

en ook: wie gaat welke kosten dan betalen? Want ja, nogmaals, een deel van de boeren staat onder water, als gevolg van het zandloperprincipe: een aantal grote inkopers stuurt de tenders uit, een bepaalde groep profiteert daarvan, een ander groep juist niet. Maar boeren zijn niet de enige die onder druk staan, er zijn ook de belastingbetaler en toekomstige generaties die de rekening betalen van bijvoorbeeld klimaatadaptatie, miljoenen klimaatvluchtelingen, het zuiveren van water, grond en lucht en biodiversiteitsverlies. Zij betalen de rekening, terwijl ze in de meeste gevallen niet eens de baten van het product zelf hebben. En internationaal zijn er tientallen miljoenen kleine boeren en medewerkers in de voedselverwerking die in extreme armoede leven. Als je naar een duurzame landbouw wil, kun je daar niet omheen, als je bedenkt dat van al het land dat nodig is voor de Nederlandse voedselvoorziening 75% buiten Nederland ligt, aldus het Planbureau voor de Leefomgeving. Dus ja, knap dat de minister een steen in het water heeft gegooid, maar ik vind het te plat om zomaar te zeggen: 'de prijs van ons voedsel moet omhoog, er moet meer voor ons voedsel betaald worden'. Bovendien vind ik dat de discussie verbreed moet worden naar: wie moet er meer betalen, en voor wat?"

In dat verband: True Price is begin dit jaar met de Wageningen Universiteit, stichting Bionext, Rabobank, ABN Amro en Topsectoren Agro Foode en Tuinbouw en Uitgangsmaterialen een onderzoeksprogramma gestart: 'Echte en eerlijke prijs'. Hieruit moet een standaard rollen die boeren en voedingsbedrijven helpt om te bepalen wat de eerlijke en echte prijs is. Scholte: "De echte prijs is dat wat een product zou moeten kosten, als je zaken als onderbetaling, klimaatschade etc. in de prijs meeneemt. Het idee is: je laat die echte prijs zien, vervolgens wil je op basis van die transparantie 'slim beleid' voeren en de prijs aanpassen. Bij de aanpassing van de prijs komt de vraag aan de orde: wie in de keten moet wat betalen om tot die echte prijs te kunnen komen? Wat is een eerlijke verdeling van de kosten, baten en risico's? Daaruit rolt dan de eerlijke prijs. Nu trekken primaire producenten – de boeren – vaak nog aan het kortste eind, maar ook weer niet alle boeren. Maar ook als het om de consument gaat, kun je je afvragen: moet iemand die op bijstandsniveau leeft net zoveel bijdragen aan verduurzaming als een directeur met een hoog inkomen? Ik denk dat dat niet verstandig en ook niet eerlijk is. Daarin zou meer differentiatie moeten zitten. Kijk wat er in Frankrijk gebeurde met de Gele Hesjes-beweging, die is deels ontstaan doordat groepen met de laagste inkomens, die afhankelijk zijn van een auto, onevenredig de pijn voelen van de verhoging van de dieselprijzen en de klimaattax." ■

Column Liesbeth Oerlemans

Is een proactieve houding niet beter voor je reputatie?

De afgelopen jaren heb ik geprobeerd de dialoog te voeren met de levensmiddelenindustrie. Ik had de verwachting dat we samen gezonde(re) producten zouden kunnen maken als we naar elkaars perspectief zouden luisteren. Achteraf lijkt dat wat naïef. In het schap zie je wel wat nieuwe producten, maar de aanbiedingen zijn nog steeds: 'twee frikandelbroodjes voor een euro' in plaats van 'twee volkorenbroodjes voor een euro'.

Mijn beeld sluit aan bij het rapport van Questionmark (van een paar weken terug), waaruit blijkt dat 80 procent van de aanbiedingen in supermarktfolders buiten de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum valt. In dat rapport lees ik dat onderzoekster Karen Gedenk vorig jaar al heeft onderzocht dat de verkoop van producten in de aanbieding met 300% stijgt. Laagopgeleiden slaan zelfs nog iets meer in. Zo schiet het niet echt op met het Nationale Preventieakkoord, waarin het doel is geformuleerd dat overgewicht met meer dan 10% omlaag moet. Misschien is gezondheid toch geen speerpunt. Maar meer iets dat als streven goed klinkt en vooral daarom in de communicatie steeds wordt herhaald.

Ook worden de doelstellingen van het akkoord productsamenstelling niet gehaald. Daarom zal het ministerie van VWS volgend jaar weer meer zelf de regie gaan voeren. Dat lijkt me een goed plan. Tot mijn teleurstelling zie ik steeds weer dat de levensmiddelenindustrie liever reactief dan proactief werkt. De intrinsieke motivatie voor gezondheid lijkt dan ook gering.

Dat valt me niet alleen op als het gaat om beleid van de overheid, maar ook bijvoorbeeld bij ngo's. Pas als een ngo met iets komt - of die nu gelijk heeft of niet - dan komen bedrijven in actie, want kritiek van een ngo is niet goed voor de reputatie en daar gaat het vooral om. Omdat

Foodwatch geen vanillevla meer wil in het schap, verdwijnt dat binnenkort. Maar wat heb je nu aan die verandering? Echt helemaal niets! Een beleid om producten als frikandelbroodjes niet meer tegen dumprijzen te verkopen levert voor onze gezondheid veel meer op, maar ja, dat kost omzet. Gezondheid is belangrijk, maar niet zo belangrijk natuurlijk dat het ten koste van de winst mag gaan. Het doel van een bedrijf is uiteraard om geld te verdienen. Maar gezien de urgentie om overgewicht terug te dringen kun je gezondheid niet negeren. Daarom snap ik niet goed waarom een bedrijf pas echt iets aan

'Categorymanagers, zorg eerst eens dat je meer voedingskennis krijgt'

gezondheid gaat doen als het daar door het ministerie toe wordt gedwongen. Dat gaat volgend jaar gebeuren als het bedrijfsleven niet een stapje harder gaat lopen. Is het dan niet verstandiger om nu zelf het initiatief te nemen?

Dat betekent wel dat je goed moet weten waar je het over hebt. Categorymanagers, zorg daarom eerst eens dat je meer voedingskennis krijgt. Dat voorkomt dat er ineens in het schap een goedbedoeld product ligt (zoals een bloemkoolpizza), dat helemaal niet gezond is. De ambitieuze doelstellingen van het preventieakkoord zijn alleen haalbaar als iedereen zijn schouders eronder zet. Dat kunnen gezondheidsprofessionals niet alleen, daar hebben ze de levensmiddelenindustrie voor nodig. Hoog tijd voor een proactieve aanpak. Dat is niet alleen goed voor je imago, maar ook voor een gezonder Nederland.



Liesbeth Oerlemans, voedingsdeskundige en klinisch epidemioloog, volgt in haar tweemaandelijks column wat supermarkten, producenten etc. zoal claimen aan gezond eten en of dat ook klopt. Zie ook: www.liesbethoerlemans.nl