

POSITION PAPER GEZONDE VOEDING

ten behoeve van het Rondetafelgesprek Leefstijlpreventie
21 maart 2022

Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie



Het aantal chronisch zieken rijst de pan uit

- Op dit moment heeft ruim 50% van de Nederlanders een chronische aandoening (waaronder Diabetes type 2, hart- en vaatziekten, nierschade en spijsverteringsziekten) en dat aantal neemt de komende jaren hand over hand toe als we niet per direct effectieve en impactvolle maatregelen invoeren om die schade te voorkomen. Dat leidt tot groot maatschappelijk leed en onbetaalbare zorg. (bron: [RIVM](#))
- In Nederland hebben 350.000 kinderen overgewicht - dat is 1 op de 8 - en bijna 13.000 mensen overlijden jaarlijks door ongezonde voeding. Ongezonde voeding is, na roken, de belangrijkste vermijdbare oorzaak van sterfte en ongezonde levensjaren.
- Dit wordt veroorzaakt door voedingsgerelateerde (chronische) ziekten als overgewicht, diabetes type 2, hart- en vaatziekten, kanker, chronische nierschade en spijsverteringsziekten. Deze aandoeningen zullen in de toekomst fors toenemen als er niets gedaan wordt aan de ongezonde voedselomgeving.
- CBS rapporteerde op 11 maart 2021 in [de leefstijlmonitor](#) dat sinds de start van het Nationaal Preventieakkoord in 2018 het rookgedrag, overgewicht en alcoholgebruik van volwassenen nauwelijks teruggelopen is.

Waarom lukt het ons niet om gezond te eten en drinken?

De schappen van onze winkels staan vol met ongezond eten en drinken. Er zit te veel suiker in. Te veel zout. En te veel ongezond vet. Fabrikanten maken ons eten ongezond. En ongezond eten maakt mensen ziek.

- Als er een ruim aanbod komt van gezonde voeding dat goedkoper, toegankelijker en aantrekkelijker is dan ongezonde voeding wordt het voor iedereen makkelijker om gezond in te kopen.
- Onze voedselomgeving is steeds ongezonder geworden: ongezonde voeding lijkt steeds meer de norm geworden waardoor het consumentengedrag nauwelijks verandert:
 - Ongezonde producten zijn vaak goedkoper en op veel meer plekken verkrijgbaar dan gezonde producten. De prijzen van gezondere voedingsmiddelen zijn tussen 2010 en 2020 met gemiddeld 21 procent gestegen. De prijsstijging van ongezondere producten was in diezelfde periode met bijna 15 procent minder groot. (bron: [CBS](#))
 - Daarnaast wordt ook nog eens veel reclame voor ongezonde producten gemaakt. Ongezond eten wordt al vanaf de jongste leeftijd aangeprezen in promoties en reclames en de ongezonde voedselomgeving is daarmee ook de norm geworden voor onze jeugd. We stimuleren ongezond gedrag extra bij onze jeugd door kindermarketing toe te staan.
 - We hebben het Nationaal Preventieakkoord ingezet om gezamenlijk te zoeken naar oplossingen. Maar we blijven steken in vrijblijvende en daardoor ineffectieve afspraken met de koepels van de voedingsindustrie. Na zeven jaar "Akkoord Verbetering Productsamenstelling 2014-2020 (AVP)" is ons eten en drinken nog steeds ongezond.

Geef de gezondste jeugd nu voorrang

- In 2019 hebben 24 gezondheidsfondsen hun krachten gebundeld om in 2040 de gezondste jeugd van de wereld te realiseren in fysiek, mentaal en sociaal opzicht: de Gezonde Generatie.
- Voeding is daarin een cruciaal speerpunt, dat wordt opgepakt door de Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie (AVGG). Ons doel is om de voedselomgeving nú gezonder te maken, zodat ieder kind in Nederland een gezond voedingspatroon heeft. Gezonde gewoontes op jonge leeftijd leiden tot gezonde gewoontes als volwassenen. Zo groeit een generatie op die gezonder leeft en later minder ziek is.

- Wij willen zo snel mogelijk een voedselomgeving creëren waarin gezond eten en drinken de standaard is, te beginnen bij de jeugd. Dat doen we door te stimuleren dat het gezonde voedingsaanbod goedkoper, toegankelijker en aantrekkelijker wordt.
- Gezonde voeding is voeding die in de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum valt. De schijf van Vijf is gebaseerd op de Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad.
- We vragen van de politiek en de maatschappij om de Gezonde Generatie in 2040 te omarmen en realiseren als een prachtige ambitie voor een meerjarig preventie- en gezondheidsbeleid. Het functioneert als een inspirerende stip op de horizon en zorgt voor commitment en verbinding van maatschappelijke partijen met een langer gezond leven voor iedereen.

Onze belangrijkste aanbeveling: maak de voedselomgeving nu gezond!

Een Gezonde Generatie in 2040 vraagt vanaf vandaag aan actie. Als we op de huidige voet verder gaan, komt het niet goed. Om de voedselomgeving gezonder te maken en gezond voedingsgedrag te stimuleren zijn effectieve maatregelen nodig met draagvlak bij de bevolking. De volgende maatregelen vormen een cruciale eerste stap.

1. Voer efficiënte **prijsmatregelen** in die de prijs van groenten en fruit verlagen, zodat de gezonde keuze goedkoper en aantrekkelijker wordt, ook voor mensen die minder te besteden hebben.
2. Voer een trapsgewijze **suikertaks** in op suikerhoudende dranken. In andere landen gebeurt het al: fabrikanten betalen meer belasting naarmate zij meer suiker in hun frisdranken stoppen. En het werkt! Om de belasting te vermijden, pasten vele frisdrankproducenten hun receptuur aan. Met als resultaat: minder suiker in de helft van alle frisdranken. Een oplossing waarmee we vooral jongeren – als grootverbruikers van gesuikerde drankjes – beschermen tegen te hoge suikerinname en het krijgen van diabetes type 2. Een belasting op te veel suiker. Zodat de ziekmaker betaalt.
3. Zorg voor een **effectieve nieuwe Aanpak Productverbetering**. Het voorstel aanpak productverbetering dat in [februari](#) jl. naar de Tweede Kamer is gestuurd is te vrijblijvend en sluit niet aan bij de afspraken in het coalitieakkoord. Dit kan zo niet langer. De AVGG pleit voor een effectieve en impactvolle nieuwe aanpak dat voldoet aan vier basisvoorwaarden. Daarmee kunnen we het verschil maken voor een gezonde voedselomgeving.
4. Accepteer **kindermarketing** alleen nog voor producten uit de schijf van 5. Recent onderzoek van de [Wageningen Universiteit](#) onder supermarkten liet zien dat kindermarketing in 97% van de gevallen ingezet wordt voor de promotie van producten *buiten* de Schijf van Vijf.



Voor meer informatie: Lara Schreuder, Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie via L.schreuder@diabetesfonds.nl of 06-13906947