



Alissa Hamilton

MELK DE WITTE SLOPER

*Waarom melk slecht voor je is
en je best zonder kunt*

'DIT BOEK VEEGT ALLE ILLUSIES DIE WE OVER MELK HEBBEN VAN TAFEL.'

JESSE VAN DER VELDE

MELK DE WITTE SLOPER

Alissa Hamilton

MELK
DE WITTE
SLOPER

*Waarom melk slecht voor je is
en je best zonder kunt*



KOSMOS

Kosmos Uitgevers, Utrecht/Antwerpen



KOSMOS

www.kosmosuitgevers.nl

 @Kosmosuitgevers

Oorspronkelijke titel: *Got Milked*

© 2015 Alissa Hamilton. All rights reserved.

Published by arrangement with HarperCollinsPublishersLtd, Toronto, Canada

© 2015 Anna van Wittenberghe en Kosmos Uitgevers, Utrecht/Antwerpen,
onderdeel van VBK | media

Omslagontwerp: Oranje vormgevers

Vertaling en bewerking: Anna van Wittenberghe

Lay-out binnenwerk: Scribent.nl, Zutphen

ISBN 978 90 215 5937 7

ISBN e-book 978 90 215 5938 4

NUR 443

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze en/of door welk ander medium ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Deze uitgave is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Noch de maker, noch de uitgever stelt zich echter aansprakelijk voor eventuele schade als gevolg van eventuele onjuistheden en/of onvolledigheden in deze uitgave.

Inhoud

| | |
|---|-----|
| Woord vooraf van de vertaler | 9 |
| Inleiding | 15 |
| 1 Het zuivellandschap | 27 |
| 2 Uitgevloerd | 36 |
| 3 Een date met MyPlate | 55 |
| 4 Science feit of science fictie? | 68 |
| 5 Ken gewicht en maat | 87 |
| 6 Overgewaardeerd | 97 |
| 7 Het zaad voor sterke botten | 123 |
| 8 Het uitmelken van calcium | 136 |
| 9 Het alfabet van de zuivel mag je vergeten | 155 |
| 10 Niet zo oké | 174 |
| 11 Een verhaal over intolerantie | 193 |
| 12 De grote vergissing | 219 |
| 13 De hele waarheid | 230 |
| 14 Maak het zonder melk | 258 |
| De recepten | 265 |
| Nawoord | 331 |
| Veelvoorkomende afkortingen | 333 |
| Websites | 337 |
| Register van trefwoorden | 339 |
| Register van recepten | 344 |

1

Het zuivellandschap: de belangrijkste promotors van zuivel in Noord-Amerika en Nederland in kaart gebracht

De koemelk in het koelvak en in de schappen van de hedendaagse supers, is niet de melk die jouw grootmoeder gewend was. Maar het is ook niet iets wat de meeste mensen volledig begrijpen, ook al denken ze van wel. Don, een van mijn vrienden die consumentenfraude-advocaat is, herinnert zich nog de tijd dat sinaasappelsap ook sinaasappelsap was. Don zet het commerciële sinaasappelsap van de 21^{ste} eeuw af tegen melk. Hij weet dat het meeste van wat momenteel in pakken wordt verkocht zo ver af staat van het natuurlijke spul, dat het sap zijn karakteristieke smaak eerder aan smaaktechnenuten te danken heeft dan aan geperste sinaasappels. ‘Maar,’ verklaarde hij, ‘melk is melk’, om vervolgens wat schaapachtig te vragen ‘Toch’? Don geloofde dat het niet uitmaakte waar je was of welke supermarkt je binnenliep, omdat je erop kon rekenen dat melk melk was. Ik heb sorry gezegd toen ik zijn luchtballon doorprikte. Melk is niet langer een helder en eerlijk product.

Moderne, in massa geproduceerde melk

De onvermoeibare marketing van melk als essentieel voedingsmiddel heeft het vocht getransformeerd van een product met

één enkele identiteit tot een product met vele, raadselachtige persoonlijkheden. Er zijn variaties op hetzelfde thema, die minder bekend zijn dan je zou denken – mager, met een vetpercentage tussen de 0 en 0,5 procent en een gemiddelde van 0,1 procent; weinig vet met een vetgehalte van 1 procent; de populaire halfvolle variant met een vetgehalte van 2 procent; gestandaardiseerde volle melk met een vetgehalte van 3,5 procent; natuurlijke volle melk, met een vetgehalte van 4 procent; en melk met een smaakje. In Nederland kennen we drie soorten melk in het koelvak: magere melk met een vetpercentage van 0,3 procent, halfvolle melk met een vetpercentage van 1,5 procent en volle melk met een vetpercentage van 3,5 procent. Volle melk van 3,5 procent is een verkeerde benaming. Hoewel hij ‘vol’ begon, is melk tegen de tijd dat jij hem in de supermarkt aantreft, eerst ontdaan van zijn vet dat er vervolgens weer aan toegevoegd wordt om de melkvariant te krijgen die op het pak staat.

Er zijn bijna evenveel manieren om melk te verwerken als er keuzes in vetgehalte en smaken zijn. Om ‘melk’ te mogen heten eist de Food and Drug Administration (FDA) dat het gepasteuriseerd is. Dit is in het algemeen de eerste stap die melk ondergaat nadat hij is opgehaald bij de boer. Echter, pasteurisatie is niet langer één enkele procedure. Er zijn drie belangrijke methoden. In Nederland worden methoden gebruikt die vergelijkbaar zijn. De hoge temperatuur/kortetijdpasteurisatie – (HTST); de batch-pasteurisatie en de ultra hogetemperatuurmethode (UHT), die in Nederland onder de noemer sterilisatie valt. Verder hebben wij nog een derde pasteurisatiemethode, de Hogehitte/kortetijdpasteurisatie (HHST). Bij de hoge temperatuur/kortetijdpasteurisatie wordt de melk 15 tot 240 seconden verhit tot 72 – 75 °C, bij de

batchpasteurisatie tot 30 minuten op 62 – 65 °C en bij de hoge-hitte/kortetijdpasteurisatie 1 tot 25 seconden op 85 – 90 °C. Bij de UHT-methode wordt de melk slechts een paar seconden verhit op 135 – 150 °C.

Als de melk eenmaal gepasteuriseerd is, wordt hij in het algemeen ook gehomogeniseerd, maar dat hoeft niet op het etiket vermeld te worden. Dit houdt in dat de melk wordt verhit, waarna hij met hoge druk door nauwe filters wordt geperst zodat de vetbolletjes kleiner van afmeting worden, waardoor er een ‘egalere’ vloeistof ontstaat. Zuivelverwerkers houden om een aantal redenen van deze technologie: het wordt gemakkelijker om grote hoeveelheden melk van verschillende boerderijen te mengen terwijl er toch een homogeen product ontstaat, zowel in samenstelling als in vetgehalte. Ook de houdbaarheid wordt erdoor verlengd. Sommige onderzoekers zoals dr. Mary Enig van de Weston A. Price Foundations Campaign for Real Milk, gelooft dat dit proces negatieve bijwerkingen heeft. De twee grootste nadelen zijn dat het melk gevoeliger maakt voor oxidatie en dat melk allergische reacties kan veroorzaken door de neiging die vetbolletjes hebben om melkeiwitdeeltjes op te pikken als die eenmaal zijn afgebroken. Hoewel anderen, zoals het redactionele bestuurslid van de UC Berkely Wellness Letter, dr. John Swartberg, zeggen dat deze theorieën ongegrond zijn, blijft het probleem of gehomogeniseerde melk ongezond is onder de aandacht en wordt het nader onderzocht.

Vanzelfsprekend kun je natuurlijke volle, niet-gehomogeniseerde, ongepasteuriseerde melk kopen, alleen niet overal. In sommige staten en in heel Canada is de commerciële verkoop van ongepasteuriseerde melk illegaal. In Nederland kun je wel

rauwe melk rechtstreeks bij de boer kopen, maar die moet wel aan de eisen voldoen die de Warenwet stelt voor de verkoop van rauwe melk, vanwege het gezondheidsrisico dat rauwe melk met zich meebrengt (zie www.rauwemelk.nl). Dit boek gaat echter niet over verboden melk; dat is een compleet ander verhaal. Dit boek gaat over de melk die je volgens het USDA, het Voedingscentrum en de zuivelindustrie naast je bord moet zetten. Het feit dat moderne verwerkingstechnologieën de link tussen melk en moedertje natuur veel zwakker hebben gemaakt, weerhoudt deze pleitbezorgers van melk er niet van de gezondheidstroef te gebruiken om ons ervan te overtuigen dat melk een fundamenteel voedingsmiddel is.

De tentakels van de melkmarketing

De voedingsrichtlijnen in de westerse wereld, zoals die van het USDA in Amerika en het Voedingscentrum en de Gezondheidsraad in Nederland, zijn slechts één van de vele obstakels die het moeilijk maken om Amerika en de verdere wereld van de melk af te krijgen. Het web aan zuivelinstituten dat zich over de aardbol uitstrekt is allesbehalve versleten. In Amerika alleen al is het zuivelnetwerk uitgebreid en sterk, met de National Dairy Council (NDC, Nationale Zuivelraad) als middelpunt. De NDC werd in 1915 opgericht om, volgens de zuivelindustrie-geschiedenis, het goede publieke imago van zuivel te beschermen vanwege de uitbraak van mond-en-klauwzeer. De NDC ondersteunde zuiveladvertenties en voorlichtingscampagnes, maar ook onderzoek naar het goede van melk en zuivel. Tegelijkertijd knoopte ze nauwe banden aan met het USDA, het departement dat President Lincoln in 1862 opzette om de productie en consumptie van Amerikaanse landbouw-

producten te bevorderen. De strategie werkte buitengewoon goed en zorgde ervoor dat de overheid melk overal en altijd ging promoten. MyPlate illustreert uitstekend het unieke verbond tussen zuivel en het USDA. Zuivel is het enige landbouwproduct dat zijn eigen kleur en ongedeelde plaats heeft gekregen. Ja, er is ook een stukje groen voor groenten en een stukje bruin voor granen, maar wie gaat zich nu te buiten aan broccoli of rijst? En wie is zich nog nooit te buiten gegaan aan melk?

In Nederland ontstond op initiatief van verschillende zuivelorganisaties in 1934 het Crisis-Zuivelbureau, met financiële hulp van de overheid. Dit bureau bleef bestaan tot aan de oorlog en ook na de oorlog werd er weer volop propaganda voor melk en zuivel gemaakt. In 1950 verenigden zuivelorganisaties zich in het Nederlands Voorlichtingsbureau voor melk en zuivelproducten, kortweg het Nederlands Zuivelbureau, dat haar activiteiten al snel over de grens uitbreidde. Hieruit is de huidige Nederlandse Zuivelorganisatie voortgekomen, kortweg NZO.

In Amerika hebben ook organisaties als de National Fluid Milk Processor Promotion Board en de National Dairy Promotion and Research Board bijgedragen aan de 'melk moet'-status. De eerste ziet toe op het promotieprogramma van de National Fluid Milk Processors. De wet op de promotie van vloeibare melk uit 1990 erkent het programma dat door verwerkers van vloeibare melk wordt gefinancierd via een toeslag op alle commercieel verwerkte en gemerkte vloeibare melk. De Fluid Milk Processor Promotion Board gebruikt de toeslag om algemene reclame te bekostigen en de markt voor vloeibare melkproducten in de Verenigde Staten uit te breiden. De tweede, de National Dairy Promotion and Research Board, is verantwoordelijk voor het uitdra-

gen van het door zuivelboeren gefinancierde programma om zuivel te promoten. De Wet op de stabilisering van zuivelproductie uit 1983 erkent dit programma, dat als doel heeft om de melk- en zuivelconsumptie te verhogen en de overschotten te verlagen door middel van promotie, onderzoek en voorlichting.

Hiermee houdt de golf aan zuivelpromotie-statuten en organisaties in de VS echter nog niet op. Voeg er maar het Dairy Management Inc (DMI) aan toe, dat gelieerd is aan de National Milk Producers Federation (NMPF). Het DMI, dat in 1995 werd opgericht, bestuurt de NDC en de American Dairy Association en heeft het Innovation Center for U.S. Dairy opgezet. Het DMI wordt gefinancierd door zuivelimporteurs en uit bijdragen die bij de bijna 49.000 zuivelboeren worden geïnd via het check-off-programma dat door de National Dairy Promotion and Research Board wordt uitgevoerd. Het doel: 'Wij zijn opgezet om de verkoop van en vraag naar zuivelproducten te bevorderen door onderzoek, voorlichting en innovatie, en om het vertrouwen in zuivelproducten, -boerderijen en -handel te behouden'.

De Wet op commodity, promotie, research en Informatie uit 1996 staat het USDA toe om check-off-organisaties voor diverse landbouwcommodity's te bewaken, zoals het DMI voor zuivel. Het DMI bestaat uit leden van de National Dairy Promotion and Research Board en de United Dairy Industry Association, een zelfomschreven 'federatie van staten en regionale door zuivelproducenten gefinancierde promotieorganisaties die marketing-programma's aanbieden die in samenwerking met haar leden zijn ontwikkeld en geïmplementeerd'.

Buiten deze organisaties op nationaal niveau, kennen ook de aparte staten verschillende zuivelraden en besturen die meer

dan hun aandeel en tijd en geld hebben bijgedragen om melk als een duidelijk perfect en essentieel voedingsmiddel neer te zetten. Californië, dat meer melk produceert dan elke andere staat, heeft de leiding genomen bij de inspanningen om zuivel als complete cirkel op MyPlate en melk in de ijskasten van Noord-Amerika te houden. Heel bekend zijn de billboards met Bill Clinton voor hij veganist werd, met Harrison Ford, Martha Stewart, de tenniszusjes Williams, Glenn Close, Jennifer Hudson, de complete cast van de tv-serie Modern Family en recent nog de country-singer-songwriter Miranda Lambert, allemaal afgebeeld met een melksnor op de bovenlip. De California Milk Processor Board (CMPB), die in 1993 door het Californische departement voor voedsel en landbouw werd opgericht, is het grote brein achter deze campagne. De CMPB probeerde de afnemende melkverkoop in 1993 te keren met de vraag: 'Got Milk?' (Heb je melk (gehad)?). En voor het eerst in tien jaar tijd steeg de melkverkoop in Californië weer. Met een herkenningpercentage van 90 procent, wordt de eigenaardige, onontkoombare campagne, het geesteskind van reclamebureau Goodby, Silverstein & Partners, door sommige mensen als een van de meest succesvolle campagnes in de geschiedenis beschouwd. 'Got Milk?' werd in 1995 als een handelsmerk voor de staat Californië geregistreerd en is sindsdien door zuivelbesturen in de hele VS overgenomen. Het is grenzeloos. Zelfs Canadezen begrijpen 'Got Milk?'.

Als aanvulling op de naar buiten gerichte CMPB, is er de naar binnen gerichte Dairy Council of California (zuivelraad). Opgericht in 1919, was haar oorspronkelijke doelstelling ervoor te zorgen dat kinderen in de staat voldoende melk binnenkregen.

De Mobile Dairy Classroom (mobiel zuivelklaslokaal), dat voor het eerst in 1930 op weg ging, struint nog altijd Californië af om schoolkinderen te onderwijzen over het wie, wat, waar en hoe achter de zuivelproductie. De programma's van de raad, die worden gefinancierd door de zuivelproducenten en -verwerkers in Californië, hebben ervoor gezorgd dat er melk is in alle klaslokalen van Californië en dat Californië de grootste melkproducent van het hele land is.

De lijst landbouwcommodity's die geprofiteerd hebben van de door het USDA erkende check-off-organisaties, is lang: amandelen, rundvlees, eieren, honing, lamsvlees, paddenstoelen, pinda's, aardappelen, varkensvlees en sojabonen om er maar eens een paar te noemen. Er bestaat zelfs een Popcorn Bestuur en een Highbush Bosbessen Raad. Misschien ben je bekend met 'Rundvlees: dat eten we vanavond', of 'Varkensvlees, het andere witte vlees'. Zij zijn de refreinen die respectievelijk door de check-off-organisaties voor rund- en varkensvlees worden gezongen. Er is echter geen promotie die zo aantrekkelijk of opmerkelijk is gebleken als 'Got Milk?' met zijn pantheon aan beroemdheden. Als het beste wat varkensvlees voor zichzelf te zeggen heeft op het niveau van kip ligt, zegt dat dus weinig. En als het om rundvlees gaat dat we vanavond eten, vergeet dat dan maar. De slogan is prozaïsch, belerend en zorgt ervoor dat vrije geesten graag ergens anders voor kiezen. 'Got Milk?' is juist vermakelijk. De vraag, die verbonden wordt aan meisjepadvinders die hun koekjes verkopen, is zowel grappig als luchthartig. Althans, dat was hij lange tijd. Inmiddels is de lol eraf, het spel uit. Voor iedereen, van het leger tot Michelle Obama en de National Institutes of Health (NIH), die Amerikanen aansporen

af te vallen, is het lastig geworden om melk en koekjes te verkopen. De CMPB neemt de signalen ter harte dat melk meer moet zijn dan gezichtsverf en een dessertdrankje om een blijvende plaats te verdienen. Op nieuwe video's zijn breakdansende, basketballende, wedstrijd zwemmende jongeren te zien die letterlijk barsten van de melkenergie. Een glas melk bevat 8 gram eiwit en de CMPB wil laten zien 'Hoe 8 gram eiwit eruit ziet als je je innerlijke rockster loslaat', zoals de ondertiteling luidt die een vrouw volgt die op een elektrisch gitaar speelt. 'Milk Life' (Melk het leven uit) is de nieuwe titel.

Hoewel de CMPB, en het hele zuiveleestablishment erbij, van plan is de punch te benadrukken die melk meebrengt aan tafel, hoef jij die klap niet lijdzaam af te wachten.

Is melk nou echt zo goed voor je?

Jarenlang is ons door de overheid en de melkmafia wijs gemaakt dat melk moet en dat je er groot en sterk van wordt. Een paar glazen per dag zou goed zijn voor onze botten, maar het aantal gevallen van osteoporose in Nederland en België is hoog en stijgt nog steeds.

Dit boek laat zien hoe sterk de melklobby is en hoe ons jarenlang iets is voorgespiegeld dat pertinent niet klopt. Melk verhoogt de kans op kanker, het lekkende darmsyndroom, acne en meer, eenvoudig omdat ons lichaam het slecht kan afbreken. Bedenk voor je het drinkt dus dat het eigenlijk gemaakt is voor een babydier met vier magen, en niet voor ons lichaam bedoeld is. Alissa Hamilton biedt eenvoudige tips en menu's om koemelkvrij(er) te leven.

- De gevaren van melk
- De invloed van de melklobby
- Een dieet zonder zuivel



ALISSA HAMILTON woont in Canada en is auteur van onder meer *Squeezed*, een studie over de dikmakende en ongezonde effecten van verse jus.


KOSMOS

NUR 443
Kosmos Uitgevers, Utrecht/Antwerpen

