

De angst voor het e-nummer

E-nummers verschenen ooit om het publiek te informeren en gerust te stellen over hun voedsel. In de praktijk zorgen ze tegenwoordig voor angst en ongerustheid. Ten onrechte, vinden deskundigen. 'Wees trots op hulpstoffen, ze brengen de kwaliteit van het voedsel omhoog.'

tekst: Rob Ramaker

Zo'n honderdtachtigduizend gingen er van over de toonbank. Het zwarte gidsje *Wat zit er in uw eten?*. Dit grimmige boekje neemt systematisch alle EU-goedgekeurde additieven, of e-nummers, onder de loep. Conclusie: zo'n tachtig procent is verdacht of ronduit gevaarlijk. 'Gif in onze voedingsmiddelen', concludeert uitgever Will Jansen.

Het boekje van Jansen mag dan een extreem voorbeeld zijn, dat neemt niet weg dat veel mensen zich ongemakkelijk voelen over de additieven in ons eten. Levensmiddelenfabrikanten voegen stoffen toe om hun producten aantrekkelijker te maken. Conserveermiddelen zorgen

bijvoorbeeld dat een kant-en-klare quiche lang goed blijft. Kleurstoffen maken de vla lekker geel en aardbeienjam smakelijk rood.

Dat van al die additieven juist de e-nummers onder vuur liggen mag ironisch worden genoemd. Een e-nummer is oorspronkelijk immers juist bedoeld als een bewijs van niet-schadelijkheid. Een stof mag pas een e-nummer voeren als het door EFSA, de voedselveiligheidsautoriteit van de EU, uitgebreid is getest op schadelijke gevolgen. De stoffen zijn bovendien alleen toegestaan in een aanvaardbare dagelijkse dosis, waarbij je een product elke dag kan eten, een leven lang, zonder risico's op bijverschijnselen.

HOE OVERTUIG JE EEN VERMIJDER?

Waarom vermijden consumenten e-nummers? Dit vroeg Elleander Paans, masterstudente Toegepaste communicatiewetenschap, zich af in haar thesis. Toen ze in een enquête opmerkte dat consumenten die meer weten over e-nummers er positiever over denken, vroeg ze zich af of daar causaal verband ligt. In een experiment liet ze vervolgens twee kleine

groepen van elk zo'n twintig mensen een informatieblad lezen. Het ene bevatte wat algemene voedselinformatie, terwijl de andere specifiek voorlichtte over e-nummers. Deelnemers beantwoordden vervolgens een aantal vragen over additieven. Paans zag dat de 'leergroep' inderdaad meer kennisvragen goed beantwoordde, maar dat hun overtuigingen niet signifi-

cant veranderden. Alleen meer informatie, zo suggereert het experiment, is niet genoeg om scepsis weg te nemen. Overigens blijkt de soep vaak niet zo heet gegeten te worden. Van de consumenten die de intentie hebben minder e-nummers te eten, vermijdt slechts een klein deel bewerkt voedsel in de realiteit. Tussen droom en daad staan, zoals zo vaak, praktische bezwaren.

KENNISGEBREK

Nu bestaat er over toevoegingen al tientallen jaren ongemak, maar momenteel sluit bewerkt voedsel bijzonder slecht aan bij de tijdgeest. Voedseltrends draaien vooral om biologisch, authentiek en 'natuurlijk' eten. In dat klimaat verschijnen bij boekhandels e-nummervrije kookboeken en tal van websites zijn gewijd aan de 'ontmaskering' van e-nummers. Wanneer het over e-nummers gaat in landelijke dagbladen is het bijna onveranderlijk negatief.

In discussies over het onderwerp raken de gemoederen vrij snel verhit. Reden: we hebben geen zicht meer op de productie van ons voedsel. Dat zegt althans filosoof Dirk Haen van de Universiteit Maastricht. Consumenten voelen volgens hem argwaan als ze fabrieksvoedsel kopen, een sentiment dat wordt gevoed door de mysterieuze nummers op de verpakking. Kennisgebrek over ons eten doet de rest. 'Voor onze kennis over voedsel zijn we steeds meer afhankelijk geworden van experts,' zegt Haen. 'Die



spreken elkaar soms tegen, zodat het voor mensen heel complex wordt wat je moet geloven.'

ZOUT

Maar wat willen de critici nu eigenlijk? Voor Will Jansen, uitgever van de zwarte gids, zijn de eisen die Europa stelt aan additieven niet streng genoeg. Hij pleit voor een heel streng voorzorgsprincipe. Dat betekent dat stoffen niet mogen worden gebruikt, voordat absoluut zeker is dat ze veilig zijn.

Volgens hoogleraar Levensmiddelentechnologie Tiny van Boekel klinkt dit plan oppervlakkig misschien als een redelijk voorstel, maar zijn er twee grote problemen. Zo vergeten de criticasters dat het de *dosis* is die het vergiftig maakt. Van Boekel: 'Zout is giftig als je er veel van eet en toch staat het overal op tafel.' Ook de eis dat aan voedsel toegevoegde stoffen honderd procent veilig moeten zijn vindt Van Boekel onredelijk. 'Je kunt nooit wetenschappelijk bewijzen dat iets *niet* schadelijk is,' zegt hij, 'We kunnen alleen met alle tot onze beschikking staande middelen aantonen dat iets hoogstwaarschijnlijk niet giftig is.'

Het debat zit al een tijd vast in deze welles-nietes discussie over veiligheid, zegt filosoof Haen. In één van zijn artikelen stelt hij dat de discussie veel breder moet worden gevoerd. Consumenten maken zich zorgen om veel meer dan alleen de veiligheid en gezondheid. Zij zien het koken met 'pakjes en zakjes' oprukken en vragen zich af of dat wel de goede richting is. Gaat al dat gemakvoedsel niet ten koste van onze smaak- en kookcultuur? En zullen we in de toekomst nog wel de tijd nemen voor een goede maaltijd met het gezin? 'Consumenten vragen zich dus af wat het goede leven is,' zegt Haen, 'en welke rol voedsel

daarin speelt.' Zolang voedingsprofessionals zich alleen focussen op veiligheid, praten ze volgens hem tegen een muur.

CLEAN LABELS

Levensmiddelenprofessor Van Boekel is niet bang om deze discussie aan te gaan. 'Ook zaken buiten mijn domein zijn voor mij bespreekbaar. Wat vinden we goed voedsel en wat niet en hoe organiseren we onze voedselproductie?' Hij is van mening dat debat zelfs de enige manier is om uit deze vertrouwenscrisis te komen. Van Boekel gaat dan ook zeer regelmatig naar discussieavonden, en het stelt hem teleur dat de industrie hier vaak schittert door afwezigheid. Een inschattingsfout, vindt hij. Bedrijven moeten uitleggen waarom ze additieven gebruiken. 'Wees trots, hulpstoffen brengen de kwaliteit van het voedsel omhoog. Bovendien gebruiken we ze ook zelf in de keuken, alleen zitten ze dan in citroensap of melk.'

Stilzwijgend is de industrie zich wel aan het aanpassen, maar dan vooral op de manier die Van Boekel juist liever niét ziet. Voedselproducenten introduceren bijvoorbeeld *clean labels*, etiketten waarop geen e-nummers meer prijken. Vaak zijn dat cosmetische veranderingen om de consument gerust te stellen. In plaats van een e-nummer prijkt er een stofnaam op het etiket. Of een kunstmatige stof, zeg citroenzuur, wordt vervangen door citroensap, zodat er officieel geen additieven zijn toegevoegd. En ook de marketeers ontdekken de angst van consumenten. Hier en daar kun je in de supermarkt bijvoorbeeld kaas en worst vinden die trots vermeldt dat ze 'e-nummervrij' is. Het lijkt een recept voor nog meer angst. **R**

'Zout is giftig als je er veel van eet en toch staat het overal op tafel'