

ADVIES

Grotere Verkoop van Gezond Voedsel in de Supermarkt

Maart 2025



Questionmark

**GO DE GEZONDE
GENERATIE**

Colofon

Initiatief en uitvoering

Dit advies is een initiatief van Questionmark en de Gezonde Generatie.

Stichting Questionmark is een onafhankelijke denktank die zich richt op een gezond, duurzaam, eerlijk en diervriendelijk voedselsysteem.

Gezonde Generatie is een meerjarenprogramma van de Samenwerkende GezondheidsFondsen. Om een Gezonde Generatie in 2040 te bereiken werken we aan een gezonde omgeving waarin de jeugd gezond kan opgroeien. Diabetes Fonds, de Hartstichting, het MDL Fonds (voorheen Maag Lever Darm Stichting) en de Nierstichting werken daarin samen aan een gezondere voedselomgeving.

Auteurs

Gustaaf Haan - Onderzoeker Questionmark

Lara Sibbing - Beleidsadviseur en projectmanager Questionmark

Titia Lekkerkerk - Beleidsadviseur Hartstichting

Marieke Bos - Senior Beleidsadviseur Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie

Eindredactie

Puck Simons - Eindredactie

Ambre Charles - Vormgeving

Directie Questionmark

Charlotte Linnebank

Versie 1.0 - Maart 2025

Copyright: Stichting Questionmark

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding:

Questionmark (2025), Advies Grotere Verkoop van Gezond Voedsel in de Supermarkt, Questionmark: Amsterdam.

www.thequestionmark.org/download/rapport-advies-grotere-verkoop-van-gezond-voedsel-in-de-supermarkt-nl-health-2025-v1.0.nl.pdf

Inhoud

Colofon	2
Samenvatting voor beleidsmakers	4
Inleiding	5
Waar staan we?	7
Wat is het ideale aandeel gezonde verkopen?	11
Verbetering op korte termijn	13
Verder onderzoek	15
Aanbevelingen voor het ministerie van VWS	16
Referenties	17
Bijlage 1 Toelichting op voorgestelde definitie	18

Samenvatting voor beleidsmakers

Als er niets verandert, heeft in 2050 bijna twee op de drie Nederlanders overgewicht. Supermarkten hebben een spilfunctie in dagelijkse voeding, en kunnen gezonde keuzes makkelijker maken. Tegen die achtergrond stelde Questionmark een aantal wetenschappers op het gebied van gezonde voeding de vraag: naar welke verhouding tussen gezonde en ongezonde verkopen zouden supermarkten moeten streven?

Een eenduidige monitor op gezonde verkopen is cruciaal. De cijfers die supermarkten momenteel rapporteren zijn niet duidelijk gedefinieerd, of laten grote groepen ongezonde producten buiten beschouwing. Een monitor is alleen bruikbaar als het hele assortiment is meegeteld, inclusief bijvoorbeeld A-merken, wisselend (thema-)assortiment of assortiment van franchise-nemers.

In een gezond voedingspatroon is ruimte om maximaal 15% van de energie-inname te halen uit producten buiten de Schijf van Vijf. Voor de verkopen van supermarkten bestaat er nog niet zo'n richtlijn, maar die 15% schetst wel de *ordegrootte* van wat supermarkten -idealiter- maximaal aan ongezonde producten verkopen. Of dat haalbaar is, hangt ook af van hoe de bredere voedselomgeving zich ontwikkelt.

Toch is het niet nodig om die ontwikkeling af te wachten. De opgave om tot een gezonder Nederlands voedselpatroon te komen is groot en urgent. Elk redelijk doel om het aandeel ongezonde verkopen in supermarkten op korte termijn (uiterlijk 2030) te verlagen draagt daaraan bij.

Aanbevelingen voor het ministerie van VWS

1. Richt een duidelijke, jaarlijkse monitor in van het aandeel gezonde verkopen

- Monitor het aandeel Schijf van Vijf in alle verkopen aan humane voedselproducten, inclusief a-merken en tijdelijk assortiment
- Monitor in kilogrammen verkocht product, met een uitsplitsing van dranken

2. Voer een nulmeting uit over 2024

3. Stel een SMART doel voor vergroting van het aandeel op de korte termijn (uiterlijk 2030)

- Het referentiepunt voor dit doel is de nulmeting over 2024

4. Bepaal een visie op de voedselomgeving voor de lange termijn (2040)

Inleiding

Achtergrond

Als er niets verandert, heeft in 2050 bijna twee op de drie Nederlanders overgewicht. Dat vergroot sterk het toch al groeiende probleem van leefstijlgerelateerde ziektes. Met die boodschap waarschuwde het RIVM in november Nederland (RIVM, 2024a). In diezelfde week kwam de derde editie van Superlijst Gezondheid uit (Questionmark, 2024), waaruit blijkt dat supermarkten de afgelopen jaren nauwelijks effectieve maatregelen hebben genomen om het aandeel ongezonde verkopen te verminderen.

In de Nederlandse politiek bestaat nu de wens om de bestaande afspraken in het Preventieakkoord concreet te maken (Karremans, 2025). Tegen die achtergrond komen Questionmark en Gezonde Generatie met dit advies. Supermarkten kunnen Nederlanders geen dieet voorschrijven, wel kunnen ze hun invloedrijke positie gebruiken om gezond eten de norm te maken en minder ongezond voedsel te verkopen. De centrale vraag in dit advies is dus: naar welke verhouding tussen gezonde en ongezonde verkopen zouden supermarkten moeten streven?

Totstandkoming advies

Dit advies komt van Questionmark en de Gezonde Generatie.

Stichting Questionmark is een onafhankelijke denktank die zich richt op een gezond, duurzaam, eerlijk en diervriendelijk voedselsysteem.

Gezonde Generatie is een meerjarenprogramma van de Samenwerkende GezondheidsFondsen. Om een Gezonde Generatie in 2040 te bereiken werken we aan een gezonde omgeving waarin de jeugd gezond kan opgroeien. Diabetes Fonds, de Hartstichting, het MDL Fonds (voorheen Maag Lever Darm Stichting) en de Nierstichting werken daarin samen aan een gezondere voedselomgeving.

Dit advies is tot stand gekomen met medewerking van een aantal wetenschappers en experts op het gebied van voeding en gezondheid. Het contact vond plaats in drie vormen:

- Individuele videogesprekken
- Een bijeenkomst, waar ook ambtenaren van het ministerie van VWS als toehoorder aanwezig waren
- Individueel commentaar op eerdere versies van dit document

Geconsulteerde experts

Marieke Bos (Beleidsadviseur AVGG)
Coosje Dijkstra (Amsterdam UMC)
Sanne Djojosoeparto (WUR)
Eveline Martens (RIVM)
Maartje Poelman (WUR)

Wouter Rosekrans (Voedingscentrum)
Caroline van Rossum (RIVM)
Josine Stuber (Amsterdam UMC)
Liesbeth Velema (Voedingscentrum)

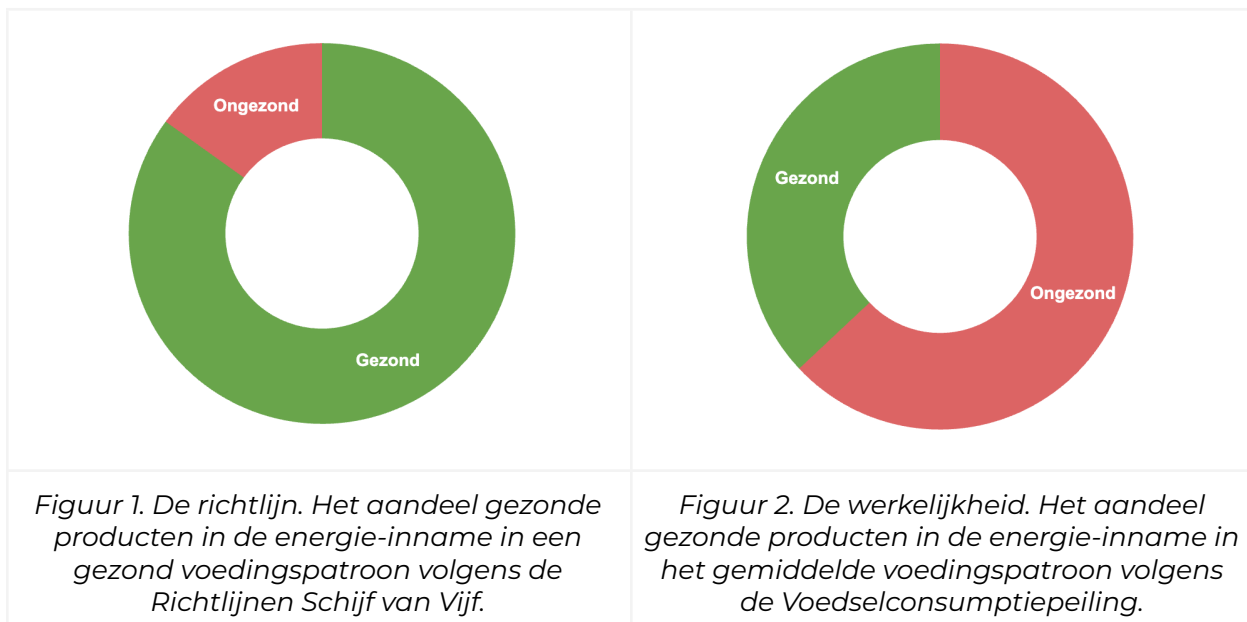
Leeswijzer

Omwille van de leesbaarheid gebruikt dit document onderstaande termen in een specifieke betekenis.

Gebruikte term	Betekenis in dit document
(On)gezond product	Product dat binnen (buiten) de Schijf van Vijf valt
(On)gezonde verkopen	Verkochte producten die binnen (buiten) de Schijf van Vijf vallen
Gezond eten en drinken	Eten en drinken volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf

Waar staan we?

De Richtlijnen Schijf van Vijf (Voedingscentrum, 2020) geven concrete aanbevelingen voor gezonde consumptie, gebaseerd op de laatste wetenschappelijke inzichten over wat een gezond voedingspatroon is (Gezondheidsraad, 2015). De Richtlijnen zijn erop berekend dat mensen 85% van hun dagelijkse energie-inname halen uit gezonde producten (figuur 1). In werkelijkheid halen mensen nog geen 40% van hun energie-inname uit gezonde producten (figuur 2) (RIVM, 2024)



Het verschil¹ tussen figuur 1 en figuur 2 geeft een deel van de verklaring voor de epidemie van leefstijlgerelateerde ziekten waar het RIVM op wijst (RIVM, 2024a). Om die reden is het gezonder maken van het eetpatroon één van de instrumenten van het Preventieakkoord om een reductie in overgewicht te realiseren (MinVWS, 2018). Een belangrijk onderdeel daarvan is het gezonder maken van de voedselomgeving.

Zo'n tweederde van wat Nederlanders eten, kopen ze in de supermarkt (Rabobank, 2019). Het ligt voor de hand te onderzoeken welke bijdrage supermarkten kunnen leveren aan een gezondere voedselomgeving. In 2024 heeft een aantal supermarkten voor het eerst het aandeel Schijf van Vijf in hun verkopen gerapporteerd. Niet alle supermarkten gebruiken daarvoor dezelfde methode. Figuur 3 geeft de cijfers voor zover die bekend zijn.

¹ De cijfers in figuur 1 en figuur 2 zijn niet helemaal op dezelfde manier berekend; de Voedselconsumptiepeiling gaat bijvoorbeeld anders om met samengestelde producten dan de Richtlijnen. Toch illustreert het verschil tussen deze figuren goed het probleem waar Nederland voor staat.

Supermarkt	Gerapporteerd cijfer Schijf van Vijf in de verkopen (2023) ²	Betekenis van het gerapporteerde cijfer, voor zover bekend.
Albert Heijn	(40%)	Alleen huismerk, eenheid onbekend
Aldi	28%	Alle verkopen, in stuks
Dirk	32%	Alle verkopen, in omzet
Jumbo	(40%)	Alleen huismerk, eenheid onbekend
Lidl	(37%)	Alleen vast assortiment (exclusief wisselend assortiment) in stuks

Figuur 3. Aandeel Schijf van Vijf zoals gerapporteerd door de supermarkten zelf.

De bescheiden aandelen gezonde verkopen door supermarkten (figuur 3) zijn niet verrassend, gezien het eveneens bescheiden aandeel (on)gezonde consumptie in de voedselconsumptiepeiling (figuur 2). Hoewel het beeld dat figuur 3 geeft in overeenstemming lijkt met figuur 2, is belangrijk op te merken dat deze cijfers niet 1-op-1 te vergelijken zijn. Daarvoor zijn onder meer de volgende redenen:

- Het gaat in figuur 1 en 2 om de aandelen in de *energie-inname* van consumenten. In figuur 3 is niet van alle cijfers duidelijk wat de rekeneenheid is. Het cijfer van Dirk (32%) geeft in elk geval een aandeel in *omzet*, Lidl en Aldi meten in *aantallen producten*. Dat lijkt een technisch detail, maar is een cruciale keuze. De keuze voor een meeteenheid maakt een groot verschil voor de verhoudingen gezond - ongezond.
- Sommige supermarkten hebben bepaalde groepen ongezonde producten helemaal niet meegeteld. De cijfers van Albert Heijn en Jumbo gaan bijvoorbeeld alleen over huismerkproducten. Daaronder valt vrijwel het hele assortiment verse aardappelen, groente en fruit, dat overwegend binnen de Schijf van Vijf valt. A-merken daarentegen, zijn vooral actief in andere productgroepen, waar meer ongezonde producten te vinden zijn.
In het cijfer van Lidl ontbreken juist alle tijdelijke producten; dat zijn producten die alléén in een actieweek bij Lidl te koop zijn. In praktijk heeft Lidl vrijwel doorlopend zulke actieweken. Ook het cijfer van Lidl is dus niet bruikbaar.
Kortom, alle cijfers die een deel van het assortiment buiten beschouwing laten, geven geen bruikbaar beeld van de bijdrage die supermarkten leveren aan een gezonde voedselomgeving.
- Het is niet duidelijk hoe supermarkten gerechten en maaltijden beoordelen. Er zijn grofweg twee opties: 1) een maaltijd als geheel indelen in de Schijf van Vijf, of 2) de

² Alle cijfers die een deel van het assortiment buiten beschouwing laten, geven geen bruikbaar beeld van de bijdrage die supermarkten leveren aan een gezonde voedselomgeving.

maaltijd 'ontleden' in ingrediënten en die apart beoordelen. Welke aanpak supermarkten kiezen, is niet in alle gevallen duidelijk.

- Tot slot zijn verkoop door supermarkten en voedselconsumptie nooit 1-op-1 aan elkaar gerelateerd. Mensen kopen ook buiten de supermarkt voedsel, mogelijk in een andere verhouding gezond / ongezond.

Deze onzekerheden kunnen twee kanten op werken: het aandeel ongezonde verkopen kan er hoger door lijken of juist lager dan bij het volgen van de Richtlijnen. Belangrijk is vast te stellen dat we op dit moment moeilijk kunnen zeggen welk aandeel van de verkopen in de supermarkt binnen of buiten de Schijf van Vijf valt.

Metten 'Aandeel Schijf van Vijf'

Om het huidige aandeel ongezonde verkopen nauwkeurig te kunnen monitoren, is het nodig om afspraken te maken over hoe dat aandeel gemeten moet worden. We sluiten aan bij het advies dat het RIVM hierover in uitbracht (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM, 2022). Om een nauwkeurig beeld te hebben van het aandeel gezonde verkopen in de supermarkt, is het belangrijk dat supermarkten vanaf 2025 op deze manier rapporteren. De eerste cijfers over 2024 gelden dan als nulmeting. Hiervoor is een eenduidige definitie nodig.

Voorgestelde definitie 'Aandeel Schijf van Vijf' in de verkoop

- Meet het verkoopvolume in kilogram product, zoals geadviseerd door het RIVM (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM, 2022)
- Meet ten opzichte van de totale verkoop van alle humane voedingsmiddelen, inclusief tijdelijke producten, themaproducten, aanbiedingen, etc.
- Neem het hele assortiment mee, inclusief A-merken
- Aggregeer op het niveau van de supermarktketen, niet voor de sector als geheel
- Beoordeel producten zoals voorgeschreven in de Richtlijnen Schijf van Vijf, tenzij een afwijking bijdraagt aan de kwaliteit van de meting, of een afwijking werkbaarder is zonder de kwaliteit te verminderen. Afwijkingen van de methode moeten bij alle supermarkten gelijk zijn.
- Maak een uitsplitsing van dranken enerzijds en vast voedsel anderzijds
- Maak binnen vast voedsel een uitsplitsing van aardappelen, groente en fruit enerzijds en overig vast voedsel anderzijds

Een toelichting op deze definitie staat in bijlage 1. Eén onderdeel van die toelichting verdient speciale aandacht: een cijfer dat A-merken buiten beschouwing laat, geeft geen bruikbaar beeld van de bijdrage die supermarkten leveren aan een gezonde voedselomgeving. A-merken zijn namelijk juist actief in productgroepen waar ook veel ongezonde producten voorkomen (chocola, frisdrank, chips, snacks, etc), en veel minder in productgroepen met het

hoogste aandeel Schijf van Vijf (onbewerkte groente en fruit, noten, aardappelen, etc). De verhouding tussen gezonde en ongezonde producten moet daarom berekend worden over *alle* verkopen van (humane) voedingsmiddelen.

Aanbeveling 1

Richt een duidelijke, jaarlijkse monitor in van het aandeel gezonde verkopen

Aanbeveling 2

Voer een nulmeting uit over 2024

Wat is het ideale aandeel gezonde verkopen?

Het aandeel ongezonde verkopen moet fors omlaag. Zoveel is al duidelijk uit het grove beeld dat figuren 1 en 2 geven. Daarmee is nog niet duidelijk wat de *ideale* verhouding gezond / ongezond in de verkopen van supermarkten zou zijn. De onzekerheid daarover heeft twee oorzaken: een technische en een maatschappelijke. Desondanks kunnen supermarkten zelf een verandering in gang zetten

Technische onzekerheid: hoe vertaalt de richtlijn zich naar kilogrammen?

Het is niet precies te zeggen hoe de richtlijn voor *consumptie* in *calorieën* zich vertaalt naar een richtlijn voor *verkopen* in *kilogram*. In een gezond voedingspatroon is ruimte om maximaal 15% van de energie-inname te halen uit producten buiten de Schijf van Vijf. Waarschijnlijk is het aandeel ongezonde consumptie in kilogrammen idealiter nog *kleiner* zijn dan die 15%, omdat ongezonde producten vaak veel calorieën bevatten (RIVM, 2025), maar om dat precies te bepalen is meer onderzoek nodig.

Daarnaast is niet bekend welke relatie er precies is tussen de verhouding gezond-ongezond in de verkopen enerzijds, en (on)gezonde consumptie anderzijds. Een hoger aandeel gezonde producten in de verkoop hoeft niet automatisch te leiden tot gezondere consumptie (zie ook de onzekerheid hieronder). Andersom is het aannemelijk dat een *groot aandeel ongezonde verkopen* het mensen niet makkelijk maakt om gezond te eten.

Het advies om maximaal 15% van de energie-inname uit ongezonde producten te halen, is dus niet 1-op-1 te vertalen naar een richtlijn voor supermarkt. Wel schetst die 15% de ordegrootte van waar een ideale, gezonde voedselomgeving op zou moeten aansturen.

Maatschappelijke onzekerheid: hoe gezond wordt de voedselomgeving?

De andere onzekerheid is wat er tot 2040 *buiten* de supermarkten gebeurt. Supermarkten zijn onderdeel van de bredere voedselomgeving. Die omgeving omvat, behalve bijvoorbeeld kiosken, kantines en cafés, ook alle voedselreclame waar mensen dagelijks online en offline mee worden geconfronteerd. Die omgeving heeft grote invloed, niet alleen op wat mensen buiten de supermarkt kopen, maar ook op het beeld van wat een 'normaal' voedingspatroon is. Met dat beeld komen mensen ook de supermarkt binnen.

Bij een optimaal gezonde voedselomgeving, waarin ook marketing *buiten de supermarkt* ten dienste staat aan een gezond voedingspatroon, hoort dat supermarkten zich richten op een zo groot mogelijk verkoopaandeel Schijf van Vijf. In zo'n optimaal gezonde voedselomgeving kunnen supermarkten in 2040 hun verkoopdoel laten aansluiten op de Richtlijnen Schijf van Vijf, waarin ruimte is om maximaal 15% van de energiebehoefte buiten de Schijf van Vijf te halen.

In theorie zou de voedselomgeving tussen nu en 2040 ook helemaal niet kunnen verbeteren. Ook in dat geval is gezonder maken van de supermarkt weliswaar nodig en mogelijk, maar is optimaal aansluiten op de Richtlijnen Schijf van Vijf niet realistisch. Aansluiten op de

Richtlijnen zou in dat geval zelfs averechts kunnen werken. Het risico is dat andere kanalen de (lucratieve) verkoop van ongezond voedsel overnemen van supermarkten.

Rol van supermarkten

Supermarkten kunnen dus niet in hun eentje het voedingspatroon gezond maken, of de consumptie van ongezond producten tegengaan. Wel hebben supermarkten een grote invloed op de voedselomgeving. Supermarkten nemen bijvoorbeeld bijna een derde van de uitgaven aan voedselmarketing voor hun rekening (Panteia, 2022). De vijf grootste supermarkten beheersen bovendien zo'n 80% van de markt (Nielsen, 2024). Supermarkten hoeven dus niet te wachten tot de rest van de voedselomgeving verandert: supermarkten kunnen die verandering zelf juist in gang zetten, al dan niet daartoe aangezet door de overheid. Zeker als supermarkten gelijk moeten optrekken, kunnen zij - ook in de huidige voedselomgeving - het aandeel gezonde verkopen actief laten groeien.

Verbetering op korte termijn

Nu er nog geen cijfermatig doel is vast te stellen voor 2040, is het ook nog niet mogelijk om vanaf dat einddoel terug te rekenen hoeveel het aandeel ongezonde verkopen op korte termijn precies moet dalen.

Tegelijkertijd is de opgave waar Nederland voor staat, urgent. De Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2024 schrijft: "De verwachting is dat zelfs met [het Nationaal Preventieakkoord] overgewicht toch nog zal toenemen. Hiermee neemt ook de urgentie toe. Naast intensivering van de bestaande aanpak is uitbreiding ervan nodig. In het bijzonder door aanpassingen in de voedsel- en leefomgeving." In de samenvatting van het rapport schrijft het RIVM: "De komende jaren is daarom een standvastig gezondheidsbeleid nodig, met concrete doelen." (RIVM, 2024b)

Monitor en nulmeting

Een cruciale eerste stap is het inrichten van een eenduidige, jaarlijkse meting van het aandeel (on)gezonde verkopen in de supermarkt. De voorgestelde definitie in hoofdstuk 1 is voor alle grote supermarkten werkbaar. Vijf grote supermarkten rapporteren immers al over (een deel van) hun verkopen, hoewel in verschillende eenheden. Het voorbeeld van eiwitmonitor "Eiweet" laat zien dat supermarkten ook kunnen rapporteren over al hun verkopen, in kilogrammen (GPA, 2025). Eventueel ontbrekende beoordelingen van producten (A-merken) zijn op te vragen via de Levensmiddelenbank (Voedingscentrum/RIVM, 2025). Zodra de meetmethode is vastgesteld, kan in korte tijd een nulmeting over 2024 plaatsvinden. De data daarvoor is beschikbaar, de analyse zou uiterlijk in het tweede kwartaal van 2025 bekend moeten zijn.

Doel op korte termijn

De volgende stap is een doelstelling op korte termijn. Een doel voor 2030 maakt dat supermarkten direct moeten komen. Na 2030 is er dan nog ruimte om doelstellingen eventueel aan te scherpen, als dat nodig is om de doelen van het Preventieakkoord in 2040 te halen.

De opgave op lange termijn is zo groot, dat elk redelijk doel voor 2030 een *no-regret* maatregel is. In principe zijn die doelen ook al vastgelegd in het Preventieakkoord: supermarkten zouden streven naar een groter aandeel Schijf van Vijf in de verkopen. Wat nu nog nodig is, is dat doel concreet te maken. De manier om dat te doen is door het doel 'SMART' te formuleren:

Specifiek en Meetbaar	Volgens de meetmethode in dit rapport
Ambitieuw en Relevant	Rekening houdend met de grote afstand tussen de Richtlijn Schijf van Vijf (figuur 1) en de resultaten uit de Voedselconsumptiepeiling (figuur 2)

Tijdgebonden

Niet later dan 2030

Aanbeveling 3

Stel een SMART doel voor vergroting van het aandeel op de korte termijn

Verder onderzoek

Parallel aan de daling van het aandeel ongezonde verkopen op korte termijn, moet ook het doel voor de lange termijn preciezer worden ingevuld. Daarvoor is het nodig de twee onzekerheden uit hoofdstuk 2 in te vullen. Enerzijds gaat het om technische onderzoeksvragen, anderzijds gaat het om het invullen van de politieke visie op de voedselomgeving in 2040. Afhankelijk van die antwoorden kan de koers na 2030 verder worden bijgesteld.

Technische onderzoeksvragen

Om preciezer te berekenen wat de maatschappij van supermarkten mag verwachten, is ook meer kennis nodig over het verband tussen verkoopvolumes en gezond eten en drinken.

Voorbeelden van vragen zijn:

- Hoe zijn de Richtlijnen Schijf van Vijf het best te vertalen naar een verkooprichtlijn in kilogrammen product?
- Is het wenselijk en haalbaar om op termijn ook energiewaarde als eenheid te gebruiken voor het meten van het aandeel Schijf van Vijf, naast kilogrammen?
- Welke uitsplitsingen van het aandeel Schijf van Vijf in de verkopen zijn nodig om de monitor te verfijnen? Is het haalbaar voor supermarkten om deze uitsplitsing te maken?
- Hoe worden maaltijden meegeteld in het bepalen van het aandeel gezonde producten? Welke manier van meten is haalbaar voor supermarkten, en komt die voldoende overeen met de Richtlijnen Schijf van Vijf?
- Is het wenselijk en haalbaar om het aandeel gezonde verkopen ook op niveau van individuele filialen te berekenen, of per regio?

Een visie op de voedselomgeving 2040

Het huidige kabinet heeft de ambitie de voedselomgeving gezonder te maken. Vooralsnog is die ambitie vooral geformuleerd in (mogelijke) maatregelen. Voor bedrijven in de voedselomgeving is het echter behulpzaam om daarnaast ook een langetermijnvisie te krijgen: hoe ziet de voedselomgeving er in 2040 uit? Niet alleen wat supermarkten betreft, maar juist ook daarbuiten. Voorbeelden van vragen zijn:

- Wat is het aandeel gezonde verkopen in een bedrijfsrestaurant of een schoolkantine in 2040?
- Hoe ziet de kassa van een benzinestation er in 2040 uit? En een stationshal?
- Aan hoeveel reclame voor ongezond voedsel worden mensen in 2040 dagelijks blootgesteld?

Aanbeveling 4

Bepaal een visie op de voedselomgeving voor de lange termijn

Aanbevelingen voor het ministerie van VWS

1. Richt een duidelijke, jaarlijkse monitor in van het aandeel gezonde verkopen

Laat supermarkten over 2024 hun aandeel Schijf van Vijf in de verkoop rapporteren aan de hand van de meetmethode in dit advies. Belangrijkste kenmerken van die meting zijn:

- Over alle verkopen aan humane voedselproducten, inclusief a-merken en tijdelijk assortiment
- Gemeten in kilogrammen verkocht product, met een uitsplitsing van dranken

Deze cijfers zouden uiterlijk in het tweede kwartaal van 2025 beschikbaar moeten zijn, als nulmeting. Laat supermarkten dit cijfer jaarlijks rapporteren.

2. Voer een nulmeting uit over 2024

3. Stel een SMART doel voor vergroting van het aandeel op de korte termijn

Bepaal een doel op korte termijn (max vijf jaar), met als startpunt de nulmeting over 2024. Zorg ervoor dat supermarkten zich individueel aan dit doel committeren.

4. Bepaal een visie op de voedselomgeving voor de lange termijn

Ontwikkel een ambitieuze visie voor de bredere voedselomgeving op lange termijn (2040). Onderdeel van die visie is ook een ideaal aandeel gezonde verkopen in supermarkten. Dat streefgetal moet enerzijds aansluiten bij de richtlijnen voor gezonde consumptie en anderzijds bij de rol die supermarkten in de voedselomgeving van 2040 hebben.

Referenties

- CBS, 2024. 'COICOP2018'. Webpagina. Centraal Bureau voor de Statistiek. 30 augustus 2024.
<https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/diversen/2024/coicop2018>
- Gezondheidsraad, 2015. 'Richtlijnen goede voeding 2015'.
<https://www.gezondheidsraad.nl/documenten/adviezen/2015/11/04/richtlijnen-goede-voeding-2015>
- GPA, 2025. 'Eiweet – Eiweet monitor'. Green Protein Alliance. Geraadpleegd op 25 februari 2025.
<https://eiweet.nl/>
- Karremans, Vincent, 2025. 'Antwoorden op Kamervragen over het beboeten van supermarkten vanwege te veel ongezond voedsel'. Den Haag
- MinVWS, 2018. 'Nationaal Preventieakkoord: Een gezonder Nederland'. Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/convenanten/2018/11/23/nationaal-preventieakkoord>
- Nielsen, 2024. 'NielsenIQ: marktaandeelen supermarkten 2023'. 17 januari 2024.
<https://www.foodpersonality.nl/branche-cijfers/branche-cijfers/18357/nielseniq-marktaandeelen-supermarkten-2023>
- Panteia, 2022. 'Marketingbestedingen via massamedia & Internationale voorbeelden van restricties in wet- en regelgeving'.
https://www.eerstekamer.nl/overig/20230417/marketing_voor_voedingsproducten_2/document
- Questionmark, 2024. 'Superlijst Gezondheid 2024'. Amsterdam: Stichting Questionmark.
<https://www.thequestionmark.org/download/superlist-report-nl-health-2024-v1.0.nl.pdf>
- Rabobank, 2019. 'Supermarkten, cijfers en trends'. december 2019.
<https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/food/supermarkten/>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM, 2022. 'Verkoop Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector in beeld. Advies over het opzetten van een monitor'.
Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM. <https://doi.org/10.21945/RIVM-2022-0039>
- RIVM, 2024a. 'Overgewicht zal blijven toenemen tot 2050, vooral onder jongvolwassenen | RIVM'. RIVM. 2024.
<https://www.rivm.nl/nieuws/overgewicht-zal-blijven-toenemen-tot-2050-vooral-onder-jongvolwassenen>
- RIVM, 2024. 'Schijf van Vijf | Wat eet Nederland'. Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. Geraadpleegd op 22 oktober 2024. <https://www.wateetnederland.nl/onderwerpen/schijf-van-vijf>
- RIVM, 2024b. 'Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2024. Kiezen voor een gezonde toekomst'. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM.
<https://doi.org/10.21945/RIVM-2024-0110>
- RIVM, 2025. 'Eet en drinkt Nederland volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf? Resultaten van de voedselconsumptiepeiling 2012-2016 | RIVM'. RIVM. 2025.
<https://www.rivm.nl/publicaties/eet-en-drinkt-nederland-volgens-richtlijnen-schijf-van-vijf-resultaten-van>
- Voedingscentrum, 2020. 'Richtlijnen Schijf van Vijf (6e druk)'. Voedingscentrum.
<https://www.voedingscentrum.nl/professionals/schijf-van-vijf/richtlijnen-schijf-van-vijf.aspx>
- Voedingscentrum/RIVM, 2025. 'Productaanbod en de Levensmiddelenbank'.
Voedingscentrum/RIVM. 2025. <https://www.voedingscentrum.nl/levensmiddelenbank>

Bijlage 1 Toelichting op voorgestelde definitie

Hieronder een toelichting op de gemaakte keuzes in de definitie van het aandeel Schijf van Vijf in de verkopen.

Verkoopvolume in kilogram

Meten in kilogram verkocht product is een pragmatische oplossing om snel grip te krijgen op het aandeel Schijf van Vijf.

Vanuit gezondheidswetenschappelijk oogpunt is meten in calorie-inhoud van producten beter. De uitkomst is dan preciezer te beoordelen. De Richtlijnen Schijf van Vijf zijn erop berekend dat mensen voldoende essentiële voedingsstoffen binnenkrijgen als ze 85% van hun energie halen uit voedingsmiddelen uit de Schijf van Vijf. Hoe die 85% zich vertaalt in kilogrammen is niet altijd (precies) te zeggen: een komkommer heeft een heel andere energiedichtheid dan een avocado, die weer een andere energie-inhoud heeft dan een reep chocola. Voor supermarkten kan het op dit moment nog moeilijk zijn om hun verkoopvolume in termen van energiewaarde te berekenen. Dit advies volgt daarom de aanbeveling van het RIVM door te rekenen in massavolume (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu RIVM, 2022).

Totale verkoop van voedingsmiddelen

Een cijfer dat delen van het assortiment buiten beschouwing laat (bijvoorbeeld a-merken, wisselend assortiment of assortiment van franchisers), geeft geen bruikbaar beeld van de bijdrage die supermarkten leveren aan een gezonde voedselomgeving. Het aandeel Schijf van Vijf moet daarom berekend worden ten opzichte van alle verkopen van (humane) voedingsmiddelen.

Beoordelen producten

Alle supermarkten moeten producten op dezelfde manier beoordelen. Het ligt voor de hand om daarvoor de Richtlijnen Schijf van Vijf te gebruiken. Het Voedingscentrum heeft voor het overgrote deel van de producten al een Schijf van Vijf indeling gemaakt. Die Richtlijn wordt momenteel herzien, waardoor indeling van producten kan veranderen. Voor de doelstelling hoeft dat geen probleem te zijn, het is niet waarschijnlijk dat de basis van de Richtlijnen fundamenteel verandert. Om ervoor te zorgen dat supermarkten steeds met de laatste beoordeling werken, kunnen ze gebruikmaken van de Levensmiddelendatabank.

Voor sommige producten kan het voor supermarkten technisch lastig zijn om ze te beoordelen, bijvoorbeeld voor samengestelde producten zoals kant-en-klaarmaaltijden. Het kan nodig zijn hierover pragmatische afspraken te maken, zonder dat die het beeld vertekenen.

Uitsplitsing van categorieën

Samenvoegen van alle categorieën producten in één eindcijfer kan een vertekend beeld geven. Op zichzelf is dat geen probleem: een grove indicator is beter dan geen indicator, en de wetenschappers zien het aandeel Schijf van Vijf als een voldoende maat om grip te krijgen op de gezondheid van het gemiddelde boodschappenmandje.

Tegelijkertijd denken de wetenschappers dat het mogelijk is om met een uitsplitsing het beeld veel scherper te maken.

- **Dranken:** Dranken (cola, maar ook water en sap) zijn relatief zwaar, waardoor ze bij een berekening in kilogrammen product het totale gemiddelde sterk beïnvloeden. Het ligt voor de hand in deze uitsplitsing alle drinkbare vloeistoffen mee te nemen, inclusief alcoholhoudende dranken en drinkbare zuivel.
- **Vast voedsel**
 - **Groente, fruit en aardappelen:** Ook deze groep kan het beeld vertekenen, doordat het overgrote deel van de producten in deze groep binnen de Schijf van Vijf valt.
 - **Overig vast voedsel:** Veel van de consumptie van ongezonde producten komt uit deze categorieën.

Andere uitsplitsingen zijn volgens de wetenschappers nuttig, maar voor het eerstkomende paar jaar niet nodig. Voor de afbakening van categorieën ligt het meest voor de hand om COICOP-categorieën³ te hanteren.

³ Classification of Individual Consumption according to Purpose (COICOP) (CBS, 2024).