

Narratief Keuzevrijheid vs. Betutteling

De basis van dit narratief heeft vrijheid als startpunt. Als we meer mensen op de banken willen krijgen voor het Verantwoord Verleiden in gemeenten, moeten we langs het grijsgedraaide argument van 'betutteling'. In het kort: mensen hebben keuzevrijheid, dus het is betutteling om een verbod op reclame voor ongezonde voeding uit te vaardigen. Ons inzicht: die keuzevrijheid wordt juist ingeperkt door een overdaad aan buitenreclame. Je kunt er niet omheen. Dus: als we autonomie echt zo belangrijk vinden, moeten we juist ophouden met dit soort reclame. Lees of beluister onderstaande voorzetten en onderzoek: wat zit hierin van waarde? Wat werkt goed, wat communiceert krachtig en op de juiste toon? En hoe maken we het samen nog beter? Waar kan het korter? Waar komt de meeste energie vrij? Welke zinnen of woorden raken het meest?

Narratief

De overheid is er voor de burger. Niet voor de Burger King.

Een maximumsnelheid op de A2 is een goed idee. Hoe hoog die moet zijn, daar kunnen we 't over hebben, maar dat we wettelijk vastleggen dat je niet oneindig hard mag rijden is belangrijk. En nuttig. En ook dat je niet dronken achter het stuur mag. En dat je gordel om doet. Natuurlijk wordt de vrijheid van automobilisten hierdoor beperkt. Maar daar staan bescherming, veiligheid en gezondheid tegenover.

Iets soortgelijks geldt voor roken, gokken en alcohol. En de reclame die we daarvoor toestaan. We verkopen geen bier aan een kind. En je komt geen sigarettenreclame meer tegen op straat, omdat roken zo schadelijk is. Nu is het zo dat ongezonde voeding net zo slecht is. Maar hamburgers, snoep en kroketten worden nog volop aangeboden, en aangeprezen. Dikmaakreclame is overal.

Hoe kan dat? Meer dan de helft van alle Nederlanders heeft last van (ernstig) overgewicht. Dat groeit naar 62% in 2040 als we niets doen (bron: RIVM). Met name kinderen worden steeds jonger, steeds dikker en steeds ongezonder. Is daar een rol voor de overheid weggelegd? Voor wie is het gezond om meer slecht voedsel te verkopen? Voor wie is het nuttig? En voor wie is het nodig?

Als overheid willen we niet meewerken aan 'volpropaganda': het overal onder de aandacht brengen van schadelijke voeding. Er zijn mensen die dat 'betutteling' noemen. Die zeggen dat we de autonomie van consumenten aantasten. Maar we zien het omgekeerde; door mensen constant te confronteren met verleidelijke prikkels, verliezen ze juist hun vrijheid. Ongezonde prikkels doen ongezond eten.

Bovendien worden we met z'n allen steeds dikker. Daarmee leveren we ook onze fysieke bewegingsvrijheid in. We worden minder mobiel, we worden langzamer, we worden steeds afhankelijker, op steeds jongere leeftijd. Kinderobesitas heeft weinig met vrijheid en autonomie te maken. Maar het ergste is: we worden ziek, en we gaan eerder dood. En daarmee is elk gesprek over vrijheid afgelopen. En daar werken we niet meer aan mee.

Voor de duidelijkheid: natuurlijk mag je vrij kiezen hoe gezond je wil eten. Maar we gaan je als overheid niet actief in een ziekmakende richting sturen. We gunnen iedereen een patatje. Maar we gunnen je ook de vrijheid om even niet aan patat te hoeven denken. Zo simpel is het. Want wat jou verleidt op straat, mag nooit iets zijn waar je dood aan gaat.

Oneliners

Dikmaakreclame, volpropaganda, ...

Het enige wat we voorstellen is: maak wat ruimte vrij voor gezonde prikkels, voor niet schadelijke prikkels, in de etalage van de straat.

Wat jou verleidt op straat, moet nooit iets zijn waar je dood aan gaat.' Zo eenvoudig is het eigenlijk.

Volpropaganda: De straat hangt vol met uitingen voor junkfood en snoep. We gaan niet meer meewerken aan volpropaganda.

Goed voor kroketten. Niet voor burgers.

Voor wie is 't nodig? Moet de gemeente daaraan bijdragen?

Het is een fuik. Het is altijd dezelfde prikkel. Het is dus altijd dezelfde bestelling. Je hebt 't niet door, maar je wordt als consument klemgezet. En daar willen we niet meer aan meewerken.

Het menu van de straat is niet gezond. Het menu van de straat is niet verstandig. Het menu van de straat is dodelijk.

Zodra er een gevarieerd aanbod is op straat, dus zodra er een gevarieerd aanbod is op de Menukaart van de Straat, kunnen we dit verbod weer opheffen. Maar tot die tijd gunnen we mensen even rust. Besef dat ze nog steeds overal prikkels krijgen. Maar niet vanuit de gemeente. Niet vanuit de overheid.

Misschien zeg je: ik kan daar wel tegen! Ik kan zelf kiezen! Maar onderzoek na onderzoek wijst uit: jij bent dan de uitzondering. En niet de regel. De meeste mensen hebben grote moeite met het weerstaan van verleiding op straat.

Het gaat om de vrijheid van burgers. Niet van kroketten.

De menukaart van de straat zou je je kinderen niet voorschotelen.

Met het dieet dat je op straat ziet, haal je de 20 niet.

Het is betutteling om te denken dat mensen een reclame-uiting nodig hebben om zin te krijgen in een ijsje. Of een patatje. Of in een kroket. Maak je geen zorgen. Die zit er al lang ingebakken.

Er is een echt verschil tussen betuttelen en beschermen.

*Dit narratief is tot stand gekomen vanuit de **City Deal Gezonde en Duurzame voedselomgeving**. De City deal partners hebben de gezamenlijk ambitie dat het voedselaanbod in 2030 overwegend gezond én duurzaam is, vooral in kwetsbare wijken, rond scholen en in openbare gebouwen.*

www.citydealvoedsel.nl

Contact@citydealvoedsel.nl



Agenda
Stad