

Position paper

t.b.v. ronde tafel kweekvlees op 6 september 2018

De Consumentenbond is een vereniging zonder winstoogmerk die voor het grootste deel wordt gefinancierd met contributies van leden en gebruikers. Wij werken samen met consumenten aan eerlijke, rechtvaardige en veilige markten. Zo zijn wij het verbindende platform en de vertrouwde stem van en voor 1,5 miljoen aangesloten consumenten. In die hoedanigheid strijden wij voor *eerlijke informatie* over voedsel, *veilig voedsel* en een ruim aanbod aan *gezond en duurzaam* voedsel.

De Consumentenbond heeft met betrekking tot het onderwerp kweekvlees de volgende aandachtspunten:

Veiligheid

De Consumentenbond heeft, samen met de Europese koepelorganisatie van consumentenorganisaties BEUC, hard gestreden voor de Europese verordening inzake nieuwe voedingsmiddelen en voedselingrediënten, die als uitgangspunt heeft dat producten of ingrediënten *voorafgaand aan marktintroductie en op onafhankelijke wijze* worden beoordeeld op de risico's en nadelen voor consumenten.

De vervaardiging van kweekvlees is een relatief nieuwe technologie waarbij nog geen of weinig ervaring is opgedaan met de identificatie van potentiële risico's voor de voedselveiligheid. Aan de productie van kweekvlees kleven mogelijk andere risico's dan aan gangbaar vlees. Bij de productie van kweekvlees worden stamcellen uit vee genomen, welke verder groeien en differentiëren op een medium dat onder meer vitaminen, vetten, aminozuren, groeihormonen en kalfsserum bevat. Een van de mogelijke gevaren hierbij is contaminatie met pathogene micro-organismen¹.

[Europese regelgeving](#) schrijft voor dat nieuwe voedingsmiddelen en voedselingrediënten waarbij mogelijk een voedselveiligheidsrisico bestaat, moeten worden onderworpen aan een onafhankelijke beoordeling door de Europese Voedselautoriteit. Dit geldt voor nieuwe voedingsmiddelen en voedselingrediënten waarvan het gebruik in levensmiddelen nog niet gangbaar is, zoals ook kweekvlees.

Consumenten hebben recht op veilige producten. Dat zou voor zich moeten spreken, maar dit principe ligt op dit moment nog steeds onder druk, onder meer door veranderend en verminderd toezicht. Het is van belang dat het zorgvuldige traject van de Europese Voedselautoriteit voor de introductie van nieuwe voedingsmiddelen doorlopen wordt voorafgaand aan de marktintroductie. Ook kweekvlees moet deze beoordeling volledig doorlopen.

Ook voor het vertrouwen van consumenten in een nieuwe technologie, is het essentieel dat de juiste procedures zijn doorlopen om risico's zoveel mogelijk uit te sluiten. De verordening regelt dit:

¹ Pauwels K, Herman P, Van Vaerenbergh B, Do this CD, Berghams L, Waeterloos G, Van Bockstaele D, Dorsch-Häsler and M Sneyers. 2007. [Animal cell cultures: Risk assessment and biosafety recommendations](#). Applied Biosafety 12(1): 26-38.

nieuwe voedingsmiddelen en ingrediënten mogen geen gevaar voor de consument opleveren, de consument niet misleiden én niet nadelig zijn voor de consument.

Vanuit de media vernamen wij dat marktpartijen de NVWA en de Europese regelgeving de schuld geven van een trage marktintroductie². De autoriteiten worden beschuldigd van laksheid of tegenwerking. Wij waren dan ook verbaasd te lezen dat de belanghebbenden nog niet eens een aanvraag hebben gedaan voor het goedkeuringstraject. Wij achten dit traject essentieel voor een goede marktintroductie. De Consumentenbond is van mening dat er geen uitzonderingen kunnen worden gemaakt en dat alle nieuwe voedingsmiddelen de procedure moeten doorlopen.

Recht op informatie

Consumenten moeten zélf de keuze maken of zij kweekvlees eten of niet. Mocht kweekvlees op de markt toegelaten en daadwerkelijk geïntroduceerd worden, dan moet het duidelijk te onderscheiden zijn van gangbaar vlees. Consumenten hebben recht op eerlijke en begrijpelijke informatie, zodat zij een overwogen keuze kunnen maken. Deze informatie dient beschikbaar te zijn op het punt van aankoop, dus op het etiket. Heldere etikettering van kweekvlees zelf en van de producten waarin het als ingrediënt is verwerkt moet daarom wettelijk verplicht worden. De aanduiding moet ondubbelzinnig en niet-misleidend zijn. Ook in de horeca en catering moet een verplichte aanduiding komen, waarbij geborgd moet worden dat de toezichthouder (NVWA) inzage heeft in de inkoopadministratie van de ondernemer. Immers, als het product uiterlijk niet of nauwelijks verschilt van regulier vlees, is er een vergroot risico op fraude. De Consumentenbond heeft ten tijde van de paardenvleesaffaire [specifieke aanbevelingen](#) gedaan aan de politiek om voedsel fraude in de toekomst te voorkomen. Deze aanbevelingen zijn nog steeds niet allemaal in de praktijk gebracht. Om misleiding met kweekvlees te voorkomen, pleiten wij voor een verplichte en gestandaardiseerde aanduiding en extra waarborgen voor de traceerbaarheid.

Vertrouwen en acceptatie

De discussie rond technologische innovaties in de voedingsindustrie kenmerkt zich soms door geheimzinnigheid rondom de technologie en de producten die hiermee gemaakt zijn. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de angst van fabrikanten om e-nummers op het etiket te vermelden, of aan te geven of er gebruik is gemaakt van nanotechnologie. Deze houding draagt mogelijk bij aan het wantrouwen van sommige consumenten tegen technologische innovaties. 'Als de fabrikant het wil verdoezelen dan zal er wel iets aan de hand zijn?', is de logische gedachte. Wij pleiten voor een open en transparant publiek debat over de voor- en nadelen van kweekvlees.

Uit [onderzoek van Wageningen Universiteit](#) blijkt dat kweekvlees voor consumenten zodanig afwijkt van het vertrouwde dat het tot veel nieuwe vragen en gedachten leidt. De basishouding van consumenten tegenover kweekvlees is echter in het algemeen welwillend. Consumenten hebben wel aarzelingen en vraagtekens, zo blijkt uit ditzelfde onderzoek³.

Voor consumentenacceptatie is het belangrijk dat een nieuwe technologie of product ten goede komt aan henzelf als consument of aan de maatschappij, de dieren of het milieu. In het geval van

² [Kweekvlees is er, maar het eten mag nog niet](#) , NOS 22 mei 2018

³ [Burgers over kweekvlees: ambivalenties onder het oppervlak](#). Wageningen Universiteit, december 2014

kweekvlees biedt dit kansen als het product voordeliger en veiliger is voor de consument én als er aantoonbaar verbetering voor het dierenwelzijn en milieu is. De acceptatie zal daarbij gebaat zijn. Daarnaast is een transparante discussie nodig om consumenten bewust te maken van mogelijke voor- en nadelen van kweekvlees. Rekening moet worden gehouden met twijfels, emoties en vragen van consumenten. Onterechte en overdreven claims over de (vermeende) voordelen van kweekvlees zullen leiden tot scepsis en daarmee een sterke afname van het vertrouwen en acceptatie.

Tot slot

De Consumentenbond heeft geen oordeel over de wenselijkheid van introductie van kweekvlees op de markt. Consumenten staan over het algemeen niet negatief tegenover technologische innovaties, mits zij zélf kunnen kiezen, men transparant is over de productintroductie én er geen vraagtekens zijn over de veiligheid. Een onafhankelijke risicobeoordeling en onafhankelijk toezicht, eerlijke en volledige informatie (via het etiket en het menu), en tot slot transparantie over de productiewijze en de voor- en nadelen van kweekvlees zijn de randvoorwaarden waarop de Consumentenbond de discussie over kweekvlees toetst.

Voor meer informatie:

Henry Uitslag
campagneleider voeding
Consumentenbond
huitslag@consumentenbond.nl
070-4454236