

Foodwatch: eerlijk en veilig voedsel

DE CONSUMENT WORDT BEDROGEN

Sinds het begin van dit jaar hebben de Nederlandse levensmiddelenfabrikanten een nieuwe luis in de pels: Foodwatch. Via Kassa en de eigen site informeert de waakhond consumenten over voedingsmiddelen die niet deugen. In de campagne 'Misleid!' richt Foodwatch haar pijlen onder meer op pesto, yoghurt drank en frisdrank met extra zuurstof.

Interview **Jeroen Kleijne**

'Als consumenten worden we continu misleid,' stelt Bart van Opzeeland, directeur van Foodwatch Nederland. 'Met name in de wetgeving is iets chronisch misgegaan. De industrie heeft te veel speelruimte gekregen en mag de consument legaal bedriegen. Als je alleen al kijkt naar de marketing. Neem als voorbeeld Mona Yoki Drink Aardbeien, waar een grote aardbei op de voorkant prijkt. Mona claimt: gezond, puur vruchtensap. Er zit in totaal 1% vruchtensap in, waarvan 0,6% aardbei! Dat is op zich al schokkend, maar er zit meer suiker in een glas Yoki Drink dan in een glas cola! Dan horen we in Den Haag dat mensen minder dik moeten worden.'

FOODWATCH KOMT OP voor het recht van de consument op eerlijk en veilig voedsel: 'Ook op dat laatste terrein is veel mis. Denk alleen maar aan het naar willekeur toevoegen van suiker en zout. En niet te vergeten natuurlijk de kleur- en smaakstoffen, de bekende E-nummers. Wat zijn dat eigenlijk voor stoffen? In de Europese wetgeving over chemische stoffen is het voorzorgsprincipe van toepassing: als een producent een stof op de markt wil brengen, moet hij of zij aantonen

dat zo'n stof veilig is. Maar dat principe geldt dus niet voor die kleur- en smaakstoffen. Dat klopt natuurlijk niet. Aan dat soort praktijken willen we zo snel mogelijk een einde maken.'

IN NEDERLAND LANCEERDE

Foodwatch begin januari de nieuwe website, maar in Duitsland bestaat de consumentenorganisatie al zeven jaar. Bart van Opzeeland: 'In hoe meer landen we actief zijn, hoe meer invloed we kunnen uitoefenen op Brussel om met strengere wetgeving te komen. In Nederland zijn we nu gestart met de campagne Misleid!, om te laten zien hoe je als consument door de levensmiddelenindustrie continu misleid wordt. We richten ons op producten die je in elke supermarkt kan kopen. Het is belangrijk dat steeds meer consumenten de levensmiddelenindustrie laten horen hoe bezorgd ze zijn. Dan hoop ik dat een aantal grote bedrijven bereid is om het overleg aan te gaan en producten aan te passen. Zodat we samen met de industrie kunnen laten zien dat het ook anders kan.' In Duitsland heeft de consumentenorganisatie al ver-

schillende successen geboekt. Van Opzeeland: 'Foodwatch heeft daar gekeken naar de aanwezigheid in chips van acrylamide, een kankerverwekkende stof die ontstaat bij het op een verkeerde manier frituren van zetmeel. In het eerste onderzoek waren schrikbarende concentraties aanwezig in bepaalde merken chips. Bij de herhaling van het onderzoek bleken de concentraties veel lager te zijn, omdat de fabrikanten actie hadden ondernomen. Met een ander onderzoek toonde Foodwatch de aanwezigheid aan van uranium in mineraalwater, afkomstig uit bronnen in bepaalde gesteenten. Dat veroorzaakte een behoorlijke rel, maar gelukkig is het uranium inmiddels vrijwel geheel verdwenen. We hebben in Duitsland dus zeker al de nodige verbeteringen bewerkstelligd voor de consument.' ■

foodwatch

ZELF MEEDOEN?

Als u wilt, kunt u de campagnes van Foodwatch ondersteunen door de fabrikanten te mailen of donateur te worden. Meer info: www.foodwatch.nl.

DE PRODUCTEN

In Kassa en op de eigen website heeft Foodwatch al verschillende voedingsmiddelen kritisch bekeken. Een kort overzicht:



CASHEWNOTEN EN ZONNEBLOEMOLIE

BERTOLLI PESTO ALLA GENOVESE

Ondanks de mama's die over het tv-scherm zwieren met dampende pannepasta is er weinig authentiek Italiaans aan Bertolli Pesto alla Genovese. Unilever heeft de 'royale hoeveelheid Extra Vergine olijfolie' grotendeels vervangen door **zonnebloemolie** en de pijnboompitten voor het merendeel door **cashewnoten**. De smaak komt vooral van geuren en smaakstoffen. Foodwatch: 'Unilever spiegelt de consument een betoverende illusie voor. Wie bij de Bertolli's gaat eten, weet één ding zeker: je komt bedrogen uit.'



0,6% AARDBEIENSAP

MONA YOKI DRINK AARDBEIEN

Als je kijkt naar de hoeveelheid suiker kun je je kind net zo goed een glas cola bij het ontbijt geven. Dat kun je opmaken uit het rapport van Foodwatch over Mona Yoki Drink Aardbeien. De enorme aardbei op de verpakking en de kreet 'puur vruchtensap' suggereren de aanwezigheid van fruit in de yoghurtdrink, maar dat valt vies tegen. **Slechts 1% vruchtensap, waarvan 0,6% aardbeien**, is de minimale score. Foodwatch: 'Wij worden niet blij van de manier waarop Mona consumenten misleidt.'



MEER GESCHIKT VOOR VISSEN

ACTIVE O2

Het energiedrankje Active O2 heeft aan het 'pure mineraalwater uit de Alpen' om gezondheidsredenen **extra zuurstof toegevoegd**. Een toevoeging zonder enige wetenschappelijk basis, meent Foodwatch: 'Vissen hebben iets aan zuurstofrijk water, mensen niet. Consumenten die Active O2 kopen' worden doodeenvoudig om de tuin geleid. Active O2 maakt niet gezonder, Active O2 is een verkooptruc.'