

# Richtlijnen Gezondere Kantines

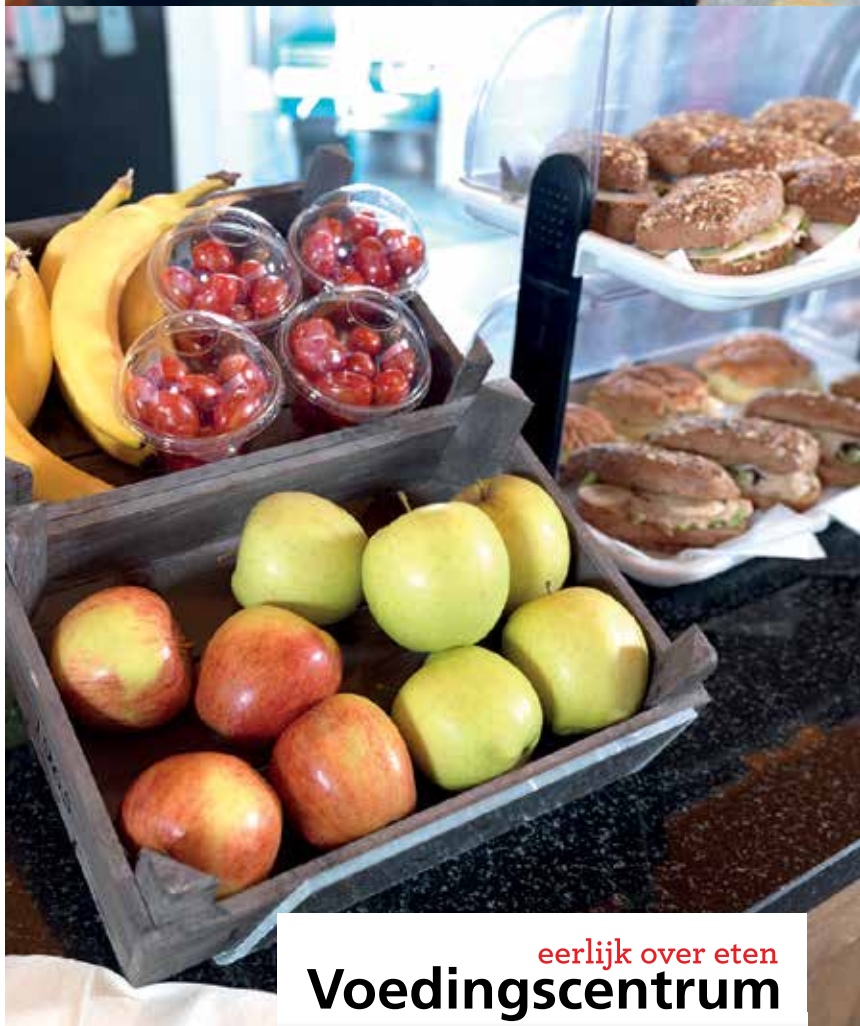
## Factsheet

Het Voedingscentrum heeft richtlijnen opgesteld waarmee je schoolkantines, sportkantines en bedrijfsrestaurants gezonder maakt: de **Richtlijnen Gezondere Kantines**. Deze richtlijnen maken het voor consumenten makkelijker om gezond te kiezen. Deze editie van de **Richtlijnen Gezondere Kantines** vervangt de eerste editie uit 2014. Deze editie is geüpdatet met de **Richtlijnen Schijf van Vijf** en de ervaringen met de richtlijnen tot nu toe.

In de **Richtlijnen Gezondere Kantines** wordt op twee manieren naar de kantine gekeken: op productniveau en op niveau van het totale aanbod en uitstraling van de kantine. Op productniveau bestaan er al criteria voor de gezonde keuze: de **Richtlijnen Schijf van Vijf**.<sup>1</sup> Deze zijn in de **Richtlijnen Gezondere Kantines** opgenomen. Op het niveau van het totale aanbod en de uitstraling van de kantine zijn criteria geformuleerd die als doel hebben de kantine in zijn geheel gezonder te maken.

Binnen de kaders van de **Richtlijnen Gezondere Kantines** hebben kantines veel keuzevrijheid. Er zijn verschillende niveaus gedefinieerd: een bronzen, zilveren en gouden kantine. Hoe 'edeler' het metaal, hoe gezonder het aanbod en de uitstraling. Niveau brons is alleen van toepassing op sportkantines en bedrijfsrestaurants. Van schoolkantines wordt verwacht dat zij ten minste instappen op niveau zilver.

Deze factsheet geeft de onderbouwing voor de **Richtlijnen Gezondere Kantines**. De richtlijnen zijn gebaseerd op resultaten van onderzoek naar het beïnvloeden van keuzegedrag, de **Richtlijnen Schijf van Vijf** en ervaringen met het programma **De Gezonde Schoolkantine**. Verder zijn experts op het gebied van voeding en gedragsbeïnvloeding geconsulteerd en zijn praktische wensen van (toekomstige) gebruikers van de richtlijnen meegenomen.



### Voor wie is het relevant?

De Richtlijnen Gezondere Kantines vormen een basis voor bestuurders, kantinebeheerders, kantinemedewerkers, cateraars en vrijwilligers, die zich willen inzetten voor het gezonder maken van schoolkantines, sportkantines en bedrijfsrestaurants. Daarnaast vormen de richtlijnen een uitgangspunt voor beleidsmakers die kantines willen stimuleren om het aanbod gezonder te maken. Verder beschrijven zij ook voor de consument wat hij mag verwachten in een kantine die hiermee aan de slag is.

### Welke issues spelen er?

Bij het tot stand komen van de richtlijnen spelen verschillende issues een rol: Wat is de wens van de consument? Hoe komen voedselkeuzes tot stand? Hoe beïnvloedt je voedselkeuze?

### Vraag van de consument

In een onderzoek onder ruim 2.000 Nederlanders geeft 41% aan het eetgedrag te willen verbeteren en zegt 43% het moeilijk te vinden om iets aan het eetgedrag te verbeteren. De verantwoordelijkheid om gezonder te gaan eten, leggen ze voor een groot deel bij zichzelf. Het meest noemen ze het tonen van meer wilskracht en het minder ingaan op verleidingen. Ruim de helft van de Nederlanders (53%) heeft behoefte aan een groter aanbod van gezonde producten, bijvoorbeeld in de supermarkt, op het werk, op school of opleiding, onderweg en in de horeca.<sup>2</sup>

In een onderzoek op middelbare scholen onder ruim 400 jongeren geven scholieren aan verleid te worden door het aanbod in de schoolkantine. Een deel zegt

het er mee eens te zijn als er alleen gezonde producten verkocht worden in de kantine.<sup>3</sup> 60% van de bezoekers van sportkantines zou willen dat de verhouding gezond en minder gezond ten minste gelijk is of dat de kantine meer gezonde dan ongezonder keuzes aanbiedt.<sup>4</sup>

### Keuzegedrag

Het maken van keuzes, ook over voeding, vindt plaats via twee cognitieve processen: het reflectieve en het impulsieve systeem.<sup>5,6</sup> Het reflectieve systeem is rationeel en bewust. Bij het aansturen van gedrag door het reflectieve systeem, gaat een overweging vooraf aan de keuze. Het impulsieve systeem is snel, automatisch en onbewust. Gedrag gestuurd door het impulsieve systeem wordt direct aangestuurd door prikkels uit de omgeving.

Voedselkeuzes zijn vaak een kwestie van gewoontegedrag. En gewoontegedrag komt vooral tot stand via het impulsieve systeem. Daardoor is voedselkeuzegedrag ontvankelijk voor prikkels uit de omgeving.

### De aanslag op de wilskracht

Ondanks het besef dat ongezonde eetgewoonten bijdragen aan ernstige gezondheidsrisico's, is het voor mensen moeilijk om hun ongezonde gewoontes te veranderen. Om weerstand te bieden aan verleidingen uit de omgeving is zelfcontrole nodig. Dat vraagt veel mentale inspanning. Kortstondig kunnen we dat wel opbrengen.

In Nederland is de omgeving echter in de afgelopen tientallen jaren op zo'n manier veranderd dat het aanbod voor ongezonder en calorierijk voedsel steeds groter en toegankelijker is geworden, en we voortdurend worden blootgesteld aan deze verleidingen.<sup>7</sup> Dat kan uiteindelijk leiden tot wilsuitputting (egodepletie).<sup>8,9</sup> Het impulsieve systeem krijgt de overhand en de meeste keuzes zullen impulsief tot stand komen onder een sterk sturende invloed van prikkels uit de omgeving. Bij een overheersend ongezond aanbod leidt dat vaak tot een ongezonde voedselkeuze.

### Een duwtje in de goede richting

Interventies die zijn gericht op informatieverstrekking over leefstijl en gezondheidsrisico's, spreken het reflectieve, rationele systeem aan. Dergelijke interventies zijn vaak onvoldoende effectief om risicogedrag te veranderen.<sup>10</sup> De laatste jaren krijgt daarom de interactie tussen automatisch gestuurd gedrag (het impulsieve systeem) en omgevingsprikkels meer aandacht in interventies gericht op gedragsverandering.







Hierbij wordt ingezet op het veranderen van gedrag door het aanpassen van de omgeving. Consumenten een duwtje in de goede richting geven zonder daarbij hun vrijheden in te perken, speelt hierin een prominente rol. Dit gegeven staat bekend onder de Engelse term 'nudging'.<sup>11</sup> De Richtlijnen Gezondere Kantines zijn gebaseerd op dit principe. Zij geven een duwtje (nudge) richting een betere voedselkeuze door in de kantineomgeving aanpassingen te doen, zonder de minder gezonde keuzes volledig te verwijderen.

#### **Stimuleren van een gezondere voedselkeuze**

De Richtlijnen Gezondere Kantines zijn gestoeld op bevindingen uit de wetenschappelijke literatuur. De algemene bevinding is dat mensen eerder eten van voedsel dat prominent in hun omgeving aanwezig is en gemakkelijk te verkrijgen.<sup>12, 13</sup>

In twee systematische reviews wordt geconcludeerd dat er enig effect te zien is in de voedselkeuze van mensen in bedrijfsrestaurants, als omgevingsfactoren veranderen.<sup>14, 15</sup> Een positief effect op de inname van groente en fruit werd waargenomen in studies waar deze meer beschikbaar en zichtbaar waren en/of informatie- of promotiemateriaal aanwezig was. Een aantal andere studies toont eveneens aan dat het aanbieden van een grotere hoeveelheid gezondere producten een positief effect heeft op de verkoop daarvan. Zo werden er bijvoorbeeld meer gezonde

snacks gekozen wanneer het relatieve aanbod daarvan in een kantinesetting verhoogd werd.<sup>16</sup> Zowel op school als op de werkplek liet ook het vergroten van het aanbod van laagcalorische snacks en dranken in automaten de verkoop van de gezondere keuze stijgen, in vergelijking met plekken waar de automaten niet veranderden.<sup>17, 18</sup>

Naast het vergroten van het aandeel 'gezond' zijn er verschillende andere aspecten in het aanbieden van voedsel die van invloed kunnen zijn op keuzegedrag. Zo kunnen kleine veranderingen in de plaatsing en toegankelijkheid van producten, of het gemak waarmee producten te consumeren zijn, al leiden tot een verandering in keuze voor die producten.<sup>12, 13, 19, 20</sup>

Deze aanwijzingen samen ondersteunen de gedachte dat de alomtegenwoordigheid en prominente plaatsing van gezondere producten kan bijdragen aan het maken van gezonde keuzes.

Het totale bewijs voor de effectiviteit van implementatie van bovengenoemde strategieën is nog beperkt.<sup>14, 15</sup> Veelal worden verschillende strategieën gecombineerd in één interventie, waarbij de individuele bijdrage van diverse 'nudges' moeilijk te bepalen is. Ook is het nog onduidelijk wat de langetermijneffecten op voedselkeuze, gedrag en gezondheid zijn. Hiervoor is meer onderzoek nodig.

# De Richtlijnen Gezondere Kantines uitgewerkt in criteria

Binnen de Richtlijnen Gezondere Kantines zijn drie niveaus gedefinieerd: brons, zilver en goud. Deze hebben in toenemende mate een gezonder aanbod en uitstraling. Hieronder staat de uitwerking van de Richtlijnen in de verschillende criteria voor deze verschillende niveaus.

## De basis voor alle kantines

### Aanbod

- De kantine biedt in elke aangeboden productgroep minstens één betere keuze aan. Bijvoorbeeld in de productgroep zuivel naast volle melk ook halfvolle melk.

### Basis-uitstralingspunten

- Elke kantine moet in elk geval aan 3 basis-uitstralingspunten voldoen:
  1. Op de opvallende plaatsen bij het uitgestalde aanbod staan betere keuzes.
  2. Op de opvallende plaatsen in de automaten staan betere keuzes.
  3. Als je eten of drinken aanbiedt bij de kassa, staan daar alleen betere keuzes.Daarnaast zijn er nog 6 aanvullende uitstralingspunten. Daarover lees je meer op de volgende pagina.
- De kantine stimuleert het drinken van water. Bijvoorbeeld met een watertappunt.
- De organisatie heeft schriftelijk in beleid vastgelegd dat de kantine voldoet aan de Richtlijnen Gezondere Kantines.

## Bronzen kantine: maakt een betere keuze mogelijk

Voldoet aan de basis.

Dit niveau is alleen van toepassing op sportkantines en bedrijfsrestaurants.

## Zilveren kantine: geeft veel ruimte aan de betere keuze

Voldoet aan de basis en:

- het uitgestalde aanbod bestaat voor minstens 60% uit betere keuzes.
- het aanbod in de automaten bestaat voor minstens 60% uit betere keuzes.
- de uitstraling van de kantine verleidt tot een betere keuze en voldoet aan minstens drie van de aanvullende uitstralingspunten.
- de kantine biedt ten minste groente of fruit aan.

## Gouden kantine: hier spreekt de betere keuze voor zich

Voldoet aan de basis en:

- het uitgestalde aanbod bestaat voor minstens 80% uit een betere keuzes.
- het aanbod in de automaten bestaat voor minstens 80% uit betere keuzes.
- de uitstraling van de kantine stimuleert tot een betere keuze en voldoet aan minstens vijf van de aanvullende uitstralingspunten.
- de kantine biedt groente én fruit aan.

## De betere keuze

Om te bepalen wat een betere keuze is, worden de Richtlijnen Schijf van Vijf<sup>1</sup> als basis gebruikt. In de Schijf van Vijf staan alleen gezondere keuzes, bijvoorbeeld water, volkorenbrood, halfvolle melk en fruit. Producten die te veel zout, suiker of verzadigd vet bevatten, of maar weinig vezels hebben, staan buiten de Schijf van Vijf. Voorbeelden daarvan zijn koekjes, frisdrank en chips. Maar ook producten als witbrood, sauzen, vleeswaren, zoet broodbeleg en vla vallen erbuiten. Als iemand volgens de Schijf van Vijf eet kunnen deze producten er wel bij, maar in beperkte mate; niet vaker dan drie tot vijf keer per dag iets kleins buiten de Schijf (een dagkeuze), en hooguit drie keer per week wat groters (een weekkeuze). Iets kleins als dagkeuze is bijvoorbeeld een portie magere vleeswaren, zoals kipfilet voor op brood, een koekje, een waterijsje, een stukje chocolade of een eetlepel tomatenketchup bij een tosti. Voorbeelden van de grotere weekkeuzes zijn een plak 48+ kaas, een gevulde koek, patat met mayonaise, een schaalje chips, een glas frisdrank of een croissant. Het advies is om deze porties klein te houden en niet te vaak hetzelfde te eten.

De betere keuze in de Richtlijnen Gezondere Kantines omvat alle producten uit de Schijf van Vijf én dagkeuzes. Weekkeuzes zijn de uitzonderingen. Door naast producten uit de Schijf van Vijf ook plaats te geven aan dagkeuzes en weekkeuzes, hebben kantines meer vrijheid invulling te geven aan het assortiment. Dit garandeert keuzevrijheid voor de consument om zelf invulling te geven aan een eetmoment.

### Aanvullende uitstralingspunten

Naast de drie genoemde basis-uitstralingspunten zijn er aanvullende uitstralingspunten:

- groente en fruit wordt op een aantrekkelijke manier gepresenteerd.
- op de looproute door de kantine zie je de betere keuzes het eerst.
- bij (aan)prijsacties worden alleen betere keuzes aangeboden.
- op de menukaart en/of prijslijst staan voor het merendeel betere keuzes vermeld.
- op beeldmateriaal van eten en drinken staan alleen betere keuzes.
- de merknamen en productafbeeldingen op automaten van eten en drinken, laten alleen producten uit de Schijf van Vijf zien.

### De ideale kantine

In een ideale kantine zijn alleen producten uit de Schijf van Vijf te krijgen, zoals volkorenbrood met gezond beleg, halfvolle yoghurt, water en thee. De kantine voldoet daarnaast aan alle uitstralingspunten. Ten opzichte van het huidige gemiddelde kantine-aanbod, is zo'n ideale kantine een hele stap. In 2015 had het merendeel van scholen een aanbod dat voor een kwart of meer uit uitzonderingen bestond.<sup>21</sup> In sportkantines bestaat het aanbod vooral uit uitzonderingen.<sup>22</sup> Kantines kunnen stap voor stap de kantine gezonder maken door te beginnen bij brons, of meteen gaan voor zilver, goud of de ideale kantine.

---

### De Kantinescan

In 2015 is de Kantinescan ontwikkeld, in samenwerking met de Vrije Universiteit Amsterdam. Deze tool kan gebruikt worden om de Richtlijnen Gezondere Kantines te implementeren. Het huidige aanbod en de uitstraling van een kantine kunnen in de tool ingevoerd worden. Vervolgens wordt het niveau van de kantine op dat moment aangegeven. Er worden adviezen op maat gegeven over het verbeteren van het aanbod en de uitstraling.

---

### Meer informatie

Kijk voor meer toelichting op de criteria, de Kantinescan, tips, voorbeelden en inspiratie op [www.voedingscentrum.nl/gezondekantine](http://www.voedingscentrum.nl/gezondekantine)



## Blik naar de toekomst

Naast het prominenter aanbieden van gezondere producten lijken ook prijsverlaging, fiscale maatregelen (bijvoorbeeld een hogere belasting op frisdrank), en in beperktere mate het geven van gezondheidsinformatie via het etiket, een positief effect te hebben op gezond voedselkeuzegedrag.<sup>23-26</sup> Deze maatregelen worden ook gezien als mogelijke strategieën om gezond eetgedrag

te stimuleren. Alleen zijn zij niet allemaal eenvoudig toepasbaar voor individuele kantines. Een totaalstrategie die de aanbieder, fabrikant en groothandel samen uitvoeren is daarvoor nodig. In de toekomst zal gekeken worden of het aanvullen van de Richtlijnen Gezondere Kantines met (een aantal van) deze strategieën van toegevoegde waarde is.

---

## Voor het opstellen van deze factsheet zijn onder andere de volgende experts geconsulteerd:

Prof. Dr. R. Holland, hoogleraar Sociaal psychologische determinanten van voedingskeuze, Universiteit van Amsterdam

Dr. Ir. E. van Kleef, universitair hoofddocent Marktkunde en Consumentengedrag, departement Maatschappijwetenschappen, Wageningen University & Research

Dr. Ir. I. Milder, onderzoeker/wetenschappelijk medewerker, afdeling Preventie en Voeding, Centrum Voeding, Preventie en Zorg, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu

Dr. M. Poelman, universitair docent, afdeling Sociale Geografie en Planologie, Universiteit Utrecht

Dr. C. Renders, universitair docent, afdeling Gezondheidswetenschappen, Faculteit der Aard- & Levenswetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam Public Health onderzoeksinstituut

Prof. Dr. J. Seidell, hoogleraar Voeding en Gezondheid, afdeling Gezondheidswetenschappen, Faculteit der Aard- & Levenswetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam Public Health onderzoeksinstituut

Prof. Dr. H. Verhagen, European Food Safety Authority (EFSA), Parma, Italië

Dr. Ir. E. Vyth, afdeling Gezondheidswetenschappen, Faculteit der Aard- & Levenswetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam Public Health onderzoeksinstituut

## Gebruikte literatuur:

1. Voedingscentrum, *Richtlijnen Schijf van Vijf*. 2016: Den Haag.
2. *Dagelijks eten. Een consumentenonderzoek tbv het Project Goede Voeding van het Voedingscentrum*. 2011, GfK.
3. Kidswise, I., *Perceptie en evaluatie van voedingsaanbod in schoolkantines*. Kwantitatief onderzoek. 2009.
4. van Kalmthout, J. and R. van den Dool, *Gezonde Kantine ? 2014*, Mulier Instituut: Utrecht.
5. Kahneman, D., *A perspective on judgment and choice*. *American Psychologist*, 2003. 58: p. 697-720.
6. Stanovich, K.E. and R.F. West, *Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate*. *Behavioural and Brain Sciences*, 2000. 23: p. 645-726.
7. Storm, I., et al., *Een gezonde omgeving ter preventie van gewichtsstijging: nationale en lokale mogelijkheden*. RIVM, Bilthoven, 2006.
8. Baumeister, R.F., B.J. Schmeichel, and K.D. Vohs, *The self as controlling agent*, in *Social psychology: Handbook of basic principles*, I.A.W.K.E.T.H. (Eds.), Editor. 2007, Guilford: New York. p. 516-539.
9. Baumeister, R.F., et al., *Ego depletion: Is the active self a limited resource?* *Journal of Personality and Social Psychology*, 1998. 74: p. 1252-1265.
10. Marteau, T.M., G.J. Hollands, and P.C. Fletcher, *Changing human behavior to prevent disease: the importance of targeting automatic processes*. *Science*, 2012. 337(6101): p. 1492-5.
11. Thaler, R.H. and C.R. Sunstein, *Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness*. 2009, Londen: Penguin Books.
12. Wansink, B., *Environmental factors that increase the food intake and consumption volume of unknowing consumers*. *Annu Rev Nutr*, 2004. 24: p. 455-79.
13. Bucher, T., et al., *Nudging consumers towards healthier choices: a systematic review of positional influences on food choice*. *Br J Nutr*, 2016. 115(12): p. 2252-63.
14. Geaney, F., et al., *The effectiveness of workplace dietary modification interventions: a systematic review*. *Prev Med*, 2013. 57(5): p. 438-47.
15. Engbers, L.H., et al., *Worksite health promotion programs with environmental changes: a systematic review*. *Am J Prev Med*, 2005. 29(1): p. 61-70.
16. van Kleef, E., K. Otten, and H.C. van Trijp, *Healthy snacks at the checkout counter: a lab and field study on the impact of shelf arrangement and assortment structure on consumer choices*. *BMC Public Health*, 2012. 12: p. 1072.
17. Kocken, P.L., et al., *Promoting the purchase of low-calorie foods from school vending machines: a cluster-randomized controlled study*. *J Sch Health*, 2012. 82(3): p. 115-22.
18. French, S.A., et al., *Pricing and availability intervention in vending machines at four bus garages*. *J Occup Environ Med*, 2010. 52 Suppl 1: p. S29-33.
19. Rozin, P., et al., *Nudge to nobesity I: Minor changes in accessibility decrease food intake* *Judgement and Decision Making*, 2011. 6(4): p. 323-332.
20. Wansink, B. and A.S. Hanks, *Slim by design: serving healthy foods first in buffet lines improves overall meal selection*. *PLoS One*, 2013. 8(10): p. e77055.
21. Geurts, M., H. Brants, and I. Milder, *De voedingsomgeving op scholen. De stand van zaken in het voortgezet onderwijs en middelbaar beroepsonderwijs anno 2015*. 2016, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM).
22. van Kalmthout, J., *Gezonde sportkantine? Verkenning bij sportbestuurders*. 2012, Mulier Instituut: Utrecht.
23. Waterlander, W.E., et al., *Price discounts significantly enhance fruit and vegetable purchases when combined with nutrition education: a randomized controlled supermarket trial*. *Am J Clin Nutr*, 2013. 97(4): p. 886-95.
24. Thow, A.M., et al., *The effect of fiscal policy on diet, obesity and chronic disease: a systematic review*. *Bull World Health Organ*, 2010. 88(8): p. 609-14.
25. Wall, J., et al., *Effectiveness of monetary incentives in modifying dietary behavior: a review of randomized, controlled trials*. *Nutr Rev*, 2006. 64(12): p. 518-31.
26. Skov, L.R., et al., *Choice architecture as a means to change eating behaviour in self-service settings: a systematic review*. *Obes Rev*, 2013. 14(3): p. 187-96.

Auteurs: dr. Lydian Veldhuis, Frédérique Mensink, MSc, dr. Danielle Wolvers

April 2017