

To: 5.1.2e [5.1.2e @yellcommunicatie.nl]
From: 5.1.2e [5.1.2e]
Sent: Thur 8/10/2023 11:01:31 AM
Subject: FW: gedragsstrategie in aangepaste briefing Nutri-score
Received: Thur 8/10/2023 11:01:00 AM
[230809 Nutri-score 5.1.2e docx](#)

Van: 5.1.2e [5.1.2e @minvws.nl]
Verzonden: woensdag 9 augustus 2023 16:38
Aan: 5.1.2e [5.1.2e] < 5.1.2e @minvws.nl>
Onderwerp: RE: gedragsstrategie in aangepaste briefing Nutri-score

Hi 5.1.2e ,

Hierbij mijn reactie op de punten van 5.1.2e .

Groet 5.1.2e



5.1.2e

5.1.2e

.....
Directie Communicatie
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
 Parnassusplein 5 | 2511 VX | Den Haag

M 5.1.2e

Van: 5.1.2e [5.1.2e] < 5.1.2e @minvws.nl>
Verzonden: woensdag 9 augustus 2023 15:15
Aan: 5.1.2e [5.1.2e] < 5.1.2e @minvws.nl>
Onderwerp: FW: gedragsstrategie in aangepaste briefing Nutri-score

Hi 5.1.2e ,

We hebben de Nutri-Score campagne verder in voorbereiding.

Ik heb gisteren meegelezen op de campagnebriefing Nutri-Score, zie bijlage met mijn track changes.

Bij mijn feedback aan DPC gisteren heb ik ook nog het gedragsdocument gevoegd die jij laatst met me deelde.

Zowel 5.1.2e als 5.1.2e zitten nieuw op de campagne N-S, ik merk dat ze van ver moeten komen en weinig tot geen overdracht hebben gehad van 5.1.2e .

5.1.2e wilde voor de goede orde de briefing ook nog langs het gedragsteam laten gaan.
 Dat is gisteren gebeurd, waarbij nu onderstaande feedback van 5.1.2e komt.

Ik doe (meer dan!) héél graag een beroep op jou om even te schakelen.

5.1.2e heeft nogal wat punten gedeeld waar ik deels, maar zeker ook graag in samenspraak met jou op wil reageren.

Ook niet alles klopt wat hij zegt (over die ongezonde producten >> DPC komt steeds terug op 'ongezonde producten' maar zo zit het niet in elkaar.

Procesvoorstel:

Aan DPC 5.1.2e [5.1.2e] heb ik voorgesteld om dit wel heel lean & mean aan te vliegen en morgen een online overleg in te plannen waarbij zij dan ook meteen aanhaakt.

Doel is namelijk om voor vrijdag (Dpc'ers en ik 5.1.2e) de briefing de deur uit te krijgen. Ik had niet verwacht dat deze nog zo kwam back fire....

Grt 5.1.2e

Van: 5.1.2e <5.1.2e@minaz.nl>

Verzonden: woensdag 9 augustus 2023 14:48

Aan: 5.1.2e 5.1.2e) <5.1.2e@minvws.nl>; 5.1.2e . <5.1.2e@minaz.nl>

Onderwerp: gedragsstrategie in aangepaste briefing Nutri-score

Hoi,

We hebben 5.1.2e gevraagd mee te kijken en hij had best wel wat opmerkingen. Ik krijg daardoor het idee dat gedrag niet echt / goed betrokken is geweest bij het ontwikkelen van de strategie en dat het vooral bij Roorda heeft gelegen. Soomige punten die hij noemt zijn een gepasseerd station of gewoon de bedoeling maar ik zou het fijn vinden als jij hier jouw visie op geeft zodat we de gedragsstrategie wel goed kunnen in de briefing kunnen zetten. Ik zal tegelijkertijd het adviesrapport naast de briefing leggen en kijken of we daar nu aan voldoen.

Feedback van 5.1.2e:

- Nutri-Score is al een gedragsinterventie van zichzelf. Door een Nutri-Score op producten te plakken, maak je het mensen makkelijker om een 'betere' keuze te maken in de supermarkt. Om de Nutri-Score dit effect te laten hebben, moet er bekendheid aan gegeven worden, zo is de redenatie in de briefing. Op zich wel een logische gedachte, maar ook zonder bekendheid heeft Nutri-Score al effect, zo blijkt uit eerder onderzoek van Motivaction. Daarin zie je dat het toen nog onbekende Nutri-Score al leidde tot 'betere keuzes', waarschijnlijk omdat het voor mensen als een automatische cue functioneert. Wellicht dat het effect versterkt kan worden als mensen het label kennen en waarderen, maar dat is bij mijn weten niet onderzocht. Hoe dan ook lijken me dat wel twee logische campagnedoelstellingen: *mensen weten waar Nutri-Score voor staat* en *mensen vinden Nutri-Score een nuttig label om 'betere' keuzes te maken*.
- I.t.t. wat in de briefing staat, is het volgens mij is het niet nodig om in de campagne veel aandacht te besteden aan hoe je het label moet gebruiken, want dat lijkt al automatisch goed te gaan, vermoedelijk door de kleurcodering. En als je daar al 'uitleg' aan wilt geven, dan zou ik dat ter plekke in de supermarkt doen op het moment dat mensen de keuze maken en niet in massa-mediale middelen. De belangrijkste functie van communicatie in de supermarkt zelf, is echter niet uitleg of informeren, maar mensen uit hun automatisme halen en attenderen op de Nutri-Score om op het moment dat aankoopgedrag plaatsvindt om zo keuzes te beïnvloeden.
- Het uiteindelijke gedragsdoel van VWS is dat mensen 'gezonde' keuzes maken. Daarvoor is het niet voldoende dat ze alleen maar de Nutri-Score gebruiken (bewust of onbewust), maar ook keuzes maken cf. de Schijf van vijf. De relatie tussen Nutri-Score en Schijf van vijf moet je dus ook in de campagne leggen, als je het uiteindelijke gedragsdoel wilt realiseren. Volgens mij is de boodschap als je 'm plat slaat: *eet volgens de Schijf van vijf en kies in de supermarkt zo veel mogelijk producten met een A/B Nutri-Score*. Nu staat in de briefing vrij prominent vermeld dat de Nutri-Score vooral functioneel is voor producten die buiten de Schijf van vijf vallen. Wellicht is dat waar, maar het lijkt me gevaarlijk om daarop te focussen om twee redenen:
 1. *Publicitair afbreukrisico*: waarom communiceert de overheid dat je kroketten, pizza's moet gaan eten en frisdrank drinken, zolang die maar een goede Nutri-Score hebben; dat blijft toch ongezond?
 2. *Scepsis t.a.v. het label*: ook al mag je formeel geen gezondheidsclaim maken, mensen zullen het vermoedelijk wel zo interpreteren. Als je het label gaat promoten aan de hand van duidelijk ongezonde producten, werk je zelf scepsis en mogelijk zelfs aversie in de hand: wat is dat voor een onzinnig label?
- In de briefing wordt verwezen naar CASI gedragsbepalers. Daar heb ik heb ik nog wel de nodige vragen en twijfels bij. Hoe komen jullie bij deze gedragsbepalers? Is dat gebaseerd op een eigen inschatting of onderzoek? In ieder geval is hiervoor niet de actuele lijst van CASI gedragsbepalers gebruikt. Probleembesef is nooit een CASI gedragsbepaler geweest en intentie is sinds 2020 geen gedragsbepaler meer. Respons-effectiviteit is een term die wij als gedragsteam zelf vooral gebruiken in relatie tot risicogedragingen. Er staat nu een lange lijst met gedragsbepalers in de briefing die je nooit allemaal tegelijk met een campagne kan beïnvloeden. Volgens mij richten jullie je met 'weten' en 'vinden' als campagnedoelstellingen vooral op kennis en houding als mogelijke gedragsbepalers. Daarnaast zie ik zelf het voorkomen of verminderen van scepsis t.a.v. het label als een belangrijke randvoorwaarde om succesvol te zijn. Dat baseer ik op bevindingen die je in diverse onderzoeken over keurmerken (bijv. op gebied van duurzaamheid) telkens terug ziet komen: mensen vinden dat er (te) veel keurmerken zijn, een label moet betrouwbaar zijn waarbij het helpt als het van de overheid komt, het moet duidelijk zijn waar een

label/keurmerk voor staat en het helpt niet als er tegenstrijdige informatie is. Dat geldt vermoed ik ook allemaal voor de Nutri-Score.

- De stukken in de briefing over intentie vind ik onduidelijk. De intentie die mensen m.i. moeten hebben, is om een gezonde keuze te maken in de supermarkt. De Nutri-Score kan daarbij helpen. Het is echter de vraag of mensen echt een intentie nodig hebben om een Nutri-Score te gebruiken. Het staat gewoon op de verpakking dus je kunt ook door prominente aandacht op de verpakking en in de supermarkt zelf ervoor zorgen dat mensen onbewust al een product met een goede (groene A/B-score) Nutri-Score pakken. Daar is niet echt een intentie voor nodig en om een intentie te bewerkstelligen bij een doelgroep die grotendeels op de automatische piloot koopt, is echt heel lastig. Communicatie kan er verder voor zorgen dat meer mensen het label gaan herkennen, weten waar het inhoudelijk voor staat en vinden dat het nuttig is.
- De doelgroep moet m.i. nog nader afgebakend worden. Zoals jullie zelf al aangeven, is het kopen van producten in de supermarkt vooral gewoontegedrag. Wellicht zijn er bepaalde groepen die meer planmatig boodschappen doen en/of bij het boodschappen doen op keurmerken letten of zijn er mensen voor wie gezondheid een belangrijk keuzecriterium is. Het lijkt me kansrijker om je daar (in eerste instantie) op te focussen dan op mensen die vooral op de automatische piloot boodschappen doen en er zo min mogelijk aandacht/tijd aan willen besteden of doelgroepen die producten kopen omdat ze gaan voor smaak en genieten. Voor een CASI-traject gericht op het stimuleren van biologisch voedsel zijn we op dit moment bezig met een onderzoek om te kijken welke segmenten binnen de doelgroep boodschappers het meest kansrijk zijn. Ik kan me voorstellen dat een dergelijk onderzoek voor Nutri-Score ook zinvol is.

Samenvattend:

- Twee campagnedoelstellingen: weten en vinden, behorend bij de gedragbepalers kennis en houding
- Aandacht in de campagneboodschap voor link tussen Nutri-Score (beter) en Schijf van vijf (gezond) en dus niet focussen op ongezonde producten
- Randvoorwaarde: voorkom met een slimme uitwerking zo veel mogelijk negatieve publiciteit en scepsis t.a.v. het label (raadpleeg hiervoor de CASI interventiestrategie: omgaan met aversie en scepsis)
- Communicatie in de supermarkt zelf dient om mensen uit hun automatisme te halen en op Nutri-Score te wijzen
- Doelgroep nader afbakenen

5.1.2e

Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken
 Buitenhof 34 | 2513 AH | Den Haag
 Postbus 20006 | 2500 EA | Den Haag

M: 5.1.2e
www.rijksoverheid.nl/dpc

5.1.2e

Van: 5.1.2e

Verzonden: woensdag 9 augustus 2023 14:23

Aan: 5.1.2e ! 5.1.2e <5.1.2e@minvws.nl>; 5.1.2e . <5.1.2e@minaz.nl>

Onderwerp: RE: aangepaste briefing

Hoi,

Ik moet er nog naar kijken! Beetje druk met GHK.

Ik zal het vandaag sturen.

Groetjes,

5.1.2e

Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken
 Buitenhof 34 | 2513 AH | Den Haag

M: 5.1.2e
www.rijksoverheid.nl/dpc

5.1.2e

Van: 5.1.2e 5.1.2e) < 5.1.2e @minvws.nl>

Verzonden: woensdag 9 augustus 2023 14:22

Aan: 5.1.2e . < 5.1.2e @minaz.nl>

CC: 5.1.2e < 5.1.2e @minaz.nl>

Onderwerp: aangepaste briefing

Hoi 5.1.2e,

Lukt het jou de aangepaste briefing N-S vandaag nog aan mij te versturen?

5.1.2e

ik zou het graag nog langs haar laten gaan.

Grt

5.1.2e 5.1.2e

5.1.2e

voeding en Leerstijl

.....
Directie Communicatie
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
Parnassusplein 5 | 2511 VX | Den Haag

T 5.1.2e (secretariaat Dco)

M 5.1.2e

5.1.2e @minvws.nl
www.rijksoverheid.nl/vws

5.1.2e