

Minder dikmakers in eten door logo

07-07-2008 00:00

Fabrikanten van levensmiddelen stoppen honderdduizenden kilo's minder verzadigd vet, zout en suiker in ons eten. Dat blijkt uit cijfers van de stichting Ik Kies Bewust, waarin wetenschappers, het Voedingscentrum, fabrikanten, winkeliers en de foodservice (cateraars en schoolkantines) samenwerken.

Uit een eerste inventarisatie sinds het tweejarig bestaan van het gezondheidslogo Ik Kies Bewust blijkt dat producten als soep en yoghurt duizenden kilo's minder suiker en zout bevatten. Sinds begin 2007 is het aantal deelnemende levensmiddelenproducenten bijna verdrievoudigd van 38 naar 105. Het aantal producten dat het logo mag voeren is bijna verachtvoudigd van 350 naar 2700.

Minister Klink (Volksgezondheid) hamerde nog op het terugbrengen van zout en verzadigd vet in zijn vrijdag verschenen Voedingsnota. Hij noemde Ik Kies Bewust een van de initiatieven die het voedsel gezonder kunnen maken. Jaap Seidell, hoogleraar voeding en gezondheid in Amsterdam beaamt dit: "Zout verhoogt de bloeddruk, verzadigd vet is slecht voor het cholesterol."

De veelgehoorde kritiek op Ik Kies Bewust dat ook een kroket het logo kan voeren, pareert stichtingsvoorzitter en oud-staatssecretaris van Volksgezondheid Clémence Ross: "Het logo moet ervoor zorgen dat consumenten de meest gezonde variant in een productgroep kunnen kiezen. We willen niet met opgeheven vingertje zeggen dat je geen kroket mag. Dat werkt ook niet."

Ross en Seidell betreuren dat Albert Heijn een eigen gezondheidslogo heeft, het Gezonde Keuze Klavertje. Ross: "Dit geldt alleen voor AH- producten, terwijl het logo van Ik Kies Bewust voor alle producten openstaat." Zij vindt dit verwarrend voor de consument. Volgens Els van Dijk van Albert Heijn was dit bedrijf eerder met het keurmerk. "In 2005 zijn wij er serieus naar gaan kijken. In Nederland duurde het heel lang eer supermarkten en leveranciers overeenstemming bereikten."