

Op je gezondheid

Geen pillen maar paprika, luidt het motto van Naomi Jansen (1989), oprichter van de Voedselapotheek. Waar de apotheek van oudsher een plek was waar mensen kwamen voor adviezen, kruiden en voedingsmiddelen, is de apotheek tegenwoordig een plaats waar voornamelijk pillen kunnen worden verkregen om ziektes te genezen. Welvaartsziektes die, door aanpassing van de levensstijl en omgeving, veelal voorkomen kunnen worden, zo stelt Jansen. Onze omgeving heeft een grote invloed op onze voedselkeuzes, en daarmee dus ook op onze gezondheid. Met obesitas als welvaartsziekte nummer één, en een nog altijd toenemend aantal volwassenen met overgewicht, is het tijd voor verandering van het imago van gezond eten, én van het zorgsysteem. Met de Voedselapotheek levert Jansen hier een almaar groeiende, positieve bijdrage aan.

TEKST: EVA VAN WIJCK

BEELD: VOEDSELAPOTHEEK, PIXABAY/STEVPEB

Je hebt gestudeerd aan de Design Academy in Eindhoven, waar de focus met name ligt op productontwerp. Hoe heb je de stap gemaakt naar een gezondheid-gerelateerd bedrijf?

“Ik begon aan de Design Academy met het idee om nieuwe meubels en producten te maken. Gaandeweg merkte ik dat er niet meer spullen nodig zijn, maar dat ik de manier waarop mensen met gezondheid omgaan, wilde aanpassen. Tijdens mijn afstudeerproject heb ik mij gefocust op zwangere vrouwen. Er zijn boekwerken vol over wat een zwangere vrouw niet mag eten, maar het is voor hen even belangrijk te weten wat ze wél nodig hebben, zowel voor zichzelf als voor hun kind. Ik heb veel interviews afgenomen met de doelgroep, en kwam er zo achter waar zij behoefte aan hebben. Uiteindelijk heb ik bonbons ontwikkeld voor tijdens de zwangerschap, die op een creatieve en lekkere manier duidelijk maken wat een gezond eetpatroon is voor zwangere vrouwen.”

De doelgroep betrekken

Het betrekken van de doelgroep bij een project is volgens Jansen de sleutel tot succes, maar ook iets dat vaak vergeten wordt. “Het is belangrijk om alle partijen te betrekken bij een project, en met elkaar een oplossing te ontwikkelen. Afgezien van een enquête, worden de mensen die behoren tot de doelgroep vaak overgeslagen. Zij moeten juist op meerdere momenten bij een project worden betrokken, zodat hun behoeftes duidelijk worden, en ze kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van een oplossing die daarbij aansluit.”

Haar afstudeeropdracht in het ziekenhuis maakte Jansen



duidelijk dat er nog een hoop ruimte voor verbetering is op het gebied van gezond eten, het imago daaromheen, en de algemene kennis hiervan onder de bevolking. Zo >>

ontstond het idee voor haar bedrijf de Voedselapotheek, om op een zinvolle manier mensen bewust te maken van het belang van gezonde voeding en door aanpassingen in de omgeving gezonde keuzes te stimuleren.

We zijn de hele dag, bewust en onbewust, bezig met onze gezondheid. We maken tientallen voedselkeuzes per dag, kiezen voor de trap of toch de lift, en nemen een biertje of toch een kop thee. Onze omgeving heeft hierop een veel grotere invloed dan we door hebben. Kun je hier een aantal voorbeelden van schetsen?

“De invloed van onze omgeving op onze gezondheid zie je duidelijk terugkomen in grote steden, waar het aanbod aan fastfood op straat groot is, maar het een stuk lastiger is om een gezond tussendoortje te halen. 95 procent van ons gedrag gaat onbewust, dus als we anderen iets ongezonds zien snacken, en er weinig mogelijkheden tot gezond eten in beeld zijn, is de kans op een ongezonde keuze groot.

Bij kinderen begint het al op de basisschool, waar nog steeds vaak met suikerrijk voedsel wordt getraakteerd, en waar kinderen limonade krijgen in de pauze. Gelukkig is daar nu wel een beweging gaande, waarbij steeds meer basisscholen zich inzetten voor een gezonder voedselaanbod en bijvoorbeeld fruit als traktatie.”

Hoe kan en wil de Voedselapotheek hier een positieve bijdrage aan leveren, en invloed uitoefenen op de voedselkeuzes en de rol van de omgeving daarin?

“Het kenmerk van de aanpak van de Voedselapotheek is dat we alle stakeholders erbij betrekken: de gemeente, GGD, supermarkten, buurthuizen, bewoners, horeca. We proberen met een integrale samenwerking met onder andere de gemeente en de GGD te onderzoeken hoe we een gebied gezonder kunnen maken. De behoeften van bewoners nemen we daarin mee, want zij zijn de uiteindelijke doelgroep. We stellen onszelf hierbij altijd de vraag: wat kunnen we samen doen om de keuze voor gezond eten makkelijker te maken?”

Gezondschap

Het eerste project van de Voedselapotheek, waarbij een speciaal schap met gezond voedsel uit de Schijf van Vijf in de spotlight werd gezet in een supermarkt, trok meteen veel aandacht. Dit zogeheten *Gezondschap* ontstond vanuit de wens van inwoners om geholpen te worden bij het maken van een gezonde keuze in de supermarkt. Tijdens dit project kwamen Jansen en haar collega's erachter dat veel scholieren van de nabije middelbare scholen in hun pauze bij de supermarkt ongezonde snacks kochten, sommigen zelfs dagelijks. Door in gesprek te gaan met de scholieren en docenten van de scholen, ontstond een samenwerking waarbij de leerlingen hun eigen, gezonde snacks gingen ontwikkelen. Hiermee kregen de scholieren op een speelse manier meer bewustzijn over gezond voedsel, en het feit dat dat óók lekker kan zijn.

Hoewel het project een succes was, is er geen follow-up geweest waarbij is onderzocht in hoeverre het

snackgedrag van de leerlingen daadwerkelijk is veranderd. Wel wordt het ontwikkelen van de gezonde snacks nu elk jaar voor zo'n 210 scholieren herhaald bij het vak verzorging. Om daadwerkelijk het snackgedrag van scholieren te veranderen, is uiteraard meer nodig dan een lessenreeks. Jansen suggereert de optie om in samenwerking met supermarkten na te denken over de vraag hoe scholieren in de supermarkt verleid kunnen worden tot het maken van een gezondere keuze, of over het gezonder maken van het aanbod in de schoolkantine. Gedragsveranderingen duren vaak jaren, en gaan gepaard met veel weerstand. Jansen staat daarmee voor een moeilijke opgave, maar boekt met haar projecten veel succes. “In opdracht van een ziekenhuis hebben we onderzocht hoe we het voedselaanbod daar gezonder kunnen maken, voor zowel de patiënten als de medewerkers. Mensen gaan naar het ziekenhuis om beter te worden, en we vonden het lastig te begrijpen dat daar juist veel ongezond voedsel te verkrijgen is, zoals kroketten. Aangezien het onmogelijk is om het hele assortiment om te gooien, vanwege de weerstand die gepaard gaat met grote veranderingen, hebben we stap voor stap met alle partners onderzocht hoe we verandering vorm konden geven. Uiteindelijk hebben we de coffee corner gezonder kunnen maken: gezondere alternatieven voor gebak, minder suiker, meer volkorenproducten en meer groenten en fruit.”

Preventieakkoord

Veel organisaties en bedrijven, waaronder ziekenhuizen

en supermarkten, hebben het Nationaal Preventieakkoord getekend, dat stelt dat hun voedselaanbod in 2030 gezonder moet zijn. “Naar aanleiding daarvan benaderen ze ons, met de vraag: we hebben dit ondertekend, maar weten niet hoe we dit moeten aanpakken. Met de Voedselapotheek gaan we met de bedrijven in gesprek, kijken wat er nodig is en hoe dit stap voor stap kan worden gedaan.”

Wat wil je bereiken met de Voedselapotheek, wat is je belangrijkste drijfveer?

“Ik wil in supermarkten een grote verandering teweegbrengen: tachtig procent van het aanbod daar is ongezond. Dat moet écht veranderen, dat percentage moet omlaag. Hetzelfde geldt voor ziekenhuizen. In lijn daarmee wil ik ook het imago van gezond eten veranderen. Nog altijd wordt gezond voedsel vooral geassocieerd met een hoge prijs, veel moeite, en bovendien zou het niet lekker zijn.

Ik wil uiteindelijk de manier omkeren waarop het huidige zorgsysteem werkt. Momenteel is dit systeem erop ingericht dat mensen betalen om beter te worden als ze ziek zijn. Ik wil een preventieve aanpak hanteren, waarbij mensen meer bezig zijn met hun gezondheid en voeding, en dagelijks bewegen en gezond eten zaken worden die onbewust goed gaan. We moeten investeren in gezond blijven, in plaats van weer gezond worden.” <<



GEZONDSCHAP IS BETER DAN BETERSCHAP

Met het project *Gezondschap* wordt gezorgd voor een gezond schap in de supermarkt. Hiermee kunnen mensen op ideeën worden gebracht voor hun boodschappen, en wordt getoond hoe eenvoudig en betaalbaar gezond eten kan zijn. Daarbij verstrekt het Gezondschap recepten, en informatie over kookactiviteiten in de wijk. De Voedselapotheek heeft de visie dat gezond eten bepaalde ziekten kan voorkomen, en gaat uit van gezondschap in plaats van beterschap: gezond blijven, in plaats van weer gezond worden.



GEEN PILLEN, MAAR PAPRIKA

De Voedselapotheek heeft in samenwerking met studenten farmakunde van de Hogeschool Utrecht het initiatief *Leefstijl op Recept* gestart. Hierbij voert een leefstijlcoach in apotheek Orion (Amersfoort) gesprekken met cliënten, op basis waarvan groentepakketten worden uitgedeeld. Apotheekeigenaar Mark Slager heeft de visie dat een apotheker ook een gezondheidscoach moet zijn. Afgezien van medicijnen zijn er immers tal van mogelijkheden om mensen gezond te houden of krijgen – waaronder groenten. Lees hier het artikel *De signalerende functie van de apotheek* over apotheek Orion: [De signalerende functie van de apotheek - De Eerstelijns \(de-eerstelijns.nl\)](#).