

Zuivel en soep gezonder door logo

Gezondheidslogo's verspreiden zich door de schappen van de supermarkt. Het blauwe vinkje van de stichting Ik kies bewust en het klavertje vier van supermarkt Albert Heijn moeten zorgen voor een gezonder aanbod van voedingsmiddelen. Liesbeth Temme van RIKILT – Instituut voor voedselveiligheid onderzoekt of dat ook echt zo werkt.

Gezondheidslogo's zoals het Ik kies bewust logo en het Gezonde keuze klavertje zijn een nieuwe manier om ervoor te zorgen dat Nederlanders gezonder gaan eten. De gedachte is dat de logo's naar twee kanten werken. Voedingsbedrijven die het op hun producten willen zetten moeten zorgen dat hun producten aan bepaalde criteria voldoen. Die eisen zijn er onder andere op gericht om minder zout, verzadigd vet en suikers in voeding te krijgen en meer vezels en andere gezonde stoffen. De soep moet dus minder zout, tegtjes minder gesuikerd en koekjes minder vet. Herformuleren heet dat in jargon. Tegelijkertijd zou het beeldmerk op de verpakking consumenten moeten helpen om de gezondste producten sneller te herkennen. Temme onderzoekt of het logo en de daarvoor geherformuleerde producten ook de gewenste effecten hebben. "Wij hebben nu een eerste meting gedaan naar het marktaandeel van producten met een gezondheidslogo", vertelt Temme. "Ook hebben we de samenstelling van de verschillende producten vergeleken met

de gezondheidslogocriteria en de inname van verzadigd vet, suiker en natriumzout berekend. Hiervoor hebben we alleen gekeken naar industrieel bewerkte producten en niet naar de verse voedingsmiddelen zoals verse groenten en fruit, die ook gezondheidslogo's dragen."

Verzadigd vet

"Je ziet dat de initiatiefnemers van het Ik kies bewust logo, onder andere Unilever en de grote zuivelondernemingen, heel veel doen met het herkenningsteken. Vooral bij de margarine, soepen en in het zuivelschap is het marktaandeel aanzienlijk." In andere categorieën, zoals voorverpakte maaltijden, is het aandeel producten met gezondheidslogo nog laag. Kiezen voor producten met een gezondheidslogo in plaats van de 'ongezonde variant' heeft op dit moment het meest effect op de inname van verzadigde vetzuren, vooral via de margarine en volvette kazen. "Harde bak- en braadboters bevatten verzadigd vet. Als alle mensen deze vetten vervangen door vloeibare oliën en ook kaas met minder vet zouden gaan eten,

heeft dat een aanzienlijk effect op de inname van verzadigde vetzuren", aldus Temme. Ze deed verder een voorstudie voor een uitgebreider onderzoek naar de effecten van geherformuleerde producten. "Die eerste studie was eigenlijk een nulmeting, en om te kijken of de juiste gegevens aanwezig zijn. Volgend jaar starten we samen met RIVM en TNO een project waarin we onder meer willen kijken wat er technisch mogelijk is om voedingsmiddelen gezonder te maken. Een andere samenstelling kan bijvoorbeeld gevolgen hebben voor de houdbaarheid van producten. Als je minder zout en suiker toevoegt kun je een product minder lang bewaren. Een andere vraag is wat er mag volgens de warenwet. Denk aan jam: als je daar te weinig suiker in doet mag het geen jam meer heten volgens de wet." Daarnaast moeten consumenten geherformuleerde producten gaan accepteren. In het kaasvak ligt bijvoorbeeld al lang kaas met minder vet, maar dat is nog geen kassucces. Slechts acht tot tien procent van de verkochte kaas bevat minder vet.

Cluster	Voedselkwaliteit, voedselveiligheid en diergezondheid
Informatie:	www.kennisonline.wur.nl
Contact:	Liesbeth.Temme@wur.nl 0317 - 48 04 21



Consumenten herkennen gezonde producten sneller met logo's.