

Merk-Waardig

Al zestien jaar telt Milieudefensie het aantal EKO-producten in supermarkten. Biologische en Fairtrade artikelen rukken op in het schap omdat duurzaamheid voor consumenten steeds belangrijker wordt. Inmiddels is er een wildgroei aan logo's. Maar waar staat zo'n teken nu precies voor?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen
van merkenbureau Abcor.



Keur of willekeur

Op verpakkingen staat vaak naast het merk een klein abstract logo met teksten als: Puur en Eerlijk, Duurzaam, Beter Leven, Gezondere Keuze, Fairtrade, Eko, etc. Hoe gezonder, milieuvriendelijker en betrouwbaarder het logo eruit ziet, hoe aantrekkelijker het voor de consument is om het product aan te schaffen. Echter, niet ieder logo dekt dezelfde lading. Naast de eigen (keur) merken van fabrikanten en supermarkten, zijn er collectieve keurmerken die door meerdere bedrijven gebruikt worden. Wat willen deze merken nu eigenlijk duidelijk maken aan de consument?

Herkomst

Een van de belangrijkste functies van een merk is om de herkomst van een product aan te geven (van welke fabrikant is het afkomstig). Er is ook een speciale categorie merken, namelijk collectieve consumenten een bepaalde kwaliteitsgarantie. Aan een keurmerk hangt een reglement dat is opgesteld door een brancheorganisatie. Vaak is dit een stichting of vereniging die de belangen bundelt van meerdere ondernemers uit één branche.

Zo'n reglement bevat eisen waaraan een product moet voldoen, een gedragscode, een geschillen- en klachtenregeling. Bekende voedselmiddelenkeurmerken zijn: UTZ Certified, de Keurslager, Eko en Vegan. Ondernemers die een keurmerk willen voeren, moeten zich houden aan het reglement van het keurmerk. De brancheorganisatie mag niet zelf producten met dit keurmerk

verkoopen. Dit brengt de onpartijdigheid van de organisatie in gevaar, omdat zij moet toezien of de regels door de deelnemende partijen worden nageleefd.

Voor bepaalde supermarkten en fabrikanten is gebruik van een collectief keurmerk niet altijd even aantrekkelijk. Vandaar dat zij een eigen logo (soort keurmerk) gebruiken, om aan te geven dat een product biologisch of duurzaam is. Voor organisaties als Foodwatch een reden om hiertegen te ageren. Onlangs nam Foodwatch het logo Puur & Eerlijk van Albert Heijn onder de loep. Het logo heeft veel weg van een keurmerk, maar is dit niet. Achter het Puur en Eerlijk logo staat geen onafhankelijke organisatie. Albert Heijn stelt dat het logo juist ontwikkeld is omdat er te veel keurmerken zijn. De consument weet daar geen raad mee.

Meer vrouwen

Uit onderzoek van Marketresponse blijkt dat 30% van de consumenten zijn bedenkingen heeft over wat er op voedselketten staat. De consument heeft meer vertrouwen in een product met een keurmerk. Voor de consument blijft het lastig om te beoordelen of zij nu te maken heeft met een collectief keurmerk of gewoon een eigen logo van een fabrikant/supermarkt. Er gaan nu stemmen op om meer transparantie in de voedingsindustrie te krijgen. Het is niet te verwachten dat er wettelijke regels komen vanuit de overheid. Het zou daarom fijn zijn voor de consument als bedrijven alleen de erkende keurmerken voeren en niet langer zelf eigen semi-keurmerken blijven ontwikkelen.

Dit is een mooie kans, maar kleed je niet uit voordat je naar bed gaat. Terwijl de crisis het land nog steeds teistert, lijkt Den Haag vooral met zichzelf bezig. De zin 'Nederland moet sterker uit de crisis komen' wordt veelvuldig uitgesproken, maar men lijkt meer bezig met politieke machtsspelletjes en partijbelang.

De oppositie heeft scherpe kritiek op het belastingpakket 2014 van het kabinet en daar heeft men nog gelijk in ook. Een visie is er niet in te bekennen, alles staat in het teken van het bijeen-schrapen van miljarden om het overheidstekort binnen de perken te houden. Mijn belangrijkste kritiek op het pakket is dat de marginale belastingdruk voor de verschillende inkomensgroepen nergens meer op slaat. We hebben een progressief belastingtarief, hetgeen wil



Fiscaal
Wil Vennix

Plusje tussen minnen

zeggan dat het tarief hoger is naarmate het inkomen stijgt. In theorie klopt dat nog steeds. Maar als we de invloed van allerlei inkomensafhankelijke maatregelen erbij betrekken, krijgen we een totaal ander beeld. Dan blijkt bijvoorbeeld dat iemand met een uitkering die gaat werken van de bruto inkomensstijging amper iets overhoudt door-

ongeveer een ton is dit effect voorbij en daalt de marginale druk weer naar 52 procent. Dat is niet uit te leggen en heeft met een logische verdeling van de belastingdruk ook niets meer te maken.

Omdat het wat al te makkelijk is heb ik ook gezocht naar positieve maatregelen in het belastingpakket. Dat valt niet mee, maar ik heb er eenje gevonden: de tijdelijke vermindering van de schenkingsvrijstelling. Tot en met 2015 is een schenking tot een ton onbelast, mits deze wordt gebruikt voor de aankoop van een eigen woning of de aflossing van een hypotheekschuld. De regeling is ongekend ruim, want deze geldt niet alleen voor schenkingen van ouders aan kinderen, maar ook aan kleinkinderen, neefjes, nichtjes en zelfs niet-verwanten.

Dé kans dus voor vermogende grootouders hun kleinkinderen te helpen, door het verschil tussen aankoopsum voor de starterswoning en de maximale lening te overbruggen. Daarmee verlagen ze ook hun eigen box 3-vermogen, wat niet alleen inkomenbelasting bespaart, maar mogelijk in de toekomst ook de gehate eigen bijdrage in het verzorgingsstelsel. En tweemaal erfbelasting, want zonder deze onbelaste schenking zou het vermogen in veel gevallen eerst naar de kinderen zijn vererfd en later nog naar de kleinkinderen. Kortom, dit kan een mooie kans zijn. Maar de aloude waarheid 'kleed je niet uit voordat je naar bed gaat' moet altijd in het oog worden gehouden. Het is leuk je kleinkinderen een steuntje in de rug te kunnen geven, maar doe het nooit met geld dat je eventueel zelf nog eens nodig hebt.