

Voorstudie Superlijst

Onderzoeksverslag

Achtergrond

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland heeft stichting Questionmark in samenwerking met Transitiecoalitie Voedsel verzocht de haalbaarheid van een supermarktvergelijking op gezond en duurzaam te onderzoeken. Deze vergelijking heeft als doel om gezond en duurzaam de makkelijke keuze te maken, en innovatie op duurzaamheid en gezondheid te stimuleren onder Nederlandse supermarkten.

Het resultaat van dit onderzoek is te lezen in het document 'Voorstel Superlijst'. In het voorliggende document geven we een beknopt verslag van het onderzoek dat daaraan ten grondslag lag, een overzicht van de geleerde lessen en een urenverantwoording op hoofdlijnen.

Activiteiten

Questionmark heeft voor de voorstudie Superlijst de volgende activiteiten uitgevoerd:

- **Conceptontwikkeling:** nadere uitwerking van het idee van Superlijst.
- **Methode ontwikkeling:** ontwerpen van een onderzoeksmethode met indicatoren om de duurzaamheid en gezondheid van het supermarktaanbod in kaart te kunnen brengen en te kunnen vergelijken tussen supermarkten.
- **Software ontwikkeling** voor het geautomatiseerd verzamelen van de onderzoeksgegevens vanuit webshops.
- **Opstellen werkprocessen** om op gestructureerde wijze dataverzameling in de supermarkt mogelijk te maken.
- **Praktijktesten** in de supermarkt om de haalbaarheid en werkbaarheid van de onderzoeksmethodiek te toetsen.
- **Draagvlak** gesprekken met Ministeries van LNV en VWS, en met NGO's.
- **Gesprekken** met gemeenten om interesse te toetsen om de voor de Superlijst te betalen.
- **Eerste communicatie ideeën** zijn ontwikkeld, visuals gemaakt en oriënterende gesprekken met mogelijke mediapartners gevoerd.
- **Ronde Tafel** met Supermarkten op 11/9/2018. Zes grote supermarktketens waren aanwezig, samen met experts vanuit de wetenschap, ministeries en NGO's.
- **Fondsenwervingsplan** opgesteld, team geactiveerd en propositie ontwikkeld om fondsen te werven voor de vervolgstappen van de Superlijst.

Overwegingen voor de vergelijkingsmethode

Voor het maken van een betrouwbare supermarktvergelijking is een gedegen en onderbouwde methode nodig. We gaan uit van de hoofdthema's gezondheid, milieu, mens & werk en dierenwelzijn. Questionmark heeft verschillende mogelijkheden voor het

vergelijken van supermarkten geïnventariseerd. Daarbij speelden de volgende overwegingen een rol:

Effectiviteit: geeft de vergelijking voldoende prikkel tot innovatie op duurzaamheid en gezondheid? Is er een risico op perverse effecten?

Eerlijkheid: is er een gelijk speelveld voor supermarkten? Hoe is de balans tussen negatieve aandacht voor de achterblijvers, en positieve aandacht voor de voorlopers?

Haalbaarheid: is er voldoende data voorhanden om de voorgestelde vergelijking te maken? Hoeveel werk is het verzamelen en analyseren van die data en wat zijn de bijbehorende kosten?

De indicatoren die op basis van deze criteria geschikt zijn gebleken, zijn opgenomen in het 'Voorstel Superlijst'. Verschillende ideeën voor andere indicatoren zijn uiteindelijk op basis van bovenstaande overwegingen terzijde geschoven. De belangrijkste lessen daaruit hebben we hieronder kort opgesomd.

Dataverzameling

Dataverzameling is een arbeidsintensief onderdeel van Superlijst. Uitgangspunt van Superlijst is dat de werklust voor supermarkten zelf minimaal moet zijn; supermarkten hebben geen tijd om lange vragenlijsten in te vullen. Veel aandacht is daarom besteed aan onderzoek naar automatiseren van dataverzameling: welke data over het assortiment van een supermarkt kan automatisch digitaal worden ingewonnen, hoe betrouwbaar zijn die data, welke handmatige zijn er nog nodig om de data bruikbaar te maken voor analyse, etc? Resultaat van dit werk is een stevig fundament voor vrijwel geheel automatisch verzamelen van data over assortimenten en folders van supermarkten.

Daarnaast is in de voorstudie een aantal proeven gedaan met het in kaart brengen van (lokale) assortimenten in de fysieke supermarkt. Doel van die proeven was ook te achterhalen welke onderdelen van dat proces te automatiseren zijn. Uitkomst van dat onderzoek is het voorstel om vergelijking van lokale filialen pas in tweede instantie onderdeel te maken van Superlijst, zie hiervoor de uitleg onder de kop 'lokale verschillen'.

Tenslotte heeft het onderzoek naar dataverzameling in wisselwerking met onderzoek naar mogelijke indicatoren geleid tot zogenoemd efficiënte indicatoren: indicatoren die met weinig onderzoekstijd toch een goed beeld geven van de prestaties van een supermarkt op het gebied van gezond en duurzaam.

Lokale verschillen

In de eerste opzet van Superlijst was sprake van onderzoek naar verschillen tussen lokale filialen. In het huidige voorstel hebben we deze vergelijking achterwege gelaten; de hoge kosten van onderzoek naar verschillen tussen individuele filialen zouden een obstakel kunnen zijn voor het project Superlijst als geheel. Wij stellen voor om eerst de landelijke vergelijking uit te voeren. Op basis van die ervaring kan een lokale variant dan alsnog een goede uitbreiding zijn.

Korte ketens of streekproducten

In de eerste opzet van Superlijst was sprake van een aparte indicator voor 'korte ketens'. Vooronderzoek heeft laten zien dat er geen breed gedragen definitie bestaat van de begrippen 'korte keten' of 'streekproduct'; het begrip kan op verschillende manieren worden uitgelegd. Dit maakt deze begrippen op zichzelf lastig meetbaar te maken. De winst voor mens en milieu die korte ketens wel degelijk kunnen opleveren, hebben wij daarom op andere manieren in onze indicatoren opgenomen.

- In sommige gevallen slaat 'korte keten' vooral op de afstand tussen primaire productie en de eindafnemer, bijvoorbeeld in het geval van onbewerkte groenten en fruit uit de regio. In dat geval is 'korte keten' een milieu-indicator waaruit kan worden afgeleid dat het transport niet onevenredig veel energie (en uitstoot) heeft gekost. Dit aspect wordt onder meer gedekt door onze steekproef op rood fruit buiten het seizoen; dat komt doorgaans per vliegtuig naar Nederland en is daarmee het tegenovergestelde van een 'streekproduct'.
- In andere gevallen kan het begrip 'korte keten' ook betrekking hebben op het aantal stappen van bewerking / tussenhandel. Vaak wordt hieronder ook verstaan dat producten onder de eigen naam van de boer in de supermarkt liggen (bijvoorbeeld appels van Boer Erik of chips van Hoeksche Hoeve). In deze betekenis is 'korte keten' een indicator voor eerlijke handelsrelaties, omdat het duidt op een stabiel contract tussen supermarkt en boer. Bovendien is er meer menselijk contact (mogelijk) tussen eindafnemer en primaire producent. Producten uit tropische landen kunnen in deze zin ook een 'korte keten' hebben.

In onze indicatoren worden deze deels aspecten afgedekt door de indicatoren voor eerlijke handel met ontwikkelingslanden. Voor eerlijke handel met lokale afnemers is het (nog) niet mogelijk een goede indicator te ontwerpen (zie hieronder).

- Ten slotte is er nog het economische aspect van solidariteit met ondernemers in de eigen regio ('Koopt toch in den vreemde niet, wat uw eigen land u biedt'). Wij hebben dat aspect niet meegenomen omdat het geen verband heeft met de thema's milieu, mensenrechten, dierenwelzijn of gezondheid.

Oneerlijke handelspraktijken

In de eerste opzet van Superlijst was sprake van een aparte indicator voor oneerlijke handelspraktijken. Oneerlijke handelspraktijken gaan over misbruik maken van de slechte onderhandelingspositie van (kleine) toeleveranciers. Hoewel bekend is dat deze praktijken voorkomen, is het erg moeilijk om een betrouwbaar overzicht te krijgen van welke supermarkt zich er in welke mate mee inlaat. Uit gesprekken met experts van onder meer Fairfood en SOMO is gebleken dat een indicator op deze onderwerpen geen betrouwbaar beeld zou geven. Wel blijft het de uitdrukkelijke bedoeling om in de toekomst te blijven zoeken naar een betrouwbare indicator voor dit onderwerp.

Gepubliceerd beleid

In de eerste opzet van onze methodologie was ook sprake van indicatoren op het gepubliceerde beleid van supermarkten, bijvoorbeeld in MVO-jaarverslagen. Na uitgebreid onderzoek naar dit soort publicaties hebben we deze mogelijkheid laten vallen. Belangrijkste reden is dat de supermarkten voornamelijk rapporteren als producent van

huiskamerproducten. In die zin wordt het beleid al meegenomen onder de verschillende indicatoren voor zover het belangrijke duurzaamheidsrisico's adequaat adresseert. Een aparte indicator op beleid zou dus vaak leiden tot dubbeltelling.

Draagvlak en betrokken partijen

Met de volgende partijen hebben de Transitiecoalitie Voedsel en Questionmark (groeps-)gesprekken gevoerd om draagvlak te kweken, om interesse voor samenwerking te peilen en om twijfels en vragen weg te nemen:

- Supermarkten: Albert Heijn, Marqt, Jumbo, Dirk van de Broek, Plus, Ekoplaza, Lidl, Centraal Bureau Levensmiddelenhandel
- NGO's: Consumentenbond, Oxfam Novib, Milieudefensie, Fairfood, Wakker Dier, Dierenbescherming, Greenpeace, Proveg.
- Wetenschap en Onderzoek: Jaap Seidell (VU), Maartje Poelman (Univ. v. Utrecht)
- Gemeenten: Amsterdam, Utrecht
- (Semi-)Overheid: Milieu Centraal, Ministerie van LNV, Ministerie van VWS. Gesprek met onder meer Voedingscentrum staat op de agenda.

De ronde tafel van 11 september heeft gezorgd voor een stevig momentum voor de Superlijst. Experts en supermarkten hebben met interesse deelgenomen en hun input geleverd, waarbij opgemerkt dient te worden dat het uitbrengen van een ranglijst per definitie een spanningsveld oplevert voor de partijen die worden vergeleken.

Publicatie van de resultaten

De Superlijst is geen eendagsvlieg met quick wins, maar een terugkerende publicatie met een lange termijn doel, uitgevoerd door objectieve partijen. Het basisidee is een jaarlijkse ranglijst die gepubliceerd wordt via landelijke media en een eigen website.

De publicatie is neutraal en feitelijk (niet activistisch) van toon; de ranglijst spreekt voor zich. Een initiatief met vergelijkbare tone-of-voice is de 'Transparantiebenchmark' van het ministerie van EZ. Er is aandacht voor zowel de partijen die goed presteren, als voor de partijen die nog veel werk te verzetten hebben.

Uit gesprekken met perspartijen is reeds gebleken dat er ruime interesse is om hier aandacht aan te besteden in landelijke media.

Een eerste visualisatie van de Superlijst zien er als volgt uit (met buitenlandse supermarkten ter illustratie):



Voor een uitgebreidere beschrijving van de communicatie rondom Superlijst verwijzen we u naar het document 'Voorstel Superlijst'.

Vervolgstappen

De belangrijkste vervolgstap is het zoeken van financiering om de Superlijst daadwerkelijk te kunnen publiceren; we kijken hierbij nadrukkelijk naar de overheid en charitatieve fondsen; de financiering moet onafhankelijk zijn van het bedrijfsleven.

Zodra deze financiering beschikbaar is, dan zijn de vervolgstappen:

- Vaststellen definitieve indicatoren en scope van de eerste vergelijking
- Supermarkten op de hoogte brengen van definitieve opzet planning
- Dataverzameling, datacontrole, analyse en (visuele) rapportage
- Supermarkten inzage geven in verzamelde data ter controle
- Publicatie en media, inclusief lanceringsevent

Publicatie zou in Q2 of Q3 van 2019 kunnen plaatsvinden, mits financiering in Q1 beschikbaar komt.

Verantwoording besteed budget

Het doel van Superlijst overlapt met de maatschappelijke missie van stichting Questionmark zelf. Questionmark heeft daarom uren, kennis en een groot deel van eerder gedane investeringen in dit project zelf gedaan.

Gebruik database Questionmark € 13.500 (€ 11.157 excl BTW)

Questionmark heeft de afgelopen vijf jaar geïnvesteerd in de ontwikkeling van een dynamische database met informatie over supermarktproducten (circa 100.000 producten), bedoeld om *producten onderling* te vergelijken op duurzaamheid en gezondheid. Deze database leent zich echter goed voor onderzoek naar adequate indicatoren om ook het *assortiment van supermarkten* te vergelijken.

Mankracht en netwerk Transitiecoalitie Voedsel € 2.500 (€ 2.066 excl BTW)

Advies, Conceptontwikkeling, strategie ontwikkeling, netwerk mobiliseren, voorbereiding + begeleiding + input rondetafelgesprek, evaluatie en follow up, bepalen volgende stappen.

Mankracht en expertise Questionmark € 7.500 (€ 6.198 excl BTW)

Naast het gebruik van de database heeft Questionmark 180 uur aan eigen menskracht ingebracht, ter waarde van €16.200. Hiervan kan € 8.700 worden beschouwd als investering door Questionmark. Zie voor een overzicht van de activiteiten elders in dit document.

Out-of-pocket kosten € 1.500 (€ 1.240 excl BTW)

Huur vergaderruimte en facilitaire kosten Ronde Tafel, kosten visualisaties

Totale kosten € 25.000 (€ 20.661 excl BTW)