

Afspraken over duurzaamheid nog weinig zichtbaar in supermarkten

May 27, 2021

Vlees blijft de standaard, nauwelijks doelstellingen duurzaamheid, aanpak ontbossing onvoldoende

Van de afspraken die supermarkten hebben gemaakt over het stimuleren van duurzaam voedsel, is in de praktijk nog weinig zichtbaar. Ekoplaza loopt voorop met een grotendeels plantaardig en biologisch assortiment. Albert Heijn loopt voorop in transparantie over duurzaamheid. Dit blijkt uit de vandaag gepubliceerde "Superlijst Groen", het eerste onderzoek naar de duurzaamheid van supermarkten dat laat zien in hoeverre supermarkten een voedingspatroon stimuleren dat goed is voor het milieu en de natuur.

Zo'n 70 procent van ons dagelijks voedsel komt uit de supermarkt. Ondanks die machtige positie in het voedselsysteem is nauwelijks zichtbaar hoe supermarkten zich inzetten voor een duurzamer voedselpatroon. Uit onderzoeksrapport Superlijst Groen van stichting Questionmark blijkt dat, hoewel supermarkten zich hebben verbonden aan het Klimaatakkoord en het Deltaplan Biodiversiteitsherstel, de meeste van hen geen meetbare doelstellingen hebben voor het stimuleren van natuurinclusieve landbouw en een meer plantaardig voedingspatroon. Supermarkten delen nauwelijks informatie over de herkomst en teeltmethode van hun producten. De aanpak van ontbossing voor soja en palmolie, het aandeel regionaal en natuurinclusief geproduceerd voedsel en het terugdringen van verpakkingsmateriaal blijven (ver) achter bij de gemaakte afspraken. Onaanvaardbaar, in deze tijd met grote problemen rond klimaat en biodiversiteit, vinden de bij dit project aangesloten organisaties [Natuurmonumenten](#), [Natuur & Milieu](#) en [Mighty Earth](#).

Vlees overheerst nog steeds

Het plantaardige voedselaanbod in supermarkten groeit, maar vlees blijft de standaard. Kant-en-klaar maaltijden bevatten nog bijna altijd vlees en in reclamefolders domineren advertenties voor rood vlees, zelfs in de 'Week zonder Vlees'. Het assortiment vleesvervangers groeit wel, maar dit gaat niet gepaard met een afname van de hoeveelheid vlees. Supermarkten hebben

Questionmark

zich via het Klimaatakkoord gecommiteerd aan een afname van de dierlijke eiwitconsumptie (onder andere vlees) en een toename van plantaardige eiwitten. Geen enkele supermarkt heeft echter een concrete doelstelling op dit onderwerp.

Duurzame landbouw

Op de winkelvloer blijkt dat supermarkten de maatschappelijke verantwoordelijkheid voor duurzame landbouw vooral bij hun klanten leggen. Dit ondanks de afspraak dat de supermarkten zich inspannen om biodiversiteit een prominentere plek te geven in de keurmerken, standaarden en certificering waar zij gebruik van maken. Ekoplaza is een positieve uitzondering met een volledig biologisch assortiment. Supermarkten besteden in publicaties en op de winkelvloer wel incidenteel aandacht aan 'lokaal geproduceerd' aanbod. Echter, het streefbeeld van het CBL om bij te dragen aan een betere positie voor boeren en tuinders die aantoonbaar bijdragen aan biodiversiteitsherstel, is op dit moment nog geen werkelijkheid. Een gemiste kans in een jaar waarin lokaal en duurzaam eten zo'n vlucht heeft genomen, zoals blijkt uit het succes van de 'support your locals' acties en de groei van veel korte-keten-initiatieven in het land.

Albert Heijn opvallende uitzondering in transparantie

Albert Heijn is de enige die het aandeel groente en fruit afkomstig van Nederlandse bodem en het aandeel biologisch in hun huismerken rapporteert. Ook wat betreft verpakkingen is Albert Heijn de enige supermarkt die in detail rapporteert over de behaalde vermindering van specifieke verpakkingsmaterialen.

Beloften voor aanpak ontbossing voor soja in veevoer niet nagekomen

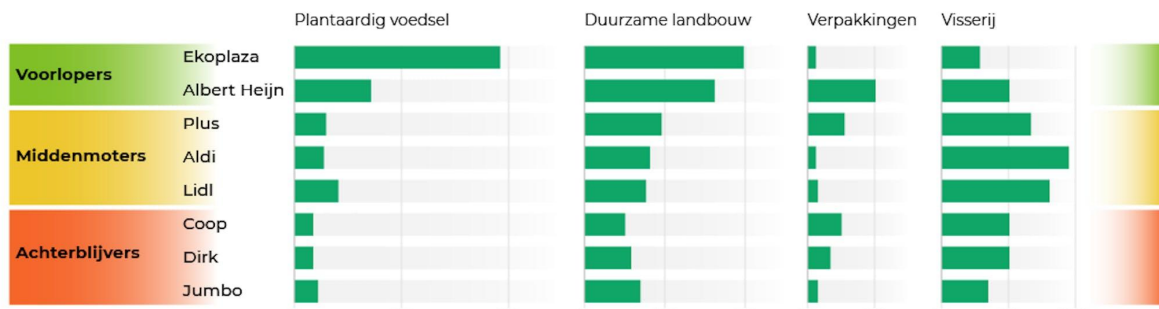
Ondanks de belofte om in 2020 een einde te maken aan ontbossing door soja voor veevoer in de toeleveringsketens, scoren supermarkten onvoldoende op de aanpak van ontbossing. Het risico op grootschalige ontbossing in de aanvoerketens van supermarkten voor soja is onverminderd groot. Zelfs marktleider Albert Heijn blijft ver achter bij de gemaakte afspraken. Supermarkten hebben een belangrijke verantwoordelijkheid om ontbossing aan te pakken, maar schieten op alle essentiële onderdelen tekort.

Voorlopers, middenmoot en achterblijvers

Op basis van de onderzoeksbevindingen en een vooraf vastgelegde weging is een ranglijst van supermarkten samengesteld. De ranglijst laat zien welke

Questionmark

supermarkten tot de voorlopers, middenmoot en achterblijvers behoren in de mate waarin zij hun klanten helpen kiezen voor duurzaam.



- [Rapport en perscontacten](#) ↓

Rapport en perscontacten

Download hier het volledige rapport “[Duurzaam voedsel. Welke supermarkten nemen de leiding?](#)”

Perscontact voor Questionmark en onderzoek: Annelore van der Lint, annelore@thequestionmark.org | M. 06 290 73 879

Perscontact Natuurmonumenten: Marjolein Koek, persvoorlichter, M.Koek@Natuurmonumenten.nl | M. 06 83 65 76 07

Perscontact Natuur & Milieu: Wietske de Lange, Persvoorlichter, w.delange@natuurenmilieu.nl | M. 06 46 22 85 72

Perscontact Mighty Earth: Wouter Kolk, Directeur Nederland, wouter@mightyearth.org | M. 06 21 70 30 07

