

Stelling: 'De meeste informatie op het etiket is nutteloos voor de consument'

- a) Eens. Er staat te veel informatie op het etiket en het is daarom onoverzichtelijk.
- b) Oneens. Meer gegevens zijn nodig. De consument heeft recht op zoveel mogelijk informatie om de juiste keus te maken.



- c) Alles is goed zoals het nu is. Niets meer veranderen.
- d) Anders, namelijk ...

Volgens de FNLI kunnen de hoeveelheden koolhydraten, eiwitten en suikers allemaal worden geschrapt.

Arjan Koot van Wijngaard Kaas sluit zich aan bij het FNLI-pleidooi en kiest voor a. "De informatie die niet gelezen wordt staat nutteloos op het etiket. Wie is er geïnteresseerd in de adresgegevens van de fabrikant? Een internetadres is korter en heeft meer waarde vanuit marketingoogpunt."

Oud-inkoper van Superunie Harry Romijn houdt het ook op optie a. "De overgrote meerderheid van de consumenten leest de voedingswaarde noch de additieven. Waarom niet gewoon op de website van de fabrikant uitvoerige informatie?"

Unilevers antwoord ligt tussen a en b in. Heleen Smulders, regulatory affairs manager Unilever Nederland: "Of het etiket voor al deze aspecten de juiste informatiedrager is, en zo ja, tot op welk detailniveau, is iets waar je inderdaad vraagtekens bij kunt zetten. Sommige informatie is nuttig en noodzakelijk voor de consument. Andere informatie is bedoeld voor de meer dan gemiddeld geïnteresseerde of geïnformeerde consument óf is te complex om via een etiket te communiceren. Informatie uit deze tweede groep kan prima via andere informatiedragers dan het etiket beschikbaar gesteld worden, zoals via merkenwebsites en corporate websites (en in de toekomst wellicht via andere moderne communicatiemiddelen zoals de mobiele telefoon)."

"De stelling zou moeten zijn: 'De meeste informatie op het etiket is nutteloos voor de meeste consumenten.', zegt Marc van Os van Holland Ingredients. "Er is een kleine categorie die er vanwege allergieën, ziektes of dieetredenen naar kijkt en die informatie dus nodig heeft. Dat alles veilig is voor de consument is niet een goede reden om het dan maar niet op de verpakking te zetten."

De Consumentenbond vindt het prima om opnieuw vast te stellen wat er op het etiket moet staan, maar keert zich tegen radicaal schrappen. "Of een product suiker bevat – en zo ja hoeveel – is natuurlijk wel degelijk relevante informatie. Vooral de suiker die extra wordt toegevoegd – de vrije suikers – is belangrijk met het oog op de calorie-inname. Wat voor de ene consument minder relevant is, is voor de ander wel relevant", schetst woordvoerder Marcel van Beusekom.