

PERSBERICHT

Kiezen voor gezond iets makkelijker bij Lidl, Dirk, Coop en Ekoplaza

Superlijst Gezondheid laat zien dat supermarkten meer kunnen doen om gezond voedsel de makkelijkste keuze te maken.

Amsterdam, 13 oktober 2020 - “Superlijst Gezondheid” is de eerste ranglijst die vergelijkt wat acht Nederlandse supermarkten doen om hun klanten te helpen kiezen voor gezond eten en drinken. Het onderzoek laat zien dat er grote verschillen zijn tussen de supermarktketens, ongeacht hun formule of marktaandeel. Lidl, Dirk, Coop en Ekoplaza lopen voorop; Albert Heijn, Jumbo, Aldi en Plus zijn minder ver.

Het algemene beeld is dat supermarkten ongezonde keuzes nog te weinig ontmoedigen:

- gemiddeld 82% van de aanbiedingen in reclamefolders is ongezond;
- bij vrijwel alle kassa's liggen snoep en chocola voor het grijpen;
- supermarkten hebben zichzelf geen duidelijk doel gesteld om minder ongezonde producten te verkopen.

Het rapport wijst ook aan wat wél goed gaat bij individuele supermarkten. Zo is er een supermarktketen die bij de kassa geen ongezond voedsel meer aanbiedt en een andere keten die Disney-figuurtjes gebruikt om Schijf van Vijf producten aantrekkelijk te maken voor kinderen. In het algemeen blijkt dat elke supermarkt wel iets van anderen zou kunnen leren.

Deze conclusies blijken uit het vandaag gepubliceerde onderzoek dat is geïnitieerd en uitgevoerd door onderzoeksstichting Questionmark, in samenwerking met het Diabetes Fonds, Hartstichting, Maag Lever Darm Stichting en Nierstichting, verenigd in de Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie.

Grote invloed supermarkten op voedingspatroon

Ongezonde voeding is op dit moment na roken, de belangrijkste vermijdbare oorzaak van sterfte en verloren gezonde levensjaren. Questionmark en de Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie willen dat gezonde voeding de norm wordt.

Charlotte Linnebank, directeur Questionmark: “Het is cruciaal dat mensen beter geholpen worden om gezond te eten. 70 procent van ons dagelijks voedsel komt uit de supermarkt. Supermarkten hebben grote invloed op de keuzes die mensen maken. Die invloed kunnen ze gebruiken om te helpen gezond te eten. Superlijst biedt supermarkten hiervoor de handvatten.”

Supermarkten komen hun afspraken niet na

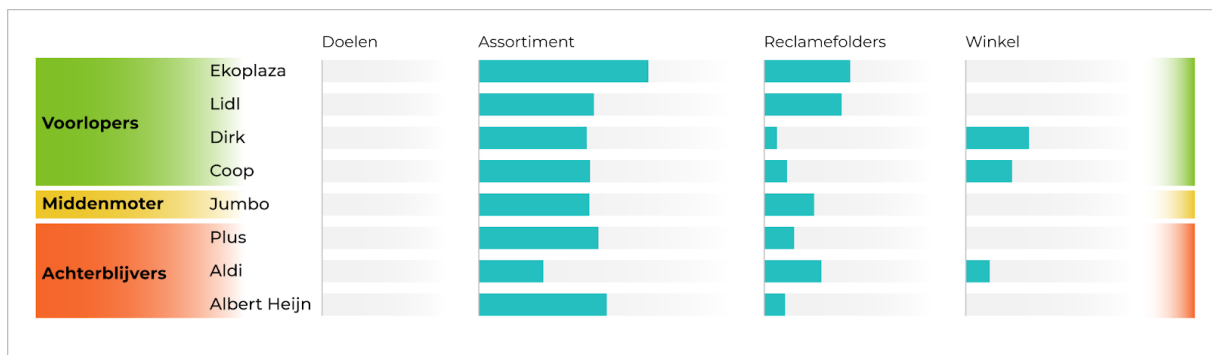
In het Preventieakkoord Overgewicht (2018) hebben supermarkten toezeggingen gedaan op de Schijf van Vijf, maar Superlijst Gezondheid toont aan dat supermarkten te weinig doen om hun klanten gezond te laten eten. Echte pijnpunten, zoals kindermarketing van ongezonde producten, worden niet krachtig geadresseerd. In sommige productgroepen, bijvoorbeeld voor rijst en pasta, zijn ongeacht de supermarkt weinig gezonde varianten te vinden.

Carolien Martens, woordvoester namens de Alliantie: “Om jaarlijks te kunnen bijsturen en eventueel extra maatregelen te kunnen nemen, hechten wij veel waarde aan monitoring op basis van meetbare data over doelen. De Superlijst Gezondheid zien wij als een nulmeting die inzichtelijk maakt dat er voor iedere supermarkt enorme kansen liggen om daadwerkelijk een gezonde supermarkt te worden.”

De Alliantie roept supermarkten op om meer actie te ondernemen en zich aan de eigen beloftes te houden. Martens: “Er ligt voor de hele branche een grote kans om op korte termijn een grotere bijdrage te leveren aan eten volgens de Schijf van Vijf, zodat een gezonde generatie kinderen en jongeren opgroeit in een samenleving waarin gezonde voeding daadwerkelijk de norm is.”

Ranglijst

Op basis van de onderzoeksbevindingen en een vooraf vastgelegde weging is een ranglijst van supermarkten samengesteld. De ranglijst laat zien welke supermarkten tot de voorlopers, middenmoot en achterblijvers behoren in de mate waarin zij hun klanten helpen kiezen voor gezond.



Meer informatie:

Perscontact voor het onderzoek:

Annelore van der Lint, annelore@thequestionmark.org | 06 290 73 879

Perscontact voor de Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie:

Lara Schreuder: l.schreuder@diabetesfonds.nl | 033 - 303 2071

Over Questionmark:

Questionmark is een onafhankelijke onderzoeksstichting met een ideële missie. Questionmark ziet in ons voedsel een van de belangrijke oorzaken voor de toename van leefstijl-gerelateerde ziekten. Daarnaast ziet Questionmark dat de manier waarop ons voedsel wordt geproduceerd, in veel gevallen de oorzaak is van de achteruitgang van natuur en milieu, groeiende ongelijkheid en mensenrechtenschendingen en het mishandelen van dieren. Daarom wendt Questionmark zich met Superlijst en andere onderzoeken, rechtstreeks tot producenten en retailers om hen te bewegen hun producten gezonder en duurzamer te maken. Meer informatie op: www.thequestionmark.org

Over de Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie

De Alliantie Voeding voor de Gezonde Generatie ambieert dat in 2040 de Nederlandse jeugd een gezond voedingspatroon heeft. Door de omgeving nú gezonder te maken met een ruim aanbod van gezonde voeding, zorgen we er samen voor dat straks in 2040 ieder kind in Nederland een gezond voedingspatroon heeft. Zo

kunnen we ervoor zorgen dat in 2040 de Nederlandse jeugd de gezondste jeugd ter wereld is. De Alliantie is opgericht door Diabetes Fonds, Hartstichting, Maag Lever Darm Stichting en Nierstichting, in samenwerking met Gemeente Amsterdam, JOGG en UNICEF Nederland.

Samen met nog zestien andere gezondheidsfondsen investeren wij via het meerjarenprogramma Gezonde Generatie in de gezondheid van toekomstige generaties. De ambitie is dat de Nederlandse jeugd in 2040 de gezondste is ter wereld. www.gezondegeneratie.nl/alliantievoeding

