

# Hoe dragen supermarkten bij aan duurzaam voedsel?

**SAMENVATTING** - Van de afspraken die supermarkten hebben gemaakt over het stimuleren van duurzaam voedsel is in praktijk nog weinig zichtbaar. Superlijst Groen is het resultaat van een onderzoek naar hoe supermarkten omgaan met afspraken rond het stimuleren van een duurzaam voedselsysteem.

Koplopers zijn Ekoplaza, met haar duurzame assortiment en Albert Heijn, door de transparantie over haar duurzaamheidsprestaties. Op basis van de bij supermarkten gevonden informatie is het echter lastig te zeggen hoe de sector bijdraagt aan het behalen van de doelstellingen in het Klimaatakkoord en Deltaplan Biodiversiteit.

Zo'n 70 procent van het voedsel dat Nederlanders dagelijks tot zich nemen, kopen ze in de supermarkt (Rabobank 2019). In de transitie naar een duurzaam voedingspatroon spelen supermarkten daarom een belangrijke rol. Superlijst is een halfjaarlijkse vergelijking van supermarkten, die inzichtelijk maakt wat supermarkten doen om het Nederlandse voedingspatroon duurzamer en gezonder te maken.

In deze tweede editie belichten we het thema Groen: in hoeverre stimuleert de supermarkt een voedingspatroon dat bijdraagt aan natuurbehoud en een gezond milieu. Ekoplaza en Albert Heijn komen uit dit onderzoek naar voren als voorlopers. Ekoplaza loopt voorop in het aanbod: veel biologische producten in het assortiment, weinig vlees in de reclamefolders. Albert Heijn loopt voorop in transparantie; anders dan andere supermarkten geeft Albert Heijn belangrijke inzichten in herkomst en verkoop van (on)duurzame producten.

Alle onderzochte supermarkten zijn echter belangrijke afspraken over verduurzaming nog niet (zichtbaar) nagekomen. De supermarkt vertrouwt voor het verduurzamen van zijn productieketens doorgaans sterk op de 'bewuste consument' die uit zichzelf kiest voor de duurzame optie. Vlees is bijna overal de norm en supermarkten geven weinig openheid over de herkomst van producten. Er zijn nauwelijks adequate maatregelen om ontbossing voor palmolie en soja te voorkomen en ook over het verminderen van (plastic) verpakkingen geven supermarkten weinig openheid. Wel blijkt dat vis in de supermarkt bijna altijd wordt aangeboden met een relevant keurmerk.

Stichting Questionmark stelde de onderzoeksmethode op in samenwerking met Natuurmonumenten, Natuur & Milieu en Mighty Earth en onder toezicht van een Raad van Wetenschappers. Voorafgaand aan het onderzoek kregen supermarkten de gelegenheid commentaar te geven op deze methode.

Op de volgende pagina's lichten we vier belangrijke bevindingen toe.



Superlijst  
Groen  
2021

Welke supermarkt maakt groen de makkelijkste keuze?

SUPER  
LIJST

Het volledige rapport Superlijst Groen 2021 is te vinden op [www.superlijst.nl](http://www.superlijst.nl)

# Plantaardig is een optie, vlees is de standaard

Supermarkten leveren nog geen substantiële bijdrage aan het verminderen van de vleesconsumptie, belangrijk onderdeel van de afspraken in het **Nationaal Klimaatakkoord**. Dit blijkt uit Superlijst Groen 2021, een onderzoek naar duurzaamheid bij supermarkten.



De productie van dierlijke eiwitten als vlees, eieren en zuivel, heeft een grote ecologische voetafdruk. Voor de productie van veevoer is namelijk landbouwgrond nodig, wat ten koste gaat van landbouwgrond voor menselijke voeding of ten koste van kwetsbare natuur en (tropische oer-)bossen. Die bossen zijn cruciaal voor het beperken van klimaatverandering: planten en bomen halen CO2 uit de lucht en remmen daarmee het broeikaseffect.

Minder vlees eten is daarom een belangrijk onderdeel van het *Nationale Klimaatakkoord*, waar ook de supermarkten zich aan hebben verbonden.

### Wat kunnen supermarkten doen?

Op dit moment vormen dierlijke eiwitten zo'n 60% van de eiwitten in het gemiddelde Nederlandse voedingspatroon. Voor een duurzaam voedselsysteem zou dat aandeel omlaag moeten naar 40%.

Supermarkten kunnen daarbij helpen, bijvoorbeeld door minder vlees in de aanbieding te doen, door vlees minder vanzelfsprekend onderdeel van de maaltijd te maken en door vlees in kleinere porties te verkopen. Ook helpt het om de consumptie van plantaardige eiwitten te stimuleren.



### Wat wijst het onderzoek uit?

Geen van de onderzochte supermarkten heeft een doelstelling om minder dierlijke eiwitten te verkopen. Geen van de supermarkten geeft inzicht in de voortgang op de afspraken in het Klimaatakkoord.

In 92% van de onderzochte reclamefolders staan aanbiedingen van rood vlees, vaak meer dan tien producten per week. Rood vlees heeft van alle dierlijke producten de grootste ecologische voetafdruk. Ook in de 'Nationale Week zonder Vlees' stunden 6 van de 8 onderzochte supermarkten nog met rood vlees.



Alleen **Lidl** en **Ekoplaza** namen de Week zonder Vlees letterlijk en adverteerden - tenminste één week - niet voor vlees. Buiten die week had alleen **Ekoplaza** soms een folder zonder vlees.

Van alle onderzochte kant-en-klarmaaltijden bevat 91% dierlijke eiwitten, en 44% rood vlees. Op dit onderdeel zijn er wel grote verschillen tussen supermarkten.

Van de onderzochte vleesproducten (gehaktballen, schnitzels, etc) wordt 80% verkocht in porties groter dan 100 gram.



Superlijst Groen 2021

Welke supermarkt maakt groen de makkelijkste keuze?

SUPER LIJST

Het volledige rapport Superlijst Groen 2021 is te vinden op [www.superlijst.nl](http://www.superlijst.nl)

# Verantwoordelijkheid voor duurzame landbouw ligt bij klant

In de Nederlandse supermarkt zijn producten uit duurzame landbouw nog niet de norm. Dit blijkt uit Superlijst Groen 2021, een onderzoek naar duurzaamheid bij supermarkten.



In de intensieve landbouw is steeds minder ruimte voor biodiversiteit. De gevolgen daarvan zijn ook in het Nederlandse landschap te zien. Door monocultuur en gebruik van pesticiden bijvoorbeeld, zijn veel bloemen, insecten en vogels de afgelopen jaren snel in aantal achteruitgegaan. Door hoge uitstoot van stikstof worden ook in Nederlandse natuurgebieden bijzondere plantensoorten bedreigd.



### Wat kunnen supermarkten doen?

Supermarkten hebben een belangrijke rol in het *Deltaplan Biodiversiteit* en het *Realisatieplan Kringlooplandbouw*. Supermarkten kunnen langdurige relaties aangaan met lokale boeren zodat zij ruimte hebben om te investeren in natuurinclusieve landbouw. Supermarkten kunnen ook meer seizoensgroente en -fruit verkopen of een keurmerk voor duurzame landbouw als ondergrens gebruiken bij de inkoop.

### Wat wijst het onderzoek uit?

Producten van boeren die bijdragen aan natuurinclusieve landbouw zijn in alle supermarkten te koop. Meestal is het echter aan de klant om voor die producten te kiezen. Wat supermarkten zelf bijdragen aan de gemaakte afspraken, is niet goed te zeggen. De informatie in hun jaarverslagen geeft daarover nauwelijks informatie.



Albert Heijn geeft voor het eerst belangrijke cijfers vrij over herkomst en duurzaamheid van hun producten.

Zo wordt 0,6% van het voedsel door Albert Heijn per vliegtuig geïmporteerd. Of dat veel is, is niet te zeggen zonder meer openheid van andere supermarkten. Veel supermarkten adverteren ook in de winter met blauwe bessen, aardbeien of frambozen.



Verkoopcijfers van Albert Heijn lijken te suggereren dat andere supermarkten nauwelijks biologische producten verkopen. Ook hier moeten cijfers van andere supermarkten meer helderheid brengen.

**EKOPLAZA** Ekoplaza loopt voorop met een volledig biologisch assortiment. Biologisch voedsel draagt bij aan natuurinclusieve landbouw, net als producten met het keurmerk Planet Proof, EKO of Demeter.

## Wat is natuurinclusieve landbouw?

Natuurinclusieve landbouw is voedsel produceren met oog en hart voor natuur en landschap. Natuurinclusieve Landbouw maakt optimaal gebruik van de natuur en biedt ruimte aan biodiversiteit en een aantrekkelijk agrarisch landschap.

Natuurinclusief werken maakt de landbouw ook weerbaarder tegen problemen als plagen, ziektes, droogte en klimaatverandering.

Superlijst Groen 2021

Welke supermarkt maakt groen de makkelijkste keuze?

SUPER LIJST

Het volledige rapport Superlijst Groen 2021 is te vinden op [www.superlijst.nl](http://www.superlijst.nl)

# Tegengaan ontbossing voor soja en palmolie achter bij afspraken



De toezegging om in 2010 om ontbossing geheel uit te bannen, is nog niet omgezet in plannen. Dit blijkt uit Superlijst Groen 2021, een onderzoek naar duurzaamheid bij supermarkten.



De groeiende behoefte aan landbouwgrond is de belangrijkste oorzaak van het verdwijnen van bossen wereldwijd. Naast het feit dat bossen een leefomgeving zijn voor mens en dier, zijn ze een onmisbare factor om klimaatverandering af te remmen. Momenteel zorgt vooral de vraag naar soja en palmolie voor ontbossing in Zuid-Amerika, Zuidoost Azië en andere tropische gebieden.

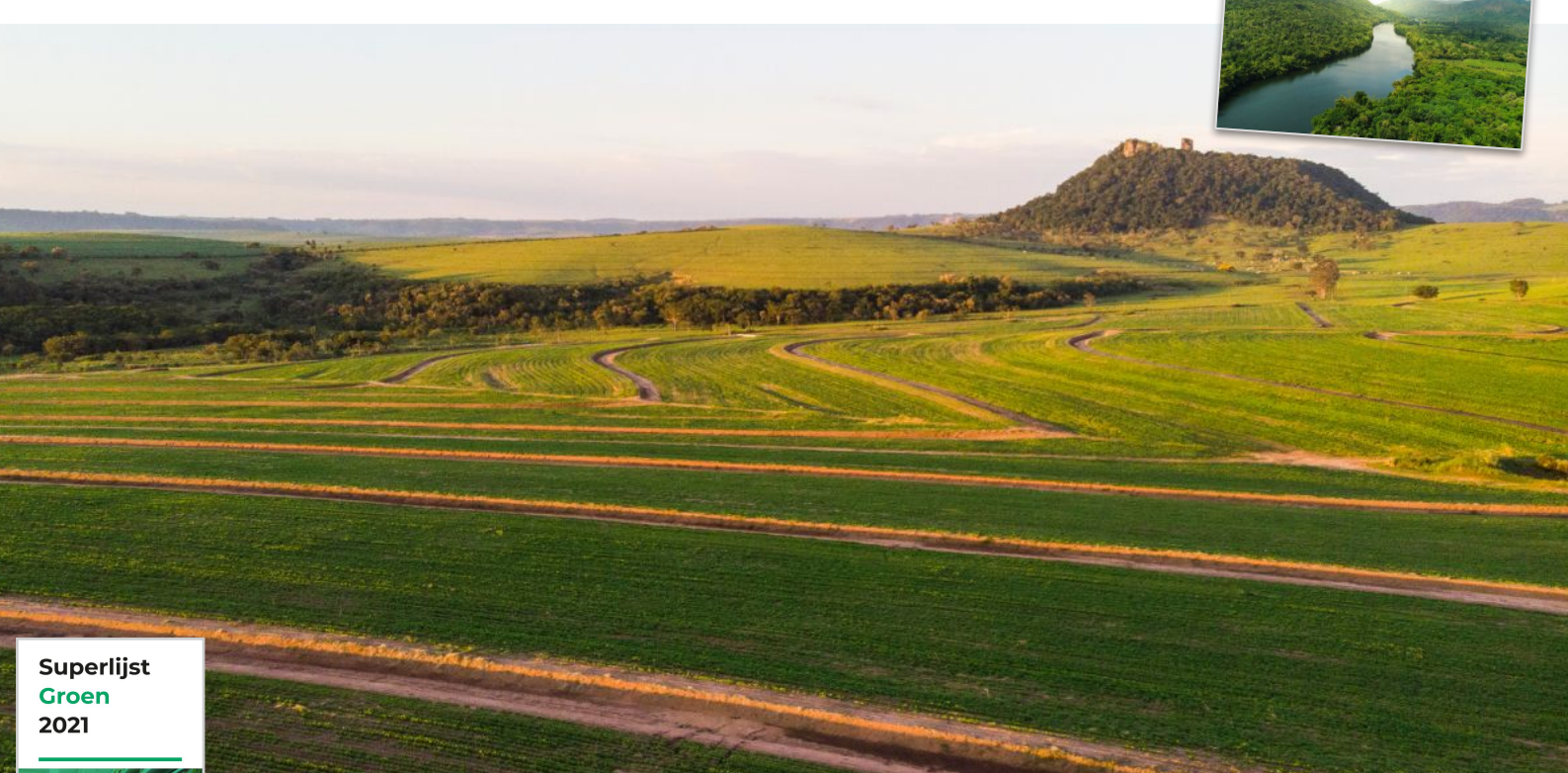
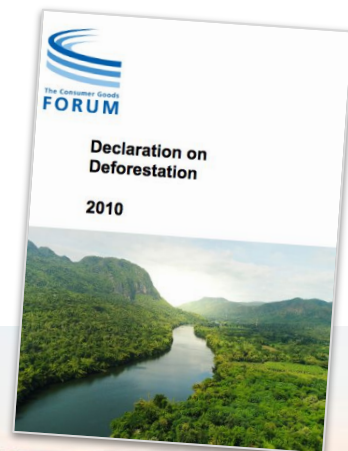
Palmolie zit in veel voedingsmiddelen en soja wordt verwerkt in veevoer voor de productie van dierlijke producten als vlees, kaas en melk.

#### Wat doen supermarkten?

Al in 2010 spraken supermarkten in de *CGF Declaration on Deforestation* af om ontbossing volledig uit te bannen in 2020. Een effectieve aanpak daarvan begint met het onderschrijven van de doelen per supermarkt, en het vastleggen van een zogenaamde *cut-off date*: een datum in het verleden die geldt als referentiepunt voor ontbossing. Soja en palmolie mogen alleen van landbouwgrond komen die vóór de *cut-off date* al in gebruik was.

#### Wat wijst het onderzoek uit?

- Ondanks de afspraak om in 2020 ontbossing voor soja volledig te stoppen, heeft nog geen enkele supermarkt hiervoor een adequaat plan van aanpak.
- Veel supermarkten dekken de gebruikte palmolie en soja met losse certificaten voor duurzaamheid. Die boekhoudkundige aanpak houdt daadwerkelijke ontbossing niet tegen.
- Aldi, Ekoplaza en Jumbo kunnen zelfs niet zeggen of alle door hun gebruikte soja gedekt is door zulke certificaten voor duurzaamheid.



Superlijst  
Groen  
2021

Welke supermarkt maakt groen de makkelijkste keuze?

SUPER  
LIJST

Het volledige rapport Superlijst Groen 2021 is te vinden op [www.superlijst.nl](http://www.superlijst.nl)

# Gezamenlijke aanpak verpakkingen niet zichtbaar bij individuele supermarkt

Bij individuele supermarkten is nog weinig te zien van afspraken over het verminderen van verpakkingsmateriaal. Dit blijkt uit Superlijst Groen 2021, een onderzoek naar duurzaamheid bij supermarkten.





Voedselverpakkingen zijn niet altijd te vermijden. Maar verpakkingen zorgen wel voor uitstoot van broeikasgassen; bij de productie van verpakkingsmateriaal én bij de verwerking van het afval. Daarnaast kunnen verpakkingen zorgen voor zwerfafval dat terecht komt op straat, in natuurgebieden of in de zee.

### Wat kunnen supermarkten doen?

In 2019 hebben supermarkten een Brancheplan Duurzaam Verpakken opgesteld, met onder meer het doel om in 2022 minstens 10% minder verpakkingsmateriaal te gebruiken dan in 2017. Ook ondertekenden de supermarkten het Plastic Pact. Daarin staan specifieke doelen om het gebruik van plastic met 20% te verminderen, en om in 2025 minstens 35% gerecycled plastic als grondstof te gebruiken. Wat nog ontbreekt zijn rapportages over de uitvoering en over de resultaten tot nu toe. De maatschappij heeft daardoor geen zicht op de haalbaarheid van de plannen..

### Wat wijst het onderzoek uit?

Bij individuele supermarkten is nog weinig te zien van het algemene Brancheplan.

-  Albert Heijn geeft als enige een gedetailleerde tussenstand en lijkt met 3,6% reductie van verpakkingsmateriaal op schema te liggen om de doelen te halen.
- 7 van de 8 supermarkten kunnen niets zeggen over de voortgang op de doelstelling voor reductie van verpakkingsmateriaal.
-  Coop heeft voor zichzelf een aanvullend doel gesteld voor het gebruik van gerecycled papier en karton.




Superlijst Groen 2021

Welke supermarkt maakt groen de makkelijkste keuze?

SUPER LIJST

Het volledige rapport Superlijst Groen 2021 is te vinden op [www.superlijst.nl](http://www.superlijst.nl)

Over de voortgang op het Plastic Pact geven supermarkten iets meer openheid.

- Dirk, Coop en Plus rapporteren via hun inkooporganisatie Superunie een afname van 6% van het gebruik van plastic.
-  Albert Heijn rapporteert een afname van 6,9% van plastic.

Of de gestelde doelen voor 2025 haalbaar zijn, is echter zonder meer openheid van de andere supermarkten niet te zeggen.