

Transparantie en vertrouwen

De 17,2 miljoen Nederlanders hebben in algemene zin een matig vertrouwen in voedingsmiddelen. Terecht stellen consumenten (-organisaties) daarom steeds vaker vragen over de samenstelling van de levensmiddelen die zij in de supermarkt of bij de speciaalzaak aankopen. Want levensmiddelenproducenten proberen nog te vaak voor een dubbeltje op de eerste rij te zitten.

Een mooi voorbeeld hiervan zijn bijvoorbeeld vruchtensappen. In sommige gevallen staat de commerciële naam van het soort vruchtensap op de voorzijde van het pak op geen enkele manier in verhouding tot de inhoud zoals op de achterkant op het etiket staat vermeld. Ook de bakkerijbranche kent dit soort voorbeelden. Denk maar eens aan speltbrood waarin nauwelijks spelt is verwerkt.

Bakkerijorganisaties, zoals NVB en NBOV, zijn in samenwerking met het NBC aan de slag gegaan om dit probleem voor de bakkerijsector te tackelen. Een belangrijke stap daarin is om te komen tot definities voor populaire broodsoorten, zoals bijvoorbeeld speltbrood, meergranenbrood en desembrood. Door definities van deze broodsoorten in het Warenwetbesluit te brengen, weten consumenten wat werkelijk in die broden moet zitten en worden zij niet misleid door commerciële namen. Dat geeft vertrouwen aan de consumenten. Voor bakkers is er ook een voordeel. Zij hebben een gelijke, vastgestelde basis waarop zij hun broden kunnen bakken.

Het lichtend voorbeeld hierbij is de definitie van volkorenbrood zoals die in Nederland is vastgelegd in het Warenwetbesluit. Waar andere sectoren (koek/beschuit en ontbijtgranen) regelmatig slecht in het nieuws komen omdat zij producten als volkoren verkopen terwijl dat er nauwelijks inzit, of in een minderheidspercentage, wordt volkorenbrood geroemd om de transparantie en goede inhoud van het product.

De sectororganisaties in de bakkerijbranche hebben, in nauwe samenwerking met het ministerie van Volksgezondheid en consumentenorganisaties, lang gewerkt aan dit traject. Veel argumenten zijn over en weer gegaan en diverse versies zijn bediscussieerd. Vermoedelijk zal een en ander aan het eind van deze zomer leiden tot een definitieve aanpassing van het Warenwetbesluit. Daarmee heeft de bakkerijsector weer een mooie volgende stap gezet in het verder vergroten van het vertrouwen van de consument in brood als productgroep. Dat is een goede zaak.

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ



nvbinfo@nedverbak.nl



[wimkannegieter](#)



[@NVBBakkerijen](#)

