat we niet mogen, we kijken naar wat we wel mogen'."



## Verzekeraar VGZ vergoede de behandeling

Tonny veranderde van ziektekostenverzekeraar. In maart 2018 begon het voor Tonny. Eerst een 2-daagse cursus met 3 terugkomdagen verdeeld over een half jaar. In het half jaar kun je gebruik maken van een team van experts voor je vragen. In de 2-daagse cursus krijg je voorlichting over: hoe werkt een 'diabeteslichaam'? Je leert etiketten lezen, met name de koolhydraten. Verder stond op het programma een ochtendwandeling op de nuchtere maag: een laat, uitgebreid, koolhydraatarm ontbijt. Waardoor niemand om half 1 de lunch hoefde. Ook mocht er geen insuline meer gespoten worden.

## De internist noemde het 'Sonja Bakker-praktijken'

Hij moest wel toestemming hebben van zijn internist. Maar die vond het niks, noemde het Sonja Bakker-praktijken. Tonny begreep dat wel. "Die man is traditioneel opgeleid". Hij is

bij hem weggegaan, terug naar de huisarts. Die vond het wel interessant. Voordat hij officieel begon was hij zich al gaan oriënteren. "Ik heb altijd weinig geduld, ik wilde weten wat het inhield. Dat was dus die koolhydraatarme leefstijl. Ik kon al dingen doen, zoals pasta's laten staan. We hebben een druk gezin, iedereen moet altijd van alles, dus we eten veel pasta. Pasta ben ik gaan skippen en ik at mijn saus met koolhydraatarm brood."

### Frikandellen-salade en veel eieren

Tonny veranderde zijn voedingsgewoontes. 's Ochtends Griekse yoghurt met rode vruchten; als lunch 4 sneetjes koolhydraatarm brood met 48+ kaas en roomboter; en 's avonds vervangt hij de aardappelen voor bijvoorbeeld champignons. En hij eet meer salade. Bijvoorbeeld frikandellen-salade. Wat?! Tonny vertelt: "Zo'n Mora-frikandel bevat maar 2,5g koolhydraten per 100 gram. Dat is heel weinig. Daar zitten wel wat transvetten in. Dus je moet er wel een beetje mee uitkijken natuurlijk. Gewoon 2 opengesneden frikandellen met mayonaise (Belgische: zonder koolhydraten), curry en uien erin; op een bedje van sla met tomaat. Die curry, daar zit wel suiker in, dat is de gevaarlijkste." Tonny is ook meer eieren gaan eten, wel 20 in de week. Hij maakt graag omelet met bacon, veel geraspte kaas en groente erin.



### Cholesterol?

Die gewoontes maakte toch dat ik vroeg of hij wel eens zijn cholesterol liet prikken. "Met de APK mee, om de 4 maanden, volgens het programma." Tonny's cholesterol is redelijk stabiel, net iets te hoog. Met het gegeven dat veel trans vet en verzadigd vet eten (zoals met eieren, kaas, bacon, frikandellen) kan leiden tot verhoogd cholesterol kon Tonny niet zoveel: "Ik heb me voorgenomen om niet meer te 'googlen' op dit soort dingen. Wat zij zeggen is nu de waarheid, totdat ik signalen krijg van mezelf."

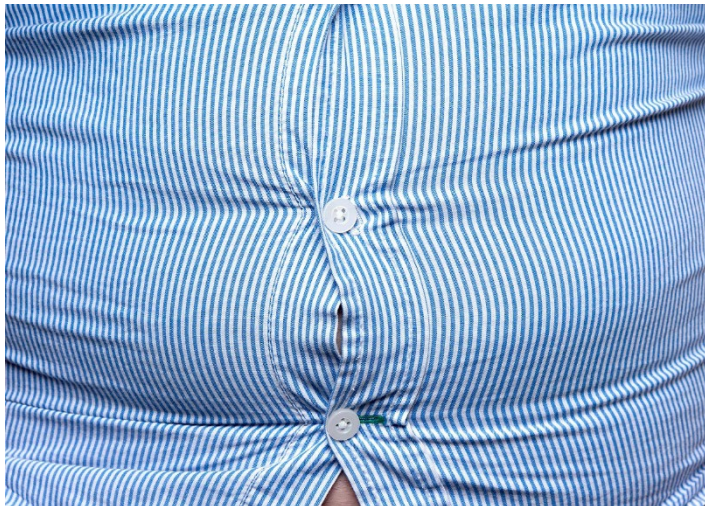
## Tonny 2.0

Hij is dan wel niet medicijnvrij, maar heel tevreden. "Ik voel me nu zo goed." Thuis heeft hij nog een foto staan, die is eind 2017 gemaakt in Disneyland. Hij schrok er toen zelf van, zo slecht zag hij eruit. Die foto staat nog steeds in de kamer. Om hem te herinneren aan wat hij niet meer wil. Net als de insuline-pen in de koelkast. Hij is op het moment dat wij elkaar spraken 20 kilo afgevallen. 'Het versterkt mij enorm dat ik nu de tools heb om het te kunnen doen. Dat geeft mij vertrouwen dat ik dit vol kan houden. Thuis noemen ze hem Tonny 2.0. Mooi voorbeeld: "Vorig jaar heb ik de hele zolder leeggehaald en verbouwd. Die klus lag er al 20 jaar. Ik had nu zoveel energie, die moest op."

Tonny heeft het ook zijn collega's aanbevolen. Yazid, Gerben, Danny. Ze waren toen wij elkaar spraken allemaal aan de Griekse yoghurt met rode vruchten. Ik ben benieuwd hoe dat nu, ruim een half jaar later, gaat. Ik vroeg Tonny een paar weken terug, of hij nog verder was afgevallen. Trots vertelde hij dat hij pas een PR had gereden: de Amstel Gold Race met het lichtste gewicht ooit."

# Moeten we mannen met obesitas vaccineren?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 10-02-2021



“De ic’s liggen vol met dikke mannen tussen de 50 en 70. Vaccineer eerst de oudere mannen met overgewicht. Dan stromen de ic’s vanzelf leeg.” Vorige week werd [dit gezegd](#) door Professor Peter van der Voort, hoofd van de intensive care in het UMCG en hoogleraar health care. Er waren afgelopen tijd iedere dag weer nieuwe redenen waarom andere groepen voorrang zouden moeten krijgen om gevaccineerd te worden. Deze sprong er voor mij wel uit. Zou het zo simpel zijn?

## Driekwart van de covid-patiënten op de ic was man

Het afgelopen jaar lagen er 2500 covid-patiënten op de Nederlandse ic’s. [Al hun data zijn beschikbaar](#). Ruim driekwart had overgewicht; ongeveer driekwart was man; ongeveer driekwart was tussen de 50 en 75 jaar oud. Die grote gevoeligheid voor covid met overgewicht heeft te maken met het feit dat het ‘te zware’ lichaam al in een staat van een soort chronische infectie is.

## De helft van de Nederlandse bevolking is te zwaar

Overgewicht is een groot probleem: de helft van de Nederlandse bevolking is te zwaar. [Bij mannen tussen de 50-75 jaar is dat zelfs 60%](#). We spreken van overgewicht bij een BMI >25 (BMI = gewicht in kg/[lengte in m]<sup>2</sup>). Er zijn in Nederland 1.7 miljoen [mannen \(50-75](#)

ir) en ongeveer 1 miljoen hiervan is te dik. Het heeft veel te maken met onze leefstijl: te weinig bewegen, te veel eten. De vele verleidingen van ongezond voedsel maken het niet eenvoudig om gezonder te eten.

We hebben onze maatschappij, ons hele leven nu stilgezet om de ic's niet overbezet te laten zijn. We willen niet die lastige keuzes hoeven maken: over wie er wel en niet op de ic komen. Daar doen we het allemaal voor.

### Meer aandacht voor een gezondere leefstijl

Vaccineren werkt net als een gezondere leefstijl preventief tegen covid. Er gaat geen dag voorbij of er is aandacht voor welke groep als eerst gevaccineerd moet worden. Uitvoerig wordt uitgelegd hoe de vaccins werken. Aandacht voor de gezondere leefstijl mist vrijwel volledig. Het mantra is handen wassen, thuiswerken, niezen in je elleboog, 1,5 meter afstand houden. Daar hoort eigenlijk bij: eet gezond, beweeg voldoende. In november hoorde ik het Minister de Jonge eindelijk eens zeggen: "Gezond leven maakt je weerstand beter."



Bron: Twitter

### Dat zou veel vaker gezegd moeten worden

Afvallen is heel moeilijk. Of eigenlijk.. afvallen, dat lukt vaak nog wel, maar dan voor de rest van je leven op gewicht blijven, in een wereld vol verleidingen is heel, heel erg moeilijk. En als er nu 1 ding is om aan te pakken, is het deze wereld vol verleidingen,

onze voedselomgeving. Daar mag nog wel wat aandacht naar toe. Wat moet er dan gebeuren?

Heel veel. Voor de overheid is dat afgelopen maand nog mooi op een rijtje gezet in dit rapport. Een gezondere voedselomgeving is ook de focus van het lectoraat Voeding & Gezondheid op HAS Hogeschool.

# Een serie van 9 blogs over het voedselkeuzelogo

Al 20 jaar is een voedselkeuzelogo een van mijn favoriete onderwerpen, als het gaat om een gezondere voedselomgeving. Je kunt het vanuit veel perspectieven bekijken: overheid, consument, voedingsmiddelensector, wetenschap. Een [Europese wetenschappelijke commissie](#) is in februari 2021 begonnen met de herziening van het algoritme van Nutriscore. De discussie over een verplicht voedselkeuzelogo in Europa is sinds de publicatie van de Farm to Fork Strategie [weer opgelaaid](#). Kortom een goed moment voor een serie blogs over voedselkeuzelogo's. Hierin probeer ik voedselkeuzelogo's uit te leggen en wat volgens mij een oplossing kan zijn.

-----

## Voedselkeuzelogo #1: waarom eigenlijk?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 25-03-2021



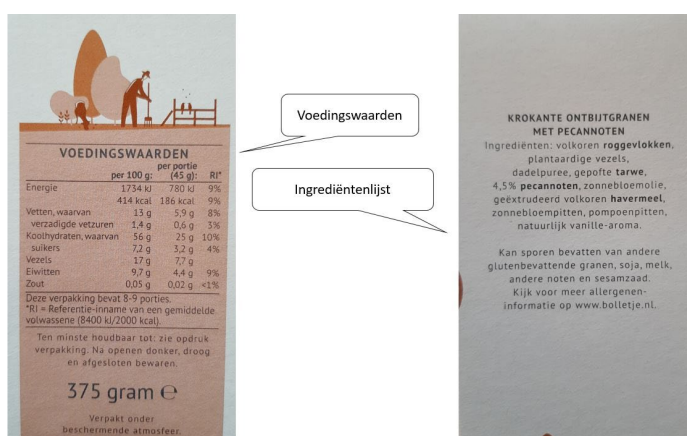
Daar sta je dan voor het schap in de supermarkt. Wat is nu een gezonde keuze? Je moet er echt naar op zoek. Het is niet gemakkelijk. Een supermarkt bevat zo'n 20.000 producten. Het aanbod aan voedingsmiddelen is hoofdzakelijk ongezond. Dat geldt niet alleen voor [kinderproducten](#) maar voor [alle voedingsmiddelen](#). Slechts rond de 20% zijn gezonde keuzes, die passen in de [Schijf van Vijf](#).

## Voedingswaarden

Fabrikanten van voedingsmiddelen zijn verplicht de voedingswaarden op het etiket te vermelden. Dit doen ze per 100 gram: energie (uitgedrukt in kcal en kJ), eiwit, vet waarvan verzadigd vet, koolhydraten waarvan suiker en zout (allemaal uitgedrukt in grammen). Waarom ze juist deze voedingsstoffen vermelden? Dat zijn de belangrijkste als het gaat om gezondheid. We eten namelijk te veel zout, suiker, verzadigd vet en ook te veel energie (kilocalorieën).

## Ingrediëntenlijst

Daarnaast staat er altijd een ingrediëntenlijst op de verpakking. Hier worden alle ingrediënten van het voedingsmiddel weergegeven in volgorde van hoeveelheid. Dus het meeste eerst. Suiker kan verstopt zitten onder verschillende namen (zoals glucose, sucrose, maltose, maissiroop, honing). Voedingswaarden en ingrediëntenlijst zijn volgens [de Europese wetgeving](#) verplicht. Ze hebben als doel consumenten te helpen keuzes te maken. Maar of ze dat nu echt doen...?

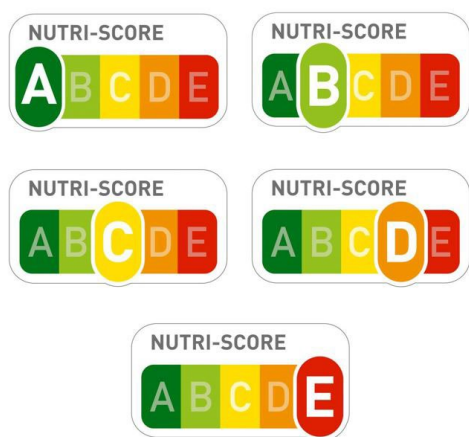


## De realiteit

Met de voedingswaarden en ingrediëntenlijst zou je als consument dus de gezonde keuzes moeten kunnen maken. Dat is waarschijnlijk geen probleem als je geïnteresseerd bent in gezonde voeding en met enige regelmaat de etiketten bestudeert. Dan weet waar je op moet letten. Maar als die getallen jou weinig zeggen, je geen idee hebt wat 'verzadigd vet' is en je niet weet of 0.6 gram zout in 100 gram soep nu veel of weinig is, dan kom je daar niet uit. Tenzij je uitgebreid al die soepen met elkaar [vergelijkt](#). Maar daar heb je niet altijd tijd en gelegenheid voor, vooral niet op zaterdag in de supermarkt, waar iedereen zijn best doet om op 1,5 meter van elkaar boodschappen te doen.

### Daarom een voedselkeuzelogo!

Gezonde keuzes gemakkelijker maken, dat is wat een voedselkeuzelogo doet. Op de voorkant van de verpakking wordt met een simpel beeld aangegeven hoe (on)gezond een product is. Er wordt momenteel gekeken of het Franse Nutri-Score hierbij kan helpen. Het gebruik van een kleur en letter is natuurlijk een enorme vooruitgang ten opzichte van voedingswaarden en ingrediëntenlijst. Niet alleen de consument is geholpen met een voedselkeuzelogo. Ook de voedingsmiddelenbedrijven en supermarkten zien het als een manier waarop zij kunnen communiceren over het verbeteren van de gezondheid van hun voedingsmiddelenaanbod. Daarom wordt dit als [beleidsinstrument](#) ook aanbevolen door de Wereldgezondheidsorganisatie.



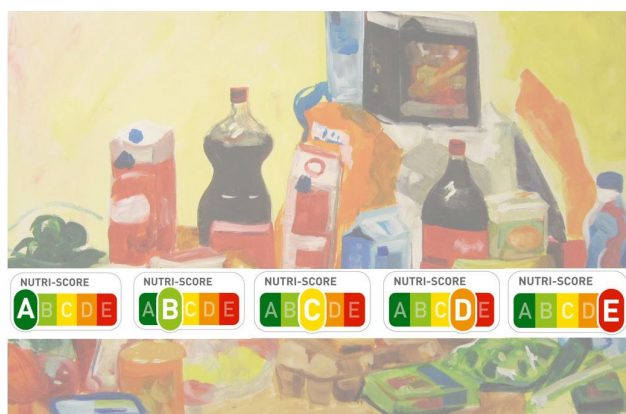
### Nederland en Europa

Ook daarom is het voedselkeuzelogo opgenomen als speerpunt in het [Nationale Preventieakkoord](#), in 2018 ondertekend door de Nederlandse overheid, het levensmiddelenbedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Waarbij een aantal voorwaarden genoemd zijn: Zo'n voedselkeuzelogo moet in lijn zijn met de manier waarop we in Nederland gewend zijn over gezonde keuzes te communiceren (Schijf van Vijf) en de Europese context moet worden meegenomen. Nederland wil dit niet alleen doen. Want er worden veel voedingsmiddelen over de grens verkocht.

Ondertussen gaan er in Europa stemmen op om niet alleen de voedingswaarden en ingrediëntenlijst, maar ook een voedselkeuzelogo verplicht te laten zijn. Daarover later meer.

## Voedselkeuzelogo #2: het Nutri-Score algoritme

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 01-04-2021



Het doel van een voedselkeuzelogo is het makkelijker maken van gezonde keuzes. Enerzijds helpt het consumenten door het beschikbaar stellen van begrijpelijke informatie. Anderzijds motiveert het de voedingsmiddelensector tot productverbetering. Een voedselkeuzelogo waar nu de schijnwerpers op gericht staan is het Franse Nutri-Score. In februari is een internationale wetenschappelijke commissie begonnen om het achterliggend algoritme van Nutri-Score aan te passen zodat het beter past bij de Schijf van Vijf. Maar waarom eigenlijk? En wat is een algoritme?

### Waarom aanpassen?

Na een evaluatie van diverse Europese voedselkeuzelogo's en veel politieke druk nationaal en internationaal vanuit het diverse partijen, koos de Nederlandse overheid (Staatsecretaris Blokhuis) in november 2019 voor het invoeren van het voedselkeuzelogo Nutri-Score. Maar wel onder de voorwaarde dat het algoritme wordt aangepast. Dat was een politiek compromis. Wij, 170 voedingswetenschappers, diëtisten en artsen, hadden namelijk bezwaar gemaakt tegen de Nutri-Score, omdat deze in strijd is met de Schijf van Vijf, de manier waarop wij in Nederland over gezonde keuzes communiceren. De oplossing

hiervoor: zorg dat Nutri-Score en de Schijf van Vijf wél bij elkaar passen door het achterliggend algoritme aan te passen. En dat gaat dus nu gebeuren. Echter niet alleen voor Nederland, maar op Europees niveau, althans voor 7 landen (Frankrijk, Nederland, België, Duitsland, Luxemburg, Zwitserland, Spanje).

## Nutri-Score

Het voedselkeuzelogo Nutri-Score staat op de voorkant van de verpakking van voedingsmiddelen. Er zijn 5 verschijningsvormen: A, B, C, D, E. Voedingsmiddelen met een donkergroene A zijn het meest gezond. De minst gezonde voedingsmiddelen krijgen een rode E.

Het algoritme van Nutri-Score uitgelegd:



N.a.v.: <https://nutriscore.colruytgroup.com/colruytgroup/nl/over-nutri-score/>

## Het algoritme uitgelegd (zie afbeelding):

Welke kleur en letter een voedingsmiddel krijgt wordt bepaald door de samenstelling van het product. Zo krijgt een voedingsmiddel pluspunten voor eiwit, vezels, groente en fruit. En minpunten voor energiegehalte (kcal/kJ), suikers, verzadigd vet en zout. De totaalscore bepaalt of een voedingsmiddel een A, B, C, D of E krijgt. Dat is het algoritme. Een donkergroene A staat dus voor de meest gezonde samenstelling. Voedingsmiddelen met de minst gezonde samenstelling krijgen een rode E.

## Weging van positieve en negatieve punten

Nutri-Score weegt positieve en negatieve voedingsstoffen. Dat is ook meteen een probleem van dit algoritme. En oorzaak van veel onlogische scores. Zoals Chocoballs ontbijgranen en Naturel muesli, allebei met een donkergroene A. Of de Nesquick chocolade shake (19g suiker) en half volle melk (5g suiker) allebei een lichtgroene B. Fabrikanten hoeven de suikergehaltes niet te verlagen, voor een betere score kunnen ze

ook de vezels of eiwitten verhogen. Maar daar wordt het voedingsmiddel niet gezonder door.



Bron: Voedingjungle

### Andere onlogische keuzes

Doordat Nutri-Score dezelfde puntentelling gebruikt voor vrijwel alle voedingsmiddelen, gaat het op verschillende plaatsen mis: er zijn voedingsmiddelen die een A of B krijgen maar niet in de Schijf van Vijf passen. Zoals cola light, Chocoballs ontbijtgranen en chocolademelk. Ook zijn er voedingsmiddelen die wel in de Schijf van Vijf vallen maar toch een ongezonde C, D of E Nutri-Score krijgen. Voorbeelden daarvan zijn olijfolie en 30+ kaas. Ik schreef daar eerder een blog over.

Wat zou de commissie die het algoritme van de Nutri-score gaat aanpassen, dan moeten gaan doen? Ik heb daar wel ideeën over. In de volgende blog vertel ik je hier meer over.

---

### Voedselkeuzelogo #3: algoritme aanpassen, hoe dan?

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 08-04-2021



Gezonde keuzes gemakkelijker maken dat is het doel van een voedselkeuzelogo. Enerzijds moet het consumenten helpen via begrijpelijke informatie. Anderzijds motiveert het de voedingsmiddelensector tot productverbetering. Nutri-Score is in Nederland als voedselkeuzelogo aangenomen onder de voorwaarde dat het aansluit bij de Nederlandse

voedingsrichtlijnen. In februari is een internationale wetenschappelijke commissie begonnen om het achterliggend algoritme van Nutri-Score beter te laten aansluiten bij de voedingsrichtlijnen van de 7 landen die Nutri-Score willen gaan invoeren. In mijn [vorige blog legde ik het Nutri-Score algoritme uit](#). In deze blog ga ik in op wat de aangestelde commissie mijns inziens moet doen om het algoritme te verbeteren.

### Het wetenschappelijk Comité voor Nutri-Score

Het mandaat en de samenstelling van de commissie zijn te vinden op de website van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport ([VWS](#)). Wetenschappers uit de 7 landen die voornemens zijn om Nutri-Score in te voeren zitten in de commissie. Dat zijn Nederland, België, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Luxemburg en Zwitserland. Voorzitter is Chantal Julia, één van de wetenschappers achter het Franse Nutri-Score.

### De opdracht

De commissie gaat het algoritme van Nutri-Score vergelijken met de voedingsrichtlijnen van deze 7 landen (o.a. Schijf van Vijf) en waar nodig aanpassen. Dat is best een uitdaging. Want ze moeten niet alleen rekening houden met wat de mensen eten in een land, maar ook hoe vaak ze iets eten. Brood heeft in Nederland bijvoorbeeld een andere rol in het voedingspatroon dan in Spanje. Voor Nederland is het één van de belangrijkste bronnen van vezels en jodium, terwijl Spanjaarden die voedingsstoffen meer uit andere producten halen. Hoe zou ik te werk gaan, vroeg ik me af. Mijn stappenplan zou er als volgt uit zien:

- Stap 1: vergelijk de voedingsrichtlijnen van de verschillende landen
- Stap 2: waar zitten de grootste problemen in het algoritme van Nutri-Score?
- Stap 3: waardoor komt dit?
- Stap 4: wat betekent dit voor het algoritme?



### Stap 1. Voedingsrichtlijnen

Ieder land heeft zijn eigen voedingsrichtlijnen (zie afbeelding). Wij hebben in Nederland de Schijf van Vijf, Zwitserland kent een piramide, in België is de voedingsdriehoek omgedraaid. Het zijn simpele communicatiemiddelen om consumenten te helpen gezonder te eten. Hierbij is ook rekening gehouden met de voedingsgewoontes in dat land. Er zijn wel verschillen tussen deze voedingsrichtlijnen, maar toch hebben ze vooral gemeenschappelijke kenmerken. De European Public Health Nutrition Alliance heeft de kenmerken op een rij gezet. Dat is een prettig startpunt.

### Stap 2. Waar zitten de grootse problemen?

Hier ging ik in mijn vorige blogpost al op in. Ik wil 4 verschillende productvoorbeelden noemen: brood, vleeswaar, vetten en ontbijtgranen. Brood en vleeswaar zijn productgroepen waarbinnen verbetering niet echt wordt gestimuleerd door Nutri-Score. Olijfolie scoort niet gezond volgens Nutri-Score (C,D,E). Dat staat haaks op de meeste de voedingsrichtlijnen. En het is niet logisch dat ontbijtgranen met veel suiker een gezonde A of B krijgen.

### Stap 3. Waardoor komt dit?

Dit heeft te maken met het algoritme van Nutri-Score. Allereerst gebruikt Nutri-Score hetzelfde algoritme voor veel heel verschillende groepen voedingsmiddelen (brood, zuivel, vis, soep, vleeswaar, ontbijtgranen). Het maakt hierdoor onvoldoende onderscheid tussen bijvoorbeeld volkorenbrood en witbrood. En het stimuleert productverbetering niet. Denk aan bijvoorbeeld vleeswaren: daar zit veel zout in, vanwege de smaak en de houdbaarheid. Dat maakt zoutverlaging lastig. En waarom zou een vleeswaarfabrikant zout verlagen als de Nutri-Score onveranderd blijft? Voor een beperkt aantal productgroepen (dranken, kaas, oliën/vetten) heeft Nutri-Score wél een ander algoritme. Maar ook dat leidt nog niet meteen tot logische keuzes, zoals bij olijfolie. Dit komt doordat olijfolie energierijk is en daardoor nooit een gezondere score dan een 'C' kan krijgen.

Tenslotte gebruikt het algoritme een weging van positieve en negatieve voedingsstoffen, waardoor ontbijtgranen met veel suiker toch een gezonde A of B kunnen krijgen, door het toevoegen van extra vezels of eiwitten.

**Citaat I uit 'Background':**

the same criteria. Specific criteria are used in specific food groups (i.e. cheese, added fat, and beverages) where the original algorithm did not accurately reflect the observed variability in nutritional values within these groups. The algorithm underlying the computation of Nutri-Score has

**Citaat II uit 'Scope of work':**

For clarification purposes, the Scientific committee shall not:

- elaborate new nutritional recommendation.
- modify the core principles of Nutri-Score algorithm based on the FSA score or other core elements of Nutri-Score (e.g. the algorithm cannot consider nutrients that are not part of the nutritional declaration such as vitamins or minerals; the calculation will remain per 100 grams or 100 millilitres and not per portion, and should remain transversal to all product categories, except for products like cheese, beverages and added fat for comparability reasons).
- modify the graphical format.
- carry out communication activities related to the opinions and activities of the Scientific committee except if mandated expressly and in writing by the Steering committee.

Bron: file:///C:/Users/RoAn/AppData/Local/Temp/Nutri-Score+mandaat+Wetenschappelijk+comite.pdf

## Stap 4. Wat betekent dit voor het algoritme?

De oplossing zou kunnen zijn: maak een groter aantal productgroepen die hun eigen grenswaarden hebben. Nutri-Score heeft al uitzonderingen voor de productgroepen dranken, kaas, en oliën/vetten. Dat is -zie citaat I uit het mandaat- omdat de natuurlijke variatie in voedingswaarden niet tot zijn recht kwam in het oorspronkelijke algoritme. Om precies diezelfde reden zouden nieuwe grenswaarden ook voor andere productgroepen gedefinieerd kunnen worden. Op zo'n manier dat je ook de perverse prikkels van weging weghaalt: bijvoorbeeld ontbijtgranen kunnen alleen punten verdienen voor vezels en eiwitten als het toegevoegd suikergehalte lager is 5g/100g.

## Het mandaat van de commissie

Interessant is welke ruimte de commissie heeft om het bestaande algoritme aan te passen. De commissie mag niet aan het principe van het algoritme sleutelen (zie citaat II uit het mandaat). Wat ook niet mag: extra productgroepen toevoegen, behalve voor producten zoals kaas, dranken en vetten. Het is dus maar de vraag of er voldoende ruimte is voor de commissie om te doen wat ik denk dat nodig is...

Ik hoop dat de commissie in alle wetenschappelijke vrijheid kan werken. Want het onderwerp is niet vrij van belangen. Vooral als we Europa inkijken. Daarover meer in de volgende blog

-----

## Voedselkeuzelogo #4: Belangen in Europa

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 15-04-2021



Gezonde keuzes maken is moeilijk omdat veel producten in de supermarkt ongezond zijn. Op de verpakking van een voedingsmiddel staan voedingswaarden en ingrediëntenlijsten. Dat is verplicht volgens Europese wetgeving. Deze voedingswaarden en ingrediëntenlijsten zouden de consument moeten helpen om gezonde keuzes te maken. Voor consumenten is dat best lastig. Maar er wordt aan gewerkt: een Frans voedselkeuzelogo Nutri-Score moet gezond kiezen gemakkelijker maken. Een internationale wetenschappelijke commissie gaat aan de slag om dit logo geschikt te maken voor de rest van Europa. Dit is al eens eerder geprobeerd...

### **Veel wetgeving komt uit Brussel**

In Europa bestaat veel wetgeving die erop gericht is om Europese consumenten te informeren over de voedingsmiddelen die ze kopen en hen te helpen gezonde keuzes te maken. Ook zorgt deze wetgeving ervoor dat ze niet misleid worden doordat fabrikanten allerlei fantastische claims op hun verpakkingen zetten die niet kloppen. Al decennia lang is Brussel bezig om de echt gezonde keuzes gemakkelijker te maken. Dit is echter een politiek spel met veel poppetjes en belangen.

### **De geschiedenis herhaalt zich**

In 2006 werd nieuwe wetgeving met betrekking tot gezondheidsclaims gepubliceerd. Een hele vooruitgang, want de fabrikant mag sindsdien geen onbewezen gezondheidseffecten op de verpakking van een voedingsmiddel meer zetten. Zoals 'van dit brood val je af' (zie afbeelding). Ter ondersteuning van deze wetgeving moesten voedingsprofielen ontwikkeld worden. Voedingsprofielen zijn een verzameling grenswaarden voor voedingsstoffen – zoals zout, suiker, verzadigd vet – die bepalen wanneer een voedingsmiddel gezond is. Denk aan bijvoorbeeld hoeveel zout er in de soep mag zitten, zodat je kunt zeggen: die

soep is gezond, of hoeveel suiker in de ontbijtgranen. Het algoritme van Nutri-Score is ook een voedingsprofiel.



### Het idee in 2006 was als volgt:

Alleen wanneer voedingsmiddelen aan het vastgestelde voedingsprofiel voldoen, mogen ze een claim dragen. Helaas zijn die Europese voedingsprofielen er nog steeds niet. Dat betekent dat er nog altijd een bewezen positief gezondheidseffect op een voedingsmiddel mag staan dat verder ongezond is en bijvoorbeeld veel zout of veel suiker bevat. Een voorbeeld hiervan is de Choco pops reep van Kelloggs waarop staat: 'met calcium voor de groei' (afbeelding).

### Waarom zijn er geen Europese voedingsprofielen?

Waarom zijn de Europese voedingsprofielen er tot op de dag van vandaag nog niet? Omdat de Hollandse kaas, de Italiaanse Parmaham en het Duitse Schwarzwaldler brood allemaal als gezond bestempeld moesten worden. En zoals dat in de politiek dan gaat, werden er compromissen gesloten. De zo ontstane Europese concept-voedingsprofielen waren in 2009 zo verwaterd, dat ze niet meer serieus genomen konden worden. En omdat het raar blijft dat je op een ongezond voedingsmiddel nog steeds een gezondheidsclaim mag zetten, komt deze discussie steeds weer terug. Voor consumenten blijft dit namelijk heel misleidend.



**Kellogg's Coco pops graanreep**  
 Calcium\*\* \*\*Dit product bevat minstens 15% van de referentie inname per 100g voor calcium. Calcium is nodig voor een normale groei en ontwikkeling van het Lees meer...  
 199

Prijs per kilo	16,58
Inhoud	120 gram

Bron: <https://www.janlinders.nl/kellogg-039-s-coco-pops-graanreep.html>

## Het Nutri-Score algoritme is dus ook een voedingsprofiel

Daarom is de klus om het algoritme van Nutri-Score aan te passen zo'n interessante uitdaging. Vertegenwoordigers uit 7 landen zitten in de commissie. Er zal met veel interesse mee gekeken worden vanuit heel Europa. Het is belangrijk om het proces zonder invloed van politiek en industrie te laten lopen. Anders komt het opnieuw nergens uit, net als in 2009.

## Vrijwillig, of toch verplicht?

Naast de Europese wet over gezondheidsclaims, is er ook [Europese wetgeving over etikettering](#) van voedingsmiddelen. Al 10 jaar zijn voedingswaarde en ingrediëntenlijsten verplicht op de verpakking van voedingsmiddelen. Destijds in 2011 kwam ook het onderwerp voedselkeuzelogo langs. Toen is besloten om het gebruik van voedselkeuzelogo's vrijwillig te laten zijn. Weliswaar wel in Europa genotificeerd (toegestaan voor gebruik), maar niet verplicht voor alle voedingsmiddelen. Fabrikanten mogen nu zelf bepalen of ze een voedselkeuzelogo op de verpakking willen voeren. En dat is eigenlijk helemaal geen goed idee. Want nu zullen alleen fabrikanten logo's op hun etiketten zetten, wanneer het ze goed uitkomt. Daar schiet de consument niet zoveel mee op. Maar er hangt verandering in de lucht...

## Anno 2020: Farm 2 Fork

Vorig jaar in 2020 werd de Europese strategie [Farm 2 Fork](#) gepubliceerd. Deze bevat een route naar een eerlijk, gezond en duurzaam voedselsysteem. De strategie gaat over onderwerpen zoals gebruik van minder pesticiden, beter dierenwelzijn, en ook over de invoering van een verplicht [voedselkeuzelogo](#). Dan is het natuurlijk voor de hand liggend om de verrichtingen van de net aangestelde commissie ook met die ogen te volgen, in de zin van hoe zij het voedingsprofiel Nutri-Score geschikt maken voor breed gebruik in Europa, op termijn verplicht voor allen. Des te belangrijker dat die gekke fouten, die onlogische keuzes eruit worden gehaald.

-----

## Voedselkeuzelogo #5: de overheid

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 22-04-2021



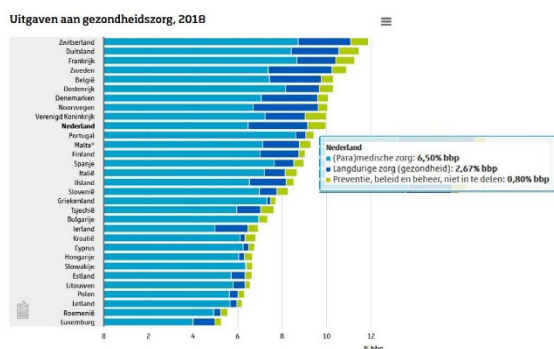
Gezonde keuzes gemakkelijker maken is het doel van een voedselkeuzelogo. Enerzijds helpt het consumenten met begrijpelijke informatie. Anderzijds zou het de voedingsmiddelensector moeten motiveren tot productverbetering. Het voedselkeuzelogo Nutri-Score staat in de schijnwerpers. Hierover gingen mijn eerste blogs. Wie zorgt ervoor dat zo'n voedselkeuzelogo een succes wordt? Is dat de levensmiddelenindustrie of de overheid? Welke rol spelen de wetenschap en de maatschappelijke organisaties? Wat leert het verleden? Voer voor meer blogs, ik begin met de overheid.

### Voedselkeuzelogo en de overheid

In 2005 riep de Nederlandse overheid de voedingsmiddelenindustrie op om met 1 voedselkeuzelogo te komen. Dat deed de industrie (zie afbeelding), maar dat bleek 10 jaar later niet geloofwaardig. Daarom nu dus een andere aanpak, waarbij de overheid aan het stuur zit.

### Belang van preventie

Groeiende zorgkosten dwingen de overheid om meer na te denken over preventie van ziekten. De overheidsuitgave voor preventie is nu slechts een klein deel van dit enorme zorgbudget (zie afbeelding). Ook de realiteit van de coronacrisis benadrukt deze urgentie om meer te werken aan preventie en het reduceren van overgewicht. Het afgelopen jaar lagen er ruim 2500 Covid-patiënten op de Nederlandse [ic's](#). Ruim driekwart had overgewicht. Die grote gevoeligheid voor Covid als je overgewicht hebt, heeft te maken met het feit dat het 'te zware' lichaam al in een staat van chronische infectie is.



<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/47/nederlandse-gezondheidsuitgaven-op-tiende-plaats-in-europa>

## Meer aandacht voor preventie dus

In 2018 werd het [Nationaal Preventie Akkoord](#) ondertekend door een groot aantal betrokken partijen zoals de industrie, de consumentenbond en de gezondheidsfondsen. Het akkoord richt zich op het reduceren van overgewicht, maar ook op vermindering van problematisch alcoholgebruik en roken. Een voedselkeuzelogo is één van de acties gericht op het terugdringen van overgewicht en obesitas. Het doel is een gezondere voedselomgeving en het gemakkelijker maken van gezonde keuzes: in de supermarkt, in de horeca, op scholen en in de winkelstraat. De helft van de Nederlandse bevolking is namelijk te zwaar. Veel partijen zijn betrokken bij het akkoord. Dat moet dus wel gaan lukken, zou je denken.

## Gezondere voedselomgeving met gezondere producten

Ook een [nieuwe aanpak voor productverbetering](#) is onderdeel van dit Preventie Akkoord. Dit is gericht op verlaging van zout, suiker, verzadigd vet in voedingsmiddelen. Hiervoor wordt momenteel een ingenieus systeem ontwikkeld door experts van de overheid. Hierbij worden de huidige productsamenstellingen stapsgewijs aangescherpt, om zo te leiden tot een gezonder voedingsmiddelenaanbod. Ook hier zit de overheid aan het stuur. Alle betrokkenen worden meegenomen in dit proces: deze aanpak voor productverbetering wordt voorgelegd aan wetenschappers, maatschappelijke organisaties, voedingsmiddelensector, supermarkten, gezondheidsfondsen en ieder ander die er iets over wil zeggen. Net als bij het voorgaande invoeren van een nieuw voedselkeuzelogo. Dat was zeker niet het geval bij het voorgaande Akkoord Verbeteren Productsamenstelling (2012-2020). Dat akkoord kreeg regelmatig kritiek over het lage ambitie niveau. Hier zat de industrie aan het stuur. Volgens mij is het proces beter nu.

### Stimuleert Nutri-Score productverbetering?

Maar wanneer zo'n nieuwe aanpak voor productverbetering ontworpen wordt, zou je willen dat een nieuwe voedselkeuzelogo hierop aansluit. En dat het voedselkeuzelogo productverbetering daadwerkelijk stimuleert. Helaas is dat nu niet lang altijd het geval. In mijn [2e blog 'het nutri-score algoritme'](#) en [3e blog 'het algoritme aanpassen, hoe dan?'](#) leg ik de problemen van Nutri-Score uit. Productverbetering wordt niet gestimuleerd in brood (meer vezels) en vleeswaren (minder zout). Bovendien kunnen ontbijtgranen en chocolademelk punten verdienen met extra vezels of eiwitten, zonder dat het suikergehalte verlaagd wordt. Hier moet dus nog wel wat aan gedaan worden.



### Een gezondere voedselomgeving

Dat was op 7 april 2021 ook het pleidooi van de [Raad van Volksgezondheid en Samenleving](#). Mensen met een lage opleiding leven 7 jaar korter dan hoogopgeleiden. Het verschil in gezonde levensjaren is zelfs 15 jaar! Zij worden dus 15 jaar eerder ziek. En door de coronacrisis nemen deze verschillen alleen maar toe. Dit gezondheidsverschil is een van onze belangrijkste problemen, denk ik. De Raad houdt een pleidooi voor meer langetermijnbeleid gericht op het verkleinen van dit verschil. Onderdeel daarvan is het creëren van een gezondere voedselomgeving, zodat iedereen gestimuleerd wordt om gezonder te eten. En niet alleen de geïnteresseerde consumenten die naar logo's kijken.

### Maar ja: het is allemaal niet verplicht

Op diezelfde dag (7 april) verscheen overigens ook nog een rapport [van het RIVM](#). Een advies om het Nationale Preventie Akkoord te voorzien van aanvullende maatregelen. Want nu gaan we de ambitie om overgewicht terug te dringen zeker niet halen. Genoemd

worden: prijsmaatregelen, suikertaks en geen btw meer op groente en fruit. Goede ideeën voor een gezondere voedselomgeving en bewezen effectief in andere landen!

De overheid zit aan het stuur nu. Dat is absoluut een verbetering ten opzichte van eerdere initiatieven om onze voedselomgeving te verbeteren. Toch is het allemaal nu nog steeds heel vrijblijvend. Een rapport schrijven is niet genoeg. Iets verplichten: Zeker! Ook hier is de overheid aan zet...

---

## Voedselkeuzelogo #6: de voedingsmiddelensector

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 29-04-2021



Eenzijds zou een voedselkeuzelogo consumenten moeten helpen met begrijpelijke informatie. Anderzijds motiveert het de voedingsmiddelensector tot productverbetering. Supermarkten en sommige fabrikanten kunnen niet wachten om Nutri-Score snel in te voeren. Alleen nu leidt Nutri-Score tot onlogische gezonde keuzes en dat is verwarrend voor de consument. Dat moet dus eerst gerepareerd worden. Hierover gingen mijn eerste 4 blogs. Maar wie zorgt ervoor dat zo'n voedselkeuzelogo een succes wordt? Is dat de levensmiddelenindustrie, de overheid? Welke rollen spelen de wetenschap en de maatschappelijke organisaties? Wat hebben we geleerd uit het verleden? Voer voor meer blogs. Vorige week de overheid, nu dus de voedingsmiddelensector.

### Geen Vinkje, geen criteria, geen doel

De voedingsmiddelensector heeft een nieuw voedselkeuzelogo al lang op het verlanglijstje staan. Al sinds het Vinkje werd afgeschoten. Een voedselkeuzelogo is een manier waarop de voedingsmiddelensector kan communiceren over hoe gezond ze zijn. Zo stelde Albert

Heijn zich in 2011 tot doel dat 25% van de producten in 2015 moest voldoen aan de criteria van het Vinkje. Geen Vinkje, geen criteria, geen doel waarop Albert Heijn zich kon richten. Albert Heijn was daarom ook 1 van de voorvechters voor een snel invoeren van Nutri-Score.

### Pilot Albert Heijn

Albert Heijn is sinds een aantal maanden een pilot aan het uitvoeren in het zuivelschap. Misschien is het je al opgevallen. Ik denk dat het heel leerzaam is, want er zijn rare dingen te zien (zie afbeelding). Dezelfde producten, halfvolle melk en vanillevla, hebben verschillende letters. Waardoor dit komt is onduidelijk. Misschien is het onderdeel van de pilot. Misschien wordt er gekeken of de vanillevla of halfvolle melk met een gezondere A of B beter verkoopt dan die met een B of C. Maar het kan ook een foutje van de fabrikant zijn. Ik denk zelf dat de consument niet echt geholpen is met deze pilot. Het is verwarrend. En de consument verliest zijn vertrouwen in Nutri-Score.



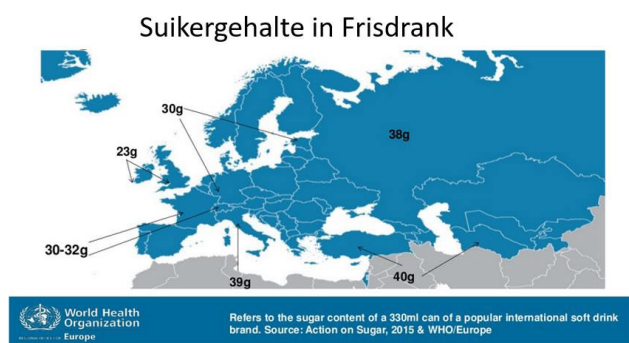
### Producenten gebruiken Nutri-Score selectief

Er is een aantal producenten die het verzoek van de overheid om nu nog geen logo te voeren naast zich neerleggen. Alpro en HAK vinden het logo prima zoals het is en voeren al op hun verpakkingen. Logisch, want deze producten scoren allemaal een gezonde A of B. Of toch niet? Als je goed kijkt naar welke producten van HAK en Alpro een Nutri-Score op de verpakking hebben, zie je dat deze producenten opportunistisch zijn. De voedingsmiddelen die hoogstwaarschijnlijk geen gezonde score hebben, dragen (nog?) geen logo (zie afbeelding).

## KitKat met een rode E

Hetzelfde geldt voor Nestlé. De grootste voedingsmiddelenproducent ter wereld heeft al aangekondigd het Nutri-Score logo te gaan voeren op hun producten. Nestlé produceert voor veel landen, waarvan sommigen het logo al hebben ingevoerd. Zij gebruiken dit argument om Nutri-Score ook in de Nederlandse supermarkten op verpakkingen te zetten. Te beginnen met de vleesvervangers van Gourmet Garden. Deze scores gunstig. Ik ben benieuwd wanneer KitKat of Smarties een logo krijgen. Daar wordt nog niet zo'n haast meegemaakt. Dat is geen toeval, vermoed ik.

De rol van Albert Heijn, Nestlé, HAK en Alpro is producten verkopen. Het liefst meer dan de concurrent. In dat licht is dit opportunisme wel begrijpelijk. Zo'n positieve Nutri-Score levert waarschijnlijk meer verkoop op. Het is maar de vraag of dat het geval is bij een rode E op de verpakking. En de overheid gaat heus niet handhaven. Tenslotte is het logo in België en Frankrijk al op de markt. En dit zijn allemaal internationaal opererende bedrijven. Het is veel te ingewikkeld en duur om voor ieder land verpakkingen aan te passen... Maar is dat wel echt zo?



Bron: <https://www.slideshare.net/THLfi/joo-breda-ending-childhood-obesity-in-europe>

## Aanpassen per land kan wel

Ook dit is een kwestie van prioriteit. Als het voldoende oplevert, is het wel degelijk mogelijk om per land verpakkingen, of zelfs recepturen aan te passen. Dat illustreert een analyse uit 2015 van de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO, zie afbeelding).

Suikergehaltes van een populair frisdrankmerk verschillen sterk tussen landen: in Ierland en Engeland zijn de suikergehaltes 20-23g per 100ml terwijl dit frisdrankmerk in Turkije en Italië bijna dubbel zoveel suiker (38-40g per 100ml) bevat. Het kan dus wel, verpakking aanpassen voor een specifiek land.

Dit is dus een valse start. Jammer dat er door deze spelers in de voedingsmiddelensector niet gewacht wordt tot het voedselkeuzelogo wel klopt en in lijn is met hoe we gezonde keuzes stimuleren. Het ongeduld is best te begrijpen, maar wat er nu gebeurt doet afbreuk aan het consumentenvertrouwen in een mogelijk toekomstig voedselkeuzelogo. Zie dat straks maar weer recht te breien.

-----

## Voedselkeuzelogo #7: de consument

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 06-05-2021

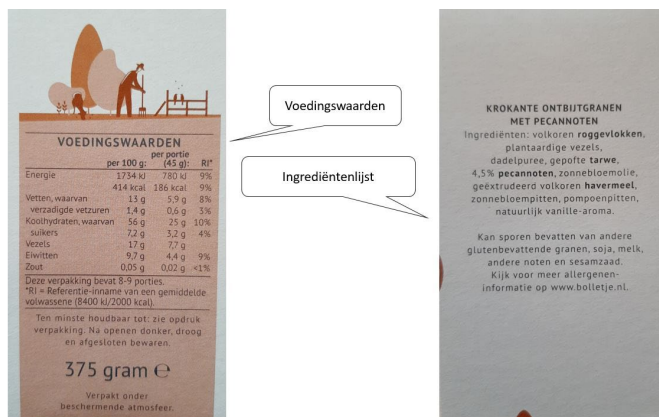


Gezonde keuzes gemakkelijker maken is het doel van een voedselkeuzelogo. Enerzijds helpt het consumenten met begrijpelijke informatie. Anderzijds motiveert het de voedingsmiddelensector tot productverbetering. De consument staat centraal. Het voedselkeuzelogo Nutri-Score staat in de schijnwerpers. Hierover gingen mijn eerste blogs. Wie zorgt ervoor dat zo'n voedselkeuzelogo een succes wordt? Is dat de levensmiddelenindustrie of de overheid? Hoe zit het met de consument? Voer voor meer blogs. Na de overheid en de voedingsmiddelensector, is nu de consument aan de beurt.

### Is 0.4g zout in 100g soep nu veel of weinig?

Veel consumentenonderzoek laat zien dat consumenten moeite hebben met alle informatie op de verpakking van voedingsmiddelen. Naast de merknaam en de hoeveelheid, staat er een voedingswaardedeclaratie en een ingrediëntenlijst op (zie afbeelding). Dat is allemaal verplicht, vastgelegd in wetgeving. Hiermee kun je als consument zien hoe gezond een product is. Tenminste, zo is het bedoeld. Maar je moet wel enige inhoudelijke kennis hebben van voeding om deze getallen en woorden te kunnen begrijpen. Is 0.4g zout in

100g soep nu veel of weinig? En als het gaat om volkorenbrood en volkoren beschuit: wat is gezonder en waar moet je op letten? Dit vraagt om een goede bestudering van het etiket en een zorgvuldige vergelijking met andere producten. Daar heeft niet iedereen kennis van en tijd voor. Daarom is het idee zo gek nog niet om een voedselkeuzelogo te ontwerpen waarmee consumenten in één oogopslag zien hoe gezond een voedingsmiddel is.



### Er is weinig bewijs dat een logo consumenten helpt

Toch is bewijs dat een voedselkeuzelogo consumenten helpt met gezonde keuzes maken heel beperkt. Dat geldt dus ook voor Nutri-Score. De Nederlandse overheid heeft consumentenonderzoek laten doen ter voorbereiding van het voorgenomen besluit om een keuze te maken voor een bepaald voedselkeuzelogo. Hieruit bleek dat van de drie voorgelegde voedselkeuzelogo's Nutri-Score consumenten het meeste aansprak (zie afbeelding). Ook gaven consumenten aan verward te raken als Nutri-Score en de Schijf van Vijf elkaar tegenspreken. En dat ze dan de boel niet meer vertrouwen. Die verwarring ondergraaft dus zowel Nutri-Score als de Schijf van Vijf. Dit consumentenonderzoek lag aan de basis van het besluit om eerst het Nutri-Score algoritme aan te passen, zodat het beter past bij de Schijf van Vijf en daarna pas het logo op de verpakkingen te zetten. Althans dat was de bedoeling. In de vorige blog bleek al dat het vaak enigszins anders loopt.

### Nutri-Score is beter dan Stoplichten

De Consumentenbond speelt hierin ook – een meer politieke – rol. Samen met consumentenbonden uit heel Europa pleiten zij voor een snelle invoering van een verplicht Nutri-Score. Tot 3-4 jaar geleden pleitten deze consumentenbonden met evenveel enthousiasme voor het voedselkeuzelogo Stoplichten. Ik heb er destijds nog een blog over

geschreven (Consumentenbond: Helpen met gezonde keuzes verkeerslichten of vinkjes). Inmiddels zijn ze van mening veranderd en ik ben het met deze switch eens. Nutri-Score is een beter voedselkeuzelogo dan de Stoplichten, die zijn veel te ingewikkeld voor consumenten. Maar ik vind niet dat de Consumentenbond de consument een dienst bewijst door Nutri-Score er nu doorheen te duwen. Want er is verwarring door onlogische keuzes. Dat kan toch niet de bedoeling zijn voor een organisatie die belangen van consumenten behartigt!

Voorwaarden			
Helpt consument het beste			
Sluit aan op Schijf van Vijf			
Gebruik landen om ons heen			
Breed draagvlak			

Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/voeding/gezonde-voeding/nieuw-voedselkeuzelogo-nutri-score/zo-koos-de-overheid-nutri-score>

### De realiteit in de supermarkt

De meeste consumenten letten overigens helemaal niet op logo's. Die hebben haast, weten allang wat ze willen hebben. Of zijn niet geïnteresseerd in gezondheid. De prijs, het merk, de bereidingswijze, de houdbaarheidsdatum, dat zijn aspecten op basis waarvan consumenten hun keuzes maken. Gezondheid staat veel lager op dit lijstje. Maar áls ze geïnteresseerd zijn in gezondheid, dan is de informatie op de verpakking vaak te moeilijk. Die getallen zeggen namelijk weinig, en dan zou een voedselkeuzelogo dus uitsluitel kunnen bieden.

### Slechts een klein deel gebruikt een logo

Het werkelijke gebruik van zo'n voedselkeuzelogo door consumenten ligt niet hoog: Ongeveer 1/3 van de consumenten zegt (bijna) nooit het etiket te lezen. En ongeveer 20% van de consument zegt een logo te gebruiken bij het boodschappen doen. Als dat zo is, waarom al dat gedoe met zo'n logo? Dat heeft vooral te maken met het tweede doel: namelijk dat een voedselkeuzelogo bedrijven stimuleert producten te verbeteren. Daarmee worden uiteindelijk veel meer consumenten bereikt dan alleen diegene die het logo gebruiken. Overigens, vrijwel alle consumentenonderzoek naar voedselkeuzelogo's is gebaseerd op vragenlijsten. Dat is echt een tekortkoming. Consumenten zijn niet altijd zo consequent. Je kunt alleen maar vragen of ze het logo herkennen, waarderen, en (zullen)

gebruiken. Maar of ze dat daadwerkelijk ook doen, het echte gedrag, kun je niet met een vragenlijst meten.

### Gezonde boodschappen in winkelwagentjes

Toch is er is wel wat onderzoek gedaan waarin het consumentengedrag echt is gemeten: zo stonden Amsterdamse onderzoekers bij de uitgang van de supermarkt en vroegen de consumenten of ze het voedselkeuzelogo (dat was toen Het Vinkje) gebruikt hadden. En vervolgens telden de onderzoekers boodschappen met een Vinkje. Hieruit bleek dat de consumenten die het logo gebruikten meer producten met een Vinkje in hun winkelwagen hadden. Maar ook dat de consumenten die er niet op letten toch ook een aantal producten met een Vinkje in hun winkelwagen hadden liggen. Dat resultaat, namelijk meer gezonde boodschappen in ALLE winkelwagentjes is -denk ik- belangrijker als het gaat om gezondheid.

-----

### Voedselkeuzelogo #8: wat zegt de wetenschap

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 13-05-2021



Gezonde keuzes gemakkelijker maken is het doel van een voedselkeuzelogo. Door consumenten te helpen met begrijpelijke informatie en door de voedingsmiddelensector te stimuleren hun producten gezonder te maken. Maar werkt het echt? Worden we echt gezonder door een voedselkeuzelogo? Wat is het bewijs hiervoor? Na de blogs over het perspectief van de overheid, de voedingsmiddelensector en de consument, nu een blog over de wetenschap achter voedselkeuzelogo's.

## Wetenschappelijke validatie algoritme

Achter een voedselkeuzelogo zoals Nutri-Score zit een algoritme (hier uitgelegd ). Dat is een verzameling criteria waarmee de voedingsmiddelen gecategoriseerd worden op basis van hun samenstelling, dus b.v. hoeveel zout verzadigd vet en suiker ze bevatten. Zo'n algoritme kan op verschillende manieren worden gevalideerd: door te kijken in welke mate het onderscheid kan maken tussen gezondere en minder gezondere producten, door te toetsen of het aansluit bij de voedingsrichtlijnen en door te berekenen in welke mate het gezondheidseffecten kan hebben.

## Bewijs consumenten

Onderzoek bij consumenten kwam al even langs in de vorige blog. Er zijn heel veel onderzoeken gedaan met vragenlijsten waarin consumenten worden gevraagd of ze de diverse voedselkeuzelogo's waarderen, of ze deze begrijpen, of de logo's hen helpen gezondere keuzes te maken en of ze van plan zijn de logo's te gaan gebruiken. Meestal worden verschillende logo's met elkaar vergeleken. Het meest onderzocht zijn Stoplichten, Nutri-Score en de Australische/Nieuw-Zeelandse Health Star Rating (Afbeelding). Welk logo het beste scoort, heeft vaak te maken met hoe bekend consumenten ermee zijn. Een positief resultaat uit zo'n onderzoek betekent echter nog niet dat consumenten zo'n logo ook echt gebruiken om gezondere boodschappen te doen. Onderzoek om deze vraag te beantwoorden, is veel lastiger uit te voeren. Daarom is het ook veel minder gedaan.



## Bewijs gezondere boodschappen in het winkelwagentje

In februari dit jaar (2021) publiceerden onderzoekers een overzicht waarin ze resultaten van 15 van dit soort onderzoeken naast elkaar zetten. Diverse voedselkeuzelogos werden hierin meegenomen: Stoplichten, Health Star Rating, Dagelijkse Referentie Inname, Waarschuwingslogo's (zie afbeelding). Nutri-Score zat hier niet bij. Uiteindelijk concludeerden de onderzoekers dat het niet te zeggen is of de diverse voedselkeuzelogo's effect hebben op hoe gezond de boodschappen die consumenten doen zijn. Of

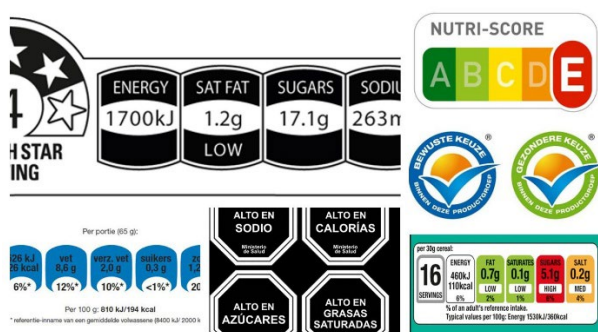
voedselkeuzelogo's consumenten tot het maken van gezondere keuzes stimuleren, blijft dus onduidelijk.

### Bewijs productverbetering

Maar misschien worden boodschappen zelf wel gezonder door aanpassingen van voedingsproducenten? Er zijn wel een paar aanwijzingen dat voedselkeuzelogo's de voedingsmiddelensector stimuleren tot productverbetering. In 2019 werd door onderzoekers een overzicht van 60 verschillende onderzoeken gemaakt. De onderzoeken in dit overzicht zijn divers, ze kijken naar effecten van verplichte etikettering zoals voedingswaarden en niet-verplichte etikettering (de meeste voedselkeuzelogo's). Ze ontdekten dat de voedingsmiddelenindustrie onder invloed van die etiketten en logo's gehaltes van zout en van het ongezonde transvet in hun producten had verlaagd. Ongeveer een jaar later in ander overzicht werd eveneens geconcludeerd dat voedselkeuzelogo's in potentie voedingsmiddelenbedrijven aanzet tot productverbeteringen.

### Bewijs gezondheid

Uiteindelijk gaat het erom of de gezondheid van consumenten verbetert. Maar ja, als de effecten van logo's al niet zo groot zijn, welk gezondheidseffect kun je daar dan eigenlijk van verwachten? Hoewel praktijkmetingen van gezondheidseffecten van voedselkeuzelogo's dus lastig zijn, kunnen potentiële gezondheidseffecten op voedingsinname en risico op b.v. hart- en vaatziekten wel gemodelleerd worden. Deze modelberekeningen laten zien is dat er wel veel potentie is. Maar de realiteit is weerbarstig. Omdat een voedselkeuzelogo meestal niet verplicht is, zijn de effecten niet zo groot. Ook dat laten de modelberekeningen zien.



## Bewijs effectief beleid

Tenslotte, de Wereld Gezondheidsorganisatie (WHO) heeft het Europese beleid geëvalueerd. Wel 15 Europese landen hebben ervaringen met voedselkeuzelogo's. Er ging wel eens wat mis, daar weten we in Nederland alles van (in mijn volgende blog ga ik hier dieper op in).

Dit alles heeft geleid tot een aantal succesfactoren die de WHO in zijn aanbevelingen beschrijft:

- De overheid moet aan het stuur zitten
- Alle betrokkenen (zoals industrie, maatschappelijke organisaties, experts) moeten worden meegenomen in de implementatie van het logo
- Een uitgebreide communicatie campagne ondersteunt zo'n implementatie
- De effectiviteit van het logo wordt geëvalueerd
- En, misschien wel de allerbelangrijkste: het voedselkeuzelogo is verplicht

## Veel onderzoek, dus

Het onderzoek laat zien dat er potentiële gezondheidseffecten zijn van een voedselkeuzelogo. Het effect van productverbetering is het meest veelbelovend. Daarom pleit de Europese Farm to Fork strategie ook voor een verplicht voedselkeuzelogo. En ziet de WHO de voordelen van een verplicht voedselkeuzelogo als onderdeel van beleid om gezondere keuzes te stimuleren.

---

## Voedselkeuzelogo #9: daarom dus

Door Annet Roodenburg · Gepubliceerd 20-05-2021



In Nederland kregen we in 2006 een voedselkeuzelogo: Het Vinkje (Ik Kies Bewust). Zo'n voedselkeuzelogo moest consumenten helpen gezonde keuzes maken, door ze te helpen met begrijpelijke informatie en de voedingsmiddelensector te stimuleren hun producten te verbeteren. Sinds 2018 is Het Vinkje niet meer te vinden op verpakkingen van voedingsmiddelen. Toch was het logo heel bekend of berucht. Eerst nog een stukje geschiedenis.

### **De afzender is van belang**

Het Vinkje ontstond doordat onze overheid de voedingsmiddelensector 15 jaar geleden ocriep om te komen tot 1 voedselkeuzelogo. Dat deed de voedingsmiddelensector, destijds met Unilever en FrieslandCampina voorop, zo ontstond in 2006 het 'Ik Kies Bewust' logo. Doordat Albert Heijn parallel zijn Keuze Klavertje introduceerde voor uitsluitend eigen huismerkartikelen, en 'Ik Kies Bewust' openstond voor alle anderen, groeide het 'Ik Kies Bewust' initiatief destijds heel snel. In 2010 gingen Klavertje en 'Ik Kies Bewust' samen tot Het Vinkje. De voedingsmiddelensector was initiatiefnemer én eigenaar: juist dat maakte het logo minder geloofwaardig.

### **Het Vinkje was niet te koop**

Voedingsmiddelenbedrijven moesten betalen om het Vinkje op hun gezondere producten te mogen dragen. Dat deden ze naar draagkracht. Grotere bedrijven met meer omzet, betaalden een hoger bedrag. Met dat geld werd de controle of een voedingsmiddel voldeed aan de criteria gefinancierd en ook de communicatie naar consumenten over wat het voedselkeuzelogo betekende. Op zich heel logisch want deze dingen kosten geld, alleen al gauw werd onterecht gesuggereerd dat bedrijven het Vinkje konden kopen.

## Verwarrend voor consumenten

Het Vinkje was een voedselkeuzelogo dat alleen op voedingsmiddelen stond die gezond waren, volgens de vastgestelde criteria (voor suiker, zout, verzadigd vet, transvet, energie en voedingsvezel). Als een voedingsmiddel geen Vinkje had, kon je als consument dus niet zien of het een ongezonde keuze was, of dat de fabrikant helemaal niet meedeed.



## Draagvlak en snelheid is ook van belang

Vanwege de ongeloofwaardigheid van een voedselkeuzelogo waar de voedingsindustrie eigenaar van is, is het goed dat nu de overheid aan het stuur zit. En dat er gezocht wordt naar een breed draagvlak waarin bedrijfsleven, wetenschap, maatschappelijke organisaties worden meegenomen. Het nadeel hiervan is wel dat het langzaam gaat. De voedingsmiddelensector wacht al sinds 2018 op een nieuwe set van criteria waarop ze zich kunnen richten. Het ongeduld bij supermarkten en producenten waarover ik eerder schreef is ergens wel begrijpelijk.

## Een voedselkeuzelogo op alle producten

Ook de ontwikkeling van een verplicht logo of een logo waaraan je kunt zien of een fabrikant meedoet aan het logo is een stap in de goede richting. Een voorbeeld van die laatste is de eerder besproken Nutri-Score. Als een fabrikant meedoet moeten alle producten een logo krijgen: A,B,C,D en E. In een vorige blog kon je lezen dat bedrijven daar nu helaas opportunistisch mee omgaan (zie ook de afbeelding). De verschijningsvorm van Nutri-Score maakt het in principe een beter logo dan het Vinkje omdat consumenten kunnen zien of bedrijven meedoen of niet.

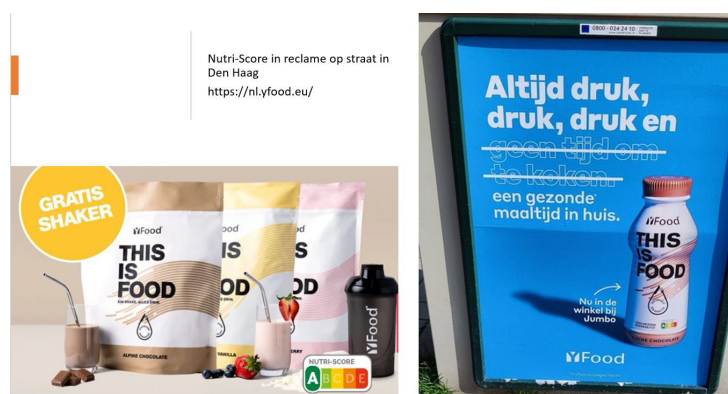
## Wetenschappelijke onderbouwing

Ook belangrijk is of een logo wetenschappelijk onderbouwd is. Het 'Ik Kies Bewust' logo had die wetenschappelijke onderbouwing. Ik heb er destijds aan meegewerkt, de

uitdaging was om dit onafhankelijk van mijn toenmalige werkgever (Unilever) te doen. Hiervoor was een werkwijze afgestemd, waarbij betrokken bedrijven zich niet inhoudelijk mochten bemoeien met de onderbouwing die met een groep internationale wetenschappers werd ontwikkeld. Als je wilt weten hoe we dat deden: kijk naar het supplement bij de wetenschappelijke publicatie hierover. Criteria werden iedere 4 jaar aangescherpt door een wetenschappelijke commissie. Ook werd de effectiviteit bij consumenten en producenten onderzocht. En de potentiële effecten op gezondheid. Na 2010 is er echter weinig meer onderzocht en gepubliceerd over de effectiviteit van het Vinkje. Dat is pakte negatief uit voor het logo, want hierdoor kregen de critici een groter aandeel van het lawaai.

### Dat monitoren van effecten is belangrijk

De wetenschappers achter Nutri-Score publiceren een grote stroom wetenschappelijke artikelen. Hun onderzoek gaat vooral over de validatie van het algoritme en de effectiviteit bij consumenten. Vaak vergelijkbare onderzoeken in verschillende landen. Zie vorige blog. Op deze manier wordt het logo 'geladen' met steeds opnieuw (vergelijkbare) actuele informatie. Best slim. Nutri-Score wordt steeds bekender. Toch blijven er problemen met het algoritme. En de meest interessante onderzoeksvraag wordt er niet mee beantwoord: Heeft het voedselkeuzelogo echt effect op de gezondheid van de consument? Dat blijft lastig te onderzoeken. En het is maar de vraag of alleen een voedselkeuzelogo zo effectief zal zijn op de gezondheid van de consument. Wel als onderdeel van een beleid, waar ook maatregelen bij horen zoals suikertaks, (verplichte) doelen voor productverbetering en het verbieden van alle kidsmarketing. En dan maakt het niet zo uit of het Nutri-Score of een ander voedselkeuzelogo is, zolang het maar verplicht is voor alle producten.



### Daarom een logo

De kracht van het certificeren door middel van een voor de consument zichtbaar logo is een veel gebruik mechanisme om het aanbod te sturen. Of het nu over Beter-Leven vlees

gaat, over duurzame vis, over eerlijke chocolade, of over gezondheid. Als de achterliggende criteria maar goed onderbouwd zijn en het proces van toekenning van de logo's in orde is. En dan kan het soms best nog heel ingewikkeld zijn in onze complexe voedingsketen... daar heb ik ook ooit over geblogd. Dus simpel is het niet, maar toch zie ik een voedselkeuzelogo als een middel om veranderingen teweeg te brengen. Vooral door voedingsmiddelenfabrikanten aan te sporen gezondere producten te maken.

Daarom hoop ik over 2(?) jaar in mijn supermarkt veel meer voedselkeuzelogo's te zien, die consumenten écht helpen. En supermarkten die consumenten helpen gezonde keuzes te maken, niet alleen door een gezonder aanbod maar ook door die gezondere keuzes in de aanbieding te doen.