

# **SUPERLIJST**

# **GEZONDHEID 2020**

## **Vergelijkingscriteria**



# **Vergelijkingscriteria Gezondheid 2020**

Juni 2020

Versie 1.1 (30 september 2020)  
Copyright Questionmark

Auteurs: Gustaaf Haan, Willem van Engen, Deborah Winkel

## Inhoud

Achtergrond	3
Dit document	4
Onderwerpen	5
Gewenste maatregelen	6
Indicatoren	7
HE-1.1 Verkoopdoel gezonde producten	7
HE-1.2 Gezond aanbod	8
HE-1.3 Gezonde aanbiedingen	9
HE-1.4 Inspiratie voor gezond eetpatroon	9
HE-2.1 Verkoopdoel vermindering ongezond	12
HE-2.2 Ongezond assortiment	14
HE-2.3 Ongezonde aanbiedingen	16
HE-2.4 Ontmoedigen ongezond	17
Referenties	21
Bijlagen	22

# Achtergrond

Met onderzoeksproject Superlijst richt Questionmark zich op de rol van supermarkten in het voedselsysteem. In de komende vijf jaar zullen we ons met tussenpozen, afwisselend concentreren op vier thema's: gezondheid, milieu, mensenrechten en dierenwelzijn. Ieder onderzoek resulteert in een ranglijst van supermarkten, vergeleken op hun bijdrage aan een verantwoorde voedselomgeving.

Dit document beschrijft de criteria voor vergelijking van supermarkten op het thema gezondheid.

Een gezond voedingspatroon is vaak van zichzelf ook een duurzamer voedingspatroon, maar niet altijd. Hoewel dit onderzoek zich richt op gezondheid, hebben we er rekening mee gehouden dat de voorgestelde maatregelen nergens in tegenspraak zijn met maatschappelijke eisen en wensen op het gebied van milieu, mensenrechten en dierenwelzijn.

## Financiële ondersteuning

Het project Superlijst wordt mede gefinancierd door Stichting Doen, Stichting Questionmark, Noaber Foundation en de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (zie hieronder).

## Partners voor het thema gezondheid

Superlijst Gezondheid 2020 is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de samenwerkende gezondheidsfondsen Hartstichting, Diabetes Fonds, Nierstichting en Maag Lever Darm Stichting. Naast hun financiële bijdrage leverden deze fondsen kennis en expertise bij het ontwikkelen van de vergelijkingscriteria en de opzet van het onderzoek.



# Dit document

Dit document beschrijft de vergelijkingscriteria voor het thema Gezondheid, voor de ranglijst die in 2020 wordt gepubliceerd. Vergelijkingscriteria zijn telkens beschreven op drie niveaus:

- De **onderwerpen**: de problemen in het voedselsysteem die vragen om oplossingen waaraan supermarkten een wezenlijke bijdrage kunnen leveren.
- De **maatregelen** die een supermarkt kan nemen om het probleem te helpen oplossen.
- De **indicatoren** die de mate waarin supermarkten de gewenste maatregelen nemen, meetbaar maken. Elke indicator kent een weging waarin het relatieve belang van de indicator voor het thema als geheel tot uitdrukking komt.

De algemene werkwijze voor het onderzoeken en vergelijken van supermarkten staat beschreven in het document 'Onderzoekskader Superlijst', te vinden op [www.superlijst.org](http://www.superlijst.org). In dat document geven we onder meer weer hoe we data verzamelen en hoe de resultaten worden weergegeven. Ook geeft dat document aan hoe verschillende belanghebbenden uit de maatschappij zijn betrokken bij het opstellen van deze vergelijkingscriteria.

## Supermarkten

De onderzoeken voor Superlijst in 2020 - op de thema's Gezondheid en Milieu - omvatten de volgende supermarktketens: Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Aldi, Plus, Dirk en Coop. Deze selectie is gekozen omdat zij ruim 80% van de markt vertegenwoordigt. Daaraan is Ekoplaza toegevoegd vanwege de expliciete claim op duurzaamheid.

## Laatste Peildatum

De onderzoeksperiode voor Superlijst Gezondheid 2020 loopt tot de laatste peildatum op **19 augustus 2020**. Supermarkten die belangrijke wijzigingen in beleid publiceren, of wijzigingen in hun assortiment doorvoeren, kunnen deze wijzigingen tot de laatste peildatum aan Questionmark doorgeven. Zo kunnen supermarkten zich ervan vergewissen dat de laatste stand van zaken in het onderzoek is meegenomen. Informatie doorgeven kan via: [transparantie@thequestionmark.org](mailto:transparantie@thequestionmark.org).

# Onderwerpen

De Gezondheidsraad heeft *Richtlijnen Goede Voeding* opgesteld als basis voor de voedingsvoorlichting (Gezondheidsraad, 2015). Het Voedingscentrum heeft deze richtlijnen vertaald in de *Richtlijnen Schijf van Vijf* (Voedingscentrum, 2019). Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) concludeert dat het de meeste Nederlanders niet lukt deze richtlijnen te volgen (RIVM, 2017).

Parallel aan de ontwikkeling van deze richtlijnen heeft de voedingsindustrie zich de afgelopen jaren ingezet om de samenstelling van voedselproducten - voornamelijk buiten de Schijf van Vijf - minder ongezond te maken. Een belangrijk middel daarvoor is het Akkoord Verbetering Productsamenstelling (AVP) waarin afspraken zijn gemaakt om vanaf 2014 onder meer de gehalten suiker, natrium en verzadigd vet in producten te verlagen. Uit een recente rapportage van het RIVM blijkt dat het effect van deze herformulering op de totale inname van 'te vermijden' nutriënten tot op heden klein is (RIVM, 2019).

Het probleem van ongezonde voeding in Nederland valt dus grofweg uiteen in twee onderwerpen. Die onderwerpen zetten wij in dit onderzoek centraal<sup>1</sup>:

- HE-1 Nederlanders consumeren te weinig volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf
- HE-2 Het aanbod van producten buiten de Schijf van Vijf versterkt de ongebalanceerde inname van nutriënten.

Voor beide onderwerpen is groeiende aandacht van zowel beleidsmakers als van spelers in de markt zelf. De ontwikkeling van een nieuw voedselkeuzelogo, Nutri-score, en de afspraken in het nieuwe preventie-akkoord kunnen helpen het Nederlandse voedsellandschap gezonder te maken. Dit onderzoeksproject vindt dus plaats vooruitlopend op, en deels parallel aan, die ontwikkelingen.

In Superlijst onderzoeken we in hoeverre supermarkten hun positie in het voedselsysteem nu al gebruiken om bij te dragen aan het oplossen van bovenstaande problemen. Per onderwerp hebben we een aantal maatregelen geformuleerd die supermarkten daartoe kunnen nemen. Om te bepalen in welke mate supermarkten deze maatregelen nemen, hebben we per maatregel indicatoren opgesteld.

Een overzicht van alle onderwerpen, maatregelen en indicatoren is te vinden als [bijlage 7](#).

---

<sup>1</sup> De nummering van onderwerpen, maatregelen en indicatoren wordt voorafgegaan door de letters 'HE' voor *health*, om zo in de toekomst de vergelijkingscriteria te kunnen onderscheiden van de andere thema's: 'EN' (environment), 'HR' (human rights) en 'AW' (animal welfare).

# Gewenste maatregelen

Geen supermarkt kan bepalen wat zijn klanten wel of niet eten. Wel kunnen supermarkten een aantal maatregelen nemen waarvan het aannemelijk is dat die de consumptie van Schijf-van-Vijf-producten stimuleren.

- HE-1.1 Stel ambitieuze doelen voor de verkoop van gezonde producten en monitor de voortgang.
- HE-1.2 Zorg voor een voldoende gezond aanbod.
- HE-1.3 Verleid klanten via aanbiedingen om gezonde producten te kopen.
- HE-1.4 Inspireer klanten in de winkel tot een gezond eetpatroon.

Naast het stimuleren van de consumptie van Schijf-van-Vijf-producten, kunnen supermarkten zorgen dat keuzes buiten de Schijf van Vijf minder ongezond zijn en dat de minst gezonde keuze niet voor de hand ligt.

- HE-2.1 Stel ambitieuze doelen voor de vermindering van de verkoop van suiker, natrium en verzadigd vet in producten en monitor de voortgang.
- HE-2.2 Maak ongezonde producten een uitzondering in het assortiment.
- HE-2.3 Verleid klanten niet tot ongezonde keuzes via aanbiedingen.
- HE-2.4 Ontmoedig in de winkel de keuze voor ongezonde producten.

Het doel van deze maatregelen is niet om het mensen onmogelijk te maken ongezonde producten te kopen. Ongezond hoeft niet verboden te worden. Het doel van de maatregelen is om de ongezonde keuze te ontmoedigen en de gezonde keuze te stimuleren.

We zijn ons ervan bewust dat deze lijst van maatregelen niet uitputtend is. Er zijn meer maatregelen denkbaar die relevant zijn voor de onderwerpen in dit onderzoek. We moedigen supermarkten aan om ook andere maatregelen te (blijven) nemen, en te experimenteren met eigen manieren om bij te dragen aan een verantwoord voedselsysteem.

Supermarkten zijn nadrukkelijk uitgenodigd voorstellen te doen voor maatregelen die volgens hen breed in de markt genomen zou moeten worden. Maatregelen die de komende jaren in praktijk of in wetenschappelijk onderzoek succesvol blijken, kunnen worden opgenomen in de vergelijkingscriteria voor de volgende editie van Superlijst Gezondheid.

# Indicatoren

Om te meten in hoeverre supermarkten de hiervoor genoemde maatregelen op dit moment al nemen, hanteren we de volgende indicatoren, gegroepeerd per maatregel.

Ook hier geldt dat het niet mogelijk is elke maatregel volledig af te dekken door indicatoren. In specifieke gevallen hebben we de keuze voor een bepaalde indicator hieronder toegelicht. Algemene overwegingen voor onderstaande indicatoren staan beschreven in het Onderzoekskader.

## HE-1.1 Verkoopdoel gezonde producten

HE-1.1.1 Hoe ambitieus is het doel dat de supermarkt zich gesteld heeft voor de verkoop van gezonde producten?

### Toelichting

Deze indicator gaat over het totale volume van *verkochte* producten. Door zichzelf doelen te stellen voor de verkoop van gezonde producten, laat de supermarkt zien dat het stimuleren van gezonde keuzes verankerd is in bedrijfsbeleid op het hoogste niveau.

Deze indicator weegt zwaar in de vergelijking van supermarkten, omdat het vergroten van het verkoopvolume van gezonde producten het nauwst aansluit bij het doel van dit initiatief. Veel andere maatregelen die Superlijst Gezondheid vergelijkt zijn in feite middelen die bijdragen aan het verbeteren van de score op deze indicator.

### Meting & weging

Voor deze indicator kijken we naar openbaar gepubliceerd beleid dat voldoet aan de volgende voorwaarden:

- Het beleid bevat een verkoopdoel voor Schijf-van-Vijf-producten als aandeel van het totale verkochte volume aan voedselproducten.
- Het verkochte volume wordt bij voorkeur berekend naar gewicht, als dat niet mogelijk is wordt gerekend in stuks (voorraadeenheid, SKU).
- Doel en rapportage betreffen verkoop van alle voedselproducten, zowel huismerken als A-merken.
- De doelstelling ligt minder dan vijf jaar in de toekomst.
- De prestatie op dit doel wordt jaarlijks gerapporteerd.



Het kengetal voor deze indicator is de hoogte van het genoemde verkoopdoel (percentage), vermenigvuldigd met een factor voor betrouwbaarheid zoals geformuleerd in het Onderzoekskader. Dit kengetal wordt niet geschaald maar vormt zelf de score op deze indicator. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 1,5.

### **Tussenstap**

De Richtlijnen Schijf van Vijf zijn de meest geschikte maatstaf om de gezondheid van de verkopen te monitoren. Als rapporteren in termen van de Schijf van Vijf niet direct haalbaar is, kan de supermarkt als tussenstap ook gebruik maken van de criteria voor Nutri-score A, mits die criteria eenduidig zijn gedefinieerd voor Nederland. De supermarkt formuleert dan een verkoopdoel voor producten met Nutri-score A als aandeel van het totale verkochte volume aan voedselproducten. De score op deze indicator wordt in dat geval verlaagd met 75% en gemaximeerd op de laagste score van de supermarkten die wel met de Richtlijnen Schijf van Vijf werken.

## **HE-1.2 Gezond aanbod**

HE-1.2.1 In hoeverre bestaan Schijf-van-Vijf-productgroepen uit gezonde producten?

### **Toelichting**

Consumenten die zich aan de richtlijnen van de Schijf van Vijf willen houden, zullen bepaalde productgroepen, bijvoorbeeld frisdrank of chips, zoveel mogelijk vermijden. Bij bepaalde productgroepen is dat echter moeilijker, omdat sommige producten in die groep binnen, en andere buiten de Schijf van Vijf vallen. Het verschil tussen binnen en buiten de Schijf zit soms in details als het gehalte natrium of vezels.

Supermarkten kunnen de keuze voor gezonde producten makkelijk maken door ervoor te zorgen dat juist in deze groepen het aanbod overwegend binnen de Schijf valt.

### **Meting & weging**

Voor algemene informatie over het onderzoek van assortiment, zie het onderwerp *Dataverzameling* in het Onderzoekskader. Voor deze specifieke indicator onderzoeken we in iedere supermarkt de productgroepen waarin zowel Schijf-van-Vijf- als niet-Schijf-van-Vijf-producten kunnen voorkomen. Zie voor een lijst van productgroepen [bijlage 2](#).

Het kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aantal punten per productgroep. Punten worden per productgroep toegekend aan de hand van het percentage Schijf-van-Vijf-producten, vergeleken met de percentages van andere supermarkten. We passen daarbij een zogenaamde schaling met flexibele grenzen toe, met 50% als bovengrens en 30% als ondergrens.

Dat betekent het volgende: voor elke productgroep bepalen we welke supermarkt het hoogste percentage Schijf-van-Vijf-producten aanbiedt. Die supermarkt krijgt

voor die productgroep 100 punten, tenzij het percentage lager is dan 50%. Is het percentage lager dan die bovengrens, dan geldt 50% als de bovenkant van de beoordelingsschaal en krijgt de supermarkt een score naar rato. Andersom geldt hetzelfde voor de ondergrens: alleen een supermarkt die een hoger percentage Schijf-van-Vijf aanbiedt dan 30%, krijgt naar rato meer dan 0 punten voor die productgroep. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De score op deze indicator is het gemiddelde van alle punten op alle productgroepen.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 1.

## HE-1.3 Gezonde aanbiedingen

HE-1.3.1 Wat is het aandeel gezonde producten in de aanbieding?

### Meting & weging

Voor deze indicator analyseren we de aanbiedingen tot en met de week voorafgaand aan de laatste peildatum.

Het kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aandeel Schijf-van-Vijf-aanbiedingen in elke weekfolder in deze periode. We bepalen dus per folder het aandeel Schijf van Vijf-aanbiedingen, en berekenen vervolgens het gemiddelde over de hele meetperiode.

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 75%, de ondergrens is 20%. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 1.

## HE-1.4 Inspiratie voor gezond eetpatroon

HE-1.4.1 In hoeverre bevordert de supermarkt op de winkelvloer consumptie volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf?

### Toelichting

Veel supermarkten hebben de afgelopen jaren initiatieven genomen om een gezond voedingspatroon bij hun klanten te stimuleren, of ze hebben met maatregelen geëxperimenteerd. Sommige van die initiatieven hebben positief effect. Maar ook als blijkt dat een maatregel weinig effect heeft, kan het experiment geslaagd zijn omdat het kennis oplevert over de invloed van voedselomgeving op een gezond voedingspatroon. Met deze indicator vergelijken we de mate waarin supermarkten daaraan bijdragen.

## Meting & weging

Voor algemene informatie over het onderzoek van beleid, zie het onderwerp *Dataverzameling* in het Onderzoekskader. Voor deze indicator kijken we naar beleid dat bedoeld is om een gezond dagelijks voedingspatroon te stimuleren. We onderzoeken hier dus alleen het beleid en controleren dat beleid niet middels steekproeven. In de tabel hieronder staan de voorwaarden waaraan een beleidsregel moet voldoen om een minimum van 10 punten te krijgen. Daaronder staat een aantal aspecten van het beleid die extra punten opleveren. In de twee rechter kolommen geven we illustraties van wat wel of juist niet aan de voorwaarden voldoet.

**Tabel 1. Voorwaarden waaraan beleidsregels voor HE-1.4.1 moeten voldoen**

Minimale voorwaarden	Basis-punten	Voorbeelden	
		Niet voldoende	Voldoet
Maatregel is gericht op het aanmoedigen van een voedingspatroon volgens de richtlijnen Schijf van Vijf, ten koste van consumptie buiten de Schijf van Vijf.  <i>Daaronder vallen niet:</i> - herformuleren van producten buiten de Schijf van Vijf - promotie van een specifiek voedingsmiddel of product	10	"Wij bieden in de winkel inspiratie voor een gezonde maaltijd." (zonder toelichting van het begrip 'gezond')  "Al onze soepen bevatten 10% minder zout dan de gemiddelde soep." (buiten de Schijf)  "Op onze maaltijdbox voor boerenkoolstampot staat een bekende sportheld voor kinderen" (specifiek product)	"80% van de receptkaarten in de winkel voldoet aan de Schijf van Vijf."  "Alle filialen binnen 400 meter van een school hebben een gratis watertap. Tijdens schoolpauzes is in die filialen de koeling met frisdrankblikjes gesloten. "
Het gaat om een bovenwettelijke maatregel die in supermarkten nog niet gangbaar is.		"Wij verkopen geen alcohol aan klanten onder de 16 jaar"  "Groente en fruit zijn aantrekkelijk gepresenteerd in houten fruitkistjes." (gangbaar)	"Wij verkopen geen energiedrankjes onder de 16 jaar."  "Groente en fruit zijn worden aangeprezen met foto's en quotes van bekende sporters."
Het gaat om andere maatregelen dan aanbiedingen, kortingsacties of lage prijzen.		"Wij hebben elke week minstens tien soorten fruit in de aanbieding."	"Wij bieden fruit in plaats van snoep bij alle kassa's."
De maatregel is geïmplementeerd in (alle) fysieke filialen.		"Maaltijdboxen die voldoen aan de Schijf van Vijf zijn online te bestellen."  "Vanaf volgend jaar voldoen alle maaltijdboxen aan de Schijf van Vijf"	"Alle maaltijdboxen in de winkel voldoen aan de Schijf van Vijf."
De uitvoering, reikwijdte en omvang van de maatregel zijn duidelijk beschreven.		"Onze receptkaarten inspireren om volgens de Schijf van Vijf te eten."  "Wij bieden bij kassa's groentesnacks als alternatief voor snoep." (niet duidelijk	"95% van de receptkaarten voor hoofdgerechten voldoet aan de Schijf van Vijf."  "Bij de helft van de kassa's in al onze filialen is het snoep vervangen door groentesnacks."

		hoeveel kassa's en niet duidelijk of het snoep is verdwenen)	
De maatregel geldt langer dan een jaar en is bij voorkeur permanent (tenzij het gaat om een wetenschappelijk experiment).		"Deze maand verkopen wij snackgroente bij alle kassa's."	"Voortaan verkopen wij standaard bij alle kassa's alleen nog snackgroente."

Elke maatregel die aan bovenstaande voorwaarden voldoet, krijgt 10 punten. Onderstaande tabel geeft een aantal omstandigheden die extra punten opleveren.

**Tabel 2. Omstandigheden die extra punten kunnen opleveren bij indicator HE-1.4.1**

Extra punten (optellen bij basispunten)		Niet voldoende (voorbeelden)	Goed (voorbeelden)
Supermarkt rapporteert over het effect van de maatregel.	+ 5	"De maatregel is succesvol geïmplementeerd" (zonder kwantificering)	"De maatregel heeft geleid tot 30% extra verkoop van volkoren brood, ten koste van wit brood."  "De maatregel heeft niet geleid tot aantoonbaar meer verkoop van volkoren brood."
De maatregel is (eerder of elders) wetenschappelijk onderzocht en effectief gebleken.	+ 5	Geen verwijzing naar literatuur	Verwijzing naar relevante wetenschappelijke literatuur
Een of meer filialen werk(t)en in de periode 2018-2020 mee aan wetenschappelijke onderzoek naar de maatregel, of naar andere maatregelen die voldoen aan bovenstaande voorwaarden.	+ 5 <sup>2</sup>	Intern onderzoek.  Onderzoek t.b.v. productverbetering.  Onderzoek naar invloed van prijzen op verkoop van groente en fruit.	Onderzoek (bv. in samenwerking met universiteit) naar gedragsbeïnvloeding in filiaal t.b.v. gezond eetpatroon.
Supermarkt neemt meerdere, duidelijk verschillende maatregelen die ieder aan bovenstaande voorwaarden voldoen.	+ 5 per extra maatregel	"Wij verkopen snacktomaatjes en snackkommers bij alle kassa's." (Gaat niet om verschillende maatregelen)	"Wij verkopen snackgroente bij alle kassa's én 70% van de receiptkaarten in de winkel zijn Schijf van Vijf."

Kengetal voor deze indicator is de som van de punten voor alle maatregelen die een supermarkt als officieel beleid gepubliceerd heeft. Dit kengetal heeft in theorie dus geen bovengrens. Voor het bepalen van de score schalen we dit kengetal met flexibele grenzen; de bovengrens is 60 punten, de ondergrens is 0 punten. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 1.

<sup>2</sup> In het uitzonderlijke geval dat een supermarkt alle maatregelen weer heeft opgeheven omdat uit wetenschappelijk onderzoek bleek dat ze niet werkten, krijgt de supermarkt toch deze 5 extra punten voor medewerking van filialen aan dat onderzoek.

## HE-2.1 Verkoopdoel vermindering ongezond

HE-2.1.1 Hoe ambitieus zijn de doelen voor de vermindering van de verkoop van suiker, natrium en verzadigd vet in ongezonde producten?

### Toelichting

Deze indicator gaat over het verminderen van het *verkochte* volume van de drie nutriënten, via producten buiten de Schijf van Vijf. Door zichzelf doelen te stellen voor de verkochte hoeveelheid suiker, natrium en verzadigd vet, laat de supermarkt zien dat het vermijden van deze drie nutriënten verankerd is in bedrijfsbeleid op het hoogste niveau.

### Meting & weging

Voor deze indicator kijken we naar openbaar gepubliceerd beleid dat voldoet aan de volgende voorwaarden:

- De supermarkt rapporteert het verkochte volume suiker, natrium en/of verzadigd vet in producten buiten de Schijf van Vijf.
- Rapportage is geformuleerd in termen van het verkochte volume van het nutriënt, gedeeld door het totale verkochte volume (in kilogram) voedselproducten buiten de Schijf van Vijf. De rapportage omvat zowel huismerken als A-merken.
- Voor de nutriënten suiker, natrium en verzadigd vet is een doel gesteld, geformuleerd als een percentage vermindering ten opzichte van de laatste rapportage.
- Dat levert voor elk van de drie nutriënten een rapportage en doel in bijvoorbeeld de volgende vorm:
  - *"In 2019 verkochten wij X gram [nutriënt] per kilo verkochte voedselproducten buiten de Schijf van Vijf. Doel is om dat in 2021 te verminderen met Y procent."*
- De doelstellingen liggen minder dan vijf jaar in de toekomst.
- De prestatie op dit doel wordt jaarlijks gerapporteerd.

Het kengetal voor deze indicator wordt als volgt afgeleid van de drie doelstellingen. Voor elk nutriënt wordt het percentage voor verbetering geschaald met flexibele grenzen: 0% verbetering is de ondergrens, 20% verbetering is de bovengrens. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. Een nutriënt waarvoor geen doel is gesteld telt mee als 0%. Het gemiddelde van de drie geschaalde doelen is de score.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 1.

### Tussenstap: Nieuwe Aanpak Productverbetering

Voor supermarkten die de verkopen nog niet op nutriëntniveau kunnen analyseren, is een alternatieve manier van rapporten mogelijk. Daarbij maakt de supermarkt gebruik van het Voorstel Nieuwe Aanpak Productverbetering (NAP) van het

ministerie van VWS (RIVM, 2020)<sup>3</sup>. Supermarkten rapporteren dan de procentuele verdeling van de aantallen verkochte producten over de treden zoals voorgesteld in de NAP, gesplitst naar suiker, natrium en verzadigd vet. Het gaat om alle producten waarvoor grenswaarden zijn voorgesteld, ook als die binnen de Schijf van Vijf vallen. Producten waarvoor geen grenswaarden zijn voorgesteld, kunnen niet worden meegeteld in deze vorm van rapportage.

Supermarkten die kiezen voor deze vorm van rapporteren, kunnen voor elk van de drie nutriënten suiker, natrium en verzadigd vet een doel formuleren voor stijging van het aantal verkochte producten in treden 1 en 2 gezamenlijk.

De rapportage en doelstelling krijgen dan bijvoorbeeld deze vorm:

*"Voor [nutriënt] geldt dat in 2019*

- *25% van de verkochte producten viel in trede 1*
- *35% van de verkochte producten viel in trede 2*
- *20% van de verkochte producten viel in trede 3*
- *20% van de verkochte producten viel in trede 4*

*Het doel voor [nutriënt] is dat de verkoop van producten in treden 1 en 2 stijgt met 20%; van 60% in 2019 naar 72% in 2021."*

Het kengetal voor deze manier van rapporteren is het percentage van de doelstelling, verlaagd met 50%, en gemaximeerd op laagste score van supermarkten die op de voorkeursmanier rapporteren (in nutriënt per kilo verkocht product zoals hierboven uitgelegd). Een doelstelling van 20% verkoopstijging in treden 1 & 2 resulteert dus in een score van 10, tenzij een supermarkt die op de voorkeursmanier rapporteert, minder dan score 10 heeft.

### **Tussenstap: Nutri-score**

Een andere alternatieve manier van rapporten volgt de criteria van Nutri-score, mits die eenduidig zijn gedefinieerd voor Nederland. Supermarkten rapporteren dan de procentuele verdeling van de aantallen verkochte producten over de scores A,B,C,D en E. In deze invulling van de maatregel is een verkoopdoel geformuleerd als percentage stijging van het aantal verkochte producten in Nutri-score A, B en C gezamenlijk.

De rapportage en doelstelling krijgen dan bijvoorbeeld deze vorm:

*"In 2019 waren onze verkopen als volgt verdeeld over Nutri-scores:*

- *25% van de verkochte producten heeft Nutri-score A*
- *25% van de verkochte producten heeft Nutri-score B*
- *20% van de verkochte producten heeft Nutri-score C*
- *20% van de verkochte producten heeft Nutri-score D*
- *10% van de verkochte producten heeft Nutri-score E*

*Het doel voor 2021 is dat de verkoop van producten met Nutri-score C of beter, stijgt met 20%; van 70% in 2019 naar 84% in 2021."*

---

<sup>3</sup> De grenswaarden die het RIVM in dit document voorstelt liggen nog niet vast. Superlijst zal gebruik maken van de laatste versie die door het Ministerie van VWS als officieel voorstel naar buiten is gebracht. Op moment van schrijven is dat de versie van maart 2020.

Het kengetal voor deze manier van rapporteren is het percentage van de doelstelling, verlaagd met 50%, en gemaximeerd op laagste score van supermarkten die op de voorkeursmanier rapporteren (in nutriënt per kilo verkocht product zoals hierboven uitgelegd). Een doelstelling van 20% verkoopstijging van Nutri-score A,B en C resulteert dus in een score van 10, tenzij een supermarkt die op de voorkeursmanier rapporteert, minder dan score 10 heeft.

## HE-2.2 Ongezonder assortiment

HE-2.2.1 In hoeverre bevatten vleesproducten, vleesvervangers en sauzen te veel natrium?

### Toelichting

Uit de Voedselconsumptiepeiling 2012-2016 (RIVM, 2017) blijkt dat vleesproducten behoren tot de belangrijkste natriumbronnen. Andere belangrijke natriumbronnen als kaas en brood lenen zich minder goed voor herformulering, omdat natriumgehalten deels warenwettelijk bepaald zijn (RIVM, 2020). Sauzen zijn een bron van natrium die zich juist goed leent voor herformulering.

### Meting & weging

Voor deze indicator onderzoeken we bij iedere supermarkt het natriumgehalte van alle bewerkte vleesproducten, vleeswaren en vlees(waren-)vervangers en sauzen, zoals dat is aangegeven in de voedingswaarden van het product. We vergelijken deze natriumwaarden met de vier 'treden' voor productverbetering zoals voorgesteld in de Nieuwe Aanpak Productverbetering van het ministerie van VWS (RIVM, 2020)<sup>4</sup>, zie het overzicht van grenswaarden in [bijlage 3](#). In dat voorstel heeft het RIVM voor een groot aantal productgroepen drie grenswaarden bepaald, onder meer voor natrium. Alle producten met een lager gehalte dan grenswaarde 1 vallen in trede 1, alle producten met een gehalte tussen grenswaarde 1 en grenswaarde 2 vallen in trede 2, etc. tot en met trede 4. Deze grenswaarden en de bijbehorende treden zijn het ijkpunt voor deze indicator.

De score wordt als volgt bepaald. Voor alle bewerkte vleesproducten, vleesvervangers en sauzen bepalen we welk deel in welke trede valt, gemeten naar de voor die productgroep specifieke grenswaarden voor natrium. Het aandeel van het assortiment dat in trede 1 & 2 valt, telt positief mee. Het aandeel van het assortiment in trede 3 & 4 telt negatief mee. De hoogste en de laagste treden wegen bovendien twee keer zo zwaar als de middelste twee treden. In overzicht is de berekening:

2 x het aandeel van het assortiment in trede 1

<sup>4</sup> De grenswaarden die het RIVM in dit document voorstelt liggen niet vast. Superlijst zal gebruik maken van de laatste versie die door het Ministerie van VWS als officieel voorstel naar buiten is gebracht. Op moment van schrijven is dat de versie van maart 2020.

- 1 x het aandeel van het assortiment in trede 2
- 1 x het aandeel van het assortiment in trede 3
- 2 x het aandeel van het assortiment in trede 4

Het kengetal voor deze indicator is de som van deze waarden. In theorie ligt dat kengetal tussen -200 en +200. Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 120, de ondergrens is 0. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

#### HE-2.2.2 In hoeverre bevatten frisdranken te veel suiker?

##### **Toelichting**

Het Voedingscentrum heeft een dagelijkse referentie-inname van suiker voor volwassenen bepaald op 90 gram per dag (Voedingscentrum, 2020). Uit de Voedselconsumptiepeiling 2012-2016 (RIVM, 2017) blijkt dat de gemiddelde Nederlander 112 gram suiker per dag binnenkrijgt. Suikerhoudende dranken zijn de belangrijkste bron van suikers, met name bij jongeren.

##### **Meting & weging**

Voor deze indicator onderzoeken we in iedere supermarkt kant-en-klare frisdranken op hun suikergehalte. We vergelijken deze suikerwaarden met vier 'treden' voor productverbetering zoals voorgesteld in de Nieuwe Aanpak Productverbetering van het ministerie van VWS (RIVM, 2020)<sup>5</sup>. In dat voorstel heeft het RIVM voor een groot aantal productgroepen drie grenswaarden bepaald, waaronder voor suiker. Alle producten met een lager gehalte dan grenswaarde 1 vallen in trede 1, alle producten met een gehalte tussen grenswaarde 1 en grenswaarde 2 vallen in trede 2, etc. tot en met trede 4. Voor frisdranken heeft het RIVM de grenswaarden nog niet bepaald. De manier waarop die grenswaarden bepaald kunnen worden, is echter in detail beschreven in RIVM, 2020. Questionmark heeft deze methode toegepast op frisdranken. In [bijlage 4](#) vindt u een overzicht van productgroepen en bijbehorende grenswaarden. Mocht het RIVM vóór de laatste peildatum van dit onderzoek zelf grenswaarden voor frisdranken publiceren, dan zijn die waarden leidend.

De score wordt als volgt bepaald. Voor alle frisdranken in [bijlage 4](#) bepalen we welk deel in welke trede valt. Het aandeel van het assortiment dat in trede 1 & 2 valt, telt positief mee. Het aandeel van het assortiment in trede 3 & 4 telt negatief mee. De hoogste en de laagste treden wegen bovendien twee keer zo zwaar als de middelste twee treden. In overzicht is de berekening:

---

<sup>5</sup> De grenswaarden die het RIVM in dit document voorstelt liggen niet vast. Superlijst zal gebruik maken van de laatste versie die door het Ministerie van VWS als officieel voorstel naar buiten is gebracht. Op moment van schrijven is dat de versie van maart 2020.



- 2 x het aandeel van het assortiment in trede 1
- 1 x het aandeel van het assortiment in trede 2
- 1 x het aandeel van het assortiment in trede 3
- 2 x het aandeel van het assortiment in trede 4

Het kengetal voor deze indicator is de som van deze waarden. In theorie ligt dat kengetal tussen -200 en +200. Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 120, de ondergrens is 0. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

## HE-2.3 Ongezonde aanbiedingen

HE-2.3.1 In hoeverre stimuleert de supermarkt de verkoop van alcoholische dranken via aanbiedingen?

### Toelichting

Overmatige inname van alcohol is een probleem in de maatschappij: de Leefstijlmonitor (CBS, 2018) geeft aan dat in 2018 8,2% van de 18-plussers overmatig alcohol drinkt. Supermarkten kunnen helpen dit probleem terug te dringen door terughoudend te zijn in de promotie van alcohol via folders.

### Meting & weging

Voor algemene informatie over het onderzoek van assortiment en aanbiedingen, zie het onderwerp *Dataverzameling* in het Onderzoekskader. Voor deze specifieke indicator analyseren we de aanbiedingen tot en met de week voorafgaande aan de laatste peildatum. We onderscheiden daarbij drie typen alcoholische producten: bier, wijn en overig (mixjes, port / sherry / vermouth, etc).

Het kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aantal punten voor alle folders in de onderzoeksperiode, waarbij folders als volgt punten krijgt toegekend:

- alle typen alcoholische dranken (bier, wijn, overig) in de folder 0
- twee typen alcoholische dranken in de folder 25
- één type alcoholische dranken in de folder 50
- geen alcoholische aanbiedingen in de folder 100

We bepalen dus per week of, en zo ja welke typen alcoholica worden aangeboden, en rekenen vervolgens het gemiddelde over de hele meetperiode uit. Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 100, de ondergrens is 50. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

HE-2.3.2 In hoeverre stimuleert de supermarkt de verkoop van suikerhoudende dranken via aanbiedingen?

### Toelichting

Het Voedingscentrum heeft een dagelijkse referentie-inname van suiker voor volwassenen bepaald op 90 gram per dag (Voedingscentrum, 2020). Uit de Voedselconsumptiepeiling 2012-2016 (RIVM, 2017) blijkt dat de gemiddelde Nederlander 112 gram suiker per dag binnenkrijgt. Suikerhoudende dranken zijn de belangrijkste bron van suikers, met name bij jongeren. Supermarkten kunnen helpen door terughoudend te zijn met promotie van suikerhoudende dranken.

### Meting & weging

Voor deze indicator analyseren we de aanbiedingen tot en met de week voorafgaande aan de laatste peildatum. Onder suikerhoudende dranken verstaan we hier alle (plantaardige) zuiveldranken met meer dan 6 gram suiker per 100 gram, en alle sappen, (aanleng-)limonades en frisdranken met meer dan 4 kilocalorie per 100 ml. We onderscheiden daarbij twee soorten verpakkingen:

- verpakkingen gericht op kinderen (200ml of kleiner, fruitzakjes)
- grote verpakkingen: niet specifiek gericht op kinderen (> 200ml)

Het kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aantal punten voor alle folders in de onderzoeksperiode, waarbij folders als volgt punten krijgen toegekend:

- |  |     |
|--|-----|
| • kinderverpakkingen in de folder          | 0   |
| • alleen grote verpakkingen in de folder   | 50  |
| • geen suikerhoudende dranken in de folder | 100 |

We bepalen dus per week of, en zo ja welke verpakkingsmaten worden aangeboden, en rekenen vervolgens het gemiddelde over de hele meetperiode uit. Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 100, de ondergrens is 20. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

## HE-2.4 Ontmoedigen ongezond

HE-2.4.1 Ontmoedigt de supermarkt de keuze voor ongezonde producten met veel calorieën, suiker, natrium of verzadigd vet of met weinig vezels?

STEEKPROEF

### Toelichting

De beslissing om een ongezond product te laten liggen, wordt niet altijd bewust gemaakt. Supermarkten kunnen maatregelen nemen die de consument helpen om,

bewust of onbewust, de minst gezonde keuze te laten staan. Voorbeelden zijn het gebruik van waarschuwende kleuren op het schap, een voedselkeuzelogo of het inbouwen van drempels voor de keuze van ongezonde producten. Frisdrank met hoog suikergehalte heeft daarbij prioriteit.

### Meting & weging

Voor deze indicator onderzoeken we of de supermarkt een helder omschreven maatregel voor het ontmoedigen van ongezonde producten heeft geïmplementeerd. We kijken zowel naar gepubliceerd beleid als naar een steekproef van filialen.

Onder 'ongezonde producten' verstaan we hier producten buiten de Schijf van Vijf waarvan de energie-inhoud of het gehalte suiker, natrium of verzadigd vet relatief hoog is, of het gehalte vezels relatief laag, vergeleken met de productgroep. De voorwaarden die voor deze maatregel gelden, staan in onderstaande tabel, met in de rechterkolom voorbeelden van wat wel of juist niet voldoet.

**Tabel 3. Voorwaarden voor maatregelen voor indicator HE-2.4.1**

Voorwaarden	Voorbeelden	
	Niet voldoende	Voldoet
Maatregel is relevant voor de productgroep.	'Vezelwijzer' voor toetjes.	'Vezelwijzer' voor beschuit ontbijtkoek en crackers.
Maatregel is systematisch toegepast op alle producten in de productgroep.	Alleen producten met weinig suiker zijn gemarkeerd met een groen schapkaartje.	Alle producten in de categorie hebben een schapkaartje waarvan de kleur aangeeft of het veel of weinig suiker bevat.
Maatregel helpt ook klanten die niet bewust bezig zijn op gezondheid te vergelijken.	Gehalte suiker is in woorden of cijfers weergegeven op het schapkaartje.	Hoge gehalten suiker zijn rood gemarkeerd en lage gehalten suiker groen.
Maatregel vraagt geen extra inspanning van de klant.	Op de achterkant van producten met weinig vezels staat een waarschuwingssymbooltje.  Naast het schap hangt een meeneemfoldertje met een vergelijking van producten op verzadigd vet.	Op de voorkant van producten met weinig vezels staat een waarschuwingssymbooltje.  Producten met veel verzadigd vet staan op het laagste schap, op oog- en grijphoogte staan alleen vetarme producten.
Maatregel helpt direct bij de keuze tussen individuele producten.	Een poster naast het frisdrankschap met algemene informatie over de schadelijkheid van suiker.	Frisdranken met een relatief veel suiker staan bij elkaar in een schap dat is voorzien van een glazen deur met een waarschuwing. Frisdranken met weinig suiker staan in een open schap.
Maatregel is geïmplementeerd voor productgroepen genoemd in bijlage 3, waaronder in elk geval frisdrank.	'Suikermeter' alleen voor Engelse drop	'Suikermeter' voor ontbijtgranen, frisdrank en broodbeleg.

Kengetal voor deze indicator is het aantal productgroepen uit [bijlage 5](#) waarvoor deze maatregel is geïmplementeerd. Om de score te bepalen wordt het kengetal geschaald met flexibele grenzen: de bovengrens is 10 productgroepen, de

ondergrens is 3 productgroepen. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie *Score en schaal* in het Onderzoekskader. Vervolgens wordt de score vermenigvuldigd met een praktijkfactor, die uitdrukt of beleid en praktijk met elkaar in overeenstemming zijn. Voor meer uitleg van deze praktijkfactor, zie *steekproeven* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

HE-2.4.2 Ontmoedigt de supermarkt ongezonde impulsaankopen bij de kassa?  
STEEKPROEF

### **Meting & weging**

Voor deze indicator onderzoeken we de aanwezigheid van ongezonde producten in het kassa-schap. We kijken daarbij zowel naar gepubliceerd beleid als naar een steekproef van filialen. Voor de weging van beleid en praktijk in steekproeven, zie het Onderzoekskader.

Als 'on gezond' gelden alle producten die buiten de Schijf van Vijf vallen. Een filiaal voldoet indien geen enkel kassa-schap producten buiten de Schijf van Vijf aanbiedt. Een kassa-schap zonder voedselproducten, of het geheel ontbreken van een kassa-schap voldoet dus ook.

Kengetal voor deze indicator is gelijk aan de praktijkfactor, die uitdrukt of beleid en praktijk met elkaar in overeenstemming zijn. Voor meer uitleg van deze praktijkfactor, zie *steekproeven* in het Onderzoekskader. Dit kengetal wordt niet geschaald: de hoogst haalbare praktijkfactor (namelijk 1) levert een score van 100. Voor meer uitleg over deze manier van schalen, zie *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

### **Tussenstap**

Als tussenstap kan de supermarkt ervoor kiezen bij de kassa's geen producten meer aan te bieden die volgens Richtlijnen Schijf van Vijf een 'weekkeuze' zijn. De score op deze indicator wordt in dat geval verlaagd met 50%.

HE-2.4.3 Staat de supermarkt kindermarketing van ongezonde producten toe?  
STEEKPROEF

### **Toelichting**

Reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen heeft een direct effect op hun voorkeuren en consumptiepatroon (Voedingscentrum, 2020-2). Het vermijden van kindermarketing voor ongezonde producten is een maatregel die supermarkten kunnen nemen om kinderen te helpen minder on gezond te leven. Als definitie voor

kindermarketing sluiten wij aan bij de definitie van de Alliantie Stop Kindermarketing.

### **Meting & Weging**

Voor deze indicator onderzoeken we (maatregelen tegen) het gebruik van alle vormen van kindermarketing volgens de definitie van de Alliantie Stop Kindermarketing. Als ongezond gelden alle producten buiten de Schijf van Vijf. We kijken daarbij zowel naar gepubliceerd beleid als naar een steekproef van filialen. Voor de weging van beleid en praktijk in steekproeven, zie het Onderzoekskader. In de steekproeven beperken we ons tot verpakkingen, en tot de productcategorieën genoemd in [bijlage 6](#). Een filiaal voldoet indien op geen van de ongezonde producten in deze categorieën kinderidolen, getekende- en/of animatiefiguren, spelletjes, raadsels en moppen op de verpakking te vinden zijn.

Kengetal voor deze indicator is gelijk aan de praktijkfactor, die uitdrukt of beleid en praktijk met elkaar in overeenstemming zijn. Voor meer uitleg van deze praktijkfactor, zie *steekproeven* in het Onderzoekskader. Dit kengetal wordt niet geschaald: de hoogst haalbare praktijkfactor (namelijk 1) levert een score van 100. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten op gezondheid is: 0,5.

# Referenties

CBS, 2018. *Alcoholgebruik onder volwassenen*, 2018. Geraadpleegd op 1 mei 2020 via <https://www.rivm.nl/leefstijlmonitor/alcoholgebruik-onder-volwassenen>

Gezondheidsraad, 2015. *Richtlijnen goede voeding 2015*. Nummer 2015/24. Geraadpleegd via <https://www.gezondheidsraad.nl/documenten/adviezen/2015/11/04/richtlijnen-goede-voeding-2015>

RIVM, 2017. *Voedselconsumptie in 2012-2014 vergeleken met de Richtlijnen goede voeding 2015*. RIVM Briefrapport 2017-0095. Geraadpleegd via <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/2017-0095.pdf>

RIVM, 2018. *Cijfers over alcohol bij volwassenen in 2018*. Onderdeel van de Leefstijlmonitor (LSM). Geraadpleegd via <https://www.rivm.nl/documenten/cijfers-over-alcohol-bij-volwassenen-in-2018>

RIVM, 2019. *Geschat effect van lagere zout- en suikergehalten in voedingsmiddelen op de dagelijkse zout- en suikerinname in Nederland*. RIVM-briefrapport 2019-0231. Geraadpleegd via <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/2019-0231.pdf>

RIVM, 2020. *Op weg naar criteria voor productverbetering*. Concept Rapport RIVM, Versie 2020320, zoals gepubliceerd op <https://www.internetconsultatie.nl/productverbetering>

Voedingscentrum, 2019. *Richtlijnen schijf van Vijf*, zoals gepubliceerd op <https://www.voedingscentrum.nl/professionals/schijf-van-vijf/naslag-richtlijnen-schijf-van-vijf>

Voedingscentrum, 2020. *Referentie-inname*, online beschikbaar, zie: <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/referentie-inname.aspx>. Geraadpleegd op 6 februari 2020.

Voedingscentrum, 2020-2. *Kindermarketing*, online beschikbaar, zie: <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/kindermarketing.aspx>. Geraadpleegd op 6 februari 2020

# Bijlagen

## Bijlage 1: Definities

In de vergelijkingscriteria voor het thema gezondheid hanteren we de volgende definities, tenzij anders aangegeven. Daarnaast gelden de definities als vermeld in het Onderzoekskader.

Gezond product	Product dat volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf behoort tot de Schijf van Vijf.
Aanbieding	Voedselproducten die zijn opgenomen in de online folder die wekelijks verschijnt, ongeacht het type aanbieding.
Kindermarketing	Sluit aan bij de definities van de Alliantie Stop Kindermarketing, zie <a href="http://www.stopkindermarketing.nl">www.stopkindermarketing.nl</a>

## **Bijlage 2: Productgroepen Schijf van Vijf**

In indicator [HE-1.2.1](#) worden productgroepen vergeleken waarvan producten zowel binnen als buiten de Schijf van Vijf kunnen vallen. Daarbij nemen we de volgende productgroepen mee:

- Groente
- Fruit
- Smeervetten, olie, bak- en braadproducten
- Melk en (plantaardige) melkproducten
- Kaas en plantaardige kaas
- Noten, pitten en zaden
- Notenpasta en pindakaas
- Peulvruchten
- Vlees en vegetarische alternatieven (exclusief vleeswaren)
- Visproducten
- Brood en broodmixen
- Droge broodproducten
- Ontbijtgranen
- Aardappel
- Rijst en deegwaren
- Water, thee, koffie



### Bijlage 3: Grenswaarden en treden natrium

Onderstaand een overzicht van de grenswaarden in milligram per 100 gram uit het rapport 'Op weg naar criteria productverbetering' (RIVM, 2020) gebruikt voor indicator [HE-2.2.1](#).

Voedingsmiddelengroep	Natriumgehalte (mg / 100g)		
	Grenswaarde 1	Grenswaarde 2	Grenswaarde 3
Koude sauzen op tomaten/groentenbasis	560	720	1000
Sauzen op basis van emulsie	388	560	700
Warme sauzen, oosters	392	800	1480
Warme sauzen, overige	380	440	640
Vleesbereidingen	360	530	760
Vleesvervangers	480	600	612
Vleeswaren samengesteld bereid (incl. rookworst en conserven in opgiet)	720	823	920
Vleeswaren enkelvoudig bereid	776	900	1000
Vleeswaren samengesteld rauw	1080	1280	1280
Filet americain	665	760	800
Vleeswaren enkelvoudig rauw	1200	1520	2000

#### Treden

Producten met een suikergehalte onder grenswaarde 1 vallen in trede 1

Producten met een suikergehalte tussen grenswaarde 1 en 2 vallen in trede 2

Producten met een suikergehalte tussen grenswaarde 2 en 3 vallen in trede 3

Producten met een suikergehalte boven grenswaarde 3 vallen in trede 4

## Bijlage 4: Grenswaarden en treden suiker

Voor indicator [HE-2.2.2](#) worden frisdranken ingedeeld in vier treden, afhankelijk van het suikergehalte in gram per 100 gram, per soort frisdrank. We hanteren daarbij de volgende grenswaarden:

Productsoort	Suikergehalte (g / 100 gram)		
	Grenswaarde 1	Grenswaarde 2	Grenswaarde 3
Cassis	6.9	10.0	10.9
Cola	0	0.07	10.0
Energiedrank	0	8.9	11.0
IJsthee	3.5	4.4	4.5
Sinas	4.1	7.6	7.7
Tonic	5.3	7.7	8.5
Frisdrank citroen of limoen	0	3.7	7.0

### Treden

Producten met een suikergehalte onder grenswaarde 1 vallen in trede 1

Producten met een suikergehalte tussen grenswaarde 1 en 2 vallen in trede 2

Producten met een suikergehalte tussen grenswaarde 2 en 3 vallen in trede 3

Producten met een suikergehalte boven grenswaarde 3 vallen in trede 4

## Bijlage 5: Ontmoedigen ongezondste keuze

Indicator [HE-2.4.1](#) gaat over het ontmoedigen van de ongezondste producten bij de volgende productgroepen, waarbij de gekozen maatregel in elk geval bij frisdranken moet zijn toegepast:

- Beschuit, ontbijtkoek en crackers
- Brood
- Broodbeleg
- Frisdranken (**maatregel wordt minimaal bij deze productgroep toegepast**)
- Hartige (warme) snacks
- IJs
- Kant-en-klaarmaaltijden
- Maaltijdsalades
- Ontbijtgranen
- Sappen, nectars en vruchtendranken
- Sauzen
- Soepen
- Toetjes
- Zoutjes, chips, toastjes
- Zuiveldranken
- Zuivelproducten anders dan dranken

## **Bijlage 6: Kindermarketing**

Voor indicator [HE-2.4.3](#) beperken we ons in de steekproef tot de volgende categorieën:

- Ontbijtgranen
- (Zuivel-)dranken
- Koek en gebak
- Snoep en chocolade
- Chips en zoutjes
- Broodbeleg
- Toetjes

## **Bijlage 7: Lijst van wijzigingen**

versie 1.1 (30 september 2020)

- HE-1.2.1: inconsistentie bovengrens schaling verholpen.
- HE-1.4.1: toekenning punten aangepast in overleg met Raad van Wetenschappers.
- HE-2.3.2: bovengrens schaling verhoogd naar 100, in overleg met Raad van Wetenschappers.
- Bijlage 3: incorrecte grenswaarden aangepast.

versie 1.0 (29 juni 2020)

**Bijlage 8: Overzicht onderwerpen, maatregelen**

## HE-1 Meer consumeren volgens de Schijf van Vijf

Gewenste maatregelen		Indicatoren		Weging
HE-1.1	Stel ambitieuze doelen voor de verkoop van gezonde producten en monitor de voortgang.	HE-1.1.1	Hoe ambitieus is het doel dat de supermarkt zich gesteld heeft voor de verkoop van gezonde producten?	1,5
HE-1.2	Zorg voor een voldoende gezond aanbod.	HE-1.2.1	In hoeverre bestaan Schijf-van-Vijf-productgroepen uit gezonde producten?	1
HE-1.3	Verleid klanten via aanbiedingen om gezonde producten te kopen.	HE-1.3.1	Wat is het aandeel gezonde producten in de aanbieding?	1
HE-1.4	Inspireer klanten in de winkel tot een gezond eetpatroon.	HE-1.4.1	In hoeverre bevordert de supermarkt op de winkelvloer consumptie volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf?	1

## HE-2 Minder ongezond buiten de Schijf van Vijf

Gewenste maatregelen		Indicatoren		Weging
HE-2.1	Stel ambitieuze doelen voor de vermindering van de verkoop van suiker, natrium en verzadigd vet in producten en monitor de voortgang.	HE-2.1.1	Hoe ambitieus zijn de doelen voor de vermindering van de verkoop van suiker, natrium en verzadigd vet in ongezonde producten?	1
HE-2.2	Maak ongezonde producten een uitzondering in het assortiment.	HE-2.2.1	In hoeverre bevatten vleesproducten, vleesvervangers en sauzen te veel natrium?	0,5
		HE-2.2.2	In hoeverre bevatten frisdranken te veel suiker?	0,5
HE-2.3	Verleid klanten niet tot ongezonde keuzes via aanbiedingen.	HE-2.3.1	In hoeverre stimuleert de supermarkt de verkoop van alcoholische dranken via aanbiedingen?	0,5
		HE-2.3.2	In hoeverre stimuleert de supermarkt de verkoop van suikerhoudende dranken via aanbiedingen?	0,5
HE-2.4	Ontmoedig in de winkel de keuze voor ongezonde producten.	HE-2.4.1	STEEKPROEF: Ontmoedigt de supermarkt de keuze voor ongezonde producten met veel calorieën, suiker, natrium of verzadigd vet of met weinig vezels?	0,5
		HE-2.4.2	STEEKPROEF: Ontmoedigt de supermarkt ongezonde impulsaankopen bij de kassa?	0,5
		HE-2.4.3	STEEKPROEF: Staat de supermarkt kindermarketing van ongezonde producten toe?	0,5

