

Nu ook in de catering

‘Ik kies bewust’



Gezondheid staat centraal bij de Veneca. Voorzitter Hans Rijnierse reikt het Veneca jaarverslag uit aan de heer Rosenmöller, voorzitter convenant Overgewicht.

De gezondheidstrend is overal voelbaar. In de supermarktschappen roepen producten via verpakkingen en logo's hoe goed ze zijn voor de gezondheid. Het 'Ik kies bewust'-logo is er één van. Het logo helpt je een gezonde keuze te maken als je boodschappen aan het doen bent. Dat zou ook goed zijn voor de cateringsbranche, dacht De Vereniging Nederlandse Cateringorganisatie (Veneca). Zij zochten samenwerking met de Stichting 'Ik kies bewust'. Om mensen die in hun maaltijd worden voorzien door contractcaterers voortaan ook de mogelijkheid te bieden om bewust voor gezond te kiezen.

Dagelijks voorzien contractcaterers twee miljoen mensen van een maaltijd. “Dat is een enorm aantal”, realiseert Rob Rommelse van Veneca zich. “Het brengt een grote verantwoordelijkheid met zich mee. Door het grote bereik dat wij hebben, kunnen én moeten wij een substantiële bijdrage leveren aan een gezonder voedingspatroon. We hebben de samenwerking met de stichting ‘Ik kies bewust’ gekozen, omdat mensen over het algemeen bekend zijn met het logo van deze stichting. We willen graag

gebruik maken van die herkenbaarheid om onze gezonde maaltijden snel en effectief onder de aandacht te brengen van de consument.”

Trendy

De Branchevereniging Veneca is een landelijk opererende organisatie van contractcaterers die sinds 1985 bestaat. Contractcatering staat voor het op basis van een duurovereenkomst verzorgen van de restauratieve diensten bij bedrijven, overheid of instellingen. De bekendste vorm van contractcatering is

de bedrijfscatering. Daarnaast zijn de bij Veneca aangesloten bedrijven actief in institutionele catering en inflightcatering voor luchtvaartmaatschappijen.

“Het is tegenwoordig ‘in’ om met gezonde en verantwoorde producten bezig te zijn. Toch is de actie die nu wordt ondernomen om het IKB-logo te introduceren allerm minst bedoeld om ‘trendy’ te zijn”, aldus Rommelse. “Het is het resultaat van een ontwikkeling die al jaren geleden is ingezet in onze branche. Het werkt twee kanten op; de consument gaat veel bewuster om met zijn dieet

en daarom moeten wij daarop inspelen. Tegelijkertijd gaan er meer mensen bewust nadenken over hun voeding doordat wij het accent leggen op gezond.”

Convenant Overgewicht

“Begin 2005 hebben wij het Convenant Overgewicht ondertekend”, vertelt Rommelse. “Daarmee gingen wij een samenwerkingsverband aan met het Ministerie van VWS, het Ministerie van OCW, Horeca Nederland, het CBL, de Zorgverzekeraars Nederland, VNO-NCW, het MKB-Nederland, NOC*NSF en Veneca om overgewicht terug te dringen. In het Convenant staat dat de keuzes die het individu maakt over de balans tussen voeding en beweging, een belangrijke rol spelen bij het ontstaan van overgewicht”, vertelt Rommelse. “De keuze voor bepaalde producten is natuurlijk deels afhankelijk van het aanbod dat wij te bieden hebben. Om een voorbeeld te noemen: Wij bepalen niet of en hoeveel boter een consument op zijn brood smeert, maar kunnen wel het soort boter bepalen. Ook kunnen wij in onze recepturen bijvoorbeeld gezondere vetten en meer vezels gebruiken. Daarmee wordt het aanbod niet anders, maar wel gezonder. Maar wij gaan natuurlijk ook het assortiment uitbreiden met gezondere producten.”

Vettax

“Om gezonder te leven moeten mensen over het algemeen meer bewegen en gezonder eten. Toch is dat gemakkelijker gezegd dan gedaan. Obesitas en diabetes zijn welvaartsziekten. Er is nog relatief weinig bekend over het ontstaan ervan”, vertelt Elize Klitsie van stichting ‘Ik kies bewust’. “Legio factoren zijn van invloed. Ze hebben vaak te maken met veranderingen in onze leefstijl. Het is een probleem dat door veel partijen moet worden aangepakt in de hoop dat hiermee de trend kan worden omgeboogen. Wij vinden het van groot belang dat de discussie wordt teruggebracht

naar realistische proporties, dus niet louter gebaseerd op emoties. En proefballonnen zoals de ‘vettax’ lijkt meer van symbolische waarde dan dat we van dit soort maatregelen een duurzaam effect mogen verwachten. In plaats daarvan moeten we ons veel meer gaan richten op voorlichting aan de consument, productsamenstelling en onderzoek.”

Introductie

De levensmiddelenindustrie heeft als taak opgevat om producten op de markt te brengen die passen in een gezond dieet. Door de samenwerking met Veneca worden nu ook diensten aan dit aanbod toegevoegd. Een belangrijke uitbreiding waardoor de consument nog gemakkelijker bereikt kan worden. Alhoewel de branche al enige tijd bezig is om het aanbod meer verantwoord te maken, is het nog een hele operatie om het IKB-logo te introduceren. Rommelse: “Er moet enorm veel geregeld worden om dit mogelijk te maken, vertelt Rommelse. We moeten recepturen aanpassen, nieuwe producten en werkwijzen introduceren. Maar het is ook ontzettend belangrijk dat onze twintig duizend werknemers goed worden geïnstrueerd. Zij zijn tenslotte degenen die de schakel vormen tussen het bedrijf en de consument. Zij moeten weten waar ze mee bezig zijn en het ook kunnen uitleggen aan de mensen. Wij hebben speciale introductiemiddagen georganiseerd voor onze leden om ze bekend te maken met de nieuwe manier van werken en om ze bij te brengen wat ze moeten weten over gezonde voeding. Het heeft dus nogal wat voeten in de aarde om deze verandering op een goede manier door te voeren. De introductie van het IKB-logo onder onze leden gaat vanaf heden van start en we zullen over een half jaar gaan kijken wat de resultaten zijn. Daarnaast hebben partijen het voornemen uitgesproken een gezamenlijk ontwikkeltraject op te starten voor de introductie van

een nieuw concept: De Bewuste Keuze-locatie. Dit zal een speciaal stuk van het buffet worden waar louter gezonde producten zullen worden aangeboden. Door een deel van het buffet in te richten als een herkenbare ‘gezonde’ zone, zal iedereen zijn weg naar een bewuste keuze nog gemakkelijker weten te vinden. Over een half jaar zullen wij gaan controleren of de IKB eisen ook op een juiste manier zijn doorgevoerd en of het IKB predicaat niet ten onrechte is verleend.”

Keuzevrijheid

Rommelse: “Wat wij niet willen is de keuzevrijheid beperken. Dat is ook niet de doelstelling van de stichting IKB. Wij willen de kroket niet uit het assortiment bannen. Dat zou beledigend zijn. Het gaat er ons erom dat iedereen zelf zijn verantwoordelijkheid neemt. Goede voorlichting is daarbij van onschatbare waarde. Wie weet dat een bruin broodje gezond veel meer voedingswaarde en minder calorieën bevat dan een wit broodje kroket, kan zelf een afgewogen keuze maken. Dat betekent niet dat de keuze altijd op de gezonde variant zal vallen, maar wel dat die keuze bewust gemaakt wordt. En als dat zo is hebben wij al veel bereikt.”

