

# Superlijst

# Sociaal

# 2026



Supermarkten schieten tekort in het waarborgen van eerlijke betaling voor arbeiders en boeren

---

België en Nederland  
Editie 2, april 2026



**SUPER**  
LIST 

# Inhoud

Voorwoord	3
Inleiding	6
<b>Samenvatting</b>	
Supermarkten schieten tekort in het waarborgen van eerlijke betaling voor arbeiders en boeren	8
<b>Arbeiders</b>	
Inzet voor leefbaar loon bananenarbeiders, nauwelijks opvolging in andere productieketens	10
<b>Boeren</b>	
Inzet van supermarkten om een leefbaar inkomen te garanderen voor kleinschalige boeren gericht op cacao	14
<b>Gender</b>	
Geen structurele aanpak voor vrouwenrechten in productieketens	18
<b>Transparantie en verantwoording</b>	
De meeste supermarkten zijn transparant over hoog-risico productieketens	21
Aanbevelingen	25
Referenties	27
Colofon	32

# Voorwoord



**Charlotte  
Linnebank**  
Directeur  
Stichting  
Questionmark

## Questionmark

Supermarkten voeren stevige onderhandelingen over de producten in hun schappen, over allerlei voorwaarden en bepalingen. Door hun onderhandelingen met leveranciers beïnvloeden ze niet alleen de prijs en kwaliteit, maar kunnen ze ook eisen stellen aan de voorwaarden waar goederen onder worden geproduceerd. Dit biedt een duidelijke kans om respect voor mensenrechten in wereldwijde productieketens te bevorderen. Dit is niet alleen een uiting van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Met de aankomende wetgeving wordt het steeds meer een duidelijke verwachting en verplichting.

Voortbouwend op de vorige edities van Superlijst Sociaal, die in 2023 in Nederland en in 2024 in België verschenen, presenteer ik met genoeg dit vervolgrapport. Ik ben dankbaar voor de waardevolle samenwerking met Oxfam Novib, Solidaridad en Rikolto, wier expertise en inzet deze publicatie mogelijk hebben gemaakt.

We erkennen de complexiteit van het huidige voedselsysteem en de uitgebreide waardeketens waarin supermarkten opereren. Tegelijkertijd onderstreept deze complexiteit het belang van daadkrachtig en gecoördineerd optreden. Het is bemoedigend dat supermarkten steeds meer transparantie tonen bij het identificeren van mensenrechtenrisico's binnen hun productieketens en gezamenlijke initiatieven ondersteunen in sectoren zoals cacao en bananen. Deze stappen laten zien dat vooruitgang mogelijk is.

De uitdaging is nu om voort te bouwen op dit momentum en te streven naar een structurele, alomvattende aanpak in alle productwaardeketens waar risico's zoals onderbetaling, uitbuiting, kinderarbeid en andere mensenrechtenschendingen blijven bestaan. Door gedegen mensenrechtenonderzoek te integreren in hun kernactiviteiten, kunnen supermarkten bijdragen aan zinvolle, duurzame verbeteringen voor arbeiders en gemeenschappen wereldwijd.



**Heske Verburg**

Directeur  
Solidaridad

**Solidaridad**

In Nederland en Europa spelen supermarkten een cruciale rol in het dagelijks leven van bijna iedere burger. We halen er ons dagelijks eten, werken er als scho-lier om de vakken te vullen of achter de kassa. En dagelijks ontvangen we een stortvloed aan reclameboodschappen van supermarkten. Maar het gaat nooit over mensenrechten. En dat is best wel gek.

Want aan de andere kant van de wereld, in de theetuinen van India, op de kof-fieplantages van Oeganda of tussen de cacaobomen in Ivoorkust, zijn super-markten weliswaar onzichtbaar, maar heel invloedrijk. Daar zijn mensenrechten zoals een leefbaar inkomen en het recht van kinderen op onderwijs, dagelijks in het geding. Hun thee, koffie en chocolade belanden iedere dag in miljoenen boodschappenmandjes in Nederland en België. Waarom hebben we het daar zo weinig over?

De Superlijst Sociaal laat duidelijk zien dat supermarkten veel te weinig werk maken van mensenrechten in hun toeleveringsketens. Maar we zien ook dat het kan. Er is een voorzichtige beweging, die we vooral moeten versterken. Bij Solidaridad werken we daar dagelijks aan: door samen te werken met super-markten en met boeren in Afrika, Azië en Latijns-Amerika. En door de vinger aan de pols te houden met deze Superlijst Sociaal. Of het beter gaat? Het eerlijke antwoord is: een heel klein beetje.



**Thibault  
Geerardyn**

Directeur  
Rikolto België

**Rikolto**

Supermarkten kunnen een effectieve motor zijn (en zouden dat moeten zijn) voor positieve verandering binnen voedselketens. Wanneer een supermarkt zich ondubbelzinnig inzet voor eerlijke lonen, vrouwenrechten of het uitbannen van uitbuiting binnen een productketen, wordt er echte vooruitgang geboekt in het leven van arbeiders, boeren en hun families, én in de ecologische gezond-heid van hun velden en omgeving. Dit leidt op zijn beurt tot stabielere produc-tieketens van boer tot klant, die steeds waardevoller worden in een steeds onsta-bielere wereld. De handvol goede praktijken die in dit rapport worden belicht, moeten dienen als een hoopvolle, maar dringende inspiratiebron voor super-markten om hun verantwoordelijkheid in alle productieketens te nemen. Wij bij Rikolto willen een partner zijn in dit streven. Door middel van transparante en eerlijke handel waarbij alle ketenactoren en relevante overheden betrokken zijn, dragen we bij aan het vergroten van de potentiële impact van supermarkten voor een eerlijk, gezond en duurzaam voedselsysteem.



**Pepijn Gerrits**

Directeur  
Programma's  
Oxfam Novib

**Oxfam Novib**

De resultaten van Superlijst Sociaal geven een duidelijke en verontrustende boodschap: verandering in ons voedselsysteem is mogelijk, maar wordt niet omarmd. We zijn blij met de vooruitgang die op het gebied van leefbare inkomens in de cacaosector is geboekt, maar deze inspanningen worden niet doorgevoerd in andere voedingsmiddelen. Bijzonder zorgwekkend is dat de toezeggingen van supermarkten op het gebied van vrouwenrechten grotendeels niet hebben geleid tot zinvolle maatregelen. Ondertussen blijven schendingen van de mensenrechten in de productieketens van supermarkten wijdverbreid. Oxfam Novib werkt al tientallen jaren samen met arbeiders, vakbonden, boerenorganisaties en vrouwenrechtengroeperingen aan deze kwesties.

We weten dat supermarkten een positieve invloed kunnen uitoefenen op hun productieketens, maar alleen als de stem van de betrokkenen centraal staat. Supermarkten moeten meer doen. De aanhoudend lage scores in deze benchmark laten echter zien dat vrijwillige maatregelen niet voldoende zijn. Er is krachtige wetgeving nodig om ervoor te zorgen dat supermarkten verantwoordelijk worden gehouden voor het handhaven van de rechten van vrouwen, arbeiders en boeren.

## INLEIDING

# De verantwoordelijkheid van supermarkten voor mensenrechten in hun productieketens

Mensenrechtenrisico's in mondiale voedselketens zijn grootschalig en systemisch. Wereldwijd leven 3,83 miljard mensen, bijna de helft van de wereldbevolking, in huishoudens die voor hun levensonderhoud afhankelijk zijn van agrifoodsystemen. Veel van deze mensen worden geconfronteerd met armoede, toenemende voedselonzekeerheid en groeiende ongelijkheid, die worden versneld door klimaatverandering (1). Recente publicaties rapporteren over mensenrechtenschendingen waarmee arbeiders en boeren in mondiale voedselketens in aanraking komen. In de internationale koffieketens in Brazilië komt moderne slavernij op koffieplantages nog steeds voor. De koffiearbeiders hebben bijvoorbeeld te maken met gebrekkige hygiëne en faciliteiten, het ontbreken van arbeidsovereenkomsten en onrechtmatig ontslag (2). Op palmolieplantages in Colombia, Ghana en Indonesië worden arbeiders blootgesteld aan pesticiden bij gebrek aan beleid voor chemische veiligheid en gezondheid op het werk (3). Ten derde hebben Nepalese arbeiders op Griekse aardbeienboerderijen te maken met schuldslavernij (4). Dit zijn slechts enkele voorbeelden die de omvang van het probleem illustreren.



Joao Brito - Conectas Direitos Humanos

## Verantwoordelijkheid van supermarkten

Supermarkten, als grote spelers in deze productieketens, hebben zowel de macht als de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat hun bedrijfsvoering en hun leveranciers niet bijdragen aan schendingen zoals kinderarbeid, gendergerelateerd geweld en discriminatie, en lage lonen en inkomens. Volgens de VN-richtlijnen voor bedrijven en mensenrechten (UNGPs) en de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen moeten supermarkten een systeem

voor mensenrechten- en milieu due diligence (HREDD) implementeren om misstanden in hun productieketens te identificeren, te voorkomen en te stoppen.

### **Wat is Superlijst?**

Superlijst is een initiatief van Questionmark en een doorlopend internationaal onderzoeksproject. Questionmark is een denktank die zich inzet voor een gezonder, duurzamer en eerlijker voedselsysteem. Door middel van op feiten gebaseerd onderzoek moedigen we supermarkten en overheden aan om verandering teweeg te brengen, samenwerking te bevorderen en passende regelgeving in te voeren. Superlijst biedt supermarkten de mogelijkheid om hun inzet te vergelijken met die van concurrenten en om kennis te nemen van goed beleid en praktijken.

### **Over Superlijst Sociaal**

Superlijst Sociaal 2026 vergelijkt de grootste Belgische en Nederlandse supermarkten op hun inspanningen om mensenrechten te waarborgen, gericht op transparantie en verantwoording, arbeiders, boeren en gender. Voor elk van deze thema's zijn het beleid en de rapportage van supermarkten onderzocht. Deze Superlijst Sociaal is een project van Questionmark in samenwerking met maatschappelijke partners Solidaridad, Rikolto en Oxfam Novib, en met de steun van ambassadeurs Fairtrade België en Oxfam België. De supermarkten die in dit onderzoek zijn meegenomen, zijn geselecteerd op basis van het marktaandeel. Voor België zijn dat: Colruyt, Delhaize, Carrefour, Aldi en Lidl. Voor Nederland zijn dat: Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Aldi, Plus en Dirk. In beide landen hebben deze supermarkten een gezamenlijk marktaandeel van meer dan 80%.

De [onderzoeksmethode](#) voor deze Superlijst werd in september 2025 gepubliceerd, na consultatie van supermarkten, wetenschappelijke experts en partners uit het maatschappelijk middenveld. De gegevens voor dit onderzoek werden tussen 5 september en 31 oktober 2025 verzameld door Questionmark.

**Het [achtergrondrapport](#) geeft een volledig overzicht van de onderliggende data.**

### **Leeswijzer**

Supermarkten die goed presteren op een specifieke indicator zijn **groen** gemarkeerd, wat betekent dat de genoemde bevinding meetelt in de ranglijst. Niet alle maatregelen van supermarkten zijn uitgebreid genoeg om mee te tellen in de ranglijst. Kleine stapjes in de goede richting zijn ook het vermelden waard en worden daarom in het **geel** gemarkeerd.

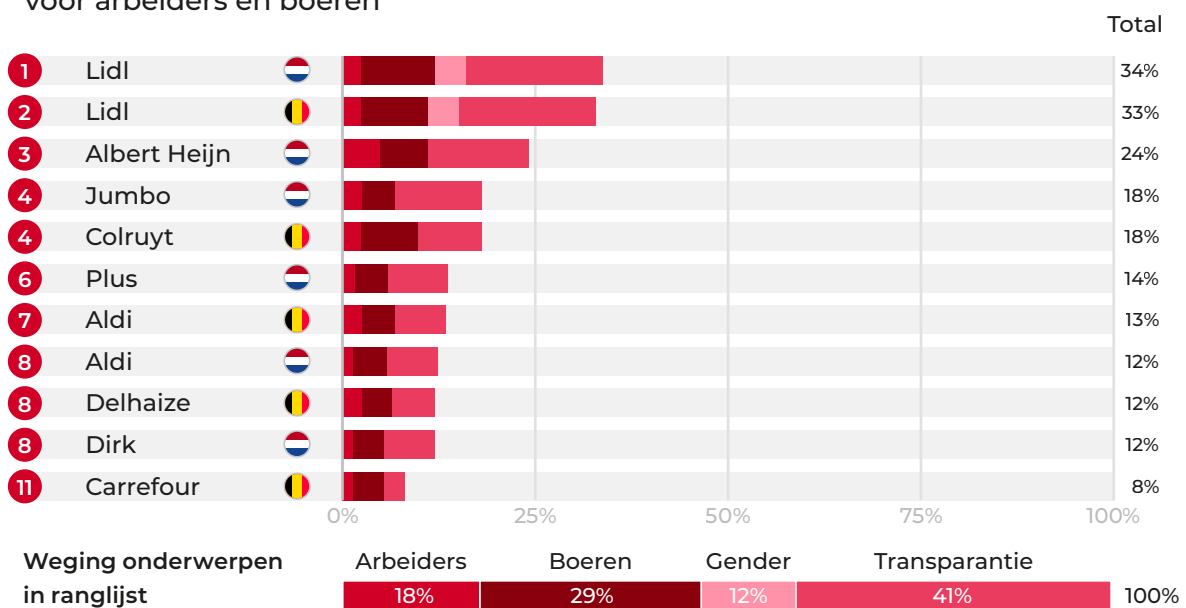
SAMENVATTING SUPERLIJST SOCIAAL 2026

# Supermarkten schieten tekort in het waarborgen van eerlijke betaling voor arbeiders en boeren

Hoewel Belgische en Nederlandse supermarkten transparanter zijn geworden over de mensen-rechtenkwesties in hun productieketens, schieten ze nog tekort bij het waarborgen van een eerlijk loon voor arbeiders en kleinschalige boeren. De supermarkten zetten zich in om bananarbeiders en cacao-boeren een leefbaar inkomen te garanderen. Maar afgezien van enkele veelbelovende voorbeelden hebben ze deze inspanningen niet uitgebreid naar andere productieketens met een hoog risico op extreme armoede en andere mensenrechtenschendingen. Supermarkten hebben ook nog geen structurele aanpak om de loonkloof tussen mannen en vrouwen en andere vrouwenrechtenkwesties aan te pakken. Lidl (BE & NL) heeft een stap gezet door actieplannen te publiceren om de positie van vrouwen in hun ketens te verbeteren. In deze Superlijst Sociaal lopen Lidl NL en Lidl BE voorop, terwijl Carrefour (BE) het verst achterblijft.

## Ranglijst Superlijst Sociaal 2026

Supermarkten schieten tekort in het waarborgen van eerlijke betaling voor arbeiders en boeren



**Figuur 1** Ranglijst van supermarkten in Superlijst Sociaal 2026, met totale score en prestatie van supermarkten op de individuele kwesties: Arbeiders, Boeren, Gender en Transparantie. [↗](#)

## SAMENVATTING SUPERLIJST SOCIAAL 2026

### Supermarkten dringen aan op leefbaar loon voor bananenarbeiders, nauwelijks opvolging in andere productieketens

Belgische en Nederlandse supermarkten streven naar een leefbaar loon voor bananenarbeiders in hun productieketens. Verschillende supermarkten verklaren nu hun aandeel in de kloof tussen het werkelijke loon en het leefbaar loon voor bananenarbeiders te hebben gedicht. Maar afgezien van bananen rapporteren de meeste supermarkten geen uitbreiding van hun inspanningen naar andere productieketens. Alleen Albert Heijn toont steun aan groente- en fruitleveranciers in risicovolle landen om de kloof tussen het werkelijke loon en het leefbaar loon te meten en een actieplan op te stellen om het te dichten.

### Inzet van supermarkten om leefbaar inkomen voor kleinschalige boeren te waarborgen gericht op cacao

Belgische en Nederlandse supermarkten maken deel uit van multi-stakeholder initiatieven om een leefbaar inkomen voor cacaoboeren te garanderen. Albert Heijn (NL), Jumbo (NL), Dirk (NL)<sup>1</sup> en Plus (NL) hebben publiekelijk toegezegd om voort te bouwen op dit initiatief met concrete plannen om in de komende jaren een leefbaar inkomen voor cacaoboeren te garanderen voor al hun huismerk cacao-producten. Naast cacao zijn Lidl's (NL & BE) Way to Go en Colruyt's (BE) ketenprojecten de eerste voorbeelden van initiatieven voor langetermijnovereenkomsten en eerlijke prijzen voor boeren in andere productieketens.

### Geen structurele aanpak voor vrouwenrechten in productieketens



Alle supermarkten erkennen dat vrouwen minder betaald krijgen dan mannen, maar pakken dit probleem niet systematisch aan in hun productieketens. Lidl (BE & NL) is de enige supermarkt die actieplannen heeft gepubliceerd om de positie van vrouwen te verbeteren, bijvoorbeeld om de loonkloof tussen mannen en vrouwen aan te pakken. Andere supermarkten hebben geen toezeggingen gedaan of specifieke maatregelen genomen, of deze zijn achterhaald omdat er sindsdien geen vooruitgang is gerapporteerd.

### De meeste supermarkten zijn transparant over hoog-risico productieketens

De meeste supermarkten hebben onlangs een brede risicoanalyse gepubliceerd om mensenrechtenschendingen in hun wereldwijde productieketens in kaart te brengen. Jumbo (NL) en Lidl (BE & NL) hebben meerdere volledige mensenrechtenonderzoeken (HRIAs) uitgevoerd in geïdentificeerde productieketens met een hoog risico op schendingen. Alleen Lidl (BE & NL) rapporteert over de voortgang van alle maatregelen die zijn genomen om deze schendingen aan te pakken. Daarnaast maakt bijna de helft van de supermarkten hun huidige directe leveranciers bekend. Voor verschillende hoog-risico ketens publiceerden Albert Heijn (NL) en Lidl (BE & NL) hun leveranciers tot aan de boer.

<sup>1</sup> De toezegging van Dirk en Plus geldt voor hun huismerk cacao-producten die minimaal 5 procent cacao bevatten. De toezeggingen van de overige supermarkten gelden voor hun gehele huismerkassortiment dat cacao bevat.

#### SUPERMARKTEN IN SCOPE

	
Albert Heijn	Aldi
Aldi	Carrefour
Dirk	Colruyt
Jumbo	Delhaize
Lidl	Lidl
Plus	
Totaal marktaandeel	
>80%	>80%

## Questionmark

#### OVER SUPERLIJST SOCIAAL

Superlijst Sociaal vergelijkt de grootste Belgische en Nederlandse supermarkten op hun inspanningen om mensenrechten in hun productieketens te waarborgen. Superlijst is een initiatief van denktank Questionmark. Deze editie is een samenwerking met Solidaridad, Rikolto en Oxfam Novib, met steun van Oxfam België en Fairtrade België.

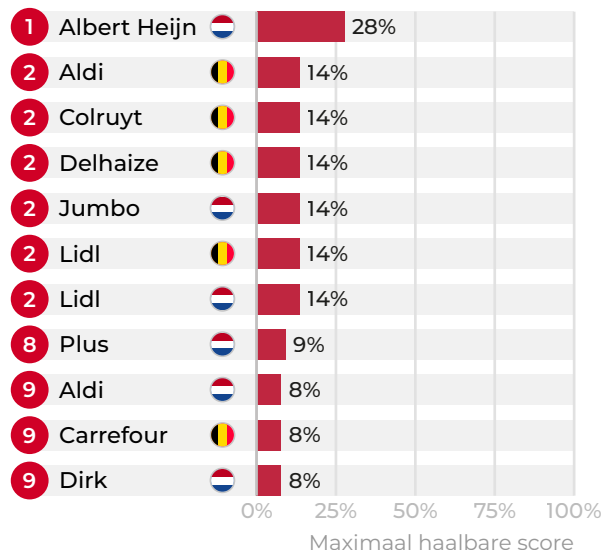
ARBEIDERS

# Inzet voor leefbaar loon bananenarbeiders, nauwelijks opvolging in andere productieketens

**BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN**

- Bijna alle supermarkten zetten zich in om een leefbaar loon voor bananenarbeiders te garanderen. In de rapportages van supermarkten zijn nauwelijks voorbeelden te vinden van opvolging in andere hoog-risico voedselproducten.
- Sommige supermarkten verklaren hun aandeel in de kloof tussen het werkelijke loon en het leefbaar loon voor bananenarbeiders te hebben gedicht.
- Albert Heijn ondersteunt groente- en fruitleveranciers bij het meten en uiteindelijk het dichten van de kloof tussen het werkelijke loon en het leefbaar loon.

**Inzet supermarkten op arbeidersrechten**



**Figuur 2** Deelranglijst over de inzet van supermarkten op het onderdeel Arbeiders. [\[link\]](#)

**Wat kan er van supermarkten worden verwacht voor Arbeiders?**

De supermarkt:

Ondersteunt leveranciers om mensenrechten en arbeidsrechten te respecteren en **stimuleert leveranciers** die vooruitgang boeken op het gebied van arbeidsomstandigheden.

Zegt toe de kloof in het leefbaar loon te **publiceren** en onderneemt actie en **rapporteert over het dichten van de kloof** voor producten met een hoog risico op mensenrechtenschendingen.



**Breekt niet onmiddellijk de banden met leveranciers** wanneer slechte arbeidsomstandigheden aan het licht komen, maar laat zien hoe zij leveranciers helpen om de situatie te verbeteren.

**Figuur 3** Indicatoren en weging voor de kwestie Arbeiders. [\[link\]](#)



Photo: Alexa Sedgwick/Oxfam

Wereldwijd werken 1,23 miljard mensen in voedselproductieketens, waarvan 857 miljoen in de primaire landbouwproductie (20). Daardoor heeft de voedselsector een groot potentieel om bij te dragen aan leefbare lonen en goede arbeidsomstandigheden voor arbeiders. Maar in werkelijkheid kunnen de omstandigheden voor arbeiders in deze sector zwaar zijn: lange werkdagen, weinig tot geen loon, dwangarbeid of kinderarbeid, gevaarlijke arbeidsomstandigheden en slechte leefomstandigheden zijn slechts enkele voorbeelden van misstanden waarmee arbeiders te maken kunnen hebben (21).

### **Bijna alle supermarkten zetten zich in om bananearbeiders een leefbaar loon te garanderen**

Zowel Belgische als Nederlandse supermarkten zetten zich in om bananearbeiders een leefbaar loon te garanderen. In 2019 hebben **Albert Heijn, Dirk, Jumbo, Lidl en Plus** in Nederland zich ertoe verbonden om de kloof tussen het leefbaar loon (zie tekstvak 'Leefbaar loon') voor al hun bananenvolumes tegen eind 2025 met minstens 75 procent te verkleinen (22). In 2022 hebben de Belgische supermarkten **Aldi, Colruyt, Delhaize en Lidl** zich ertoe verbonden om de loonkloof voor bananearbeiders tegen 2027 te dichten (23). Supermarkten hebben deze inspanningen echter nauwelijks uitgebreid naar andere voedingsmiddelen in hun assortiment dan bananen. Veel arbeiders in

#### **LEEFBAAR LOON**

Een leefbaar loon is het inkomen dat arbeiders zouden moeten verdienen om een fatsoenlijke levensstandaard voor zichzelf en hun gezin te realiseren (21). Leefbare lonen kunnen helpen om vele andere mensenrechtenschendingen uit te roeien, zoals kinderarbeid. De kloof is het verschil tussen het werkelijke loon en een leefbaar loon. Aanpassing van inkooppraktijken om leefbare lonen mogelijk te maken is een wettelijke verplichting voor supermarkten onder de CSDDD.

andere productieketens hebben nog steeds moeite om in hun basisbehoeften te voorzien.

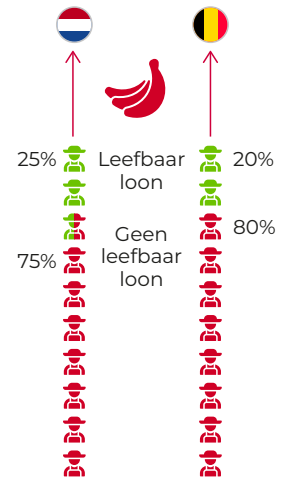
### Sommige supermarkten verklaren hun aandeel in de loonkloof voor bananenarbeiders te hebben gedicht

In navolging van hun toezeggingen verklaren verschillende supermarkten publiekelijk dat zij het mogelijk hebben gemaakt voor bananenarbeiders om een leefbaar loon te verdienen. Albert Heijn (NL), Lidl (BE & NL) en Plus (NL) zeggen dit te doen door een premie te betalen (24-26). Jumbo (NL) geeft ook aan dat het de kloof tussen het werkelijke loon en leefbaar loon in de bananensector heeft gedicht, hoewel dit nog niet is gepubliceerd. Het is belangrijk op te merken dat dit betrekking heeft op hun eigen aandeel van de bananenvolumes. Bovendien gaat het om zelfgerapporteerde verklaringen van de supermarkt die niet onafhankelijk zijn beoordeeld. Zolang niet alle andere supermarkten hun aandeel van de kloof hebben gedicht, is een leefbaar loon voor arbeiders op bananenplantages nog steeds niet gegarandeerd. In 2023 rapporteerde IDH (het initiatief voor duurzame handel) voor de Nederlandse supermarkten dat bananenarbeiders nog steeds ongeveer 13 procent minder loon ontvingen dan wat nodig is voor een fatsoenlijke levensstandaard (22). Een op de vier arbeiders ontving geen leefbaar loon. Voor de Belgische supermarkten rapporteerde IDH dat arbeiders 15 procent minder loon ontvingen dan een leefbaar loon (27) en dat een op de vijf bananenarbeiders geen leefbaar loon ontving.

### Albert Heijn ondersteunt leveranciers bij het meten en dichten van de loonkloof






**Albert Heijn (NL)** ondersteunt leveranciers van groenten en fruit in hoog-risico landen in Afrika en Zuid-Amerika bij het meten van de kloof tussen het betaalde loon en een leefbaar loon. Het helpt leveranciers ook om deze kloof uiteindelijk te dichten door samen een actieplan te ontwikkelen (28). Daarnaast draagt de AH Foundation bij aan het verbeteren van de levensomstandigheden en investeert het samen met leveranciers in onderwijs, gezondheidszorg en huisvesting. **Lidl (NL & BE)** heeft een trainingssessie gegeven om kinderarbeid in productieketens in Azië te identificeren en te voorkomen, die de basis zal vormen voor uitgebreide leverancierstrainingen in de toekomst. Het is echter onduidelijk op welke productieketens van Lidl dit betrekking heeft en of dit voedselproductieketens zijn.

### LOON BANANENARBEIDERS



Het percentage bananenarbeiders dat geen leefbaar loon verdient voor bananen gekocht in Belgische en Nederlandse supermarkten (22-27).

### HOOG-RISICO PRODUCTEN

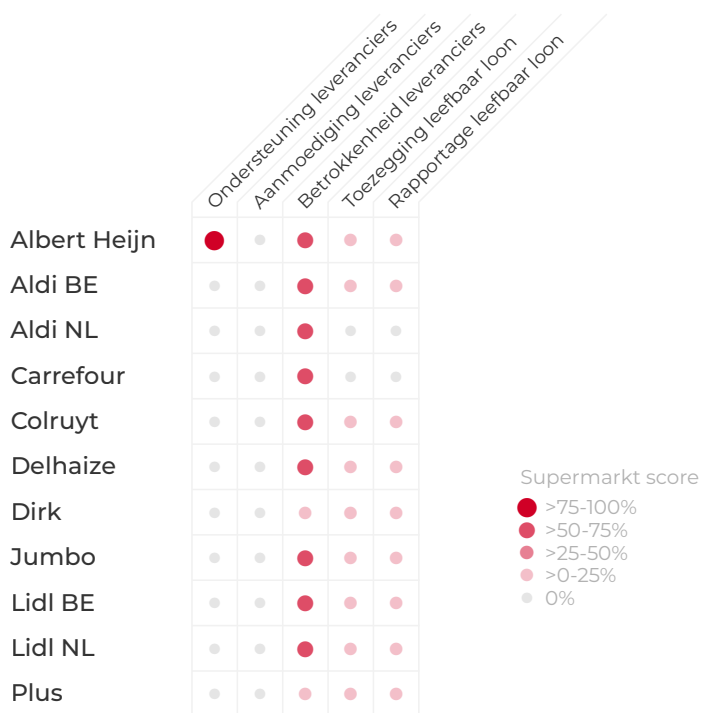
-  Tomaten in blik
-  Thee
-  Garnalen
-  Cashewnoten
-  Sinaasappel

Voorbeelden van andere hoog-risico producten waar arbeiders moeite hebben om in hun basisbehoeften te voorzien.

### Supermarkten streven ernaar leveranciers te ondersteunen bij het verbeteren van de arbeidsomstandigheden

Bovendien geven **alle supermarkten** aan dat ze leveranciers niet onmiddellijk laten vallen wanneer arbeidsrechten zijn geschonden, een zogenaamde cut-and-run-aanpak. In plaats daarvan proberen ze leveranciers te helpen de arbeidsomstandigheden te verbeteren (5,29–36). Geen van de supermarkten laat echter zien hoe ze leveranciers belonen die vooruitgang boeken op het gebied van arbeidsomstandigheden in de productieketen. Beloningen zouden kunnen bestaan uit preferentiële aankopen, gunstigere levertijden, grotere orderhoeveelheden en preferentiële betalingsvoorwaarden.

### Resultaten indicatoren Arbeiders



**Figuur 4** Verdeling van inzet op de indicatoren voor Arbeiders. [\[link\]](#)

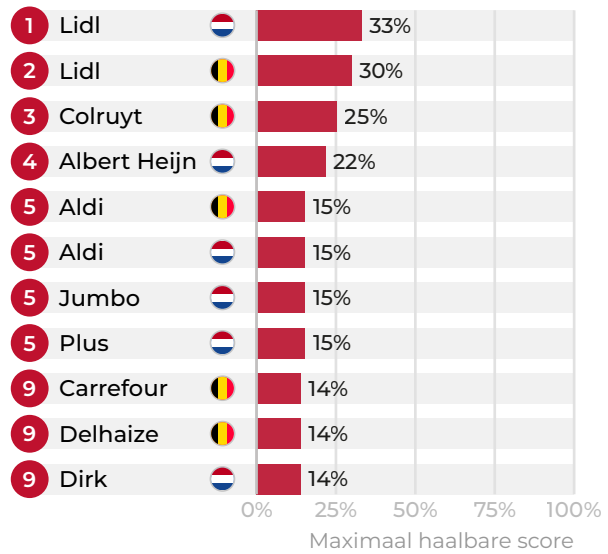
BOEREN

# Inzet van supermarkten om een leefbaar inkomen voor kleinschalige boeren te waarborgen gericht op cacao

**BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN**

- De meeste supermarkten zetten zich in om een leefbaar inkomen voor cacaoboeren te garanderen.
- De meeste Nederlandse supermarkten hebben nu concrete plannen gemaakt om een leefbaar inkomen te garanderen voor alle cacaoboeren achter hun huismerkproducten.
- Lidl (NL & BE) en Colruyt (BE) tonen initiatieven die zorgen voor langetermijnovereenkomsten en eerlijke prijzen voor boeren in andere productieketens.

**Inzet supermarkten op boerenrechten**



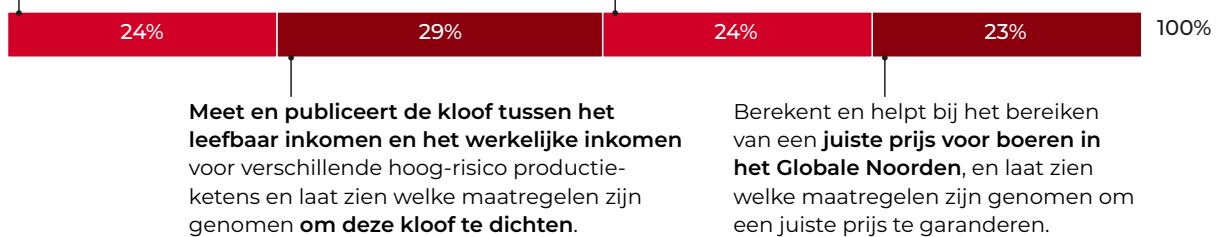
**Figuur 5** Deelranglijst over de inzet van supermarkten op het onderdeel Boeren. [\[link\]](#)

**Wat kan er van supermarkten worden verwacht voor boeren?**

De supermarkt:

Laat zien hoe zij **zorgt voor langetermijnovereenkomsten en eerlijke prijzen**, waardoor kleinschalige boeren een leefbaar inkomen kunnen verdienen en hun productiekosten kunnen dekken.

Zet zich in voor een **eerlijke waardeverdeling** ten gunste van kleine boeren en maakt de huidige waardeverdeling voor verschillende hoog-risico productieketens bekend.



**Figuur 6** Indicatoren en weging voor de kwestie Boeren. [\[link\]](#)



Photo: Nana Kofi Acquah/Oxfam

Sommige producten, zoals chocolade en koffie, worden geproduceerd door kleinschalige boeren. Deze boeren zijn mensen die, alleen of als gemeenschap, op kleine schaal voedsel produceren om in hun levensonderhoud te voorzien. Hierbij wordt vaak gebruikgemaakt van gezinsarbeid. Omdat supermarkten ernaar streven de prijzen laag te houden, zorgen de inkooppraktijken van supermarkten er over het algemeen voor dat de prijzen en omstandigheden voor deze kleinschalige boeren onder druk staan. Deze omstandigheden belemmeren boeren om een leefbaar inkomen te verdienen. Supermarkten moeten de rechten van deze kleinschalige boeren respecteren door ervoor te zorgen dat ze een leefbaar inkomen kunnen verdienen, zodat er een einde komt aan hun uitbuiting en zodat hun veerkracht en welvaart worden bevorderd.

### **De meeste supermarkten hebben zich gecommitteerd een leefbaar inkomen voor cacao-boeren te garanderen**

De meeste supermarkten hebben zich gecommitteerd om cacao-boeren een leefbaar inkomen te garanderen. In België hebben **Aldi, Carrefour, Colruyt, Delhaize en Lidl** hun krachten gebundeld in Beyond Chocolate: een samenwerkingsverband gevormd in 2018 om cacao-boeren uiterlijk in 2030 een leefbaar inkomen te garanderen (37). In Nederland maken **Albert Heijn, Dirk, Jumbo en**

#### **CACAO INITIATIEVEN**

DISCO 

Albert Heijn, Dirk, Jumbo, Plus

GISCO 

Lidl

Beyond Chocolate 

Aldi, Carrefour, Colruyt, Delhaize, Lidl

**Plus** deel uit van het Dutch Initiative on Sustainable Cocoa (DISCO). DISCO streeft er ook naar om tegen 2030 een leefbaar inkomen voor cacaoboeren te garanderen (38). De cacao van **Lidl BE & NL** valt onder het German Initiative on Sustainable Cocoa (GISCO). Toezeggingen zijn een goede eerste stap, maar de uitvoering ervan vereist nog steeds aandacht. Uit voortgangsrapportage van IDH, de organisatie die deze multi-stakeholder initiatieven in België en Nederland coördineert, blijkt dat de meerderheid van de cacaoboeren nog geen leefbaar inkomen ontvangt. Voor de Belgische supermarkten ontving meer dan 80 procent van de cacaoboeren van wie de inkomsten bekend zijn, geen leefbaar inkomen (39). Voor de chocolade in de Nederlandse supermarktschappen was dit 88 procent in 2023 (38).

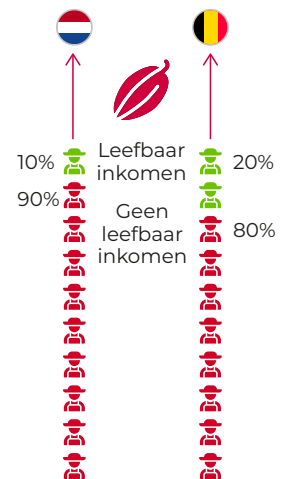
**De meerderheid van de Nederlandse supermarkten heeft concrete plannen om leefbaar inkomen voor alle huismerk cacaoboeren te garanderen**

De meerderheid van de Nederlandse supermarkten heeft plannen aangekondigd om hun inspanningen voor DISCO-naleving te intensiveren. Albert Heijn (NL), Dirk (NL), Jumbo (NL) en Plus (NL) hebben concrete plannen gemaakt om een leefbaar inkomen te garanderen voor boeren van hun volledige huismerkassortiment dat cacao bevat. Dit breidt de focus uit van enkele chocoladerepen naar producten zoals chocoladekoekjes en chocoladecereals. Lidl (BE & NL) heeft onlangs aangekondigd om in 2026 een leefbaar inkomen voor cacao-boeren te garanderen voor al hun chocoladerepen van het eigen merk (40). Tot nu toe verkochten **Albert Heijn (NL), Aldi (NL), Colruyt (BE), Jumbo (NL) en Plus (NL)** al een beperkt assortiment chocoladerepen die een leefbaar inkomen voor boeren garanderen als onderdeel van Tony's Open Chain (TOC) (41). **Lidl (BE & NL)** verkoopt ook een aantal Way to Go-chocoladerepen en **Colruyt (BE)** koopt in van toegewijde coöperaties waarbij het een prijs betaalt die het mogelijk

**LEEFBAAR INKOMEN**

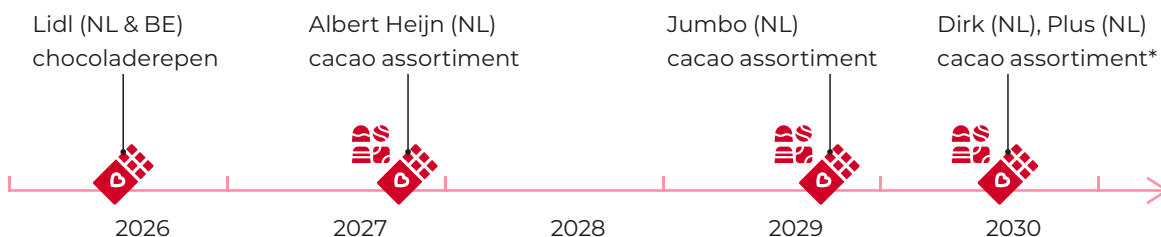
Een leefbaar inkomen is het inkomen dat kleinschalige boeren zouden moeten verdienen om een fatsoenlijke levensstandaard voor zichzelf en hun gezin te realiseren (43). Kleinschalige boeren zijn onafhankelijke ondernemers en worden niet beschermd door een wettelijk minimum-loon. Een leefbaar inkomen zou een minimum moeten zijn voor kleinschalige boeren in productietekens. Hun inkomen zou hen ook in staat moeten stellen een buffer op te bouwen en de nodige investeringen te doen.

**INKOMEN CACAO BOEREN**



Het percentage van cacao-boeren dat geen leefbaar inkomen verdient voor chocolade gekocht in Belgische en Nederlandse supermarkten.

**Toezeggingen leefbaar inkomen voor cacao**



\*voor producten met een minimum cacaogehalte van 5 procent

maakt voor cacao-boeren om een leefbaar inkomen te verdienen voor al hun Boni-chocoladerepen (42).

**Initiatieven van Lidl en Colruyt om langetermijnovereenkomsten en eerlijke prijzen voor boeren buiten de cacao-sector te garanderen**

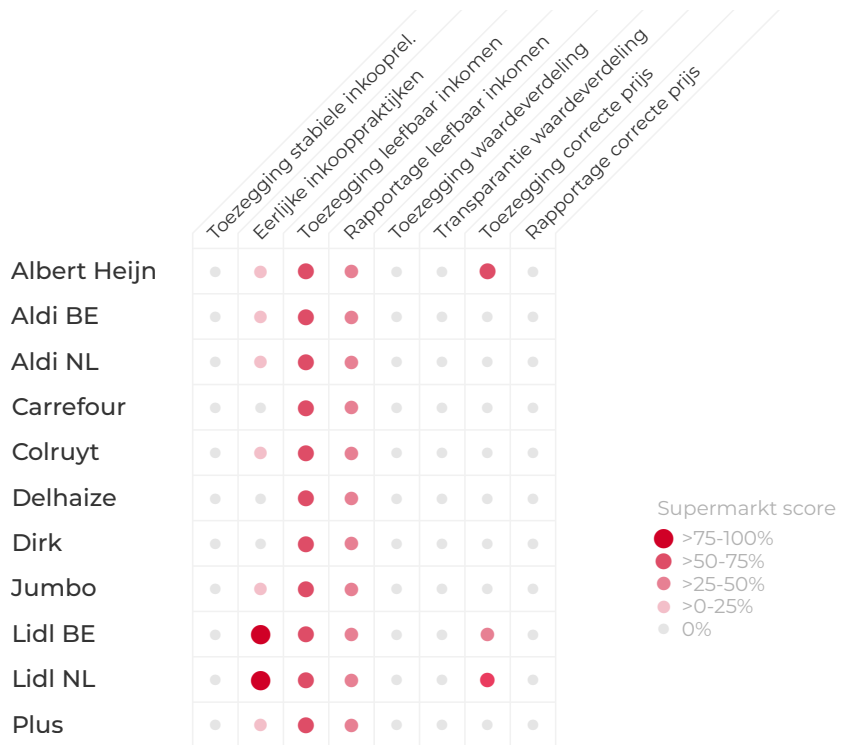
Hoewel supermarkten zich inzetten om een leefbaar inkomen voor cacao-boeren te garanderen, ontvangen veel andere soorten boeren ook geen leefbaar inkomen. Supermarkten hebben hun multi-stakeholder initiatief niet structureel uitgebreid naar andere producten in hun assortiment. Er zijn echter enkele voorbeelden van veelbelovende initiatieven. **Lidl (NL & BE)** draagt via Way to Go bij aan een leefbaar inkomen en stabiele omstandigheden voor boeren van andere hoog-risico primaire producten, namelijk voor koffie-, cashew- en sinaasappel-boeren (9). **Colruyt (BE)** heeft op dezelfde manier verschillende andere internationale ketenprojecten om de levensomstandigheden van boeren te helpen verbeteren (43). Colruyt betaalt bijvoorbeeld een premie aan dadelboeren in Marokko en zorgt voor een stabiele inkoop van cashewboeren in Benin.

**Sommige supermarkten hebben zich expliciet gecommitteerd te helpen een correcte prijs te realiseren voor boeren in het Globale Noorden**

Ook in het Globale Noorden moeten boeren een fatsoenlijk inkomen kunnen verdienen met hun producten. Supermarkten moeten onder andere zorgen voor een correcte prijs die de productiekosten dekt, inclusief arbeids- en investeringskosten, en investeren in risicodelingsmechanismen. **Albert Heijn (NL) en Lidl (NL)** hebben zich hiertoe verbonden (44,45).

**Albert Heijn (NL) en Lidl (BE & NL)** hebben zich ook verbonden tot samenwerking met belanghebbenden zoals boeren en boerencoöperaties om een eerlijke prijs te berekenen en deze te helpen realiseren (5,45,46). Geen van de supermarkten publiceert gegevens over het verschil tussen de werkelijke prijs en de correcte prijs die nodig is voor boeren in een specifieke productieketens in het Globale Noorden.

**Resultaten indicatoren Boeren**



**Figuur 7** Verdeling van inzet op Boeren tussen de verschillende indicatoren. [🔗](#)

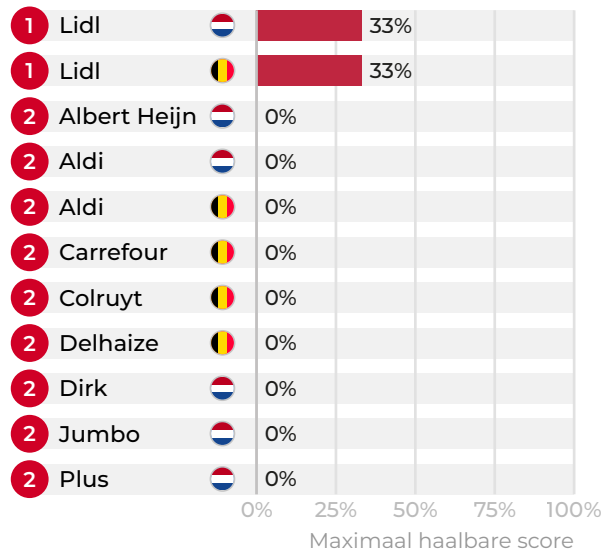
GENDER

# Geen structurele aanpak voor vrouwenrechten in productieketens

## BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

- Supermarkten pakken de loonkloof tussen mannen en vrouwen in hun productieketens niet systematisch aan. Lidl (BE & NL) zijn de enigen met een actieplan om de loonkloof tussen mannen en vrouwen te dichten.
- De meeste supermarkten, met uitzondering van Lidl (BE & NL), hebben geen actieplannen om geweld tegen vrouwen aan te pakken.

## Inzet supermarkten op genderrechten



**Figuur 8** Deelranglijst over de inzet van supermarkten op het onderdeel Gender. [\[link\]](#)

## Wat kan er van supermarkten worden verwacht op Gender?

De supermarkt:

Zet zich in om de loonkloof tussen mannen en vrouwen in de toeleveringsketens te dichten en heeft specifieke actieplannen om gendergerelateerd geweld aan te pakken.

Rapporteert over de voortgang bij het verbeteren van de positie van vrouwen in toeleveringsketens en deelt uitdagingen en geleerde lessen.



**Figuur 9** Indicatoren en weging voor de kwestie Gender. [\[link\]](#)



Photo: Mikina Lepcha

Vrouwen die in voedselketens werken, goed voor 40 procent van de wereldwijde landbouwarbeidskrachten (47), hebben vaak de laagstbetaalde banen en moeten vaak vrezen voor hun veiligheid. Geweld op de werkplek, discriminatie en lagere lonen zijn voorbeelden van misbruik waarmee vrouwen wereldwijd te maken hebben (48).

### **Supermarkten pakken de loonkloof voor vrouwen in productieketens niet systematisch aan**

Hoewel supermarkten erkennen dat vrouwen minder betaald krijgen dan mannen, pakken ze dit probleem niet systematisch aan in hun productieketens. **Lidl (BE & NL)** zijn de enige supermarkten die een actieplan hebben gepubliceerd om de loonkloof tussen mannen en vrouwen aan te pakken (49). Lidl (BE & NL) publiceerde het actieplan in 2024 en heeft nog niet over concrete maatregelen gerapporteerd. In 2023 hebben Albert Heijn (NL), Aldi (NL & BE) en Jumbo (NL) zich ertoe verbonden de loonkloof tussen mannen en vrouwen in hun productieketens aan te pakken (50-52), maar geen van hen heeft gerapporteerd over hun specifieke maatregelen.

### **Behalve Lidl (BE & NL) hebben de meeste supermarkten geen actieplannen om geweld tegen vrouwen aan te pakken**

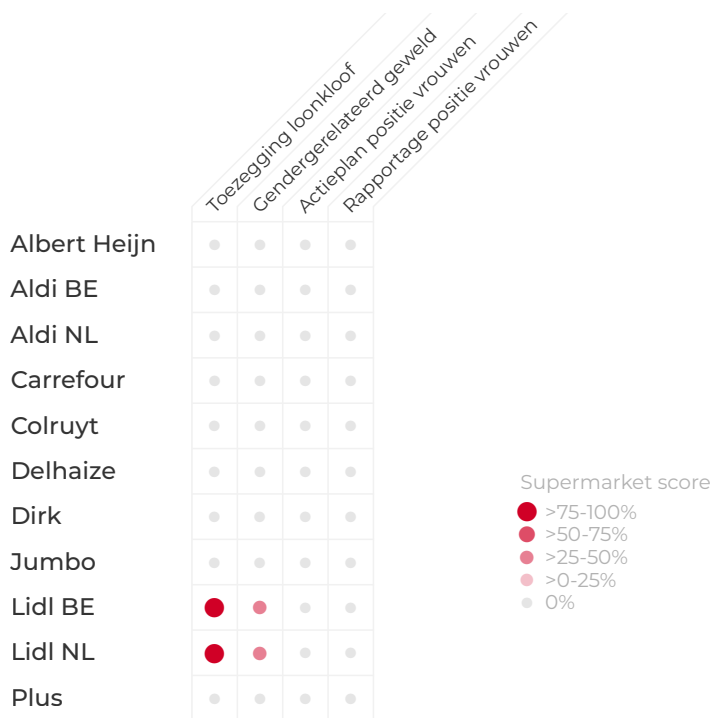
**Lidl (BE & NL)** zijn de enige supermarkten die onlangs actieplannen hebben gepubliceerd om de positie van vrouwen te verbeteren: een

#### **LOONKLOOF TUSSEN MANNEN EN VROUWEN**

De loonkloof tussen mannen en vrouwen is het verschil in gemiddelde bruto-uurloon tussen vrouwen en mannen. Wereldwijd verdienen vrouwen slechts 77 cent voor elke dollar die mannen verdienen voor werk van gelijke waarde (58). Arbeidsbeleid is hierin een cruciale factor, bijvoorbeeld beleid met inflexibele werktijden en beperkt ouderschapsverlof.

algemeen beleid gericht op gendergelijkheid in de productieketens (53) en een plan specifiek over geweld tegen vrouwen (54). **Aldi (BE & NL)** heeft in 2021 een actieplan gepubliceerd met betrekking tot gendergelijkheid (55), maar heeft sindsdien niet gerapporteerd over de voortgang. **Jumbo (NL)** heeft in 2023 toegezegd een actieplan te publiceren om gendergerelateerd geweld in de keten aan te pakken (56), maar heeft dit nog niet gerealiseerd. **Albert Heijn (NL)** heeft nu toegezegd te werken met leveranciers om een actieplan voor gelijkheid en diversiteit op te stellen in 2028 als onderdeel van het programma Positive Produce for People and Planet (44). Albert Heijn heeft ook een brochure over gendergelijkheid en vrouwenrechten voor leveranciers, om hen voor te lichten over het onderwerp gendergelijkheid (57). Andere supermarkten ondernemen geen brede acties om de positie van vrouwen in hun productieketens te verbeteren.

### Resultaten indicatoren Gender



**Figuur 10** Verdeling van inzet op indicatoren voor Gender. [🔗](#)

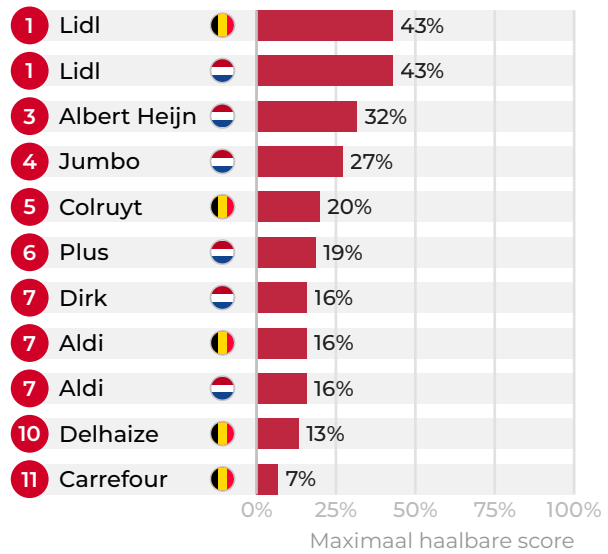
TRANSPARANTIE EN VERANTWOORDING

# De meeste supermarkten zijn transparant over hoog-risico productieketens

**BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN**

- De meeste supermarkten publiceren een brede risicoanalyse van hun hoog-risico productieketens.
- Bijna de helft van de supermarkten maakt een actuele lijst van al hun directe leveranciers openbaar.
- Geen van de supermarkten heeft klachtenmechanisme opgesteld om klachten in zijn hele productieketen effectief te behandelen.

**Inzet van supermarkten op  
Transparantie en Verantwoording**



**Figuur 11** Deelranglijst over de inzet van supermarkten op Transparantie & Verantwoording. [🔗](#)

**Wat kan er van supermarkten worden verwacht op Transparantie en Verantwoording?**



**Figuur 12** Indicatoren en gewing voor de kwestie Transparantie en Verantwoording. [🔗](#)



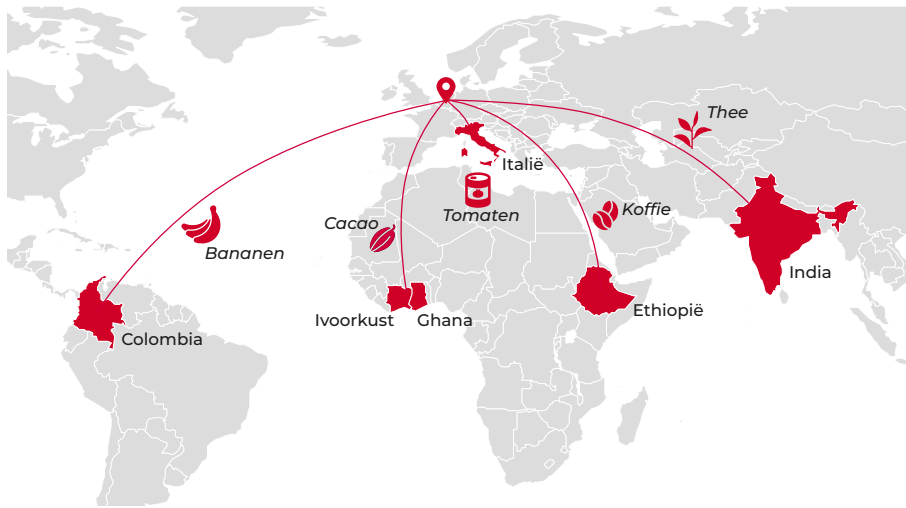
De schappen van supermarkten liggen vol met producten die afkomstig zijn uit de hele wereld, waarvan vele uit regio's waar het risico op schendingen van mensenrechten en arbeidsrechten groot is. Detailhandelaren moeten transparant zijn over hoe zij mensenrechtenrisico's binnen hun productieketens identificeren, voorkomen, beperken en verhelpen.

### De meeste supermarkten zijn transparant over hoog-risico productieketens

De meeste supermarkten publiceren een actuele brede risicoanalyse van hun productieketens met een hoog risico op mensenrechtenschendingen, zoals extreme armoede, kinderarbeid en uitbuiting (5-10). Sinds 2023 hebben Albert Heijn (NL), Dirk (NL), Jumbo (NL), Lidl (BE & NL) en Plus (NL) een of meer mensenrechtenonderzoeken (HRIA's) uitgevoerd: verdiepende onderzoeken naar die productieketens met een hoog risico op mensenrechtenschendingen. Alleen de HRIA's van **Jumbo (NL) en Lidl (BE & NL)** zijn volledig, inclusief een actieplan met specifieke aandacht voor de rol van de supermarkt (zie figuur 15). Dit jaar heeft Superunie, de inkooporganisatie van **Dirk (NL) en Plus (NL)**, zijn eerste HRIA gepubliceerd over cashewnoten uit Vietnam (11). Momenteel werkt het aan een actieplan om de vastgestelde schendingen aan te pakken. Albert Heijn (NL) meldt dat het voortaan bouwt op Ahold Delhaize voor het uitvoeren van HRIA's. Ahold Delhaize werkt momenteel aan twee onderzoeken, die naar

#### BREDE RISICOANALYSE

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ✓ Albert Heijn | ✗ Aldi      |
| ✗ Aldi         | ✗ Carrefour |
| ✓ Dirk         | ✓ Colruyt   |
| ✓ Jumbo        | ✗ Delhaize  |
| ✓ Lidl         | ✓ Lidl      |
| ✓ Plus         |             |



Voorbeelden van productieketens van supermarkten met een hoog risico op mensenrechtenschendingen..

verwachting in 2026 zullen worden gepubliceerd. Aldi (BE & NL) had eerder toegezegd om tegen 2025 twaalf HRIA's te publiceren (12), maar heeft sinds 2023 geen nieuw onderzoek meer gepubliceerd. Carrefour (BE), Colruyt (BE) en Delhaize (BE) hebben nog geen beoordelingen gepubliceerd. Na HRIA's zijn voortgangsrapportages van cruciaal belang om te controleren of schendingen zijn verminderd of worden aangepakt. **Lidl (BE & NL)** zijn de enige supermarkten die transparant zijn over de voortgang van al hun maatregelen om mensenrechtenschendingen aan te pakken (9). Lidl (BE & NL) rapporteert bijvoorbeeld dat het een training heeft gegeven ter voorkoming van dwangarbeid in de productieketen van bessen in Spanje. **Jumbo (NL)** heeft ook de voortgang gerapporteerd met betrekking tot zijn actieplannen voor pangasius uit Vietnam en garnalen uit Vietnam en Ecuador (13).

**CORPORATE SUSTAINABILITY DUE DILIGENCE DIRECTIVE (CSDDD)**

Supermarkten met meer dan 5.000 werknemers en een jaarlijkse netto-omzet van meer dan 1,5 miljard euro moeten voldoen aan de CSDDD (16). De supermarkten die onder de CSDDD vallen, moeten de mensenrechtenrisico's in hun productieketens in kaart brengen en concrete stappen ondernemen om misbruik te voorkomen en te stoppen.

**TRANSPARANT OVER TIER-1 LEVERANCIERS**

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ✓ Albert Heijn | ✗ Aldi      |
| ✗ Aldi         | ✗ Carrefour |
| ✓ Dirk         | ✗ Colruyt   |
| ✗ Jumbo        | ✗ Delhaize  |
| ✓ Lidl         | ✓ Lidl      |
| ✓ Plus         |             |

**Verschillende supermarkten maken hun directe leveranciers bekend**

Verschillende supermarkten maken de namen en adressen bekend van de huidige directe (tier 1) leveranciers (zie figuur 16) van hun

**Vereenvoudigde cacaoketen**



Vereenvoudigde cacaoketen om de verschillende niveaus aan te geven die een product doorloopt van boer tot supermarkt. [\[link\]](#)

assortiment (14-17). Daarnaast publiceert Albert Heijn (NL) de volledige productieketen tot aan de boer voor verse groenten en fruit (14). Lidl (BE & NL) maakt alle leveranciers in de ketens tot aan de boer bekend voor hoog-risico producten: bananen, aardbeien en thee (17-19). Het blijft onbekend of deze lijsten van directe leveranciers volledig zijn, maar het is aannemelijk dat sommige leveranciers hebben gevraagd om niet in de lijst vermeld te worden.

**Geen effectieve klachtenmechanismen voor alle hoog-risico productieketens**

Geen van de supermarkten heeft een effectief klachtenmechanisme voor al hun hoog-risico productieketens. Deze mechanismen moeten het voor arbeiders en boeren in de hele productieketen mogelijk maken om hun klachten in te dienen, bijvoorbeeld over lage inkomens of slechte arbeidsomstandigheden op de plantages of boerderijen. Verschillende supermarkten hebben een klachtenmechanisme voor werknemers, maar deze zijn niet toegankelijk voor alle arbeiders en boeren in de productieketens. De mechanismen van Lidl (BE & NL) zijn het meest geavanceerd, aangezien Lidl pilots opzet voor effectieve, lokale klachtenmechanismen in verschillende productieketens en jaarlijks rapporteert over de voortgang (9).

**KLACHTENMECHANISME**  
 CSDDD vereist dat supermarkten belanghebbenden de mogelijkheid bieden om klachten in te dienen over de gevolgen voor mensenrechten en milieu. Dit klachtenmechanisme moet eerlijk, openbaar, toegankelijk, voorspelbaar en transparant zijn.

**Resultaten indicatoren Transparantie en Verantwoording**



**Figuur 13** Verdeling van inzet op Transparantie en Verantwoording tussen de verschillende indicatoren.

# Aanbevelingen

Superlijst Sociaal streeft ernaar inzicht te geven in de inzet van supermarkten om de mensenrechten in hun voedselketens te respecteren. Supermarkten kunnen de onderstaande aanbevelingen gebruiken als volgende stappen om de mensenrechten in al hun productieketens te respecteren en zo bij te dragen aan een eerlijker en duurzamer voedselsysteem. In het algemeen moeten supermarkten de OESO-richtlijnen en UNGP's naar behoren implementeren en zich voorbereiden op CSRDDD. Als onderdeel van dat brede due diligence-proces op het gebied van mensenrechten, benadrukken we hieronder een aantal van de meest urgente aandachtspunten voor supermarkten.

## Aanbevelingen voor alle supermarkten

### → **Rol bestaande initiatieven voor een leefbaar inkomen voor bananenarbeiders en cacaoboeren uit naar andere productieketens.**

De initiatieven om een leefbaar loon voor bananenarbeiders en een leefbaar inkomen voor cacaoboeren te garanderen, laten zien dat deze leiden tot concrete plannen en acties. Hoewel supermarkten zich op deze productketens hebben gericht, zijn deze multi-stakeholder initiatieven nog niet opgevolgd in andere productieketens. Koffie kan een van de volgende productieketens zijn voor supermarkten om zich op te richten en om zich individueel te committeren aan een leefbaar inkomen binnen de hele sector. Net als cacao boeren lijden ook koffieboeren onder extreme armoede. En koffie is een van 's werelds populairste grondstoffen. Naast cacao stelt Fairtrade ook een referentieprijs voor een leefbaar inkomen voor koffie vast – de minimumprijs die een koffieboer nodig heeft om een leefbaar inkomen te ontvangen – die door supermarkten kan worden gebruikt. Uiteindelijk moet een leefbaar inkomen structureel worden opgenomen als onderdeel van de inkoopvoorwaarden voor alle producten.

→ **Stel doelen voor de nabije toekomst om de loonkloof tussen mannen en vrouwen in de productieketen aan te pakken.**

Alle supermarkten erkennen dat vrouwen minder betaald krijgen dan mannen, maar laten geen structurele aanpak zien om de loonkloof tussen mannen en vrouwen in de productieketen aan te pakken. Een eerste stap om dit te veranderen is het in kaart brengen van de exacte loonkloof in een keten. Het is noodzakelijk om dit vast te stellen en te begrijpen wat de oorzaak is van deze loonkloof. Publiceer vervolgens een (nieuw) actieplan met doelstellingen voor de nabije toekomst om de loonkloof tussen mannen en vrouwen in productieketens te dichten en rapporteer jaarlijks over de voortgang.

→ **Stel doelen voor de nabije toekomst om gendergerelateerd geweld in de productieketen aan te pakken.**

Hoewel verschillende supermarkten zich ertoe hebben gecommitteerd geweld tegen vrouwen aan te pakken, is er geen voortgang zichtbaar. Publiceer een actieplan met specifieke plannen om gendergerelateerd geweld aan te pakken in ten minste drie productieketens waar dit is geïdentificeerd.

→ **Voer mensenrechtenonderzoeken (HRIA's) uit in hoog-risico productieketens en pak de geïdentificeerde problemen aan.**

Een HRIA moet altijd een actieplan bevatten om de problemen aan te pakken. Rapporteer jaarlijks over de voortgang van elk van deze acties om ervoor te zorgen dat de HRIA's leiden tot daadwerkelijke verbeteringen. HRIA's moeten minimaal het volgende omvatten:

- alle relevante gevolgen voor mensenrechten in de productieketen;
- betrokkenheid van relevante belanghebbenden en vooral rechthebbenden;
- actieplannen: ontwikkeld in samenwerking met rechthebbenden en relevante belanghebbenden en uitgevoerd op een participatieve en inclusieve manier;
- rapportage over het actieplan en oplossingen voor de geïdentificeerde problemen.

→ **Betrek rechthebbenden bij de ontwikkeling en uitvoering van het due diligence-beleid.**

Dit houdt in actieve, regelmatige en constructieve communicatie met belanghebbenden, inclusief duidelijke feedback over actieplannen. Richt specifiek op de betrokkenheid van rechthebbenden, zoals arbeiders en boeren. Geef in de actieplannen duidelijk aan hoe de input van rechthebbenden is verwerkt en leg vast welk onderwerp wanneer en met welke organisatie is besproken.

# Referenties

- 1 FAO. Newsroom. 2023 [cited 2026 Feb 13]. Almost half the world's population lives in households linked to agrifood systems. Available from: <https://www.fao.org/newsroom/detail/almost-half-the-world-s-population-lives-in-households-linked-to-agrifood-systems>
- 2 SOMO. Modern slavery is still lurking in your coffee cup [Internet]. 2024 [cited 2026 Feb 6]. Available from: <https://www.somo.nl/modern-slavery-is-still-lurking-in-your-coffee-cup/>
- 3 Astrid van Unen. Research on Spraying in the Palm Oil Sector Reveals Many Hazardous Substances At least 56 different agricultural chemicals are used on plantations in Colombia, Indonesia, and Ghana. [Internet]. [cited 2026 Feb 6]. Available from: <https://www.fnv.nl/mondiaal-fnv/nieuws-mondiaal-fnv/nieuws-verhaal/research-on-spraying-in-the-palm-oil-sector-reveal>
- 4 Business and Human Rights Centre. Greece: Undocumented Nepali workers allegedly recruited via Social media to strawberry farms where they face extreme abuse; incl. cos. responses [Internet]. 2025 [cited 2026 Feb 6]. Available from: <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/greece-undocumented-nepali-workers-allegedly-recruited-via-Social-media-to-strawberry-farms-where-they-face-extreme-abuse-incl-cos-responses/>
- 5 Albert Heijn. Mensenrechten Due diligence bij Albert Heijn 2023 [Internet]. 2023. Available from: <https://static.ah.nl/binaries/ah/content/assets/ah-nl/core/about/duurzaamheid/albert-heijn-due-diligence-2.2023.pdf>
- 6 Colruyt Group. Ons beleid voor milieu en mensenrechten in de toeleveringsketen (due diligence) [Internet]. 2025 mei. Available from: <https://www.colruytgroup.com/content/dam/colruytgroup/investeren/aandeelhouders/milieu/ons-beleid-voor-milieu-en-mensenrechten-colruyt-group.pdf>
- 7 Superunie jaarverslag 2024 [Internet]. Superunie; 2025 May [cited 2025 May 16]. Available from: <https://www.superunie.nl/app/uploads/2025/05/Jaarverslag-2024-.pdf>
- 8 Jumbo. Jumbo Jaarverslag 2024 [Internet]. Jumbo; 2025. Available from: <https://jumborapportage.com/external/asset/download/project/f94efc0a-03ec-0000-6557-739a67283a8d/name/Download%20Jumbo%20Jaarverslag%202024.pdf>
- 9 Lidl. Human Rights in Our Supply Chains [Internet]. Lidl; 2025. Available from: [https://info.lidl/lidlcorporate\\_IN\\_de/pdf/show/143406](https://info.lidl/lidlcorporate_IN_de/pdf/show/143406)
- 10 Plus. Vooruit in ketenverantwoordelijkheid Plus - Due Diligence beleid [Internet]. 2025. Available from: [https://assets.ctfassets.net/s0lodsnpsez/4NQEeXDX-MODqWVGR8Ss9Fp/47c35965416d1911fed52a4ef16d0109/PLUS\\_Due\\_Diligence\\_aanpak\\_-\\_Vooruit\\_in\\_ketenverantwoordelijkheid\\_\\_2025\\_.pdf](https://assets.ctfassets.net/s0lodsnpsez/4NQEeXDX-MODqWVGR8Ss9Fp/47c35965416d1911fed52a4ef16d0109/PLUS_Due_Diligence_aanpak_-_Vooruit_in_ketenverantwoordelijkheid__2025_.pdf)

- 11 Superunie. Human Rights Impact Assessment (HRIA) Cashews from Vietnam [Internet]. 2025. Available from: [https://www.superunie.nl/app/uploads/2025/08/2025-07-25\\_HRIA-Superunie\\_Cashews-Vietnam\\_Report\\_FINAL\\_Website-1.pdf](https://www.superunie.nl/app/uploads/2025/08/2025-07-25_HRIA-Superunie_Cashews-Vietnam_Report_FINAL_Website-1.pdf)
- 12 Aldi Nord. Sustainability Report 2023 [Internet]. 2024 Oct [cited 2024 Oct 28]. Available from: [https://www.aldi-nord.de/content/dam/aldi/corporate-responsibility/de/nachhaltigkeitsbericht/2017/sonstige/downloads-und-archiv/en/ALDI\\_Nord\\_Sustainability\\_Report\\_2023\\_EN.pdf.res/1729682884228/ALDI\\_Nord\\_Sustainability\\_Report\\_2023\\_EN.pdf](https://www.aldi-nord.de/content/dam/aldi/corporate-responsibility/de/nachhaltigkeitsbericht/2017/sonstige/downloads-und-archiv/en/ALDI_Nord_Sustainability_Report_2023_EN.pdf.res/1729682884228/ALDI_Nord_Sustainability_Report_2023_EN.pdf)
- 13 Jumbo. Impactonderzoeken (HRIA). 2025 [cited 2025 Sep 30]. Impactonderzoeken (HRIA). Available from: <https://www.jumbo.com/nieuws/impactonderzoek-in-ricoketens/>
- 14 Albert Heijn. Leveranciers [Internet]. [cited 2026 Jan 13]. Available from: <https://www.ah.nl/leveranciers>
- 15 Superunie [Internet]. [cited 2023 Feb 20]. Leveranciers. Available from: <https://www.superunie.nl/leveranciers/>
- 16 Lidl NL. Foodleveranciers lijst 2024 [Internet]. 2025. Available from: <https://corporate.lidl.nl/content/download/79609/fileupload/Foodleveranciers%20lijst%202024.pdf>
- 17 Lidl. Banana Supply Chains [Internet]. 2025. Available from: <https://info.lidl.de/pdf/show/88501>
- 18 Lidl. Strawberry Supply Chains [Internet]. 2025. Available from: [https://corporate.lidl.nl/content/download/79606/fileupload/NL\\_Supply%20Chain%20Transparency\\_Strawberry.pdf](https://corporate.lidl.nl/content/download/79606/fileupload/NL_Supply%20Chain%20Transparency_Strawberry.pdf)
- 19 Lidl. Tea Supply Chains [Internet]. 2025. Available from: <https://info.lidl.de/pdf/show/88500>
- 20 FAO. Sustainable Food and Agriculture. 2022 [cited 2022 Feb 24]. Sustainable Food and Agriculture. Available from: <http://www.fao.org/sustainability/en/>
- 21 ILO. ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work [Internet]. 2022. Available from: [https://www.ilo.org/sites/default/files/2024-04/ILO\\_1998\\_Declaration\\_EN.pdf](https://www.ilo.org/sites/default/files/2024-04/ILO_1998_Declaration_EN.pdf)
- 22 IDH. The NL Retail Commitment on living wages in the banana sector - Results 2023 [Internet]. 2025. Available from: <https://idh-prp.files.prepr.io/73y7n4zlapxo/nl-retail-commitment-2025-report-english.pdf>
- 23 IDH. The BE Retail Commitment on Living Wages in the Banana Sector - Results 2023 [Internet]. 2025. Available from: <https://idh-prp.files.prepr.io/7dg9y0o3syh/banana-publication-be-2025-eng.pdf>

- 24 Lidl NL. Living Wages in the Banana Supply Chain [Internet]. 2024. Available from: [https://corporate.lidl.nl/content/download/89171/fileupload/Living%20Wage%20on%20Bananas\\_Final%20Report.pdf](https://corporate.lidl.nl/content/download/89171/fileupload/Living%20Wage%20on%20Bananas_Final%20Report.pdf)
- 25 Lidl BE. Living Wages in the Banana Supply Chain [Internet]. 2024. Available from: <https://corporate.lidl.be/nl/pdf/show/98025>
- 26 Plus. Ketenverantwoordelijkheid [Internet]. 2025 [cited 2026 Feb 12]. Available from: <https://www.plus.nl/over-plus/duurzaamheid/ketenverantwoordelijkheid>
- 27 IDH. IDH - the Sustainable Trade Initiative. 2025 [cited 2025 Dec 19]. Belgian retailer publishes banana living wage report. Available from: <https://idh.org/news/belgian-retailer-living-wage-commitment-publishes-report-on-living-wage-gaps>
- 28 Albert Heijn. Albert Heijn Due Diligence aanpak [Internet]. 2025. Available from: <https://data.maglr.com/3671/issues/62868/745644/downloads/albert-heijn-due-diligence-aanpak-dec2025.pdf>
- 29 Human Rights Policy Statement [Internet]. [cited 2023 Feb 20]. Available from: <https://www.aldi-nord.de/unternehmen/verantwortung/menschen/human-rights.html>
- 30 Carrefour. Exercising our territorial responsibility [Internet]. 2022. Available from: <https://www.carrefour.com/sites/default/files/2023-06/Exercising%20our%20territorial%20responsibility%20Carrefour%202022.pdf>
- 31 Colruyt Group. Jaarverslag met duurzaamheidsrapportering 2022/2023. 2023; Available from: <https://www.colruytgroup.com/content/dam/colruytgroup/investeren/jaarverslag-met-duurzaamheidsrapportering/pdf/nl/Jaarverslag-2022-2023.pdf>
- 32 Ahold Delhaize. Guidance Document on the Standards of Engagement 2024 [Internet]. 2024. Available from: <https://media.aholddelhaize.com/media/jcipz5yt/guidance-document-on-the-standards-of-engagement-2026.pdf>
- 33 Superunie. Corporate Sustainability Policy Superunie [Internet]. 2021. Available from: <https://www.superunie.nl/app/uploads/2021/03/Sustainability-Policy-Superunie.pdf>
- 34 Jumbo. Human Rights Policy 2023 [Internet]. 2023. Available from: <https://content.presspage.com/uploads/2966/7903ff21-c2c9-4e2d-bd24-d13ae606c64e/jumbo-human-rights-policy-2023.pdf?10000>
- 35 Lidl België & Luxemburg. Corporate Due Diligence aanpak voor mensenrechten- en milieubescherming bij de inkoop van het assortiment [Internet]. 2020. Available from: [https://corporate.lidl.be/nl/content/download/20901/fileupload/Position-paper\\_Due-Diligence\\_BE-NL.pdf](https://corporate.lidl.be/nl/content/download/20901/fileupload/Position-paper_Due-Diligence_BE-NL.pdf)
- 36 Lidl. Inkoop beleid - Mensenrechten in de leveringsketen [Internet]. 2022 Oct. Available from: <https://corporate.lidl.nl/content/download/48063/fileupload/Position%20Paper%20Mensenrechten%20Lidl%20Nederland%202022.pdf>

- 37 IDH. Beyond Chocolate [Internet]. IDH - the Sustainable Trade Initiative. 2025 [cited 2025 Dec 19]. Available from: <https://www.idhsustainabletrade.com/initiative/beyondchocolate/>
- 38 DISCO. Annual Report [Internet]. 2024. Available from: <https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2024/10/DISCO-ANNUAL-REPORT-2023.pdf>
- 39 IDH. Beyond Chocolate Annual Report 2023 [Internet]. 2024. Available from: [https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2025/11/BeyondChocolate\\_AnuualReport.2023.pdf](https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2025/11/BeyondChocolate_AnuualReport.2023.pdf)
- 40 Lidl. Newsroom Lidl Nederland - Lidl gaat over op leefbaar inkomen chocoladerepen [Internet]. 2026 [cited 2026 Feb 19]. Available from: <https://lidl.pr-newsroom.nl/press/persbericht-lidl-gaat-over-op-leefbaar-inkomen-chocoladerepen>
- 41 Tony's Open Chain. Tony's Open Chain Mission Allies [Internet]. 2025 [cited 2026 Jan 23]. Available from: <https://www.tonysochain.com/whos-in/mission-allies>
- 42 Poppe H. Alle Boni chocoladetabletten dragen nu bij aan een leefbaar inkomen voor de cacaoboer [Internet]. 2024 [cited 2026 Feb 6]. Available from: <https://press.colruytgroup.com/alle-boni-chocoladetabletten-dragen-nu-bijaan-een-leefbaar-inkomen-voor-de-cacaoboer>
- 43 Colruyt Group. Internationale ketenprojecten | Colruyt Group [Internet]. 2024 [cited 2025 Oct 27]. Available from: <https://www.colruytgroup.com/nl/duurzaam-ondernemen/initiatieven/internationale-ketenprojecten>
- 44 Albert Heijn. Positive Produce for People and Planet. Program Guide [Internet]. 2025. Available from: <https://static.ah.nl/binaries/ah/content/assets/ah-nl/core/about/duurzaamheid/2025/voor-leveranciers/Sociale-ketens/pppp-program-guide---english.pdf>
- 45 Lidl NL. Verdieping Nederlandse ketens: Samenwerken aan een toekomstbestendig landbouwsysteem [Internet]. 2025. Available from: <https://corporate.lidl.nl/file/download//143771/fileupload/Verdieping%20Nederlandse%20ketens%20Statement%20Global%20North%20Farmers.pdf>
- 46 Lidl BE. Engagement van Lidl ten aanzien van pluimvee-, varkens- en rundveehouders in België [Internet]. 2025. Available from: <https://corporate.lidl.be/nl/pdf/show/143590>
- 47 IFC. IFC. 2024 [cited 2024 May 23]. Women in Agribusiness Value Chains. Available from: <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/agribusiness-forestry/promoting-inclusive-development/women-in-agribusiness-value-chains>
- 48 UN Women. Handbook: Addressing violence and harassment against women in the world of work [Internet]. 2019. Available from: <https://endvawnow.org/uploads/browser/files/work-handbook-interior-web-rev.pdf>

- 49 Lidl. Promoting fair remuneration regardless of gender in our supply chains [Internet]. 2024. Available from: <https://corporate.lidl.nl/file/download/122453/fileupload/Action%20Plan%20Gender%20Pay%20Gap.pdf>
- 50 Albert Heijn. Vrouwenrechten bij Albert Heijn [Internet]. 2021. Available from: <https://static.ah.nl/binaries/ah/content/assets/ah-nl/permanent/over-ah/vrouwenrechten.pdf>
- 51 Aldi Nord. Commitment to Gender equality [Internet]. 2021. Available from: [https://www.aldi.nl/content/dam/aldi/netherlands/responsibility/mensenrechten/20210803\\_Gender\\_Equality.pdf.res/1628056702015/20210803\\_Gender\\_Equality.pdf](https://www.aldi.nl/content/dam/aldi/netherlands/responsibility/mensenrechten/20210803_Gender_Equality.pdf.res/1628056702015/20210803_Gender_Equality.pdf)
- 52 Jumbo. Genderbeleid [Internet]. 2023. Available from: <https://content.presspage.com/uploads/2966/33541327-645d-456d-b9f1-811e2f50f564/jumbo-genderbeleid-2023.pdf?10000>
- 53 Lidl. Gender Equality in supply chains [Internet]. 2023. Available from: [https://corporate.lidl.nl/content/download/78971/fileupload/AP\\_Gender%20equality\\_Layout\\_ENG\\_\\_final%20review.pdf](https://corporate.lidl.nl/content/download/78971/fileupload/AP_Gender%20equality_Layout_ENG__final%20review.pdf)
- 54 Lidl. Plan to reduce gender-based violence and oppression in our supply chains [Internet]. 2024. Available from: <https://corporate.lidl.nl/file/download/122457/fileupload/Action%20Plan%20Gender%20Based%20Violence%20and%20Harassment.pdf>
- 55 ALDI Nord. Gender Equality Action Plan 2021 [Internet]. 2021. Available from: [https://www.aldi-nord.de/content/dam/aldi/germany/verantwortung/umbau\\_cr\\_bereich/menschenrecht/Gender\\_Action\\_Plan\\_final\\_EN.pdf.res/1635858779007/Gender\\_Action\\_Plan\\_final\\_EN.pdf](https://www.aldi-nord.de/content/dam/aldi/germany/verantwortung/umbau_cr_bereich/menschenrecht/Gender_Action_Plan_final_EN.pdf.res/1635858779007/Gender_Action_Plan_final_EN.pdf)
- 56 Jumbo. Jumbo vrouwenrechten. 2022 Oct.
- 57 Albert Heijn. Gender equality & Women's rights - Supplier Brochure [Internet]. 2023. Available from: <https://static.ah.nl/binaries/ah/content/assets/ah-nl/core/about/duurzaamheid/brochure-gender-equality-and-women-rights.pdf>
- 58 UN Women. Women in the changing world of work - Facts you should know. [Internet]. 2026. Available from: <https://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/changingworldofwork/en/index.html>

# Colofon

Superlijst Sociaal 2026  
Editie 2, april 2026

**Initiatief en uitvoering**  
Denktank Questionmark

## Auteurs

Dore de Jong - project management, methodiek, dataverzameling en -analyse  
Gustaaf Haan - concept, methodiek en analyse  
Ambre Charles - dataverzameling en -analyse  
Willem van Engen-Cocquyt - methodiek, dataverzameling

## Directie

Charlotte Linnebank, directeur Questionmark

## Tekst en vormgeving

Puck Simons - eindredactie  
Klaas van der Veen - vormgeving  
Gordwin Odhiambo - omslagfoto

## Scientific Council

Dr. ir. Ellen van Kleef – Wageningen University  
Dr. ir. Annet Roodenburg – HAS green academy  
Prof. dr. ir. Jaap Seidell – Vrije Universiteit Amsterdam  
Dr. Christian Schader - FiBL Switzerland  
Dr. Malin Jonell - Stockholm University  
Prof. dr. Janina Grabs - University of Basel

Version 1.0 - April 2026

Copyright: Stichting Questionmark

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding: Questionmark (2026), Superlijst Sociaal 2026: Supermarkten schieten tekort in het waarborgen van eerlijke lonen voor arbeiders en boeren, Questionmark: Amsterdam.

<https://www.thequestionmark.org/download/superlist-report-be-nl-human-rights-2026-v1.0.nl.pdf>

## Disclaimer

Questionmark betracht de grootst mogelijke zorgvuldigheid bij het verzamelen van informatie en het opstellen van publicaties. Analyses zijn veelal gebaseerd op data van derden. Questionmark kan de accuraatheid of compleetheid van de informatie in dit rapport niet garanderen. Aan de inhoud van dit rapport kunnen dan ook geen rechten worden ontleend. Questionmark aanvaardt uitdrukkelijk geen aansprakelijkheid voor informatie die door derden wordt gebruikt of gepubliceerd met verwijzing naar dit rapport.

# Questionmark

## Samenwerking

Dit onderzoek is een initiatief van denktank Questionmark, in samenwerking met Solidaridad, Rikolto en Oxfam Novib, met steun van Oxfam België en Fairtrade België. Naast hun financiële bijdrage leverden zij kennis en expertise bij het ontwikkelen van de vergelijkingscriteria en de opzet van het onderzoek.



## Financiële ondersteuning

Het project Superlijst Sociaal wordt mede gefinancierd door Solidaridad, Rikolto, Oxfam Novib, Questionmark Foundation, Oxfam België en Fairtrade België. Solidaridad werd gefinancierd door het Ministerie van Buitenlandse Zaken, Rikolto door Belgian Development Cooperation (DGD) en het Departement Omgeving van de Vlaamse overheid.