

Integriteitsbeleid Questionmark

De kwaliteit en betrouwbaarheid van het werk van Questionmark wordt bepaald door onze onafhankelijkheid. Deze onafhankelijkheid borgen we met onze governance, inkomstenstructuur en integriteitsbeleid.

Vertrouwen in medewerkers

Een deel van de onafhankelijkheid van Questionmark wordt bepaald door de integriteit van en mogelijkheden tot beïnvloeding van onze medewerkers. Alle medewerkers bij Questionmark en haar dochteronderneming QM intelligence onderschrijven de missie van Questionmark en de algemene beginselen van professioneel wetenschappelijk handelen. Iedereen die betrokken is bij onderzoek van Questionmark draagt zorg voor de instandhouding van de wetenschappelijke integriteit. Het bestuur van Questionmark vertrouwt haar directeur en medewerkers, en blijft in gesprek over het doen van onderzoek en het daarin integer handelen.

Risico's ten aanzien van integriteit

Over duidelijke schendingen van integriteit, zoals fabricage en falsificatie bestaat geen twijfel. Questionmark streeft een open overlegcultuur na waarin twijfels over integer handelen worden besproken en opgelost. Dit gesprek gaat bv. over of medewerkers bewust of onbewust zouden kunnen worden aangezet tot niet integer handelen. Questionmark probeert deze mogelijkheid op verschillende manieren te voorkomen. Dat doen we door expliciet te maken welke risico's wij zien tot beïnvloeden van of verkeerde prikkels voor medewerkers en hoe we daarmee omgaan.

- Beïnvloedbaarheid: mate waarin een medewerker de vergelijking (on)bewust kan beïnvloeden.
- Prikkel: mate waarin een medewerker belang heeft bij een bepaalde uitkomst.

Beïnvloedbaarheid

Onderzoek is mensenwerk. Daarom is er mogelijk ruimte voor beïnvloeding. Een paar voorbeelden van beslissingen, die allemaal invloed hebben op het eindresultaat.

- *Onderzoeksvragen:* Wat gaan we onderzoeken en wat niet?
- *Afbakening:* Welke producten horen wel en welke horen niet in een bepaalde categorie van een supermarkt?
- *Berekening:* Hoe zwaar weegt elk onderwerp in onderzoek? Welke schaal hanteren we?
- *Framing en rapportage*
- In de verwoording van de resultaten hebben we de mogelijkheid om bepaalde uitkomsten te benadrukken of juist niet.

Voorkomen beïnvloeding

We hebben in onze werkwijze een aantal zaken geregeld om de ruimte voor beïnvloeding zo klein mogelijk te maken.

- De onderzoeksmethode wordt steeds tot in zo groot mogelijk detail vooraf vastgelegd en gepubliceerd. In die methode ligt onder meer vast:

- welke onderwerpen onderzocht worden
- hoe zwaar elk onderwerp weegt in de vergelijking
- hoe een bepaalde ranglijst berekend wordt

Bij het opstellen van de methode weten we nooit precies welke keuze gunstig of ongunstig uitpakt voor het onderwerp van ons onderzoek.

- Onderzoeksmethode komt tot stand in samenwerking met maatschappelijke organisaties, die mede bepalen welke onderzoeksvragen maatschappelijk het meest relevant zijn.
- De onderzoeksmethode wordt op elk thema voorgelegd aan een Raad van Wetenschappers.
- Wetenschappers in de Raad hebben hun eigen relaties met de markt allemaal opgegeven in een belangenverklaring.
- De onderzoeksmethode wordt vooraf voorgelegd aan bedrijven die onderwerp zijn van het onderzoek.
- De data die we verzamelen, wordt ter controle voorgelegd aan bedrijven die onderwerp van onderzoek zijn voorgelegd.
- Twijfelgevallen in de analyse leggen we voor aan de Raad van Wetenschappers, waarbij de namen van betreffende supermarkten zijn geanonimiseerd.
- Elk eindrapport wordt voorgelegd aan de Raad van Wetenschappers, die ook opmerkingen kunnen maken over de verwoording en de accenten.
- Het bestuur van Questionmark denkt mee en neemt verantwoordelijkheid voor deze handelingswijze.

Belangenverstrengeling

Medewerkers zouden om verschillende redenen belang kunnen hebben bij een bepaalde uitkomst:

- A. gezichtsverlies voorkomen tegenover persoonlijke contacten of hen een gunst willen doen
- B. persoonlijk financieel gewin
- C. binnenhalen of veiligstellen van inkomsten voor Questionmark

Voorkomen belangenverstrengeling

- A. Persoonlijk contact

Voor het onderzoek van Questionmark is het beleid dat onderzoekers uitsluitend per email contact hebben met bedrijven die onderwerp zijn van ons onderzoek.

Een van de onderzoekers is ook accountmanager voor het leveren van data aan Albert Heijn. Deze onderzoeker heeft incidenteel persoonlijk contact met Albert Heijn in het kader van dat lopende contract.

- B. Persoonlijk financieel gewin

Sommige medewerkers van QM intelligence hebben recht op een bonus die afhankelijk is van inkomsten. In de voorwaarden voor die bonus zijn inkomsten uit contracten met bedrijven die onderwerp zijn van ons onderzoek uitgesloten. De directeur en het Hoofd Onderzoek hebben sowieso geen recht op een bonus.

- C. Inkomsten voor Questionmark

Alle medewerkers weten dat Questionmark voor haar inkomsten altijd op zoek is naar financiers. In onze strategie is vastgelegd dat de focus voor het vinden van inkomsten gericht is op overheden (omdat Questionmark een publieke functie vervult), op charitatieve fondsen en op dienstverlening aan non-profit organisaties. Ook is het een strategisch doel om supermarkten en producenten de mogelijkheid te geven gebruik te maken van de data die wij verzamelen voor ons onderzoek. Deze data kan worden afgenomen tegen een onkostenvergoeding en daarmee zijn supermarkten en producenten ook een mogelijke inkomstenbron. Er vindt geen actieve acquisitie plaats richting deze bedrijven. Vanuit ons principe transparant te zijn, staat hier het actuele overzicht van gesprekken met supermarkten over het eventueel betaald afnemen van data. Indien sprake is van een nieuw contract met een supermarkt worden alle medewerkers, het bestuur en de Raad van Wetenschappers hierover geïnformeerd.

- Ekoplaza: eenjarig contract afgerond in 2016, sindsdien geen gesprekken
- Albert Heijn: lopend contract sinds 2017
- Coop: laatste gesprek 2017, niet geresulteerd in contract
- Dirk: offerte uitgebracht in 2018, niet geresulteerd in contract
- Plus: incidenteel gesprekken, laatst zomer 2020
- Jumbo: geen gesprekken
- Aldi: geen gesprekken
- Lidl: geen gesprekken

Schijn van belangenverstrengeling

Hierboven gaat het over het risico dat het onderzoek wordt beïnvloed. Daarnaast bestaat het risico dat de buitenwereld *denkt* dat het onderzoek *kan worden* beïnvloed. Ook dit risico willen we minimaliseren.

Voorkomen schijn van belangenverstrengeling

Om de schijn van belangenverstrengeling te voorkomen, laten we zien hoe onze onafhankelijkheid geborgd is.

- De onderzoeksmethode staat in zijn geheel online
- De rol van de maatschappelijke organisaties is op de site en in het rapport uitgelegd
- De Raad van Wetenschappers staat op de site, met naam en toenaam en ondertekende belangenverklaring
- Op de site zijn we transparant over de mogelijkheid voor supermarkten om data af te nemen
- In de Q&A staat uitgelegd hoe we risico's hebben beperkt
- In de Q&A leggen we uit wat de eventueel lopende contracten met voedselproducenten en supermarkten behelzen.
- Het bestuur van Questionmark denkt mee en neemt verantwoordelijkheid voor deze handelingswijze.