



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Verkoop Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector in beeld

Advies over het opzetten van een monitor

RIVM-briefrapport 2022-0039
E.A.P. Martens et al.



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Verkoop Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector in beeld

Advies over het opzetten van een monitor

RIVM-briefrapport 2022-0039
E.A.P. Martens et al.

Colofon

© RIVM 2022

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave.

Het RIVM hecht veel waarde aan toegankelijkheid van zijn producten. Op dit moment is het echter nog niet mogelijk om dit document volledig toegankelijk aan te bieden. Als een onderdeel niet toegankelijk is, wordt dit vermeld. Zie ook www.rivm.nl/toegankelijkheid.

DOI 10.21945/RIVM-2022-0039

E.A.P. Martens (auteur), RIVM
V.L.C. Klostermann (auteur), Voedingscentrum
A. Stafleu (auteur), Voedingscentrum
A. Blokstra (auteur), RIVM
I.E.J. Milder (auteur), RIVM

Contact:

Eveline Martens
Voeding en Gezondheid, Centrum Voeding, Preventie en Zorg
eveline.martens@rivm.nl

Dit onderzoek werd in samenwerking met het Voedingscentrum verricht in opdracht van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport in het kader van een gezondere voedselomgeving.

Dit is een uitgave van:

**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**

Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven
Nederland

www.rivm.nl

Publiekssamenvatting

Verkoop Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector in beeld

Advies over het opzetten van een monitor

Gezonde voeding verkleint de kans op chronische ziekten. Daarom beveelt de overheid aan om vooral producten uit de Schijf van Vijf te eten. Maar Nederlanders eten en drinken minder van deze producten dan wordt aanbevolen, en juist veel producten die erbuiten vallen, zoals snacks en frisdranken.

In het Nationaal Preventieakkoord heeft de overheid met supermarkten, de horeca en catering afgesproken dat zij elk jaar meer producten uit de Schijf van Vijf verkopen. Het ministerie van VWS wil weten of dit inderdaad gebeurt en of ook er minder producten worden verkocht die buiten de Schijf van Vijf vallen.

VWS heeft het RIVM en het Voedingscentrum gevraagd of het mogelijk is om de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten in kaart te brengen en te volgen (monitoren). Het RIVM en het Voedingscentrum geven aan welke organisaties informatie hebben of producten in supermarkten binnen de Schijf van Vijf vallen en hoeveel daarvan zijn verkocht. Ook wordt geadviseerd hoe de informatie uit deze verschillende bronnen zo goed mogelijk aan elkaar kan worden gekoppeld.

In de zogeheten Levensmiddelendatabank staan verschillende gegevens over de producten die in supermarkten worden verkocht, onder andere of ze binnen de Schijf van Vijf vallen. De streepjescodes van producten kunnen worden gekoppeld aan verkoopcijfers. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is een van de partijen die inzicht hebben in hoeveel er van bepaalde producten in Nederlandse supermarkten is verkocht. Verder onderzoek naar de koppeling van de gegevens is nodig om de methode te verfijnen.

Het advies richt zich nu nog alleen op de verkoop van producten uit de Schijf van Vijf in de supermarkten. Mogelijkheden worden gegeven om de methode uit te breiden naar de horeca en catering. Later moet nog uitgewerkt worden hoe de opeenvolgende rondes van de monitor kunnen worden opgezet en hoe deze kan aansluiten op bestaande monitors, zoals de Voedselconsumptiepeiling (VCP) en de Monitor productverbetering. Zo kunnen de monitors elkaar aanvullen en laten zien of het voedselaanbod en het voedingspatroon in de loop van de tijd daadwerkelijk verbeteren.

Kernwoorden: NPA, CBS, gezondheid, voeding, Schijf van Vijf, verkoopcijfers, koppeling, VCP, Levensmiddelendatabank, EAN

Synopsis

Spotlight on the sale of Wheel of Five products in supermarkets and the out-of-home sector

Advice on setting up a monitor

A healthy diet reduces the risk of chronic diseases. As such, the government recommends mainly eating products from the Wheel of Five. However, the Dutch eat and drink less of these products than is recommended. Instead, they eat many products that fall outside the scope of these recommendations, such as snacks and soft drinks.

In the National Prevention Agreement (NPA), the government agreed with supermarkets and the hospitality and catering industry that they will sell more products from the Wheel of Five each year. The Ministry of Health, Welfare and Sport wants to know whether this is actually happening and also whether fewer products that fall outside the Wheel of Five are being sold.

The Ministry of Health, Welfare and Sport asked the National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) and the Netherlands Nutrition Centre (Voedingscentrum) whether it is possible to identify and monitor the sale of Wheel of Five products in supermarkets. RIVM and the Netherlands Nutrition Centre have indicated which organisations have information on whether products in supermarkets fall within the Wheel of Five and how many of them have been sold. They have also issued advice on how the information from these different sources can be linked as effectively as possible.

The Dutch branded food database LEDA (Levensmiddelendatabank) contains various data on the products sold in supermarkets, including whether they fall within the Wheel of Five. The barcodes of products can be linked to sales figures. Statistics Netherlands (CBS) is one of the parties that has insights into the quantities of products sold in Dutch supermarkets. Further research into the linking of the data is required in order to refine the method.

The advice currently only focuses on the sale of products from the Wheel of Five in supermarkets. It gives possibilities for expanding the method to the hospitality and catering industry. Later, it will be necessary to elaborate on how the successive rounds of the monitor can be set up and how these can be connected to existing monitors, such as the Dutch National Food Consumption Survey (VCP) and the Product Improvement Monitor. This will allow the various monitors to complement each other and show whether the food supply and the diet are actually improving over time.

Keywords: NPA, CBS, health, nutrition, Wheel of Five, sales figures, linking, VCP, LEDA, EAN

Inhoudsopgave

Samenvatting — 9

1 Aanleiding van het advies — 11

1.1 Leeswijzer — 12

2 Totstandkoming van het advies — 15

2.1 Monitoring in supermarkten — 15

2.1.1 Benodigde gegevens voor de monitor — 15

2.1.2 Levensmiddelendatabank als databron voor Schijf van Vijf-indeling — 17

2.1.3 Databronnen verkoopgegevens — 20

2.1.4 (Voor)onderzoek naar het combineren van gegevens over Schijf van Vijf-indeling en verkoop — 23

2.2 Pilot koppeling Levensmiddelendatabank aan CBS-PROTOS — 25

2.2.1 Inleiding — 25

2.2.2 Werkwijze — 26

2.2.3 Eerste bevindingen — 26

2.3 Monitoring binnen de out-of-home sector — 27

3 Aanbevelingen en discussie — 29

3.1 Doelstellingen van de monitor — 29

3.2 Schijf van Vijf-indeling — 30

3.3 Verkoopgegevens — 30

3.4 Koppeling Schijf van Vijf-indeling aan verkoop — 32

3.5 Andere beslispunten bij de opzet van de monitor — 33

3.6 Out-of-home sector — 36

3.7 Relatie tot andere monitors — 36

3.8 Conclusie — 37

4 Literatuur — 39

Samenvatting

Verkoop Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector in beeld

Advies over het opzetten van een monitor

Een gezond voedingspatroon volgens de Schijf van Vijf verkleint de kans op chronische aandoeningen. Bovendien levert het voldoende voedingsstoffen en niet te veel zout, suiker en verzadigd vet. Nederlanders eten en drinken echter minder dan de aanbevolen hoeveelheden van de producten in de Schijf van Vijf en daarnaast veel producten die buiten de Schijf van Vijf vallen. Naast het investeren in kennis en vaardigheden van consumenten om gezondere keuzes te maken, is een voedselomgeving waarin gezondere keuzes makkelijk zijn van groot belang. In het Nationaal Preventieakkoord (NPA) hebben supermarkten, horeca en catering afgesproken te streven naar een jaarlijkse consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf. Het ministerie van VWS wil inzicht in de mogelijkheden om veranderingen in de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector te volgen.

Het RIVM en het Voedingscentrum hebben een advies opgesteld over een opzet van een dergelijke monitor in supermarkten. Hiervoor zijn bronnen van gegevens over de verkoop van voedingsmiddelen in kaart gebracht. Verder is onderzocht hoe die gegevens te koppelen zijn aan een indeling van producten binnen of buiten de Schijf van Vijf. Eén van de aanbevelingen is om de Levensmiddelendatabank te gebruiken voor gegevens over de Schijf van Vijf-indeling van producten. Hierbij is het van belang dat er bindende afspraken over het aanleveren van gegevens komen, zodat de volledigheid en kwaliteit van de gegevens in de Levensmiddelendatabank verder verbeteren. Voor verkoopgegevens is het advies om te kiezen voor een aanbieder die beschikt over gegevens van individuele producten die verkocht worden in Nederlandse supermarkten en hierbij het verkoopvolume te gebruiken als uitkomstmaat. Het koppelen van gegevens over de Schijf van Vijf-indeling en de verkoopgegevens kan op basis van het EAN (Europees Artikel Nummer, ook wel streepjescode) van producten. Voor de uitvoering van trendanalyses gaat de voorkeur uit naar een aanbieder waarmee een langdurige samenwerking aan te gaan is.

De eerste bevindingen uit een vooronderzoek met verkoopgegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) laten zien dat de voorgestelde koppeling van gegevens mogelijk is. Om uitspraken te kunnen doen over de kwaliteit van de uitkomsten en verdere verfijning van de methode is verder onderzoek nodig.

Voor het verbreden van de monitor naar de out-of-home sector is het advies te prioriteren op basis van de bijdrage aan de totale consumptie, de mogelijke impact op de gezondheid en de beschikbaarheid van gegevens. Restaurant(keten)s en cateraars die een centraal menubeheer hanteren lijken hieraan het beste te voldoen. Het verkrijgen van de benodigde gegevens en het bepalen van de

aansluiting bij de afspraken en/of beleidsmaatregelen rond het stimuleren van gezonde en duurzame voedselkeuzes zijn belangrijke eerste stappen.

Ten slotte is het belangrijk om de structurele opzet van de monitor en de aansluiting op bestaande monitors, zoals de Voedselconsumptiepeiling (VCP) en de Monitor productverbetering, uit te werken. Op deze manier kunnen de monitors elkaar aanvullen en aantonen of het voedselaanbod en het voedingspatroon in de loop van de tijd daadwerkelijk verbeteren.

1 Aanleiding van het advies

Een ongezond voedingspatroon is een belangrijke risicofactor voor het ontstaan van overgewicht en (gerelateerde) chronische aandoeningen, zoals hart- en vaatziekten en diabetes type 2 [1]. Een gezond voedingspatroon, waarin gegeten wordt volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf, draagt daarentegen bij aan de preventie van chronische aandoeningen [2].

Het RIVM heeft onderzocht in hoeverre het Nederlandse voedingspatroon tussen 2012 en 2016 overeenkwam met de aanbevelingen van de Schijf van Vijf. De Richtlijnen Schijf van Vijf zijn de Nederlandse adviezen over een volwaardig voedingspatroon, dat voldoet aan de Richtlijnen goede voeding 2015 en de aanbevolen hoeveelheden voedingsstoffen [3-5]. Daaruit blijkt dat veel Nederlanders niet alleen minder dan de aanbevolen hoeveelheden van de producten in de Schijf van Vijf eten en drinken, maar daarnaast ook veel producten gebruiken die buiten de Schijf van Vijf vallen. Dit draagt bij aan een (te) hoge inname van energie, verzadigd vet en toegevoegd zout en suiker.

Naast het investeren in kennis en vaardigheden van consumenten om gezondere keuzes te maken, is een voedselomgeving waarin gezondere keuzes makkelijk zijn van groot belang. Binnen het Nationaal Preventieakkoord (NPA, onderdeel Overgewicht) is de ambitie van de deelnemende partijen, waaronder de Rijksoverheid en organisaties uit de zorg, het bedrijfsleven, gemeenten en het onderwijs, om de percentages van jeugdigen en volwassenen met overgewicht en obesitas te laten dalen [6]. De partijen streven ernaar overgewicht en obesitas richting 2040 terug te dringen naar het niveau van 1995. Voor voeding is daarbij de doelstelling opgenomen dat alle inwoners van Nederland eten en drinken op een wijze die bijdraagt aan een gezond gewicht en een gezond voedingspatroon met de Schijf van Vijf als leidraad. Eén van de maatregelen om dat te bereiken is dat supermarkten, horeca en catering streven naar een jaarlijkse consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf [6]. De horeca wordt door Koninklijke Horeca Nederland (KHN) gestimuleerd om meer groenten en minder vlees aan te bieden. Dit gebeurt in samenwerking met Dutch Cuisine. Vanuit de doelstelling om bij te dragen aan een gezonder voedingspatroon zou het bij de bovengenoemde maatregel moeten gaan om een consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf ten koste van producten daarbuiten.

Het RIVM monitort jaarlijks de voortgang van de uitvoering van de afgesproken maatregelen [7, 8]. Hiervoor rapporteren de betrokken partijen over hun activiteiten. Verder heeft het RIVM tussen 2014 en 2020 elke twee jaar een Herformuleringsmonitor [9, 10] uitgevoerd waarmee ontwikkelingen gevolgd zijn in de samenstelling van voedingsmiddelen (zout, suiker en verzadigd vet), die te koop waren in Nederlandse supermarkten. De Herformuleringsmonitor (HFM) wordt opgevolgd door een monitor die de samenstelling van voedingsmiddelen in het kader van de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV) in beeld zal brengen de komende jaren. Het RIVM onderzoekt of binnen

deze monitor de (verandering in) samenstelling van producten kan worden gewogen voor marktvolume. Ten slotte laat de Voedselconsumptiepeiling van het RIVM, die periodiek wordt uitgevoerd, zien wat Nederlanders van 1 tot en met 79 jaar aan voedingsmiddelen en daarmee aan energie en voedingsstoffen binnenkrijgen [11].

Op dit moment bestaan er geen instrumenten om specifiek het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van het totale productaanbod en de promoties van Schijf van Vijf-producten in kaart te brengen en te monitoren. Dit terwijl het ontwikkelen van een instrument voor monitoring van het aandeel gezonde voedingsmiddelen ten opzichte van het totale productaanbod in supermarkten en de out-of-home sector (locaties die primair voedingsmiddelen aanbieden die direct geschikt zijn voor consumptie, zoals restaurants en bedrijfsrestaurants) één van de hoogst geprioriteerde beleidsondersteunende acties voor het creëren van een gezonde voedselomgeving in Nederland is [12]. De voedselomgeving heeft een sterke invloed op het voedingspatroon van mensen. Eind 2021 hebben de Wageningen Universiteit, de Vrije Universiteit Amsterdam en de Universiteit Utrecht op verzoek van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) een rapport met aanbevelingen opgesteld voor het monitoren van aanbod en promoties van gezonde en ongezonde producten in supermarkten en out-of-home-ketens [13].

Bovenstaande is de aanleiding voor het ministerie van VWS om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden om ontwikkelingen in het aandeel gezonde en duurzame voedingsmiddelen ten opzichte van de totale productverkoop door verschillende partijen, zoals supermarkten, horeca en catering, te volgen. Dit om het effect op beleidsmaatregelen rond gezonde en duurzame voeding in brede zin te volgen en specifiek de effecten van de eerdergenoemde maatregel uit het NPA te kunnen monitoren, namelijk dat supermarkten, horeca en catering streven naar een jaarlijkse consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf. Ook kan een dergelijke monitor supermarkten en andere aanbieders stimuleren om hun aanbod gezonder en duurzamer te maken. Deze monitor kan gezien worden als aanvulling op al bestaande monitoren, waaronder de monitor van het NPA en de HFM. Door de resultaten van meerdere monitoren te combineren, ontstaat een completer beeld van ontwikkelingen binnen het voedselaanbod in Nederland.

Dit rapport presenteert adviezen over de opzet en mogelijke uitvoering van een monitor van het aandeel van Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen in supermarkten. Daarnaast beschrijft het rapport de mogelijkheden voor verbreding van een dergelijke monitor naar de out-of-home sector.

1.1 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft de totstandkoming van het advies met daarin een globale opzet van de voorgestelde monitor in supermarkten en potentiële databronnen (2.1). Dit hoofdstuk presenteert daarnaast de opzet en de eerste bevindingen uit een pilot voor het monitoren van de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf in supermarkten (2.2). In deze pilot zijn gegevens uit de

Levensmiddelenbank, die in beheer is van het Voedingscentrum in samenwerking met het RIVM, en van PROTOS van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) gecombineerd. Hoofdstuk 2 wordt afgesloten met een beschrijving van de mogelijkheden voor verbreding van de voorgestelde monitor naar de out-of-home sector (2.3). Ten slotte beschrijft hoofdstuk 3 de aanbevelingen en discussiepunten voor de opzet van een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten en de out-of-home sector.

2 Totstandkoming van het advies

Voor de totstandkoming van het advies is een globale opzet van de monitor in supermarkten opgesteld (paragraaf 2.1). Als onderdeel hiervan zijn bronnen voor gegevens over de Schijf van Vijf-indeling en verkoop in kaart gebracht en wordt een overzicht gegeven van (voor)onderzoek naar het koppelen van gegevens over Schijf van Vijf-indeling met verkoopgegevens. Een pilotstudie geeft inzicht in de haalbaarheid van het samenbrengen van informatie over de Schijf van Vijf-indeling uit de Levensmiddelendatabank en verkoopgegevens van CBS-PROTOS. Deze wordt beschreven in paragraaf 2.2. Met betrekking tot verbreding van de monitor naar de out-of-home sector zijn de mogelijkheden in kaart gebracht in paragraaf 2.3.

2.1 Monitoring in supermarkten

2.1.1 *Benodigde gegevens voor de monitor*

Monitoring van het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen vereist zowel gegevens over de samenstelling van producten, om te kunnen beoordelen of de producten binnen de Schijf van Vijf passen, als verkoopgegevens van individuele producten.

Schijf van Vijf-indeling

In de Schijf van Vijf staan productgroepen die een bijdrage leveren aan een gezond voedingspatroon. De Richtlijnen goede voeding 2015 van de Gezondheidsraad zijn leidend of een productgroep wel of niet tot de Schijf van Vijf behoort [4]. Productgroepen waarover de Gezondheidsraad geen advies uitbrengt kunnen ook een bijdrage leveren aan een gezonde voeding en daarmee binnen de Schijf van Vijf passen. Het gaat hier om product(groep)en die een bijdrage leveren aan de voorziening van benodigde voedingsstoffen, zoals aardappelen. Niet alle producten binnen een productgroep zijn even gezond. Sommige producten bevatten te veel verzadigd vet, transvet, natrium (zout), of suiker, of te weinig vezel om bij te dragen aan een gezonde voeding. Deze producten staan niet in de Schijf van Vijf. Door per productgroep voor deze voedingsstoffen criteria te hanteren waaraan producten moeten voldoen, wordt onderscheid gemaakt in producten binnen de Schijf van Vijf en producten erbuiten [3, 14]. Met de aanbevolen hoeveelheden uit de Schijf van Vijf wordt voldaan aan de adviezen voor een gezonde voeding. In sommige productgroepen voldoet een meerderheid van de producten aan deze criteria, in andere productgroepen een veel kleiner deel, en weer andere productgroepen vallen in het geheel niet in de Schijf van Vijf. Alle drie de categorieën zijn relevant wanneer ontwikkelingen ten aanzien van het aandeel Schijf van Vijf-producten in beeld wordt gebracht. Zoals gezegd zijn de criteria bij de Schijf van Vijf primair bedoeld om een gezond voedingspatroon te kunnen vormgeven en in mindere mate om productverbetering te stimuleren. Dat is wel het geval bij de criteria die zijn opgesteld in het kader van de NAPV, waarbij uitgegaan is van de huidige productsamenstelling.

Het Voedingscentrum en het RIVM gebruiken de Levensmiddelendatabank als primaire databron voor onder andere onderzoek naar de samenstelling van voedingsmiddelen en de indeling van voedingsmiddelen binnen of buiten de Schijf van Vijf. Dit omdat het eigenaarschap van de databank bij het Voedingscentrum in samenwerking met het RIVM ligt en de indeling in Schijf van Vijf volgens duidelijke afspraken is toegekend. Bij uitvoer van deze monitor is de Levensmiddelendatabank de aanbevolen bron om te gebruiken voor gegevens over de Schijf van Vijf-indeling. Andere databronnen zullen minder nauwkeurige gegevens hebben over de Schijf van Vijf-indeling.

De Levensmiddelendatabank is een onafhankelijke databank in Nederland die beheerd wordt door het Voedingscentrum in samenwerking met het RIVM [15]. De databank bevat uitgebreide etiketinformatie over meer dan 130.000 levensmiddelen die in Nederland worden verkocht. De gegevens vanuit de Levensmiddelendatabank worden gebruikt voor voorlichting, onderzoek en beleidsvorming.

De Levensmiddelendatabank gebruikt het Europees Artikel Nummer (EAN) om individuele producten te onderscheiden. Het EAN staat op verpakte levensmiddelen in de vorm van een streepjescode of barcode. Het EAN lijkt een logische variabele om gegevens uit de Levensmiddelendatabank te koppelen aan gegevens uit andere databronnen waarin deze variabele ook beschikbaar is. Voor een uitgebreidere beschrijving van de Levensmiddelendatabank in de toepassing van de monitor Schijf van Vijf, zie paragraaf 2.1.2.

Verkoopgegevens

Verkoopgegevens zijn te gebruiken om de omvang in volume, waarde (omzet) en/of het aantal eenheden van verkochte producten (en/of diensten) uit te drukken [16]. Om ze te kunnen koppelen met de gegevens uit de Levensmiddelendatabank is beschikbaarheid van het EAN noodzakelijk.

Verkoopgegevens kunnen geaggregeerd zijn op verschillende niveaus, bijvoorbeeld op nationaal of regionaal niveau, of op het niveau van een individueel huishouden of winkel. Daarnaast hebben verkoopgegevens altijd betrekking op een bepaalde periode, bijvoorbeeld een week, maand, kwartaal of jaar. In het kader hieronder staan de definities van verkoopgegevens weergegeven zoals in dit rapport gehanteerd.

Definities van verkoopgegevens*

- **Aantal verkochte producten** = De totale aantallen verkochte producten uitgedrukt in eenheden (stuks, aantal verpakkingen).
- **Prijs** = Verkoopbedrag (in Euro's) per verkocht product.
- **Omzet (of verkoopwaarde)** = De totale waarde van verkochte producten uitgedrukt in geld (Euro's).
Te berekenen door het aantal verkochte producten te vermenigvuldigen met de prijs.
- **Verpakkingsmaat of netto-inhoud** = Volume van het product in (kilo)gram of (milli)liter per eenheid.
- **Verkoopvolume** = Het totale volume van de verkochte producten uitgedrukt in kilogram of liter.
Te berekenen door het aantal verkochte producten te vermenigvuldigen met de verpakkingsmaat.
- **Marktaandeel** = Aandeel van de verkopen uitgedrukt als omzet, verkoopvolume of aantal verkochte producten als percentage van het totaal.

* Verkoopgegevens van de supermarkt kunnen in dit rapport ook als aankoopgegevens van de klant geïnterpreteerd worden.

Wanneer welke variabele wordt gebruikt is afhankelijk van het doel, ze hebben ieder hun voor- en nadelen.

- Het *verkoopvolume*, uitgedrukt in kilogram of liter, is de meest 'zuivere' variabele voor het volgen van veranderingen in de verkoop van producten. Echter, om deze variabele te berekenen is de verpakkingsmaat per product nodig en die is niet altijd beschikbaar.
- De variabele *aantal verkochte producten* kan een alternatief zijn voor verkoopvolume. Op basis van deze variabele zijn verkopen echter alleen te vergelijken als de verpakkingsmaat (gemiddeld) gelijk blijft of bekend is in dezelfde eenheden.
- *Omzet* wordt mede bepaald door de prijs van een product. Het volgen van veranderingen in de prijs is interessant om schommelingen of onevenredige prijsveranderingen tussen productgroepen in kaart te brengen. Op deze manier zijn eventuele verschillen in het verkoopvolume of het aantal verkochte producten te verklaren. Omzet kan ook voor economische doelen de te prefereren variabele zijn. Een aandachtspunt is dat belastingen wel of niet meegerekend kunnen zijn in de omzet.

Voor alle variabelen geldt dat, als het doel is om veranderingen in verkoop van Schijf van Vijf-producten te kwantificeren, het van belang is om de uitgangssituatie te definiëren. Als onderdeel daarvan is het nodig om een nulmeting uit te (laten) voeren van de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf.

Zie paragraaf 2.1.3 voor een overzicht van potentiële databronnen voor verkoopgegevens.

2.1.2***Levensmiddelendatabank als databron voor Schijf van Vijf-indeling***

De Levensmiddelendatabank bevat gegevens uit vijf brondatabanken, namelijk: 1) GS1 Data Source, 2) Brandbank-Nielsen, 3) Supply chain

Information Management (SIM), 4) Albert Heijn databank en 5) PS in foodservice. Fabrikanten of supermarkten (in het geval van huismerken) zijn verantwoordelijk voor het aanleveren van de gegevens in deze databanken en voor de juistheid en actualiteit ervan. Bij binnenkomst worden gegevens, grotendeels via validatieregels, op kwaliteit en compleetheid gecontroleerd en deels 'handmatig' op basis van expertview. Daarnaast bevat de Levensmiddelendatabank gegevens op basis van crowdsourcing. Consumenten kunnen van producten die ze in de 'Kies Ik Gezond?'-app missen zelf foto's van de etiketgegevens insturen. Voedingsmiddelen met ontbrekende informatie, duidelijk herkenbare fouten of onlogische waarden (zoals een hoger getal voor kilocalorieën dan kiloJoule) worden niet in de actieve dataset opgenomen.

De voedingsmiddelen waarvan de Levensmiddelendatabank gegevens bevat, zijn te koop in Nederlandse supermarkten. De Levensmiddelendatabank bevat ook gegevens over geïmporteerde voedingsmiddelen die in Nederlandse supermarkten verkocht worden. Naar schatting zijn etiketgegevens aanwezig van ongeveer 75 procent van de voedingsmiddelen die in de Nederlandse supermarkten te koop zijn. Omdat een paar (grotere) supermarkten geen gegevens aanleveren is er geen volledige dekking. Daarnaast bevat de Levensmiddelendatabank ook gegevens over een klein deel van het aanbod van (groot)verpakkingen bestemd voor de horeca en catering. Het toevoegen van groothandelartikelen aan de Levensmiddelendatabank is eind 2021 gestart en omvat in het eerste kwartaal van 2022 slechts een klein percentage van het totale aantal groothandelproducten. In totaal bevat de Levensmiddelendatabank ruim 130.000 artikelen, waarvan ongeveer 115.000 consumentenartikelen. De verplichte etiketgegevens zijn voor bijna alle voedingsmiddelen in de Levensmiddelendatabank beschikbaar. Het is verplicht de gehalten aan vet, verzadigd vet, koolhydraten, suikers, eiwitten en zout per 100 g of 100 ml, de energie in kilocalorieën en in kiloJoule en de netto-inhoud van een verpakking op het etiket te vermelden.

Producten worden op basis van de groepsindeling van de brondatabank via een geautomatiseerde koppeling ingedeeld in de productgroepsindeling voor de Schijf van Vijf. Via de vooraf vastgestelde criteria wordt bepaald of een product in de Schijf van Vijf valt of erbuiten. Omdat er op detailniveau verschillen bestaan tussen de groepsindeling van de brondatabanken en de groepsindeling van de Schijf van Vijf vindt er handmatige controle plaats door middel van expertview om te komen tot de juiste (product)groepsindeling en het juiste oordeel (wel of niet Schijf van Vijf). Indien nodig wordt de groepsindeling of het oordeel aangepast. Een overzicht van het aandeel van Schijf van Vijf-producten in de Levensmiddelendatabank per productgroep is te vinden in 1.

Tabel 1 Overzicht aandeel Schijf van Vijf-producten op het totale aantal producten in de Levensmiddelenbank per productgroep (februari 2022).

Productgroep	Aandeel Schijf van Vijf-producten op het totale aantal producten (%)	Totaal aantal producten
Groente inclusief diepvries	95	6970
Groente, conserven	13	2488
Fruit inclusief diepvries	99	2788
Fruit, conserven	34	1772
Brood	26	7558
Cracker, beschuit, toast	6	1158
Ontbijtgranen	29	908
Meel en bakmix	11	773
Broodmix	16	87
Pasta, couscous, noedels, quinoa	19	1285
Rijst	21	463
Wrap, pizzabodem, pannenkoek, taco	5	445
Aardappel onbewerkt	98	510
Friet, aardappelschijfjes, aardappelpuree	32	1159
Onbewerkt vlees: kip, kalkoen, eend	91	1113
Onbewerkt vlees: rund, varken, lam	73	1175
Bewerkt vlees: kip, rund, varken	0	5540
Vleeswaren	0	5685
Vette vis zoals zalm, makreel, haring	91	1024
Magere vis, zoals pangasius, tonijn, vissticks	73	1054
Schaal- en schelpdieren	92	868
Kant-en-klare vleesvervangers	9	1384
Ei en eiproducten	83	442
Peulvruchten	73	669
Noten, zaden, pinda's	59	1799
Notenpasta en pindakaas	30	322
Melk	64	480
Melkproducten	12	1326
Plantaardige dranken en toetjes	8	473
Yoghurt, kwark en karnemelk	34	1590
Kaas	10	6496
Kaasvervanger	4	126
Oliën en bakvetten	77	808
Halvarine, margarine, boter	26	521
Water, thee en koffie	91	4702
Frisdrank, sap en limonade	0	6506
Alcoholische dranken	0	10406
Zoet broodbeleg	0	1414
Hartig broodbeleg, zoals salades	0	1898
Soepen	0	2243
Sauzen en jus	0	5422
Chips, zoutjes en borrelhapjes	0	2576
(Gefrituurde) snacks	0	1540
Koek en gebak	0	9661
Snoep en chocolade	0	8554
IJs	1	1400

Vervolg tabel 1

Productgroep	Aandeel Schijf van Vijf-producten op het totale aantal producten (%)	Totaal aantal producten
Belegde broodjes	0	475
(Maaltijd)salades	1	986
Kant-en-klaar maaltijden	0	3555
Zout, kruiden, specerijen, azijn	58	3331
Bakbenodigdheden	12	559
Suiker	0	264
Zoetstof	0	108

In de Levensmiddelendatabank zijn onverpakte producten, zoals losse groente en los fruit, kaas gesneden op de kaasafdeling en brood dat wordt afgebakken in de winkel, beperkt opgenomen. Deze producten hebben een eigen code (dus geen officiële EAN, maar wel als zodanig gebruikt). Producten die door de consument in de winkel in een zakje worden gedaan zijn niet opgenomen in de Levensmiddelendatabank. Deze producten zullen in de monitor op een andere manier moeten worden gekoppeld aan de Schijf van Vijf-indeling. Onbewerkte groente en onbewerkt fruit staan als gehele productgroep in de Schijf van Vijf. Bij kaas en brood valt een deel binnen en een deel buiten de Schijf van Vijf en moet dit per product worden vastgesteld op basis van de voedingswaarde en Schijf van Vijf-criteria.

2.1.3 Databronnen verkoopgegevens

Voor dit advies is een inventarisatie uitgevoerd van nationale en internationale partijen die beschikken over verkoopgegevens van voedingsmiddelen van de Nederlandse supermarkten. Uitgangspunt bij de inventarisatie was de beschikbaarheid van verkoopgegevens over individuele producten met het EAN als kenmerk, om koppeling met de Levensmiddelendatabank op productniveau mogelijk te maken. Op basis van de literatuur [13, 16] en eerdere ervaringen van het RIVM en het Voedingscentrum zijn potentiële data-aanbieders geselecteerd. In Tabel 2 staan de aanbieders weergegeven met algemene karakteristieken van de beschikbare verkoopgegevens, zoals het detailniveau, de methode en frequentie van de verzameling en de beschikbaarheid van verschillende variabelen.

Hieronder staan van iedere databron de kenmerken van de beschikbare verkoopgegevens beschreven, evenals de aspecten om rekening mee te houden bij een samenwerking met een aanbieder of aankoop van gegevens van de betreffende aanbieder.

2.1.3.1 CBS (PROTOS)

Gegevens over de verkoop van voedingsmiddelen door supermarkten zijn beschikbaar als wekelijkse transactiedata in PROTOS (Producttool Supermarkten). PROTOS wordt beheerd door het CBS. De transactiedata van supermarkten waarover het CBS beschikt omvatten ongeveer 90 procent van het totale marktaandeel van supermarkttransacties in fysieke winkels in Nederland. Voor de definitie van supermarkt houdt het CBS de Standaard Bedrijfsindeling (SBI)

Tabel 2 Aanbieders van verkoopgegevens van voedingsmiddelen in Nederland en algemene karakteristieken van de gegevens.

Data-aanbieder	Methode data-verzameling	Detail-niveau data	Frequentie data-verzameling	Type data			Toegang tot achterliggende data op EAN-niveau***
				Aantal verkochte producten	Omzet/prijs*	Verkoopvolume** (berekend uit verpakkingsmaat)	
CBS [17]	Scanningsdata ('point-of-sale')	Individueel product (EAN)	Wekelijks	Ja	Ja	Ja	Nee
NielsenIQ [18]	Scanningsdata ('point-of-sale')	Individueel product (EAN)	Wekelijks	Ja	Ja	Ja	Ja
GfK [19]	Huishoudpanel	Individueel product (EAN)	Dagelijks	Ja	Ja	Ja	Ja
IRI [20]	Scanningsdata ('point-of-sale')	Individueel product (EAN)	Wekelijks	Ja	Ja	Ja	Ja

* De beschikbaarheid van deze variabele (direct of indirect) en eventueel de manier waarop deze berekend is verschilt per data-aanbieder.

** Verkoopvolume is te berekenen op basis van het aantal verkochte producten in combinatie met de verpakkingsmaat of netto-inhoud. De kwaliteit van de uitkomsten kan echter per aanbieder verschillen.

*** De data wordt als databestand ter beschikking gesteld.

aan [21]. In verband met vertrouwelijkheid geeft het CBS geen inzage in welke supermarkten verkoopgegevens met hen delen. Het is dan ook niet mogelijk om uitkomsten van data-analyses op supermarktniveau te presenteren.

Supermarkten zijn, vanuit de wettelijke taak van het CBS om de consumentenprijsindex te berekenen, verplicht om gegevens aan te leveren over de verkoopprijs van producten. Supermarkten zijn vrij om te kiezen in welke vorm zij de gegevens aanbieden. Een groot deel van de supermarkten voldoet aan deze wettelijke taak door het aanleveren van scannerdata. Dit houdt in dat zij gegevens aanleveren over onder andere het aantal verkochte producten, de omzet en een productgroep waarin het voedingsmiddel door de betreffende supermarkt is ingedeeld.

Samenwerking of opdrachtaanvaarding: randvoorwaarden en juridische aspecten

Het CBS stelt een aantal voorwaarden aan het aangaan van een samenwerking of het accepteren van een opdracht voor het gebruik van transactiegegevens voor zogeheten 'aanvullend statistisch onderzoek' [17]. Uitgangspunten zijn dat:

- Het moet passen binnen het werkprogramma van het CBS en een toegevoegde maatschappelijke waarde hebben.
- Het moet technisch mogelijk zijn om, met de gegevens die binnen het CBS beschikbaar zijn, statistische informatie te leveren van voldoende kwaliteit. Er zijn voldoende tijd en financiële middelen beschikbaar om deze kwaliteit te kunnen leveren.
- De producten of diensten die het CBS levert moeten van meerwaarde zijn ten opzichte van de mogelijkheden van private partijen.
- Het CBS is gehouden aan geheimhouding van onder andere gegevens die zijn verzameld in het kader van het uitvoeren van zijn wettelijke taken en kan deze niet verstrekken aan andere partijen. Dit betekent dat het koppelen van gegevens uit de Levensmiddelendatabank en die uit PROTOS gedaan moet worden door CBS medewerkers.
- Op veel projecten is conform de CBS-wet een publicatieplicht van toepassing. Vanwege de eisen aan geheimhouding mogen de uitkomsten alleen op geaggregeerd niveau gecommuniceerd worden en niet herleidbaar zijn naar bijvoorbeeld een individuele onderneming.

- 2.1.3.2 Nielsen Consumer LLC (NielsenIQ, Food Total Nederland)
NielsenIQ verzamelt gegevens over de verkoop van voedingsmiddelen in de vorm van wekelijkse transactiedata. Gegevens worden verzameld voor verschillende marktsegmenten. Het marktsegment 'Food Total Nederland' bevat transactiedata (online en offline verkoop) van supermarkten waaronder Albert Heijn, Jumbo, Aldi, Lidl en Superunie (Agrimarkt, Boni, Deen, Dekamarkt, Dirk, EMTÉ, Jan Linders, Hoogvliet, MCD, Nettorama, Plus, Poiesz, Spar, Vomar). De transactiedata van deze supermarkten omvatten het overgrote deel van het totale marktaandeel in Nederland.

NielsenIQ verkrijgt de verkoopgegevens van supermarkten via kassaregistratie van alle verkopen per individueel voedingsmiddel, met uitzondering van de verkopen door Lidl. Voor Lidl worden verkoopgegevens geschat door kassabonnen op te vragen van klanten als zij net de winkel verlaten. Hierbij wordt een correctie uitgevoerd voor het feit dat niet alle kassabonnen worden verkregen.

Gegevens over het aantal verkochte producten, prijs, omzet, verpakkingsmaat en verkoopvolume zijn beschikbaar voor ieder marktsegment afzonderlijk. Identificatie van individuele producten is mogelijk met behulp van diverse variabelen, waaronder het EAN.

2.1.3.3 GfK (ConsumerScan panel Nederland)

GfK onderzoekt huishoudelijk aankoopgedrag door middel van een huishoudpanel (ConsumerScan panel Nederland). Het panel is ontworpen als een gestratificeerde steekproef uit de populatie van particuliere huishoudens in Nederland. De stratificatie is gebaseerd op de leeftijd van de referentiepersoon en de grootte van het huishouden.

De panelleden registreren het huishoudelijk aankoopgedrag (en het daaraan gerelateerde winkelbezoek) met betrekking tot een breed gedefinieerde groep van producten, ongeacht de plaats van aankoop. Voor de aankoopregistratie wordt gebruik gemaakt van elektronische meetinstrumenten met een geïntegreerde scanner voor het lezen van EANs. De door de respondenten vastgelegde aankoop- en bezoekgegevens worden automatisch verstuurd naar het GfK datacenter.

Voor rapportagedoeleinden is het noodzakelijk de gegevens te wegen. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de volgende kenmerken: grootte van het huishouden, leeftijd van de referentiepersoon van het huishouden, district, inkomen, aanwezigheid van kinderen in de leeftijd van nul tot twee jaar binnen het huishouden en promotieklasse.

GfK heeft gegevens beschikbaar over onder andere het aantal verkochte producten, prijs, omzet, verpakkingsmaat en verkoopvolume. Individuele producten zijn identificeerbaar via het EAN.

2.1.3.4 Information Resources, Inc (IRI)

Het marktonderzoeksbureau IRI verzamelt gegevens over verkoopgegevens (online en offline) van voedingsmiddelen in de vorm van wekelijkse scanningsdata. Het bureau beschikt over scanningsdata van de supermarkten die het overgrote deel van het totale marktaandeel in Nederland omvatten.

Gegevens zijn beschikbaar over onder andere het aantal verkochte producten, prijs, omzet, verpakkingsmaat en verkoopvolume. Individuele producten zijn identificeerbaar via het EAN.

2.1.4 *(Voor)onderzoek naar het combineren van gegevens over Schijf van Vijf-indeling en verkoop*

Op dit moment is er geen databron voorhanden die zowel gegevens bevat over de verkoopgegevens van producten in supermarkten als over het binnen of buiten de Schijf van Vijf vallen van die producten. Daarom

is onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden om een databron met gegevens over Schijf van Vijf-indeling te combineren met een bron met verkoopgegevens.

Het Voedingscentrum en het RIVM hebben eerder onderzoek gedaan waarbij gebruik is gemaakt van prijs- of verkoopgegevens uit een andere databron. De bevindingen geven inzicht in de bruikbaarheid dan wel beperkingen van een dergelijke aanpak voor het opzetten van een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten. Hieronder volgt een kort overzicht.

In 2017 en 2021 heeft het Voedingscentrum samen met het CBS onderzoek gedaan naar de prijsontwikkeling van voedingsmiddelen, waarbij onderscheid werd gemaakt tussen gezondere en ongezondere productgroepen [22]. Voor de consumentenprijsindex van het CBS zijn de voedingsmiddelen en dranken ingedeeld volgens ECOICOP (European Classification of Individual Consumption by Purpose) [23]. Dit is een vrij grove indeling in productgroepen. Het Voedingscentrum heeft binnen deze indeling voor elke productgroep aangegeven of dit als een gezondere of ongezondere productgroep beschouwd kon worden. Productgroepen waarin voornamelijk Schijf van Vijf-producten zitten, zoals groente, fruit en (magere en halfvolle) zuivel zijn als geheel bij gezondere producten ingedeeld. Productgroepen die niet in de Schijf van Vijf staan zijn bij ongezondere producten ingedeeld, zoals snoep, sauzen en snacks. Productgroepen waarin zowel gezondere als ongezondere producten zitten, en waarbij het niet mogelijk was om een opsplitsing te maken in gezonder en ongezonder, zijn ingedeeld bij gezondere, omdat een gezonde keuze uit deze groep mogelijk is. Zo kon de productgroep brood niet verder opgesplitst worden in witbrood en bruin- en volkorenbrood en is de productgroep brood als geheel bij de gezondere producten ingedeeld, omdat een gezondere keuze van bijvoorbeeld bruin- en volkorenbrood mogelijk is. Een beperking van deze aanpak is dat het onderscheid tussen gezondere en ongezondere producten gemaakt is op het niveau van productgroepen en niet op niveau van het individuele product. Dat laatste heeft in een monitor de voorkeur om een nauwkeuriger onderscheid te kunnen maken en producten in te kunnen delen binnen of buiten de Schijf van Vijf.

In 2019 heeft het RIVM een pilot uitgevoerd voor de productgroepen frisdranken en chips met verkoopgegevens aangekocht van NielsenIQ (ongepubliceerde data). De data zijn onder andere gebruikt om te schatten of de verhouding van verkoopvolumes tussen suikerhoudende en suikervrije (fris)dranken veranderd is tussen 2012 en 2018. Hiervoor zijn de verkoopgegevens van individuele producten door middel van het EAN gekoppeld aan een productgroepsindeling uit de Levensmiddelendatabank. Met behulp van aankoopgegevens uit een andere bron, het GfK huishoudpanel, heeft het RIVM enkele jaren later vergelijkbare analyses uitgevoerd voor de productgroepen vleesvervangers, soepen, en pudding, mousse en desserts (ongepubliceerde data). Ditmaal zijn aankoopgegevens gebruikt om voor 2018 het volumeaandeel van diverse producten binnen de productgroepen te bepalen. In beide pilots zijn de verkoop- of aankoopgegevens op productniveau ook gekoppeld aan samenstellingsgegevens uit de Levensmiddelendatabank om gemiddelde

voedingsstofgehalten, gewogen en ongewogen voor marktvolume, te berekenen. De resultaten van de pilots tonen aan dat de beoogde koppelingen in de praktijk mogelijk waren. Voor de best mogelijke koppeling is het belangrijk dat de producten uit de verschillende databanken zo goed mogelijk met elkaar overeenkomen. Dit kan op basis van het EAN. De aanbeveling is daarom om, op basis van dit kenmerk, verkoopgegevens aan te kopen van specifieke producten die beschikbaar zijn in de Levensmiddelendatabank.

Pilot Schijf van Vijf met CBS

Ten tijde van het verzoek van VWS om advies te geven over een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten, waren RIVM en CBS een pilot aan het voorbereiden in het kader van de NAPV. Deze pilot heeft als doel om samenstellingsgegevens van voedingsmiddelen te wegen naar marktvolume. De pilot omvat de productgroepen niet-alcoholische dranken en vleesvervangers. Ook in deze pilot is het koppelen van gegevens over voedingsmiddelen aan verkoopgegevens op het niveau van het EAN de basis. Besloten is deze pilot uit te breiden met enkele productgroepen om ook inzicht te krijgen in de haalbaarheid van een dergelijke koppeling voor de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten. In paragraaf 2.2 wordt deze pilot uitgebreider beschreven.

2.2 Pilot koppeling Levensmiddelendatabank aan CBS-PROTOS

2.2.1

Inleiding

Zoals beschreven in paragraaf 2.1.1 lijkt het combineren van gegevens over de Schijf van Vijf-indeling uit de Levensmiddelendatabank met verkoopgegevens een veelbelovende methode voor de monitor. Hiervoor is het noodzakelijk dat verkoopgegevens met voldoende detail en frequentie beschikbaar zijn en dat deze gegevens gekoppeld kunnen worden aan de gegevens in de Levensmiddelendatabank, bij voorkeur op het niveau van individuele producten (EAN).

Zoals beschreven in paragraaf 2.1.4 werd ten tijde van het verzoek van VWS om advies te geven over de opzet van een monitor van Schijf van Vijf-producten al gewerkt aan een pilot ten behoeve van de monitoring van de NAPV. Voor deze pilot worden gegevens uit de Levensmiddelendatabank gekoppeld met transactiegegevens uit CBS-PROTOS. Er is daarom besloten om de pilot uit te breiden met een aanvullende pilot in het kader van de monitor Schijf van Vijf-producten.

Het doel van deze pilot is om inzicht te krijgen in de haalbaarheid van het opzetten van een monitor naar de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf door het samenbrengen van informatie over de Schijf van Vijf-indeling uit de Levensmiddelendatabank met verkoopgegevens van CBS-PROTOS.

Voor de geselecteerde product(sub)groepen wordt het volgende uitgevoerd:

- Bepalen van het aantal verkochte producten binnen en buiten de Schijf van Vijf.
- Bepalen van het aandeel van de omzet binnen en buiten de Schijf van Vijf.

- Bepalen van het verkochte volume (in kilogram of liter product) binnen en buiten de Schijf van Vijf.

Voor elk van bovenstaande uitkomstmaten worden de resultaten geaggregeerd per product(sub)groep.

2.2.2 *Werkwijze*

Selectie van productgroepen

Zoals aangegeven is voor deze pilot aangesloten bij de monitor NAPV, waarvoor de productgroepen vleesvervangers en niet-alcoholische dranken al waren gekozen. Deze selectie is uitgebreid met productgroepen die deels binnen en deels buiten de Schijf van Vijf vallen. Voor de monitor NAPV is het van belang dat het gaat om productgroepen met bewerkte, 'herformuleerbare' producten. Voor de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten is het van belang dat ook versproducten in het marktvolume meegenomen kunnen worden. Daarom worden productgroepen die naast voorverpakte producten ook versproducten omvatten (zoals brood, kaas en vleeswaren) expliciet in de selectie opgenomen.

Gebruikte data en periode

De gegevens over Schijf van Vijf-indeling uit de Levensmiddelendatabank en gegevens over de verkoop van producten worden door het CBS in het PROTOS-systeem gekoppeld via de koppelsleutel EAN. Bij het koppelen wordt er gecontroleerd of het daadwerkelijk om dezelfde producten gaat die gekoppeld zijn. Voor de pilot zijn gegevens uit 2020 gebruikt. Voor beide datasets betrof het gegevens over alle producten (op basis van het EAN) die op enig moment in 2020 in de database voorkwamen.

Door de koppeling in PROTOS ontstaat er een dataset waarbij de gegevens uit de Levensmiddelendatabank gecombineerd zijn met de verkoopgegevens, met als uitkomst aantal verkochte producten, omzet, informatie over de eenheid en productbeschrijvingen. Hierbij zijn gegevens het aantal verkochte producten en omzet over heel 2020 per EAN bij elkaar opgeteld.

2.2.3 *Eerste bevindingen*

De eerste bevindingen laten zien dat het mogelijk is om gegevens uit de Levensmiddelendatabank en transactiedata uit PROTOS op EAN te koppelen. Of de koppeling van voldoende kwaliteit is, en het uiteindelijke koppelpercentage hoog genoeg is om, binnen de geselecteerde productgroepen, betrouwbare uitspraken te doen over verkoopaantallen, omzet en verkoopvolume van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf moet nog blijken uit het vervolg van de pilot.

Bij alle stappen die uitgevoerd worden, van koppelen tot het samenstellen van verkoopvolumes, zullen producten afvallen of verkeerd gekoppeld worden. Om inzicht te krijgen in de nauwkeurigheid van de methode wordt er daarom kritisch gekeken naar de juistheid van de koppeling, de indeling in productgroepen, het aggregeren naar verkoopaantallen en omzet en het omrekenen en aggregeren van verkoopvolumes.

Producten in beide databronnen worden gekoppeld op EAN, en wanneer dit niet eenduidig kan, bijvoorbeeld door het ontbreken van een EAN, dan kan ook aanvullende informatie uit de productomschrijving of van de betreffende supermarkt gebruikt worden. Hiermee kan het koppelpercentage mogelijk worden verhoogd.

Ook dient het omrekenen van de verkoopgegevens naar volumes in liters en kilogrammen nog verder te worden uitgewerkt. Hiervoor wordt het aantal verkochte producten vermenigvuldigd met de verpakkingsmaat. Hierbij kan informatie over de verpakkingsmaat uit de Levensmiddelendatabank en/of uit de transactiedata worden gebruikt.

Tot slot moeten de uitkomsten naar verkoopaantallen, omzet en marktvolume onderverdeeld worden naar het aandeel binnen en buiten de Schijf van Vijf en geaggregeerd worden naar voedingsmiddelen(sub)groep.

of een bepaald koppelpercentage als voldoende te accepteren.

Bij elke stap moet een oplossing worden gevonden voor ontbrekende of inconsistente gegevens. Bijvoorbeeld door aannames te doen, gericht aanvullende informatie te zoeken of een bepaald koppelpercentage als voldoende te accepteren.

2.3 Monitoring binnen de out-of-home sector

Het opzetten en uitvoeren van een monitor van het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen in de out-of-home sector vergt een andere aanpak dan in supermarkten. Een belangrijke uitdaging is het verkrijgen van de benodigde gegevens. Op dit moment bevatten de Levensmiddelendatabank en de databanken van de geselecteerde aanbieders van verkoopgegevens geen of slechts een beperkte hoeveelheid producten die via de out-of-home sector aangeboden worden. Het verkrijgen van voldoende gegevens is complex vanwege de vele verschillende kanalen die onderdeel uitmaken van de sector. Denk aan horeca, zoals restaurants, fastfoodketens en cafés, maar ook aan bijvoorbeeld catering, kiosken en benzinestations.

Een belangrijk aspect bij het uitbreiden van de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten naar de out-of-home sector is daarom de keuze voor de typen kanalen waarop de monitor gericht zal zijn. De bijdrage van de out-of-home kanalen aan de totale voedselconsumptie, en daaraan gerelateerd de impact op de volksgezondheid, kan hierin meegewogen worden. Een praktische overweging is de beschikbaarheid van de benodigde gegevens of de mogelijkheden om deze te verkrijgen. Voor de horeca is dit laatste naar verwachting beter haalbaar bij ketens die een vast menu of menucyclus hebben. Ten slotte is het gewenst om de keuze van kanalen aan te laten sluiten bij de afspraken in het kader van het NPA en/of beleidsmaatregelen. De verschillende aspecten staan hieronder nader toegelicht.

Impact op de volksgezondheid

Het is zinvol om kanalen te selecteren waar de verschuiving richting gezondere of juist ongezondere producten en/of maaltijden de meeste impact op de volksgezondheid kan maken. Op basis van gegevens van het Food Service Instituut Nederland en LEI Wageningen UR is bekend

dat mensen, ten tijde van de metingen, ongeveer een derde van hun voedselbestedingen wijdden aan buitenshuis eten [24]. Volgens het FoodService Instituut Nederland zijn de bestedingen aan buitenshuis eten tijdens de coronapandemie gedaald, maar zullen deze in 2022 weer op het niveau van voor de coronapandemie komen [25, 26]. Als aanvulling op het selecteren van kanalen waarmee de meeste impact op de volksgezondheid te maken is, is het belangrijk te overwegen of de verkoop van Schijf van Vijf-producten voor deze sector de best passende uitkomstmaat is, zie ook 'Relatie met beleidsmaatregelen'.

Haalbaarheid van dataverzameling

In het eerste kwartaal van 2022 is de Levensmiddelendatabank uitgebreid met ongeveer 13.000 groothandelproducten van de data-aanbieder PS in Foodservice. Mogelijk zijn deze data op termijn te gebruiken om het aandeel Schijf van Vijf-producten of consumptiegroei daarin te bepalen en op die manier een beeld te vormen hoe de out-of-home sector zich ontwikkelt. Daarvoor is nog wel een bron van verkoopgegevens nodig.

In het eerdergenoemde rapport van de Wageningen Universiteit, de Vrije Universiteit Amsterdam en de Universiteit Utrecht, is geadviseerd om te starten met een monitor voor ketens die een centraal menubeheer hebben [13]. De samenstelling van de maaltijden is daar naar verwachting meer gestandaardiseerd dan die van maaltijden aangeboden door ketens die geen centraal menubeheer hebben. Daarnaast zullen cateraars waarschijnlijk over meer gegevens over de gezondheid en duurzaamheid van producten en/of maaltijden beschikken dan andere aanbieders, vanwege de eisen rond maatschappelijk verantwoord inkopen. Hiervoor dienen zij steeds vaker dergelijke gegevens aan de inkopende organisaties aan te leveren. Om deze reden zal het verzamelen van de benodigde informatie van deze ketens en cateraars het meest haalbaar zijn.

Relatie met beleidsmaatregelen

Voor de prioritering van kanalen is het ook zinvol deze aan te laten sluiten bij de afspraken in het kader van het NPA en/of beleidsmaatregelen rond het stimuleren van gezonde voedselkeuzes. In het NPA staan voor de horeca bijvoorbeeld maatregelen opgenomen om meer groenten en minder vlees aan te bieden [6]. Dit zijn andere uitkomstmaten dan de verkoop van Schijf van Vijf-producten.

Maaltijden uit de out-of-home sector kunnen ingedeeld worden als binnen of buiten de Schijf van Vijf volgens de maaltijdcriteria van het Voedingscentrum [27]. Het Voedingscentrum heeft maaltijdcriteria opgesteld voor hoofdgerechten, ontbijt- en lunchgerechten, gemengde salades en belegde broodjes. Maaltijden moeten per component of ingrediënt worden beoordeeld. Hiervoor is dus gedetailleerde informatie nodig over de maaltijdsamenstelling en het is wellicht niet altijd mogelijk om dit te achterhalen. Bovendien kan dit arbeidsintensief zijn, indien het niet geautomatiseerd kan worden.

3 Aanbevelingen en discussie

Een gezond voedingspatroon volgens de aanbevelingen van de Schijf van Vijf [3], bevat voldoende voedingsstoffen, levert niet te veel energie en zorgt voor een lagere inname van zout, suiker en verzadigd vet [4, 28]. Via het Nationaal Preventieakkoord (NPA) streven verschillende partijen, waaronder supermarkten, ernaar dat alle inwoners van Nederland eten en drinken op een wijze die bijdraagt aan een gezond gewicht en een gezond voedingspatroon met de Schijf van Vijf als leidraad [6]. Een monitor van het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen is relevant voor beleidsmaatregelen rond gezonde en duurzame voeding in brede zin, maar kan ook specifiek de effecten van maatregelen uit bijvoorbeeld het NPA en het Coalitieakkoord inzichtelijk maken [29]. Aangezien supermarkten verantwoordelijk zijn voor het grootste deel van de verkoop van voedingsmiddelen in Nederland, is het belangrijk om deze op te nemen in de monitor. De out-of-home sector vormt een belangrijke aanvulling, aangezien Nederlanders ongeveer een derde van hun voedselbestedingen wijden aan buitenshuis eten [24]. Dit rapport presenteert adviezen over de opzet en uitvoering van een dergelijke monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten. Daarnaast beschrijft het rapport de mogelijkheden voor verbreding van de monitor naar de out-of-home sector.

3.1 Doelstellingen van de monitor

Het ministerie van VWS kan een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten voor verschillende doeleinden inzetten. Allereerst kan de monitor bijdragen aan de evaluatie van de effectiviteit van beleidsmaatregelen. Hoewel verkoopcijfers ook afhankelijk zijn van andere factoren, zoals ontwikkelingen in koopkracht en prijzen, en daardoor niet één op één kunnen worden toegeschreven aan de effecten van beleidsmaatregelen, kunnen de resultaten wel inzicht geven in de richting van de effecten, om zo bestaande maatregelen bij te sturen en/of aanvullende beleidsmaatregelen te treffen. Voor dit doel is het van belang om andere factoren die de (veranderingen in) verkoop kunnen verklaren in kaart te brengen en de resultaten hiervan te interpreteren in samenhang met evaluatie van de voortgang van de maatregelen.

Bij het voorbereiden van een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten is het advies om doelstellingen SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden) te formuleren. Hierbij is het belangrijk de verkoop van Schijf van Vijf-producten af te zetten tegen de totale verkoop van voedingsmiddelen. Dit om te kunnen corrigeren voor veranderingen in de totale productverkoop, want die wordt ook beïnvloed door andere factoren, zoals een bevolkingstoename of een verschuiving van andere verkoopkanalen naar de supermarkt of omgekeerd. Een monitor die enkel absolute verkoopcijfers bevat houdt geen rekening met deze factoren. Idealiter leidt een toename van de verkoop van Schijf van Vijf-producten tot een afname van de verkoop van producten die erbuiten vallen.

Ook is een nulmeting van de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf belangrijk om veranderingen in kaart te kunnen brengen. Hierbij is het de vraag of, en zo ja, op welke manier, veranderingen in de verkoop van Schijf van Vijf-productgroepen samen te brengen zijn in één conclusie over veranderingen in de verkoop van *alle* Schijf van Vijf-producten (over productgroepen heen), omdat verkoopvolumes tussen productgroepen niet altijd goed te vergelijken zijn. Het toepassen van een weging kan een oplossing zijn, hoewel de wegingsfactor lastig te bepalen is. Denk aan een wegingsfactor om het gewicht van groenten beter vergelijkbaar te maken met het gewicht van dranken.

Aanbevelingen

- Formuleer SMART-doelstellingen waarbij de beoogde veranderingen in de verkoop van Schijf van Vijf-producten gekwantificeerd zijn.
- Monitor het aandeel van Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen.
- Voer een nulmeting uit van de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf om veranderingen in de tijd tegen af te kunnen zetten.

3.2 Schijf van Vijf-indeling

Monitoring van het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen vereist zowel gegevens over Schijf van Vijf-indeling als verkoopgegevens. De Levensmiddelendatabank is de gewenste bron voor gegevens over Schijf van Vijf-indeling van voedingsmiddelen die verkocht worden in Nederlandse supermarkten. Om een indeling mogelijk te maken zijn producten ingedeeld in Schijf van Vijf-productgroepen. De dekking van de Levensmiddelendatabank beslaat ongeveer 75 procent van het voedingsmiddelenaanbod in Nederlandse supermarkten, omdat gegevens van zowel enkele grotere als kleinere supermarkten ontbreken. De aanname is dat de beschikbare hoeveelheid etiketgegevens voldoende representatief is en dat de kwaliteit van de gegevens goed genoeg is voor een monitor van Schijf van Vijf-producten.

Bindende afspraken over het aanleveren van gegevens zijn gewenst om de landelijke dekking van de Levensmiddelendatabank te vergroten en de kwaliteit van gegevens te verbeteren wat betreft de producten die aangeboden worden in Nederlandse supermarkten.

Aanbevelingen

- Gebruik de Levensmiddelendatabank voor gegevens over de Schijf van Vijf-productgroepen en Schijf van Vijf-indeling van individuele producten.
- Maak bindende afspraken over het aanleveren van etiketgegevens aan de Levensmiddelendatabank.

3.3 Verkoopgegevens

Verkoopgegevens zijn te gebruiken om het volume, het aantal eenheden en/of de waarde (omzet) van verkochte voedingsmiddelen uit te

drukken. De keuze voor de meest geschikte uitkomstmaat is afhankelijk van de beschikbaarheid van gegevens in de geselecteerde databank met verkoopgegevens. *Verkoopvolume*, wanneer uitgedrukt in kilogram of liter, benadert het beste het aandeel Schijf van Vijf-producten. Daarmee is deze variabele het meest geschikt om te gebruiken bij het volgen van veranderingen in de verkoop van producten binnen en buiten de Schijf van Vijf.

Het *aantal verkochte producten* is als uitkomstmaat minder geschikt dan volume, omdat kleine verpakkingen even zwaar meetellen als grote verpakkingen. Ter illustratie, in de categorie dranken tellen blikjes net zoveel mee als flessen van anderhalve liter. Deze variabele kan wel een ruwe schatting geven van veranderingen in de relatieve verkoop van producten binnen de Schijf van Vijf ten opzichte van producten daarbuiten.

De variabele *omzet* is minder geschikt als uitkomstmaat. Prijs is onderdeel van deze variabele, waardoor een omzetstijging geen stijging in het verkoopvolume hoeft te betekenen. Het volgen van prijsveranderingen (over dezelfde periode) is echter wel relevant, omdat het inzicht kan verschaffen of veranderingen in omzet gedreven worden door veranderingen in prijs.

Aanbeveling

Kies verkoopvolume als uitkomstmaat. Bepaal voor productgroepen waarbij dit niet mogelijk is of aantal verkochte producten of omzet het beste alternatief is.

- Verkoopvolume: voor het volgen van veranderingen in de relatieve verkoop van producten binnen de Schijf van Vijf ten opzichte van producten daarbuiten. Dit is de meest gewenste uitkomstmaat.
- Aantal verkochte producten: voor het verkrijgen van een ruwe schatting van veranderingen in de relatieve verkoop van producten binnen de Schijf van Vijf ten opzichte van producten daarbuiten. Dit is een alternatieve uitkomstmaat indien het verkoopvolume niet beschikbaar is.
- Omzet: voor het in kaart brengen van grote schommelingen of onevenredige prijsveranderingen tussen verschillende productgroepen.

Potentiële data-aanbieders

Uitgangspunt bij de inventarisatie van aanbieders van gegevens over de verkoop van voedingsmiddelen in Nederlandse supermarkten was de beschikbaarheid van gegevens over individuele producten met het EAN als kenmerk. De geselecteerde aanbieders (CBS, NielsenIQ, GfK en IRI) beschikken over gegevens van de grote spelers in de Nederlandse supermarktbranche en kunnen daarmee naar verwachting een voldoende representatief beeld geven van de verkoop van voedingsmiddelen in Nederlandse supermarkten. Ze zijn daardoor alle vier geschikt om data aan te leveren voor een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten. Voor geen van de aanbieders is de markt volledig in beeld, omdat gegevens ontbreken van supermarkten met een klein marktaandeel. Dit gaat bijvoorbeeld om supermarkten die geen deel uitmaken van een (landelijke) keten.

GfK beschikt, in tegenstelling tot de andere data-aanbieders, over een huishoudpanel. Een voordeel hiervan is dat aankopen op het niveau van huishoudkenmerken, zoals leeftijd en geslacht van de gezinsleden en opleidings- of inkomenscategorie, te analyseren zijn. Een mogelijk nadeel is dat de aankoopgegevens afhankelijk zijn van zelfrapportage, waardoor de kans bestaat dat panelleden bepaalde producten niet scannen. Het onderscheid naar opleidings- of inkomenscategorie is niet meer te maken wanneer enkel aankoopgegevens gekoppeld worden aan gegevens over Schijf van Vijf-indeling, zoals bij de overige drie aanbieders van verkoopgegevens.

Het is te vroeg om een onderbouwde keuze te maken voor één dataleverancier, onder meer omdat de pilot met het CBS nog loopt. Ook moeten de kosten voor het aanleveren van verkoopgegevens nog nader worden onderzocht. Ten slotte zijn er verschillen tussen het aankopen van gegevens bij een commerciële aanbieder en het aangaan van een samenwerking met of het uitzetten van een opdracht bij een *non-profit* organisatie. Het is sterk aan te bevelen om bindende afspraken voor een langdurige samenwerking met de gekozen leverancier te maken, zodat er een doorlopende aanlevering van gegevens is met een stabiele methode van dataverzameling en waarbij deze voldoende transparant is. Daarmee zijn de resultaten vergelijkbaar over langere tijd en kan een trend in beeld worden gebracht.

Aanbevelingen

- Kies voor een aanbieder die beschikt over verkoopgegevens van voedingsmiddelen in Nederlandse supermarkten op het niveau van individuele producten met het EAN als kenmerk.
- Kies voor een aanbieder die beschikt over verkoopgegevens van supermarkten die het overgrote deel van het totale marktaandeel in Nederland omvatten.
- Maak bindende afspraken voor een langdurige samenwerking met een leverancier, waarbij de methode van dataverzameling voldoende transparant en stabiel is.

3.4 Koppeling Schijf van Vijf-indeling aan verkoop

De Levensmiddelendatabank gebruikt het EAN om individuele producten te onderscheiden. Uit vooronderzoek is gebleken dat het EAN een logische variabele is om gegevens uit de Levensmiddelendatabank te koppelen aan verkoopgegevens uit een andere databron. De pilot met het CBS in het kader van dit advies toont specifiek aan dat de koppeling van Schijf van Vijf-indeling aan verkoopgegevens mogelijk is. Om uitspraken te kunnen doen over de kwaliteit van de uitkomsten en verdere verfijning van de methode is voortzetting van de pilot nodig.

De koppeling met het EAN als unieke koppelsleutel kent ook beperkingen. Bepaalde producten die pas in de supermarkt verpakt worden, zoals losse groente en los fruit, krijgen vaak een eigen code (dus geen officiële EAN, maar wel als zodanig gebruikt). Ook is het EAN niet altijd uniek, omdat fabrikanten bepaalde nummers kunnen hergebruiken voor nieuwe producten. De verkoopgegevens van deze producten zullen daardoor minder goed te koppelen zijn aan die van hetzelfde product in de Levensmiddelendatabank. De omvang van deze problemen en mogelijke oplossingen worden nader onderzocht in de

pilot met het CBS. De uitkomsten hiervan kunnen ook van toepassing zijn op andere aanbieders.

Een knelpunt dat in alle pilots tot nu toe aan de orde gekomen is, is het omrekenen van aantallen verkochte producten naar verkoopvolumes. Hiervoor is het nodig dat het volume (kilogram of liter) per verkocht product bekend is. In de brondatabases waarin productgegevens worden verzameld, zoals GS1, zijn ook data aanwezig over de verpakkingsgrootte of netto-inhoud, die gebruikt kunnen worden voor het berekenen van het volume. In de pilot met het CBS wordt momenteel onderzocht in hoeverre deze data dekkend zijn. Mogelijke oplossingen voor producten die onverpakt verkocht worden zijn om het volume per product te schatten of om het aantal verkochte producten direct te gebruiken als uitkomstmaat (dus zonder omrekening naar het verkoopvolume). Hiermee is alsnog een schatting te verkrijgen van veranderingen in de verkoopvolumes van Schijf van Vijf-producten.

Voor de opzet van de monitor is het ook van belang om te onderzoeken of de methodiek uit de pilot toepasbaar is op andere voedingsmiddelen(sub)groepen en om te onderzoeken of en hoe de resultaten per voedingsmiddelensubgroep kunnen worden vertaald naar één eendoordeel over het marktvolume van Schijf van Vijf-producten.

Aanbevelingen

- Koppel gegevens over Schijf van Vijf-indeling met verkoopgegevens van individuele producten via het EAN. Hiervoor is het noodzakelijk dat beide databases het EAN bevatten.
- Bedenk tijdens de opzet van de monitor hoe om te gaan met:
 - producten die niet op het EAN te koppelen zijn;
 - producten die voorkomen in slechts één van de databanken.
- Formuleer tijdens de opzet van de monitor oplossingen om:
 - per productgroep veranderingen te monitoren wanneer verkoopvolumes niet te berekenen zijn;
 - veranderingen over productgroepen heen te monitoren wanneer verkoopvolumes tussen productgroepen niet goed te vergelijken zijn.

3.5 Andere beslispunten bij de opzet van de monitor

Naast het kiezen van de databronnen, zoals beschreven in de paragrafen 3.2 en 3.3, is er bij het opzetten van de monitor nog een aantal andere punten waarover een beslissing moet worden genomen. Zo zijn er onder andere keuzes nodig rond de frequentie, timing en duur van de metingen, de betrokkenheid van relevante partijen, de mate van transparantie bij de rapportage van de resultaten en het borgen van de toekomstbestendigheid van de monitor. Deze punten staan hieronder kort toegelicht.

Vaststellen van de frequentie, timing en duur van de metingen

Voor een betrouwbare monitor is het belangrijk dat de frequentie afgestemd is op de beoogde gevoeligheid om veranderingen in de tijd op te pikken. In het algemeen kunnen kleine veranderingen beter opgepikt worden over een langere periode. Veranderingen rond de verkoop van Schijf van Vijf-producten zullen samenhangen met onder

andere beleidsdoelstellingen hieromtrent en de ambities van supermarkten om de doelen te bereiken. Verder moet het detailniveau waarop gemonitord zal worden, afgewogen worden tegen de beschikbare tijd, mensen en middelen.

De Wageningen Universiteit, de Vrije Universiteit Amsterdam en de Universiteit Utrecht hebben een interviewstudie met experts en stakeholders met betrekking tot de voedselomgeving uitgevoerd in het kader van een advies over een monitor van het productaanbod in supermarkten. Hieruit is het eindadvies gekomen om een afweging te maken tussen vaker kort en simpel te monitoren, bijvoorbeeld maximaal om de twee jaar, of minder vaak wat uitgebreider. De monitoring van het NPA is op een vergelijkbare manier opgezet. Het RIVM publiceert jaarlijks een rapportage over de voortgang van de afspraken [7, 8]. Eén keer in de drie jaar zal het instituut de resultaten publiceren van een uitgebreide evaluatie waarin ook een schatting van de impact van het akkoord opgenomen zal zijn. Een manier om een jaarlijkse monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten uit te voeren is het aandeel Schijf van Vijf-producten bepalen op basis van het aantal verkochte producten. Voor de uitgebreide monitor eens in de drie jaar is het verkoopvolume de meest geschikte uitkomstmaat. De mogelijkheid om een monitor op te zetten met een relatief hoge frequentie hangt wel samen met de beschikbaarheid van gegevens.

Wat betreft de timing en duur van de metingen is het aan te bevelen om cijfers over een heel jaar te gebruiken om te kunnen corrigeren voor de effecten van de seizoenen en gebeurtenissen in bepaalde perioden van het jaar, zoals de feest- en vakantiedagen en goede voornemens van mensen. Als de keuze komt te liggen op een kortere periode, dan is het belangrijk om iedere keer dezelfde periode te kiezen met zo min mogelijk feest- en/of vakantiedagen.

Aanbevelingen

- Gebruik verkoopvolumes over een heel jaar.
- Sluit aan bij de frequentie van de monitor van het NPA: jaarlijks een eenvoudige monitor en eens in de drie jaar een uitgebreide evaluatie. Een jaarlijkse eenvoudige monitor zou gebaseerd kunnen worden op het aantal verkochte producten.

Betrokkenheid van relevante partijen

De mate waarin betrokkenheid van verschillende partijen gewenst is zal afhangen van de doelstellingen en de opzet van de monitor. De monitor zal verbonden zijn aan beleidsmaatregelen en de inzet hiervoor door verschillende partijen. Onder andere supermarkten, retailers, brancheorganisaties, gezondheidsfondsen en consumentenorganisaties kunnen commentaar leveren op de doelstellingen en de opzet van de monitor ofwel enkel geïnformeerd worden over de plannen en de uitvoer ervan.

Voor (aanvullende) dataverzameling is het vanzelfsprekend nodig om de data-aanbieders te consulteren en betrekken. Afspraken over onder andere vertrouwelijkheid, publicatie en het eventueel verplicht aanleveren van gegevens zullen dan nog vastgelegd moeten worden.

Aanbevelingen

- Betrek supermarkten, retailers, brancheorganisaties, gezondheidsfondsen en/of consumentenorganisaties op basis van de doelstellingen en de opzet van de monitor.
- Houd rekening met de beschikbaarheid van de benodigde gegevens voor de uitvoer van de monitor. Consulteer en betrek relevante data-aanbieders voor (aanvullende) dataverzameling.
- Maak bindende afspraken over het aanleveren van gegevens.

Keuze voor mate van transparantie

In het kader van het besteden van publiek geld en het verantwoorden van de resultaten van het gevoerde beleid zullen de resultaten van de monitor openbaar gemaakt worden. Idealiter worden bij de resultaten van de monitor de namen van supermarkten en eventueel die van specifieke productgroepen bekend gemaakt. Dit maakt het mogelijk om goede voorbeelden uit te lichten. De betreffende supermarkten kunnen zich gewaardeerd voelen voor hun inspanningen. Daarnaast kunnen de resultaten een stimulans zijn voor supermarkten die nog minder goed presteren. Verkoopgegevens zijn echter over het algemeen (bedrijfs)vertrouwelijk en mogen daarom niet herleidbaar zijn naar individuele supermarkten of producten. Het zoveel mogelijk aggregeren van gegevens tot het niveau van productgroepen en in geanonimiseerde vorm publiceren van de resultaten is een mogelijke oplossing om vertrouwelijkheid te kunnen waarborgen.

Voor de gegevens in de Levensmiddelendatabank die zijn aangeleverd door producenten en retailers gelden afspraken over de toepassingen waarvoor deze te gebruiken zijn. Momenteel geldt dat de aangeleverde gegevens alleen te gebruiken zijn voor voorlichting en onderzoek door het Voedingscentrum en het RIVM.

Aanbeveling

- De monitor moet, binnen de grenzen van afspraken over vertrouwelijkheid, een maximale transparantie hebben.

Toekomstbestendigheid van de monitor

De Gezondheidsraad brengt met tussenpozen van een aantal jaar een herziene versie van de Richtlijnen goede voeding uit. Iedere herziene versie zal aanpassingen in de Richtlijnen Schijf van Vijf met zich meebrengen. De criteria om te beoordelen of producten binnen de Schijf van Vijf vallen of erbuiten kunnen dan ook wijzigen, evenals de criteria voor de indeling in Schijf van Vijf-productgroepen. Ook tussentijdse evaluatie van de criteria kan leiden tot een aanpassing van deze criteria. De Schijf van Vijf-beoordeling van producten in de Levensmiddelendatabank zal te allen tijde up-to-date blijven, omdat eventueel aangepaste criteria verwerkt worden in de Levensmiddelendatabank. Als gevolg hiervan kunnen producten tijdens de monitoring bijvoorbeeld verschuiven naar een andere productgroep of ingedeeld worden in een nieuw gedefinieerde productgroep. Ook zijn verschuivingen van producten van binnen de Schijf van Vijf naar daarbuiten, of omgekeerd, niet uitgesloten.

Om de toekomstbestendigheid van de monitor te kunnen borgen is het belangrijk om de uitgangspunten van de nulmeting tijdens de opzet al

goed te definiëren. Daarnaast zullen veranderingen in de Schijf van Vijf-indeling of -criteria bij de interpretatie van de uitkomsten van de monitor als mogelijke verklaringen meegenomen moeten worden.

3.6 Out-of-home sector

Eén van de voornaamste uitdagingen bij het opzetten en uitvoeren van een monitor voor de out-of-home sector over het aandeel Schijf van Vijf-producten ten opzichte van de totale verkoop van voedingsmiddelen, is het verkrijgen van de benodigde gegevens. Dit hangt samen met de vele verschillende kanalen die onderdeel uitmaken van de sector. Het is niet realistisch om te starten met alle typen kanalen tegelijkertijd. Daarom is het advies om één of enkele kanalen te prioriteren om de monitor in eerste instantie op te richten. Verschillende kanalen binnen de horeca en catering zijn interessant vanwege de mogelijke impact van veranderingen binnen die kanalen op de volksgezondheid. Restaurant(keten)s en cateraars die een centraal menubeheer hebben zijn het meest kansrijk wat betreft het verzamelen van de benodigde gegevens, omdat deze partijen over het algemeen over meer gegevens van producten en/of maaltijden beschikken vergeleken met partijen die geen centraal menubeheer hebben.

Voor de horeca en catering is verder de aanbeveling om de monitor van de Verkoop van Schijf van Vijf-producten aan te laten sluiten bij afspraken in het kader van het NPA en/of beleidsmaatregelen rond het stimuleren van gezonde voedselkeuzes. Een voorbeeld is het kiezen van een aanvullende uitkomstmaat die ingaat op de doelstellingen van het NPA, zoals de hoeveelheden vlees en groente en/of portiegrootte. Ook wordt nog onderzocht door het RIVM in hoeverre de trapsgewijze grenswaarden die opgesteld zijn voor de NAPV [30] toepasbaar zijn op producten en/of maaltijden binnen de out-of-home sector. Het advies is ook nader onderzoek te doen naar het verkrijgen van de benodigde gegevens via 'centrale' aanbieders van verkoopgegevens van producten uit de out-of-home sector.

Aanbevelingen

- Prioriteer één of enkele kanalen om de monitor in eerste instantie op te richten.
- Selecteer het/de kana(a)l(en) binnen de horeca en catering vanwege de mogelijke impact van veranderingen binnen deze kanalen op de volksgezondheid.
- Kies specifiek voor restaurantketens en cateraars die een centraal menubeheer hebben, omdat deze partijen over het algemeen over meer gegevens van producten en/of maaltijden beschikken.
- Zorg voor aansluiting bij de afspraken in het kader van het NPA en/of beleidsmaatregelen rond het stimuleren van gezonde voedselkeuzes.

3.7 Relatie tot andere monitors

In het kader van het verbeteren van de voedselomgeving en het bevorderen van een gezond en duurzaam voedingspatroon is het belangrijk om de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten als aanvulling te zien op bestaande monitors, zoals de

Voedselconsumptiepeiling en Monitor productverbetering. Zo kan het interessant zijn om de resultaten van de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten te vergelijken met de Voedselconsumptiepeiling met als doel te onderzoeken in hoeverre beide monitors dezelfde trends laten zien. Iedere monitor heeft verschillende voor- en nadelen, zoals missende gegevens of onderrapportage. Daarom vullen deze beide monitors elkaar aan. Op basis van alleen verkoopgegevens is bijvoorbeeld niet vast te stellen of de dagelijkse inname van voedingsstoffen door consumenten adequaat is. Verkoopgegevens geven daarentegen een betere indicatie van het voedselaanbod en zijn niet afhankelijk van zelfrapportage.

Daarnaast kan het verbinden van een monitor van de verkoop van producten met een monitor van het aanbod en de promoties ervan inzicht geven in de effecten van veranderingen in het voedselaanbod en de prijs op het aankoopgedrag van mensen. Verder is de monitor mogelijk te koppelen aan een monitor van de productsamenstelling en eventueel een voedselkeuzelogo. Op deze manier is het mogelijk om te onderzoeken of trends in aanbod en consumptie elkaar versterken of juist teniet doen.

In relatie tot het bevorderen van een gezond én milieuvriendelijk voedselpatroon kan het ook interessant zijn om gegevens over het aanbod, de verkoop of de inkoop van voedingsmiddelen in de Schijf van Vijf te combineren met gegevens over de milieubelasting. In de Database milieubelasting voedingsmiddelen [31] staat momenteel van ongeveer 250 producten in welke mate het milieu belast wordt door de productie van een kilogram van het betreffende product. Hiermee worden al berekeningen uitgevoerd in het kader van voedselconsumptie. De verwachting is dat het aantal producten in de database in de komende jaren zal toenemen. Dan zal het ook mogelijk zijn om met behulp van de Database milieubelasting voedingsmiddelen en inkoopgegevens van cateraars bijvoorbeeld te evalueren in hoeverre cateraars maatschappelijk verantwoord inkopen, wat aansluit bij breder overheidsbeleid.

Aanbevelingen

- Onderzoek de mogelijkheden om de uitkomsten van een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten te vergelijken met die van de Voedselconsumptiepeiling en/of monitors van het aanbod, de promotie en/of de samenstelling van producten.
- Onderzoek de mogelijkheden om een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten te koppelen aan gegevens over milieubelasting.

3.8 Conclusie

Samenvattend is het mogelijk om een monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten in supermarkten op te zetten. Het advies is dit te doen door het koppelen van verkoopgegevens en gegevens over de Schijf van Vijf-indeling via het EAN. De Levensmiddelendatabank is te gebruiken voor gegevens over de Schijf van Vijf-indeling van producten. Hierbij is het van belang dat er bindende afspraken over het aanleveren van gegevens komen, zodat de volledigheid en kwaliteit van de gegevens in de Levensmiddelendatabank verder verbeteren. Voor

verkoopgegevens is het advies om een langdurige samenwerking met de gekozen leverancier(s) aan te gaan, waardoor trendanalyses uit te voeren zijn.

Voor verbreding van de monitor naar de out-of-home sector zijn restaurant(keten)s en cateraars die een centraal menubeheer hebben het meest kansrijk om mee te beginnen. Het verkrijgen van de benodigde gegevens en het bepalen van de aansluiting bij de afspraken en/of beleidsmaatregelen rond het stimuleren van gezonde en duurzame voedselkeuzes zijn belangrijke eerste stappen.

In het kader van het verbeteren van het voedselaanbod en het bevorderen van een gezond en duurzaam voedingspatroon is het belangrijk om de monitor van de verkoop van Schijf van Vijf-producten te laten aansluiten op bestaande monitors, zoals de Voedselconsumptiepeiling en Monitor productverbetering, zodat de resultaten van deze monitors elkaar aanvullen.

4 Literatuur

1. World Health Organization (WHO). *Factsheet obesity and overweight*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>. 2021.
2. VZinfo. *Overgewicht*. <https://www.vzinfo.nl/overgewicht#nodetrend-overgewicht-volwassenen>. 2021.
3. E. Brink, et al., *Development of healthy and sustainable food-based dietary guidelines for the Netherlands*. *Public Health Nutr*, 2019. 22(13): p. 2419-2435.
4. Gezondheidsraad, *Richtlijnen goede voeding 2015*. *Publicatienr. 2015/24*. 2015, Gezondheidsraad: Den Haag.
5. R.W.C. Schuurman et al., *Eet en drinkt Nederland volgens de Richtlijnen Schijf van Vijf? RIVM-rapport 2020-0082*. 2020, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM): Bilthoven.
6. Ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport (VWS), *Nationaal Preventieakkoord. Naar een gezonder Nederland*. 2018, VWS: Den Haag.
7. A. van Giessen et al., *Voortgangsrapportage Nationaal Preventieakkoord 2019*. DOI 10.21945/RIVM-2020-0104. 2020, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM),: Bilthoven.
8. A. van Giessen et al., *Voortgangsrapportage Nationaal Preventieakkoord 2020*. DOI 10.21945/RIVM-2021-0098. 2021, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM): Bilthoven.
9. E.H.M. Temme et al., *Monitor Productsamenstelling voor zout, verzadigd vet en suiker*. *RIVM Herformuleringsmonitor 2014*. *RIVM Briefrapport 2015-0034*. 2015, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM): Bilthoven.
10. E. Steenbergen et al., *Zout-, verzadigd vet- en suikergehalten in bewerkte voedingsmiddelen*. *RIVM Herformuleringsmonitor 2020*. *RIVM-briefrapport 2021-0138*. 2021, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM): Bilthoven.
11. Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM). *Voedselconsumptiepeiling. Achtergrond*. <https://www.waateetnederland.nl/achtergrond>. 2022.
12. S.K. Djojosoeparto, et al., *The Healthy Food Environment Policy Index (Food-EPI): Nederland. Een beoordeling van rijksoverheidsbeleid met betrekking tot de voedselomgeving in Nederland en beleidsaanbevelingen voor het creëren van een gezonde voedselomgeving*. 2021, Universiteit Utrecht: Utrecht.
13. M.P. Poelman, et al., *Monitoring van de mate van gezondheid van het aanbod en de promoties van supermarkten en out-of-home-ketens. Inzicht in de huidige stand van zaken en aanbevelingen voor het opzetten van een landelijke monitor*. 2021, Wageningen University & Research: Wageningen.
14. Voedingscentrum, *Richtlijnen Schijf van Vijf*. 2000, Voedingscentrum: Den Haag.

15. Voedingscentrum. *De Levensmiddelenbank*.
<https://www.voedingscentrum.nl/levensmiddelenbank>. 2021.
16. World Health Organization (WHO) Regional Office for Europe, *Using third-party food sales and composition databases to monitor nutrition policies*. 2021, WHO: Copenhagen.
17. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Aanvullend statistisch onderzoek*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/maatwerk-en-microdata/aanvullend-statistisch-onderzoek>. 2022.
18. The Nielsen Company. *Verkoopmetingen*.
<https://www.nielsen.com/nl/nl/solutions/sales-measurement/>. 2022.
19. Growth from Knowledge (GfK). *Consumer and Shopper Intelligence*. <https://www.gfk.com/products/consumer-and-shopper-intelligence>. 2022.
20. Information Resources Inc. (IRI). *Retail and collaboration*.
<https://www.iriworldwide.com/nl-nl/solutions/retail>. 2022.
21. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Standaard Bedrijfsindeling (SBI)*.
<https://sbi.cbs.nl/CBS.TypeerModule.TypeerServiceWebAPI/content/angular/app/#/code?sbicode=4711>. 2014.
22. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Prijs voeding met 18 procent gestegen in tien jaar*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/21/prijs-voeding-met-18-procent-gestegen-in-tien-jaar>. 2021.
23. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *ECOICOP indeling, CPI/HICP*. 2015, CBS: Den Haag.
24. *De Bosatlas van het Voedsel. Hoofdstuk 4 Voedselconsumptie; paragraaf/onderdeel: Thuis en buitenshuis eten*. 2014, Noordhoff Uitgevers: Groningen.
25. FoodService Instituut Nederland (FSIN). *Foodsector in 2021 terug op niveau, forse groei in 2022*.
<https://fsin.nl/media/upload/files/Persbericht%20FSIN%20-%20Cijferupdate%202021-2022.pdf>. 2021.
26. FoodService Instituut Nederland (FSIN). *FSIN Foodomzetoverzicht 2021 en 2022 EST*. <https://fsin.nl/fsin-foodomzetoverzicht-2021-en-2022-est>. 2022.
27. Voedingscentrum, *Criteria van de Richtlijnen Schijf van Vijf. Een overzicht voor professionals die hun aanbod gezonder maken*. 2021, Voedingscentrum: Den Haag.
28. Gezondheidsraad, *Overgewicht en obesitas. Publicatienr. 2003/07*. 2003, Gezondheidsraad: Den Haag.
29. VVD D66 CDA en ChristenUnie, *Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst. Coalitieakkoord 2021 – 2025*. 2021.
30. S. ter Borg, et al., *Nieuwe criteria voor productverbetering. Zout-, verzadigd vet- en suikergehalten voor voedingsmiddelengroepen. RIVM-rapport 2021-0203*. 2022, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM): Bilthoven.
31. Rijksinstituut voor Volksgezondheid en het Milieu (RIVM). *Database milieubelasting voedingsmiddelen*.
<https://www.rivm.nl/documenten/database-milieubelasting-voedingsmiddelen>. 2021.

RIVM

De zorg voor morgen begint vandaag