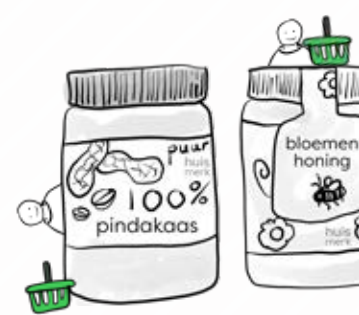




BETTER



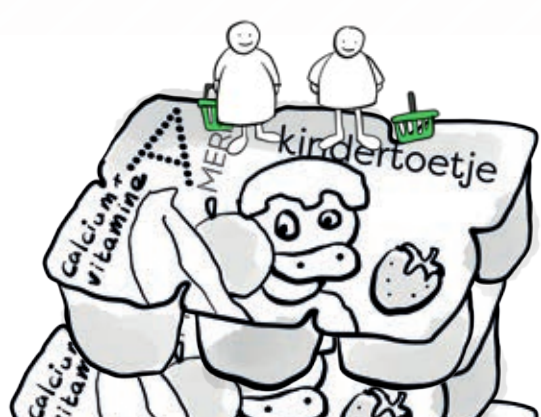
DAN



SUPER



DOE = BOEK





Oplossingen

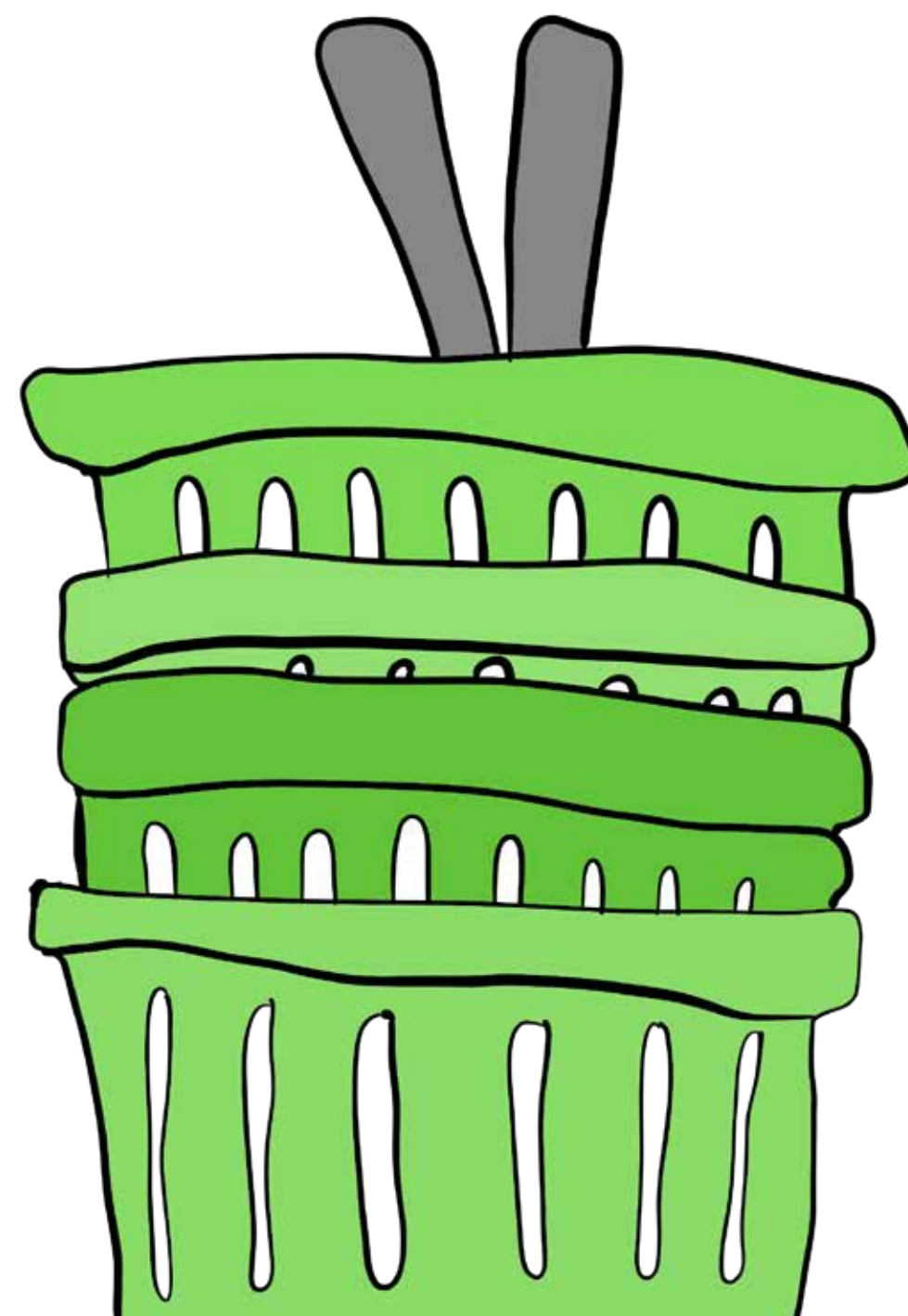
Dit doeboek is een aanmoediging om samen naar oplossingen te zoeken voor de problemen in ons voedselsysteem. Veel eenvoudige, voor de hand liggende oplossingen zijn er al, maar ze vallen weg in de zwarte gaten van ons huidige, gecompliceerde voedselsysteem. Ze maken meer kans als we dit meer samen oppakken.



dé super voor
een eerlijke supermarkt

Welkom

Pak hier uw mandje



Disclaimer



Winkelcentrum met de supermarkt De Gruyter.
(Foto: Stadsarchief 's-Hertogenbosch)

Supermarkt Ugchelen in 1971.
(Foto: CODA Museum)



Wat is jouw favoriete ding
in de supermarkt?
Teken het hieronder!



Supermarkt en een postagentschap in Apeldoorn-Zuid in 1982
(Foto: CODA Museum)



Teunters Centra-Supermarkt in Apeldoorn, in 1994. (Foto: CODA Museum)

We mogen kritisch zijn op het supermarktsysteem, maar óók erkennen wat het ons gebracht heeft. Supermarkten hebben ons leven makkelijker gemaakt: ze zijn bijna overal in Nederland te vinden, hebben ruime openingstijden en zorgen ervoor dat er altijd eten is. Niet zomaar eten, maar voedsel dat veilig, gecontroleerd en herkenbaar is.

In de supermarkt weten we wat we kunnen verwachten: een breed assortiment, producten van over de hele wereld, en het hele jaar door volle schappen. Voor veel mensen betekent dat betaalbaar, betrouwbaar en toegankelijk eten – dichtbij huis.

Daarnaast hebben supermarkten nieuwe smaken en producten geïntroduceerd die eerder onbekend waren. Wat ooit 'bijzonder' was – zoals pasta, mango of sherry – is nu gewoon verkrijgbaar. Die toegankelijkheid is iets wat we niet moeten vergeten.

Dit zijn wij

Beter dan Super begon met een experiment: een kartonnen supermarkt waarin we met mensen in gesprek gingen. Dat leverde inzichten, humor, frictie en ideeën op. En het verlangen om door te bouwen. Dit boekje is daar één stukje van – bedoeld om te delen, uit te proberen, en verder te brengen. Samen:

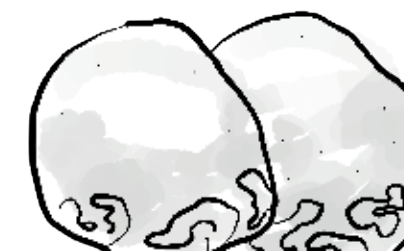
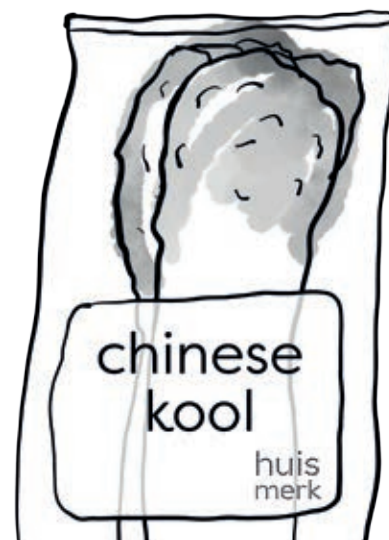
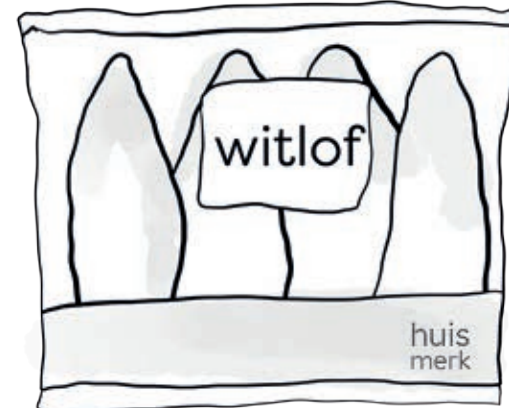
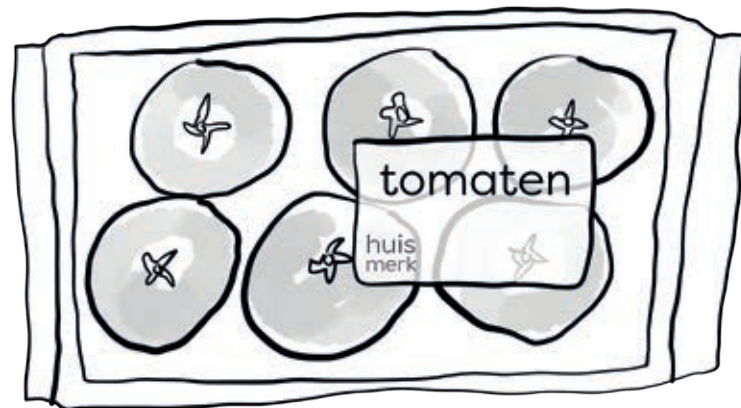
Omdat we voelen dat het anders moet begonnen we Beter dan Super. Maar ook: omdat we weten dat het niet eenvoudig is. Werken aan verandering op schaal van de supermarkt is ingewikkeld. Het systeem is diep verweven met logistiek, marktlogica, beleid en gewoontes. We willen niet naïef zijn – en weten dat als er een simpele oplossing was, het allang gebeurd zou zijn.

Toch geloven we dat beweging mogelijk is, als we het samen doen. Niet door te wachten op 'de juiste partij', maar door stap voor stap boodschappen door te geven: wat willen we wél? Wat kan er anders? Wat is er al?

Team Beter dan Super

Dorine van den Beukel - Maria Geuze - Liane Lankreijer -
Rosa Lucassen - Lotte Sluijs - Emina Zorlak

Beter dan Super is een project dat voorgekomen is uit de participatietafel Voedseltransitie (2021-2024), mogelijk gemaakt door DuurzaamDoor (RVO).



Onze boodschappenlijst

Bijna iedereen komt er dagelijks: de supermarkt. Het lijkt dé plek waar je alles kunt vinden wat je nodig hebt. Jij, als consument, hebt immers invloed op wat er in de schappen ligt, toch? Maar hoe vrij ben je eigenlijk in je keuze? En worden we als consumenten wel echt gehoord?

Wij zijn op zoek naar de supermarkt met ons eten:

1. Ons eten is eerlijk

Wij willen ons eten niet in doosjes met mooie felgekleurde letters en plaatjes van fantasie-boerderijen. Wij willen geen misleidende marketing en beïnvloeding, maar willen weten hoe ons eten geproduceerd wordt en eerlijke kennis over ons eten. Soms is het krom, soms ziet het er raar uit, dat maakt niet uit. Onze supermarkt verbindt ons met ons eten.

2. Ons eten is voedzaam

Wij willen ons eten van het seizoen, zonder gif en zo lokaal mogelijk.

Dit willen wij omdat het gezond is voor de aarde, voor de biodiversiteit, voor producenten en voor ons. Onze supermarkt verkoopt geen eten waar wij of de aarde ziek van worden.

3. Ons eten is sociaal

Wij willen van boer tot bord iedereen eerlijk betalen en we willen dat iedereen ons eten kan betalen. Onze supermarkt is daarom transparant over prijzen en wil niet het onderste uit de kan voor het bedrijf.

4. Ons eten brengt plezier en verbinding

Wij willen een supermarkt die een basis is voor de gemeenschap, waar verbinding wordt gemaakt met eten.

Ons eten is van ons.
Wie is onze supermarkt?

Test je kennis. Doe de kwis

Welk antwoord is juist? Je vindt de antwoorden achterin op pagina 38.



Gesneden ui

- O De supermarkt betaalt meer voor het zakje, dan voor de ui.
- O De supermarkt verdient zelfs meer aan het snijden, dan de boer aan zijn ui.
- O De supermarkt gebruikt extra goedkope uien voor de zakjes gesnipperde ui.



Verse garnalen

- O Om te zorgen dat de roerbakgarnalen makkelijker gepeld kunnen worden, worden ze besprenkeld met citroensap.
- O Om te zorgen dat de garnalen sneller roze worden bij het roerbakken, wordt kleurstof toegevoegd.
- O Om te zorgen dat de moeder garnaal eerder en meer eitjes legt, worden bij haar de oogjes eraf geknipt.



Diepvries doperwten

- O Diepvriesdoperwten worden in Nederland geteeld en bevatten net zoveel vitamine als verse.
- O Diepvriesdoperwten komen uit grote vrieshuizen in Nieuw Zeeland. Vitamines worden toegevoegd bij het invriezen.
- O Diepvriesdoperwten zijn wel makkelijk te bewaren maar verliezen al hun vitamines bij het invriezen.



Pain Delicieux!

- O Al die Franslinkende broden mogen volgens EU-regels alleen een Franse naam hebben als ze gebakken zijn met Frans tarwe.
- O Al die Franslinkende broden hebben helemaal niks met Frankrijk te maken, maar het klinkt natuurlijk wel chique.
- O Al die Franslinkende broden zijn gebakken met zuurdesem (levain).



Fruitdrink

- O In een pak fruitdrink kunnen wel 40 suikerklontjes suiker zitten.
- O Sommige fruitdrink-fabrikanten voegen een heel klein beetje zuivel toe aan hun product om aan de suikertaks te ontkomen.
- O Beide antwoorden zijn waar.



Chinese kool

- O De Chinese kool, hoofdbestanddeel van *kimchi*, die Nederlandse supermarkten verkopen, wordt geteeld in Zuid-Korea.
- O De Chinese kool die Nederlandse supermarkten verkopen, wordt gewoon geteeld in Nederland.
- O De Chinese kool die Nederlandse supermarkten verkopen, wordt geteeld in China.



A merk ijs

- O A-merken betalen vaak voor een plek op ooghoogte.
- O A-merken vinden het niet fijn om bonusaanbieding te zijn.
- O A-merken liggen op vaak op ooghoogte op verzoek van consumenten. Klantonderzoek heeft meermaals uitgewezen dat klanten dat fijner vinden dan goedkope producten op ooghoogte.



Kruidenmix

- O Kruidenmix is kostbaar en wordt daarom in kleine hoeveelheden verkocht.
- O Kruidenmix bederft snel en wordt daarom in kleine hoeveelheden verkocht.
- O Kruidenmix heeft één van de hoogste winstmarges in de supermarkt en wordt daarom in kleine hoeveelheden verkocht.



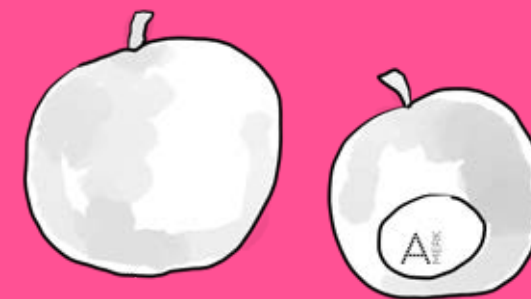
Verse jus

- O Verse jus kan tot een paar uur 'vers' zijn.
- O Verse jus kan tot een paar dagen 'vers' zijn.
- O Verse jus kan tot een paar weken 'vers' zijn.



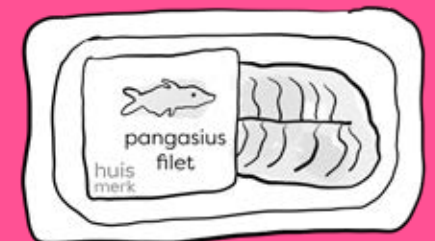
Havermout

- O Goedkoop, gezond en zonder toevoegingen. Maar ja, niks op te verdienen. Dus het ligt helemaal onderin het schap.
- O Havermout is een weinig gewild product en ligt daarom vaak onderin het schap.
- O Havermout is ongezond.



Appels

- O Nederlandse appels worden bijna niet meer geteeld, daarom verkopen supermarkten appels uit het buitenland.
- O Consumenten kopen het liefst alleen Granny Smith appels uit Chili.
- O Supermarkten vinden dat de Hollandse appel er iets minder perfect uit ziet dan appels aan de andere kant van de wereld.



Pangasius filet

- O De Pangasius is steeds vaker als bijvangst in Nederlandse wateren te vinden en is daardoor een goede duurzame keus.
- O Pangasius filet wordt in Vietnam ingevroren en daarna overgevlogen naar de super bij jou op de hoek.
- O Pangasius filet is, net als surimi sticks, imitatie-vis gemaakt van gedroogde en verpulverde goedkope vissoorten.

Voedselkennis

Wat eten we eigenlijk? Waar komt het vandaan, wat zit erin, en hoe kun je het bereiden? Die vragen worden steeds moeilijker te beantwoorden. In de supermarkt liggen vooral producten die zijn bewerkt, samengesteld en verpakt. De verbinding met herkomst en seizoenen verdwijnt, net als voedselvaardigheden en keukengebruik. We raken zo het zicht kwijt op wat eten eigenlijk is en hoe het gemaakt wordt. Het gemak van de supermarkt gaat gepaard met verlies aan grip en begrip.

bedankt en tot ziens

Eerlijke prijs

Supermarkten bepalen in sterke mate wat er in het schap ligt, en tegen welke prijs. Vaak wordt de consumentenprijs eerst bepaald, en wordt daarna teruggerekend wat er nog overblijft voor de rest van de keten. De kostprijs is zelden leidend. Daardoor blijven marges voor producenten laag en is het onduidelijk of een hogere winkelprijs wel terechtkomt bij de boer. Eerlijke handel lijkt vanzelfsprekend, maar is dat zelden.

bedankt en tot ziens

Lokale boeren

Steeds meer consumenten willen lokaal voedsel. Toch is dat in de supermarkt maar beperkt aanwezig. Dat ligt niet aan onwil, maar aan hoe het systeem is ingericht: grootschalig, landelijk gestandaardiseerd, gericht op leverzekerheid en volume. Daar past een kleine regionale teler vaak niet tussen. Terwijl vraag en aanbod er wél zijn, ontbreekt het aan de systemen om die te verbinden.

bedankt en tot ziens

Klimaat & voedselzekerheid

Klimaatverandering, droogte en mislukte oogsten zetten de wereldwijde voedselproductie steeds verder onder druk. Ons huidige systeem is afhankelijk van lange ketens, intensieve landbouw en transport over grote afstanden. Supermarkten spelen hierin een centrale rol: zij bepalen aanbod, volume en standaardisering. Dat zorgt voor beschikbaarheid, maar maakt ons ook kwetsbaar. Als ergens in de keten iets spaak loopt, merken we het direct. Juist doordat de supermarkt zo'n centrale toegangspoort is, beïnvloedt zij mee hoe robuust of risicovol ons voedselsysteem is.

bedankt en tot ziens

Dierenwelzijn

Voor wie goed zoekt, is er keuze: biologische melk, eieren met keurmerk, vlees met sterren. Maar de diervriendelijke optie is zelden de norm. Vaak is ze duurder, moeilijker te vinden of verpakt in vage claims. Intussen wordt de rest van het schap gevuld door producten uit ketens waar prijs leidend is en dierenwelzijn bijzaak. Supermarkten bewegen mee met wat verkoopt, maar sturen ook zelf het gedrag.

bedankt en tot ziens

Rekeningen

De supermarkt is vandaag de belangrijkste plek waar mensen hun eten kopen. Wie daar verandering weet te brengen, beïnvloedt niet alleen wat er in het winkelmandje ligt, maar raakt aan grotere vraagstukken voor mens en planeet.

Gezondheid

Supermarkten hebben grote invloed op wat we eten. Ongeveer 70% van het aanbod bestaat uit sterk bewerkte producten, rijk aan suiker, zout en vet. Groente en fruit liggen vaak prominent bij binnenkomst, maar maken uiteindelijk een klein deel uit van het totale schap. Wie boodschappen doet, wordt dus omringd door producten die niet bijdragen aan een gezond voedingspatroon en die juist vaak in de aanbieding zijn. De gevolgen zien we terug in de samenleving: stijgende zorgkosten, welvaartsziekten en groeiende gezondheidsverschillen. Gezondheid is zo niet alleen een persoonlijke keuze, maar ook een systeemvraag.

bedankt en tot ziens

Voedselverspilling

Supermarkten verspillen relatief weinig zichtbaar voedsel, in 2023 nog maar 0,89% van het ingekochte volume. Maar indirect veroorzaken ze veel verspilling: door strikte eisen aan vorm, kleur, houdbaarheid of volume vallen veel producten al vóór het schap af. Buitenbeentjes zijn soms aanwezig, maar tegen lage opbrengst voor boeren, voor hen loont het nauwelijks. Voor boeren loont het nauwelijks om afwijkende producten aan te leveren. Verspilling ontstaat in de hele keten, vaak onzichtbaar, en is echt niet alleen wat je ziet

Biodiversiteit

De supermarkt vraagt om standaardproducten: eenduidig van vorm, formaat en aanbod. Dat leidt tot druk op de keten om te produceren in monoculturen, met veel chemische inputs. Tegelijk is biodiversiteit onmisbaar voor een gezond voedsel-ecosysteem — van bodem tot bestuiver. Zonder variatie in gewassen en landschappen wordt ons voedselsysteem kwetsbaarder, niet weerbaarder.

bedankt en tot ziens



Waarom we alleen samen kunnen zorgen voor een betere supermarkt

Wie echt naar de supermarkt kijkt, ziet al snel: dit is geen simpele winkel, maar een ingewikkeld systeem. Er zijn veel spelers, belangen en de macht ligt niet overal even eerlijk verdeeld.

Iedereen kijkt naar elkaar: supermarkten naar de overheid, overheid naar de consument, consumenten naar de winkel. Er is weinig echte regie – en zo schuiven we langzaam verder in hetzelfde systeem.

Veel **consumenten** voelen dat er iets niet klopt, maar missen vaak kennis om goed te kunnen kiezen en voelen zich machteloos om iets te veranderen in de complexe keten.

Overheden sturen vooral op korte termijn: het volgen van marktmechanismes betekent dat de andere rekeningen oplopen. Overheden grijpen nu niet in...

NGO's en burger-initiatieven proberen te helpen, maar hebben beperkte middelen.

Supermarkten zitten ook vast in het systeem. Ze kijken naar elkaar en wachten af wie het eerste beweegt of stappen zet.

Grote bedrijven bepalen vaak wat er geproduceerd wordt, wat in het schap ligt en wat het kost.

Niemand kan dit systeem in z'n eentje veranderen



Gebaande paden

De supermarkt is niet zomaar een winkel. Het is een zorgvuldig ontworpen omgeving die ons stuurt in wat we kiezen, hoeveel we meenemen en hoe we ons daarbij voelen. Meesterlijk, eigenlijk. Maar juist daarom hebben we vaak niet door hoe sterk we worden beïnvloed. Voordat we de kassa bereiken zijn we aan heel wat verleidingskracht onderworpen.

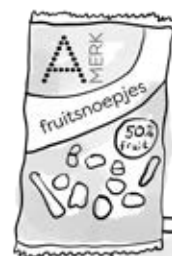
de supersuperweken-wijk

Alleen deze week! Mis het niet!



de bukstreep

Even bukken voor de producten met laagste prijs op het onderste schap!



de bonusallee

Ruim baan voor de aanbiedingen.



het impulsaankooppaadje

Gelukkig heb je tijdens het wachten bij de kassa tijd genoeg voor al je allerlaatste impulsinkopen.

UITGANG

het geurplein

Waar het eeuwig ruikt naar warme appeltaart en vers afgebakken croissants.



de kant-en-klaarstraat

Pak mee, snel klaar



de karrenrij & mandjestoren

Welkom! Met onze steeds grotere karren en mandjes kun je nog meer boodschappen meenemen.



de kinderhoogte

Alle koekjes, snoepjes en toetjes met lieve dieren en grappige stripfiguren op kinderooghoogte binnen bereik.



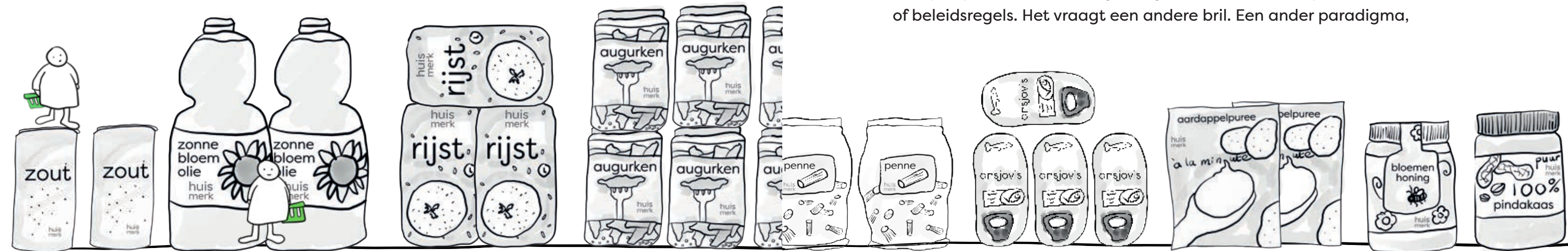
Wat als diezelfde verleidingskracht zou worden ingezet voor de supermarkt van de toekomst?

START

Fundamenten voor een andere supermarkt

De supermarkt is niet zomaar een winkel. Het is de plek waar we dagelijks boodschappen doen, maar ook een knooppunt van systemen: landbouw, logistiek, gezondheid, prijsmechanismen, marketing, beleid, en gewoontes. Wat we daar zien, de producten in het schap is slechts het topje van de ijsberg.

Daaronder ligt iets veel fundamenteelers: een manier van denken die voedsel vooral behandelt als handelswaar. In dit denken draait het om schaal, groei, prijs en gemak. Efficiënt, rationeel en voorspelbaar. En het heeft ons veel gebracht: toegankelijkheid, veiligheid, overvloed.



Hoe we anders kunnen kijken, denken en doen in een systeem dat iedereen raakt.

Maar het schuurt ook. Er komen steeds meer signalen dat deze manier van denken weinig ruimte laat voor andere waarden zoals gezondheid, rechtvaardigheid, verbondenheid of zorg voor de aarde.

Wat als we voedsel weer zouden zien als iets van ons allemaal? Als een nutsvoorziening, net als water of onderwijs. Iets wat er moet zijn voor iedereen. Dan zouden supermarkten geen race naar de laagste prijs voeren, maar bijdragen aan publieke doelen. Dan zou winst niet de enige drijfveer zijn, maar impact, verbinding en continuïteit in balans.

Zo'n perspectiefverschuiving vraagt meer dan nieuwe producten of beleidsregels. Het vraagt een andere bril. Een ander paradigma,



zoals filosoof Matthijs Schouten het noemt. Eentje waarin we niet alleen vanuit ratio, cijfers en risico denken, maar ook vanuit gevoel, verbondenheid, verantwoordelijkheid.

En dat is wennen. In boardrooms en beleidskamers worden beslissingen vaak genomen met spreadsheets. Maar als het over eten gaat, gaat het ook over cultuur, herinneringen, gezondheid, identiteit, landschap. En daar horen ook andere afwegingen bij. Wat als we leerden besluiten te nemen met hoofd én hart?

Gelukkig is die beweging er al. Boeren die anders willen telen. Consumenten die bewust kiezen voor lokaal, voor eerlijk, voor gezond. NGO's die waarden agenderen, Onderzoekers die samenwerken met praktijk. Grote bedrijven kijken naar die beweging, volgen haar, spiegelen zich eraan. Daarom is die beweging als onderstroom van het systeem zo belangrijk. Omdat zij richting geeft. Omdat zij het verhaal levend houdt.

Die beweging alleen is niet genoeg. Het systeem beweegt pas echt als de tandwielen op elkaar ingrijpen. En daar ligt een sleutelrol voor overheid en bedrijfsleven. Overheden kunnen kaders stellen, duidelijke spelregels, gezonde standaarden, stimulansen voor korte ketens, eerlijke verdeling. Maar ze wachten vaak af. En bedrijven zeggen: we willen wel veranderen, maar dan moet het beleid mee.

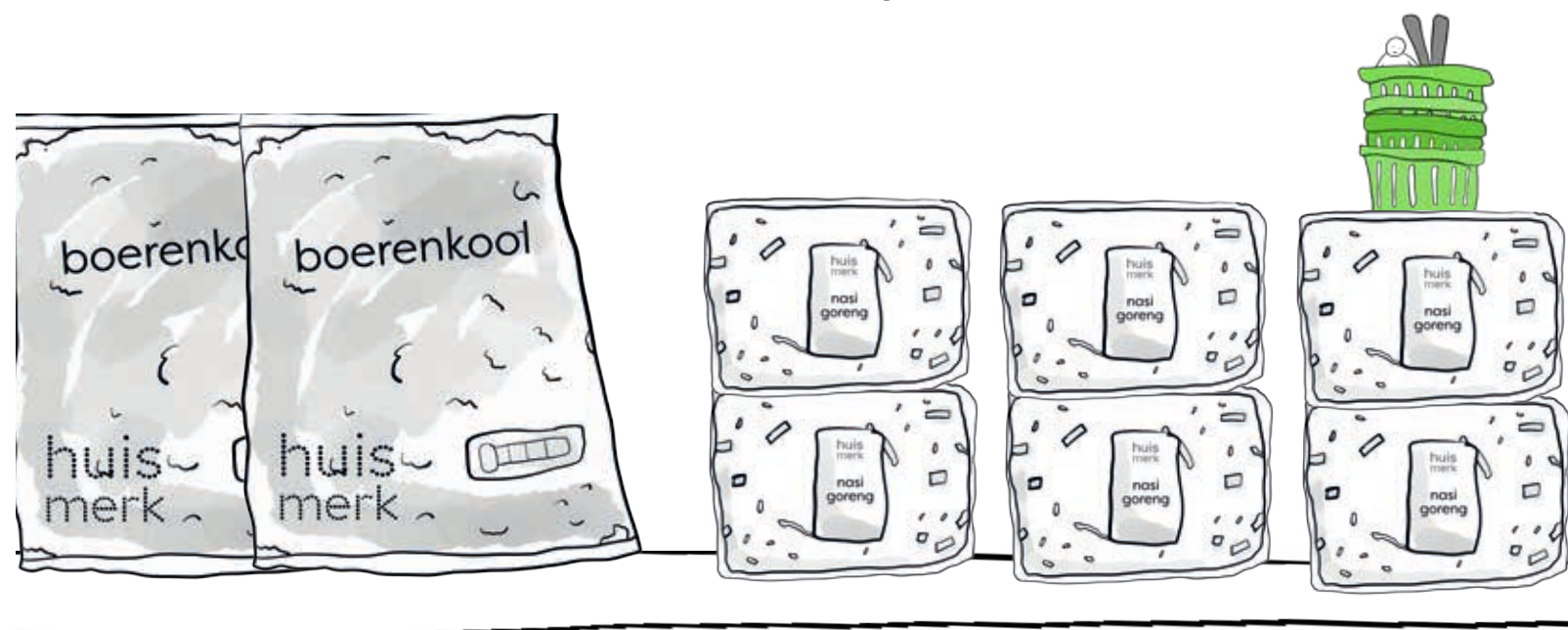
Wat als we dat nu eens omdraaien? Wat als bedrijven zélf een collectief beroep doen op de overheid, en vragen om bijsturing op de punten waar zij vastlopen? Gezondere keuzes goedkoper maken. Lange termijn ruimte geven voor duurzame investeringen.

Duidelijkheid scheppen. Dat zou niet alleen sneller werken, maar ook geloofwaardiger zijn.

En wat als NGO's en burgerbewegingen ondertussen blijven wijzen op wat er óók belangrijk is? Op waarden als rechtvaardigheid, verbondenheid en diversiteit. Op het belang van voedselvaardigheden en grip op je bord. Op het plezier en de trots van goed eten, dicht bij huis. Zij kunnen de gevoelslaag blijven verwoorden die in spreadsheets niet past, maar die in het dagelijks leven van mensen juist het verschil maakt.

Samen vormen we zo een systeem dat anders werkt, omdat het anders denkt. Geen blauwdruk, geen simpele routekaart. Maar wel een richting. Een uitnodiging. Om het beeld te kantelen: van voedsel als product naar voedsel als levensmiddel van en voor ons allemaal. Van consument als klant naar burger met stem. Van supermarkt als eindpunt naar supermarkt als ontmoetingsplek. En dat vraagt iets van iedereen. Maar het begint bij het zien van de beweging die er al is, het voelen van de verlangens die daaronder liggen.

En het durven handelen naar wat daar beweegt.



vakken vullen

Niet alles in de supermarkt hoeft anders. Maar wát opvalt, waar het ligt, hoeveel ruimte het krijgt, dát maakt het verschil. Wat als jij het schap mocht indelen? Wat zou je vaker willen zien? Wat kan wat jou betreft kleiner of helemaal verdwijnen? Hier kun je het zelf invullen. Kies bewust, kleur het in en geef jouw beeld van het boodschappen doen van morgen. En weet: wat op ooghoogte ligt, wordt het snelst gepakt.

Dit koop ik in mijn
SUPERSUPER
van de toekomst.

Dit is zeker niet te koop in mijn
SUPERSUPER
van de toekomst.

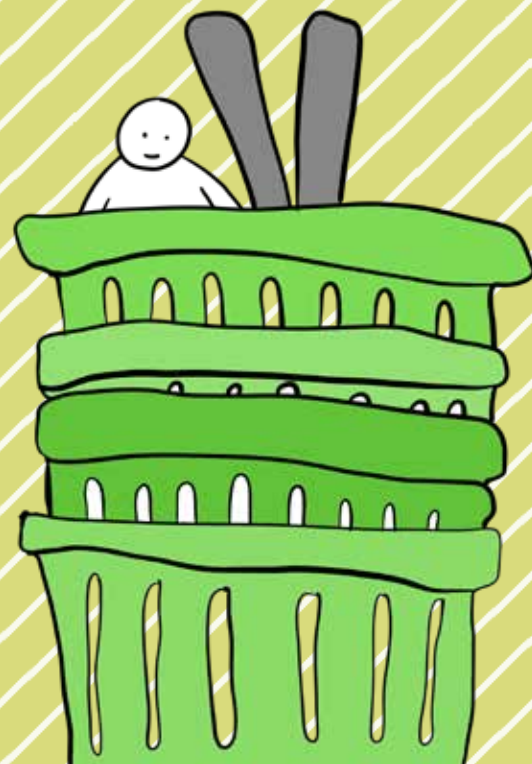
Kleur je tekening in en lever hem in bij jouw supermarkt
Stuur ons vooral een foto van het inlevermoment.

NAAM:
LEEFTIJD:
INGELEVERD BIJ:
FILIAAL:

Wat er nu al gebeurt

Op allerlei plekken zijn mensen, supermarkten, bedrijven en overheden bezig om het anders te doen. Sommige voorbeelden zijn groot en structureel, andere klein en lokaal. Maar allemaal laten ze zien dat het mogelijk is: een supermarkt en voedselsysteem dat eerlijker, gezonder en duurzamer werkt.

Deze lijst is natuurlijk nog lang niet compleet. Zie het als een begin. Ken je voorbeelden die hier niet tussen staan maar wél passen? Laat het ons weten. We vullen de verzameling graag verder aan.



Wat als supermarkten geen klanten zien, maar co-makers?

La Louve (Parijs)

Een coöperatieve supermarkt waarvan klanten mede-eigenaar zijn. Ze helpen mee, beslissen mee, en kopen in tegen eerlijke prijzen. Democratie, transparantie en gemeenschapszin vormen de basis.



Wat als collectief gemak het wint van commercieel gemak?

CO-OP netwerk (Japan)

In Japan bestelt bijna 40% van de huishoudens hun boodschappen via een coöperatieve bezorgdienst. Leden ontvangen koelverse producten van vlees tot zeep aan huis.



Wat als de supermarkt een publieke voorziening is, zoals een bibliotheek?

Staatssupermarkten (VS)

In verschillende Amerikaanse steden zijn supermarkten in publiek bezit, om voedseltoegang in kwetsbare buurten te waarborgen. Ze bieden basisboodschappen tegen eerlijke prijzen.



Wat als een Ministerie van Voedsel normaal wordt?

Biologisch en plantaardig (Denemarken)

Dankzij dertig jaar actief beleid is Denemarken Europees koploper in biologische voeding. In 2023 kwam daar een nationaal plan voor plantaardig eten bij.



Wat als verpakkingen altijd de waarheid vertellen?

Verpakkingsregels (Japan)

Op verpakking mag alleen een opengesneden vrucht staan als het sap 100% puur is. Productafbeeldingen moeten kloppen met de werkelijke grootte.



Wat als krom het nieuwe normaal is?

EU-regels voor 'lelijke' groenten (EU)

Sinds 2025 mogen imperfecte groenten en fruit makkelijker verkocht worden in de EU. Minder verspilling, meer afzet voor boeren.



Wat als ongezond eten geen vrolijke mascottes meer krijgt, maar duidelijke waarschuwingen?

Waarschuwingsetiketten (Chili)

In Chili zijn sinds 2016 kindermarketing en stripfiguren op ongezonde producten verboden. Op verpakkingen staan opvallende zwarte waarschuwingen voor suiker, zout en vet.



Wat als verspilling niet meer mag, maar moet worden gedeeld?

Voedselverspilling (Frankrijk)

Sinds 2016 is het in Frankrijk verboden voor supermarkten om eetbaar voedsel weg te gooien. Ze zijn verplicht om restpartijen te doneren aan voedselbanken of liefdadigheid.



Wat als supermarkten versheid letterlijk tappen van het land?

Rauwe-melk-automaten (EU)

In landen als Italië en Frankrijk kun je dagverse melk tappen uit een automaat, vaak bij de supermarkt of de boer.



Wat als afstand een prominente plek op het etiket heeft?

OKM-principe (Spanje)

Producten van regionale boeren staan in de schappen, herkenbaar als 'OKM': vers, seizoensgebonden, dichtbij. Supermarkten en horeca communiceren dit actief.



Wat als je kunt proeven waar je woont, gewoon in het schap?

Proef de smaak van Noord-Holland (NL)

In steeds meer Noord-Hollandse supermarkten vind je nu herkenbare streekproducten in het schap. Dankzij een samenwerking tussen de provincie, telers, versleveranciers en supermarkten liggen er appels, eieren, aardappels en andere producten met een lokaal label. Zo krijgt de consument zicht op herkomst én krijgt de regio een gezicht.



Wat als supermarkten ook boeren en burgers eigenaar maken?

Boerschappen (Nederland)

Een korte-ketenbedrijf dat maaltijdboxen levert met lokale, eerlijke producten, rechtstreeks van de boer. Nu een coöperatie met duizenden aandeelhouders.



Wat als elke regio weer

herkenbaar wordt aan zijn eten?

Wat als eerlijkheid op het etiket de norm wordt, niet de uitzondering?

De Consumentenbond (NL)

De Consumentenbond onderzoekt en vergelijkt producten, en maakt misleiding zichtbaar, van verborgen suiker in “gezonde” snacks tot loze duurzaamheidsclaims.



Wat als consumenten niet hoeven te speuren naar de waarheid achter het etiket?

Foodwatch (NL)

Strijdt tegen misleiding op voedselverpakkingen en lobbyt voor eerlijke wetgeving. Organiseert onder meer de ‘meest misleidende product’-verkiezing.



Wat als we een dierwaardige voedselketen hebben?

Wakker Dier (NL)

Maakt zich hard voor dierenwelzijn en schuwt de confrontatie niet. Hun campagnes leidden tot onder andere het einde van de plofkip.



Wat als we bij elk bord eten ook even naar het systeem erachter kijken?

Foodrise (NL)

Foodrise is een campagneorganisatie die werkt aan de systeemverandering van ons voedselsysteem. Ze verbinden dagelijkse voedselproblemen, zoals verspilling en overproductie aan machtsstructuren en beleid. Via onderzoek, evenementen en activisme pleiten ze voor minder vlees, minder zuivel, meer lokale voedselinitiatieven en minder verspilling. activisme pleiten ze voor minder vlees, minder zuivel, meer lokale voedselinitiatieven en minder verspilling.



Wat als de supermarkt begint in je straat en groeit uit je buurt?

De voedselwerkplaats (NL)

De Voedselwerkplaats ondersteunt bewoners die zelf aan de slag willen met lokaal en eerlijk eten. Ze helpen bij het opzetten van buurtmarkten, buurtmoestuinen, voedselcoöperaties en CSA's, en versterken zo gemeenschappen rond een gedeelde voedselvoorziening.





Wat als eigenaarschap weer letterlijk wordt genomen?

Dorpsbewoners redden hun supermarkt (NL)

In dorpen als Schoonrewoerd en IJpendam zamelen inwoners geld in, kopen vastgoed of werken vrijwillig om hun supermarkt te behouden.



Wat als zorg, voeding en ontmoeting uit dezelfde tuin komen?

Sociale voedseltuinen (NL)

Mensen met een krap budget tuinieren samen. Ze oogsten gezond eten, delen kennis en bouwen aan hun gemeenschap.



Wat als eten een sociaal recht is, geen luxe?

De Buurtkok (Heerenveen)

Een wijkkeuken waar je een gezonde maaltijd kunt kopen én doneren. Gezamenlijk koken, eten en zorgen voor de buurt.



Wat als de supermarkt meer werd dan een winkel – maar ook een plek waar je leert én samen eet?

Mensa Mensa (Rotterdam)

Een buurtkantine in Rotterdam-Zuid waar iedereen – ongeacht inkomen – voor een klein bedrag gezonde maaltijden kan eten of zelf maaltijden kan voorbereiden voor de hele week. Mealprep-avonden voor €10 inclusief begeleiding van een kok zorgen dat mensen tijd, geld én kennis besparen, vooral voor gezinnen met beperkte middelen.



Wat als de buurt zélf beslist wat er in het schap ligt en voor wie?

Moerwijk-supermarkt (Den Haag)

In de Haagse wijk Moerwijk willen bewoners een eigen, betaalbare supermarkt opzetten. De dichtstbijzijnde discounter is te ver weg.





Lieve Supermarkten,

Het gemak aan de oppervlakte van de huidige supermarkt biedt ons onder water ongemak.

Hoewel we weten dat het klopt, realiseren we ons ook dat het verhaal in dit boek waarschijnlijk ongemakkelijk voor jullie is. We weten dat er ook een verhaal is aan jullie kant en daar horen we graag meer over.

Hoe denken jullie hierover? We weten dat jullie grote organisaties zijn die te maken hebben met andere grote organisaties.

En dat het meer is dan alleen gemakkelijk of ongemakkelijk. We denken dat we de grote dilemma's onder en boven water alleen samen kunnen oplossen.

Willen jullie meedoen? Laat je weten wat je nodig hebt?

Liefs,

team beterdansuper

Ijsberg-onder-water-perspectief

We begeven ons voor dit superdoeboek boven en onder de waterspiegel tussen twee ijsbergen. We ontwerpen een nieuwe beter-dan-superwerkelijkheid door aan te sluiten bij wat er bij veel mensen leeft, maar wat (nog) niet aan de oppervlakte zichtbaar is. Een nieuw supermarktsysteem kan zo langzaam groeien.



Hoi Beter dan Super team,
wat ik als supermarkt nodig heb is...

... kunnen we ...

Supertoekomst

In onze dromen is ons boodschappenlijstje op pagina 3 werkelijkheid geworden. De supermarkt is niet langer een plek van haastige keuzes en verborgen verhalen, maar een plek die voedt, verbindt en verrast. De 'Supersuper' van de toekomst laat zien hoe het ook kan: een supermarkt die niet draait om alleen winst of volume, maar om wat er écht toe doet: eerlijk eten, voedzaamheid, verbinding en plezier.

3. Ons eten is sociaal

De supermarkt is geen anonieme hal meer, maar een plek van menselijke relaties. Je kijkt via VR mee bij de boer, je ontmoet het personeel dat trots is op zijn werk en eerlijke handel mogelijk maakt. Het personeel is hier geen instrument, maar een ambassadeur van eten en gemeenschap. Hier voel je je onderdeel van een grotere keten en niet alleen klant.

1. Ons eten is eerlijk

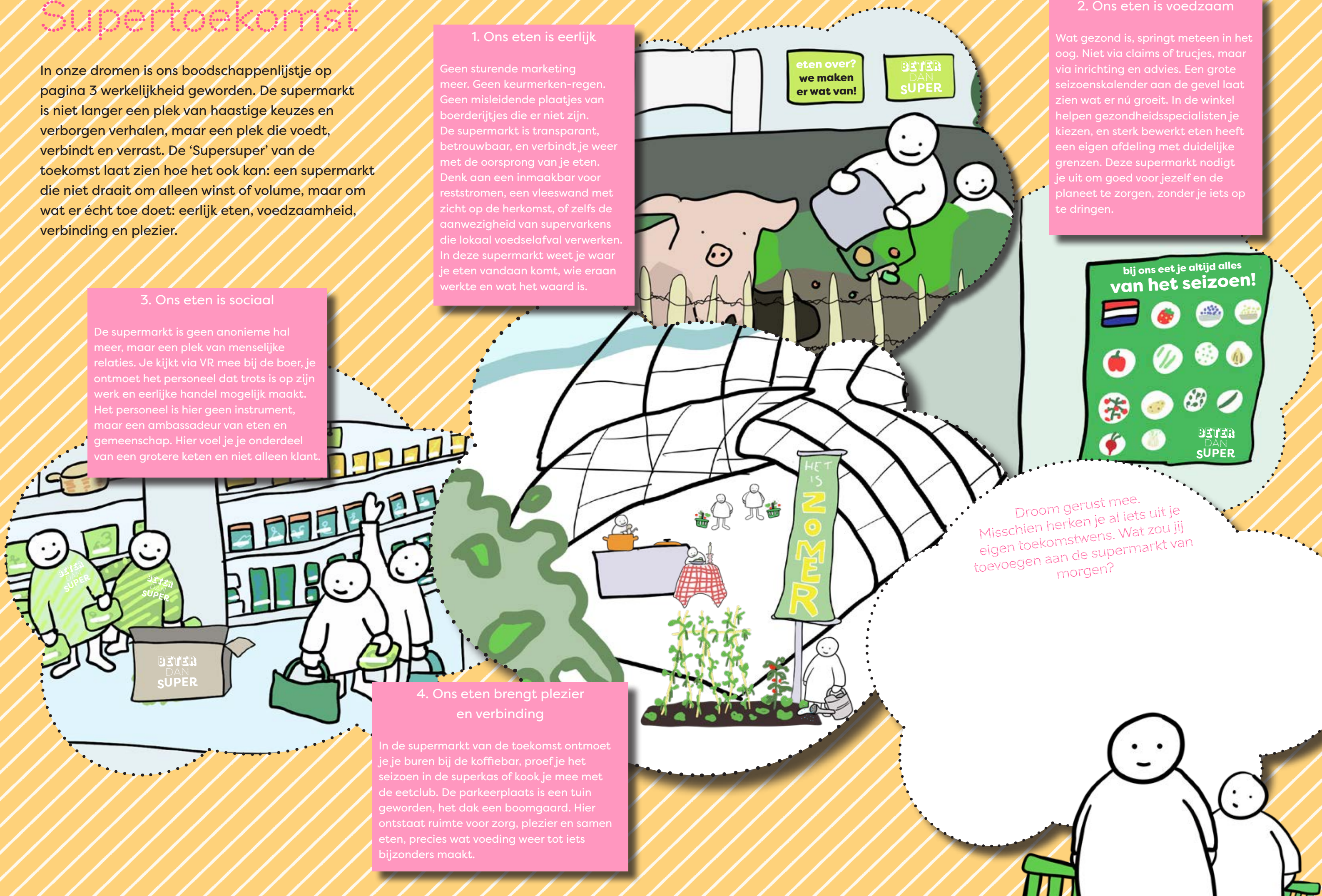
Geen sturende marketing meer. Geen keurmerken-regen. Geen misleidende plaatjes van boerderijtjes die er niet zijn. De supermarkt is transparant, betrouwbaar, en verbindt je weer met de oorsprong van je eten. Denk aan een inmaakbar voor reststromen, een vleeswand met zicht op de herkomst, of zelfs de aanwezigheid van supervarkens die lokaal voedselafval verwerken. In deze supermarkt weet je waar je eten vandaan komt, wie eraan werkte en wat het waard is.

2. Ons eten is voedzaam

Wat gezond is, springt meteen in het oog. Niet via claims of trucjes, maar via inrichting en advies. Een grote seizoenskalender aan de gevel laat zien wat er nú groeit. In de winkel helpen gezondheidsspecialisten je kiezen, en sterk bewerkt eten heeft een eigen afdeling met duidelijke grenzen. Deze supermarkt nodigt je uit om goed voor jezelf en de planeet te zorgen, zonder je iets op te dringen.

4. Ons eten brengt plezier en verbinding

In de supermarkt van de toekomst ontmoet je je burens bij de koffiebar, proef je het seizoen in de superkas of kook je mee met de eetclub. De parkeerplaats is een tuin geworden, het dak een boomgaard. Hier ontstaat ruimte voor zorg, plezier en samen eten, precies wat voeding weer tot iets bijzonders maakt.



Droom gerust mee. Misschien herken je al iets uit je eigen toekomstwens. Wat zou jij toevoegen aan de supermarkt van morgen?

Naar de kassa

Je bent bijna aan het einde van dit boekje. Tijd om af te rekenen?
Nee hoor, tijd voor een zelfscan.

Sta even stil. Waar bevind jij je in het supermarktsysteem?
En wat zou jij anders willen zien of doen?

Scan jezelf:

- Wat ligt er in jouw mandje? Wat zijn jouw dagelijkse keuzes als consument?
- Heb je op je werk invloed op inkoop, beleid of bewustwording?
- Ken je inspirerende voorbeelden van hoe het elders wél anders gebeurt?

Wil je meedenken, meedoen of iets met ons delen? Heb je iets gezien, gedacht of bedacht onderweg? Laat het ons weten. We zijn altijd op zoek naar ideeën, voorbeelden en medestanders.

We hoeven het systeem niet nog jaren voor ons uit te schuiven.
Laten we gewoon beginnen, samen.

Stuur het ons via info@beterdansuper.nl, we horen het graag.
Want de kassa is geen eindpunt, maar een begin.

Colofon

Beter dan Super is een project dat werd ontwikkeld door het gelijknamige team, voortgekomen uit de participatietafel Voedseltransitie (2021-2024), mogelijk gemaakt door DuurzaamDoor (RVO). Het team bestaat uit: Dorine van den Beukel, Maria Geuze, Liane Lankreijer, Rosa Lucassen, Lotte Sluijs en Emina Zorlak.

Het **Beter dan Super Doe-boek** is binnen dit project ontwikkeld door Dorine van den Beukel, Maria Geuze en Rosa Lucassen. Zij waren verantwoordelijk voor het concept en het schrijven van de teksten.
Het ontwerp en de illustraties zijn gemaakt door Dorine van den Beukel.



Plaats hier
je mandje
terug



De kwis-antwoorden

De antwoorden van de kwis op pagina 8-9.

Gesneden ui

Door het snijwerk kan de supermarkt hier veel meer voor vragen dan voor een gewone ui. De supermarkt verdient zelfs meer aan het snijden, dan de boer aan zijn ui. Het is veel te duur. Maar het wordt nog verkocht ook. Dus de enige met tranen in de ogen is de supermarkt. Van het lachen.

Verse garnalen

Nou ja, vers, ze worden gekweekt in Azië en Zuid Amerika. Dus worden ze ingevroren voor de overtocht. Maar dat is niet het enige dat er mis is. Om te zorgen dat de moeder garnaal eerder en meer eitjes legt, worden bij haar de oogjes eraf geknipt. Of uitgeknepen, dat wil ook nog weleens voorkomen.

Diepvries doperwten

Het is niet het seizoen, maar toch is dit een uitstekende aanschaf. Doperwten worden in Nederland geteeld. En ingevroren. Zodat je ze het hele jaar door kan eten. En het is nog gezond ook. Want ingevroren groenten bevatten beide net zoveel voedingsstoffen als verse groenten. Diepvriesgroente bevat vaak zelfs nog meer vitamine C dan verse groenten. Dus u moet vooral de Nederlandse groenten uit het vriesvak hebben.

Cookie Dough A merk ijs

Een typische impulsaankoop. Je ziet het en je denkt `Oh ja, ijs. Daar had ik trek in!`. Dus als het op ooghoogte ligt en het is bovendien ook nog eens in de bonus, dan kan geen enkele klant daar weerstand aan bieden. Het A-merk betaalt veel voor die extra zichtbaarheid in de schappen.

Kruidenmix

Kruiden worden verkocht in kleine hoeveelheden. En het gaat vaak ook niet om hele grote bedragen, maar toch is dit het product met één van de hoogste winstmarges in de supermarkt. Dus pas op: de supermarkt let meer op de kleintjes dan je denkt!

Verse jus

Wat is er lekkerder dan een glas heerlijke verse jus? Alleen, `vers` is helemaal geen beschermde titel. Het is dus `vers`. Dus hoogstwaarschijnlijk is deze jus al een paar weken lang `vers`.

Pain Delicieux

Supermarkten verkopen steeds meer brood onder Franse namen. Pain Bastille, pain Boulogne, pain Triomphe, pain Levain, noem een Frans woord en bij ons ligt het als brood in de schappen. Pain Paris, Pain Pétanque, Pain Peugeot...

En al die broden hebben helemaal niks met Frankrijk te maken, het is gewoon Nederlands volkorenbrood, maar het klinkt natuurlijk wel chique.

En trouwens, als je in de supermarkt het brood zoekt; hebben ze helemaal aan het einde gelegd. Want brood kopen doet de klant sowieso wel, dus dan is het heel fijn voor de supermarkt dat die klant eerst langs al die andere verleidelijke producten moet lopen.

Fruitdrink

Om Nederlanders gezonder te laten eten is dit jaar de suikertaks ingevoerd. Fabrikanten moeten belasting betalen over de hoeveelheid suiker in hun producten. Behalve bij zuivel. Want dat is gezond. In dit pak fruitdrink zitten ongeveer 40 suikerklontjes. Dus dat wordt betalen. Want vruchtensap is natuurlijk geen zuivel. Maar wat doet een fabrikant sinds kort? Die voegt een heel klein beetje melk toe aan de vruchtensap. En dan is het ineens wel zuivel! `Voor de volle smaak` zeggen ze zelf.

Chinese kool

Oei, dat klinkt al meteen als heel ver weg. Maar gelukkig, Chinese kool groeit niet alleen in China maar ook hier in Nederland als...als...ja hoe zeg je dat....heel erg goed. En bovendien is het nu het seizoen. Chinese kool is er van juli tot en met november. En het is niet alleen goed voor het milieu, het is ook nog eens hartstikke gezond. Goede keuze dus!

Havermout

Lekker goedkoop en er is helemaal niks aan toegevoegd. Dus het is ook nog eens hartstikke gezond. Maar ja, niks op te verdienen. Dus het ligt helemaal onderin het schap. Waardoor je heel erg moet bukken om het te pakken. Want de supermarkt wil hier natuurlijk het liefst helemaal niks mee te maken hebben. Met die goedkope, gezonde troep.

Chinese kool

Oei, dat klinkt al meteen als heel ver weg. Maar gelukkig, Chinese kool groeit niet alleen in China maar ook hier in Nederland als...als...ja hoe zeg je dat....heel erg goed. En bovendien is het nu het seizoen. Chinese kool is er van juli tot en met november. En het is niet alleen goed voor het milieu, het is ook nog eens hartstikke gezond. Goede keuze dus!

Pangasius Filet

Vers! En dat ligt gewoon bij jou in de supermarkt op de hoek. Wat ze er niet bij vertellen is dat het helemaal niet vers kan zijn, want pangasius wordt gekweekt in Vietnam. Dus die wordt daar ingevroren en daarna overgevroren naar de super bij jou op de hoek. Dus pangasiusfilet is zeker niet vers. Maar misschien wel het verst. Dus bij de aanschaf van dit product moet je weer een paar honderd air miles inleveren.



TOT IN HET SCHAP VAN DE TOEKOMST!



Mail ons: info@beterdansuper.nl

Volg ons op: [@beterdansuper](https://www.instagram.com/beterdansuper)