

Geen enkele bedrijfstak kent de kunst van het verleiden zo goed als de voedselindustrie. Dat schrijft onderzoeksjournalist Michael Moss in zijn alarmerende boek *Zout, suiker, vet*. Typisch Amerikaans? Nee, wij kunnen er ook wat van ontdekten voedseljournalisten Annemarie Geleijnse en Rineke van Houten.

TEKST: ANNEMARIE GELEIJNSE EN RINEKE VAN HOUTEN

Onweerstaanbare voedsel





verleiding

Het frisse plaatje van een klaterende waterval op het etiket van een fles bronwater gevuld met oer-Hollands water, de Toscaanse landschappen op zakjes geraspte Hollandse kaas. Je bent sneller verleid dan je denkt. We betalen veel geld voor kraanwater dat in flessen wordt gestopt. We kijken geboeid naar ellenlange reclameblokken op tv verpakt in kookprogramma's. We smullen van Haagse Hopjes uit Sneek, Goudse kaas uit Polen en Bulgaarse yoghurt uit Frankrijk. De gebakken lucht van voedselverleiders: daar vul je makkelijk een boodschappenkar mee.

Chips, meer chips

Een van de grootste verleiders is misschien wel chips, beschrijft Michael Moss in zijn boek *Zout, suiker, vet*. Daarvan kun je blijven eten. En dat is dan ook precies de bedoeling. Chips zijn onweerstaanbaar door een knisperende mix van zout, suiker en vet. Het vet

geeft in de mond een heerlijk gevoel, dat onze hersenen meteen belonen met de boodschap 'meer!'. Chips zitten ook vol suiker. Niet uit de suikerpot, maar uit het zetmeel van de aardappel. Na een bak chips piekt je bloedsuikerspiegel. Als hij is gezakt, wil je snel meer chips. Tenslotte is chips gehuld in een laagje zout. En zout, nauwelijks duurder dan water, maakt voedingsmiddelen volgens Michael Moss verleidelijker dan welk ander ingrediënt dan ook. Zoutloze crackers zijn volstrekt smaakloos, ervoer Moss. Het is als kauwen op karton.

Zout verdoezelt bovendien ongewenste smaken. Als je een kant-en-klaarmaaltijd met vlees opwarmt, kan het vet in het vlees oxideren, met een nare bijmaak tot gevolg. Door er veel zout aan toe te voegen, verdwijnt de bijmaak naar de achtergrond. De vieze smaak kun je ook maskeren door er kruiden aan toe te voegen, zoals rozemarijn. Maar zout is veel goedkoper. ▶

Door de mix van zout, suiker en vet blijf je graaien uit die bak chips



De baas van chipsgigant Frito-Lay raakt geen chips meer aan. Het is maar dat u het weet

Zout, meer zout

Ook wij Nederlanders eten nog altijd veel te veel zout, bleek tijdens ons onderzoek naar de vraag hoe dat eigenlijk zit met hoge bloeddruk, hart- en vaatziekten en nierschade. Dat teveel aan zout strooien we lang niet allemaal zelf: tachtig procent van het zout dat we binnenkrijgen komt uit voorbereid voedsel.

De Nederlandse voedselproducenten beloven jaren geleden al minder zout in de producten te stoppen, maar uit onderzoek van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit blijkt dat daar tot nog toe niets van terecht komt. Het gemiddelde zoutgehalte in zoutjes, conserven, snacks, kaas, kant-en-klaarmaaltijden, koek, sauzen, soep en vleeswaren blijft onveranderd. Tegenover een vermindering van zout in het ene product, staat een toevoeging van meer zout in het andere product.

Vet, meer vet

Ook de verleidingen van vet, de tweede boosdoener in Moss' boek zijn ons hier niet vreemd. Vet verandert flauwe chips in knapperige wondertjes, geeft glans aan droog brood en tovert saaie vleeswaren om in delicatessen. Vet is extra geniepig omdat het verstopt zit in veel voedselproducten. Onze smaakpapillen zeggen: hoe vetter hoe liever. Maar (verzadigd) vet is slecht, daarover is weinig discussie. Ook de Ameri-

kanen vervuilen daarom massaal de volle melk voor de halfvolle variant. Een goede keus, zou je zeggen. Maar Moss beschrijft hoe het vet via een sluipweg in het menu terugkeerde. Het afgeroomde vet van de melk werd met steun van de overheid verwerkt in andere producten, vooral kaas voor verpakte producten als pizza's en sauzen. Daar gaat je gezondheidswinst!

Kaas bestaat volgens Moss voor een derde uit vet. Toch bleef het Amerikaanse voedingscentrum kaas indelen bij de aanbevolen voedingswaren. Wel wordt gewaarschuwd: eet vooral kaas met weinig of geen vet. Onhaalbaar: kaas zonder vet is geen kaas meer.

Doen we dat in Nederland beter? Ook hier vloeit vanuit de Europese Unie nog altijd veel geld richting de zuivelsector (zo betaalt de EU mee aan schoolmelk en een campagne om die op de kaart te zetten) en ook bij ons neemt het Voedingscentrum niet heel duidelijk stelling. Als het gaat om kaas waarschuwt het tegen verzadigd vet en het hoge zoutgehalte en de risico's daarvan. Maar kaas pronkt nog altijd in onze Schijf van Vijf en past volgens het Voedingscentrum in een gezond eetpatroon. Met mate, niet meer dan 1,5 plak per dag en dan liefst magere kaas, klinkt het dan. Tja, als de wereld zo simpel was; allemaal een gezond eetpatroon en 1,5 plakje kaas per dag. Dan bestond er dus geen voedingsindustrie met al zijn verleidingen en

MEER LEZEN?

Zout, suiker, vet – hoe de voedselindustrie ons in zijn greep houdt
Michael Moss, Uitgeverij Carrera, € 19,90

De laatste paling, sterke verhalen over ons eten
Annemarie Geleijnse en Rineke van Houten, Uitgeverij Oostenwind, € 17,50



verstopte kaas in kant-en-klaar maaltijden. Immers, schrijft Moss: verzadigd vet is vaak verborgen. Je weet niet altijd waar het in zit. Kaas is vaak toegevoegd als ingrediënt, zonder dat je het ziet.

Het is onvermijdelijk: wie zich in het verhaal achter zijn eten verdiept past zijn eetpatroon langzaam maar zeker aan. Wij – de schrijvers van dit verhaal en tevens de schrijvers van het boek *De laatste paling – sterke verhalen over ons eten* – mijden steeds vaker de pakjes en zakjes. Michael Moss is meer groente en fruit gaan eten. Zelfs de CEO's van de voedselbedrijven die hij sprak, aten amper meer van hun eigen producten. De baas van chipsgigant Frito-Lay raakt geen chips meer aan. Het is maar dat u het weet. ■



WIN! **5X DE LAATSTE PALING**

Redden we de paling door hem niet meer te kopen? Waarom komt Goudse kaas tegenwoordig uit

Polen? *De laatste paling* is een smakelijk en onthullend boek voor iedereen die wil weten wat hij eet. Te koop in de betere boekwinkel en via www.oostenwind.org

Winnen? Kijk op www.zin.nl/paling/

Tony Cenicola



Michael Moss **'Ik wil consumenten wakker schudden'**

Wat was voor u het meest schokkend?

“Dat mensen uit de voedingsmiddelenindustrie hun eigen product niet meer blijken te eten. En ook: dat de voedselconcerns verslaafder zijn aan grote hoeveelheden zout en vet dan ik dacht. Zout is een wondermiddel voor de industrie, het is goedkoop en maakt producten aantrekkelijk. De voedselindustrie is bovendien verslaafd aan winst maken. Ik wil de bedrijven overigens niet wegzetten als slecht. Ze zijn er nu eenmaal om winst te maken en de concurrentie voor te blijven.”

Hoe kunnen we als consument de ongezonde verleidingen weerstaan?

“Ik hoop met mijn boek *Zout, suiker, vet – hoe de voedselindustrie ons in de greep houdt* consumenten wakker te schudden. Dat ze willen weten wat ze eten. Als je boodschappen doet, moet je je bewust zijn dat de fabrikanten alles doen om je hun producten te laten kopen. Dat helpt om chips soms te laten staan. Verkopers en fabrikanten weten precies wat ons gedrag is. In het midden van de winkel op ooghoogte in het schap staan de spullen die de fabrikanten het liefst willen verkopen. Ze weten precies waar je het eerst kijkt en wat je het beste ziet. Wil je gezond eten? Kijk dan op het onderste of bovenste schap.”

In Nederland wordt de consument met een Vinkje verleid tot een 'gezonde' of 'bewuste' keuze. Het staat op producten die minder zout, vet of suiker bevatten dan een vergelijkbaar product. Er is veel kritiek op, want door deze methode krijgen ook ongezonde producten een gezonder imago. Wat vindt u van dit soort claims?

“Je moet er voorzichtig mee zijn. Je gaat denken dat een product heel gezond is, terwijl het maar een beetje minder ongezond is. Het doet me denken aan light frisdrank, waarachter een grote industrie schuilgaat. Mensen denken dat ze daarvan afvallen, terwijl dat niet altijd zo is. Je houdt jezelf voor de gek. Je denkt: ik drink light dus kan wel een extra muffin eten.”

Gaan wij de Verenigde Staten achterna?

“Ik weet dat ministers van gezondheid in Europa zich zorgen maken dat jullie ons eten krijgen. Vroeg of laat ligt bij jullie ook steeds meer bewerkt voedsel in de winkel. Jullie komen in dezelfde problemen. Obesitas, suikerziekte... Het probleem is dat je niet gewoon kunt zeggen: eet meer groente en fruit. Je kunt niet op tegen de marketingmachine. Dat wordt nu wel duidelijk.”

Alles is marketing?

“Heel veel wel. Niemand weet dat beter dan de voedselverwerkende industrie.”