

Bijlage HAVO  
**2016**

tijdvak 2

**Nederlands**

Tekstboekje

### Afgekeurd

(1) Er zijn meer omfloerste manieren om dit te zeggen, maar als deze zaak iets kan gebruiken, dan is het duidelijkheid: de tijd van de keurmerken is voorbij. We hebben een nieuw model nodig dat is gebaseerd op openheid en vertrouwen. We hebben keurmerken die zeggen dat producten betrouwbaar zijn, puur, eerlijk, fair (dat is ook eerlijk), eco, bio (is dat niet hetzelfde?), slaafvrij of op verantwoorde wijze uit zee gevestigd, uit goed hout gesneden en bij een regenwoudalliantie aangesloten zijn. Die keurmerken zijn nietszeggend geworden. Er zijn er domweg te veel. Enige tijd geleden bleek uit onderzoek van Milieu Centraal dat er in de afgelopen anderhalf jaar negentig keurmerken in ons land zijn bijgekomen. We hebben er nu 170. 170! Erger is misschien nog wel dat vele daarvan nauwelijks worden gecontroleerd. Zelfs de minister die verantwoordelijk is voor de keurmerken gaf toe dat ze 'totaal de draad kwijt' is en ze wil daarom 'meer orde aanbrengen' in deze keurmerken-gekte. Wij wensen haar veel geluk en wijsheid toe.

(2) In theorie is een keurmerk natuurlijk fantastisch. Zo kun je er als consument blindelings op vertrouwen dat een product deugt. Maar laten we eens naar koffie kijken. Als je als producent een beetje eerlijk en verantwoord voor de dag wil komen, met hart voor de koffieboer, dan heb je keus uit maar liefst drie keurmerken: Max Havelaar (Fairtrade), UTZ Certified en Rain Forest Alliance. Alle drie hebben ze mooie logo's waarvan de eerlijkheid af spat. Waarom zijn er echter drie eerlijkhedslogo's? Is het ene eerlijker

dan het andere? Waarom en hoe moet de klant daartussen kiezen? Dat kan alleen als hij zich volledig verdiept in de achtergrond en doelstellingen van deze organisaties. Dat is toch juist niet de bedoeling van die stickertjes?

(3) Als bedrijf of organisatie kun je vrij makkelijk zelf een keurmerk beginnen. Zo is Ahold ooit met UTZ begonnen. Het moederbedrijf van Albert Heijn had genoeg van de strenge en lastige criteria van Max Havelaar/Fairtrade. Vooral de gegarandeerde minimumprijs voor boeren en het werken met kleine boeren, verenigd in coöperaties, zinden Ahold niet. Het wilde wél goede sier maken in de schappen, maar ook graag zaken doen met grote plantagehouders en de prijs van koffie gewoon door de wereldmarkt laten blijven bepalen. Samen met een grote koffieboer in Guatemala begon Ahold Utz Kapeh, nu UTZ Certified. Dat is inmiddels het grootste keurmerk in de supermarkten en vooral geliefd bij de industrie.

(4) Zelf ben ik medeschuldig aan de keurmerkinflatie. Toen ik samen met mijn collega's van het televisieprogramma *Keuringsdienst van Waarde*<sup>1)</sup> de chocoladereep *Tony's Chocolonely* op de markt bracht, plakten wij er een logo met '100%-slaafvrij' op. Al vrij snel werden wij door een ander chocoladebedrijf voor de rechter gedaagd, omdat wij helemaal niet zouden kunnen garanderen dat onze chocolade slaafvrij was. Elke chocolade werd immers met slaven gemaakt! Van de rechter mocht *Tony's Chocolonely* het slaafvrije logo blijven voeren, omdat *Tony's* ook was

85 gecertificeerd door Max Havelaar, dat  
zelf ook garandeert dat producten  
zonder slaven worden geproduceerd.  
Het ene keurmerk staat dus garant  
voor het andere. Wie controleert dan of  
90 het keurmerk aan het begin van de  
keten betrouwbaar is?

**(5)** Met de *Keuringsdienst van Waarde*  
besloten we onderzoek te doen naar  
het Max Havelaarkeurmerk. Het resul-  
95 taat was weinig opbeurend. Zoals u  
weet, betaalt de consument meer voor  
een gecertificeerde chocoladereep dan  
voor chocolade zonder keurmerk. Voor  
wij aan ons onderzoek begonnen,  
100 gingen wij ervan uit dat een aanzienlijk  
deel van dat extra geld direct bij de  
boer zou terechtkomen en dat de  
Fairtradeboer een eerlijke prijs voor zijn  
waar zou krijgen. Wat blijkt? Als je in  
105 de winkel een euro meer betaalt voor  
eerlijke chocolade, dan krijgt de boer  
daar niet eens een cent van. Daarnaast  
bleek bij navraag de leverancier van  
onze chocolade niet te kunnen  
110 vertellen waar de cacao precies  
vandaan kwam, niet eens uit welk land.

**(6)** Nader onderzoek in Ghana, een  
van de belangrijkste cacao-exporte-  
rende landen, bracht soortgelijke mis-  
115 standen aan het licht. Zo bleken de  
boeren die wij spraken niet te weten  
dat ze voor de Fairtrademarkt  
produceerden. Andere boeren moesten  
een jaarlijkse contributie aan hun  
120 coöperatie betalen die hoger was dan  
hun Fairtradebonus. Bovendien kocht  
de coöperatie, die bonen verkocht als  
Fairtrade, niet alleen bonen in van  
geregistreerde leden, maar ook van  
125 andere, niet-geregistreerde boeren.  
Waar hun cacao vandaan kwam en of  
die wel of niet met slaven werd  
geproduceerd, is dus onbekend.

**(7)** Keurmerken lijken bedrijven eerder  
130 af te remmen bij het verantwoord  
ondernemen dan dat ze die bedrijven

motiveren om het nog beter te doen.  
Keurmerken garanderen dan wel een  
zeker minimum op milieu- of  
135 mensenrechtengebied, maar zijn niet  
zaligmakend. Een milieukeurmerk  
bijvoorbeeld wil zeker niet zeggen dat  
er sprake is van een ecologische idylle.  
Toch hoor je fabrikanten zelden zeggen  
140 dat hun gecertificeerde waar verre van  
ideaal is. Ze maken goede sier met hun  
felbegeerde bewijs van goed gedrag,  
verkopen er misschien enkele artikelen  
meer door en leunen achterover.  
145 Waarom zou je als bedrijf verder gaan  
dan van het keurmerk moet?

**(8)** Die negentig nieuwe keurmerken  
kwamen erbij in dezelfde periode dat er  
veel misging in de voedselindustrie:  
150 salmonella in de zalm, niet-biologische  
eieren die als biologisch verkocht  
werden en paardenvlees dat als rund-  
vlees in de winkel werd verkocht. De  
keurmerken zijn niet minder dan een  
155 wanhopige schreeuw om vertrouwen in  
een verrotte wereld. 'Wij zijn wel eerlijk!  
Wij zijn wel verantwoord! Wij zijn puur!'  
Straks heeft elke verpakking een keur-  
merk, maar tegen zo veel schandalen  
160 valt niet op te stickeren. Zoals er wordt  
gesjoemeld met voedsel, kan er  
worden gesjoemeld met keurmerken.  
Niet-biologisch voedsel kan als bio-  
logisch voedsel in de schappen  
165 eindigen, met eieren is dat al gebeurd.  
Wie gelooft het nog? Het is tijd voor  
een nieuw model: het Cees-model.

**(9)** Mijn slager, Cees, is geen  
biologische slager, omdat hij dat niet  
170 wil. Biologisch zijn kost namelijk geld –  
dat dan weer moet worden door-  
berekend aan de klant – en is lastig.  
Cees maakt namelijk ook soepen en  
stoofschotels. Soms bedenkt hij op  
175 maandagmorgen dat het tijd is voor  
erwtensoeep en dan maakt hij die. Als  
hij een biologische slager was, dan  
zouden alle ingrediënten van de

erwtensoep biologisch moeten zijn en  
180 dat zou allemaal moeten worden  
geadministreerd en gecontroleerd.  
Cees wil gewoon goed vlees verkopen  
en lekker eten maken. Cees is wel  
volledig open over zijn koopwaar. Als ik  
185 hem zou vragen wat er in zijn soep zit,  
dan zou hij mijn vraag beantwoorden.  
Ook over de herkomst van zijn dieren  
kan hij mij alles vertellen: waar de  
dieren hebben geleefd en hoe en wat  
190 ze te eten hebben gehad. Ik heb met  
hem geen keurmerkrelatie, maar een  
vertrouwensrelatie.

**(10)** In het Cees-model weten  
fabrikanten waar hun producten  
195 vandaan komen en onder welke  
omstandigheden ze zijn geproduceerd.  
Hierover zijn ze tegen hun klanten  
volstrekt eerlijk. Als ze iets niet weten,  
dan zeggen ze dat en proberen ze uit  
200 te vinden hoe het zit. Als er iets niet  
deugt, dan zeggen ze dat ook en  
proberen ze hier iets aan te doen.  
Geen mooie praatjes als de werkelijk-  
heid niet mooi is. De handelaar neemt  
205 verantwoordelijkheid voor de spullen  
die hij verkoopt. Alleen zo kan de  
relatie tussen de klant en de voedsel-  
producent worden hersteld.

**(11)** Maar is dit model haalbaar? Voor  
210 een kleine slager of groenteboer is het  
al een hele klus. Laat staan voor een  
multinational. Die krijgt zijn spullen van  
de wereldmarkt! Daar is toch echt niet  
na te gaan welk koffieboontje en welk  
215 druppeltje palmolie van welke plantage  
komen. Hun probleem, zou ik zeggen.  
Als je voedselschandalen in de toe-  
komst wil voorkomen, dan moet je de  
herkomst van je waren wel weten. De  
220 vraag is niet of het kan, maar of je het  
wil. Voor de *Keuringsdienst van  
Waarde* heb ik over de hele wereld  
fabrieken bezocht. De ene nog  
hygiënischer en futuristischer dan de

225 andere: gangen waar je door bakken  
ontsmettingsmiddel loopt, infrarood-  
bakken om visgraten op te sporen,  
personeel in ruimtepakken. Allemaal in  
verre arme landen, waar de middelen  
230 verder beperkt zijn. Dit kan omdat  
multinationals dat eisen en wij in het  
rijke Westen het belangrijk vinden.  
**(12)** Uiteraard kunt u mij van naïviteit  
betichten. Waarom zouden bedrijven  
235 volledige openheid van zaken geven?  
Die willen dat helemaal niet. Die  
hebben veel te veel te verbergen en  
verschuilen zich liever achter de  
schijnzekerheid van een keurmerk.  
240 Daarom is onze rol als consument van  
groot belang. Op de vraag waarom  
bedrijven hun arbeiders uitbuiten,  
dieren in kleine hokken opsluiten en het  
milieu vervuilen, is het antwoord vaak  
245 'omdat de klant het wil'. Oftewel, de  
klant kijkt vooral naar de prijs en wil  
niet meer betalen dan noodzakelijk.  
Kennelijk hebben bedrijven zelf geen  
moraal. Daarom moeten wij aan onze  
250 winkeliers en fabrikanten duidelijk  
maken dat we een vertrouwensrelatie  
met hen willen: van klant tot verkoper.  
Wij moeten ons verstand gebruiken,  
ons niet in de luren laten leggen door  
255 mooie praatjes op de voorkant van  
verpakkingen, maar kijken naar de  
inhoudsdeclaraties op de achterkant en  
bewuste keuzen willen maken. Dat is  
iets heel anders dan producten kopen  
260 met het 'bewuste keuze'-label, het  
lachwekkendste keurmerk in de  
schappen. Nee, wie bewust kiest, stelt  
vragen aan zijn winkelier: 'Waar is uw  
product gemaakt en hoe?' Kan die  
265 winkelier die vragen niet beantwoor-  
den, dan gaat u een deurtje verder.  
Wie zwijgt, loopt klanten mis. Of gaat u  
toch liever klakkeloos voor een  
keurmerk?

*naar: Teun van de Keuken*  
*uit: de Volkskrant (Vonk), 6 & 7 september 2014*

*Teun van de Keuken is journalist, televisie- en radiomaker.*

noot 1 *Keuringsdienst van Waarde*: een Nederlands televisieprogramma dat probeert inzicht te geven in de productie van voedsel en andere consumentenartikelen en dat ernaar streeft misstanden aan het licht te brengen

### Eigenzinnig met zijn allen

**(1)** Een helmplicht voor gewone fietsers: in Duitsland geeft het thema nu vanwege een letselschadezaak aanleiding tot een serieuze discussie.

5 Nederlanders reageren dan, vanzelfsprekend, geamuseerd. Een Brit, een Fransman, of wie zijn hoofd op de fiets ook maar beschermt, in Nederland kan hij gepaste hoon verwachten: een helm  
10 is niet nodig, zeker niet voor ons, want wij kunnen fietsen. Wat is er aan de hand? Zijn wij Nederlanders zulke waaghalzen?

**(2)** Een jaar of twintig geleden gingen  
15 in Nederland ook stemmen op voor de invoering van de helmplicht. Deskundigen voorzagen massale weerstand tegen de helm – hoe hip die er ook uit mocht zien. Daarbij verwezen zij naar  
20 onze mooie fietspaden, die zo'n helmplicht volkomen overbodig zouden maken, en naar de vrijheidsliefde van de Nederlander, die kennelijk onverenigbaar werd geacht met een  
25 kunststof helm.

**(3)** Het voornaamste bezwaar klonk door in de reactie van kinderen die aan een proef met een fietshelm hadden deelgenomen: ze waren bang ermee  
30 voor joker te lopen. Met de uitvoering of de kleurstelling van het ding had dat niets te maken, maar des te meer met de overweging dat zij als helmdrager tot een minderheid hadden behoord.

35 Dat wil de vrijheidsminnende individualist waarvoor de Nederlander doorgaat, graag voorkomen. Individualisme is prima, maar dan wel in groepsverband – binnen een veilige bandbreedte van conventies, zoals ook  
40 motorrijders in het weekeinde de vrijheid doorgaans in colonne vieren.

Voor hen staat de helm daarmee overigens niet op gespannen voet.

45 Integendeel, die is een deel van hun groepsidentiteit.

**(4)** Er is op die vermeende Nederlandse vrijheidsliefde wel iets af te dingen: de acceptatie van overheidsvoorschriften die inbreuk maken op de  
50 keuzevrijheid van het individu is afhankelijk van het oordeel van de groep. De invoering van de helmplicht voor bromfietzers, in 1975, riep bijvoorbeeld aanvankelijk ook enige weerstand op bij de blijde vrije rijder. Die  
55 duurde totdat de modegevoeligheid van die blijde rijder het aflegde tegen een hoger gebod: dat van het lijfsbehoud.

60 De helmplicht leidde immers evident tot minder verkeersdoden.

**(5)** De helm was in een mum van tijd een geaccepteerd verschijnsel, net als de Bob<sup>1)</sup> achter het stuur en de autogordel op de achterbank. De rituele  
65 weerstand die deze eerst opriepen, legde het spoedig af tegen gezond eigenbelang. Dat liep synchroon met het overheidsbelang en het collectief  
70 belang.

**(6)** Dat is natuurlijk ook het geval bij het rookverbod in de horeca en het alcoholverbod voor jongeren onder de  
achtien jaar, al is hier het gezamenlijk  
75 belang minder evident. De schade die roken en overmatig alcoholgebruik teweegbrengen, wordt pas op termijn zichtbaar. Gebruikers nemen welbewust een risico – dat ze beheersbaar  
80 achten. En, wat belangrijker is, roken en drinken zijn bepalend voor een groepsidentiteit. Ze zijn onlosmakelijk verbonden met collectief plezier, of wat daarvoor doorgaat. Zo moest in mijn

85 woonplaats Haarlem een feest voor de  
bovenbouw van de middelbare school  
worden afgelast vanwege het alcohol-  
verbod voor jongeren. Geen alcohol,  
geen feest. Zolang innemers de  
90 behoefte voelen op te snijden over de  
houten kop na een avondje stappen en  
zolang roken sociaal prestigie verschaft,  
zal dit consumptiepatroon moeilijk te  
doorbreken zijn.

95 **(7)** Temeer daar dat doorbreken op  
voorspraak van een overheid gebeurt.  
Als de overheid zich met de geneugten  
van de burger gaat bemoeien, vervalt  
de laatste al snel in de contramane. Dat  
100 heeft de Nederlander het imago van  
eigenzinnigheid verschaft. Hij verzette  
zich in 1886 tegen het voornemen van  
de overheid een einde te maken aan  
het palingtrekken, een volksvermaak  
105 waartegen de goede smaak van de  
elite zich verzette. Bij dat oproer vielen  
26 doden. En hij maakt vandaag de  
dag zelf wel uit of hij zich iets aantrekt  
van een rood voetgangerslicht of van  
110 het bordje ‘verboden het gras te  
betreden’.

**(8)** Met deze trek onderscheiden we  
ons inderdaad wel wat van de Duitsers.  
Daarvan was Theobald von Bethmann  
115 Hollweg, rijkskanselier tijdens de  
Eerste Wereldoorlog, zich terdege  
bewust. In september 1914 ontvouwde  
hij plannen voor een soort Europese  
Unie waarvan ook Nederland deel zou  
120 moeten uitmaken. Dit arrangement zou  
‘met het oog op de bijzondere aard van  
de Nederlanders gespeend moeten zijn  
van ieder gevoel van dwang’, schreef  
hij. Tegenwoordig staan die ongezeg-  
125 lijke Nederlanders te boek als *locker*<sup>2)</sup>,  
een positieve kwalificatie van Duitsers  
die zelf menen te veel aan het lijntje te  
lopen. Inderdaad respecteren ze ’s  
winters zelfs in het recalcitrante Berlijn  
130 het verbod om op bevroren opper-  
vlaktewateren te schaatsen, ook al is

de ijsvloer een halve meter dik. Op  
plaatsen die voor deze liefhebberij zijn  
opengesteld, schaatsen ze in groeps-  
135 verband – mét een valhelm op. Voor  
hen getuigt de neiging van Neder-  
landers om na een paar nachten  
matige vorst het krakende ijs met  
priemen te betreden van een ware  
140 doodsverachting.

**(9)** De weerspanning van de  
Nederlanders is echter heel betrek-  
kelijk. Een zekere mate van onge-  
hoorzaamheid is vooral cool – al zou  
145 niet iedereen het zo wensen te  
noemen. Maar daarin overdrijven we in  
de regel ook weer niet: het lijntje met  
de overheid moet niet breken. Uiteinde-  
lijk zijn we aan een zekere consensus  
150 gehecht. En we mopperen graag over  
de overheid omdat we ook iets van  
haar verwachten. Sterker, we verwach-  
ten meer van de overheid dan ooit  
tevorens. Vroeger hoefde de overheid  
155 ons niet te beteugelen omdat de  
meesten van ons dat zelf wel deden,  
maar nu leven we, in de woorden van  
de criminoloog Hans Boutellier, in ‘een  
samenleving met een hoog niveau van  
160 normoverschrijding, een relatief on-  
machtige nationale overheid en een  
afname van civiele samenhang’.

**(10)** De burger eist maximale vrijheid,  
maar ook optimale bescherming tegen  
165 de risico’s die zijn vitaliteit met zich  
meebrengt. ‘Veiligheidsutopie’, noemt  
Boutellier deze paradox in zijn gelijk-  
namige boek. Die heeft vele ver-  
schijningsvormen: het elastiek van de  
170 bungeejumper op het omslag van  
Boutelliers boek dat de betrokkene  
voor een dodelijke val behoedt, stop-  
lichten, eenrichtingsborden, flitspalen,  
bromfietshelmen, veiligheidsriemen en,  
175 in de nabije toekomst, fietshelmen,  
want die zullen zeker gemeengoed  
worden zodra het ‘mag’ van de groep.  
Zo raar als het was voor de kinderen

van twintig jaar geleden, zo veel  
180 gebruikelijker is het nu al voor de  
kleintjes – net als voor racefietsers  
trouwens. Als het aantal dodelijke

fietsongelukken daar aanleiding toe  
geeft en als we niet langer het idee  
185 hebben met zo'n ding voor joker te  
lopen, hebben wij een helm op.

*naar: Sander van Walsum  
uit: de Volkskrant, 21 juni 2014*

*Sander van Walsum is journalist.*

noot 1 De Bob is de persoon die geen alcohol drinkt als hij nog moet rijden. Die blijft nuchter en kan daarom zijn vrienden veilig thuisbrengen met de auto.

noot 2 *locker* (Duits): los, vrij



De teksten 3 en 4 gaan over het al dan niet afschaffen van statiegeld op grote plastic flessen, de zogenaamde petflessen. Deze discussie dateert al van jaren daarvoor, maar werd in 2015 weer actueel toen de staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu een besluit moest nemen over het al dan niet afschaffen van statiegeld. Tekst 4 is een reactie op tekst 3.

## Tekst 3

---

### Statiegeld moet

(1) Op parkeerplaatsen, in het park of gewoon in het plantsoen zie je zelden een petfles van 1,5 liter liggen. Kleine flesjes, lege blikjes of een wikkel van  
5 een reep tref je wel vaak aan als zwerfafval. De belangrijkste reden: het kwartje statiegeld dat de petfles bij het inleverpunt van de supermarkt waard is. En als de oorspronkelijke bezitter de  
10 fles laat slingeren, is er altijd wel een voorbijganger die een centje wil bijverdienen.

(2) Statiegeld blijkt nog altijd een buitengewoon effectief middel om  
15 consumenten tot milieuvriendelijk gedrag aan te zetten. Het is daarom eigenaardig dat de Tweede Kamer al in 2012 een voorzet heeft gegeven om het statiegeld op petflessen af te schaf-  
20 fen. Als de supermarkten en frisdrankenindustrie erin slagen om de inzameling van plasticafval tot een succes te maken, gaat het parlement  
25 akkoord met afschaffing van het statiegeld. De industrie vindt het nu tijd worden voor die maatregel, aangezien de inzameling van plastic op schema ligt.

(3) Voor de betrokken bedrijven zijn de  
30 financiële belangen groot. Zij vinden het in stand houden van een recycle-systeem kostbaar. Hun primaire doel is

ook niet het uitbannen van zwerfafval in Nederland. Juist de overheid zou de  
35 regie moeten hebben bij de inperking van het zwerfafval.

(4) Op dit moment lijken de overheid en het parlement echter schatplichtig te zijn aan de inspanningen van het  
40 bedrijfsleven. Met de campagne *Plastic Heroes* – georganiseerd door het bedrijfsleven en betaald uit de verpakkingsbelasting – heeft de industrie een knappe prestatie  
45 neergezet. De inzameling van plasticafval is een succes te noemen. Gemiddeld levert elke Nederlander acht kilo aan afval in bij zijn gemeente, terwijl voor 2008 al het plastic nog bij het  
50 gewone huisvuil belandde. In ruil voor deze prestatie mag de industrie het statiegeld afschaffen, zo beloofde de Tweede Kamer.

(5) Een goede inzamelingsprestatie  
55 behoort echter geen douceurtje elders op te leveren. De overheid moet zelf bepalen of statiegeld nog zinvol is voor het schoonhouden van de openbare ruimte. De branche erkent dat het  
60 afschaffen van statiegeld tot meer zwerfafval zal leiden. Het lijkt veel logischer om naast het inzamelen van afval de statiegeldfles gewoon te laten bestaan.

*naar: Xander van Uffelen  
uit: de Volkskrant, 23 april 2015*

*Xander van Uffelen is journalist.*

Tekst 4 is een reactie op tekst 3.

## Tekst 4

---

### Geef hier die fles

(1) In zijn commentaar van 23 april bepleit Xander van Uffelen het handhaven van statiegeld. Het lijkt logischer de statiegeldfles gewoon te laten bestaan, maar dat is het niet. De inzameling van plastic verpakkingsafval met *Plastic Heroes* is een succes. Met dank aan de Nederlandse consument en de gemeenten. Met statiegeld recylen we 26 kiloton plastic; met *Plastic Heroes* nog eens vijf keer zoveel: 130 kiloton.

(2) De ambities voor de toekomst gaan verder. In de *Raamovereenkomst Verpakkingen* uit 2012 is tussen het bedrijfsleven en de rijksoverheid afgesproken dat in 2022 52 procent van al het plastic verpakkingsafval dat op de markt wordt gebracht, wordt gerecycled. In 2012 was dit 42 procent en Nederland zat daarmee al boven de Europese doelstelling van 22,5 procent voor 2022. Het bedrijfsleven gaat 52 procent al in 2017 bereiken.

(3) Het uiteindelijke doel is de keten van afval naar grondstof te sluiten: de opbrengst van afval is voldoende om de inzameling te bekostigen zoals dat bij papier, karton en metaal al jaren het

geval is. Dat noemen we een circulaire economie. Met plastic liepen we in Nederland ver achter, terwijl iedereen tevreden was met statiegeld. Anno 2015 zijn we koploper binnen Europa dankzij *Plastic Heroes*. Maar hoe krijgen we een gesloten keten die zichzelf bekostigt?

(4) Dat kan door de twee systemen die nu naast elkaar bestaan samen te brengen in het *Plastic Heroes*-systeem. Dit is de meest duurzame, consumentvriendelijke en efficiënte stap vooruit. Meer volume zal leiden tot meer innovatie, minder verbranding en meer recycling.

(5) Ook zullen met één systeem voor recycling meer consumenten hun plastic gaan inleveren. Als je grote petflessen inlevert via *Plastic Heroes*, neem je meteen al je andere plastic mee.

(6) Hierdoor zal nog minder plastic gaan zwerven. Het bedrijfsleven investeert verder 250 miljoen in de preventie van zwerfafval door gemeenten, die hierbij worden bijgestaan door de stichting *Nederland Schoon*. Ook hier: koploper in Europa!

naar: Philip den Ouden  
uit: de Volkskrant, 25 april 2015

*Philip den Ouden is directeur van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie.*

*De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen.*

*Het College voor Toetsen en Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.*