

SUPERLIJST

GROEN 2021

Vergelijkingscriteria



Vergelijkingscriteria Groen 2021

Januari 2021

Versie 1.0.1 (1 februari 2021)
Copyright Questionmark

Auteurs: Gustaaf Haan, Willem van Engen, Deborah Winkel

Inhoud

Achtergrond	3
Dit document	5
Kwesties en maatregelen	6
Overzicht maatregelen en indicatoren	9
Indicatoren	11
EN-1.1.1 Doelstelling dierlijke eiwitten	11
EN-1.2.1 Plantaardig de makkelijke keus	14
EN-1.3.1 Eiwitbronnen in de aanbieding	15
EN-1.3.2 Portiegroottes vleesproducten	17
EN-1.3.3 Voedselroutines dierlijke eiwitten	18
EN-2.1.1 Inzicht duurzaamheid productieketens	21
EN-2.2.1 Aanbod natuurinclusieve landbouw	23
EN-2.2.2 Seizoensgroente en -fruit	24
EN-2.3.1 Duurzame soja	25
EN-2.3.2 Duurzame palmolie	29
EN-3.1.1 Duurzame verpakkingen	29
EN-4.1.1 Duurzame visserij	31
Bijlagen	33
Referenties	39

Project Superlijst

Met onderzoeksproject Superlijst richt Questionmark zich op de rol van supermarkten in het voedselsysteem. De onderzoeken concentreren zich afwisselend op vier thema's: gezondheid, groen (milieu en natuur), mensenrechten en dierenwelzijn. Ieder onderzoek resulteert in een ranglijst van supermarkten, vergeleken op hun bijdrage aan een verantwoorde voedselomgeving. De eerste ranglijst is verschenen in oktober: Superlijst Gezondheid 2020. Dit document beschrijft de criteria voor vergelijking van supermarkten op het thema Groen.

Financiële ondersteuning

Het project Superlijst Groen wordt mede gefinancierd door Stichting Doen, Stichting Questionmark, Albron Foundation, Natuurmonumenten, Stichting Natuur & Milieu en Mighty Earth.

Geconsulteerde experts

Bij de totstandkoming van deze Vergelijkingscriteria zijn, naast de partnerorganisaties, experts geconsulteerd van onder meer:

- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)
- individuele supermarkten
- Milieu Centraal
- Ministerie van Landbouw Natuur en Voedsel
- Transitiecoalitie Voedsel
- Voedingscentrum
- Wageningen Economic Research

Raad van Wetenschappers

De vaste Raad van Wetenschappers van project Superlijst heeft in verschillende stadia meegewerkt aan de totstandkoming van deze Vergelijkingscriteria. De Raad bestaat uit:

- dr. Hans Dagevos - Consumptiesociologie - Wageningen University
- dr. ir. Corné van Dooren - Gezonde & Duurzame Voeding - Voedingscentrum
- dr. ir. Ellen van Kleef - Consumentengedrag - Wageningen University
- dr. Annet Roodenburg - Lector Gezonde Voeding - HAS Hogeschool
- prof. dr. ir. Jaap Seidell - Voeding en Gezondheid - Vrije Universiteit Amsterdam
- prof. dr. Laurens Sloot - Retail en Marketing - Rijksuniversiteit Groningen
- dr. Hannah van Zanten - Landbouw en Milieu - Wageningen University

Projectpartners

Superlijst Groen 2021 is tot stand gekomen in samenwerking met Natuurmonumenten, Stichting Natuur & Milieu en Mighty Earth. Naast hun financiële bijdrage leverden zij kennis en expertise bij het ontwikkelen van de vergelijkingscriteria en de opzet van het onderzoek.



**NATUUR
& MILIEU**



MIGHTY EARTH

Dit document

Dit document beschrijft de vergelijkingscriteria voor Superlijst Groen van onderzoeksproject Superlijst. De criteria zijn opgezet om supermarkten te helpen hun bijdrage aan een duurzamer (op het gebied van milieu en natuur) voedselsysteem te monitoren en zichzelf op dat gebied te vergelijken met de markt.

Vergelijkingscriteria zijn telkens beschreven op drie niveaus:

- De **kwesties**: de problemen in het voedselsysteem die vragen om oplossingen waaraan supermarkten een wezenlijke bijdrage kunnen leveren.
- De **maatregelen** die een supermarkt kan nemen om de kwestie te adresseren.
- De **indicatoren** die de mate waarin supermarkten de gewenste maatregelen nemen, meetbaar maken. Elke indicator kent een weging waarin het relatieve belang van de indicator voor het thema als geheel tot uitdrukking komt.

De algemene werkwijze voor het onderzoeken en vergelijken van supermarkten staat beschreven in het document 'Onderzoekskader Superlijst' (Questionmark 2020a), te vinden op www.superlijst.org. In dat document geven we onder meer weer, hoe we data verzamelen en hoe de resultaten worden weergegeven. Ook geeft dat document aan hoe verschillende belanghebbenden uit de maatschappij zijn betrokken bij het opstellen van deze vergelijkingscriteria.

Supermarkten

De onderzoeken voor Superlijst in 2020 en 2021 - Gezondheid en Groen - omvatten de volgende supermarktketens: Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Aldi, Plus, Dirk en Coop. Deze selectie is gekozen omdat zij ruim 80% van de markt vertegenwoordigt. Daaraan is Ekoplaza toegevoegd omdat het de enige grote supermarktketen is die zich expliciet als 'duurzaam' positioneert.

Laatste peildatum

De onderzoeksperiode voor Superlijst Groen 2021 loopt tot de laatste peildatum op **22 maart 2021**. Supermarkten die wijzigingen in hun assortiment doorvoeren, kunnen deze wijzigingen tot de laatste peildatum aan Questionmark doorgeven.

Om supermarkten de kans te geven hun laatste jaarverslag te publiceren, is de laatste peildatum voor jaarverslagen verlengd tot **15 april 2021**. Hierbij kan eventueel een voorlopig jaarverslag aan Questionmark worden opgestuurd, mits deze uiterlijk 30 april wordt gepubliceerd. Zo kunnen supermarkten zich ervan vergewissen dat de laatste stand van zaken in het onderzoek is meegenomen. Informatie doorgeven kan via:

transparantie@thequestionmark.org

Kwesties en maatregelen

Hieronder volgt een overzicht van de kwesties waarop de vergelijking Superlijst Groen zich richt. De kwesties zijn geselecteerd aan de hand van de 'Kaders voor vergelijkingscriteria', opgenomen in het Onderzoekskader Superlijst (Questionmark 2020a). Daarin is vastgelegd hoe voor elk thema onderwerpen geselecteerd worden, in overleg met supermarkten, maatschappelijke partners en de Raad van Wetenschappers. Een centrale voorwaarde daarbij is de volgende: "De vergelijkingscriteria adresseren de belangrijkste problemen die om oplossingen vragen en waaraan supermarkten een wezenlijke bijdrage kunnen leveren." Voor de andere voorwaarden verwijzen we naar het Onderzoekskader.

Relatie met gezondheid

Een duurzamer voedingspatroon is vaak van zichzelf ook een gezonder voedingspatroon, maar niet altijd. Hoewel dit onderzoek zich richt op de invloed van het voedselsysteem op het milieu en de natuur, hebben we er rekening mee gehouden dat de voorgestelde maatregelen nergens in tegenspraak zijn met maatschappelijke eisen en wensen op het gebied van gezondheid, mensenrechten en dierenwelzijn.

Niet opgenomen: Voedselverspilling

In het voedselsysteem bestaan meer problemen dan in deze methode aan bod kunnen komen, ook op het gebied van milieu en natuur. Eén daarvan, voedselverspilling, noemen we hier met name, omdat het een onderwerp is dat een grote rol speelt in het publieke debat over een duurzaam voedselsysteem. Ook hebben veel supermarkten relevant en soms meetbaar beleid geformuleerd om voedselverspilling tegen te gaan.

Toch is voedselverspilling niet opgenomen in dit onderzoek. Reden daarvoor is dat supermarkten, vergeleken bij de rest van de voedselketen, juist relatief weinig voedsel verspillen. Slechts 1,7% van al het voedsel in de supermarkt komt niet bij consumenten terecht (WUR 2020). De maatregelen die supermarkten nemen, lijken dus effectief. Omdat het tegengaan van verspilling ook in het commerciële belang van de supermarkt is, is het niet te verwachten dat de prestaties van supermarkten op dit onderwerp de komende jaren zullen verslechteren.

Hoewel het belangrijk blijft om tegen voedselverspilling te strijden, heeft dit onderwerp voor Superlijst dus een lagere prioriteit dan de kwesties hieronder.

Opbouw methode

Bij elke kwestie is een aantal maatregelen genoemd die supermarkten kunnen nemen. Later in het document worden indicatoren geformuleerd waarmee deze maatregelen bij supermarkten te meten zijn. Deze indicatoren zijn afzonderlijk gezien niet uitputtend. Ons uitgangspunt is dat de indicatoren samengenomen een goede indicatie geven van de inzet van een supermarkt met betrekking tot een kwestie. Alle maatregelen en

indicatoren die bij een kwestie horen, zijn genummerd¹ zodat bij elkaar horende onderdelen van deze methode goed te herkennen zijn. Een overzicht van alle kwesties, maatregelen en indicatoren staat in [het volgende hoofdstuk](#).

Eiwittransitie (EN-1)

De productie van dierlijke eiwitten legt een groot beslag op milieugebruiksruimte. Voor de productie van veevoer is landbouwgrond nodig, wat ten koste gaat van landbouwgrond voor menselijke voeding of ten koste van kwetsbare natuur en (tropische oer-)bossen. Op dit moment vormen dierlijke eiwitten zo'n 60% van de eiwitten in het gemiddelde Nederlandse voedingspatroon.

Bestaande afspraken en doelstellingen

Nationaal Klimaatakkoord (doel voor 2050): streven naar een gezonde balans in de verhouding van dierlijke en plantaardige eiwitten in ons voedingspatroon, conform de adviezen van het Voedingscentrum. (Klimaatberaad 2019)

Raad van de leefomgeving en infrastructuur: In 2030 zou 60% van de eiwitten die we eten, afkomstig moeten zijn van plantaardige bronnen en 40% van dierlijke bronnen. Op korte termijn streven naar een verhouding 50/50. (Rli 2018)

Transitieagenda Circulaire Economie: De verhouding tussen dierlijk en plantaardig eiwit in ons voedingspatroon is in 2050 40% dierlijk, 60% plantaardig. (Ministerie IenW 2018)

Maatregelen

EN-1.1 De supermarkt stelt doelen voor het vergroten van de verkoop van plantaardige eiwitten.

EN-1.2 De supermarkt maakt plantaardige producten de makkelijke keus.

EN-1.3 De supermarkt verleidt klanten tot voedselroutines waarin plantaardige eiwitten een grote rol spelen.

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

Gangbare landbouwmethoden kunnen negatieve gevolgen hebben voor waardevolle natuur, klimaat en leefmilieu wereldwijd. Overmatig gebruik van kunstmest en pesticiden zorgen voor verstoring van natuurlijke kringlopen en verlies van biodiversiteit. Ook in Nederland leidt dit tot verstoring van natuurlijke kringlopen, tot verschraling van het landschap en tot het uitsterven van dier- en plantensoorten. Teelt in (verwarmde) glastuinbouw en het transport van voedsel per vliegtuig dragen bij aan uitstoot van broeikasgassen. Boskap voor nieuwe landbouwgrond in waardevolle natuurgebieden draagt bij aan klimaatverandering en verlies van biodiversiteit.

Bestaande afspraken en doelstellingen

Klimaatakkoord: Supermarkten stimuleren klimaatvriendelijke producten in de winkel, door deze als 'gemakkelijkste én normaalste keuze' voor consumenten te positioneren. (Klimaatberaad 2019)

¹ De letters 'EN-' staan voor *environment*. Zo onderscheiden we deze onderdelen van de vergelijkingscriteria voor de andere thema's van Superlijst: 'HE' (health), 'HR' (human rights) en 'AW' (animal welfare).

Realisatie visie Kringlooplandbouw: In 2030 worden alle landbouwbodems duurzaam beheerd. (Ministerie LNV 2019)

Maatregelen

EN-2.1 De supermarkt geeft inzicht in de belangrijkste duurzaamheidsaspecten van productieketens.

EN-2.2 De supermarkt kiest voor producten uit natuurinclusieve landbouw.

EN-2.3 De supermarkt neemt maatregelen om ontbossing en toename van landgebruik wereldwijd tegen te gaan.

Duurzame verpakking (EN-3)

Verpakkingen van voedsel dragen bij aan vervuiling en klimaatverandering. De afgelopen vijftig jaar is het gebruik van plastic wereldwijd vertwintigvoudigd. Dat heeft grote gevolgen voor de leefomgeving en het klimaat.

Bestaande afspraken en doelstellingen

Plastic Pact (doelen voor 2025): Supermarkten brengen alleen nog eenmalige verpakkingen op de markt die 100% recyclebaar zijn. Gemiddeld bevatten deze verpakkingen minimaal 35% gerecycled plastic. Plastic toepassende bedrijven, waaronder supermarkten, brengen 20% minder plastic op de markt dan in 2017. (Ministerie IenW 2019)

Brancheplan Duurzaam Verpakken: in 2022 brengen supermarkten 10% minder verpakkingsmateriaal op de markt dan in 2017. In 2025 is dat 20% minder dan in 2017. (CBL 2019)

Maatregelen

EN-3.1 De supermarkt stelt zichzelf doelen voor duurzame verpakking en rapporteert de voortgang.

Duurzame visserij (EN-4)

Onverantwoorde visserij leidt tot bijvangst, vervuiling en uitputting van populaties wilde vis. Ook het kweken van vissen leidt tot aanzienlijke problemen voor het milieu, onder meer door gebruik van onduurzaam visvoer.

Bestaande afspraken en doelstellingen

Realisatieplan Visie Kringlooplandbouw (doelen voor 2030): Minder bodemberoering, minder ongewenste bijvangst en minder uitstoot. (Ministerie LNV 2019)

Maatregelen

EN-4.1 De supermarkt kiest voor vis met een laag risico op bijvangst, vervuiling of uitputting van visbestanden.

Overzicht maatregelen en indicatoren

Eiwittransitie (EN-1)

Mogelijke maatregelen	Indicatoren	Weging
De supermarkt stelt doelen voor het vergroten van de verkoop van plantaardige eiwitten. (EN-1.1)	In hoeverre heeft de supermarkt een doelstelling voor het vergroten van het aandeel plantaardige eiwitten in het verkochte volume? (EN-1.1.1)	1
De supermarkt maakt plantaardige producten de makkelijke keus. (EN-1.2)	In hoeverre bevatten kant-en-klare maaltijden dierlijke eiwitten? (EN-1.2.1)	0,5
De supermarkt verleidt klanten tot voedselroutines waarin plantaardige eiwitten een grote rol spelen. (EN-1.3)	Welk aandeel van de eiwitrijke aanbiedingen bestaat uit eiwitbronnen met een lage milieu-impact? (EN-1.3.1)	1
	Zijn de portiegroottes van kant-en-klare vleesproducten gericht op vermindering van vleesconsumptie? (EN-1.3.2)	0,5
	Welke initiatieven neemt de supermarkt op de winkelvloer om voedselroutines te veranderen richting een meer plantaardig voedingspatroon? (EN-1.3.3)	1

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

Gewenste maatregelen	Indicatoren	Weging
De supermarkt geeft inzicht in de belangrijkste duurzaamheidsaspecten van productieketens. (EN-2.1)	In hoeverre rapporteert de supermarkt over herkomst, transport- en teeltmethode van verkochte producten? (EN-2.1.1)	1
De supermarkt kiest voor producten uit natuurinclusieve landbouw. (EN-2.2)	In hoeverre is het assortiment gedekt door relevante eisen op het gebied van natuurinclusieve landbouw? (EN-2.2.1)	1
	Welk deel van de verse groente- en fruitaanbiedingen past binnen het seizoen? (EN-2.2.2)	1
De supermarkt neemt maatregelen om ontbossing en toename van landgebruik wereldwijd tegen te gaan. (EN-2.3)	In hoeverre neemt de supermarkt maatregelen om ontbossing door gebruik van soja in het veevoer voor dierlijke producten tegen te gaan? (EN-2.3.1)	0,5
	In hoeverre neemt de supermarkt maatregelen om ontbossing door gebruik van palmolie in producten in het assortiment tegen te gaan? (EN-2.3.2)	0,5

Duurzame verpakking (EN-3)

Gewenste maatregelen	Indicatoren	Weging
De supermarkt stelt zichzelf doelen voor duurzame verpakking en rapporteert de voortgang. (EN-3.1)	Hoe vordert de supermarkt op de doelstellingen voor duurzaam verpakken? (EN-3.1.1)	1

Duurzame visserij (EN-4)

Gewenste maatregelen	Indicatoren	Weging
De supermarkt kiest voor vis met een laag risico op bijvangst, vervuiling of uitputting van visbestanden. (EN-4.1)	Van welke visproducten biedt de supermarkt alleen varianten met relevante duurzaamheidseisen? (EN-4.1.1)	1

Indicatoren

Eiwittransitie (EN-1)

Doelstelling dierlijke eiwitten (EN-1.1)

Indicator EN-1.1.1

beleid

In hoeverre heeft de supermarkt een doelstelling voor het vergroten van het aandeel plantaardige eiwitten in het verkochte volume?

Toelichting

De verhouding tussen dierlijk eiwit en plantaardig eiwit in ons voedingspatroon is momenteel ongeveer 60:40. De verschuiving van deze verhouding naar een meer plantaardig voedingspatroon is een belangrijk onderdeel van het Nationale Klimaatakkoord (Klimaatberaad 2019). Het Voedingscentrum geeft als richtlijn voor consumenten een verhouding van 50:50 (Voedingscentrum 2019).

Voor deze indicator onderzoeken we of de supermarkt zich ten doel stelt het aandeel plantaardige eiwitten in de verkoop te vergroten. Met zo een doelstelling laat de supermarkt zien dat het belang van een meer plantaardig voedingspatroon op alle niveaus in het bedrijf wordt onderschreven.

Meting en weging

We onderzoeken of de supermarkt een doelstelling heeft voor het aandeel plantaardige eiwitten in het totale volume van verkochte voedselproducten. Die doelstelling kan op uiteenlopende manieren zijn geformuleerd, waarin deze methode vier niveaus onderscheidt.

1. Bewustwording

Supermarkt is zich bewust van de eigen rol in de eiwittransitie en neemt initiatief om aan die verantwoordelijkheid tegemoet te komen.

2. Globaal inzicht

Supermarkt geeft inzicht in de verhouding dierlijke / plantaardige eiwitten in het verkochte volume. Overheid en maatschappij krijgen daarmee meer grip op de transitie naar een duurzaam voedselsysteem. De gerapporteerde cijfers kunnen op dit niveau nog een eigen format hebben, zolang dat format en de gebruikte termen relevant zijn voor het onderwerp en duidelijk zijn toegelicht. De rapportage moet een periode betreffen, die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

3. Volwaardig doel + rapportage

Om als volwaardige doelstelling mee te tellen, moet in elk geval een streefgetal zijn af te leiden voor de verhouding tussen plantaardige en dierlijke eiwitten in het verkochte volume. Voor deze eerste editie van Superlijst Groen kunnen supermarkten een eigen definitie hanteren met betrekking tot plantaardige en dierlijke eiwitten, mits de definitie helder is en redelijkerwijs van toepassing is op de eiwittransitie. De doelstelling omvat ten minste de volgende productcategorieën: vlees, vis, zuivel (incl. kaas), ei, vegetarische alternatieven en peulvruchten.

Voorwaarde voor een volwaardige doelstelling is ook regelmatige rapportage, ten minste jaarlijks, die inzicht geeft in de voortgang op de doelstelling in een periode die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

4. Volwaardig doel + uitgesplitste rapportage

Als laatste stap is het mogelijk om de rapportage uit te splitsen naar verschillende soorten eiwit, naar de mate van impact op het milieu. [Bijlage 2](#) geeft een overzicht van de verschillende categorieën die deze methode onderscheidt. Verdere opsplitsing is ook mogelijk, bijvoorbeeld naar diersoort.

Niveau	Punten	Voorbeelden	
1. Bewustwording Supermarkt erkent de eigen rol in eiwittransitie en geeft voorbeelden van beleid om de eiwittransitie te ondersteunen.	5	Niet voldoende	"Het voedingspatroon van de Nederlander moet, om de eiwittransitie mogelijk te maken, veranderen." (geen voorbeeld van eigen rol).
		Voldoende	"Wij ondersteunen de eiwittransitie en breiden actief ons plantaardige assortiment uit met steeds meer vlees- en zuivelvervangers."
2. Globaal inzicht Rapportage van verkoopcijfers die relevant zijn voor eiwittransitie. Betreft een periode die maximaal 24 maanden geleden is afgesloten. Gebruikte begrippen worden duidelijk toegelicht.	20	Niet voldoende	"X procent van onze verkoop bestond uit plantaardige eiwitten." (geen uitleg van het begrip 'plantaardige eiwitten', niet duidelijk over welke periode gemeten).
		Voldoende	"X procent van onze verkoop in 2019 bestond uit plantaardige eiwitten. Onder 'plantaardige eiwitten' verstaan we producten met als hoofdingrediënt peulvruchten, noten en paddenstoelen." "X procent van onze verkoop in 2019 bestond uit dierlijke eiwitten. Onder 'dierlijk' verstaan we alle vlees en vis, bewerkt en onbewerkt."

3. Volwaardig doel + rapportage Doelstelling en rapportage over het aandeel dierlijke en plantaardige producten in het totale volume van verkochte voedselproducten, zoals hierboven omschreven.	90 (*)	Niet voldoende	"X procent van onze verkoop was in 2017 plantaardig. Onder 'plantaardig' verstaan we alle producten met uitsluitend ingrediënten van plantaardige oorsprong." (rapportage te oud, doelstelling ontbreekt, dierlijk ontbreekt).
		Voldoende	<p>"X% van de verkoop in 2019 was in de categorieën vlees, vis, zuivel, plantaardige alternatieven, eieren en peulvruchten. Daarvan is 60% dierlijk en 40% plantaardig. Ons doel voor 2025 is 60% vegetarisch."</p> <p>"X van onze verkoop in 2019 bestond uit eiwitrijke producten, waarvan 60% overwegend dierlijk, 30% overwegend plantaardig en 10% gemixt of onbekend. Ons doel voor 2025 is dat 50% van de eiwitrijke producten overwegend plantaardig is. Eiwitrijke producten zijn producten met een eiwitgehalte van meer dan 30%. Onder 'dierlijk' verstaan we alle soorten vlees, vis, zuivel (incl. kaas) en eieren, onder plantaardig al het overige."</p>
4. Volwaardig doel + uitgesplitste rapportage Doelstelling als op niveau 3, rapportage opgesplitst op dierlijk producttype-niveau, met ten minste onderscheid tussen de vier impact-categorieën uit bijlage 2 . Verdere opsplitsing is ook mogelijk.	100 (*)	Niet voldoende	"Van de verkoop van vlees en alternatieven in 2019 was 30% rood vlees, 50% wit vlees en 20% vegetarisch." (productcategorieën ontbreken, doelstelling ontbreekt).
		Voldoende	"X% van de verkoop in 2019 was in de categorieën vlees, vis, kaas, plantaardige alternatieven, eieren en peulvruchten. Daarvan is 15% rood vlees, 30% wit vlees en vis, 20% kaas en 35% plantaardig. Ons doel voor 2025 is 45% plantaardig. Vloeibare zuivel en alternatieven zorgde voor X% van de omzet, waarvan 30% plantaardig. Het doel in 2025 is hiervoor 55% plantaardig."

Tabel 1. Puntentelling van EN-1.1.1 met voorbeelden per niveau. (*) Bij niveau 3 en 4 wordt het aantal punten vermenigvuldigd met het aandeel waarvan de eiwitbron bekend is. Bijvoorbeeld: 20% dierlijk, 50% plantaardig en 30% onbekend geeft: $90 \text{ punten} \times (20\% + 50\%) = 63 \text{ punten}$.

Kengetal voor deze indicator is het hoogste aantal punten dat een supermarkt krijgt volgens [tabel 1](#).

Weging in de ranglijst

Dit kengetal wordt niet geschaald maar vormt zelf de score op deze indicator. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Plantaardig de makkelijke keus (EN-1.2)

Ook in een duurzaam voedingspatroon is ruimte voor vlees of kaas. Het is niet nodig dat iedereen vegetarisch of veganistisch gaat eten. Wel is het belangrijk om het aandeel dierlijke eiwitten terug te brengen, ten gunste van plantaardige voeding. De supermarkt kan daaraan bijdragen door de keuze voor plantaardige producten makkelijker te maken.

In hoeverre bevatten kant-en-klare maaltijden dierlijke eiwitten?

Toelichting

In sommige productgroepen zijn dierlijke eiwitten zoals vlees wel gangbaar maar niet cruciaal; denk aan pizza's of pastasauzen die heel goed zonder vlees kunnen. Het vermijden van vlees in die productgroepen vraagt niet om een rigoureuze verandering van voedselkeuzes en maakt (meer) plantaardig eten dus een makkelijke keus.

We maken in deze indicator onderscheid tussen verschillende dierlijke eiwitbronnen op basis van hun ecologische voetafdruk, zoals toegelicht in [bijlage 2](#).

Meting en weging

In iedere supermarkt onderzoeken we kant-en-klare producten waarin het terugdringen van dierlijke eiwitten geen rigoureuze verandering van voedselkeuzes vereist. De volgende productgroepen worden onderzocht:

- Hollandse maaltijden
- Oosterse maaltijden
- Pasta maaltijden
- Pizza's
- Quiches
- Kant-en-klare soepen
- Maaltijdsalades

[Tabel 2](#) geeft aan hoe de aanwezigheid van verschillende eiwitbronnen in de deze producten scoren. De indeling in milieu-impact wordt toegelicht in [bijlage 2](#).

Milieu-impact eiwitten	Bevat	Voorbeelden maaltijden	Punten
<i>Laag plantaardig</i>	geen vlees, vis of zuivel	groentesoep, thaise noodles met tofu, maaltijdsalade gegrilde groente	10
<i>Laag dierlijk</i>	vloeibare zuivel, eieren	tomatencrèmesoep, vegetarische stampot met ingrediënt melk, quiche met spinazie, salade met ei	8
<i>Middel</i>	wit vlees, kaas, vis	maaltijdsalade kalkoen, pizza quattro formaggi, kippensoep, vegetarische quiche met kaas, roompasta met zalm	5
<i>Hoog</i>	rood vlees	lasagna bolognese, goulash soep, pasta carbonara	0

Tabel 2. Puntentelling per product van EN-1.2.1. Zie [bijlage 2](#) voor meer details.

Ieder product krijgt het aantal punten zoals beschreven in tabel 2. Als een product verschillende eiwitbronnen bevat, telt het laagste aantal punten. Bijvoorbeeld: een maaltijdsalade met stukjes rundvlees (0 punten), kaas (5 punten) en erwten (10 punten), krijgt 0 punten.

Het aantal punten van een productgroep is het gemiddelde van de punten van alle producten binnen de productgroep. Kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aantal punten van alle productgroepen.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 70, de ondergrens is 40. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 0,5.

Voedselroutines dierlijke eiwitten (EN-1.3)

Consumenten nemen lang niet altijd bewuste beslissingen over hun voedsel: voedselkeuze is voornamelijk routinematig gedrag. Wel kunnen die routines evolueren, onder meer door interactie tussen consumenten en andere partijen die voedselroutines vormgeven (PBL 2020). Wat betreft de consumptie van plantaardige en dierlijke eiwitten is de supermarkt ook een partij die voedselroutines mede vormgeeft. De volgende indicatoren meten de bijdrage van supermarkten aan meer plantaardige voedselroutines.

Indicator EN-1.3.1

reclamefolders

Welk aandeel van de eiwitrijke aanbiedingen bestaat uit eiwitbronnen met een lage milieu-impact?

Toelichting

Een reclamefolder met veel aanbiedingen voor vlees geeft niet alleen een directe impuls om vlees te kopen, maar versterkt ook het beeld dat vlees vanzelfsprekend deel uit zou maken van een normale dagelijkse maaltijd. In deze indicator onderzoeken we hoe de supermarkt dat beeld helpt te veranderen door meer plantaardige eiwitbronnen en minder dierlijke eiwitbronnen met een hoge milieu-impact in de reclamefolder op te nemen.

In deze indicator onderscheiden we dierlijke producten naar hun impact op een duurzaam voedingspatroon, zoals toegelicht in [bijlage 2](#).

Meting en weging

Voor elke folder in de onderzoeksperiode kijken we naar aanbiedingen van eiwitbronnen. Eiwitbronnen in dit onderzoek zijn producten met een eiwitrijk hoofdingrediënt. Hierbij volgen we het Voedingscentrum, waar voor een vegetarisch voedingspatroon, vlees wordt vervangen door peulvruchten, noten en eieren (Voedingscentrum 2020, sec. B13.3.4).

Vloeibare zuivel blijft in deze indicator buiten beschouwing. Vloeibare zuivel (melk, yoghurt) is qua gebruik en voedingswaarde niet geschikt als direct alternatief voor andere dierlijke eiwitbronnen. We kunnen het daarom niet meerekenen als een aan te moedigen eiwitbron. Tegelijkertijd is het geen doel om de consumptie van vloeibare zuivel sterk terug te dringen; daarvoor is melk in het Nederlandse voedingspatroon een te belangrijke bron van calcium en vitamines (Voedingscentrum 2020). We kunnen vloeibare zuivel daarom ook niet meerekenen als te vermijden eiwitbron.

Productsoort	Voorbeelden
Geldt als aanbieding van eiwitbron	
Vlees en gevogelte	runderlap, kippenbout, kebab, hamlapjes
Vis, schaal- en schelpdieren	kabeljauw, zalm, sardine, haring, garnaal
Vegetarische alternatieven voor vlees	vegetarische worst, tofu, tempeh
Peulvruchten ²	linzen, kikkererwten, bruine bonen, groene erwten
Noten	walnoten, hazelnoten, pinda's
Kaas	hüttenkäse, geitenkaas, kwark, jonge kaas, oude kaas
Eieren	eieren
Blijft buiten beschouwing in deze indicator	
Melkproducten	melk, karnemelk, yoghurt, vanillevla
Veganistische alternatieven voor zuivel	rijstmelk, sojayoghurt, kokosroom
Groente en fruit	aardappel, tuinbonen, komkommer, abrikozen, bananen

Tabel 3. Producten die meetellen voor indicator EN-1.3.1.

Een aanbieding voor meerdere producten telt mee als tenminste één product een eiwitbron is volgens bovenstaande [tabel 3](#).

Deze aanbiedingen categoriseren we aan de hand van de milieu-impact van het hoofdingrediënt, zoals beschreven in [bijlage 2](#). Als een aanbieding geldt voor meerdere eiwitproducten waarvan de impact onderling verschilt, dan geldt elk type eiwit als een aparte aanbieding. Voorbeeld: een aanbieding voor verschillende borrelhapjes waaronder zowel kaasblokjes (middel impact) als nootjes (plantaardig), geldt als twee verschillende aanbiedingen.

Milieu impact eiwitten	Hoofdingrediënt	Voorbeelden	Punten
Laag	geen vlees of kaas	zakje hazelnoten, notenpasta, bonensalade, vleesvervanger zonder kaas, eieren	10
Middel	wit vlees, kaas, vis-schaal- en schelpdieren	kiprollade, kalkoenfilet, oude kaas, gerookte zalm, garnalen	5
Hoog	rood vlees	rundertartaar, varkensschnitzel	0

Tabel 4. Puntentelling per aanbieding van EN-1.3.1. Zie [bijlage 2](#) voor meer details.

² Voor het onderscheid tussen groenten en peulvruchten volgen we de definitie van het Voedingscentrum (Voedingscentrum 2021; 2020, sec. B13.3.2).

Iedere aanbieder krijgt het aantal punten zoals beschreven in [tabel 4](#). Als een product verschillende eiwitbronnen bevat, telt het laagste aantal punten. Bijvoorbeeld: een maaltijdsalade met stukjes rundvlees (0 punten), kaas (5 punten) en erwten (10 punten), krijgt 0 punten.

Per folder wordt het gemiddelde aantal punten berekend van alle aanbiedingen van eiwitbronnen. Kengetal voor deze indicator is het gemiddelde aantal punten van alle folders van een supermarkt in de onderzoeksperiode.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 75, de ondergrens is 40. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Indicator EN-1.3.2

assortiment

Zijn de portiegroottes van kant-en-klare vleesproducten gericht op vermindering van vleesconsumptie?

Toelichting

Een van de manieren om de inname van dierlijke eiwitten te verminderen, is het stimuleren van kleinere portiegroottes, met name bij rood vlees. Deze maatregel vereist van consumenten geen rigoureuze verandering van voedselkeuzes, maar kan wel bijdragen aan het veranderen van wat gezien wordt als een 'normale' portie vlees.

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we in iedere supermarkt voor verschillende kant-en-klare vleesproducten de aandelen van verschillende portiegroottes:

- burgers
- worst
- schnitzels (inclusief de gevulde schnitzels als cordon bleu)
- slavink/rundervink/boomstam en varianten
- gehaktballen (geen soepballen / kleine balletjes)

Portie-omschrijving	Portiegrootte	Punten
klein	≤ 80 gram	1
standaard	> 80 gram en ≤ 100 gram	0,5
groot	> 100 gram	0

Tabel 5. Puntentelling per product van EN-1.3.2

Ieder product krijgt het aantal punten zoals beschreven in tabel 4. De score van iedere productgroep is de som van het aantal punten, gedeeld door het aantal producten in de productgroep. Kengetal voor deze indicator is de gemiddelde score van alle productgroepen.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 0,75, de ondergrens is 0,4. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp Score en schaal in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 0,5.

Indicator EN-1.3.3

winkel

Welke initiatieven neemt de supermarkt op de winkelvloer om voedselroutines te veranderen richting een meer plantaardig voedingspatroon?

Toelichting

Sommige supermarkten hebben de afgelopen jaren initiatieven genomen om een plantaardig voedingspatroon te stimuleren of ze hebben met maatregelen geëxperimenteerd. Sommige van die initiatieven hebben positief effect. Maar ook als blijkt dat een maatregel weinig effect heeft, kan het experiment geslaagd zijn, omdat het kennis oplevert over de invloed van voedselomgeving op een plantaardig voedingspatroon. Met deze indicator vergelijken we de mate waarin supermarkten daaraan bijdragen.

Meting en weging

Voor deze indicator kijken we naar beleid dat bedoeld is om de transitie van dierlijke naar plantaardige eiwitten in het voedingspatroon te stimuleren, zowel in de fysieke winkel als online³. We onderzoeken hier dus alleen het beleid en controleren niet of dat beleid wordt nageleefd, tenzij er aanleiding is om daaraan te twijfelen.

In [tabel 6](#) hieronder staan de voorwaarden waaraan een beleidsregel allemaal moet voldoen om een minimum van 10 punten te krijgen. In [tabel 7](#) staat een aantal aspecten van het beleid die extra punten opleveren. In de twee rechter kolommen geven we illustraties van wat wel of juist niet aan de voorwaarden voldoet.

³ Omdat er in deze tijd een toename is in het online winkelen, nemen we ook online mee. Volgens (Food Personality 2020) is het online marktaandeel slechts 5%, maar met een penetratiegraad van 29% kan het wel veel mensen bereiken.

Minimale voorwaarden	Basispunten	Voorbeelden	
		Niet voldoende	Voldoet
<p>Maatregel is gericht op het terugdringen van het aandeel dierlijke eiwitten in Nederlandse voedselroutines.</p> <p><i>Daaronder vallen niet:</i> - herformuleren van producten zonder veranderen van voedselroutine - promotie van plantaardige producten in het algemeen tenzij aannemelijk is dat die (ook) leidt tot terugdringen van het aandeel dierlijk eiwit.</p>	10	<p>"Onze maaltijdmixen bevatten geen bouillonblokjes van (rund)vlees. Indien bouillon voor het recept nodig is, voegen we tuinkruidenbouillon bij." (niet gericht op verandering voedselroutine)</p>	<p>"In het barbecue-seizoen (juni-sept) bevat ons bbq-schap voor xx procent vegetarische producten."</p> <p>"In ons marketingmateriaal gebruiken wij nooit foto's waarin vlees, vis of gevogelte te zien zijn, tenzij het om marketing van dierlijke producten zelf gaat."</p> <p>"De standaard bereidingswijze op de verpakking van al onze maaltijdmixen is vegetarisch. De optie om vlees of vis toe te voegen wordt alleen als alternatief genoemd."</p>
<p>Het gaat om een bovenwettelijke maatregel die in supermarkten nog niet gangbaar is.</p>		<p>"Wij bieden een ruime keus aan heerlijke alternatieven voor vlees." (gangbaar)</p>	<p>"Onze vleesvervangers liggen in het schap naast vergelijkbare vleesproducten, zodat ook niet-vegetariërs geïnspireerd raken."</p> <p>"Ons assortiment vleesvervangers is groter dan bij de gemiddelde supermarkt. Tegenover x aantal vleesproducten hebben wij y aantal alternatieven in het assortiment."</p> <p>"Bij onze wijnen geven we niet langer aan of ze goed te combineren zijn met vlees, vis of gevogelte. In plaats daarvan doen we suggesties voor combinatie met vegetarische gerechten of we beschrijven de smaak op een neutrale manier."</p>
<p>De uitvoering, reikwijdte en omvang van de maatregel zijn duidelijk beschreven.</p>		<p>"Waar mogelijk inspireren we onze klanten om lekker vegetarisch te eten." (onduidelijk hoe en waar)</p>	<p>"Ten minste x procent van de receptsuggesties die we doen, is vegetarisch."</p>
<p>Maatregel is (ook) gericht op klanten die niet actief op zoek zijn naar een plantaardiger voedingspatroon.</p>		<p>"Vegetariërs vinden bij ons alle vleesvervangers overzichtelijk bij elkaar in een apart schap."</p> <p>"Onze webshops hebben een filter zodat men makkelijk vegetarische of veganistische producten kan vinden."</p>	<p>"Bij elk vleesproduct in ons schap doen wij een vegetarische suggestie."</p> <p>"Bij ieder vleesproduct dat online geselecteerd wordt, wordt een vlaggetje getoond. Wanneer je daarop klikt krijg je direct een overzicht van vegetarische alternatieven."</p>
<p>De maatregel geldt langer dan een jaar en is bij voorkeur permanent (tenzij het gaat om een wetenschappelijk experiment).</p>		<p>"Tijdens de Week zonder Vlees bevat onze aanbiedingenfolder geen enkele aanbieding voor vlees."</p>	<p>"Om de week is onze aanbiedingenfolder geheel zonder aanbiedingen van vlees."</p>

Tabel 6. Voorwaarden waaraan beleidsregels voor EN-1.3.3 allemaal moeten voldoen

Elke maatregel die aan alle bovenstaande voorwaarden in [tabel 6](#) voldoet, krijgt 10 punten. Onderstaande [tabel 7](#) geeft een aantal omstandigheden die ieder extra punten opleveren.

Extra punten (optellen bij basispunten)		Niet voldoende (voorbeelden)	Goed (voorbeelden)
Supermarkt rapporteert over het effect van de maatregel.	+ 5	"De maatregel is succesvol geïmplementeerd." (zonder kwantificering).	"De maatregel heeft geleid tot 30% minder verkoop van gehakt, ten gunste van peulvruchten." "De maatregel heeft niet geleid tot aantoonbaar meer verkoop van vleesvervangers."
De maatregel is (eerder of elders) wetenschappelijk onderzocht en effectief gebleken.	+ 5	Geen verwijzing naar literatuur.	Verwijzing naar relevante wetenschappelijke literatuur.
Een of meer filialen werk(t)en in de periode 2019-2021 mee aan wetenschappelijk onderzoek naar de maatregel, of naar andere maatregelen die voldoen aan bovenstaande voorwaarden.	+ 5 ⁴	Intern onderzoek. Onderzoek t.b.v. productverbetering.	Onderzoek (bv. in samenwerking met universiteit) naar gedragsbeïnvloeding in filiaal t.b.v. plantaardig voedingspatroon.
Supermarkt neemt meerdere, duidelijk verschillende maatregelen die ieder aan bovenstaande voorwaarden voldoen.	+ 5 per extra maatregel	"Minstens 80% van de recepten voor hoofdmaaltijden is vegetarisch. Recepten voor lunchmaaltijden zijn zelfs voor 100% vegetarisch" (Gaat niet om verschillende maatregelen)	"Minstens 80% van de receptsuggesties die we doen, is vegetarisch. Onze folder bevat bovendien nooit meer dan één aanbieding voor vlees."

Tabel 7. Omstandigheden die ieder extra punten kunnen opleveren bij EN-1.3.3

Kengetal voor deze indicator is de som van de punten voor alle maatregelen die een supermarkt als officieel beleid gepubliceerd heeft.

Weging in de ranglijst

Dit kengetal heeft in theorie geen bovengrens. Voor het bepalen van de score schalen we dit kengetal met flexibele grenzen; de bovengrens is 60 punten, de ondergrens is 0 punten. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

⁴ In het uitzonderlijke geval dat een supermarkt alle maatregelen weer heeft opgeheven omdat uit wetenschappelijk onderzoek bleek dat ze niet werkten, krijgt de supermarkt toch deze extra punten voor medewerking van filialen aan dat onderzoek.

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

Inzicht duurzaamheid productieketens (EN-2.1)

Indicator EN-2.1.1

beleid

In hoeverre rapporteert de supermarkt over herkomst, transport- en teeltmethode van verkochte producten?

Toelichting

Transparantie is een eerste stap naar verbetering. Kennis over herkomst, teelt- en transportmethode en over het aandeel gecertificeerde producten in de verkoop, maakt het voor de supermarkt mogelijk om te sturen op meer verkoop van duurzame en indien mogelijk lokale (en duurzame) producten. Bovendien krijgen overheid en maatschappij door dit inzicht meer grip op de transitie naar een duurzaam voedselsysteem.

Meting en weging

We onderzoeken in hoeverre de supermarkt openheid geeft over een aantal kenmerken van de productieketen die relevant zijn voor het milieu en de natuur. [Tabel 8](#) geeft de punten voor elk deel van de informatie die de supermarkt publiceert of die is af te leiden uit eventueel uitgebreidere of meer gedetailleerde rapportage. De vorm van rapporteren heeft geen invloed op het aantal toegekende punten; het gaat erom dat de informatie in enige vorm beschikbaar is.

Categorie	Rapportage over			
	Keurmerken	Teeltmethode	Herkomst	Transport
Verse groente, incl. aardappel	20 punten	20 punten	20 punten	20 punten
Vers fruit	20 punten	20 punten	20 punten	20 punten
Groente, conserven	10 punten	10 punten		
Fruit, conserven	10 punten	10 punten		
Eieren	10 punten			
Zuivel	10 punten			
Vlees	10 punten			
Vis	10 punten			

Tabel 8. Puntentelling van EN-2.1.1

Keurmerken

Aandeel van ieder keurmerk in het totale verkochte volume in de categorie. Alle keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's die door Milieu Centraal zijn beoordeeld met minimaal 4 van de 5 punten op milieu en controle, tellen mee (zie [bijlage 3](#)).

Een supermarkt mag ook over andere keurmerken rapporteren. Uit de rapportage moet zijn af te leiden wat de dekking van het assortiment is door de volgende (combinaties van) keurmerken:

- Eén of meer onderscheidende keurmerken ...% van de categorie
- Geen onderscheidend keurmerk of onbekend ...% van de categorie

Het aandeel dat gedekt wordt door onderscheidende keurmerken wordt vermenigvuldigd met het aantal punten uit de tabel.

Teeltmethode

Opsplitsing van het verkochte volume in de categorie, naar teeltmethode

- aandeel open teelt ...% van de categorie
- aandeel bedekte teelt / glastuinbouw ...% van de categorie
- aandeel ... teelt (zelf in te vullen) ...% van de categorie
- aandeel onbekend ...% van de categorie

De som van de aandelen buiten '(deels) onbekend' wordt telkens vermenigvuldigd met het aantal punten uit de tabel.

Herkomst

Opsplitsing van het verkochte volume in de categorie, naar herkomst:

- aandeel afkomstig uit de regio van het filiaal ...% van de categorie
- aandeel afkomstig uit Nederland ...% van de categorie
- aandeel afkomstig uit de EU (behalve Nederland) ...% van de categorie
- aandeel afkomstig van buiten de EU ...% van de categorie
- aandeel herkomst gemengd EU / niet-EU ...% van de categorie
- aandeel (deels) onbekend ...% van de categorie

De som van de aandelen buiten '(deels) onbekend' wordt telkens vermenigvuldigd met het aantal punten uit de tabel.

Transportmethode

Opsplitsing van het verkochte volume in de categorie, naar type transport

- wegtransport ...% van de categorie
- lucht + wegtransport ...% van de categorie
- water + wegtransport ...% van de categorie
- (deels) onbekend ...% van de categorie

De som van de aandelen buiten '(deels) onbekend' wordt telkens vermenigvuldigd met het aantal punten uit de tabel.

Indien de rapportage voor bepaalde productcategorieën is samengevoegd, rekenen we voor elk van categorieën die zijn samengevoegd de helft van het aantal punten.

Bijvoorbeeld: een supermarkt die voor eieren en zuivel gezamenlijk de dekking door keurmerken rapporteert, krijgt daarvoor 2 × maximaal 5 punten, in plaats van 2 × 10 punten voor twee aparte rapportages. Als de rapportage ook categorieën buiten [tabel 8](#) samenvoegt (bijvoorbeeld door te rapporteren over alle verkopen van de supermarkt als geheel) dan rekenen we een kwart van de punten. Kengetal voor deze indicator is de som van de punten uit [tabel 8](#). Maximaal haalbare score is dus 240 punten.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score schalen we dit kengetal met flexibele grenzen; de bovengrens is 120 punten, de ondergrens is 0 punten. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Aanbod natuurinclusieve landbouw (EN-2.2)

Indicator EN-2.2.1

assortiment

In hoeverre is het assortiment gedekt door relevante eisen op het gebied van natuurinclusieve landbouw?

Toelichting

Een supermarkt kan in meer of mindere mate verantwoordelijkheid nemen voor het verduurzamen van landbouw. Veel supermarkten bieden hun klanten de keuze uit producten met of zonder keurmerk. Sommige supermarkten bepalen met eigen inkoopvoorwaarden de ondergrens van de duurzaamheid van bepaalde producten. In deze indicator onderzoeken we in hoeverre het assortiment gedekt is door relevante keurmerken of bedrijfsinkoopprogramma's op gebied van milieu en natuur.

Meting en weging

Als relevante keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's gelden degene die in de beoordeling van Milieu Centraal minimaal 4 van de 5 punten krijgen op milieu en controle (zie [bijlage 3](#)). De mate waarin de supermarkt verantwoordelijkheid neemt voor het verduurzamen van landbouw kent in deze methode drie niveaus, zie [tabel 9](#).

Niveau van verantwoordelijkheid	Punten
1. Geen verantwoordelijkheid Het assortiment biedt in de productsoort geen enkel product dat voldoet aan eisen van relevante keurmerken of bedrijfsinkoopprogramma's.	geen punten voor de productsoort
2. Verantwoordelijkheid bij klant Het assortiment biedt in de productsoort ten minste één keuze die voldoet aan eisen van relevante keurmerken of bedrijfsinkoopprogramma's.	1 punt voor de productsoort
3. Supermarkt neemt zelf verantwoordelijkheid Het assortiment biedt in deze productsoort uitsluitend producten die voldoen aan eisen van relevante keurmerken of bedrijfsinkoopprogramma's.	5 punten voor de productsoort

Tabel 9. Puntentelling per productsoort van EN-2.2.1

Voor elk van de productsoorten in [tabel 10](#) bepalen we het niveau waarop de supermarkt verantwoordelijkheid neemt voor duurzame landbouw. Er is gekozen voor een selectie van duidelijk afgebakende veel verkochte diverse productsoorten in het supermarktassortiment die naar verwachting de mate waarin een supermarkt haar verantwoordelijkheid neemt goed reflecteren. Kengetal is het gemiddeld aantal punten van alle productsoorten.

Verse groente	Vers fruit	Dierlijk	Overig
ui	appel	melk (naturel)	aardappelen
tomaat	banaan	yoghurt (naturel)	pasta
bloemkool	peer	jong & jong beleggen kaas (naturel)	rijst
groene bonen	mandarijn	eieren	chocoladerepen
wortels	sinaasappel	rundergehakt (naturel)	filterkoffie en koffiepads
broccoli	druiven	kipfilet (naturel)	thee (zwart)
komkommer	aardbeien	varkenskarbonade (naturel)	

Tabel 10. Productsoorten per productgroep bij EN-2.2.1.

Weging in de ranglijst

Het kengetal wordt geschaald met flexibele grenzen: 3 als bovengrens en 1 als ondergrens. Een supermarkt met 3 punten krijgt dus een score van 100 (tenzij een andere supermarkt hoger scoort), een supermarkt met 1 punt krijgt score 0 (tenzij er een andere supermarkt lager scoort). Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Indicator EN-2.2.2

reclamefolder

Welk deel van de verse groente- en fruit aanbiedingen past binnen het seizoen?

Toelichting

Groenten en fruit die 'passen binnen het seizoen' zijn of lokaal in de volle grond verbouwd en recent geoogst of zijn ook buiten het seizoen met relatief lage impact aan te bieden. Lokale, in de volle grond verbouwde en recent geoogste groenten en fruit zijn meestal minder belastend voor het milieu dan producten die zijn geïmporteerd uit verre landen of gekweekt in een (verwarmde) kas. Sommige groente- en fruitsoorten zijn altijd een goede keus, ook buiten het seizoen, bijvoorbeeld omdat de soort goed te bewaren is of in grote aantallen tegelijk met de vrachtauto uit Europa of per boot uit tropische landen komt.

Meting en weging

Voor deze indicator beoordeelt Milieu Centraal voor iedere gevonden groente- en fruitsoort of deze op het moment van de aanbieding een duurzame keuze is⁵. Mocht dit in sommige gevallen niet goed te beoordelen zijn, dan tellen deze gevallen niet mee als aanbieding voor deze indicator.

Om te voorkomen dat een vroege of late oogst ten onrechte als 'buiten het seizoen' wordt gerekend, geldt voor elke soort een marge van een maand voor en een maand na de aangegeven oogstperiode.

⁵ Milieu Centraal bood van 2010 tot 2020 een [groente- en fruitkalender](#) aan, waarin per groente-/fruitsoort en herkomstland de duurzaamheid werd beoordeeld.

Per reclamefolder bepalen we het aandeel aanbiedingen van verse groente en fruit dat duurzaam is binnen het seizoen van verkoop. Kengetal voor deze indicator is het gemiddelde van dit aandeel per folder over alle reclamefolders binnen de onderzoeksperiode.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 90%, de ondergrens is 30%. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Score en schaal* in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Vermijden boskap (EN-2.3)

Indicator EN-2.3.1

beleid

In hoeverre neemt de supermarkt maatregelen om ontbossing door gebruik van soja in het veevoer voor dierlijke producten tegen te gaan?

Toelichting

Nederland is een van de grootste importeurs van soja. Een groot deel van deze soja wordt verwerkt in veevoer, voor de productie van dierlijke producten als vlees, kaas en melk. De teelt van soja brengt echter problemen met zich mee. Zo is voor de teelt van soja veel ruimte nodig, wat vaak ten koste gaat van beboste gebieden en andere belangrijke ecosystemen. Ontbossing speelt een belangrijke rol in klimaatverandering en draagt bij aan verlies van biodiversiteit. Daarnaast speelt de import van soja een belangrijke rol bij het stikstofoverschot. In deze indicator focussen we ons op de problematiek rondom boskap als apart probleem dat een oplossing nodig heeft.

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we in openbare publicaties van de supermarkt welke maatregelen de supermarkt neemt om ontbossing tegen te gaan bij de productie van soja in het voer voor dierlijke producten.

In het gerapporteerde verkochte volume moeten alle producten zijn opgenomen waarvan het hoofdingrediënt uit dierlijk eiwit bestaat: onder meer vlees, vis, ei en alle zuivel. Wildgevangen vlees en vis zijn hiervan uitgesloten.

Voor iedere maatregel in [tabel 11](#) krijgt de supermarkt punten. Voor het onderdeel 'Implementatie en controle' kunnen alleen punten worden verkregen als er 2 of meer punten worden gegeven voor het onderdeel 'ontbossingsvrij soja in veevoer via certificering of herkomst' (zie [tabel 12](#) voor de puntentelling hiervan).

Maatregel		Punten
Doelstelling ontbossingsvrij		
De supermarkt heeft een duidelijke doelstelling met streefdatum niet later dan 2025 voor ontbossings- en landconversievrije soja in veevoer in de aanvoerketen.		2
De supermarkt specificeert de datum van uiterlijk augustus 2020 waarna ontbossing of conversie niet wordt geaccepteerd, ook wel 'cut-off date' genoemd (AFi 2019).		3
Transparantie over soja leveranciers in de aanvoerketen		
De supermarkt publiceert een lijst van directe en indirecte leveranciers van soja in veevoer in de aanvoerketen. Indien een supermarkt een overzicht van herkomstlanden en -regio's publiceert kan hier 1 punt behaald worden. Dit wordt gezien als een eerste stap.		% × 10
Implementatie en controle		
Ondergrens: ontbossingsvrije soja in veevoer via certificering of herkomst		tabel 12
De supermarkt publiceert publiekelijk een actieplan met een duidelijke streefdatum voor implementatie van het nul-ontbossingsbeleid in de toeleveringsketen van soja in veevoer. (*) Dit omvat:		
1	een overzicht van de risico's in de keten, inclusief de soja-leveranciers met het hoogste risico;	2
2	een stappenplan om deze risico's, inclusief de cut-off date, te adresseren;	2
3	een escalatiebenadering met concrete gevolgen wanneer leveranciers en handelaren de afspraken niet nakomen, waaronder in gesprek gaan, opschorting en uitsluiting, zoals aanbevolen door het Accountability Framework Initiative. Deze escalatiebenadering treedt onder meer in werking wanneer de cut-off date niet wordt nageleefd.	2
De supermarkt neemt in de inkoopvoorwaarden op dat soja in veevoer in dierlijke producten ontbossings- en landconversievrij is. (*)		2
Samenwerking met derden voor verbetering of deelname aan initiatieven. (*)		2
Rapportage actieplan		
Ten minste jaarlijkse rapportage op naleving actieplan.		2

Tabel 11. Puntentelling van EN-2.3.1. Het aantal punten is de som van de punten van alle maatregelen waar een supermarkt over rapporteert. % staat voor het gerapporteerde aandeel waarover wordt gerapporteerd.

(*) Deze maatregel telt alleen mee als er ≥ 2 punten gegeven worden voor de 'ondergrens'.

Niveau van ontbossingsvrij	Punten
<p>a. Aandeel onbekend: ontbossing niet (geheel) uitgesloten Dierlijke producten afkomstig van boerderijen die in het veevoer (deels) soja gebruiken waarvoor (mogelijk) bossen zijn gekapt, indien dit expliciet in de rapportage is opgenomen. Hier wordt één punt toegekend voor transparantie.</p>	% × 1
<p>b. Aandeel uitsluitend soja met keurmerken die legale boskap toelaten Dierlijke producten afkomstig van boerderijen waarvan ze voor <i>alle</i> soja in het veevoer certificaten/credits van een selectie aan keurmerken inkopen. Alle keurmerken die voldoen aan de FEFAC Soy Sourcing Guidelines worden hierin meegenomen (behalve die genoemd zijn in niveau c).</p> <p><i>Als certificaten/credits gelden hier:</i> Agricultura Sustentable Certificada, Amaggi Responsible Soy Standard, BFA mv-soja, Cargill Triple S, Sustainable Farming Assurance Program, US Soy Sustainability Assurance Protocol (SSAP), ISCC, Sustainable Feed Standard, ADM responsible soybean standard, Bunge Pro-S, Louis Dreyfus Company (LDC), Programa Coamo (IDH 2020, sec. 3.4.1).</p>	% × 5
<p>c. Aandeel uitsluitend soja met keurmerken zonder boskap Dierlijke producten zijn afkomstig van boerderijen die in het veevoer alleen soja gebruiken die gecertificeerd ontbossingsvrij is verdergaand dan niveau b.</p> <p><i>Als gegarandeerd boskap-vrije soja gelden hier:</i> RTRS, SFAP-Non-Conversion, Proterra, Danube Soy / Europe Soy, ISCC+, CRS (IDH 2020, sec. 3.4.2).</p>	% × 10
<p>d. Aandeel veevoer uit gebieden met een laag risico op ontbossing Dierlijke producten afkomstig van boerderijen die uitsluitend veevoer gebruiken met soja uit gebieden met een laag risico op ontbossing.</p> <p><i>Als gebieden met laag risico gelden hier:</i> Europa, Noord-Amerika, Oekraïne, Canada, Brazilië (met bewijs van buiten Cerrado regio) en Argentinië (met bewijs van buiten Gran Chaco regio) (IDH 2020, p. 114).</p>	% × 10

Tabel 12. Niveaus van ontbossingsvrije soja in veevoer via certificering of herkomst. Het totale aantal punten voor dit onderdeel is de som van de punten, waarbij % staat voor het gerapporteerde aandeel dat aan het niveau voldoet. Elke verkochte kilo product kan maar in één van de bovenstaande niveaus meetellen. Het totaal is daarmee maximaal 10 punten.

Het kengetal voor deze indicator is het totaal van alle toegekende punten in [tabel 11](#).

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 27, de ondergrens is 0. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp Score en schaal in het Onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 0,5.

In hoeverre neemt de supermarkt maatregelen om ontbossing door gebruik van palmolie in producten in het assortiment tegen te gaan?

Toelichting

Palmolie is verwerkt in uiteenlopende producten, variërend van cosmetica tot wasmiddel, kaarsen en koek. Wereldwijd worden (tropische) bossen en veengebieden verbrand om palmolieplantages aan te leggen. Naast de grote risico's op mensenrechtenschendingen voor lokale gemeenschappen alsook voor plantage-arbeiders, heeft deze praktijk ook grote invloed op het klimaat en op ecosystemen.

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we het beleid van een supermarkt op het gebied van palmolie. De indicator maakt gebruik van de Palm Oil Buyers Scorecard zoals ontwikkeld door het Wereld Natuur Fonds (WWF 2019).

De eindscore in de meest recente Palm Oil Buyers Scorecard wordt, indien beschikbaar, als score gebruikt. Alle supermarkten krijgen daarnaast de gelegenheid de vragen van de Palm Oil Buyers Scorecard (opnieuw) te beantwoorden met de meest recente informatie. Voor supermarkten die er voor kiezen van die gelegenheid geen gebruik te maken, geldt de score van de laatste gepubliceerde Palm Oil Buyers Scorecard. Supermarkten die niet in dat onderzoek zijn meegenomen en ook geen gebruikmaken van de gelegenheid om de vragen alsnog te beantwoorden, worden beoordeeld aan de hand van openbaar gepubliceerd beleid voor palmolie. Kengetal is de uitkomst van de Palm Oil Buyers Scorecard.

Weging in de ranglijst

Het kengetal wordt volledig geschaald naar een score van 0-100. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 0,5.

Duurzaam verpakken (EN-3)

Duurzaam verpakken (EN-3.1)

Hoe vordert de supermarkt op de doelstellingen voor duurzaam verpakken?

Toelichting

Voor verpakkingsmaterialen heeft de branche algemene doelstellingen geformuleerd (CBL 2019). De meest relevante doelstellingen zijn:

- **Doelstelling brancheplan 2022:** 10% minder verpakkingsmateriaal dan in 2017
- **Doelstelling brancheplan 2025:** 20% minder verpakkingsmateriaal dan in 2017

Deze doelstellingen zijn niet uitgewerkt tot meetbare doelstellingen voor alle specifieke verpakkingsmaterialen zoals papier, metaal en glas.

Wel ondertekenden alle Nederlandse supermarkten (direct of via inkooporganisatie Superunie) in 2019 het Plastic Pact (Ministerie IenW 2019). Voor dit onderzoek zijn met name de volgende afspraken relevant, die alle gelden voor 2025:

- A. **Recycleerbaarheid** - Supermarkten brengen alleen nog eenmalige verpakkingen op de markt als die 100% recycleerbaar zijn en - waar mogelijk en zinvol - herbruikbaar;
- B. **Reductie** - plastic toepassende bedrijven, waaronder supermarkten, brengen gemiddeld 20% minder plastic op de markt dan in 2017, gemeten naar de hoeveelheid plastic per kilo verkocht product;
- C. **Gebruik gerecycled plastic** - alle eenmalig te gebruiken plastic producten en verpakkingen die supermarkten op de markt brengen, bevatten een zo hoog mogelijk percentage gerecyclede plastics, met een gemiddelde per bedrijf van 35% gerecycled plastic.

Voor andere verpakkingsmaterialen biedt deze indicator ruimte aan individuele supermarkten om met eigen doelstellingen invulling te geven aan het brancheplan. De selectie van verpakkingsmaterialen is gebaseerd op het eerdere Brancheplan Verduurzaming Verpakkingen (FNLI/CBL/NVG 2015).

Meting en weging

Voor elk van de categorieën verpakkingsmateriaal onderzoeken we of de supermarkt een doelstelling heeft gepubliceerd, en of uit een rapportage blijkt waar de supermarkt ten opzichte van het doel staat. Ook het rapporteren van een achterstand (transparantie) wordt beloond, toekenning van punten is vermeld in [tabel 13](#). Voor doelstellingen en rapportage gelden de volgende voorwaarden. We beperken ons tot primaire verpakkingsmaterialen.

SMART formuleren

De doelstelling is specifiek, meetbaar, ambitieus en realistisch en kent een einddatum niet verder dan 2025. Indien de einddatum van de doelstelling verder gaat dan 2025, wordt het effectieve doel voor 2025 genomen via lineaire interpolatie.

Tempo

De supermarkt kan een schema van tussenliggende doelen formuleren voor de jaren tot aan het einddoel. Als zo'n schema ontbreekt, gaan we uit van een lineaire verdeling van de einddoelstelling over de tussenliggende jaren.

Referentie

Doelstellingen voor reductie moeten zijn geformuleerd in termen van hoeveelheid materiaal per kilo verkocht product, ten opzichte van het referentiejaar dat op dit onderwerp gangbaar is: 2017. Daarbij moet ook een nulmeting gegeven zijn; dus de hoeveelheid gebruikt materiaal per kilo verkocht product in 2017. Als dat getal voor de individuele supermarkt niet bekend is, kan het gemiddelde materiaalgebruik van alle CBL-leden in 2017 als referentie worden genoemd.

Rapportage

De supermarkt rapporteert ten minste jaarlijks over de voortgang op de gestelde doelen.

Materialen in het algemeen	Doelstelling supermarkt volgt brancheplan of is ambitieuzer	Rapportage	
		Achter op schema	Op schema of verder
Algemene reductie verpakkingsmateriaal	2 punten	5 punten	10 punten
Plastic	Doelstelling supermarkt volgt Plastic Pact of is ambitieuzer	Rapportage	
		Achter op schema	Op schema of verder
Plastic Pact Doel A: Recycleerbaarheid	8 punten	10 punten	20 punten
Plastic Pact Doel B: Reductie		10 punten	30 punten
Plastic Pact Doel C: Gebruik gerecycled plastic		10 punten	30 punten
Andere materialen	Eigen kwantitatieve doelstelling voor reductie of voor gebruik gerecycled materiaal	Rapportage	
		Achter op schema doelstelling	Op schema doelstelling of verder
Metalen Reductie en/of gebruik gerecycled materiaal	1 punt	4 punten	10 punten
Papier/karton Reductie en/of gebruik gerecycled materiaal en/of FSC/PEFC-gecertificeerd	1 punt	4 punten	10 punten
Drankenkartons Reductie en/of gebruik gerecycled materiaal	1 punt	4 punten	10 punten
Glas Reductie en/of gebruik gerecycled materiaal	1 punt	4 punten	10 punten

Tabel 13. Puntentelling van EN-3.1.1

Kengetal voor deze indicator is de som van de punten voor alle maatregelen die een supermarkt krijgt zoals getoond in tabel 13.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score schalen we dit kengetal met vaste grenzen; de bovengrens is 130 punten, de ondergrens is 0 punten. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp Score en schaal in het Onderzoekskader.

De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Duurzame vis (EN-4)

Keurmerken voor visserij (EN-4.1)

Indicator EN-4.1.1

assortiment

Van welke visproducten biedt de supermarkt alleen varianten met relevante duurzaamheidseisen?

Toelichting

Een duurzame visserij is een visserij die toekomstbestendig is, zowel in ecologisch, economisch als sociaal opzicht. Visvangst en viskweek heeft een grote impact op milieu en natuur.

Door overbevissing en bijvangst dreigen in het wild levende soorten uit te sterven. Ook bij kweekvis kan er grote milieuschade zijn, bijvoorbeeld door gebruik van wilde vis als visvoer of het overmatig gebruik van antibiotica.

Meting en weging

Voor verschillende productgroepen met vis- schaal en schelpdieren onderzoeken we welke producten zonder relevante standaard voor milieubescherming in het assortiment zijn opgenomen.

Elke productgroep waarin alle producten een relevante standaard hebben, krijgt een punt. Als het assortiment zowel MSC tonijn als tonijn zonder keurmerk bevat, krijgt die productgroep dus geen punt. Dit onderzoek maakt geen onderscheid tussen verse vis en visconserven. Indien alle verse vis voor een productsoort een keurmerk draagt, maar niet alle visconserven, worden geen punten toegekend.

Als relevante standaard gelden keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's die door Milieu Centraal worden beoordeeld met minimaal 4 van de 5 punten op milieu en controle (zie [bijlage 3](#)).

In dit onderzoek richten we ons zowel op *primaire* vis-, schaal- en schelpdierproducten, zoals moten (on)gekruide vis en visconserven, alsook *overige* visproducten; producten waar vis niet (altijd) het hoofdingrediënt is maar wel een belangrijk ingrediënt.

Onderstaande [tabel 14](#) toont de verschillende productsoorten die onderzocht worden.

Voor de primaire vis- schaal en schelpdierproducten zijn de soorten gekozen die in supermarkten het meest worden aangeboden (Questionmark 2020b).

Primair visproduct (meest aangeboden)	Overige producten met vis
Zalm	Vissticks
Garnaal	Visburgers
Tonijn	Kibbeling
Koolvis	Lekkerbekje
Makreel	Vis(smeer)salade
Kabeljauw	Maaltijdsalades met vis- schaal of schelpdieren
Sardines	Pizza met vis- schaal of schelpdieren
Pangasius	
Haring	
Ansjovis	
Forel	

Tabel 14. Productsoorten per productgroep bij EN-4.1.1

Kengetal is het gemiddelde aantal punten per productsoort dat de supermarkt in het assortiment heeft.

Weging in de ranglijst

Het kengetal valt per definitie tussen 0 en 1. Dat getal wordt geschaald met flexibele grenzen: 0,9 als bovengrens en 0,2 als ondergrens. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Bijlagen

Bijlage 1	Definities	34
Bijlage 2	Eiwitbronnen ingedeeld naar impact	35
Bijlage 3	Onderscheidende keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's	37
	Referenties	39

Definities

In de Vergelijkingscriteria voor het thema Groen hanteren we de volgende definities, tenzij anders aangegeven. Daarnaast gelden de definities als vermeld in het Onderzoekskader (Questionmark 2020a).

Aanbieding	Vermelding van een of een groep producten in de wekelijkse reclamefolder, waarvoor bijvoorbeeld een speciale prijs geldt, of die de supermarkt om een andere reden als groep producten onder de aandacht brengt. Zie ook het Onderzoekskader (Questionmark 2020a).
Hoofdingrediënt	Het ingrediënt dat als eerste genoemd wordt in de ingrediëntendeclaratie. Wanneer het erop volgende ingrediënt in vergelijkbare hoeveelheid aanwezig is, kunnen beide ingrediënten als hoofdingrediënt worden beschouwd. Wanneer een ingrediëntendeclaratie ontbreekt, wordt het hoofdingrediënt zo mogelijk afgeleid van de productnaam of categorie.
Natuurinclusieve landbouw	Natuurinclusieve landbouw is een vorm van duurzame landbouw die uitgaat van een veerkrachtig voedsel- én ecosysteem. Deze maakt optimaal gebruik van de natuurlijke omgeving (het 'natuurlijk kapitaal') en integreert die in de bedrijfsvoering. Daarnaast draagt natuurinclusieve landbouw actief bij aan de kwaliteit van diezelfde natuurlijke omgeving. Natuurinclusieve landbouw produceert voedsel binnen de grenzen van natuur, milieu en leefomgeving, en heeft een positief effect op de biodiversiteit. (Louis Bolk Instituut 2017)
Onderscheidend keurmerk	Een keurmerk of bedrijfsinkoopprogramma (als bedrijfslogo) dat minimaal 4 van de 5 punten krijgt op milieu en controle in de Keurmerkenwijzer van Milieu Centraal (Milieu Centraal 2020). Zie ook bijlage 3 .
Seizoensgroente of -fruit	Groente- of fruitsoorten die van een akker in Nederland tijdens het vollegrondseizoen geoogst zijn, of die met relatief lage milieubelasting ook buiten het seizoen of van buiten Nederland te krijgen zijn.
Verkochte volume	Gewicht in kilogram van de totale voedsel verkopen.

Eiwitbronnen ingedeeld naar impact

Deze methode deelt eiwitten in vier categorieën in, naar milieudruk. Rood vlees heeft de hoogste milieudruk, daarna wit vlees, kaas en vis, schaal- en schelpdieren. Vloeibare zuivel, eieren en plantaardige eiwitbronnen hebben de laagste milieudruk (Voedingscentrum 2020, sec. B13.3.1; RIVM 2020). Voor de uiteindelijke indeling is klimaatverandering in (RIVM 2020) als uitgangspunt gebruikt.

De voorbeelden in deze bijlage zijn voornamelijk van onbewerkte producten of producten die als ingrediënt kunnen dienen in samengestelde producten. Bij het indelen van een product in een van de volgende categorieën, kijken we naar het hoofdingrediënt of naar alle ingrediënten (zoals uitgelegd bij iedere indicator die deze indeling gebruikt).

Impact hoog: rood vlees

Onder rood vlees wordt verstaan vlees afkomstig van zoogdieren als runderen, varkens, geiten, schapen en paarden (Voedingscentrum 2020, sec. 3.3.4.3).

Voor de overgang naar een meer plantaardig voedingspatroon, die is vastgelegd in het Klimaatakkoord, vormt de huidige consumptie van rood vlees de grootste uitdaging van alle dierlijke eiwitbronnen. Volgens de Voedselconsumptiepeiling (RIVM 2016) eet de gemiddelde Nederlander 80,2 gram rood vlees per dag. De richtlijnen van de Schijf van Vijf (Voedingscentrum 2020) adviseren een maximum van 300 gram per week, wat neerkomt op gemiddeld 43 gram per dag. Het internationale EAT Lancet rapport (Willett e.a. 2019) heeft berekend dat de consumptie van rood vlees in 2050 zelfs wereldwijd beperkt zou moeten worden tot gemiddeld 14 gram per dag.

Impact middel: wit vlees, kaas, vis, schaal- en schelpdieren

Onder wit vlees wordt verstaan vlees dat afkomstig is van gevogelte zoals kippen, kalkoenen, eenden en ganzen en van tamme konijnen (Voedingscentrum 2020, sec. 3.3.4.3). Naast wit vlees hebben ook vis, schaal- en schelpdieren en kaas een middel milieu-impact. Omdat de scheidslijn tussen kwark en zachte kazen klein is, nemen we bij kaas ook kwark mee.

Oude kaas heeft een milieu-impact vergelijkbaar met varkensvlees (RIVM 2020), maar wordt doorgaans in kleinere porties gegeten dan varkensvlees. Daarnaast adviseert De Schijf van Vijf een gelijkblijvende zuivel-inname, waaronder kaas. Daarom wordt oude kaas in de categorie impact middel meegenomen.

Impact laag dierlijk: vloeibare zuivel en eieren

Hieronder valt alle vloeibare zuivel, behalve kwark, alsmede eieren.

Impact laag plantaardig: plantaardig

Hieronder vallen plantaardige eiwitbronnen die als alternatief kunnen dienen voor vlees zoals peulvruchten, noten (Voedingscentrum 2020, sec. 4.3.5), en dus ook bijv. tofu en tempeh. Ook paddenstoelen en gist worden als plantaardig meegenomen.

Onderscheidende keurmerken en bedrijfs- inkoopprogramma's

Verschillende indicatoren gebruiken keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's om (een aspect van) duurzaamheid te meten. Niet alle keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's stellen echter onderscheidende milieu-eisen en ze kennen een verschillende mate van controle. De [Keurmerkenwijzer](#) van Milieu Centraal geeft een overzicht van in Nederland gebruikte keurmerken en bedrijfsinkoopprogramma's (in de vorm van bedrijfslogo's) en beoordeelt deze op een aantal aspecten (Milieu Centraal 2020). Alleen keurmerken en bedrijfslogo's met ambitieuze eisen en degelijke controle en transparantie worden gemarkeerd als 'topkeurmerk'.

Omdat in dit onderzoek de nadruk ligt op het verschil dat een keurmerk maakt in de praktijk, kijken we alleen naar milieu-eisen en controle. Hierbij nemen we dezelfde ondergrens als voor top-keurmerken, namelijk 4 van de 5 punten ([details puntentelling](#)).

Keurmerken geven een merk de kans om aan te sluiten bij bestaande criteria. Dit is de meest transparante route, die de voorkeur heeft. Toch kan een merk of supermarkt kiezen om eigen maatregelen te nemen (bijvoorbeeld wanneer een productgroep nog geen certificering kent). Wanneer daarvoor gekozen wordt, is het belangrijk dat er eisen worden gesteld die daadwerkelijk een verschil maken en dat de controle goed geregeld is. Wanneer dit als een beeldmerk zichtbaar is, beoordeelt Milieu Centraal deze in de Keurmerkenwijzer. Zo kunnen merk- of supermarkt-eigen maatregelen ook meegenomen worden.

In [tabel 15](#) en [16](#) worden de keurmerken en bedrijfslogo's genoemd die meetellen.

Keurmerk	Vis	Vlees	Zuivel	Eieren	Groente	Fruit	Wijn	Koffie	Thee	Cacao
ASC	✓									
Beter Leven keurmerk 1 ster		–	✓	–						
Demeter		✓	✓	✓	✓	✓	✓			
EKO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
EU-biologisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fair for Life					✓	✓	–	✓	✓	✓
GGN Certified Aquaculture	✓									
KRAV	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MSC	✓									
Naturland Aquakultur	✓									
On the way to PlanetProof			✓	✓	✓	✓				
Rainforest Alliance					✓	✓		✓	✓	✓
UTZ								✓	✓	✓
Soil association	✓									

Tabel 15. Keurmerken die meetellen in dit thema. Alle combinaties van keurmerk en productgroep gemarkeerd met '✓' tellen mee, bij '–' heeft het keurmerk wel criteria voor de productcategorie, maar zijn deze niet streng genoeg om meegeteld te worden.

Bedrijfslogo	Van toepassing op
Beter voor Koe, Natuur, Boer	Albert Heijn huismerk zuivel
Duurzaam geteelde tomaten uit Italië	Bertolli pastasauzen
Knorr Duurzaamheidslogo	Knorr maaltijdproducten
Rijk aan smaak gemaakt met duurzaam verbouwde groenten	Unox soep
Wij gebruiken duurzaam geteelde pinda's	Calvé pindakaas

Tabel 16. Bedrijfslogo's die meetellen in dit thema.

Referenties

- AFi. 2019. 'Operational Guidance on Cutoff Dates'. Accountability Framework initiative. <https://accountability-framework.org/operational-guidance/cutoff-dates/>
- CBL. 2019. 'Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022'. <https://www.cbl.nl/app/uploads/2019/04/Brancheplan-Duurzaam-Verpakken-2019-2022.pdf>
- FNLI/CBL/NVG. 2015. 'Brancheplan verduurzaming verpakkingen 2015 – 2017'. https://www.fnli.nl/wp-content/uploads/2015/01/FNLI_CBL_NVG_BVP_juni-2015.pdf
- Food Personality. 2020. 'Supermarkt & Ruimte: online marktaandeel naar 5%, penetratie naar 29%'. FoodPersonality. 17 december 2020. <https://www.foodpersonality.nl/supermarkt-ruimte-online-marktaandeel-naar-5-penetratie-naar-29/>
- IDH. 2020. 'European Soy Monitor 2018'. The Sustainable Trade Initiative. <https://www.idhsustainabletrade.com/publication/european-soy-monitor-2018/>
- Klimaatberaad. 2019. 'Klimaatakkoord'. Den Haag: Klimaatberaad. <https://www.klimaatakkoord.nl/documenten/publicaties/2019/06/28/klimaatakkoord>
- Louis Bolk Instituut. 2017. 'Maatregelen Natuurinclusieve landbouw'. 2017–024. Driebergen: Louis Bolk Instituut. <https://www.louisbolk.org/nl/publicaties/publicatie/?pubID=3260>
- Milieu Centraal. 2020. 'Keurmerkenwijzer'. november 2020. <https://keurmerkenwijzer.nl/>
- Ministerie IenW. 2018. 'Transitieagenda Biomassa en voedsel'. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/01/15/bijlage-5-transitieagenda-biomassa-en-voedsel>
- Ministerie IenW. 2019. 'Plastic Pact NL 2019-2025'. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/brieven/2019/02/20/bijlage-1-plastic-pact-nl-koplopers-gaan-voor-meer-met-minder-plastic-in-de-circulaire-economie>
- Ministerie LNV. 2019. 'Realisatieplan Visie LNV: Op weg met nieuw perspectief'. Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2019/06/17/realisatieplan-visie-lnv-op-weg-met-nieuw-perspectief>
- PBL. 2020. 'Voedselconsumptie veranderen: bouwstenen voor beleid om duurzamere eetpatronen te stimuleren'. 4044. Planbureau voor de Leefomgeving. <https://www.pbl.nl/publicaties/voedselconsumptie-veranderen>
- Questionmark. 2020a. 'Superlijst Onderzoekskader (versie 1.0)'. <https://www.thequestionmark.org/download/superlijst-onderzoekskader-v1.0.pdf>
- Questionmark. 2020b. 'Troebel zicht op vissenwelzijn: onderzoek naar vissenwelzijn in de supermarkt'. https://thequestionmark.cdn.prismic.io/thequestionmark/a8a6c3de-1667-40e3-8895-acc33b2e0087_Dierenbescherming_Rapport+2020+Troebel+zicht+op+vissenwelzijn.pdf
- RIVM. 2016. 'Voedselconsumptiepeiling: Vlees en vleesproducten'. 2016. <https://www.waateetnederland.nl/resultaten/voedingsmiddelen/consumptie/vlees>
- RIVM. 2020. 'Milieubelasting voedingsmiddelen'. 6 juli 2020. https://statline.rivm.nl/portal.html?_catalog=RIVM&tableId=50060NED
- Rli. 2018. 'Duurzaam en gezond: samen naar een houdbaar voedselsysteem'. Raad voor de leefomgeving en infrastructuur. <https://www.rli.nl/publicaties/2018/advies/duurzaam-en-gezond>

- Voedingscentrum. 2019. 'Naar een meer plantaardig voedingspatroon (2de herziene druk)'. Den Haag. <https://www.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/voedingscentrum/Documents/Consumenten/Encyclopedie/Brondocument%20-%20Naar%20een%20meer%20plantaardig%20voedingspatroon%20-%20Voedingscentrum.pdf>
- Voedingscentrum. 2020. 'Richtlijnen Schijf van Vijf (6e druk)'. Voedingscentrum. <https://www.voedingscentrum.nl/professionals/schijf-van-vijf/richtlijnen-schijf-van-vijf.aspx>
- Voedingscentrum. 2021. 'Wat zijn peulvruchten en hoe maak ik ze klaar?' 14 januari 2021. <https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/gezonde-voeding-en-voedingsstoffen/wat-zijn-peulvruchten-en-hoe-maak-ik-ze-klaar.aspx>
- Willett, Walter, Johan Rockström, Brent Loken, Marco Springmann, Tim Lang, Sonja Vermeulen, Tara Garnett, e.a. 2019. 'Food in the Anthropocene: The EAT–Lancet Commission on Healthy Diets from Sustainable Food Systems'. *The Lancet* 393 (10170): 447–92. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)
- WUR. 2020. 'Nederlandse supermarkten maken voedselverspilling inzichtelijk'. 12 maart 2020. <https://www.wur.nl/nl/Onderzoek-Resultaten/Onderzoeksinstituten/food-biobased-research/Show-fbr/Nederlandse-supermarkten-maken-voedselverspilling-inzichtelijk.htm>