

‘Dikmakers nog steeds bij kassa’

21-02-2007 00:00

Supermarkten doen nauwelijks moeite hun klanten te stimuleren gezondere producten te kopen. Zij hebben vooral dikmakende producten in de aanbieding en verleiden klanten bij de kassa met chocoladerepen en ander snoep.

Dat blijkt uit onderzoek van de Consumentenbond onder tien grote supermarktketens. Albert Heijn haalt een voldoende; Dekamarkt, Coop en de formules van Dirk van den Broek scoren het slechtst.

Het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) kan zich niet vinden in de opstelling van de Consumentenbond, die zich onlangs heeft aangesloten bij het Convenant Overgewicht. "Wij hebben dat convenant al anderhalfjaar geleden getekend en supermarkten hebben sindsdien heel wat maatregelen genomen, zoals bijvoorbeeld de gezondheidslogo's op producten. De Consumentenbond heeft zich onlangs aangesloten en begint direct met zwartepieten", aldus een woordvoerder van het CBL.