



讓我們同行，像水一樣往同一方向流

WE MUST BE THE CHANGE WE WISH TO SEE IN THE WORLD

Jouw e-mail adres zit in ons bestand . Aangezien we je graag als lezer behouden, bieden we jou bij deze een gratis elektronisch tijdschrift aan. LET OP: vanaf 1 oktober 2009 verbiedt de wet om zomaar mails te sturen. Als je geen e-mail wilt ontvangen van Asmi-ikben, klik dan op [verwijderen](#) en schrap jezelf van onze verzendlijst (of beantwoordt deze e-mail met in de onderwerpregel 'Verwijderen').

### 31 MEI ANTI ROOKDAG



**De Universiteit Maastricht heeft Marc Willemsen benoemd tot bijzonder hoogleraar Tobacco Control Research. Volgens Willemsen werkt het beleid van de Nederlandse overheid onvoldoende om het het roken effectief te ontmoedigen. "Roken is in ons land vermijdbare doodsoorzaak nummer één."**

In Nederland rookt op nu 26 procent van de vrouwen, en 30 procent van de mannen. In Portugal rookt nog geen 10 procent van de vrouwen. Het ministerie van volksgezondheid stelde zich een paar jaar geleden ten doel dat het aantal rokers voor 2010 gedaald moest zijn tot 20 procent. Dat is dus niet gelukt. „In Nederland lopen we echt achter”, zegt Marc Willemsen, hoogleraar tabaksontmoediging bij Caphri, onderzoeksinstituut van de Universiteit Maastricht. „Het percentage rokers daalt wel, maar die daling gaat trager dan in andere westerse landen. De Nederlandse overheid laat het al jaren afweten.”

Landen als België, Ierland, Engeland en Zweden hadden al rond 1997 lagere percentages rokende mannen en vooral vrouwen dan Nederland nu. Binnen Europa heeft Nederland een van de hoogste sterftecijfers voor longkanker onder vrouwen. In de periode 1970-2006 steeg dat cijfer enorm , terwijl de sterfte onder mannen daalt sinds de jaren tachtig.

Het aantal jonge vrouwen in Nederland dat longkanker heeft of eraan gestorven is, ligt zelfs hoger dan het aantal jongemannen. Doordat het percentage vrouwen dat rookt wel daalt (van 42 procent in 1970 naar 26 procent nu), eist longkanker in de nabije toekomst waarschijnlijk minder vrouwelijke slachtoffers.

Hoe kan het dat juist in Nederland vrouwen relatief veel roken? De campagnes van de tabaksindustrie lijken hier niet per se succesvoller - maar beslist ook niet minder succesvol - dan elders. Reclameverbod of niet, de tabaksindustrie slaagt er uitstekend in nieuwe producten te introduceren. Onlangs is de introductie van een nieuwe merkextensie van Marlboro (Flavor Plus) door de supermarktbranche uitgeroepen tot de meest succesvolle van 2009.

### NIEUWE CAMPAGNE VOEDINGSCENTRUM

**Voedingscentrum**



Het [Voedingscentrum](#) start binnenkort een grote, meerjarige campagne in kranten, tijdschriften en op de radio om het eten van groenten en fruit te stimuleren. Negen van de tien mensen eten minder dan de aanbevolen hoeveelheid van twee ons groente en twee stuks fruit per dag. "Als iedereen in Nederland voldoende groente en fruit zou eten, kunnen per jaar duizenden ziekte- en sterfgevallen door hart- en vaatziekten en kanker worden voorkomen", aldus het Voedingscentrum. De boodschap van de campagne is daarom eenvoudig: eet en geniet meer van groente en fruit. De introductie van Knorr Vie door Unilever en

Fruit2Day door Hero heeft ons groente- en fruitprobleem kennelijk nog niet verholpen; de verkoop van deze producten zal ongetwijfeld profiteren van de media-aandacht.

De groente- en fruitcampagne loopt tot 2010. Los van de mediacampagne kan men een groente- en fruittest op [www.voedingscentrum.nl](#) doen om na te gaan hoeveel zij weten over het eten van groente en fruit. Verder kan de gratis Groente- en fruitwijzer worden aangevraagd.

In deze eerste fase wil het Voedingscentrum vooral bereiken dat meer mensen zich bewust zijn van de hoeveelheid groente en fruit die zij eten. Vervolgens is het de bedoeling mensen te stimuleren om ook daadwerkelijk meer groente en fruit te gaan eten. Interessant: daarbij richt het Voedingscentrum zich ook op het bedrijfsleven. "In de loop van 2007 vinden er allerlei activiteiten plaats om het bedrijfsleven te stimuleren innovaties rondom groente en fruit op de markt te brengen." Zo wil het Voedingscentrum het aanbod van aantrekkelijke en eenvoudig te bereiden groenten en fruit helpen vergroten.

### LIDL-RECLAME JUBELT OVER GROENTE-OORDEEL CONSUMENTENBOND

**ALS BESTE GETEST.**

**Nog steeds de beste in groente en fruit!**



Bron: Consumentengids  
Bron: Vasa Kassa  
Bron: Consumentengids

november 2007  
oktober 2008  
juni 2010

DE HOOGSTE KWALITEIT VOOR DE LAAGSTE PRIJS!



Blij dat ze zijn bij Lidl... En begrijpelijk. Ze kregen een grote pluim van de kritische Consumentenbond wat betreft hun groente en fruit. En ze haakten er vrolijk op in met 'Als beste getest'-reclame in de krant. We laten de Consumentenbond zelf even aan het woord, want niet alleen Lidl viel in de prijzen. "Albert Heijn, Lidl en de markt leveren de beste kwaliteit groenten en fruit. De prijzen die zij hiervoor rekenen zijn niet de allergoedkoopste, maar liggen wel op of onder het gemiddelde. Aldi en Lidl, gevolgd door Albert Heijn en de markt, bieden van alle onderzochte aanbieders de beste prijs-kwaliteitverhouding voor groenten. Ook bij fruit hebben Aldi, Lidl en de markt een goede prijs-kwaliteitverhouding, net als Dirk van den Broek/Digros/Bas van der Heijden. Dit blijkt uit recent onderzoek van de Consumentenbond."

Albert Heijn, Lidl en de markt leveren de beste kwaliteit groenten en fruit. De prijzen die zij hiervoor rekenen zijn niet de allergoedkoopste, maar liggen wel op of onder het gemiddelde. Aldi en Lidl, gevolgd door Albert Heijn en de markt, bieden van alle onderzochte aanbieders de beste prijs-kwaliteitverhouding voor groenten. Ook bij fruit hebben Aldi, Lidl en de markt een goede prijs-kwaliteitverhouding, net als Dirk van den Broek/Digros/Bas van der Heijden.

Kwaliteit  
De bond onderzocht bij de grootste supermarkketens, de markt en de Natuurwinkel de kwaliteit van appels, bananen, sinaasappelen, kiwi's, druiven en mandarijnen plus bloemkool, sperziebonen, tomaat, komkommer, broccoli en sla. Alle producten werden beoordeeld op uiterlijk en smaak. Dirk van den Broek/Digros/Bas van der Heijden verkopen het smakelijkste fruit en de smakelijkste groenten zijn afkomstig van AH biologisch, direct gevolgd door de 'reguliere' groenten van AH en de markt. De 'mooiste' producten werden verkregen op de markt.

Natuurwinkel  
Voor de Natuurwinkel die alleen biologische producten verkoopt, valt het oordeel ongunstig uit.

Wat betreft het uiterlijk eindigt de keten in de onderste regio's. De smaak van de groenten en de Natuurwinkel in vrijwel alle gevallen het duurst: vaak zijn groenten en fruit 1,5 tot 2 keer zo duur als in de super of op de markt. Zo kosten sperziebonen bij de Natuurwinkel 8 euro per kilo terwijl supers en de markt hier 3 tot 3,50 euro voor rekenden.

Groenten- en fruitspecialzaken zijn niet in het onderzoek meegenomen.

### REACTIE MARK HEEMSKERK (DIRECTEUR ADN):



Een waardeloos persbericht zonder inhoud en duidelijke kaders schept grote verbazing in het land onder de groentemannen. De beste groente is te koop bij AH, Lidl en de markt!?

Eén "klein" detail lijkt de Consumentenbond hierbij over het hoofd te hebben gezien en dat is het feit dat er in Nederland nog ruim 1.200 groentewinkels zijn die topkwaliteit verkopen. Deze zijn, voor het gemak maar even, niet meegenomen in het onderzoek. Helaas moeten we constateren dat dit niet de eerste keer is dat een onderzoek wordt uitgevoerd zonder de echte specialisten hierin mee te nemen. Om maar in vaktermen te blijven worden er dus appels met peren vergeleken. Voor een organisatie die de belangen van de consument dient, een kwalijke zaak!

Wel in het onderzoek worden de natuurwinkels meegenomen. Om het allemaal nog iets schever te trekken, worden de prijzen van de biologische sperziebonen vergeleken met de reguliere sperziebonen, want dat doet het zo lekker in een persbericht. Enige achtergrondinformatie over de grote verschillen hiertussen ontbreekt eveneens in dit persbericht van de Consumentenbond.

Er kan dus gesteld worden dat de Consumentenbond haar werk niet goed doet. Een persbericht van de Consumentenbond vindt echter toch altijd wel zijn weg in de media. Een persbericht wordt verstuurd zonder dat de werkelijke inhoud van het onderzoek bekend is. Hoe weten we nu waar het persbericht op gebaseerd is en of deze klopt? Bij de Consumentenbond zelf zijn nog geen inhoudelijke vragen te stellen over het onderzoek omdat dit nog niet is vrijgegeven. Is het niet gebruikelijk dat een persbericht wordt vrijgegeven wanneer het onderzoek beschikbaar is. Een vreemde volgorde. Misschien moet er een kwalitatief onderzoek komen naar de werkwijze Consumentenbond zelf.

Kwalitatief goede groenten en fruit koop je bij de groenteman, zoals je kwalitatief goed vlees bij de slager koopt en kwalitatief goed brood en banket bij de bakker. Laten we vooral niet vergeten dat deze specialzaken nog altijd een belangrijk marktaandeel hebben. Zeker voor de consument die op zoek is naar smaak, persoonlijke bediening, kwaliteit en advies is de specialzaak onmisbaar is in het winkelbeeld.

### GROENKIESWIJZER AL MEER DAN 50.000 KEER GERAADPLEEGD



Unieke samenwerking van zeven grote natuur- en milieuorganisaties GroeneKieswijzer.nl laat zien welke partij het beste bij uw groene standpunten past.

Vanaf vandaag is de Groene Kieswijzer online. Iedereen die natuur, milieu en duurzaamheid belangrijke onderwerpen vindt, kan voor het eerst voor de Tweede Kamerverkiezingen achterhalen welke partij het beste bij hem/haar past.

Op [www.groenkieswijzer.nl](#) staat wat de partijen vinden over 22 milieuonderwerpen, van natuurbescherming tot kernenergie.

De verkiezingen van 9 juni a.s. zijn van groot belang voor de bescherming van de natuur, het scho-nen maken van het milieu en het verduurzamen van de economie. De

Groene Kieswijzer laat zien wat de Nederlandse politieke partijen daar van vinden. Het invullen van de Groene Kieswijzer kost vijf minuten. Daarna weet de kiezer welke partij het beste bij zijn groene standpunten past.

De Groene Kieswijzer voor deze verkiezingen is gemaakt door Natuur en Milieu, De12Landschappen, Greenpeace, Milieudefensie, Natuurmonumenten, Vogelbescherming Nederland en het Wereld Natuur Fonds. De Groene Kieswijzer is een initiatief van Natuur en Milieu. Voor de komende verkiezingen hebben de zeven grote landelijke organisaties de handen ineen geslagen in een unieke samenwerking om het belang van een groene toekomst te benadrukken.

Alle partijen die in de Tweede Kamer zitten, op de PVV na, werkten mee aan een analyse van hun plannen op onderwerpen als de toekomstige energiehuishouding van ons land, natuurbescherming en de mogelijkheden voor een groene economie.

Een aantal opvallende uitkomsten:

- 80% van de invullers vindt dat alleen nog gehandeld mag worden in duurzaam gevangen, niet bedreigde vissoorten;
- driekwart (76%) vindt dat de overheid grote verhuurders moet verplichten om bestaande huurwoningen energiezuiniger te maken;
- 55% vindt dat er niet minder grond aangekocht mag worden voor het netwerk van beschermde natuurgebieden (de Ecologische Hoofdstructuur).
- 65% vindt dat groene stroom goedkoper moet worden door een heffing op grijze (gewone) stroom

Ook aan een vleestax wordt veel gewicht toegekend. Bijna de helft! (49%) vindt dat vlees in het hoge BTW-tarief moet vanwege de grote schade aan het milieu, 38% vindt dat niet.

De Groene Kieswijzer voor deze verkiezingen is gemaakt door Natuur en Milieu, De12Landschappen, Greenpeace, Milieudefensie, Natuurmonumenten, Vogelbescherming Nederland en het Wereld Natuur Fonds. De Groene Kieswijzer is een initiatief van Natuur en Milieu.

Voor de komende verkiezingen hebben deze zeven grote landelijke organisaties de handen ineen geslagen in een unieke samenwerking om het belang van een groene toekomst te benadrukken.

### JOKE VAN DER HEIDEN- HICKENDORFF



En zo kwamen Joke tegen. Joke heeft een mooi verhaal. Het verhaal van haar kanker. Leven met kanker. In mei 2005 werd er bij haar borstkanker geconstateerd werd toen binnen een maand geholpen. Ze had besloten voor amputatie, met dat als alles goed was gegaan, zij geen bestralingen zou hoeven te ondergaan in Daniel de Hoed kliniek en ook geen chemo's . Jaren later krijgt ze pijn in haar rechterheup, Slijtage dacht ze, ze had redelijk intensief werk waarbij er nogal veel gelopen moest worden.

De uitslag bij de arts loog er niet om. Kanker is een ziekte die ingrijpt op vele levensgebieden en bijna altijd resulteert in een vermindering van de kwaliteit van leven. De mate waarin kanker de kwaliteit van leven beïnvloedt, is afhankelijk van het stadium van de ziekte (bv. de aanwezigheid van uitzaaiingen) en het stadium in het ziekteproces (bv. diagnose of behandeling).

De kwaliteit van leven kan zowel voor het psychisch psychiseren als voor het lichamelijke

functioneren aangetast zijn. Afhankelijk van de soort kanker zullen lichamelijke en psychische problemen zich op verschillende momenten tijdens de ziekte meer of minder voordoen. Zo kunnen er bijvoorbeeld op het moment dat de diagnose pas bekend is, gevoelens van angst, depressie en hevige emoties zijn. Lichamelijke problemen treden in sterke mate op tijdens behandeling, zoals bij een chemokuur, en in de terminale fase van de ziekte.

Joke accepteert niet het beeld dat de specialisten -én haar omgeving - haar voorhouden. Nee, ze gelooft in haar eigen kracht, een kracht die wetenschappelijk niet onderbouwd is maar wel de wetenschap zijn vertel doen staan. Wanneer men psychologisch niet in zichzelf gelooft zal men nooit behoorlijk kunnen functioneren. Iemand die verslonden heeft verloren is gedoemd om te mislukken. Wanneer men erover begint na te denken hoe alles in het leven kan mislopen, dan loopt het meestal ook mis. Als men er vast is van overtuigd dat iets zal gebeuren, of men dat nu wil of niet, dan zal dat ook gebeuren. Wanneer men denkt aan teleurstellingen vanuit het verleden, wordt men hiengeerd gewoon zwaarmoedig en mistroostig. Joke heeft het voornemen om het beter te maken, in zoverre dat de toekomst haar zal brengen. Maar het beste is te leven in het heden, waarmee ze elke dag iets anders kan beleven, terwijl de toekomst is in zicht en het verleden voorbij, waar men niets meer kan aan veranderen. 'Gedane zaken nemen geen keer'!

We hebben daarom ook aan [Joke gevraagd om haar verhaal te schrijven voor onze site.](#)

Als u wilt dat we uw naam van onze verzendlijst verwijderen, [klikt u hier.](#)

Vragen of opmerkingen? Stuur een e-mail naar [info@asmi-ikben.nl](#)