

NOOIT meer scheel van de kleine priegelletiketten

Schele hoofdpijn van onleesbare priegellettertjes op de etiketten van levensmiddelen?

De Europese Commissie wil dit probleem aanpakken. Supermarkt Plus Benders in Venlo heeft de oplossing nu al in huis: een vergrootglas op de winkelkar. Landelijke Plus-supers volgen.

door Will Gerritsen

Supermarktklant Helena Sentner duwt haar volgestapelde winkelkar vooruit. Aan de handgreep is een ongewone accessoire vastgeschroefd: een kloekke loep. „Als je geen bril bij je hebt, is die toch wel erg handig bij het lezen van etiketten. Ik ben bewust bezig met voeding, wil weten wat er in levensmiddelen zit. Ik let bijvoorbeeld op de E-nummers, zeker bij nieuwe producten.”

De Venlose supermarkt Plus Benders heeft het antwoord gevonden op de ergernis van klanten die de pietepeuterige lettertjes op etiketten en verpakkingen nauwelijks meer kunnen ontcijferen: alle 250 winkelwagentjes zijn uitgerust met een vergrootglas. Nooit meer je kostbare kijkers kwellen met microscopisch klein afgedrukte vetpercentages, calorieënaantallen, menu-suggesties en allergische info. „Wat een leuk initiatief. Hartstikke goed!”, reageert Ingrid Kolkhuis-Tanke van het Oogfonds.

„Het probleem leeft gewoon. Klanten moeten winkelpersoneel of andere klanten hulp vragen bij het lezen van etiketten”, weet Frank van der Aa van ouderenorganisatie ANBO. „Kleine letters op het etiketten? Mensen klagen daar steen en been over”, vertelt Marcel van Beusekom van de Consumentenbond. Klopt. Volgens de Europese Commissie is dit „veruit de meest voorkomende klacht van consumenten over voedsletiketten (zie kader *Europa wil onleesbaar etiket aanpakken*, red.)”

Supermarktondernemer Geert Benders kreeg de 'loepkar' voor het eerst bij een werkbezoek in Zwitserland in het vizier: „Wat leuk, dacht ik. Maar het idee om er iets mee te doen, verwaterde daarna. Maanden later attendeerde een



De supermarktkarretjes in de Venlose Plusmarkt Benders hebben een loep, zodat oudere mensen de etiketten beter kunnen lezen. foto Harry Heuts

betrokken klant van ons, André Schellekens, ons opnieuw op deze wagentjes. Ook hij had ze in Zwitserland gezien en wist ons te enthousiasmeren. Hij vond ze geweldig. Niet alleen voor ouderen, maar ook voor mensen die de 'leesbrilleeftijd' bereiken. Alle 45-plussers krijgen met een leesbril te maken.” De fabrikant stuurde enkele monsters van het vergrootglas op, zodat Benders een prototype van de loepkar aan zijn klantenpanel kon tonen. „Van de achttien panelleden was er niemand bij die het niet zag

zitten.” De introductie van de kijkglazjes enkele maanden geleden op het complete winkelwagenpark vereiste „een behoorlijke investering, van een aantal duizenden euro's, exclusief montage.” En nu kunnen de klanten de etiketten letterlijk onder de loep nemen. Benders: „Productdeclaraties worden steeds belangrijker. Vaak is de belangrijkste informatie in het kleinste lettertype afgedrukt. Men wil echter goed geïnformeerd worden. Nu zie je vaker klanten in de winkel twee potjes met elkaar vergelijken, voor de calorieën.”

Gevolg van de loepkar is dat het winkelpersoneel meer vragen van de klandizie krijgt. Benders: „Klanten willen weten waar de E-nummers voor staan die ze eerder nooit op het etiket hebben gezien. Mensen met een islamitische achtergrond vroegen naar de vetstoffen in een brood die volgens de moskee onrein waren. Dat bleken achteraf geen dierlijke, maar plantaardige vetten te zijn.” Sjaak Seelen van de bakkerijafdeling: „Vanmorgen deed een klant navraag bij ons die op de ingrediëntenlijst van kofiebroodjes geen amandelspijs had

aangetroffen. Hij wilde zeker weten of dat klopte, vanwege een allergie voor dit product.” Consumenten zijn overwegend positief, zegt Geert Benders. „We krijgen enthousiaste reacties. Mailtjes, briefjes. Een enkeling vindt het onzin.” De loepkarretjes zijn niettemin zo goed in de smaak gevallen, dat de Plus-keten ze landelijk in alle filialen wil invoeren. Ondernemers van andere supermarktformules, van Super de Boer tot C1000, hebben zich bij Benders gemeld met vragen over de ervaringen met het rijdende leeshulpje. Misschien hebben ze iets aan deze ervaring: menige klant snapte bij de invoering van de loep niet waarvoor 'dat ding' diende. Benders: „Er was onwetendheid. Men wist niet wat het was.” Dat blijkt. Klant Nelly Sauren zet enkele flesjes bier in de kar. „Die loep? Weet je dat ik pas sinds de vorige week weet waarvoor hij is bedoeld? Ik heb lange tijd gedacht dat het een achteruitkijkspiegel was.”