

# ‘Duurzame informatie via mobieltje’



Renze Brouwer: "Om te beginnen moet het aanbod aan duurzame producten beter."

**Deze zomer bracht het ministerie van LNV de nota Duurzaam voedsel uit. Minister Gerda Verburg liet daarin weten dat ze Nederland binnen vijftien jaar koploper wil maken op het gebied van duurzame voedselvoorziening. Renze Brouwer was betrokken bij het deel van de nota dat gaat over consumenten.**

**Volgens de nota wilt u Nederlanders verleiden tot een duurzame voedselconsumptie. Hoe gaat LNV dat doen?**

"Wij hebben tot dusver veel ingezet op bewustwording en informatie. Maar we constateren dat dit niet automatisch leidt tot een ander aankoopgedrag. Tussen bewustwording en gedrag zit een groot gat, en we gaan op zoek naar manieren om dat te dichten. Naar concrete manieren om de consument

te verleiden duurzame producten te kiezen is het nog zoeken, en ook naar de rol van de overheid daarin. Wat we wel weten is dat als je mensen duurzaam wil laten kiezen, je ze een passend assortiment moet bieden en de juiste informatie.

We willen dus om te beginnen het aanbod verbeteren. Er moet namelijk ook wat te kiezen zijn. Eind oktober hebben we daarvoor bijvoorbeeld het Platform verduurzaming voed-

sel opgericht, waarin LNV met vijf grote marktpartijen samenwerkt om te zorgen voor een duurzamer aanbod. Samen met de supermarkten, de horeca, de levensmiddelenindustrie, de catering en ZLTO willen we onder meer zoeken naar kansrijke pilotprojecten.

Op het gebied van goede informatie hebben we nu een onderzoek uitgezet om na te gaan hoe je mensen via nieuwe manieren kennis en informatie over voedsel kunt verschaffen. Een mooi voorbeeld daarvan is te vinden in Japan. Daar kun je als klant in de supermarkt met je mobiele telefoon informatie opvragen over een product. Dat is ontwikkeld na grote onrust over BSE. Japanners kunnen nu tot de boer traceren waar het vlees in de supermarkt vandaan komt. Het is interessant om na te gaan wat de effecten van informatieoverdracht zijn met een vergelijkbaar systeem, maar dan met informatie over verschillende duurzaamheidskenmerken. We weten uit onderzoek dat de meeste consumenten pas in de supermarkt besluiten wat ze gaan kopen. Door de informatie ook daar aan te bieden via informatiezuilen en mobieltjes hopen we de groep consumenten die bij zijn aankopen rekening houdt met duurzaamheid te vergroten."

**De minister wil ook meer duidelijkheid scheppen in het grote aantal logo's waarmee je als consument nu wordt overspoeld. Hoe?**

"Op dit moment wordt onderzocht of er mogelijkheden zijn voor een paraplukeurmerk. Een beeldmerk waarin je in een keer kan zien hoe het product scoort op bijvoorbeeld dierenwelzijn, milieu, klimaat en rechtvaardigheid. Bestaande keurmerken zouden daar onder moeten vallen. Als een product bijvoorbeeld een Max Havelaarkeurmerk heeft zie je dat terug in de score voor rechtvaardigheid. We laten nu onderzoeken of zo'n paraplukeurmerk kan en of het oplevert wat we willen, namelijk heldere informatie."

**Er staan geen bedragen in de nota. Is er geen geld voor de plannen?**

"Jawel. Er is in ieder geval 20 miljoen euro gereserveerd voor de uitwerking van de nota. Maar de nota is geen actieplan. Het is een strategische nota die de ambitie van de minister aangeeft. Dat zul je terugzien in de beleidskeuzes in de toekomst. Ook bijvoorbeeld bij het toekennen van budgetten voor onderzoek."