

## Bewust Ongezonder

### Inleiding

Met de invoering van het Ik Kies Bewust logo, is er veel veranderd in het voedsellandschap. Dit komt mede door het Ik kies bewust logo, het gezonde keuze, het bewuste klavertje en veel andere logo's op levensmiddelen. Producten waarvan we dachten dat deze te vet, te zoet of te zout zouden zijn, worden nu gezond verklaard. Is dit wel zo? Of is het zo dat we worden overspoeld met een scala aan verstandige levensmiddelen, die eigenlijk helemaal niet zo gezond zijn?

### Wat zeggen al die logo's eigenlijk?

De achterliggende gedachte om een logo te ontwikkelen, ter ondersteuning van gezonde voeding uitstekend. Jammer genoeg is het soms alleen niet duidelijk genoeg wat het logo eigenlijk inhoudt. Als je het letterlijk zou nemen, is het eten van kroketten met een van de logo's op de verpakking, bewust en gezond. Zo worden ongezonde producten ineens goed voor je. Volgens de website van zowel de Albert Heijn en het voedingscentrum, mag een product het logo voeren onder bepaalde voorwaarden. Er moet minder zout, minder verzadigd vet, minder transvetten en minder suikers in een product zitten. Alleen zo komt een product in aanmerking voor het logo. Bevat het product te weinig vezels, vitamines of mineralen, dan moeten deze eerst aan het product worden toegevoegd om het logo te kunnen krijgen. Wat opvalt, is dat het lijstje van het ik kies bewust logo, voornamelijk Unilever producten bevat. Supermarkt keten Albert Heijn, heeft ook een logo ontwikkeld voor hun huismerk. Zij bedachten het gezonde klavertje en het bewuste klavertje. Het gezonde klavertje staat voor de basisproducten die wij in onze voeding gebruiken zoals brood, groente en fruit. Dit logo heeft een groene rand. Het bewuste klavertje is voor producten die net als het Ik Kies Bewust logo, minder zout, vetten, transvetten en suikers bevatten. Dit logo heeft een oranje rand.

Het is best vreemd, dat snacks, snoep koek en taart, een logo krijgen doordat ze binnen de criteria van de productgroep vallen om het logo te mogen dragen. Terwijl deze producten niet bepaald gezond zijn.

## Zijn de producten met logo's echt beter voor je?

In veel van de producten zijn bepaalde ongezonde stoffen in mindere mate aanwezig. Dit houdt nog niet dan zo'n product ook echt gezond voor je is. Vaak zijn suikers en vetten vervangen door zoetstoffen. Zo krijgt het product toch de smaak die wij lekker vinden. Dat suiker en vet de boosdoener zijn van de steeds dikker wordende maatschappij is al bekend. Het klopt alleen niet dat een logo op een product er voor zorgt dat een bepaald product echt beter voor je is.

Veel producten uit de goedkopere lijn van een supermarkt voeren het logo namelijk niet. Dit betekent niet dat dit product dan ongezond voor je is. Het is alleen zo dat de producent van dat product er voor gekozen heeft, geen bedrag van duizend euro te betalen om het logo te mogen voeren. Dat kan er voor zorgen dat zo'n product uiteindelijk uit de supermarkt verdwijnt als mensen enkel nog producten kopen die een logo voeren. In mijn ogen is dit eigenlijk een strategie van de grotere en duurder merken. Zoals Nick Davies in zijn boek flat earth news vertelt. Hij zegt dat de consument klakkeloos aanneemt wat de media schrijft. In dit geval is dat eigenlijk ook zo. De consument denkt gezond bezig te zijn als hij een product koopt dat een logo draagt.

Kant en klare producten die je koopt in de supermarkt zitten, hoe gezond en bewust ze ook lijken te zijn, evengoed vol met hulpstoffen. Denk aan conserveringsmiddelen om een product langer houdbaar te maken.

Een mooi voorbeeld is de biologische appelboer. Ook hij had zich ook had aangemeld voor het Ik Kies Bewust logo. De boer maakte van onbespoten appels, biologisch appelsap. Niets kan puurder en natuurlijker dan vers sap, zou je denken. Toch kreeg hij het logo niet. Er zaten te weinig vezels in zijn appelsap. Hij was daar niet bitter over, hij verkoopt liever een echt product. In plaats van stoffen aan zijn natuurlijke sap toe te moeten voegen. Het is best vreemd dat producten zonder toevoegingen blijkbaar als minder gezond worden beschouwd dan producten waar stoffen aan worden toegevoegd. Zo wordt wel gecreëerd, dat het lijkt alsof light cola uit de supermarkt als gezonder is dan de appelsap zonder logo. Op deze manier weet de consument niet meer wat wel echt gezond is en wat niet. Moet je nu een lightproduct zonder logo kopen omdat ons wijs is gemaakt dat light beter is, of moet je de gewone versie kopen die wel het logo bevat. Heel verwarrend.

## Vanwaar de betutteling in de voedingsindustrie?

Ons kabinet heeft besloten dat Nederland in het jaar 2015 de meest gezonde inwoners van Europa moet hebben. Dit geldt voornamelijk voor kinderen en jongeren, omdat zij te dik aan het worden zijn. Met Jongeren Gezond Op Gewicht, kort gezegd JOGG, moeten jongeren worden aangespoord een gezondere levensstijl te gaan ontwikkelen. De grotere gemeenten in het land, gaan lespakketten aanbieden ter ondersteuning. Voor veel jongeren kan een gezondere leefstijl zeker geen kwaad. Het is ook zeker goed om die factoren te stimuleren. Het komt alleen zo betutteld over. Het begint er steeds meer op te lijken, dat je als burger geen enkele keuze meer zelf mag maken. Zelfs niet over je eigen voedsel. Op de website van Ik Kies Bewust staat een tabel met producten goedgekeurd aan de hand van de Ik Kies bewust maatstaven.

Uit onderzoek van de consumentenbond komt naar voren dat een dagmenu samengesteld uit producten uit de tabel, de dagelijkse aanbevolen hoeveelheid van calorieën met 600 calorieën overschrijdt.

Dan is er, ook door de overheid opgericht, de website van het voedingscentrum. Op hun website kun je informatie inwinnen over alles op het gebied van voeding. Zij hebben richtlijnen over wat gezond is, wat je beter wel en niet kunt eten maar ook recepten voor een gezonder leven. Eigenlijk dus best heel informatief en nuttig. Wat wel direct opvalt, is dat ook deze website niet zuinig is in het gebruik van het woord bewust. Blijkbaar is de Nederlandse burger zich niet bewust genoeg van wat hij eet.

## De tegenkant van bewust en gezond

Naast de logo's, zijn er ook nog andere levensmiddelen verkrijgbaar met een scala aan slogans en aanduidingen die ons leven gezonder schijnen te maken. Zo is er een overschot aan 0% vet zuivel, boter die cholesterol verlagend zou zijn. De niet aan te ontkomen lightproducten zijn er zelfs voor baby's en kinderen. Er tegenwoordig voedsel op de markt gebracht dat zo min mogelijk de zogezegd slechte stoffen bevat. Ouders willen het beste voor hun kind, wat begrijpelijk is. Al resulteert dat er ook in, dat er kinderen zijn die ondervoed raken. Doordat ouders, die via de media zoveel berichten horen over overgewicht, kinderen producten geven waar totaal geen bouwstoffen inzitten. Kinderen hebben juist vetten en suikers nodig om te groeien en te functioneren. Voor volwassenen is het goed dat zij er bewust van worden om minder vet en suiker tot zich te nemen in de maatschappij van tegenwoordig. Het is alleen geen goed teken dat kinderen hierdoor ongezond worden.

## Conclusie

Het is goed om mensen bewust te maken met wat gezond is en wat niet. Ik denk alleen niet op de manier zoals de overheid en de regering dat willen. Wat er nu gebeurt, is dat mensen producten kopen, die zij voor gezond aanzien. Vaak omdat er op staat dat het gezond is door middel van een logo. Het is een soort houvast. We moeten toch echt geen vetten en suikers eten. Tegenstrijdig is dat uit onderzoek blijkt dat, er groepen zijn die te weinig voedingstof binnenkrijgen. Terwijl met de tabel van de Ik Kies Bewust website, makkelijk meer calorieën worden ingenomen dan nodig is. Het is eigenlijk niet per definitie zo is dat een voedingsproduct met een logo ook echt beter voor je is. Een product met de zelfde ingrediënten en voedingswaardes zonder logo kan net zo gezond zijn. Vaak is het product zonder logo goedkoper ook. Ik zie het als een geld over de balk project van de overheid en regering. De producenten van A-merken verdienen er aan en de consument wordt de dief van zijn eigen portemonnee. Of het de gezondheid van de Nederlander echt ten goede doet, dat blijft de vraag.