

# De zin en onzin van keurmerken

21-10-2016 08:41



Door Amnon Vogel  
Redactie RetailWatching

Het 'Ik kies bewust'-vinkje op voedingsproducten is verleden tijd. Het logo leidde voor consumenten tot meer verwarring dan informatie, dus besloot minister Schippers van Volksgezondheid de stekker eruit te trekken. Een app moet ervoor in de plaats komen. Het logo is maar een van de vele vinkjes, keurmerken en stempels die consumenten wat duidelijk willen maken over de producten die ze aanschaffen. Wat moeten we er eigenlijk mee?

Beter Leven, Fairtrade, Max Havelaar, FSC, Ik Kies Bewust en Eko. Zomaar wat keurmerken die consumenten volgens onderzoek van GfK spontaan noemen als hen naar keurmerken wordt gevraagd. En dat zijn dan alleen nog maar de bevindingen in de categorie voeding. Bij ruim zestig procent van de Nederlanders spelen deze en andere keurmerken een rol bij de keuze voor eten en drinken, blijkt uit de Smart Food Monitor van Multiscope. Vooral keurmerken rond dierenwelzijn vinden ze belangrijk. Keurmerken hebben in potentie een belangrijke functie voor consumenten, stelt de Autoriteit Consument & Markt (ACM) niet voor niets. Maar door de wildgroei ervan, werken ze in de praktijk averechts. De aspecten van producten waarover keurmerken beloftes doen lopen sterk uiteen, net als de manier waarop ze tot stand komen en daarmee de betrouwbaarheid.

De ACM publiceerde begin dit jaar een onderzoek naar de verschillende keurmerken en de waarde ervan voor

consumenten. De conclusie: door de wildgroei aan keurmerken verliezen consumenten het vertrouwen erin. Zij verwachten dat keurmerken betrouwbaar zijn, goede en transparante informatie bieden en gecontroleerd zijn door een onafhankelijke instantie. In de praktijk is het zo dat wat een keurmerk inhoudt en hoe het ontstaat, niet aan regels is gebonden. In het beste geval is een keurmerk tot stand gekomen in samenspraak met verschillende partijen die op een bepaald terrein of onderwerp toegevoegde waarde willen bieden. Daarbij wordt het keurmerk door een onafhankelijke instantie verleend en zijn er regelmatig controles bij partijen die het keurmerk voeren. Maar dit zijn geen noodzakelijke vereisten om van een keurmerk te mogen spreken, wat het spectrum aan logo's en stempels zeer breed maakt en waardoor de waarde ervan enorm uiteenloopt. Het gevolg is volgens de ACM dat ondernemingen en sectoren steeds minder bereid zijn in daadwerkelijke productverbetering te investeren en onafhankelijke controle te voeren. Waarom zouden ze, als de consument het toch allemaal niet meer gelooft?

### **Aanpak**

De politiek grijpt deze maand plotseling nadrukkelijk in. Zo werd vorige week een forse schifting gemaakt als het gaat om duurzaamheidskeurmerken. Voor consumenten is het daardoor makkelijker gemaakt om te kiezen voor duurzaam voedsel, doordat voor het grote aantal keurmerken en logo's een rangschikking is gemaakt. Uit de in totaal negentig keurmerken, zijn de dertien beste voor 'duurzaam en betrouwbaar' voedsel op verzoek van staatssecretaris Van Dam en de Alliantie Verduurzaming Voedsel samengesteld door Milieu Centraal. "In Nederland is op bijna ieder product wel een keurmerk te vinden, waarbij voedsel de kroon spant", aldus Van Dam. "Als consument verlies je hierdoor het overzicht en helaas ook het vertrouwen in keurmerken", zo onderschrijft hij de conclusie van de ACM. De keurmerken zijn onder meer beoordeeld op de door ACM gewenste mate van controle die erop rust.

Dat ook het Ik Kies Bewust-logo nu slachtoffer wordt van de schifting die ACM bepleit, is niet verwonderlijk. Het is exemplarisch voor de verwarring die de vele logo's met allemaal hun eigen specifieke betekenis veroorzaken. Zo kent het systeem een groen vinkje voor een 'gezondere keuze' en een blauwe variant voor een 'bewuste keuze'. 85 procent van de consumenten weet het verschil tussen de twee niet, en tachtig procent heeft zelfs helemaal geen idee wat beide inhouden, bleek eerder dit jaar uit onderzoek van de Consumentenbond. Niet voor niets startte de organisatie de campagne 'Weg met het Vinkje'. Het was uiteindelijk Stichting Ik Kies Bewust, nota bene de organisatie achter het vinkje, die opperde in ieder geval het 'blauwe vinkje' maar af te schaffen. Minister Schippers besloot echter geen halve maatregelen te nemen, en kieperde de groene variant mee de prullenbak in.

Een opvolger voor het vinkje is in de maak: een voedingsapp waarmee consumenten de samenstelling en voedingswaarde van producten kunnen bekijken. Is dat dan de oplossing? Niet volgens de Consumentenbond. "Dit is een verkeerd begin van een nieuwe kans om duidelijkheid te scheppen", reageert directeur Bart Combée op het plan. "Maak het consumenten nu niet direct alweer moeilijk door een app te maken waarin producten opgezocht moeten worden." Hoe het dan wel moet? De bond pleit voor een systeem waarbij op de voorkant van producten duidelijk vermeld staat of er veel of weinig zout, suiker of vet in zit. Een 'stoplichtensysteem' vergelijkbaar met het Verenigd Koninkrijk, waarbij een product een groene, gele of rode kleur krijgt gebaseerd op de percentages suiker, zout en vet. Goed, wat minder goed en slecht, zonder mitsen en maren.

Voorlopig moeten we het doen met de app, waarvan de lancering volgens mede-ontwikkelaar het Voedingscentrum in drie stappen gaat. De eerste versie komt eind januari al, terwijl eind volgend jaar alle producten in alle supermarkten erin moeten staan. Toch is dit wat de voedingsorganisatie betreft niet per se het definitieve einde van voedselkeuzelogo's op producten. Die kunnen wel degelijk succes hebben, op twee voorwaarden: alle consumenten moeten de logo's begrijpen en alle fabrikanten en retailers moeten meedoen. Met de ervaringen van de afgeschreven vinkjes in het achterhoofd, valt daar nog een wereld te winnen.