

Transparant over Duurzaamheid
&
Ranglijst op Duurzaamheid
Methodologie

Versie 2.1
Juni 2019

Inhoud

Inleiding	3
Uitgangspunten	3
Deelnemen aan Transparant over Duurzaamheid	3
Bij deze versie (2.1)	4
1. Data verzamelen	5
1.1 Databronnen	5
1.2 Productdata	6
1.3 Ketendata	6
1.3.1 (Aanpassing van) vragenlijsten	6
1.3.1.1 Nieuwe antwoordopties	6
1.3.1.2 Nieuwe vragen	6
1.4 Verificatie van ketendata	6
2. Data interpreteren	8
2.1 Ketendata algemeen	8
2.1.1 Toepassing vragenlijsten	8
2.1.3 Afbakening productgroepen	8
2.2 Aangeleverde ketendata	8
2.2.1 Niveau van beantwoording	8
Voorbeeld 1	9
Voorbeeld 2	9
2.2.2 Concrete uitleg	9
2.2.3 Citaat algemeen directeur	9
2.2.4 Merkpagina	9
2.3 Publieke ketendata	10
2.3.1 Niveau van beantwoording	10
VOORBEELD: percentage beter leven	10
2.3.2 Redelijkheid	10
3. Informatie weergeven	11
3.1 Duurzaamheidspagina	11
3.1.1. Weergave keurmerk-eisen	11
3.1.2 Weergave keteninformatie	11
3.1.2.1 Concrete uitleg	11
3.1.3 Citaat algemeen directeur	11
3.1.4 Niet van toepassing op specifiek product	11
VOORBEELD: informatie niet van toepassing op het product	12
3.1.5 Aangeleverde versus publieke data	12
3.1.6 bijwerken duurzaamheidspagina	12
3.2 Merkpagina	12
4. Ranglijst op Duurzaamheid	13
4.1 Afbakening	13

4.1 Factoren en weging	13
4.1.1 Duurzaamheid	13
4.1.1.1 Afwijkende interpretatie voor ranglijst	13
4.1.2 Gezondheid	13
4.1.3 Extra thema	14
4.1.4 Weging	14
4.2 Weergave van de ranglijst	14
4.2.1 Weergave van factoren	14
4.2.2 Weergave van ranglijst	14
4.2.3 Markering van voorlopers en achterblijvers	14
4.2.4 Benoemen van plus- en minpunten	15
4.3 Communicatie over ranglijst	15
4.3.1 Updaten van ranglijsten	15
4.3.2 Uitlichten van merken in communicatie	15

Inleiding

Questionmark heeft als missie merken te *prikkelen tot* en te *ondersteunen bij* het verduurzamen en gezonder maken van hun productie. Met het publiceren van ranglijsten, gebaseerd op onder meer productspecifieke duurzaamheidspagina's, bouwt Questionmark aan een nieuwe manier om informatie over duurzaamheid en gezondheid inzichtelijk te maken voor consumenten en andere belanghebbenden.

Dit document geeft de methodologie weer voor zover relevant voor voedselmerken, gebruikers van de informatie en andere betrokkenen.

Uitgangspunten

Bij het inrichten van de methodologie vormen de volgende overwegingen belangrijke randvoorwaarden:

- **Effectiviteit:** zijn de duurzaamheidspagina's en rankings een nuttig instrument voor merken die investeren in verduurzaming van hun productie? Geeft de ranglijst van merken voldoende prikkel om te verbeteren? Is het risico op perverse effecten minimaal en acceptabel?
- **Eerlijkheid:** is er een gelijk speelveld voor merken - onafhankelijk van deelname aan Transparant over Duurzaamheid? 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? Welke mate van transparantie mogen we in redelijkheid van een merk verwachten?

Deelnemen aan Transparant over Duurzaamheid

Transparantie is een belangrijke eerste stap naar verduurzaming van ons voedselsysteem. Questionmark stimuleert merken om zoveel mogelijk openheid te geven over de samenstelling en productie van hun producten. Alle publieke informatie die Questionmark bij het opstellen van ranglijsten vindt, wordt op de website van Questionmark (nogmaals) op een laagdrempelige manier toegankelijk gemaakt voor consumenten.

Als aanvulling daarop biedt Questionmark voedselproducenten ook de mogelijkheid om actief openheid te geven via Questionmark. Zij kunnen dan over een groter aantal producten informatie aanleveren dan de producten die in een ranglijst zijn opgenomen. Voor deze ondersteuning rekent Questionmark een geringe onkostenvergoeding, die geheel ten goede komt aan verdere ontwikkeling van Questionmark.

Voedselproducenten die van deze optie gebruik maken worden hieronder aangeduid als 'deelnemers' of 'deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid'.

Het al of niet gebruik maken van deze optie heeft geen invloed op de plaats in de ranglijst. Om ook de schijn van belangenverstrengeling te voorkomen is de werving van deelnemers ondergebracht in een aparte organisatie: QM intelligence. Werknemers van QM intelligence zijn niet betrokken bij de ontwikkeling van de methodiek of het opstellen van ranglijsten.

Noot bij deze versie (2.1)

Tot juni 2019 publiceerde Questionmark vergelijkingen van producten gebaseerd op een voorloper van deze methode. Deze vergelijking zijn nog steeds zichtbaar op onze website. De methodologie van die vergelijkingen is per keer toegelicht.

Dit document is een eerste versie van een verantwoordingsdocument bij de methode zoals we die hanteren en doorontwikkelen vanaf juni 2019. Niet alleen is de inhoud van de methode nog aan verandering onderhevig, ook het document zelf is niet overal compleet of consistent. De duurzaamheidspagina's en ranglijsten die tot nu toe gepubliceerd zijn, voldoen in enkele gevallen nog niet aan alle eisen zoals die hieronder zijn beschreven. Deze onvolkomenheden zijn onderdeel van de fase waarin het project zich bevindt. Wij staan zeer open voor vragen en opmerkingen over de inhoud.

Transparant over Duurzaamheid

Transparant over Duurzaamheid is een programma waaraan voedselproducenten kunnen deelnemen om informatie te geven over hun duurzaamheidsinspanningen. Het helpt consumenten te begrijpen wat er nodig is om het voedselsysteem duurzamer te maken, en welke maatregelen merken op dit moment al nemen.

De bouwstenen van dit platform zijn zogenaamde duurzaamheidspagina's. Elke duurzaamheidspagina laat van een specifiek product zien welke risico's er op het gebied van duurzaamheid zijn en welke maatregelen het merk neemt om die risico's te beperken. Ons streven is om voor alle producten in de Nederlandse supermarkt een duurzaamheidspagina te maken. Hieronder beschrijven we de methode om die pagina's en de informatie daarop te genereren.

1. Data verzamelen

1.1 Databronnen

Deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid leveren informatie over hun producten en hun productieketens rechtstreeks aan Questionmark aan. Questionmark kan ook op eigen initiatief duurzaamheidspagina's aanmaken, voor producten van merken die (nog) niet deelnemen. In het laatste geval werken we met publiekelijk beschikbare informatie. Onze verantwoordelijkheid is in dat geval beperkt tot informatie die voor consumenten redelijkerwijs vindbaar zou zijn.

In totaal maken we gebruik van data uit de volgende bronnen:

- **aangeleverde productdata:** productdata rechtstreeks of via GS1 aangeleverd door het merk
- **publieke productdata:** productdata afgeleid van informatie op webshops of digitale bronnen van derden
- **aangeleverde ketendata:** data over duurzaamheid uit vragenlijsten die door het merk zelf zijn ingevuld als onderdeel van het programma 'Transparant over Duurzaamheid' (zie de uitleg hierboven)
- **publieke ketendata:** informatie over duurzaamheid voor zover die redelijkerwijs vindbaar is voor consumenten. Onder 'redelijkerwijs vindbaar voor consumenten' verstaan we
 - informatie in heldere taal (Nederlands of Engels) uitgelegd met eenduidige kwantificering waar relevant, en voorts:
 - vindbaar indirect via¹ of direct op de verpakking² of op de productpagina van de webshop van een van de grote supermarkten in Nederland; of
 - af te leiden uit de eisen van topkeurmerken³ die vermeld zijn in de productdata; of
 - vindbaar binnen vier klikken vanaf de homepage van het merk.

¹ Informatie is *indirect* vindbaar als die online beschikbaar is op een webpagina waarvan het adres in de etiketinformatie vermeld wordt.

² Het is niet mogelijk alle individuele verpakkingen van producten te bekijken. Voor producten waarover in webshops voldoende informatie beschikbaar is, beperkt onze analyse zich tot die informatie; ook als op de verpakking eventueel nog andere, relevante informatie te vinden zou zijn.

³ We hanteren hier de term 'topkeurmerk' zoals gedefinieerd door Milieu Centraal.

1.2 Productdata

Productdata die uit publieke bronnen zijn verzameld, worden ter verificatie voorgelegd aan het merk zelf op het moment dat een product zal worden opgenomen in een vergelijking.

1.3 Ketendata

Voor het verzamelen van data over duurzaamheidsmaatregelen in de productieketen gebruikt Questionmark vragenlijsten. Uitgangspunt hiervoor zijn de vragenlijsten van The Sustainability consortium (TSC), een internationaal samenwerkingsverband van universiteiten. TSC, in Europa vertegenwoordigd door Universiteit Wageningen, heeft van een groot aantal productgroepen de belangrijkste indicatoren voor duurzaamheid bepaald.

1.3.1 (Aanpassing van) vragenlijsten

Questionmark kan besluiten een of meerdere vragen of antwoordopties toe te voegen aan de vragenlijst van TSC. Elke aanpassing aan de vragenlijst gebeurt in samenspraak met TSC; we streven ernaar de vragenlijsten zoveel mogelijk in lijn te houden met de versie die wereldwijd wordt toegepast.

1.3.1.1 Nieuwe antwoordopties

Overwegingen voor het toevoegen van een nieuwe antwoordoptie zijn:

- de nieuwe antwoordoptie vertegenwoordigt beleid dat, of een mate van transparantie die, significant verder gaat dan de bestaande antwoordopties; en
- de nieuwe antwoordoptie vertegenwoordigt een logische en noodzakelijke volgende stap in beleid dat relevant is voor de vraag; en
- het beleid uit de nieuwe antwoordoptie is in theorie uitvoerbaar voor alle merken in de markt; en
- ten minste één merk in de markt voldoet aan de nieuwe antwoordoptie.

1.3.1.2 Nieuwe vragen

Overwegingen voor het toevoegen van een nieuwe vraag zijn:

- de nieuwe vraag is gerelateerd aan een door TSC erkende hotspot; en
- de nieuwe vraag maakt verschillen in duurzaamheidsinspanningen tussen producten in de markt duidelijk.

1.4 Verificatie van ketendata

Bij voorkeur maken we gebruik van data die door derde partijen gecontroleerd is, met name waar het gaat om standaarden van keurmerken. Daarnaast behoudt Questionmark zich het recht voor om steekproefsgewijs onderbouwing te vragen van aangeleverde of gepubliceerde data.

Questionmark ziet echter af van structurele verificatie van álle aangeleverde of publieke data. Verificatie zou het systeem onnodig inefficiënt en duur maken, wat een extra drempel voor verduurzaming is.

Bij deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid vragen wij de directie om garant te staan voor de betrouwbaarheid van de informatie; informatie op een duurzaamheidspagina gaat altijd gepaard met een foto van de algemeen directeur om de persoonlijke verantwoordelijkheid van de top van het bedrijf voor de verstrekte informatie te benadrukken.

2. Data interpreteren

2.1 Ketendata algemeen

De vragenlijsten die wij versturen hebben als uitgangspunt de methode van The Sustainability consortium (TSC). TSC heeft voor een aantal productgroepen zogenaamde *hotspots* geformuleerd: de onderdelen van de waardeketen die de grootste duurzaamheidsrisico's vertegenwoordigen. Op basis van deze hotspots formuleert TSC maximaal 17 vragen naar het beleid van voedselproducenten om die risico's inzichtelijk te maken dan wel te mitigeren. Deze vragenlijsten gebruikt Questionmark voor het uitvragen van ketendata aan deelnemers van ToD én voor het verzamelen van publieke ketendata.

2.1.1 Toepassing vragenlijsten

Voor elke productgroep waarvoor een vragenlijst bestaat, geeft TSC een indicatie van de reikwijdte; er is een lijst met voorbeelden van producten die er wél of niet onder vallen. Deze omschrijvingen zijn echter niet limitatief of wederzijds uitsluitend. In geval van twijfel besluit Questionmark in overleg met TSC welke vragenlijst van toepassing is. In uitzonderlijke gevallen kan TSC besluiten een nieuwe vragenlijst te ontwikkelen.

2.1.3 Afbakening productgroepen

Bij het afbakenen van productgroepen hanteren wij de volgende vuistregels:

- Producten in één productgroep vallen onder dezelfde vragenlijst.
- Producten in één productgroep hebben een vergelijkbare functie in de keuken of in een normaal voedingspatroon.
- Producten die voor meer dan 80% uit één hoofdingrediënt bestaan, zitten nooit in één productgroep met producten die voor meer dan 80% uit een ander hoofdingrediënt bestaan.

2.2 Aangeleverde ketendata

2.2.1 Niveau van beantwoording

Deelnemers aan ToD kunnen een antwoordenlijst insturen voor elke TSC-productgroep waarin het merk actief is.

Het merk vult de vragenlijst in voor alle producten waarvoor de vragenlijst geldt, waarbij voor elke topkeurmerklijn (bv. alle biologische producten) een aparte antwoordenlijst wordt aangemaakt. Het staat een merk vrij antwoordenlijsten aan te maken op een nog lager niveau, bijvoorbeeld per subgroep (bv yoghurt) of zelfs op productniveau (halfvolle yoghurt, 1L). Het niveau van beantwoording is een strategische afweging waarin het merk vrij is, behoudens drie voorwaarden:

- Alle producten waarop de vragenlijst van toepassing is, moeten gedekt zijn door één (en niet meer dan één) antwoordenlijst⁴.
- Alle antwoordenlijsten behorend bij een en dezelfde vragenlijst moeten gelijktijdig worden ingestuurd.
- De antwoorden voor één duurzaamheidslijn moeten complementair zijn met de data voor de andere duurzaamheidslijnen of de reguliere lijn.

Voorbeeld 1

Een merk heeft 10 producten in één categorie. Onder die producten zijn er 2 die het topkeurmerk UTZ dragen. Het merk maakt nu minimaal twee antwoordenlijsten aan: één voor de 8 producten zonder keurmerk, één voor de 2 producten met keurmerk UTZ. Het staat het merk vrij om de producten nog verder te verdelen over meerdere antwoordenlijsten, zie hiervoor voorbeeld 2.

Voorbeeld 2

Een merk heeft 10 producten in één categorie. Er zijn geen keurmerken. Wel geldt voor één van die producten een apart duurzaamheidsbeleid: het heeft bijvoorbeeld een recyclebare verpakking. Dit merk kan ervoor kiezen één antwoordenlijst aan te maken voor alle producten. Bij de vraag over verpakking luidt het antwoord dan dat 10% van de verpakking recyclebaar is.

Het merk kan er ook voor kiezen een aparte antwoordenlijst aan te maken voor dit ene bijzondere product, mits het ook een antwoordenlijst aanlevert voor de overige 9 producten. Dezelfde vragenlijst wordt dan dus twee maal ingevuld. Voor het ene product luidt het antwoord dat de verpakking 100% recyclebaar is, voor de resterende 9 producten luidt het antwoord dat de verpakking 0% recyclebaar is.

2.2.2 Concrete uitleg

Deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid wordt gevraagd kort aan te geven met welk beleid het merk invulling geeft aan het gegeven antwoord. Deze uitleg is maximaal 140 tekens. Deelnemers kunnen zelf een voorstel doen voor deze tekst, Questionmark behoudt zich het recht van eindredactie voor.

2.2.3 Citaat algemeen directeur

Deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid wordt gevraagd op hun duurzaamheidspagina een citaat van de algemeen directeur te tonen. Dit citaat moet een concrete ambitie of maatregel op het gebied van duurzaamheid bevatten. Het citaat en de foto van de algemeen directeur fungeren tegelijkertijd als persoonlijke waarborg voor de betrouwbaarheid van de gegeven informatie.

2.2.4 Merkpagina

Aan merken die deelnemen aan Transparant over Duurzaamheid wordt ook een 'merkpagina' gewijd. Voor die pagina kan het merk de volgende informatie aanleveren:

- Maximaal 6 huidige maatregelen op het gebied van mensenrechten, milieu of dierenwelzijn.
- Maximaal 6 ambities op het gebied van mensenrechten, milieu of dierenwelzijn.

⁴ Het is tijdens de pilot fase toegestaan om niet alle productgroepen waarin het merk actief is in één keer te dekken door antwoordenlijsten; het merk moet wel de intentie hebben dat op termijn te doen.

- Maximaal 3 huidige maatregelen op het gebied van gezondheid.
- Maximaal 3 huidige ambities op het gebied van gezondheid.
- Een citaat van de algemeen directeur over de visie op duurzaamheid in het algemeen.

Ambities en maatregelen moeten gerelateerd zijn aan een door TSC aangewezen aandachtspunt, aan richtlijnen van het Voedingscentrum of aan doelstellingen in het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Ambities, maatregelen en het citaat zijn geformuleerd in maximaal 200 tekens (inclusief spaties) ieder. Ambities bevatten concrete, meetbare maatregelen met een horizon van maximaal 5 jaar in de toekomst.

Eindredactie

Deelnemers kunnen te allen tijde feedback geven op teksten, Questionmark behoudt echter de eindredactie op alle gepubliceerde teksten. De belangrijkste uitgangspunten die Questionmark hierbij hanteert zijn:

- Leesbaarheid, herkenbaarheid en begrijpelijkheid voor een doelgroep van consumenten met interesse in duurzaamheidsonderwerpen rondom voedsel;
- (Uitstraling van) objectiviteit en onafhankelijkheid van de informatie en bijbehorend woordgebruik;
- Consistentie en vergelijkbaarheid van de informatie.

2.3 Publieke ketendata

2.3.1 Niveau van beantwoording

Vragenlijsten worden ingevuld op zo laag mogelijk niveau; dat van het individuele product. Indien het product topkeurmerken draagt, worden de eisen die daarbij horen meegenomen in de beantwoording. Indien duurzaamheidsbeleid alleen op hoger niveau bekend is, bijvoorbeeld voor de productcategorie of voor het merk als geheel, wordt dat beleid ook van toepassing geacht op het individuele product.

VOORBEELD: percentage beter leven

Een merk brengt onder andere rookworsten en tomatensoep met balletjes op de markt. Het merk meldt op zijn website dat het voor 80% gebruik maakt van vlees met het keurmerk Beter Leven met 1 ster. Questionmark neemt aan dat zowel de balletjes in de soep als de rookworsten voor 80% uit vlees met Beter Leven 1 Ster bestaat. In de praktijk kan het zo zijn dat het vlees met keurmerk hoofdzakelijk of zelfs uitsluitende in één van beide producten gebruikt.

2.3.2 Redelijkheid

De vorm waarin merken duurzaamheidsinformatie openbaar maken, sluit niet altijd volledig aan op de formulering van de indicatoren van TSC. Onderzoekers van Questionmark interpreteren publieke informatie binnen grenzen van de redelijkheid. Om een idee te geven van de mate waarin wij publieke informatie interpreteren, geven we in bijlage 1 een aantal voorbeelden.

3. Informatie weergeven

3.1 Duurzaamheidspagina

3.1.1. Weergave keurmerk-eisen

Indien een product een topkeurmerk draagt, geven we op de duurzaamheidspagina weer welke eisen er specifiek voor dit type product gelden. De tekst voor deze uitleg is waar mogelijk afgestemd met de keurmerken zelf.

3.1.2 Weergave keteninformatie

Informatie over het duurzaamheidsbeleid in de productieketen wordt voor ieder individueel product weergegeven op een duurzaamheidspagina. Op de duurzaamheidspagina is de keten visueel ingedeeld in een aantal productiestappen voor zover die relevant kunnen zijn voor duurzaamheid. Dit geeft een schematische weergave van een productieketen, die in werkelijkheid langer en complexer kan zijn.

Bij iedere ketenstap is te lezen:

- de voor die stap relevante eisen van een eventueel topkeurmerk
- de antwoorden op de voor die stap relevante vragen uit de vragenlijst
- als de ketenstap geen hotspots bevat, dan wordt dit vermeld als 'Voor dit product liggen de belangrijkste aandachtsgebieden niet in deze ketenstap.'
- als in een ketenstap wel hotspots zijn, maar een merk heeft hierover geen informatie aangeleverd, dan wordt vermeld 'Geen inspanningen in deze ketenstap'.

3.1.2.1 Concrete uitleg

Indien het merk concrete uitleg heeft gegeven over het beleid waarmee het invulling geeft aan een antwoordoptie, dan wordt die uitleg direct onder het gegeven antwoord getoond. De uitleg is in derde persoon geformuleerd. Questionmark behoudt de eindredactie over de tekst.

3.1.3 Citaat algemeen directeur

Elke deelnemer aan Transparant over Duurzaamheid krijgt de ruimte om kort een eigen ambitie uit te spreken over duurzaamheid. Die tekst wordt getoond als een citaat op de duurzaamheidspagina. De tekst is duidelijk voorzien van aanhalingstekens, en heeft als afzender altijd de algemeen directeur van het merk of de merkeigenaar. De tekst moet concrete en meetbare afspraken bevatten, en mag niet langer zijn dan 360 tekens. De tekst hoeft geen betrekking te hebben op onderwerpen in de vragenlijst van Questionmark.

3.1.4 Niet van toepassing op specifiek product

De antwoorden voor een productgroep worden geacht te gelden voor alle producten binnen die productgroep. Als producten onderling op relevante punten (anders dan op keurmerk) verschillen, worden die verschillen dus niet zichtbaar op de duurzaamheidspagina.

Dit kan tot de situatie leiden dat bij een product informatie staat over een ingrediënt dat het product niet bevat, omdat andere producten van hetzelfde merk dat ingrediënt wél bevatten. Op de duurzaamheidspagina staat in algemene termen uitgelegd waarom zulke situaties zich kunnen voordoen.

VOORBEELD: informatie niet van toepassing op het product

Merk X brengt tomatensoepen met en zonder balletjes op de markt. In de vragenlijst over tomatensoep wordt een vraag gesteld over de herkomst van het vlees. Het antwoord op deze vraag zal ook te lezen zijn op de duurzaamheidspagina van de vegetarische soep. Wel staat op die pagina in algemene termen uitgelegd waarom die situatie zich kan voordoen.

3.1.5 Aangeleverde versus publieke data

De antwoordlijsten die Questionmark zelf samenstelt op basis van publieke informatie, wordt op dezelfde manier weergegeven als aangeleverde informatie. Op elke duurzaamheidspagina is te lezen uit welke bron de informatie afkomstig is: van het merk zelf of uit publieke informatie.

3.1.6 bijwerken duurzaamheidspagina

Informatie op duurzaamheidspagina's is een momentopname. Op elke pagina is te zien op welk moment de data is verzameld. Deelnemers aan ToD wordt jaarlijks gevraagd hun informatie te bevestigen of aan te passen. We voorzien elke pagina van een datum waarop de onderliggende data door ons zijn ingevoerd of gecontroleerd.

Een duurzaamheidspagina wordt in beginsel alleen tussentijds vernieuwd indien het product opnieuw in een ranglijst wordt opgenomen.

3.2 Merkpagina

Voor deelnemers aan Transparant over Duurzaamheid is een merkpagina beschikbaar, die algemene informatie geeft over het gezondheids- en duurzaamheidsbeleid van het merk, en hun ambities. Op deze pagina is alle informatie te zien die het merk heeft aangeleverd over huidig beleid en ambities. Questionmark bepaalt de verwoording van deze informatie. Behalve het citaat van de algemeen directeur, wordt alle informatie weergegeven in derde persoon enkelvoud (over het merk).

Deze informatie wordt aangevuld met een aantal meetbare indicatoren die een beeld geven van de mate waarin het merk gebruik maakt van topkeurmerken, en de mate waarin de producten in de Schijf van Vijf vallen.

4. Ranglijst op Duurzaamheid

In een ranglijst of 'productwijzer' worden producten met elkaar vergeleken, met als doel inzicht te geven in de verschillen in gezondheid en duurzaamheid van producten en productieketens.

4.1 Afbakening

Bij het afbakenen van de groep producten die in een ranglijst wordt opgenomen, hanteren wij de volgende vuistregels.

- Een ranglijst bevat alleen producten die van elkaar verschillen op relevante punten (merk, duurzaamheid of gezondheid). Als een merk hetzelfde product bijvoorbeeld in verschillende verpakkingsgroottes of -varianten verkoopt, nemen we daarvan maar één variant mee.
- Een ranglijst bevat bij voorkeur alle producten uit de productgroep zoals die te vinden zijn op de webshops van grote supermarktketens, aangevuld met producten van alle supermarkten met een marktaandeel groter dan 3% die geen (complete) webshop hebben.
- Een ranglijst bevat producten die voor een consument in het gebruik zoveel mogelijk onderling inwisselbaar zijn. Indien een merk naast het reguliere product ook een variant met een gezondheidsclaim verkoopt ('light', '0%', etc) beschouwen we die producten als niet onderling inwisselbaar.
- Een ranglijst bevat bij voorkeur meer dan 10 en minder dan 50 producten.

4.1 Factoren en weging

We nemen in elke ranglijst minimaal twee en maximaal vier factoren mee.

4.1.1 Duurzaamheid

Het thema duurzaamheid is *altijd* een factor in de ranglijst. De basis voor de vergelijking op duurzaamheid is de informatie in de onderliggende duurzaamheidspagina's. De methode voor het verzamelen en interpreteren van deze informatie is beschreven in de hoofdstukken [1](#) en [2](#).

Elke vragenlijsten van TSC is voorzien van een waardering van antwoorden. Elke vraag kan voor maximaal 100% beantwoord worden. Voor het bepalen van de score op duurzaamheid worden de antwoordpercentages van alle antwoorden ongewogen bij elkaar opgeteld.

4.1.1.1 Afwijkende interpretatie voor ranglijst

Indien een deelnemer een vraag voor een bepaalde productlijn heeft beantwoord, terwijl het antwoord anders zou moeten zijn voor het specifieke product dat in een ranglijst wordt opgenomen, dan kan Questionmark het antwoord voor dit product handmatig aanpassen. Dit kan het zich onder meer voordoen in de volgende gevallen:

- vragen over ingrediënten die niet in het product voorkomen
- vragen over verpakking, terwijl het merk verschillende soorten verpakking gebruikt voor producten waarvoor één antwoordenlijst is gevormd

4.1.2 Gezondheid

Voor het thema gezondheid vergelijken we bewerkte producten op één of twee nutriënten. De keuze voor de nutriënten wordt bepaald aan de hand van de grenswaarden voor de Schijf van Vijf. De grootste afwijkingen van die grenswaarden die in de selectie van producten voorkomt, bepalen mede welke nutriënten worden meegenomen.

4.1.3 Extra thema

Het extra thema kan een ingrediënt of een productiewijze zijn die om een of andere reden extra aandacht verdient. We kunnen een verzoek van consumenten meenemen of bijvoorbeeld aansluiten bij recent nieuws of een campagne van een NGO. Indien dit thema ook al gedekt is door de vragenlijst streven we ernaar dubbeltelling te voorkomen.

4.1.4 Toekennen van plusjes

Voor beide thema's (duurzaam en gezond) worden plusjes toegekend aan elk merk volgens deze stappen:

1. Het merk met de hoogste score krijgt vijf punten
2. Het merk met de laagste score krijgt nul punten
3. Alle andere merken worden naar rato van hun score verdeeld over de schaal van nul tot vijf punten
4. Op basis van dit onafgeronde aantal punten wordt de volgorde in de ranglijst bepaald
5. Het aantal punten wordt nu afgerond op hele punten, die vertaald worden in 'plusjes' per thema

4.1.5 Weging

Het thema duurzaamheid bepaalt voor minimaal 55% de volgorde van de ranglijst. Voor de weging van de andere factoren zie de tabel hieronder.

	Factor duurzaamheid: Vragenlijst	Factor gezondheid: Nutrient	Factor gezondheid: Nutrient 2	Extra factor
Factor meenemen	Altijd	Altijd, tenzij onbewerkt product	Alleen bij relevant tweede nutrient	Alleen bij relevant extra thema
Factor wegen	Afhankelijk van weging andere factoren. Minimaal 55% Maximaal 100%	Afhankelijk van relevantie. Onbewerkt product: 0%. Alle producten in Schijf van 5 ⁵ : 20% Anders: 25%		Indien aanwezig 20%

⁵ We kijken hierbij alleen naar de grenswaarden voor het nutriënt dat in de vergelijking is meegenomen.

4.2 Weergave van de ranglijst

4.2.1 Weergave van factoren

In de ranglijst worden minimaal de factoren duurzaamheid, gezondheid en de extra factor in aparte kolommen getoond.

4.2.2 Weergave van ranglijst

Voor elk product wordt de relatieve score weergegeven op een schaal van nul tot vijf plusjes of plusjes.

4.2.3 Markering van voorlopers en achterblijvers

Allereerst zetten we alle merken op volgorde van (onafgeronde) scores. In die lijst markeren we altijd voorlopers, middenmoot en de achterblijvers. Een groep bestaat altijd uit meer dan één merk. Een uitzonderlijk verre voorloper of achterblijver mag het algemene beeld van de markt niet vertekenen en één merk is geen groep.

De grens tussen voorlopers en middenmoot wordt bepaald door het grootste verschil in (onafgeronde) scores in de bovenste helft van de ranglijst. De grens tussen middenmoot en achterblijvers wordt bepaald door het grootste verschil in (onafgeronde) scores in de onderste helft van de ranglijst.

4.2.4 Benoemen van plus- en minpunten

Van elk product in de ranking geven we een korte opsomming van de punten waarop het merk voorloopt dan wel achterblijft ten opzichte van de concurrenten. We berekenen daartoe per onderwerp de afwijking van de score van het merk ten opzichte van de gemiddelde score van alle merken. De grootste afwijkingen bepalen welke onderwerpen worden genoemd als plus- of minpunten.

- product met 5 plusjes op duurzaamheid krijgt een samenvatting met drie pluspunten.
- product met 4 plusjes op duurzaamheid krijgt een samenvatting met twee pluspunten.
- product met 3 plusjes op duurzaamheid krijgt een samenvatting met twee pluspunten en een minpunt.
- product met 2 plusjes op duurzaamheid krijgt een samenvatting met een plus- en twee minpunten.
- product met 1 bol op duurzaamheid krijgt een samenvatting met twee minpunten.
- product met 0 plusjes op duurzaamheid krijgt een samenvatting met drie minpunten.

4.3 Communicatie over ranglijst

4.3.1 Updaten van ranglijsten

Een ranglijst is een momentopname, de inhoud wordt na publicatie niet bijgewerkt. Elke ranglijst is voorzien van een datumstempel, zodat lezers kunnen bepalen hoe

betrouwbaar de informatie nog is. Na een jaar wordt de ranglijst gemarkeerd als 'mogelijk verouderd'. Zodra een productgroep opnieuw is onderzocht, krijgt de oude ranglijst een duidelijke verwijzing naar de nieuwste versie.

4.3.2 Uitlichten van merken in communicatie

In persberichten en andere communicatie kunnen we individuele merken uitlichten als het best of juist het slechtst scorende merk. Dat gebeurt in geval:

- een merk de beste score heeft op thema gezondheid of duurzaamheid,
- een merk uitzonderlijk goed scoort op één of meer indicatoren van duurzaamheid,
- het verschil in score met het op-één-na beste respectievelijk op-één-na slechtste merk groter is dan 0,1 keer het grootste verschil in de ranglijst,
- merken opvallende manier vooruitgang hebben laten zien in aanloop naar het verschijnen van de ranglijst,
- een merk substantiële en concrete ambities heeft geformuleerd in reactie op het verschijnen van de ranglijst.

Bijlage 1: voorbeelden van interpretatie van publieke informatie

Onderstaande tabel geeft een aantal voorbeelden van de manier waarop Questionmark publieke informatie interpreteert. De lijst is niet uitputtend.

Website of jaarverslag meldt	Questionmark interpreteert
Productie in Nederland	productie voldoet aan Nederlandse wetgeving
Productie in Europa	productie voldoet aan Europese wetgeving
Productie in specifiek genoemd niet-Europees land	onbekend of product aan wetgeving voldoet, geen betekenis voor beantwoorden vragen
'duurzame productie'	geen betekenis
'duurzame soja'	gecertificeerd RTRS
'duurzame palmolie'	gecertificeerd RSPO
'Wij werken samen met samen met UTZ'	UTZ gecertificeerd
'Wij streven naar volledige certificering'	onbekend percentage gecertificeerd, aanname: 0%
'Wij werken zoveel mogelijk met biologische ingrediënten'	onbekend percentage biologisch, aanname: 0%
'Wij werken zoveel mogelijk met fairtrade ingrediënten'	onbekend percentage fairtrade, aanname: 0%
'Onze [naam grondstof] is gecertificeerd'	grondstof is 100% gecertificeerd
'Wij werken met gecertificeerde [naam grondstof]'	onbekend percentage gecertificeerd, aanname: 0%