

Fastfoodketens zetten voedingswaarde op verpakking

nieuws

Op de verpakkingen van Quick en McDonald's staat voortaan exact hoeveel calorieën, vet, koolhydraten, suiker en vet de hamburger bevat. Die openheid past in de marketingstrategie van de ketens om de kritiek op hun producten te pareren. Een aanpak die voorlopig vooral voor de ketens lijkt te renderen. De tegenstanders hebben geen been meer om op te staan terwijl de klanten er niet om malen, schrijft De Tijd.

🕒 18 FEBRUARI 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:32

Op de verpakkingen van Quick en McDonald's staat voortaan exact hoeveel calorieën, vet, koolhydraten, suiker en vet de hamburger bevat. Die openheid past in de marketingstrategie van de ketens om de kritiek op hun producten te pareren. Een aanpak die voorlopig vooral voor de ketens lijkt te renderen. De tegenstanders hebben geen been meer om op te staan terwijl de klanten er niet om malen.

Nog voor je een hap van je Supreme Cheese hamburger hebt genomen, leert de verpakking dat de ingesloten hamburger ruim de helft van de dagelijkse aanbevolen hoeveelheid vetstoffen en maar liefst 70 procent van het dagelijkse nodige zout bevat. Daarmee is Quick de eerste hamburgerketen in ons land die op haar producten de voedingswaarden afdruckt. Met behulp van vijf grafieken kan de consument nagaan hoeveel calorieën, eiwitten, vetstoffen, koolhydraten en zout hij per portie binnenkrijgt. Die hoeveelheden worden afgezet tegen de dagelijkse behoefte die je nodig hebt. McDonald's België drukt vanaf maart grafieken met de voedingswaarde op zijn verpakkingen. Bij McDonald's, al sinds 1976 sponsor van de Olympische spelen, kreeg Turijn als gaststad voor de Winterspelen vorige week de primeur van de verpakkingen met voedingsinformatie. De rest van Italië en de wereld volgt de komende weken en maanden.

McDonald's plaatst enkel de strengste norm op de verpakking. Dat is de aangewezen hoeveelheid calorieën, eiwitten, vetstoffen, koolhydraten, suiker en zout voor een jonge vrouw van 20 die nauwelijks beweegt. Quick geeft zowel de aanbevolen dagelijkse

hoeveelheden voor een volwassen man, een vrouw en een kind. Op de websites van de twee hamburgerketens kunnen klanten op basis van hun leeftijd en hun gewicht hun persoonlijke dagelijkse benodigde hoeveelheden vet, suikers en aanverwanten berekenen.

Gevraagd naar het waarom van de nieuwe informatie op de verpakkingen geven beide ketens hetzelfde antwoord. "Omdat we het welzijn van onze klanten op de eerste plaats zetten", klinkt het. "We willen onze consumenten informeren om hen te helpen doordachte keuzes te maken", zeggen McDonald's en Quick. Klinkt mooi, maar bij nader inzien lijkt de bezorgdheid van de twee ketens niet louter door altruïsme te zijn ingegeven. De hamburgerketens lijken vooral hun lessen te hebben getrokken uit de kruistochten en bijhorende schadeclaims tegen sigarettenfabrikanten, schrijft Gerda Ackaert in De Tijd.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

