

Hoe kijken mensen van buiten de branche eigenlijk naar onze sector? Bakkers in bedrijf spreekt dit jaar een tiental brood- en banketliefhebbers, die vanuit een geheel andere achtergrond hun blik op het bakkersvak werpen. Vanuit hun liefde voor food of vanuit een raakvlak met hun eigen werk. Tien visies van buitenaf op werk en beleving in de bakkerij.

ARTHUR FELLINGER PLEIT VOOR SECTORBREDE AANPAK

# DUURZAAMHEID: MEER DAN AFVINKEN VAN TAAK

Volgens zelfstandig ondernemer Arthur Fellinginger, MVO-manager binnen zijn adviesbureau @Fellingers, is maatschappelijk verantwoord ondernemen niet ingewikkeld. “Als je weet waar je verbeteringen kunt doorvoeren, bijvoorbeeld door net even anders om te gaan met ingrediënten, verwerken van afval, transport van producten, opstelling van machines of volgorde van werkprocessen, kun je snel het verschil maken. Iedere reis begint met de eerste stap. Daarna ben je onderweg.”

Een algemeen gangbare definitie voor duurzaamheid: ‘voorzien in de behoeften van het heden, zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen’. Arthur Fellinginger heeft zo zijn twijfels bij die omschrijving. “De definitie is niet eenduidig. Met hoeveel generaties moet ik rekening houden? En hoe kan ik bepalen wat hun behoefte zal zijn?” Liever praat hij daarom vanuit zijn eigen gevoel. “Maatschappelijk verantwoord ondernemen draait voor mij om het feit dat ik geen schuld wil neerleggen bij mijn kinderen en kleinkinderen. Zij moeten net zo van de aarde kunnen genieten als ik. We zijn allen rentmeesters van deze wereldbol: daar moeten we ons in mijn beleving dan ook naar gedragen.”

## Retourstroom

Fellinger woont tegenwoordig boven de Markthal in Rotterdam. Een vers broodje is dan ook gauw gehaald. “Door de week gun ik mij de tijd niet en eten we stevig volkorenbrood van Albert Heijn uit

de vriezer. Maar in het weekend is het feest. Dan koop ik regelmatig brood bij Le Perron: heerlijk vers en knapperig.” Hij waardeert het feit dat Le Perron hem soms ook onverbiddelijk ‘nee’ verkoopt. “Ik heb er begrip voor dat vers brood op een bepaald moment op is. Het is toch zonde om tot het einde van de dag alle schappen vol te hebben liggen? We gooien met z’n allen in de Westerse wereld ongelooflijk veel voedsel weg. En hoewel ik van bakkers heb begrepen dat hun retourbrood dikwijls als veevoeder dient, blijft dat een devaluatie van het product dat je met zoveel liefde en zorg hebt gemaakt. Het is gewoon zonde!”

## Van hoofd naar hart

Duurzaam ondernemen ligt Fellinginger al langere tijd na aan het hart. “Ik heb 32 jaar bij Unilever gewerkt en daar dikwijls met innovaties te maken gehad. Daardoor ben ik veel met duurzaamheid in aanraking gekomen. De expertise die ik binnen Unilever op corporate niveau heb opgedaan, zet ik sinds begin dit jaar in voor het MKB.



Arthur Fellinginger pleit voor het ophalen van verhalen in de gehele keten, van akker tot bakker, om deze vervolgens te delen met de buitenwereld. ‘Op ieder niveau waar graan wordt verwerkt, zijn prachtige verhalen op te tekenen. Laat als sector aan de buitenwereld zien: ‘Dit doen wij.’

Beslissingen in kleine bedrijven zijn snel gemaakt en hebben vaak grote impact op mens en milieu.”

Volgens Fellinginger gaat maatschappelijk verantwoord ondernemen binnen het MKB dikwijls met keuzestress gepaard. “Waar moet je als kleinere ondernemer in vredesnaam beginnen? Vaak blijkt dat je al best wat dingen doet die onder de duurzame noemer vallen. Denk aan duurzame acties, een strak werktijdenbeleid of samenwerking met lokale bedrijven.” Fellinginger juicht het toe om een duurzaam verhaal richting de consument uit te dragen, maar waarschuwt ondernemers ervoor dit niet te snel te doen. “Als je verhaal aan de oppervlakte blijft of meer een marketingtruc is dan echt je gevoel uitdraagt, prikken mensen er dwars doorheen. Test je communicatie eerst eens intern: iedere medewerker is per slot van rekening zelf ook consument. Duurzaam ondernemen moet je eerst heel dicht bij jezelf ontwikkelen om er dan langzaam maar zeker het hele bedrijf voor te laten warmlopen. Het gaat van het hoofd

**‘De wereld kan prima zonder jouw bedrijf. Maar jouw bedrijf kan niet zonder de wereld.’**

naar het hart: eerst bewustwording, dan gevoel. Het moet meer zijn dan het afvinken van een taak.”

## Van akker tot bakker

Wat Fellinginger betreft is duurzaam ondernemen zowel een individuele als een collectieve verantwoordelijkheid. “Natuurlijk moet je als zelfstandig ondernemer letten op je energie- en waterverbruik, je sociale verantwoordelijkheid nemen en bewuste keuzes te maken voor bijvoorbeeld verpakkingsmaterialen. Ik raad de bakkerijbranche echter ook van harte aan om als sector gezamenlijk de handen ineen te slaan op het gebied van duurzaamheid. Of je nou een kleine bakker op de hoek bent of een heel grote fabrikant: iedereen kan gebruikmaken van het verhaal over de duurzaamheid van brood. Breng het proces van akker tot bakker goed in beeld. Welke bestrijdingsmiddelen gebruikt de teler van je tarwe en waarom? Hoe zit het met bewatering? Maakt de molen gebruik van lucht of water? Haal die verhalen in de hele keten op en deel ze. Op ieder niveau waar graan wordt verwerkt, zijn prachtige verhalen op te tekenen. Laat als sector zien aan de buitenwereld: dit doen wij.”

## Openheid en transparantie

Fellinger erkent dat zijn visie op maatschappelijk verantwoord ondernemen dicht bij de momenteel gangbare theorie over storytelling ligt. “Alles draait om laten zien wat je doet, vertellen waar het vandaan komt en waarom jij ervoor hebt gekozen. Openheid en transparantie zijn sleutelwoorden.” Hij wijst er nogmaals op dat duurzaamheid een reis is. “Je kunt niet alles in één keer regelen. Maar zorg ervoor dat je onderweg bent: anders mis je echt de boot. Iedere ondernemer moet zichzelf telkens weer opnieuw uitvinden. En de uitvindingen die komende jaren bovenaan staan, moeten duurzaam zijn.”

Fellinger heeft tot slot nog een indringende boodschap voor iedere ondernemer die na zijn verhaal nog altijd zijn schouders ophaalt bij duurzaam ondernemen. “De wereld kan prima zonder jouw bedrijf. Maar jouw bedrijf kan niet zonder de wereld. Begin gewoon. Dan komt de rest vanzelf.” ■

# Sustainable Procurement

THE  
C  
A  
Y

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen  
is niets anders dan jezelf steeds  
de vraag te stellen 'Kan dit duurzamer'?

a Randstad company

# Voorwoord

Er is een **verschuiving** gaande; inkopers van producten en diensten letten niet langer alleen op prijs, kwaliteit en veiligheid, maar ook op het effect van hun keuze op mens en milieu. Dit document laat ons kennismaken met de nieuwe ISO20400-richtlijn, een handleiding die inkopers helpt anders en duurzamer te denken.

Na een periode van drie jaar intensief **overleg** tussen 45 betrokken landen is de internationale standaard voor Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI) een feit. Vanaf mei 2017 biedt de ISO20400 inzicht, structuur en handvatten, aan grote en kleine bedrijven, zowel publiek als privaat.

Yacht is voorstander van **kennisdeling**. Karin van IJsselmuide (kennismanager en trainer bij NEVI) krijgt van ons een podium om stil te staan bij de geschiedenis en het gebruik van de ISO-richtlijn. Tijdens een tweetal Food-for-Thought-avonden, in Zwolle en Utrecht, neemt zij zo'n 100 inkoopprofessionals mee in haar verhaal over de noodzaak van de richtlijn, de transitie binnen inkoop en hoe MVI in te zetten bij beleid en strategie van bedrijven. Aan de hand van het Dutch Wheel laat ze zien hoe implementatie mogelijk is.

Dit is een verdere opmaat naar de **professionalisering** van het inkoopvak. Vanzelfsprekend houden we onze inkoopprofessionals up-to-date ten aanzien van dit thema. Zo organiseert Yacht de training Circulair Inkopen voor inkopers. Om je nog verder op weg te helpen, vind je hier ook een aantal **voorbeeldvragen** die je jezelf kunt stellen tijdens het proces van inkoop, of die je voorlegt aan je directie en collega's. Nog een ander hulpmiddel, terug te vinden in de ISO20400-richtlijn, is de **risico- en prioriteitsanalyse**. Hiermee hebben we tijdens de Food-for-Thought-avonden al kort kennisgemaakt. Deze analyse helpt bij het denkproces over verduurzaming van de supply chain.

**Deskundig, verbindend en daadkrachtig** zijn belangrijke begrippen binnen de Yacht-organisatie. We hebben experts in huis én in ons netwerk die regelmatig samenkomen om hun steentje bij te dragen aan een duurzamere aanpak van inkoop. Drie inkopers geven ons inzicht in hun denkwijze rondom 'sustainable procurement' in hun organisatie. Tot slot lees je in deze whitepaper een voorbeeld van een ondernemer die de hele supply chain heeft bekeken op duurzaamheid. De meest gebruikte begrippen in duurzaam zakendoen vinden hier duiding.

Ik bedank Karin, Arthur, Bram, Rob en Eva voor hun bijdrage aan de totstandkoming van deze whitepaper. En ik wens jou veel inspiratie toe!

Hilbrand van der Kooi  
Directeur SCM&P

# Inhoud

In dit document lees je over de handleiding voor sustainable procurement en wat de voordelen zijn van ISO20400. Aan bod komt het inkoopproces, de hele supply chain en het hoe, wat en waarom van de ISO-richtlijn. Het geeft inkopers een praktische handleiding om duurzaamheid te implementeren bij inkooptrajecten.

Onderwerpen in dit whitepaper

- Waarom een norm voor MVI
- 17 sustainable goals
- Achtergrond ISO20400
- Van regulier naar duurzaam inkoopproces
- Inhoud ISO20400
- Wat draag jij bij?
- De voordelen van ISO20400
- Welke vragen stel je jezelf?
- Inkopers aan het woord
- Verduurzaam je supply chain van A tot Z, een voorbeeld

Tekst: Eva van Otterlo, De Bovenkamer Tekst & Advies, [www.bovenkamer.co](http://www.bovenkamer.co)

# MVI\* is niets anders dan jezelf steeds de vraag te stellen 'Kan dit duurzamer'?

In hoeverre zoeken inkopers het randje van duurzaamheid op? *Let je op mens en milieu bij de inkoop van producten en diensten? Zijn de chemische stoffen belastend voor de werkomgeving? Krijgen de arbeiders eerlijk betaald?* Deze vragen zijn niet alleen van belang bij inkoop, maar kun je jezelf stellen bij de hele supply chain. Yacht biedt inkopers de gelegenheid om na te denken over deze en andere vragen tijdens Food-for-Thought-bijeenkomsten.

De nieuwe ISO-richtlijn (20400) voor MVI is een hulpmiddel om de beste keus te maken inzake duurzame inkoop. Tot voor kort lag de grens van inkoop vaak bij prijs. Dat gaat veranderen, want goedkoop is niet langer de beste optie.

Karin van IJsselmuide was nauw betrokken bij het formuleren van de nieuwe ISO20400-richtlijn, een mondiale standaard om bedrijven bewust te maken van de impact die ze via inkoop op duurzaamheid kunnen hebben.



**Karin van IJsselmuide**

Karin begon haar carrière als inkoper bij Vopak. Daar ontdekte ze dat ze invloed had op onder andere de veiligheid van het bedrijf, door de keuzes die ze maakte. Hierdoor ontwikkelde ze haar intrinsieke motivatie voor duurzame keuzes. Inmiddels is Karin werkzaam als kennismanager en trainer bij NEVI, de beroepsvereniging van inkopers. Deze vereniging telt 6500 leden, die ze in haar achterhoofd had toen ze de afgelopen 3,5 jaar optrad als voorzitter van de Nederlandse normcommissie Maatschappelijk Verantwoord Inkopen. Ze werkte ook als afgevaardigde namens Nederland in de internationale projectgroep ISO20400. Ze maakte zich sterk voor alle NEVI-leden, maar ook voor die van de buitenlandse collega-inkoopverenigingen (IFPSM). Ze is nu zo trots als een pauw als de nieuwe beknopte ISO20400-norm in mei klaar is voor gebruik in Nederland. Tot die tijd vertelt ze bevlogen over het proces ernaartoe, de inhoud ervan en hoe deze norm in te zetten.

**'ISO 20400 is een handzame, praktische richtlijn en bovenal vernieuwend. Deze richtlijn helpt organisaties dus echt om risico's te verminderen, kansen te vergroten en duurzaamheid te borgen in het inkoopproces'**



## 'Het is mogelijk om andere keuzes te maken. Het vraagt een brede mindset, een open blik op de mogelijkheden'

### Waarom een norm voor MVI

In 2050 lopen er rond de 9 miljard mensen rond op deze aardbol. In de afgelopen 50 jaar heeft de mens evenveel geproduceerd dan in de eeuwen daarvoor. Als je de rekensom maakt, kun je uitrekenen waar het kantelpunt zit van wat deze aarde kan dragen. De koek is een keer op. Wij kunnen zorgen dat we dat kantelpunt uitstellen of de wereld zodanig inrichten dat ook de generaties na ons van een leefbare wereld kunnen genieten.

### 17 sustainable goals

Gelijktijdig aan de ontwikkeling van de ISO-richtlijn, ontstonden de 17 sustainable goals, een hulpmiddel voor de toekomst op het gebied van duurzaamheid. De OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling) en de UN (United Nations) hebben samen 17 doelen opgesteld om bedrijven te helpen hun duurzame ambities te realiseren. Deze lopen uiteen van het beëindigen van armoede en honger, het verbeteren van gezondheid en onderwijs tot de bestrijding van de klimaatverandering en de bescherming van oceanen en bossen. 250 landen hebben hun samenwerking toegezegd om deze doelen te realiseren. Een voorbeeld daarvan is het klimaatakkoord van Parijs. Het belangrijkste punt uit het akkoord is vooral dat de opwarming van de aarde ruim onder de 2 graden moet komen; het streven is 1,5 graad in 2030. Ook moet de uitstoot van broeikasgassen naar beneden. Een ander voorbeeld is het Nederlandse grondstoffenakkoord. Dat stelt dat we in 2050 een circulaire economie hebben. Al deze akkoorden borduren voort op de gedachte achter de sustainable goals.

Figuur 1. Sustainable goals



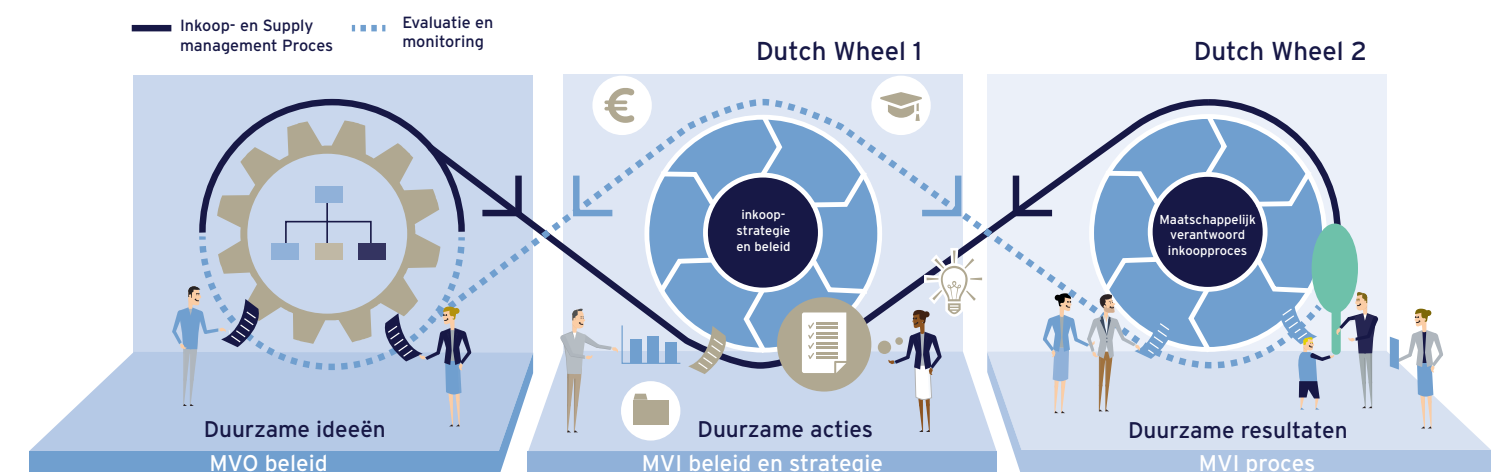
### Achtergrond van ISO20400

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en de 17 duurzame doelen staan dus al hoog op onze agenda, maar omdat ruim 70% van de bedrijfsuitgaven inkoopgerelateerd is, is ook MVI (Maatschappelijk Verantwoord Inkopen) heel actueel. Frankrijk en Brazilië namen het initiatief door voor de inkoopbranche een ISO-richtlijn aan te vragen. Zij klopten aan bij het hoofdkantoor in Genève en gaven de aftrap voor het ontwikkelen van een standaard voor inkoop. Nederland haakte enthousiast aan; ministeries, grote en kleine bedrijven en ook NEVI waren betrokken bij de geformeerde commissie. De afgevaardigde voor Nederland, tevens voorzitter van de bovengenoemde commissie, Karin van IJsselmuide, heeft ervoor gezorgd dat de richtlijn niet alleen voor de private sector geldt, maar ook voor de publieke sector. En zij heeft het 'Dutch Wheel' ingebracht, om het document te structureren. Deze illustratie is opgenomen in de ISO20400-richtlijn en laat zien hoe het duurzame inkoopproces werkt. Dit ontwikkelproces heeft drie jaar geduurd en eind 2016 zeiden de 45 landen unaniem ja tegen de tekst en de inhoud. Begin 2017 stemden ook de andere deelnemende ISO-landen positief. In mei 2017 is de nieuwe richtlijn voor Sustainable Procurement een feit.

Het thema MVI verbindt, daar is Karin van IJsselmuide van overtuigd:

**'Ik denk dat als inkopende organisaties bewuster zijn en zichzelf, maar ook hunleveranciers, vaker de kernvraag stellen 'kunnen we dit inkoopvraagstuk ook anders oplossen?', dan zal dat zorgen voor een duurzamere supply chain. Het gaat om het verleggen van accenten. Het inkoopproces blijft hetzelfde'**

Figuur 2. Dutch Wheel



### **Van regulier naar duurzaam inkoopproces**

In de tijd dat aanbestedingen werden uitgevochten op prijs was er minder ruimte voor MVO. Inkopers moesten hun targets halen, alles moest zo goedkoop mogelijk, het imago van het bedrijf moest overeind blijven. Het prijsbeleid weerhield bedrijven ervan om ook inkoop te verduurzamen. Dit beleid gaat ten koste van arbeidsomstandigheden, milieu en grondstoffen. In de toekomst zullen inkopers dan ook hun focus verleggen, van prijsbeleid naar duurzaamheid. In Nederland zal er voor de inkoopbranche niet heel veel gaan veranderen. In ons land werken we voor een groot deel al volgens ISO20400.

De stappen van het reguliere inkoopproces zijn voor alle inkopers overal ter wereld gelijk. Elke inkoper is tijdens zijn of haar werk bezig met specificeren, selecteren en contracteren; wat is de vraag, welke leverancier past hierbij en welk contract sluit ik af? In deze fase past de aanbesteding. Vervolgens komt de tweede fase; bestellen, bewaken en kijken of het klopt. Tot slot volgt de nazorg. Dit is de fase van CLM (contractleveranciersmanagement) en het moment om ervaring op te doen. Ben ik tevreden? Kan het anders? Waar zitten kansen? Waar zitten risico's? Wat kunnen we doen om dit proces te verduurzamen? Tijdens twee Food-for-Thought-avonden (Zwolle en Utrecht) in januari van dit jaar, geeft Karin haar publiek inzicht in de toekomstige manier van inkoop. Yacht biedt haar de gelegenheid om inkopers in Nederland een sneakpreview te geven van de nieuwe richtlijn ISO20400.

**'De nieuwe handzame richtlijn van slechts 45 pagina's vertelt in 4 hoofdstukken hoe je MVO kunt vertalen naar inkoop, hoe je met andere vragen tot een andere dialoog komt en hoe een zo duurzaam mogelijk bedrijf tot stand komt'**

### **Inhoud ISO20400**

Vanaf 18 mei 2017 is de in het Nederlands vertaalde handleiding voor inkopers om maatschappelijk verantwoorde inkoop bespreekbaar te maken voor ca. € 150,00 te bestellen bij NEN ([www.nen.nl](http://www.nen.nl)). Voor die tijd is de conceptnorm (DIS2) verkrijgbaar. Deelnemers aan de training van NEVI ontvangen deze norm kosteloos ([www.nen.nl/NEN-Shop/Norm/ISODIS-204002016-en](http://www.nen.nl/NEN-Shop/Norm/ISODIS-204002016-en)).

De Food-for-Thought-avonden van Yacht leren ons dat de eerste drie hoofdstukken gaan over het instituut ISO. Hoe werkt het, wat doet ISO en hoe ziet dat eruit? De MVO-norm 26000 komt uitgebreid aan de orde en ook MVO in praktijk wordt uitvoerig besproken.

Hoofdstuk 4 is een kennismaking met het fundament van sustainable procurement, ofwel duurzame inkoop. Wat zijn risico's, wat zijn kansen en waarom zou je het überhaupt centraal stellen. De bestuurlijke verantwoordelijkheid komt aan de orde, je leest waar je invloed op hebt en waar je dus het verschil kunt maken. In hoofdstuk 5 lees je dat het gaat om een organisatiebrede aanpak. Het invoeren van duurzaamheid begint bij het bestuur, maar werkt door in de hele organisatie. Door onvoldoende bewustzijn loopt het intern vaak mis. Om dit te voorkomen biedt de richtlijn ook handvatten.

### **ISO International Organization for Standardization**

Vertegenwoordigers van 165 landen geven hier richtlijnen uit om de wereldhandel te bevorderen. In Genève liggen zo'n 20.000 standaarden vast, zodat je je eigen producten en diensten vrijwillig(!) kunt toetsen aan die normen van veiligheid, betrouwbaarheid en kwaliteit.

#### **Standaard versus norm**

Als ISO de richtlijn certificeert, is dat een garantie voor de gebruiker van het product of de dienst dat deze voldoet aan de minimumnorm die is gesteld op globaal, Europees (EN) of Nederlands (NEN) niveau.

#### **ISO20400**

De nieuwe MVI-richtlijn is lastig meetbaar te maken, derhalve lastig te certificeren. Mocht dit in de toekomst toch mogelijk zijn, dan krijgt hij de naam ISO204001. Zodra de norm is gecertificeerd, komt er een 1 als eindcijfer.

### **Wat draag jij bij?**

Vooralsnog zijn de 17 doelen nogal abstract geformuleerd en is de bijdrage die jij met jouw bedrijf levert vrijwillig van aard. Grotere bedrijven (vanaf 500 FTE) in de private sector alsook de AEX-bedrijven, zijn vanaf 2018 verplicht om een maatschappelijk deel in hun jaarverslag op te nemen. Zij moeten de accountant laten zien wat zij doen als bedrijf vanuit maatschappelijk verantwoord oogpunt. Op het gebied van energieverbruik gaat het om verminderen van de CO2-uitstoot. Om je footprint te verkleinen is het bijvoorbeeld goed om te kiezen voor het gebruik van windenergie of zonnepanelen op het dak van je bedrijf. Maar ook op het gebied van inkoop is er winst te behalen.

Van de totale uitgaven van ondernemend Nederland is **70%** gelieerd aan inkoop. Dat is een substantieel deel van de kosten. Als bedrijf kun je hierop invloed uitoefenen; je kunt kijken waar verbetering mogelijk is in de keten.

**'Het belangrijkste is om focus aan te brengen, keuzes te maken die passen bij jouw bedrijf. Gebruik de ISO-richtlijn als kapstok en maak je eigen doelen meetbaar. Vraag je af wat jij als inkoper kunt betekenen'**

## 70% bedrijfsuitgaven is inkoopgerelateerd

Inkoop worstelt vaak met waar te beginnen. Je kunt niet alles tegelijk aanpakken. 'Hoe moeten we dat doen, Maatschappelijk Verantwoord Inkopen?' Zolang dit niet integraal verankerd is in het inkoopproces, is het incidenteel aan de orde. Om ervoor te zorgen dat iedere inkoper zichzelf vragen stelt en dat het op den duur een normale gang van zaken wordt, is tijd nodig.

Het streven voor ondernemend Nederland is om het inkoopproces in 2030 volledig duurzaam ingericht te hebben. Dat is een haalbare kaart. Vandaag de dag is er al een levendige maatschappelijke discussie over afval en plastic verpakkingen. Wie had een paar jaar geleden gedacht dat je in winkels geen plastic tasje meer kreeg? En dat wij dat allemaal zo makkelijk accepteerden?

De nieuwe richtlijn, die geldt voor alle bedrijven, organisaties en instellingen wereldwijd, helpt om MVI onder de aandacht te krijgen. Met deze ISO20400-richtlijn is het mogelijk om MVO binnen inkoop te structureren en te borgen. Nogmaals, 70% van de bedrijfskosten in Nederland gaat naar inkoop. Het is voor een inkoper noodzakelijk dat hij of zij kritische vragen stelt over zaken als transport, uitstoot, grondstoffen en arbeid om zo te komen tot een verantwoorde supply chain.

### De voordelen van ISO20400

- Deze richtlijn geeft een integraal denk- en handelingskader voor MVI (en MVO).
- Mondiaal hetzelfde begrippenkader, zodat iedereen over hetzelfde spreekt.
- In de handleiding is er ruimte voor eigen ambitie, maatwerk en onderscheidend vermogen.
- Met deze standaard kun je VI-beleid te ordenen, structureren en prioriteren.
- De richtlijn beschrijft MVI in alle facetten, thema's en ontwikkelingen en geeft een compleet beeld van de mogelijkheden.
- ISO20400 is bruikbaar voor alle soorten organisaties, sectoren en niveaus die MVI willen integreren in hun werkomgeving.
- En tot slot sluit deze standaard aan op de aanpak en tools van professioneel inkopen die bekend zijn bij NEVI.

**NEVI** NEVI is hét kennisnetwerk voor inkoop en supply management.

Deze beroepsvereniging telt ruim 6500 inkoop- en supplymanagement professionals.  
Vier pijlers staan centraal: netwerk, belangenbehartiging, kennislab en opleiden/trainen.

Meer info: [www.nevi.nl](http://www.nevi.nl)

# Welke vragen stel je jezelf?

## Hulpmiddel voor inkopers

Als je kijkt naar je eigen inkoopproces (naar de totale supply chain) zorg er dan voor dat je een open blik hebt. Blijf je verwonderen, vraag steeds *waarom is dit zo?*

- Waarom koop ik?
- Wat koop ik?
- Welke stappen zet ik als inkoper?
- Hoe hebben we het tot nu toe gedaan?
- Kan het anders?
- Wat leer ik van het verleden?
- Welke keuzes maak ik?
- Wat is de impact van mijn keuzes?
- Wat is mijn invloed?
- Welke attitude past me?
- Waar haal ik mijn informatie?
- Hoe richt ik de toekomst in?
- Wat zijn de risico's?
- Wat zijn kansen om het anders te doen?
- Kan het anders worden opgelost?
- Is lease of asset-charing mogelijk?
- Hoe ziet mijn supply chain eruit?
- Wie zijn er bij dit proces betrokken?
- Hoe gaan we met elkaar om?
- Is deze aanschaf belastend voor het milieu?
- Is dit product veilig voor de gebruikers?
- Is deze dienstverlening ook haalbaar voor de leverende partij?
- Komen er schadelijke stoffen vrij?
- Waar komen de grondstoffen vandaan?
- Krijgt iedereen een eerlijke beloning voor zijn werk?
- Etc.







# Inkopers aan het woord

Arthur Fellinginger, Directeur bij  
@Fellingengers Duurzaam Na Actie

## **In hoeverre speelt duurzaamheid momenteel in jouw werk een rol?**

Duurzaamheid is sinds 7 jaar een fundamenteel onderdeel van mijn werk. De focus van mijn vorige werkgever hierop heeft mij gevormd als persoon. *"Spaceship Earth has no passengers, everybody is a member of the crew"*. Ieders handelen heeft invloed op ieder ander. Duurzaamheid is dus een vast gegeven in mijn werk. Een focus die nog niet iedereen deelt, maar waarbij we dit jaar gevoelsmatig wel op een keerpunt beland zijn qua bewustwording en acceptatie. De consument, met de millennials voorop, wil meer en meer transparantie en de producenten zullen hier een antwoord op moeten geven. De inkoopfunctie speelt een cruciale rol hierin. De NEN ISO20400-richtlijn kan hierbij een handvat zijn om de interne dialoog op te starten zodat we deze richtlijn kunnen vertalen in beleid.

## **Wat betekent de nieuwe ISO20400-richtlijn voor bedrijven?**

Veel bedrijven zullen de norm zien als overbodig tot het moment dat ze zich realiseren dat deze norm een aanvulling is op wat ze al doen. Inkoop speelt een centrale rol; alles valt of staat bij wat je inkoopt. Met welke specificaties/gunningscriteria benader je de markt. Dit gaat zoveel verder dan just price! Inkoop zal de verbinding moeten leggen tussen het duurzaamheidsbeleid en de inzichten van marketing/supply chain/R&D. Dit is een kans om een reis te starten naar een duurzame bedrijfsvoering. Deze reis eindigt nooit en levert steeds nieuwe inzichten op.

## **Hoe zou jij sustainable procurement toepassen?**

Duurzame inkoop is voor velen een mer à boire. Daarom zul je met je management van de organisatie waarvoor je werkt moeten bekijken waar de meeste impact te behalen is én waar je als organisatie de grootste invloed op hebt. Focus op die aandachtsgebieden en vertaal ze in dagelijkse activiteiten, dan besteedt iedereen zijn energie aan het juiste en wordt de impact zichtbaar.

## **Hoe kijk je terug op de Food-for-Thought-avond van Yacht?**

Het was voor mij een inspirerende avond die bevestigt dat er veel werk aan de winkel is om de nieuwe richtlijn goed over de Bühne te krijgen. Ik hoop dat ik daar een steentje in kan bijdragen. Want zoals gezegd Spaceship Earth has no passengers!

**'Spaceship Earth has no passengers,  
everybody is a member of the crew'**





# Inkopers aan het woord

Bram Bos, Supply Chain and CP Specialist

Interim Professional voor Yacht

## **In hoeverre speelt duurzaamheid momenteel in jouw werk een rol?**

Ik ben als Interim SCM (supply chain management) en CP (contracting & procurement) specialist uiteraard zeer sterk beïnvloed door mijn ervaringen bij de NAM. Bij dit olie- en gasproducerend bedrijf is duurzaamheid, naast veiligheid, uiteraard een terugkerend thema. Als contractmanager ben ik mij altijd bewust van mijn eigen invloed op duurzaamheid in het procurement-proces. Als interim professional neem ik dit in al mijn rollen mee en ondersteun mijn opdrachtgevers om duurzaam inkopen naar een hoger plan te tillen.

## **Wat betekent de nieuwe ISO20400-richtlijn voor bedrijven?**

Deze nieuwe richtlijn maakt (eindelijk) concreet wat bedoeld wordt met duurzaam inkopen en, nog belangrijker, hoe dit te realiseren. Mijn verwachting is dat ondernemingen en organisaties die al langer duurzaam inkopen willen invoeren nu écht aan de slag gaan, zodat eigen en interim medewerkers gericht hun doelstellingen kunnen formuleren. Met als resultaat inzicht in het proces en wat er bereikt is, met voortdurende verbetering in het achterhoofd.

## **Hoe zou jij sustainable procurement toepassen?**

Afhankelijk van onderneming of organisatie, haar doelstellingen, en de mate waarin maatschappelijk verantwoord ondernemen al is ingebed in het bedrijf, zou ik beginnen met het trainen van mijn inkopers in ISO20400. Vervolgens laat ik ze zelf kijken, nadenken over waar ze snel stappen kunnen zetten. Bij haalbaarheid volgt een snelle implementatie, zodat successen snel zichtbaar zijn. Zo wordt inkoop als MVO-partner in de organisatie een serieuze gesprekspartner. Hierna volgt de ontwikkeling voor een langetermijnvisie.

## **Hoe kijk je terug op de Food-for-Thought-avond van Yacht?**

Het was een leuke, interessante en succesvolle bijeenkomst. Het onderwerp werd geanimeerd besproken door de deelnemers en het werd duidelijk dat het bij ieder op de agenda staat. De indeling van de avond; eerst wat eten en daarna een prettige presentatie door Karin van IJsselmuide, was ook prima. Na de break samenwerken in kleine groepjes vergroot de betrokkenheid. Deelnemers gingen weg met antwoorden en bewustzijn.

**'Ik ben mij altijd bewust van mijn eigen invloed op duurzaamheid in het procurement-proces'**





# Inkopers aan het woord

Rob Bonting, Categorie adviseur  
SSC Inkoop Gemeente Groningen

## **In hoeverre speelt duurzaamheid momenteel in jouw werk een rol?**

De gemeente Groningen heeft duurzaamheid hoog op haar agenda staan en levert graag een bijdrage aan de gestelde duurzaamheidsdoelen. Indirect door beleidsplannen en het subsidiëren van initiatieven, maar ook direct door bij hun uitgaven rekening te houden met duurzaamheid en daarop te sturen. Inkoop kan dit faciliteren en uitdragen. Ik ben hierbij persoonlijk betrokken; ik werk samen met de beleidsafdeling Duurzaamheid en enthousiaste category-managers om zo de duurzaamheidsdoelen stapsgewijs te concretiseren bij inkooptrajecten.

## **Wat betekent de nieuwe ISO20400-richtlijn voor bedrijven?**

Deze norm biedt volgens mij een kapstok om duurzaamheid structureel in de processen te borgen. Mijn verwachting is dat deze richtlijn inzicht biedt in de totale keten, ons bewust(er) maakt van stappen en effecten die nu nog buiten ons gezichtsveld liggen. Het norm is een kader, de uitvoering is mensenwerk, het meenemen van de organisatie is de key.

## **Hoe zou jij sustainable procurement toepassen?**

Mijn streven is om duurzaamheid in het DNA te krijgen van elke inkopende ambtenaar. Het mag geen toeval meer zijn dat duurzaamheid in een inkooptraject wordt meegenomen. Bij elke stap moet sustainable procurement 'top of mind' zijn.

## **Hoe kijk je terug op de Food-for-Thought-avond van Yacht?**

Eenzijds was het prettig om collega's uit het inkoopwerkveld weer te zien en te spreken. Anderzijds draagt dit soort evenementen op een laagdrempelige manier bij aan kennisontwikkeling- en deling.

**'Deze norm is een kapstok om duurzaamheid structureel in de processen te borgen'**



# Verduurzaam je supply chain van A tot Z

## Een voorbeeld van DutchSpirit



Om duurzame stappen te zetten in de bedrijfsvoering van jouw organisatie, is het van belang dat je een brede blik hebt en creatief nadenkt over je hele supply chain. Om je een idee te geven van dit proces, volgt hieronder een voorbeeld van een bedrijf dat bij alle processtappen nadenkt. Erik Toenhake vertelt hoe hij duurzaamheid handen en voeten geeft bij DutchSpirit, een bedrijf dat duurzame maatpakken maatschappelijk verantwoord in de markt zet.

**'Je kunt op grote en kleine schaal het verschil maken, maar zolang je het zelf niet gelooft, blijft het een trucje. Duurzaam denken zit in je DNA. Tegelijkertijd is het een mindset. Kijk maar naar het scheiden van huishoudelijk afval, de aanschaf van zonnepanelen en carpoolen. Deze zaken zien we dagelijks in ons leven. Voorbeelden van wat in korte tijd is geaccepteerd en alweer heel gewoon is geworden'**

## Belang inzien van keuzes durven maken

In 2010 startte DutchSpirit met de introductie van duurzame maatpakken. Vanaf het begin ging de ontwikkeling stap voor stap naar een hoger level. Door niet meteen de lat aan het plafond te leggen, is het mogelijk om tijdens de groei van het bedrijf verder te verduurzamen.

**Bij de start** van de productie van maatpakken hebben we ons gefocust op faire arbeidsomstandigheden. We vonden een bedrijf in Marokko dat onder Nederlandse vlag werkt zoals wij in Nederland werken, met respect voor de medewerkers. Helaas is DutchSpirit nog te klein om onze producent te bewegen zich *fair wear* te laten certificeren. Voor nu hebben we te maken met hun eigen 'Letter of Conduct' waarin zij hun personeelsbeleid en arbeidsomstandigheden uiteenzetten.

**De tweede stap** was het *klimaatneutraal* maken van onze pakken, om daarmee onze *footprint* te verkleinen. Dat doen wij door ten eerste de *CO2-uitstoot* te reduceren, bijvoorbeeld door dichterbij huis te produceren en niet in het verre oosten. Ten tweede compenseren wij de resterende *CO2-uitstoot*. We hebben daarvoor de energie -van schaaap tot pak- berekend, van Nieuw-Zeeland via Italië en Marokko naar Nederland. Als compensatie planten we tegenwoordig een boom per pak.

**Om een statement te maken** tegenover onze afvalmaatschappij en verspilling hebben wij *statiegeld* geïntroduceerd. Hiermee maken wij duidelijk dat oude kleding waarde heeft en niet zomaar moet worden weggegooid. Later voerden wij ook de mogelijkheid tot lease in, waarbij het pak eigendom blijft van DutchSpirit. Je betaalt dan alleen voor gebruik, niet voor eigendom. Dit laatste is een van de pijlers onder de *circulaire economie*.

**Dit is een stimulans** voor producenten om producten te ontwerpen die een langer leven hebben en herbruikbaar zijn. Zij zijn gedwongen na te denken over een slimmere manier van productie; opties tot modulaire opbouw, upgrading en dat soort vormen van duurzaamheid.

**Met Cradle-to-cradle** in ons achterhoofd lieten we een stof ontwikkelen die geen afval achterlaat en in een kringloop opnieuw te gebruiken is. Dat kan in een *biologische cyclus*, waarbij het compost de basis vormt voor de grondstof voor nieuwe natuurlijke producten. Of in een *technische cyclus* waarin materialen een veranderingsproces ondergaan zodat je ze kunt hergebruiken.

**De ontwikkelde stof** bleek niet zo geschikt voor de verfijnde eisen die wij aan maatpakken stellen, maar wel voor werkkleding. Inmiddels heeft DutchSpirit een aparte werkmaatschappij, Inspire genaamd, die zich richt op 100% circulaire werkkleding. Met acht verschillende bedrijven vormen wij zo een gesloten kringloop waarin we werkkleding na gebruik weer omsmelten tot granulaat. Hiermee maken we opnieuw garens en stoffen.

**Tenslotte** maken we de stap naar eco-wollen stoffen waarmee we dierenwelzijn garanderen omdat er geen overbemesting is van de weidegronden, de schapen geen hormoonkuren krijgen, geen mulesing (het wegnippen van de huid rondom de anus) etc.

**Het lijkt veel**, maar het zijn hele logische stappen wanneer je nadenkt over je product en de keten die daaraan voorafgaat. En nog steeds verduurzamen we verder, maar dat kan alleen wanneer we voldoende omzet realiseren. Voor de een gaan wij al te ver, die kiest liever voor goedkoop of simpel, voor een ander niet ver genoeg.

Maar voor ons zijn we onderweg en zijn we trots op onze pakken. Echte pakken voor echte mensen!







## **Over Yacht**

Yacht is dé verbindende kracht tussen professionals en organisaties die het verschil willen maken. Dit doen wij vanuit onze overtuiging dat werk dat ertoe doet mensen gelukkig maakt. Ons doel is optimaal resultaat: professionals uitdagend werk bieden waarmee zij de organisaties van onze opdrachtgevers blijvend verbeteren. Yacht is, vanuit acht kantoren door heel Nederland, actief in acht vakgebieden: IT, Finance, Engineering, Legal, HRM, Marketing & Communications, Supply Chain Management & Procurement en Sociaal Domein.

**nrcq**

Lees het laatste zakennieuws als eerste. Ga naar [nrcq.nl](http://nrcq.nl) en schrijf je in voor de gratis nieuwsbrief

**NRC** 

# ECONOMIE

CAREERS THAT MATTER

AMSTERDAM | ARNHEM | BREDA | DEN HAAG | EINDHOVEN | ENSCHEDE  
GROENINGEN | MAASTRICHT | ROTTERDAM | ZEIST | ZWOLLE

[www.vanede.nl](http://www.vanede.nl)



Zaterdag 12 september & Zondag 13 september 2015

## Special Een blik soep en de wereld die erachter zit



FOTO ABLENBOON

Advertenties

Upload  
je CV

Omdat je niet op zoek bent  
naar **any** baan.

En je actuele vacatures kunt vinden in dit  
Economie-katern en online.

Ga naar  
[nrccareers.nl](http://nrccareers.nl)

**nrc carrière**  
samen ambities waarmaken.

**ip-staffing**

Na IT-Staffing voor ICT-ers, is er nu voor andere  
interim professionals IP-Staffing.

Good thinking!  
IP-Staffing.nl voor Interim Professionals





MARIKE STELLINGA

**Kunnen we normaler doen over eten?**

Eten is politiek. Of het nou gaat om de technologie achter ons eten (E-nummers, klonen, genetische modificatie van gewassen). De gezondheidsrisico's bij de productie van ons eten (de dioxinecrisis, de EHEC-epidemie, de gekke-koeziekte, Q-koorts). Of de voorlichting over ons eten (wanneer mogen bedrijven voedsel aanpakken als gezond? Daphne Deckers die in een reclame een lolly aanbeveelt als fruit voor kinderen, mag in elk geval niet). Eten gaat ons allemaal aan en daarmee ook de politiek. Zo als vaker wordt de vooruitgang diep gewantrouwd. Er is helmwee naar de kleine boer, naar 'eerlijk eten' waar niet mee gerommeld is. Dat die kleine boer toch een stuk minder monden kon voeden dan de huidige industrie wordt gemalshalve vergeeten. Eten is ook politiek omdat boeren van oudsher een innige relatie hebben met de overheid. Er zijn weinig sectoren die wereldwijd zoveel geld toegestopt krijgen als de agrarische. Superenthousiast geldschietster is Europa. Als je de Europese Unie definieert aan de hand van zijn uitgaven dan is Brussel een immense subsidieverstrekker aan de agrarische sector: ruim 50 miljard euro.

**Op- en neergang hoort bij de economie. Dat moet je zelf opvangen, ook als boer**

Wantrouwen van consumenten en een krachtige lobby van boeren maakt voedsel een markt die zich onder overbemoeienis van de overheid. Regels, betutteling, beleid dat zwalpt, het hoort er allemaal bij. Geen wonder, als zowel consumenten als producenten politiek platwalsen met verzoeknummers. Als een overheid eenmaal begint met geld uitdelen, dan schreeuwen de ontvangers voortdurend om meer hulp. Toen Rusland onze koninkomeren niet meer bliefde in 2011, toen Rusland nog veel meer van ons oogsten niet bliefde in 2014, telkens klinkt het: overheid, spring bij! Deze week vroegen de Europese boeren weer om geld, in Brussel. Varkensboeren hebben het zwaar en willen steld. En melkboeren zijn bij nader inzien toch niet zo blij met het afschaffen van het melkquotum. De Nederlandse boeren juichten afschaffen toe, konden ze eindelijk ook eens de wereldmarkt veroveren. Maar nu is er natuurlijk te veel melk, stort de melkprijs in, werken boeren onder hun kostprijs en willen ze hulp van de overheid. Tja, zo ken ik er ook nog wel een paar.

„De wereld-economie is een ongeleed projectiel. Belangrijke sectoren, als voedsel, hebben regulering nodig,” zei de voorzitter van de melkveeouders in deze krant. Maar beste meneer, dat geldt voor alle bedrijven. Dan kunnen belastingbetalers elk bedrijf gaan compenseren, wanneer de wereld-economie even de verkeerde kant op gaat.

Op- en neergang hoort echt bij de economie en dus bij ondernemen. En dat zal je echt zelf moeten opvangen, ook als boer (hoge uitzonderingen daargelaten). ASML uit Veldhoven, fabrikant van chipmachines, is niet anders gevend. Daar is het hollen of stilstaan: of ASML kan niet genoeg machines maken om de vraag bij te benen, of ze zitten met veel te veel machines die niemand wil hebben. Normale tijden kennen ze nauwelijks. Op grillige markten hebben boeren geen monopolie. Er is nog een argument tegen al die hulp: je belooft slecht gedrag en straf de verstandige ondernemer. Elke keer dat de overheid zielige boeren redt die geen buffer aanlegden voor slechte tijden, staakt de ondernemer die wel een buffer aanlegde voor gek. Die kijkt de volgende keer wel uit: hij kan net zo goed meer risico nemen, want de overheid redt je toch wel. Met elke ronde hulp zal je dus minder boeren krijgen die voor zichzelf kunnen zorgen. Van mij mag de markt voor voedsel dus een stuk normaler worden, of moet ik zeggen gezonder?

Marike Stellinga is econoom en schrijft op deze plek elke zaterdag over politiek en economie

VERANTWOORDING

**Een bijlage over soep**

Niets is nog eenvoudiger als het om landbouw en voedsel gaat. Vroeger aten we wat de pot schalfte en waren we al bij als er genoeg was. Tegenwoordig draait voedsel ook om gezondheids- en milieuvraagstukken en staan economische verhoudingen ter discussie.

De consument staat aan de top van de voedselpiramide en heeft daarom uiteindelijk ook te maken met alle dilemma's die bij voedsel komen kijken.

Maar hoe precies? Om dat te onderzoeken namen we een doorsnee supermarktproduct - een blik Unox Stevige Tomatensoep, de meest verkochte soep van Nederland - endoken erin. Bij het ontleden van een blik soep passen de grootste dilemma's in de voedselindustrie en landbouw de revue.

We kijken naar de wereldwijde dilemma's die bij voedsel en dus ook soep komen kijken (pagina E-2-3), hoe de soep gemaakt wordt (pagina E4-5), hoe gezond die is (pagina E6), waar alle ingrediënten vandaan komen (pagina E8-9), welke lobby's de voedingsproducenten proberen te beïnvloeden (pagina E12-13) en wie bepaalt wat er op het etiket komt en wat niet (pagina E14-15) en sluiten af met een recept.

Door onze redacteur  
Maartje Somers

Nederlanders zijn flinke soepeters. Gemiddeld werken we volgens de soepbranche jaarlijks 9,2 liter kant- en klaarsoep per persoon weg, 36,7 kopjes per jaar, exclusief bouillon.

Hoe lang duurt het om een pan tomatensoep te maken? Afhankelijk van waar je begint (zelf bouillon trekken of een blokje) als tussen een dag en een minuut of twintig.

Hoe lang duurt het om de inhoud van een blik soep in een kom te gieten en in de magnetron te zetten? Twee en een halve minuut.

Met 3,7 miljoen verkochte blikken per jaar op een bevolking van 16,8 miljoen is Unox Stevige Tomatensoep in Nederland het populairste. Heel traditioneel, deze soep, met vermicelli en balen. In miljoenen Nederlandse keukens wordt dus weleens zo'n blik leeggegoten in een kom of pannetje. Je pakt het zo uit de kast. De soep bestaat in deze vorm sinds 1957 en wordt gemaakt in Os. Er is in die tijd niet veel aan veranderd. Volgens de kok van Unox luistert de smaak nauw: dit is wat de Nederlander lekker vindt, en lekker blijft vinden. Dit blik is doorsnee. Het is wat de Nederlander eet. Het bevat de doorsnee ingrediënten groenten, granen, vlees, palmvet, zout en suiker, afkomstig uit zeker vijftien landen overal ter wereld.

**Rond, rood blik**

Vandaar dat deze krant besloot twee vragen - wat krijgen we binnen en wie bepaalt dat eigenlijk? - in deze bijlage te onderzoeken aan de hand van dit ronde, rode blik. Niet omdat we per se willen schrijven over één bedrijf of over één soort soep, maar omdat we in kaart willen brengen hoe het werkt met voedsel.

Waar komen de ingrediënten vandaan en hoe zien doorsnee voedselketens er dus uit? Wie heeft er de meeste zeggenschap over? Welke lobbykrachten oefenen er druk op uit? Wie bepaalt wat er op het etiket komt en wat niet? Hoe duurzaam is de inhoud van dit blik, en kan dat

**Voedselketens**

Tomatensoep - 37 ingrediënten, houdbaar tot 2017 - is een triomf van logistiek en techniek. De overwinning van de voedingsindustrie op schaarste en honger. Maar ook de bijbehorende problemen liggen op ons bord.

**Wat zit er eigenlijk achter uw soep?**

beter? Is het gezond of ongezonder, afgezet tegen verse soep? Is het duurder of goedkoper dan zelfgemaakte soep?

Alleen die laatste vraag is makkelijk te beantwoorden. Een liter bliksoep is duurder dan zelf soep maken, blijkt uit het rekenvoorbeeld dat Janneke Vreugdenhil op de laatste pagina geeft. Nederlanders worden door de supermarkten in hun felle concurrentiestrijd - ze zijn allemaal de goedkoopste - heel prijsbewust gehouden. Maar onze behoeftes aan smaak is vaak nog groter. Uitgezonderd een kleine voorhoede die er steeds mee bezig is, willen veel Nederlanders niet te veel tijd en gedachten wijden aan hun eten.

**Overwinning**

Wie over dit blik nadenkt, beseft al snel dat het - met zijn 37 ingrediënten, zijn als soep te herkennen smaak en zijn houdbaarheid tot ver in 2017 - een triomf laat zien van logistiek en techniek, de overwinning die de voedingsindustrie heeft geboekt op de klassieke menselijke conditie van schaarste en periodieke honger. Na de Tweede Wereldoorlog werd in het Westen collectief ingezet op het verhogen van de productie; honger zou voorged toet de verleden tijd gaan behoren. Geholpen door kunstmet en industrialisering zijn we er in geslaagd schaarste om te buigen in een onvoorstelbare overvloed.

De wereld produceert genoeg calorieën voor iedereen, en zal ook de naar 9 miljard zielen groeiende wereldbevolking waarschijnlijk wel kunnen voeden. Maar de vraag is hoe. De mondiale voedselproductie is ecologisch niet houdbaar, de goedkope bulkstoffen die er de kern van vormen zijn onvoldoende gezond. De verdeling is scheef: één op de acht mensen heeft honger, en één op de drie mensen heeft overgewicht. De machtsverdeling is ook scheef: mondiale voedselconcerns en grote supermarkten hebben grote delen van de keten in handen, soms in bijna-monopolies. Ruwweg één derde van het geproduceerde voedsel wordt in de loop van de keten verspild.

Van overbessing tot de diabetes-epidemie, van de uitstoot van broeikasgassen tot gevaarlijke dierziekten en uitputting van bodems door

pesticidegebruik - een hele serie problemen hangt samen met de voedselvoorziening.

In voedsel en landbouw heeft alles met alles te maken. Er loopt een lijn van onze groenteconsumptie naar de waterproblematiek in Spanje. Er loopt een lijn van welvaartsziekten, van die westerse diët van te veel suiker, zout en soja (de grondstof van vlees), verder naar de prijs van deze bulkstoffen en hun productiewijze tot aan ontbossing en landconflicten in Latijns-Amerika en Afrika. Er loopt een lijn van Europese landbouwsubsidies en handelsvoorwaarden naar het gebrek aan een substantiële Afrikaanse landbouw en voedselsector, en dus naar migratieproblematiek.

De concentratie van economische macht en intellectueel eigendom (zoals patenten op zaai) bij grote concerns wordt fel ter discussie gesteld door organisaties die opkomen voor de rechten van armen en kleine boeren of voor milieu en biodiversiteit. Ook de westerse culinaire voorhoede fulmineert tegen industrie en supermarkten. Door alle eenvormige massaproductie gelden kleinschalig en ambachtelijk, dus datgene waaraan de wereld ooit probeerde te ontsnappen, nu als luxe.

Maar schuilt in kleinschalig en ambachtelijk ook de oplossing? Dat niet. Eenduidige oplossingen voor landbouwkwesites bestaan bijna niet. Het afbouwen van Europese landbouwsubsidies zou boeren elders helpen, maar zou fineste gevolgen hebben voor de worstelende Europese boeren en het landschap hier. Meer dierenwelzijn is vaak schadelijk voor het milieu en het klimaat. Breken met leveranciers aan de andere kant van de wereld die het milieu schaden en mensenrechten schenden, betekent dat die in zee gaan met een concurrent die echt overtuiging aan heeft. Wie kiest voor zongrijpente tomaten uit Spanje moet het vervuilde wegvervoer voor lief nemen. Wie kiest voor Hollands tomaat, kiest voor vervuiling door de kassas.

De voedingsindustrie zet stappen, maar verbetering moet wel iets opleveren. Het puur economisch belang botst vrijwel steeds op andere belangen. De burger wil diervriendelijk vlees, de consument weigert ervoor te betalen.



Reclame uit 1986 voor de tomatensoep van Unox, die sinds 1957 op de markt is. Jaarlijks worden er van deze soep 3,7 miljoen blikken verkocht.

Verduurzaming kan voor de Nederlandse markt renderen, maar geeft op de wereldmarkt concurrentievervals. Andere handelsvoorwaarden zouden de ontwikkeling van een voedselsector in Afrika kunnen stimuleren, maar schaden direct Europese belangen.

Met 'reststromen' zoals het voedselafval uit fabrieken wordt genoemd, valt te verdienen. Maar minder verspilling bij de consument betekent minder verkoop voor de producent. Het minder dat voor westerse gezondheids- en milieuproblemen de oplossing zou zijn (vet, zout, vlees, zuivel, vis) staat sowieso haaks op het groeiprincipe dat de wereld draaiende houdt. In landbouw- en handelsnatie Nederland, op

de wereldranglijst de tweede exporteur van voedsel en de tweentwintigste producent ervan, worstelen boeren, fabrikanten, supermarkten en consumenten met deze dilemma's. Hoe het beter zou moeten, is vastgelegd in een woud van allianties, convenanten en streefdoelen. Toch lijkt het alsof alle partijen op elkaar wachten. De consument wacht op beter en duurzame aanbod, de supermarkten op betere keuzes van de consument. Boeren en producenten wachten op de overheid, die afwachend kijkt naar veranderingen 'uit het veld' en 'in de markt'. Den Haag wacht op Brussel. Tal van lepelshen in uw soep geroerd. Hoepelijk geeft deze bijlage inzicht in wat u slikt.

www.indus-overname.nl

dr. Jost Jochims  
dr. Theo Kuitens  
dr. Jacques de Vries  
dr. Peter Dekker  
mr. Jeroen Bruins Star

**Indus**  
Overname & Participatie

**INDUS ZOEKT NIEUWE PARTNERS/AANDEELHOUDERS**

Indus Overname & Participatie B.V. adviseert bij overnameprocessen van grotere MKB-ondernemingen.

Gezocht wordt naar uitbreiding met enkele hooggekwalficeerde partners. U bent 40-55 jaar, hebt een academisch denkniveau, een uitstekend ontwikkeld zakelijk netwerk, en bij voorkeur een financieel-technische en/of financieel-juridische achtergrond.

Als u zich hierin herkent, nodigen we u graag uit te reageren. Meer informatie vindt u op [www.indus-overname.nl](http://www.indus-overname.nl).

Indus Overname & Participatie B.V.  
Soestdijkp. 11, 4011 CN Breda, T 076-515-4334





Weeg en meng de kruiden en specerijen.



Doe als het water kookt de vermicelli in de pan.



Scheutje olie erbij.



Schep een flinke soeplepel uit de ketel en controleer een monster op viscositeit (dikte), kleur, smaak en zuurtegraad.



Woel de bevroren ballen los, zodat ze verdeeld kunnen worden over de blikken.



Stort eerst de soep in het blik, daarna de ballen (minimaal 17) en voeg een scheutje water toe.

Door onze redacteur  
Martine Kamstra

Als we thuis tomatensoep maken, doen we dat ongeveer als volgt. Uijte fruiten, wat prei, bleekselderij erbij, knoflook, tomaten natuurlijk, bouillon, intussen balletjes draaien... Enfin. Tomatensoep. Simpel.

Maar hoe gaat dat in de fabriek? Hoe komen tomaten, groente en ballen samen in blik? Wie roert er in de soep?

Voor deze en andere soepvragen moeten we in Oss zijn, waar al sinds 1957 tomatensoep wordt gemaakt.

Inmiddels maakt Unox allerlei varianten op tomatensoep, een groot deel in Polen, waar de soep in stazaakken wordt verpakt. Maar 'De favoriet van Nederland' komt uit Oss. 24 uur per dag wordt hier bliksoep gemaakt. Niet alle soepen tegelijk, maar om

## Hoe maak je 4.000 liter soep?

Reportage Soepfabriek Oss

Geen ketel Stevige Tomatensoep smaakt precies hetzelfde.

de beurt. In de winter wordt er meer erwtensoep gemaakt.

Op deze vrijdagmiddag worden met de laatste blikken met Chinese Tomatensoep gevuld. Als de hele lijn is schoongemaakt, wordt overgeschakeld op de Stevige Tomatensoep. In witte jassen, sordopjes in, op witte schoenen, worden we rondgeleid.

Te beginnen in de kruidenkamer. De laurier, die in Turkije met de hand geplukt schijnt te worden, zien we hier niet meer terug. Die is verwerkt en zit in grote ballen kruidenmix, samen met knoflook, koriander en andere ingrediënten. In de kruidenkamer - dat klinkt gezelliger dan het is - worden kruiden en specerijen handmatig gewogen, kilo's tegelijk.

Even verderop: de tomaten. Althans, tomatenpuree. Dezelfde puree als die we thuis in kleine blikjes hebben, maar dan in grote vaten. En de tomatenblikjes, die ze bij Unox *diced* noemen. Even verderop staan prei en ui, in snippers van 10 bij 10

millimeter. Want anders dan thuis wordt hier niet zomaar een beetje op gevoel gekookt. De hoeveelheden zijn enorm, maar er wordt op de gram en de millimeter gewogen en gehakt.

In het midden van de hal staat Bea de Bijl op een verhoging, bij drie kolossale soepketels van elk vierduizend liter. Zelfs tientallen jaren boven de ketel smaakt de soep haar nog goed.

Regelmatig neemt ze een bekertje mee naar de kantine. Hij is hier misschien ook wel op z'n lekkerst, vlak voordat de soep omwille van de houdbaarheid de sterilisatoren in gaat. De taugje in de Chinese Tomatensoep, kunnen we vaststellen, is hier nog knapperig.

De Bijl draait even een knop van één van de ketels los, want de stoominjecties die de soep in de ketel verwarmen, maken een enorme herrie. Zonder die stoominjecties zou de tomatensoep nooit in twintig minuten klaar zijn. Zo snel gaat het dus.



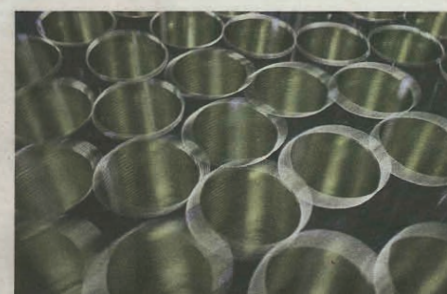
Snipper wat uitjes in blokjes van 10 millimeter en voeg toe aan de tomatenpulp.



Voeg de tomatensaus toe aan de soep.



Proef de soep nog één keer voordat deze in blik gaat. Is deze goed op smaak?



Stuur de lege blikken naar de vulmachine.



Sluit het blik af met een deksel en stuur het door naar de sterilisatoren.



Wikkel het etiket om het blik en voorzie het van de juiste houdbaarheidsdatum.

FOTO'S: JASPER LUNEN

En echt ingewikkeld is het ook niet. De Bijl vertelt hoe ze Stevige Tomatensoep maakt. Eerst gaat er water in de ketel, dan de eerste *tote*, een bak zo groot als een invalideautootje, met vermicelli. Beetje opstomen, en dan komt de tweede *tote* met *diced* (de tomatenblokjes) en prei.

Dan kan het zout vergeten zijn - bij het wegen kan er altijd iets misgaan. Dat is snel op te lossen. Maar als de soep gek smaakt, en de oorzaak is niet te vinden, gaat 4.000 liter soep zonder genade *down the drain*. Of „richting Oijen”, zoals ze bij Unox zeggen. Daar staat de waterzuiveringsafdeling.

Het is de nachtnutrie van ieder voedingsmiddelenconcern: één terugoproepactie en je naam is voor jaren bezoodeld. Vandaar dat de man of vrouw bij de ketel niet de enige checkpost is. Langs het hele traject worden steekproeven genomen. Aan het einde gaat ieder afzonderlijk blik nog langs de röntgencanner. En daarna

proeven is een extra, menselijke controle. Er is weliswaar apparatuur die monsters controleert op viscositeit, kleur en smaak, er wordt gecheckt of de zuurtegraad hoog genoeg is, maar altijd komen er nog echte smaakpapillen aan te pas, en in een heel zeldzaam geval denkt De Bijl: „Hé flauw.”

Dan kan het zout vergeten zijn - bij het wegen kan er altijd iets misgaan. Dat is snel op te lossen. Maar als de soep gek smaakt, en de oorzaak is niet te vinden, gaat 4.000 liter soep zonder genade *down the drain*. Of „richting Oijen”, zoals ze bij Unox zeggen. Daar staat de waterzuiveringsafdeling.

Het is de nachtnutrie van ieder voedingsmiddelenconcern: één terugoproepactie en je naam is voor jaren bezoodeld. Vandaar dat de man of vrouw bij de ketel niet de enige checkpost is. Langs het hele traject worden steekproeven genomen. Aan het einde gaat ieder afzonderlijk blik nog langs de röntgencanner. En daarna

De ballen worden nog steeds in Oss gedraaid

doet de 'ochtendleuring' nog één organoleptische waarneming - zo heet proeven en ruiken in de fabriek.

De Stevige Tomatensoep van Unox smaakt dus altijd hetzelfde? „Nee, echt niet!” zegt De Bijl. Geen ketel soep smaakt precies eender. Al zal de consument het verschil thuis niet opmerken. De Bijl proeft toch altijd subtiele verschillen. Het is tenslotte soep, geen kauwgom.

Ze stopt haar lepel weer weg. Deze ketel kan door naar beneden.

In de nog etiketloze blikken wordt van boven uit de ketel de soep gelost. Hier gaan ook de ballen in de soep. Vroeger werden rund en varken op het terrein, in eigen slachterijen, geslacht. Inmiddels komt het vlees behalve uit Nederland ook uit België en Frankrijk, maar de ballen worden nog steeds in Oss gedraaid, in de hal waar ook de Knaks en de rookworst gemaakt worden - die roken we al bij aankomst.

De bevroren ballen worden losgeschud,

en in porties van minimaal zeventien ballen over de langs trekkende blikken verdeeld - want reken maar dat er mensen zijn die het thuis nawegen. Het is nog een kunst om die ballen een beetje gelijkmatig in de soep te houden, ervoor te zorgen dat ze niet allemaal aan de oppervlakte drijven, al is die uitdaging bij stazaakken groter dan bij de Stevige Tomatensoep uit blik.

Na de ballen komt er nog een klein scheutje water bij, het deksel gaat op het blik en de soep wordt gepasteuriseerd. Gepasteuriseerd? Was het niet gesteriliseerd?

De mannen van Unox leggen het misverstand uit. De soep gaat weliswaar de sterilisatoren in, maar de soep wordt op een lagere temperatuur verhit dan bij sterilisatie. Pasteurisatie volstaat om het blik Stevige Tomatensoep nog jaren in de voorraadkast te kunnen laten staan en het dan toch nog zo te laten smaken als deze middag uit de ketel.

Alleen De Bijl zal het verschil proeven.







# Varkenskinnebakpunten in vacuüm getrokken ballen



## Herkomst

De ingrediënten voor de soep komen uit de hele wereld. Duurzaam is een groot woord, duurzamer wordt het wel.

Door onze redacteur **Hanneke Chin-A-Fo**

Z e kan gerust de prima donna onder de bilsoepen genoemd worden. Wat Yvon Jaspers is voor de publieke omroep, is de Unox Stevige Tomatensoep voor Unilever. Kom er vooral niet aan, want de mensen houden van haar zoals ze is. Hollands, no-nonsense, degelijk, vertrouwd.

Unilever koestert het imago van de meestverkochte soep uit het assortiment. Aanpassingen in de receptuur, zoals de vernieuwde samenstelling van de balletjes, mogen alleen als die het wezen van de soep niet aantasten. Te radicale veranderingen zouden desastreus uitpakken in de verkoopcijfers.

Neem het Cup-a-Soup-drama van enkele jaren geleden. De verkoop stortte in na een al te voortvarende verlaging van het zoutgehalte. Binnen zes weken schakelde Unilever weer over op de oude receptuur.

Dat mag met een traditioneel product als de Stevige Tomatensoep niet gebeuren. Daarom heeft culinair specialist Anton Rinsema de taak om de smaak van de tomatensoep te bewaken. „Ik heb een standaardsoep op mijn netvlies”, zegt hij. „De typisch Nederlandse tomatensoep is vrij zuur met een zout randje.”

Iedereen kan zich die smaak wel voor de geest halen, ook mensen die nooit kant-en-klare soep eten, of nooit van dit merk. Maar wat eet je nu precies als je zo'n blik opentrek? En waar komt het vandaan? Is dat überhaupt te achterhalen voor een product met 37 verschillende ingrediënten?

Deze krant liep de herkomst na van de belangrijkste bestanddelen. Unilever voorzorg ons van een lijst met leveranciers. Transparantie in zijn eigen aanvoerketen is een belangrijk element van Unilevers duurzaamheidsplan, dat voorschrijft dat in 2020 de milieu-impact van het concern gehalveerd moet zijn ten opzichte van 2010. Je kunt de keten immers niet verbeteren zonder hem te kennen.

Die lijst was een basis voor verder onderzoek. Unilever kent van ongeveer de helft van de ingrediënten het land van herkomst, maar meestal niet meer dan dat. Kunnen de leveranciers precies vertellen waar zij hun grondstoffen vandaan halen en hoe die geproduceerd worden? En hoe bewaken ze die tot het product dat in de Unilever-fabriek in Oss de soep ingaat? De belangrijkste bevindingen.

## Tomaten

Tomaten vormen zoals je mag verwachten met 77 procent het hoofdbestanddeel van de soep. Ze belanden in drie hoedanighe-

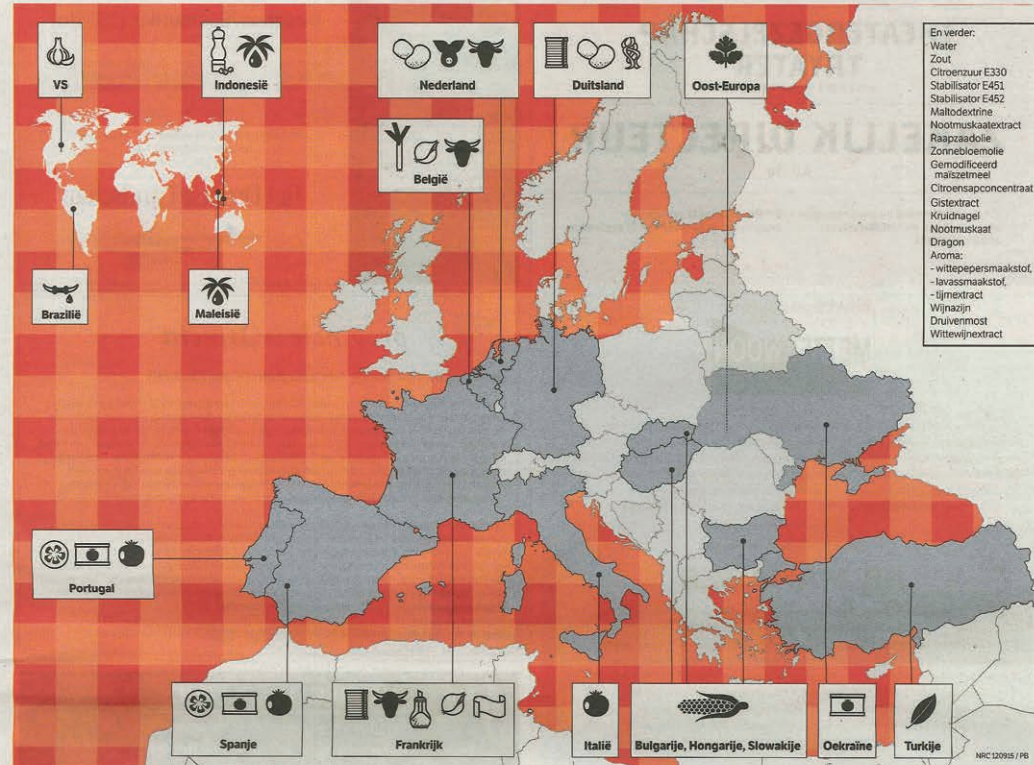
- Peper
- Tomaten
- Tomatenpuree
- Tomatenvezels
- Ui
- Prael
- Varkensvlees
- Rundvlees
- Rundvleesextract
- Sulker
- Aardappelmeele
- Korlander
- Palmvet
- Mals
- Knofflook
- Laurier
- Blik
- Papier
- Vermicelli (tarwegries, ei-eiwit)

den in de ketel in Oss: *diced* (in stukjes), als puree en als tomatenvel. Die laatste variant maakt de soep wat dikker. Bij elkaar gaat er voor acht tomaten aan tomatenbestanddelen in een blik van 800 gram. Het Spaanse Agraz is de belangrijkste leverancier. De andere drie leveranciers komen eveneens uit Spanje, uit Oekraïne en Italië.

Arthur Fellingner, hoofd inkoop bij de voedingsstak van Unilever, noemt de tomaat „een *hero-ingredient*”. Hij legt uit: „Daar kun je een verhaal bij maken.” Op het blik prijkt dan ook de tekst: „Met Duurzaam Geteelde Tomaten”. „Alles wat wij doen, dus ook de duurzaamheidsstrategie, moet leiden tot meer verkoop”, zegt Fellingner. „Daarom zijn we tenslotte in business. We hebben gekozen voor Agraz omdat zij als een van de eerste aan ons duurzaamheidsplan voldeden. Alle tomaten komen daar uit de volle grond. Dat is het meest aansprekende model. En ze hebben een modelboerderij waar we mensen mee naar toe kunnen nemen.”

Agraz heeft 222 boeren onder contract in het Zuid-Spaanse Extremadura en net over de grens in Portugal. Van hen leveren er 95 tomaten voor Unilever. Die worden verwerkt in de fabriek in Badajoz en gaan dan in vaten per vrachtwagen naar Oss.

Voor Agraz was het geen moeilijke afdeling om mee te gaan in de duurzaamheidsmissie van Unilever. „De boeren gebruiken nu allemaal druppelirrigatie waardoor ze water besparen en dus lagere kosten hebben”, zegt Victor Rubio van Agraz. „Ze hebben ook geleerd hoe ze kunnen besparen op kunstmest en pesticiden.”



- En verder:
- Water
  - Zout
  - Citroenzuur E330
  - Stabilisator E451
  - Maltodextrine
  - Nootmuskaatextract
  - Raapzaadolie
  - Zonnebloemolie
  - Gemodificeerd maïsmeel
  - Citroensapconcentraat
  - Gistextract
  - Kruidnagel
  - Nootmuskaat
  - Dragon
  - Soma:
  - wittepepersmaakstof,
  - lavassmaakstof,
  - lijnextract
  - Wijnazijn
  - Druivermost
  - Witwijnextract



## Schrijf je eigen familiegeschiedenis

Workshop door Yaël Vinckx

Familie... je zult er een boek over kunnen schrijven. Maar je weet niet waar te beginnen. Hoe te schrijven. Maar dat kun je leren. Kent u een prachtige familiegeschiedenis of is uw leven één groot verhaal, en wilt u daarover schrijven? Volg dan de workshop Familiegeschiedenis schrijven van schrijver en NRC-journalist Yaël Vinckx.

In de workshop buigt Vinckx zich over vragen als waar haal je je informatie vandaan? Hoe interview je familieleden? Hoe orden je hun verhalen? Daarnaast besteedt zij ook aandacht aan het schrijven. Hoe maak je spannendsoeg? Wanneer zet je de dialoog in? Deelnemers doen diverse schrijfoefeningen en gaan naar huis met een handleiding voor hun familiegeschiedenis.



**Yaël Vinckx** is sinds 1992 journalist bij NRC Handelsblad, was onder meer correspondent in voormalig Joegoslavië en is schrijver van het boek over haar eigen familiegeschiedenis: *De oorlog van mijn moeder*.

**Data en locaties**  
 11 oktober H. de Vries Boekhandel, Gedempte Oude Gracht 27, Haarlem  
 18 oktober Boekhandel Van Piere, Nieuwe Emmasingel 44, Eindhoven  
 31 oktober Museum Rijswijk, Herenstraat 67, Rijswijk  
 8 november Boekhandel Van der Velde, Akerhof 45, Groningen  
 29 november Indisch Herinneringscentrum, Velperweg 147, Arnhem

**Praktische informatie**  
 Tijd: Van 11.00 tot 16.00 uur  
 Prijs: € 175,- p.p. incl. lunch en handleiding

Vragen over deze workshop? Mailt u dan klantenservice@nrcwebwinkel.nl

**175,-**  
incl. lunch en handleiding

Telefonisch inschrijven 088-5720572 (keuze 7/tijdens kantooruren)  
 Schrijf in op [nrcwebwinkel.nl](http://nrcwebwinkel.nl)

Unilever stelt geen harde eisen aan de hoeveelheid water, kunstmest en bestrijdingsmiddelen die bezuinigd moeten worden. De richtlijn stelt in algemene termen dat boeren niet meer water gebruiken dan de plant nodig heeft, een criterium dat ruimte voor interpretatie overlaat. Volgens Rubio gebruiken de boeren nu gemiddeld 6.500 kubieke meter water per hectare, in plaats van 8.000 vroeger. Een significante besparing, maar of het daarmee duurzaam te noemen is? Dat hangt van talloze factoren af, die met een omgevingsstudie in kaart zouden moeten worden gebracht. Duurzaam, dat is het in elk geval wel.

Het vergt behoorlijke investeringen. In ruil daarvoor krijgen de boeren een betere en stabilere prijs. Voor Meat is diens was de overgang de moeite waard omdat het bedrijf op de Nederlandse markt gericht is. „Een jaar of zes geleden hebben we besloten om vol in te zetten op dierenwelzijn. We kijken goed naar wat de consument wil. Als je exporteert, moet je mee met de wereldmarkt, en daar is dierenwelzijn minder belangrijk. Dan lukt het niet om alle delen van het dier goed te vermarkten. Hier in Nederland kan dat beter.”

Het varkensvlees voldoet nog niet aan het Better Leven-kenmerk. Dat is nog te duur. Inkoopdirecteur Fellingner: „De twee sterren van het rundvlees kunnen pas op het etiket als het varkensvlees ook het Better Leven-kenmerk heeft. Dan wordt de soep ook duurder. Als we tegen een geringe meerprijs varkensvlees van het kenmerk kunnen krijgen, gaan we daarmee naar de afdeling marketing en vragen hun of ze er een mooi verhaal mee kunnen maken.” Het vlees voldoet nu al wel aan Unilevers eigen duurzaamheidsplan.

In de ballen gaat hielvees, schouder- en kopspees van de leveranciers Vion, Westfleisch, Tönnies, Westfort, P. Wils en Wellink.

Het bij Antwerpen gevestigde vleesbedrijf P. Wils importeert varkenskoppen uit Nederlandse slachthuizen. Hier worden ze ontdaan, deels machinaal, deels handmatig. „Naar Unilever gaan de betere delen van de kop”, zegt Peter de Bruycker. „De buitenkanten, de binnenkanten en de kinnebakpunt [het deel tussen snuit en ogen, red.]”. De snuiten en oren gaan naar

Azië, de botten zijn voor de gelatine-industrie. „Als we willen overschakelen op Better Leven-vlees moeten de kosten daarvan in Nederland gedekt worden”, zegt Jaap de Wit van Westfort in IJsselstein. Een deel van het varken bestaat uit delen die Nederlanders niet eten, zoals de poten. Die gaan naar China en andere landen waar men niet bereid is om meer te betalen voor dierenwelzijn. „Het is dus te kort door de bocht om te zeggen dat Nederlandse consumenten maar een dubbeltje per kilo meer hovent te betalen voor duurzaam vlees. Het zou duurder zijn dan dat.” Vion, marktleider in het slachten en verwerken van varkens, heeft ook boeren onder contract die volgens het Better Leven-kenmerk werken. Het bedrijf wil niet zeggen voor welke meerprijs ze dat vlees aan Unilever zouden kunnen leveren.

Het palmvet komt uit Indonesië en Maleisië en wordt door de Duitse Walter Rau Öl und Fett nog bewerkt voor Unilever. Alle palmolieproducten die het concern gebruikt voldoen naar eigen zeggen sinds vorig jaar aan hun duurzaamheidsplan.

Het typisch Nederlandse tomatensoep is vrij zuur met een zout randje

## De rest van de bal

Een goede soepbal ontwerpen is een vak apart, waar behalve kok Rinsema ook een vleesstechnoloog aan te pas komt. Het gaat namelijk niet alleen om de smaak, ook de substantie is belangrijk. Behalve uit vlees bestaat de bal uit palmvet, rundvleesextract, zout en peesjes en enkele toevoegingen. Citroenzuur (E330) dient om eventuele schadelijke sporen uit het vlees te doden. Maar door dat zuur krimpen wel de eiwitten in het vlees, waardoor de dichtheid te groot wordt. Harde ballen dus. Die dichtheid is toch al groot, doordat elke bal wordt vacuüm getrokken voordat hij de ketel ingaat. Dit om te voorkomen

## De rest van de soep

Het zuur van de tomaten wordt gezoet met suiker uit Frankrijk en fructose uit maïs die geteeld wordt in Hongarije, Bulgarije en Slowakije. Er gaat aardappelzetmeel in uit Nederland en Duitsland, prei uit België, peper uit Indonesië, knoflook uit de VS. De ui komt uit België en Frankrijk. Van sommige ingrediënten is de herkomst niet te achterhalen. Zo kan het Britse Ingredient niet terugvinden waar zijn maïsmeel heeft ingekocht. De ingrediënten die wel getraceerd konden worden, leverden een lijst van miljoenen zettien landen op. Daarmee is de Stevige Tomatensoep een echte wereldsoep.





# Knokken om de invloed in Brussel

**Voedselloobby Industrie en groene lobby lopen de deur plat bij Europese politici. „Ze zijn blij met ons. Wij brengen hun een verhaal waarmee ze zich kunnen profileren.”**

Door onze redacteur  
**Leonie van Nierop**

**F**ascinerend”, vindt de Nederlandse Europarlementariër Bas Eickhout het, hoe hij door de voedselloobby wordt bestookt.

Vooral toen het in Brussel over de etikettering van voedsel ging. „De lobby was gigantisch. Mijn mailbox stroomde vol industrie. En die lobby wont” Eickhout (GroenLinks) en progressieve collega's in het Europees Parlement pleiten voor een 'stoplichtensysteem', naar Britse voorbeeld, waarbij de consument in één oogopslag kan zien of een product veel zout en/of suiker en/of vet bevat. Rood voor ongezonde producten, en zo was er ook oranje en groen. Maar de industrie stond op haar achterste benen. Nu staat alleen voorop de verpakking hoeveel calorieën het product bevat. Kleurloos. Onopvallend.

Zo staat op een blik Stivige Tomatensoep van Unox dat een portie 130 kilocalorieën telt - slechts 6 procent van de dagelijkse 'referentie-inname'. En zo oogt het blik gezond. Je moet in de voedingswaredatabank duiken om te zien dat een kommetje soep bijna eenderde van de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid zout bevat.

## Emotioneel

Het sneven van het stoplichtensysteem kent volgens Eickhout hoe het in Brussel werkt. „De industrie staat bij nieuwe wetgeving vooran. En de Europese Commissie werkt graag mee.” Anders dan wel wordt gedacht, werkt die voedselloobby vooral op basis van argumenten, zegt Eickhout. Die hielden in het geval van het stoplichtensysteem: te simpelistisch (niet is bijvoorbeeld vetter, dan cola light, maar niet noodzakelijk ongezond), betuttelend, inefficief, bureaucratisch. Een ander argument, in elke voedseldiscussie: dit kost banen. De nachtmerrrie van de politicus.

Eickhout wordt er zelf soms „cynisch van”, van „hoe politici zich voor het karretje laten spannen”. „Lobbyisten voor industrie, monoculturele landbouw” strooien folderjes met boeren op een tractor in de Alpen. Dat werkt bij politici opvallend goed. De lobby weet het sentiment te raken. „Eickhout vond de discussie over de stoplichten ook „heel emotioneel”.

Met slinkse beïnvloeding, snoeprijes en dure ententes valt het volgens Eickhout nogal mee. Maar hij ziet wel veel verwevenheid van functies. „Het is een old-boys-network”. Vooral de boerenlobby is sterk, zegt Eickhout. „Op landbouwgebied voelen wij Groenen ons soms volstrekt hopeloos. Als de industrie ergens voor gaat liggen, hebben we eigenlijk geen schijn van kans.”

Maar ook de tegenlobby - die van non-gouvernementele organisaties, consumentenorganisaties, de milieubeweging -

is heel effectief. Zij bepleiten hun zaak doorgaans via de publieke opinie. Een voorbeeld daarvan is de lobby tegen genetisch gemodificeerde gewassen, zegt Europarlementariër Jan Huitema (VVD). „Greenpeace roept in de publieke opinie 'Frankensteinfood', en dat heeft groot effect. Daardoor gaat de politieke discussie niet over wetenschap of feiten. Dat is erg.” Mensen zeggen vaak dat multinationals veel macht hebben, aldus Huitema, „Maar Greenpeace is ook een multinational.” Volgens Huitema heeft Unilever bijvoorbeeld „maar vier” lobbyisten rondlopen, en telt Greenpeace er wel zestien. „De invloed van zo'n organisatie is ook heel sterk.”

Greenpeace zegt dat het kantoor in Brussel wordt bemand door vijftien medewerkers, van wie er tien lobbyen. Twee van hen doen voedsel, ieder drie dagen per week. Voedselproducenten hebben niet alleen lobbyisten in dienst, maar ook lobbyisten die namens de hele voedselindustrie zaken bepleiten. Zij huren ook lobbykantoren in. Aan de campagne tegen het stoplichtensysteem spendeerde alleen al FoodDrinkEurope, de lobbyclub van de voedingsindustrie, naar eigen zeggen een miljard.

Een lobbyist die niet met zijn naam in de kraant wil, zegt dat hij heel makkelijk binnenkomt bij de beleidsmakers. „Niet alleen omdat je een belanghebbende vertegenwoordigt. Politici zijn blij met lobbyisten als ze niet alleen komen halen, maar ook komen brengen. Een goed verhaal, waarmee de politicus zich kan profileren.” Soms organiseert hij ontbijts of probeert. Hij laat ook vooraanstaande wetenschappers brieven aan politici schrijven.

**Dubbele petten**  
Volgens Nina Holland van Corporate Europe Observatory, een non-gouvernementele organisatie die de lobby van het bedrijfsleven in Brussel onderzoekt, wordt wetenschap steeds vaker als lobbymiddel ingezet. Door de industrie opgezette organisaties zoals EUFI en ILSI proberen wetenschappelijke inzichten te beïnvloeden door bedrijven, overheid en academici bij elkaar te brengen rond strategische thema's. Het programma wordt bepaald door de betalende leden als McDonald's, Monsanto en Unilever. Holland denkt dat veel politici niet weten dat de clubs van de Industrie zijn, en alles wat zij zeggen voor waar namenemen.

De dubbele pettenproblematiek ziet ze ook bij de Europese voedselveiligheidsdienst EFSA. Het toets bijvoorbeeld de veiligheid van E-nummers en genetisch gemodificeerde gewassen. Niet in een laboratorium, maar op basis van de wetenschappelijke onderzoeken die de industrie zelf aanlevert. De experts die die toetsen, werken vrijwillig voor EFSA. De rest van de tijd werken ze bij universiteiten aan eigen onderzoek, dat steeds vaker wordt gefinancierd door dezelfde industrie.

## Voer voor lobbyisten

### Europese wetgeving

Wat zijn de thema's waar voedselloobbyisten bij de Europese Unie zich op dit moment druk om maken?

Door onze redacteur  
**Leonie van Nierop**

### TTIP

Oftewel het Trans Atlantic Trade and Investment Partnership, het grote handelsverdrag tussen de Verenigde Staten en Europa. De voedingsindustrie is vóór. Veel maatschappelijke organisaties zijn tegen. Volgens critici is TTIP niet in het voordeel van het midden- en kleinbedrijf; met name de Europese boer. Ook zijn er zorgen over de voedselveiligheid, daar Europa de hele keten controleert en de VS alleen het eindproduct. Geen sector lobbyt zo intensief voor TTIP als de voedingsindustrie.

### Klonen

Hierover lobbyen vooral de Amerikanen, des te meer met een oogje op TTIP. Maar het Europees Parlement heeft zich onlangs uitgesproken voor een verbod op het klonen van dieren voor consumptie en op het importeren van levensmiddelen van gekloonde dieren en hun nakomelingen. Critici vrezen dat klonen gepaard gaat met dierenleed en wijzen erop dat de impact op de genetische diversiteit ongewis is. Bovendien wil een meerderheid van de Europeanen geen gekloond voedsel. In de VS worden wel afstammelingen van gekloonde dieren verkocht. De Amerikaanse vleesindustrie vreest dus dat Europees verbod.

### GGO

Een afkorting van genetisch gemodificeerde gewassen. De voedingsindustrie is vóór, veel organisaties zijn tegen. Niet als veel burgers, overigens. Een groot bezwaar is industrialisering van de landbouw en

marktconcentratie bij een paar grote zaadveredelaars die patenten hebben op de gewassen. Bovendien is onbekend wat de gevolgen voor mens en milieu zijn op de lange termijn. De EU-licidaten zijn zo verdeeld over dit thema dat stemmingen in de Raad steeds onbeslist blijven. Wel laat de Europese Commissie genetisch gemodificeerde gewassen toe die zijn goedgekeurd door de Europese voedselveiligheidsdienst EFSA. Zonder meerderheid dus. Om de onvrede daarover weg te nemen, stelde de Commissie onlangs voor lidstaten zelf te bevoegdheden te geven om door Brussel goedgekeurde GGO's op nationaal niveau te wenen. Dit plan stuitte op weerstand van lidstaten, Europees Parlement, organisaties én de industrie. Dit najaar praat Brussel verder over de toelating.

### Herkomstand

Vanaf 2017 moet op een etiket van verpakt vlees van varkens, schapen, geiten en pluimvee staan waar het vandaan komt. De discussie over de herkomstvermelding van verwerkt vlees (bijvoorbeeld gehaktballetjes in tomatensoep) loopt nog. Een deel van het Europees Parlement en dierenrechtorganisaties willen ook voor verwerkt vlees een herkomstetiket. Dat zou fraude tegengaan en het consumentvertrouwen kunnen herstellen na diverse vleeschandalen. Bovendien kunnen consumenten een bewustere keuze maken voor lokaal geproduceerd voedsel. De vleesindustrie is fel tegen. „Verwerkt vlees komt vaak van verschillende leveranciers, uit verschillende landen. Dat zou de consument afschrikken. Bovendien wisselt een producent vaak van leverancier: veel administratie. Het zou ook protectionisme in de hand werken.”

### Nanotechnologie

Deel een menselijk haar door 80.000 en je hebt de grootte van één nanodeeltje. Daarmee wordt nu geëxperimenteerd in voedsel. Met nanotechnologie zou je maag en maaginhoud kunnen laten smaken als vette. Maar niet alle nanodeeltjes lossen goed op in het lichaam. En zijn wetenschappers die beweren dat nanodeeltjes door de huid en de ingewanden kunnen dringen en terecht kunnen komen in het bloed, lymf-systeem en de organen. De Europese Commissie heeft in 2013 een wetsvoorstel voor de toelatingsprocedure van nieuwe voedingsmiddelen („novel food”) waaronder nanomaterialen gepubliceerd. Een ontwerp is al goedgekeurd door een parlementaire commissie. Het gehele Europees Parlement stemt deze of volgende maand over het wetsvoorstel.

### Hormoonverstoorders

Hierover bestaan al langer grote zorgen. Er zijn aanwijzingen dat stoffen die bijvoorbeeld in pesticiden zitten, het hormonale systeem verstoren, wat kan leiden tot kanker, onvruchtbaarheid en diabetes. De Europese Commissie was wettelijk verplicht eind 2013 criteria te publiceren om te bepalen welke pesticiden hormoonverstorend zijn. Maar naar verwachting komen er pas over twee jaar criteria, en mogelijk restricties. Eind volgend jaar komt er eerst een „effectenstudie” naar de economische gevolgen van restricties. De Europese chemie-reuzen Bayer, BASF en Dupont betogen dat de economische verliezen voor de agrarische sector enorm zullen zijn. Ook de Amerikaanse industrie lobbyt hard, vaak samen met de Amerikaanse politiek. Tot

nu toe heeft de lobby de toetsrandkoming van beleid danig vertraagd. 22 Europese lidstaten hebben intussen een proces aangespannen tegen de Commissie wegens nalatigheid. Het Europees Parlement sloot zich daarbij aan. Wanneer het Europees Hof de zaak behandelt, is nog niet bekend.

### Insecten

Buffalowormen, meelwormen en sprinkhanen zijn al in Nederlandse supermarkten te koop. Die worden voorsnigd gedood. Krijgen we binnenkort ook de huisrekkel, de Afrikaanse treksprinkhaan en de rups van de kleine wamot op het menu? Brussel is er nog niet uit. Insecten bevatten veel dierlijk eiwit. Vooral voor veeverdierproducten is dit interessant. Maar sinds de uitbraak van BSE verbiedt de Europese Unie het voeren van dieren met dieren, uit angst voor besmetting. Dit najaar wordt besloten of insecten onder „novel food” vallen en dus via toelatingsprocedures de Europese consumptiemarkt op kunnen. De insectenindustrie is nog klein, maar heeft grote potentie.

### Veredelings technieken

Behalve het genetisch modifieren van gewassen zijn er andere mogelijkheden om in laboratoria planten te veredelen. Zo is er cisgenese. De techniek lijkt op genetische manipulatie, met één belangrijk verschil: bij cisgenese worden alleen genen van de eigen soort gebruikt. Deze techniek is nog zo nieuw dat er in Europa geen regelgeving voor is. Brussel bekijkt of cisgenese moet worden aangeduid als genetische manipulatie en onder de toelatingsprocedures voor



FOTO: ARJEN BORN

Krijgen we straks ook de kleine wamot op het menu?

GGO's moet vallen. Dat wil Greenpeace bijvoorbeeld. De bedrijven die zich met cisgenese bezighouden niet. De procedure duurt lang en is kostbaar. Het NBT Platform, opgezet door het Nederlandse lobbykantoor Schuitelaar & Partners, gaf vorig jaar al 50.000 tot 100.000 euro uit in een poging het besluit in het voordeel van de biotechnische bedrijven te wenden.

### Biologische landbouw

Brussel wil dat biologische producten en biologische landbouw in de EU voortaan echt biologisch zijn. De Europese Commissie pleitte in maart voor strengere regels en betere controles. Maar de landbouwministers kwamen in mei niet tot een besluit, vanwege verzet van onder andere Nederland en Duitsland. Zij zijn onder meer tegen het voorstel voor een afkingsgrens voor restanten van bestrijdingsmiddelen. De biobranch waarshuwde dat te strenge voorwaarden problemen kunnen opleveren voor kleine biologische boeren.

### Glyfosaat

Het meest gebruikte onkruidbestrijdingsmiddel ter wereld. De Europese vergunning verloopt eind dit jaar. De Europese voedselveiligheidsdienst bestudeert nu op nieuw de schadelijkheid van dit product, om te bepalen of de vergunning met tien jaar kan worden verlengd. Hier is veel om te doen. Want glyfosaat is een miljardenbusiness voor chemiebedrijven als Bayer en Monsanto. En in maart classificeerde het kankeragentschap van de WHO glyfosaat als „waarschijnlijk kankerverwekkend” - de op één na hoogste risicocategorie.



# Ook het etiket is niet onbeperkt

**Etiket** Wat op het etiket staat is een balans tussen eisen uit Brussel en marketingtrucs. 'Verbeterde soepballen' mag je niet eendeloos vermelden en voor het aangeven van de hoeveelheid groenten per kom koos Unilever na een enquête.

Door onze redacteur **Barbara Rijlaarsdam**

## De merknaam Unox

Unox bestaat sinds 1937 en is het bekendste Nederlandse merk van levensmiddelenbedrijf Unilever. Onder de Unox-vlag worden rookworsten, knakworsten en soepen geproduceerd.

## Verbeterde soepballen

De balletjes – er zitten er gemiddeld zeventien in een blik van 800 milliliter – waren te hard. Anderhalf jaar geleden besloot Unilever daar wat aan te doen. Door te spelen met de samenstelling van het deeg, zoals ze bij Unilever het gehakt noemen, zijn de smaak, de 'bite' en het uiterlijk van de ballen veranderd. De bal is nu wat ruller, zegt Unilever. Sindsdien heten de ballen op het blik 'verbeterd'. Dit soort teksten mag een producent echter niet oneindig blijven vermelden. Dus verdwijnt de kreet binnenkort weer van het etiket.

## Foto

De presentatie van een product mag niet misleidend zijn volgens Europese voedselwetgeving. Van misleiding is bij dit blik tomatensoep geen sprake, concludeert Karin Verzijden van Axon Advocaten, gespecialiseerd in levensmiddelenrecht. De soepballen en de vermicelli die op het plaatje zijn afgebeeld, zitten daadwerkelijk in de soep. Een voorbeeld van misleidende presentatie zou zijn wanneer op dit blik een wortel was afgebeeld, terwijl die niet verwerkt is in de soep.

## Ingrediënten/voedingswaardentabel

Fabrikanten zijn wettelijk verplicht een ingrediëntenlijst te plaatsen. Ook de volgorde is wettelijk voorgeschreven: als eerste wordt het bestanddeel genoemd dat het meest voorkomt, daarna volgt de rest in aflopende volgorde. De percentages hoeven niet bij ieder ingrediënt genoemd te worden. De lettergrootte is in Brussel bepaald, allergenen moeten in afwijkende typografie worden weergegeven (zoals in hoofdletters of dikgedrukt). Bij E-nummers mag de fabrikant kiezen of hij het nummer hanteert, of het ingrediënt uitschrijft. (E330 of citroenzuur.) Vanaf 13 december 2016 moeten alle verpakkingen een voedingswaardentabel bevatten. De meeste bedrijven hebben verpakkingen al aangepast.

# houdbaar

## Zonder toegevoegde smaakversterkers, kunstmatige kleurstoffen en conserveermiddelen

Zout en sulfer zijn natuurlijke smaakversterkers, zegt Unilevers voedingsdeskundige Lucie de Peuter. Dus er zitten wel smaakversterkers in de soep, maar geen toegevoegde. De officieel goedgekeurde smaakversterkers die op de Europese additievenlijst (met E-nummers) staan, hebben we dus niet gebruikt, aldus De Peuter. Datzelfde geldt voor de kunstmatige kleurstoffen die op de lijst voorkomen. Om de soep langer houdbaar te maken, is deze gepasteuriseerd. Daarom zijn geen speciale conserveermiddelen nodig.

## De favoriet van Nederland

Pure marketingtaal dit, zegt advocaat Karin Verzijden. Maar, zegt ze, Unilever kan die kreet vast onderbouwen. En inderdaad: Unilever hanteert de claim omdat uit de data van marktonderzoeksbureau Nielsen blijkt dat de Stevige Tomatensoep van Unox de bestverkochte soep van Nederland is. De Unilever-woordvoerder spreekt van een 'icoon' in het Unilever-portfolio. De Stevige Tomatensoep was de eerste bliksoep van Unox. Jaarlijks worden er 3,7 miljoen blikken Stevige Tomatensoep verkocht. Alleen in Nederland, want Unox is een nationaal merk.



## RECEPT Vries wat in, dan heb je Unox niet meer nodig

**E**n bord tomatensoep met balletjes en vermicelli, er zijn momenten in het leven waarop je naar niets anders verlangt dan dat. Maar dat zijn niet altijd dezelfde momenten als waarop je tijd en zin hebt om een pan soep te koken. Blik soep uit de kast trekken dan maar?

Kant-en-klare soep is minder lekker, minder gezond en al snel thander. Onderstaande verse tomatensoep is per liter in elk geval goedkoper dan een blik Unox Stevige Tomatensoep, zelfs wanneer je de kosten voor gasverbruik of elektraberekening is een grove schatting op basis van prijzen van de goedkoopste producten bij Albert Heijn. Wie naar de markt gaat of naar een andere supermarkt zal nog voordeliger uit zijn.

Tomaten zijn nu, in september, op zijn goedkoopst. Dit is dus het moment om een dubbele hoeveelheid soep te koken en in porties in te vriezen voor drukke, soeplethoefte dagen. Dan heb je Unox niet meer nodig.

- Verse tomatensoep met balletjes en vermicelli voor 2 liter soep:**
- 30 ml olijfolie (0,10 euro)
  - 1 flinke ui, grof gesneden (0,10 euro)
  - 1 kilo rijpe (soep)tomaten, in stukken (2,00 euro)
  - 1 teent knoflook, fijngemaakt (0,03 euro)
  - 1 laurierblaadje (0,06 euro)
  - 1,3 liter hete bouillon van een blokje (0,30 euro)
  - 150 g half-om-half gehakt (0,70 euro)
  - 1 beschnitt, verkruid met (0,04 euro)
  - 1/2 ei (0,10 euro)
  - zout, peper en nootmuskaat (0,03 euro)
  - 100 g vermicelli (0,07 euro)

Totaal: 3,53 euro voor 2 liter soep, of 1,77 euro per liter. (Een blik Unox Stevige Tomatensoep van 800 ml kost bij Albert Heijn 1,66 euro, ofwel 2,08 euro per liter.)

Verwarm de olie in een soeppan en voeg de ui toe, samen met een snufje zout. Laat de ui 15 minuten rustig fruiten, zodat hij zacht en zoet wordt, maar nauwelijks kleurt. Voeg de tomaten, knoflook en laurier toe, zet het vuur wat hoger toe de boel pruttelt en zet daarna weer laag. Laat nog eens een half uur sudderen. Schenk er de hete bouillon bij, laat opnieuw aan de kook komen en laat de soep nog een kwartier zachtes koken. Kneed intussen het gehakt met de beschnitt en het halve ei, zout, peper en nootmuskaat en draai er kleine balletjes van. Vis het laurierblaadje uit de soeppan en pureer de soep door een (roer)zeef of met een staafmixer. Doe hem terug in de pan en voeg de balletjes toe en verkruid met de vermicelli erboven. Laat nog 10 minuten zachtes koken en maak de soep zo nodig verder op smaak met zout en peper.

Janneke Vreugdenhil



**Ingrediënten:** Groenten 80,4% (tomaten 47,1%, gepelde tomaten 10,2%, ui 9,0%), witte soepballen 4,6%, (varkensvies, rundvies, water, aardappelzetmeel, zout, voedingszout E330, smaakstof (peper, koriander), stabilisator (E415, E412), natriumacetate, melkzuurzuur, palmvet, nootmuskaatextract, sulfer, vermicelli 1,6%, harde TARTROONZURE, E-471), plantaardige olie (sojagras, zonnebloem), zout, gemiddeld maaltzewaai, citroensapconcentraat, citroensap (bevat GEEST), tomatenwaaier 0,1%, fractose, maltoodextrine, zuurgraag E330, smaakstof (broodkruim, ui, knoflook, nootmuskaat), kruiden (laurierblad, dragon), aroma, bakvoorzuren (natrium, dimonium), witte wijnsteenzout, kan melk, dekglans, mosterd bezemelen, koriander en draaizeven vries-groente.

Voedingswaarden	Per 100 ml	Per portie**	% per portie**
Example	210 kJ (50 kcal)	530 kJ (130 kcal)	6%
Vetten	1,5 g	4,0 g	6%
waarvan verzadigde	0,4 g	1,0 g	2%
Koolhydraten	7,5 g	18 g	7%
waarvan suikers	0,7 g	2,0 g	1%
Vezels	0,7 g	2,0 g	1%
Eiwitten	2,0 g	5 g	10%
Zout	0,70 g	1,8 g	33%

\* Is van het totale instaat van een gemiddelde volwassene (8400 kJ/2000 kcal).  
\*\* 1 g = 1 gram  
250 ml (verpakking bevat ruim 3 porties).

## 3 x 211 gram groenten

Unilever heeft dit embleem geïntroduceerd omdat uit een enquête bleek dat Nederlanders geen idee hebben hoeveel groenten er in soep zit, zegt Lucie de Peuter, voedingsdeskundige bij Unilever. Maar is de voedingswaarde van groente in soep even groot als die van onbewerkte groente? Dat mogen wij niet zo zeggen, omdat er nog onvolgende wetenschappelijk onderzoek naar is gedaan, aldus De Peuter. Het Voedingencentrum stelt dat groente in soep alleen onder bepaalde voorwaarden kan meetellen voor de 200 gram groente die een mens per dag nodig heeft. Zo moet er minimaal 50 gram groenten in 250 ml soep zitten én die soep moet vitamines bevatten die van nature in de groente voorkomen. Soepproducten kunnen maximaal de helft bijdragen aan de dagelijkse behoefte; dus hooguit 100 gram. Unilever is bezig met een onderzoek naar de exacte voedingswaarde van de groenten.

## Met Duurzaam Geteelde Tomaten

Het gebruik van hoofdletters in deze zin blijft een raadsel. Maar dat de tomaten duurzaam geteelde zijn, staat voor Unilever buiten kijf. Lees hierover meer op pagina 6-7. Unilever koopt tomatenpuree, tomatenblokjes en tomatenvezels bij het Spaanse bedrijf Agraz. De manier waarop Agraz werkt past in het Sustainable Living Plan dat Unilever in 2010 heeft gelanceerd. Dit duurzaamheidsplan bestaat uit maatschappelijke, economische en milieudoelstellingen en één van de onderdelen is dat alle grondstoffen 100 procent duurzaam betrokken moeten worden. Duurzaam betekent overigens iets anders dan biologisch. Om het predicaat biologisch te krijgen, moeten leveranciers aan allerlei strenge voorwaarden voldoen. Unilever hanteert zijn eigen maatstaven voor duurzame productie.

## Kcal per 250 ml

In de Europese voedselwetgeving (verordening 1169/2011) staat dat op ieder voerproduct product per 100 gram of milliliter moet worden aangegeven hoeveel calorieën het bevat, zodat de consument vergelijkbare producten makkelijk kan vergelijken – zonder aan het rekenen te moeten staan. Of ook het aantal calorieën per portie wordt vermeld, is de eigen keuze van de fabrikant.

## Bewuste Keuze-vinkje

Na een oproep van de Wereldgezondheidsorganisatie aan de voedingsmiddelenindustrie om het maken van gezondere keuzes voor consumenten eenvoudiger te maken, is in 2006 het Ki Kies Bewust-Logo ingevoerd. Intussen heet dat het Vinkje. De stichting Ki Kies Bewust is onderdeel van Choices International, een private partij waarbij voedselproducenten zich – tegen betaling – kunnen aansluiten. Producten die minder verzadigd vet, sulfer, zout en calorieën bevatten, of juist meer vezels, kunnen in aanmerking komen voor het logo. Er zijn twee varianten: een groen en een blauw Vinkje. Het groene staat op producten die de schijf van vijf voorkeuren. Het blauwe, dat op dit blik tomatensoep staat, wordt gebruikt voor producten die niet bij de essentiële voedingsmiddelen thuis horen, zoals soepen, sauzen of frisdranken. Een commissie van onafhankelijke wetenschappers bepaalt aan welke criteria producten moeten voldoen om in aanmerking te komen voor een Vinkje. Elke vier jaar worden die criteria weer aangescherpt. In de categorie soep gaat het vooral over zoutreductie. In 100 gram soep mag nu 330 milligram natrium zitten. De Stevige Tomatensoep van Unox bevatte in 2009 nog 340 milligram natrium, nu is dat teruggebracht tot 270 milligram.

## Streepscode

De streepscode is voor consumenten niet relevant. Winkeliers en producenten kunnen erdoor bijhouden waar een product zich bevindt en de productie bij de kassa scannen. De dertien cijfers geven inzicht in waar een product is gemaakt. Startgetal 87 vertelt dat het product in Nederland is uitgegeven. Dat betekent niet perse dat het artikel in Nederland is gemaakt, het kan hier ook zijn vervaardigd (of bewerkt). De volgende vijf cijfers geven aan wie de producent of importeur is, de vijf cijfers daarna vormen het artikelnummer. Het laatste getal is een controlecijfer.

## Zo maak je de soep klaar

Het vermelden van de bereidingswijze is een geste aan de consument, maar ook een manier voor een producent om zijn aansprakelijkheid te voorkomen (of beperken) als het misgaat. Als een consument een product op een afwijkende manier bereidt, is het moeilijk om de aansprakelijkheid van de fabrikant aan te tonen. Bij soep kan weinig fout gaan, maar denk aan rauwe kipfilet. Op de verpakking staat nadrukkelijk dat de consument de kip op hoog vuur moet verwarmen. Eet de consument de kip rauw en wordt hij ziek, dan treft de leverancier geen blaas.

## Ten minste houdbaar tot

Op verpakkingen kunnen twee soorten houdbaarheidsdatum staan, schrijft het Voedingencentrum op zijn site. De THT-datum staat voor 'ten minste houdbaar tot'. De TGT-datum betekent 'te gebruiken tot'. Een THT-datum staat op producten die niet snel bederven. Na de THT-datum kan de kwaliteit van het product achteruitgaan. Je kunt het dan vaak nog wel veilig eten. Een TGT-datum staat op zeer bederfelijke producten. Na de TGT-datum moet je de producten weggooien. De TGT-datum is de laatste dag waarop het nog veilig is om het product te eten. Op dit blik Stevige Tomatensoep staat een THT-datum: juni 2017. Volgens het Voedingencentrum blijven producten die je ongekookt bewaart, vaak nog langer goed. Door te kijken, ruiken en te proeven zou de consument dit zelf kunnen beoordelen.

## 800 ml

Op elk product dient de fabrikant de netto-inhoud te vermelden. De 'e' achter de inhoud staat voor estimate (schatting). De product heeft een heel kleine marge om het getal dat op de verpakking genoemd wordt. Bij het machinaal afvullen kunnen kleine verschillen voorkomen.

**Adres Unilever**  
Voor als consumenten zich willen met vragen of klachten.

**Unox**  
De favoriet van Nederland!

- Zonder toegevoegde smaakversterkers
- Zonder kunstmatige kleurstoffen
- Zonder conserveermiddelen

\*volgert Europese wetgeving

**ZO MAAK JE DE SOEP KLAAR IN EEN PAN:** Verwarm de soep in een pan al roerend totdat deze kookt (niet doorkookt). Eet smakelijk!

**IN DE MAGNETRON:** Schenk de soep in een kom, dek deze af en verwarm 2½ minuut op circa 750 Watt. Roer halverwege even goed door. Na opening van het blik is deze soep afgedekt 2 dagen houdbaar in de koelkast.

Dit product voldoet aan de zout-, sulfer- en verzadigd vetcriteria. Ten minste houdbaar tot einde: zie bodem.

Unilever Nederland, Unox  
Postbus 160,  
3000 AD Rotterdam  
E-mail: [www.unox.nl](mailto:www.unox.nl)  
Bel gratis: 0800-BELUNOX  
(0800-2358669)

BRONNEN: AXON ADVOCATEN; VOEDINGSCENTRUM; VOEDINGSWETZER; WETTERSCAP/V. BIELO (WIBET.NL)