

‘OOK VOEDINGSINDUSTRIE IS VERANTWOORDELIJK VOOR GEZONDHEID’

De voedingsindustrie is medeverantwoordelijk voor gezondheidsproblemen en mag daarop worden aangesproken. Dat concludeert Tjidde Tempels. Hij promoveerde op 13 november bij de leerstoelgroep Filosofie op zijn onderzoek naar bedrijfs- en volksgezondsethiek.

Is die verantwoordelijkheid van de voedingsindustrie een nieuwe idee?

‘Voorheen werd gezondheid vooral gezien als een verantwoordelijkheid van de overheid en het individu. Maar tegenwoordig wordt steeds vaker gekeken naar de rol van de voedingsindustrie, aangezien veel bedrijven door de productie en marketing van ongezonde producten bijdragen aan de toename van onder andere obesitas.’

Bedrijven moeten toch winst maken?

‘Zeker, maar bedrijven moeten een balans vinden tussen hun economische en hun sociale verantwoordelijkheid. In de praktijk zie je nu een soort tweeslachtigheid, waarbij bedrijven aan de ene kant gezondheid stimuleren en tegelijkertijd dingen doen die de gezondheid ondermijnen. In mijn proefschrift heb ik onderzocht welke morele redenen er zijn voor bedrijven in de voedselindustrie om voedselgerelateerde gezondheidsproblemen aan te pakken. Want ook bedrijven moeten hun gedrag baseren op morele basisprincipes als “niet schaden”, respect voor autonomie en rechtvaardigheid.’

Hoe zouden bedrijven hun verantwoordelijkheid kunnen nemen?

‘Bijvoorbeeld door rekening te houden met de dagelijks aanbevolen hoeveelheden bij het ontwikkelen van nieuwe producten, door gezonde keuzes te stimuleren via nudging en door niet langer te lob-



byen tegen wetten die de volksgezondheid zouden kunnen verbeteren. Maar ook door te stoppen met marketing van ongezonde producten richting kinderen of met het promoten van ongezond gedrag. Pringles heeft bijvoorbeeld als slogan: “Once you pop, you can’t stop”. Is dat de juiste boodschap? Wil je als fabrikant dat mensen maar blijven dooreten? Deels pakt de industrie dit soort zaken al aan, maar het kan altijd beter. Nu wordt het bovendien gezien als iets wat bedrijven extra doen, terwijl ze het eigenlijk moreel verplicht zijn.’

En consumenten en de overheid?

‘Het is een gedeelde verantwoordelijkheid. Idealiter wil je dat de industrie zelf stappen zet. Pas als blijkt dat dat onvoldoende effect heeft, is de politiek aan zet. De overheid kan ook kijken hoe ze bedrijven kan helpen een gezonde transitie te maken, bijvoorbeeld door te zorgen voor een *level playing field*. Want individuele be-

drijven kunnen wel gezondere producten ontwikkelen, maar die ethische koplopers hebben een nadeel als andere bedrijven alsnog in het gat in de markt stappen van goedkopere, ongezonde producten. Consumenten zweren ongezonde producten natuurlijk niet meteen af, en ze moeten ook zelf die afweging kunnen en mogen maken. Tegelijkertijd weten we uit onderzoek dat lang niet alle voedselkeuzes een rationele afweging zijn. Mensen kunnen bovendien beperkt zijn in hun opties om de gezondere keuze te maken.’

Is die focus op gezondheid niet betuttelend?

‘Staat je autonomie als consument onder druk wanneer de industrie collectief besluit geen ongezonde producten meer aan te bieden of jou *nudget* richting gezonde producten? Wellicht. Maar als we accepteren dat we in een wereld leven waarin we sowieso gestuurd en beïnvloed worden door marketing,

dan is dit denk ik een beter alternatief dan een manipulatie richting ongezonde keuzes. Of het moreel wenselijk is en hoever dat mag gaan, is iets waarnaar ik verder geen onderzoek heb gedaan.’

Los daarvan is er ook nog veel onenigheid over wat wel en niet gezond is?

‘Klopt. Ongezonde producten zijn doorgaans niet direct schadelijk voor de gezondheid; je moet het bekijken in de context van het dieet. Daarnaast speelt mee dat voeding ook sociale en culturele waarde heeft. Stel dat ik appeltaart bak volgens het recept van mijn oma, een jaar na haar overlijden. Dat heeft waarde omdat we dan aan haar terugdenken; het leven draait om meer dan gezondheid alleen. Deze sociaal-culturele rol van ongezonde voeding zou vanuit ethisch oogpunt nog verder uitgediept moeten worden.’ TL



‘Bedrijven moeten hun gedrag baseren op morele basisprincipes als “niet schaden” en rechtvaardigheid’