Superlijst Sociaal 2023

Inhoud

Samenvatting **4**
Voorwoord **6**
Inleiding **7**
Transparantie en verantwoordelijkheid **8**
Arbeiders **12**
Kleinschalige boeren **16**
Gender **20**

Aanbevelingen
Aanbevelingen voor alle supermarkten 25
Albert Heijn - middenmoot 26
Aldi - middenmoot 26
Dirk - achterblijver 27
Ekoplaza - middenmoot 27
Jumbo - middenmoot 28
Lidl - voorloper 28
Plus - achterblijver 29

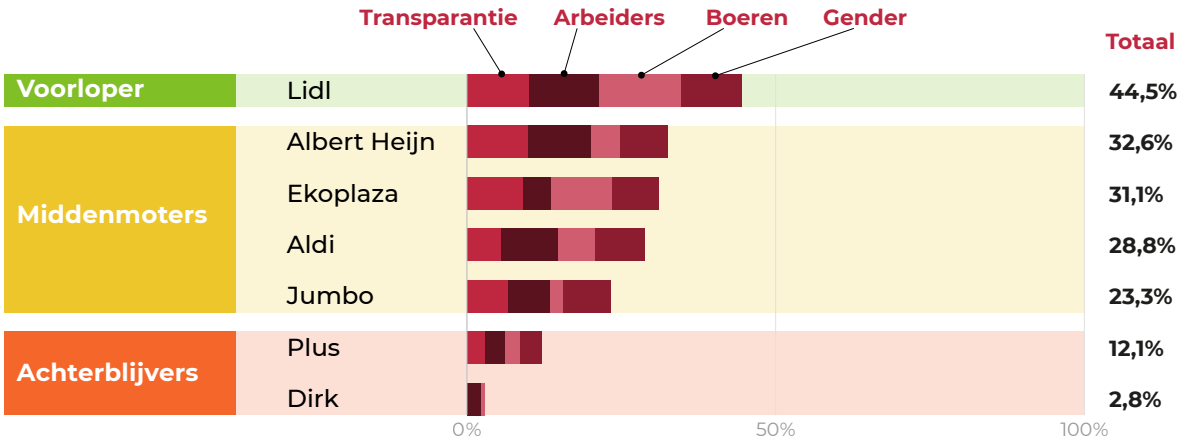
Referenties 30

SAMENVATTING

Supermarkten hebben mensenrechten in de voedselproductieketen nog niet goed gewaarborgd

Geen enkele supermarkt toont vergaande maatregelen voor het naleven van mensenrechten in hun voedselproductieketens. Supermarkten hebben wel beleid en ze krijgen steeds meer zicht op waar de risico's op kinderarbeid, discriminatie en uitbuiting zich voordoen. Maar concrete acties van supermarkten om de rechten van arbeiders, boeren en vrouwen te respecteren, blijven grotendeels uit. Lidl loopt voorop in de ranglijst van Superlijst Sociaal, gevolgd door Albert Heijn, Ekoplaza, Aldi en Jumbo in de middenmoot en Plus en Dirk vormen de achterblijvers.

Ranglijst Superlijst Sociaal 2023
Welke Nederlandse supermarkten nemen de leiding in naleven mensenrechten?



Figuur 1. Ranglijst van supermarkten in Superlijst Sociaal, met de totale score en de prestatie van supermarkten op de afzonderlijke onderwerpen transparantie, arbeiders, boeren, gender.

SAMENVATTING

Supermarkten hebben nog veel stappen te zetten
Voedselproducenten hebben vaak weinig inspraak over de inkoopvoorwaarden bij supermarkten. Geen enkele supermarkt is transparant over de verdeling van waarde of inspraak in de keten, of zet stappen om deze verdeling eerlijker te maken. Bedrijfsbrede risicoanalyses geven supermarkten inzicht in de risico's op mensenrechtenschendingen in de ketens. Supermarkten geven hier vrijwel geen vervolg aan door in deze risicoketens (goede) verdiepende mensenrechtenonderzoeken uit te voeren. Zo maken ze in rapportages niet duidelijk of bijvoorbeeld vakbonden, boerencoöperaties en arbeiders zelf bij het onderzoek betrokken zijn. Ook bevatten de onderzoeken vaak geen actieplan.

Enkele initiatieven laten kansen zien
Dit onderzoek bracht ook verschillende goede voorbeelden aan het licht, die laten zien hoe supermarkten wel degelijk stappen kunnen zetten om een positieve bijdrage te leveren. Zo nemen alle supermarkten enige actie om ervoor te zorgen dat arbeiders in de bananenketen een leefbaar loon krijgen. Supermarkten erkennen ook de noodzaak om kleinschalige boeren te ondersteunen. Enkele leefbaar inkomen-projecten, met name in de cacaosector, laten potentie zien en kansen voor verdere uitbreiding. Deze initiatieven beperken zich echter tot slechts enkele ketens als cacao en bananen, en worden nog nauwelijks toegepast in andere ketens, waar zo'n aanpak ook hard nodig is.

Over Superlijst Sociaal
Superlijst Sociaal is een initiatief van denktank Questionmark, ondersteund door Oxfam Novib en Solidaridad. Het project bouwt voort op de onderzoeken die Oxfam Novib sinds 2018 uitvoerde naar de rol van supermarkten in het beschermen van mensenrechten in productieketens. Superlijst Sociaal maakt onderdeel uit van het bredere onderzoeksprogramma Superlijst, waarin Questionmark de bijdrage van supermarkten aan een gezond en duurzaam voedselsysteem onderzoekt en aan het licht brengt.

Leeswijzer

Supermarkten die op een specifieke indicator binnen het onderzoek goed presteren, markeren we met het icoon **dit telt** in de kantlijn. Niet alle maatregelen die we tegenkomen gaan ver genoeg om te kunnen meetellen in de ranglijst, maar ook de kleine stappen in de goede richting zijn het waard om te worden opgemerkt. Die initiatieven markeren we met het icoon **goede stap**.

De methodologie met de vergelijkingscriteria voor Superlijst Sociaal is hier te raadplegen.

Voorwoord

Charlotte Linnebank
Directeur Questionmark

"Dit is de eerste editie van Superlijst Sociaal Nederland. Waarin is onderzocht in welke mate de supermarkten zich inspannen om mensenrechten te waarborgen. Aansluitend bij de eerdere Superlijsten op de thema's gezondheid, milieu en dierenwelzijn, heeft Questionmark nu een breed beeld gecreëerd van hoe supermarkten in Nederland hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen. Het onderzoek naar naleving van mensenrechten is bijzonder, omdat het vooral naar beleid en zelfrapportage kijkt. Hieruit zijn we tot duidelijke conclusies en aanbevelingen gekomen. De samenwerking met onze partners Oxfam Novib en Solidaridad helpt om deze te duiden in de maatschappelijke en politieke context. Zelf kijk ik ernaar uit dat hun oproepen volgend op dit rapport leiden tot versnelde acties bij supermarkten en overheid om mensenrechten in voedselproductieketens te verbeteren."

"Er is nog steeds volop kans dat er uitbuiting ligt in de schappen van supermarkten. Onlangs werd bekend dat migrantenwerkers in Spanje die tomaten plukken leven in krottenwijken. Eerder publiceerde Oxfam Novib ook over mensenleed op mangoplantages in Brazilië en vrouwen in de Indonesische visindustrie die hun baan verloren bij zwangerschap. Ondertussen draaien supermarkten megawinsten. Superlijst Sociaal laat zien dat supermarkten nog te weinig doen om dit soort schendingen van mensenrechten aan te pakken. De toezeggingen die supermarkten in de afgelopen jaren hebben gedaan, mede door de druk van Oxfam's Behind the Barcodes campagne, moeten omgezet worden naar actie. Dit kan alleen als supermarkten op een zinvolle manier in gesprek gaan met de mensen wiens rechten onder druk staan. Dit rapport benoemt een aantal voorbeelden van wat supermarkten al wel goed doen. Tijd voor supermarkten om een duidelijke keuze te maken voor mensenrechten en uitbuiting nu echt uit de schappen te weren."

Eline Achterberg
Expert mensenrechten en bedrijfsleven, Oxfam Novib

Heske Verburg
Managing Director
Solidaridad Europa

"Superlijst Sociaal toont aan dat supermarkten nog te weinig doen voor een betere verdeling van waarde in de keten. Armoede is een drijvende kracht achter zaken als ontbossing en kinderarbeid. Een leefbaar inkomen is noodzakelijk om de verduurzaming van sectoren als die van cacao en koffie effectief aan te pakken. Supermarkten kunnen hier een belangrijke rol in spelen. We zien al verschillende hoopgevende initiatieven bij supermarkten die opgeschaald kunnen worden. Het is inmiddels twaalf jaar na de bekrachtiging van de OESO-richtlijnen. Daarmee is het de hoogste tijd dat supermarkten in de breedte van hun assortiment risicoproducten gaan identificeren en onderzoeken, zodat ze in nauwe samenwerking met leveranciers, boeren en arbeiders maatregelen kunnen nemen."

Inleiding

De maatschappij wordt steeds bewuster van het belang van ethische en verantwoorde bedrijfsvoering, waaronder het respect voor mensenrechten in de gehele voedselproductieketen. Bij de productie van voedsel staan mensenrechten echter nog vaak onder druk. Mensenrechtenschendingen zoals kinderarbeid, geweld op de werkvloer, discriminatie, lage lonen en inkomens zijn nog steeds niet uitgebannen.

Supermarkten zijn verantwoordelijk voor naleven mensenrechten

Supermarkten dragen een verantwoordelijkheid om gedegen beleid te voeren om ervoor te zorgen dat mensenrechtenschendingen in de voedselproductieketens worden voorkomen en aangepakt. Internationale richtlijnen van de Verenigde Naties (VN) en de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO) schrijven sinds 2011 voor dat bedrijven een proces moeten inrichten om risico's op het gebied van mensenrechten, arbeidsrechten en milieu in kaart te brengen om deze vervolgens te voorkomen, aan te pakken en te herstellen. Deze richtlijnen bieden concrete handvatten voor bedrijven om de rechten te respecteren van iedereen die ons voedsel produceert. Ook de Nederlandse overheid verwacht van bedrijven dat zij de OESO-richtlijnen onderschrijven en heeft toegezegd dit ook in wetgeving vast te leggen (Tweede Kamer, 2023).

Wat is Superlijst?

Superlijst is een meerjarig onderzoeksproject dat inzichtelijk maakt hoe supermarkten hun klanten helpen gezond, duurzaam en eerlijk te eten. Na een eerste serie Superlijst onderzoeken vergelijkt Questionmark in deze eerste editie van Superlijst Sociaal de Nederlandse supermarkten op hun inzet op het vlak van mensenrechten. De supermarkten die in dit onderzoek zijn meegenomen zijn Albert Heijn, Aldi, Dirk, Ekoplaza, Jumbo, Lidl en Plus. Deze selectie is gekozen omdat zij ruim 80 procent van de Nederlandse markt vertegenwoordigt. Ekoplaza is daaraan toegevoegd vanwege de expliciete claim op duurzaamheid.

Over Superlijst Sociaal

Superlijst Sociaal onderscheidt vier kwesties: transparantie en verantwoordelijkheid, arbeiders, kleinschalige boeren en gender. De methodologie en de vergelijkingscriteria voor dit onderzoek zijn op 15 december 2022 gepubliceerd, na consultatie van onder meer de supermarkten, de Raad van Wetenschappers en de maatschappelijke partners: Oxfam Novib en Solidaridad. De data zijn door Questionmark verzameld tussen 15 december 2022 en 15 februari 2023.

De onderliggende data waar de ranglijst op is gebaseerd zijn **hier** in te zien.

Albert Heijn, Aldi, Jumbo, Lidl en Plus werden eerder door Oxfam Novib beoordeeld in het Behind the Barcodes onderzoek[1]. De methode gebruikt voor Superlijst Sociaal bouwt voort op dit eerdere onderzoek. Deze supermarkten waren dus al bekend met de methode in de oude vorm. Dirk en Ekoplaza zijn voor het eerst meegenomen in een vergelijking van mensenrechtenbeleid.

Superlijst Sociaal biedt supermarkten de mogelijkheid om hun inzet op het gebied van mensenrechten in hun voedselproductieketens te vergelijken met die van hun concurrenten en om kennis te nemen van goed beleid en praktijken. Op deze manier kunnen supermarkten bijdragen aan een duurzamer en eerlijker voedselsysteem en hun positieve impact vergroten (Questionmark, 2022a).

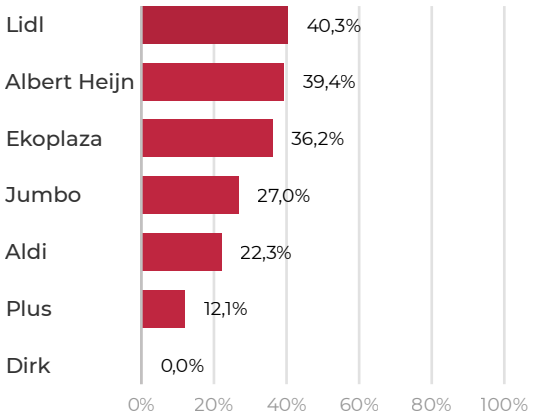
1 Zie het onderzoek Behind the Barcodes van Oxfam Novib.

1 Transparantie en verantwoordelijkheid

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Voedselproducenten hebben vaak nauwelijks zeggenschap in de inkooppraktijken. Geen enkele supermarkt heeft beleid om een eerlijke waardeverdeling te realiseren.
- Vijf supermarkten onderzoeken mensenrechten in specifieke productieketens. Deze onderzoeken (HRIAs) waren echter bijna allemaal incompleet. Alleen de onderzoeken van Aldi bevatten betrokkenheid van vakbonden en NGO's, goede probleemanalyses en heldere actieplannen.
- Lidl is het verst gevorderd met het transparant maken van de leveranciers van waar zijn producten vandaan komen en met het ontwikkelen van een klachtenmechanisme voor ketens.

Hoe transparant zijn de supermarkten?



Figuur 2. Inzet van supermarkten op transparantie en verantwoordelijkheid.

In de schappen van supermarkten liggen producten van over de hele wereld. Supermarkten dragen een verantwoordelijkheid om op een transparante wijze verantwoord beleid te voeren dat ervoor zorgt dat mensenrechtenschendingen in deze productieketens worden voorkomen en aangepakt.

Supermarkten helpen producenten niet aan zeggenschap in inkooppraktijken

De inkooppraktijken van een supermarkt hebben effect op de mate waarin mensenrechten in productieketens worden gerespecteerd. Onder inkooppraktijken vallen afspraken over verschillende aspecten, zoals prijsonderhandelingen, levertermijnen, productievoorwaarden en kwaliteitseisen. Voor een eerlijk assortiment is het belangrijk dat supermarkten hun mensenrechtenbeleid doorvoeren naar hun inkooppraktijken. Hiervoor gelden wetten zoals de Wet Oneerlijke Handelspraktijken[2], maar ook vrijwillige richtlijnen zoals de *Ethical Trading Initiative* (ETI) richtlijn[3]. Supermarkten zijn niet transparant over de manier waarop zij oneerlijke handelspraktijken uitbannen. Alleen **Albert Heijn** legt voor elke oneerlijke handelspraktijk uit hoe het ervoor zorgt dat deze niet voorkomen bij de inkoop. De andere

2 Zie ook het beleid van de overheid op oneerlijke handelspraktijken.
3 Guide to buying responsibly van de Ethical Trading Initiative

goede stap

supermarkten hebben niet duidelijk uitgewerkt hoe zij oneerlijke handelspraktijken in de keten uitbannen. **Ekoplaza** zegt in zijn due diligence rapportage toe om zijn inkoopbeleid aan te passen, maar heeft dit inkoopbeleid nog niet openbaar gepubliceerd. Naast oneerlijke handelspraktijken uitbannen kan een supermarkt ook actief inzetten op het toepassen van eerlijke handelspraktijken. Geen van de supermarkten geeft aan of en hoe zij dit doen.

Voedselproducenten, waaronder kleinschalige boeren, hebben vaak nauwelijks zeggenschap over de inkoopvoorwaarden, waaronder de prijs en arbeidsvoorwaarden. Door de druk van supermarkten om prijzen laag te houden, onderhandelen supermarkten voor lage productprijzen. De arbeiders verder in de keten ontvangen vervolgens vanwege de lage prijzen minder loon of krijgen overuren niet uitbetaald, of (kleinschalige) boeren moeten hun producten onder kostprijs verkopen. Geen enkele supermarkt kan bewijzen dat hun inkooppraktijken bijdragen aan een eerlijke verdeling van zeggenschap in de keten.

Vier supermarkten voeren jaarlijks een risicoanalyse uit

Door middel van een brede risicoanalyse kunnen supermarkten onderzoeken welke productieketens hoog-risico ketens[4] zijn. Het is belangrijk dat supermarkten deze risicoanalyse jaarlijks uitvoeren, om de problemen in de ketens te identificeren en hierop actie te ondernemen. Alleen **Albert Heijn, Ekoplaza, Jumbo en Lidl** voeren jaarlijks aantoonbaar een risicoanalyse uit.

dit telt

Supermarkten voeren mensenrechtenonderzoeken (HRIAs) onvolledig uit

Naast een brede risicoanalyse zijn verdiepende mensenrechtenonderzoeken, ofwel *Human Rights Impact Assessments (HRIAs),* in hoog-risico ketens van belang om de meest ernstige mensenrechtenschendingen aan te pakken. **Albert Heijn, Aldi, Ekoplaza, Jumbo en Lidl** hebben toegezegd minimaal drie mensenrechtenonderzoeken per jaar uit te voeren en te publiceren. Plus zegt toe minimaal één mensenrechtenonderzoek per jaar uit te voeren. Dit terwijl de mensenrechten problemen structureel aandacht verdienen. Dirk zegt niets toe. Albert Heijn en Jumbo hebben het afgelopen

dit telt

Transparantie en verantwoordelijkheid

Figuur 3. Verdeling van inzet op transparantie en verantwoordelijk over de verschillende indicatoren.

4 Productieketens waar arbeiders en boeren een hoog risico lopen op mensenrechtenschendingen.

jaar allebei drie mensenrechtenonderzoeken gepubliceerd. Aldi en Ekoplaza hebben elk twee onderzoeken gepubliceerd[5]. Alleen de onderzoeken van Aldi zijn compleet. Een belangrijk onderdeel van een mensenrechtenonderzoek is namelijk het actieplan, dat beschrijft hoe gevonden problemen worden aangepakt en aanbevelingen van stakeholders worden opgevolgd. Alleen **Aldi** heeft het afgelopen jaar mensenrechtenonderzoeken inclusief actieplan gepubliceerd voor de citrusketen uit Spanje en de theeketen uit India.

De mensenrechtenonderzoeken van Albert Heijn en Jumbo uit 2022 en begin 2023, over onder andere sperziebonen uit Marokko en garnalen uit Vietnam, bevatten geen actieplannen. Daarnaast missen deze rapporten een goede probleemanalyse. In de samenvattingen van Albert Heijn missen bijvoorbeeld belangrijke problemen die in het onderzoek wel zijn geïdentificeerd. Zo blijkt plastic vervuiling van water veroorzaakt door de productie van sperziebonen bijvoorbeeld serieuze en onomkeerbare gevolgen te hebben voor het lokale ecosysteem en gezondheid van mensen en dieren, maar dit komt nauwelijks aan bod in de samenvatting en wordt als 'laag risico' aangemerkt. De onderzoeken van Jumbo missen daarnaast ook de betrokkenheid van stakeholders zoals vakbonden en NGOs.

goede stap

Tot slot is het van groot belang om te weten of een actieplan ook wordt opgevolgd. **Albert Heijn** rapporteert over vervolgacties om de arbeidsomstandigheden in de citrusketen te verbeteren in Zuid-Afrika. **Lidl** heeft na de dataverzameling van Superlijst Sociaal[6] een voortgangsrapport gepubliceerd over de theeketen dat voldoet aan de voorwaarden. Aldi en Jumbo beschrijven in actieplannen globale acties, zonder daarbij duidelijk te onderbouwen wat zij in de keten doen om de situatie van arbeiders, boeren of vrouwen te verbeteren.

Supermarkten zijn meestal niet transparant over leveranciers

Vijf supermarkten publiceren geen volledige lijst van leveranciers. Alleen **Ekoplaza en Lidl** publiceren een recent overzicht van alle eerstelijnsleveranciers[7]. Lidl publiceert daarnaast ook de meeste informatie over leveranciers uit hoog-risico gebieden en loopt daarmee voor op het gebied van leveranciers transparantie. Albert Heijn en Jumbo publiceren enkel voor hun eigen merkproducten de eerstelijnsleveranciers en Dirk en Plus verwijzen door naar hun inkoper Superunie. Albert Heijn, Jumbo, Dirk en Plus missen alle vier een indicatie wanneer dit voor het laatst is bijgewerkt.

Vooral voor producten uit hoog-risico ketens is het belangrijk om exact te weten waar het voedsel vandaan komt. **Jumbo en Lidl** lopen hierin voor: beide supermarkten hebben drie ketens volledig transparant gemaakt. **Ekoplaza** zet blockchaintechnologie in om de jasmijnrijstketen in Cambodja transparant te maken, maar doet dit niet voor de gehele rijstketen. Aldi publiceert alleen eerstelijnsleveranciers uit hoog-risico ketens, maar voor deze ketens is het belangrijk om de gehele keten in beeld te hebben.

Supermarkten hebben geen goede klachtenmechanismen

Klachtenmechanismen zijn essentieel voor inzicht in misstanden in de keten. Als arbeiders en boeren, waaronder vooral ook de vrouwen, hun klachten kunnen indienen bij de supermarkt of een andere instantie, kan de supermarkt actie ondernemen om bij te dragen aan de oplossing van de problemen. De meeste supermarkten hebben een online klachtenmechanisme, maar dit is vaak gericht op interne klachten van supermarktpersoneel. Mensen werkzaam in hoog-risico ketens kunnen hier vaak niet bij, omdat ze bijvoorbeeld geen internet hebben, niet kunnen lezen, de taal niet kennen of onvoldoende garantie hebben dat ze anoniem kunnen blijven en beschermd worden. Juist voor deze mensen moet er een mogelijkheid zijn om klachten kenbaar te maken.

5 Voor Superlijst Sociaal is alleen gekeken naar mensenrechtenonderzoeken die tussen 1 februari 2022 en 15 februari 2023 zijn gepubliceerd. Onderzoeken voor 1 februari 2022 zijn beoordeeld in Behind the Barcodes van Oxfam Novib.

6 Documenten die na de dataverzamelingsperiode gepubliceerd zijn, zijn niet meer meegenomen in het onderzoek.

7 De partijen waarvan de supermarkt direct afneemt. Er kunnen meerdere leveranciers tussen de supermarkt en de producent van het voedsel zitten.

dit telt

Lidl heeft als enige supermarkt een start gemaakt met een klachtenmechanisme dat zich specifiek richt op productie-ketens. Dit is echter nog niet geschikt voor alle hoog-risico ketens. Lidl werkt nog verder aan het specificeren van het huidige klachtenmechanisme zodat het ingezet kan worden voor alle hoog-risico ketens.

goede stap

Ook **Aldi en Ekoplaza** werken aan het opzetten van klachten-mechanismen voor hoog-risico ketens. Ekoplaza pakt dit op samen met brancheorganisatie Bionext. Dit is een goed voorbeeld van samen-werking voor verbetering in de ketens. Veel van de supermarkten verwijzen al een aantal jaar naar het Convenant Voedingsmiddelen[8] voor het opzetten van een gezamenlijk klachten-mechanisme voor hoog-risico ketens. Over hoe dit er concreet uit zal zien, is echter nog niets bekend.

goede stap

Daarnaast zet **Lidl** een goede eerste stap in het rapporteren van klachten. Zo beschrijft Lidl het aantal klachten in 2022, de aard van deze klachten en de landen waaruit deze klachten komen. Ook heeft Lidl in Spanje een nieuw klachtensysteem opgezet voor werknemers in de bessenketen. Hierbij wordt een hotline ingezet, en klachten kunnen ingediend worden via Whatsapp in elke taal. Er is nog geen rap-portage beschikbaar over dit specifieke klach-tensysteem, dus het is nog onbekend of het systeem goed werkt.

Supermarkten hebben beleid voor gepaste zorgvuldigheid, rapportage blijft grotendeels uit

Een robuust proces voor gepaste zorgvuldig-heid ('due diligence') helpt een supermarkt om schendingen van mensenrechten in de keten aan te pakken. Als definitie van gepaste zorgvuldigheid hanteren wij de definitie van de Verenigde Naties (VN): “Het nemen van adequate maatregelen ter identificatie, preventie waar mogelijk, en vermindering van potentiële ongunstige effecten op mensen-rechten, herstel van daadwerkelijke effecten, en het afleggen van verantwoording over hoe deze ongunstige effecten op mensenrechten worden aangepakt.” (VN, 2011)

Alle supermarkten, behalve Dirk, hebben *due diligence* beleid gepubliceerd, gebaseerd op de Organisatie voor Economische Samenwer-king en Ontwikkeling (OESO) richtlijnen en de United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs). **Albert Heijn, Jumbo en Lidl** rapporteren jaarlijks over de uitvoering van dit beleid, **Ekoplaza** rapporteert voor het eerst in 2023. Aldi en Plus hebben nog niet gerapporteerd over de uitvoering van het *due diligence* beleid in 2022[9].

dit telt

Stakeholderbetrokkenheid is een belang-rijk onderdeel van *due diligence* rapportage, omdat het in de rapportage gaat over de mensen waarvan de rechten beschermd moeten worden of de groepen die hen ver-tegenwoordigen. Geen enkele supermarkt levert hiervoor voldoende bewijs. Supermark-ten moeten deze groepen betrekken bij het bepalen van de wijze waarop actie kan worden ondernomen om hun omstandigheden te verbeteren.

8 Zie: IMVO Convenant Voedingsmiddelen

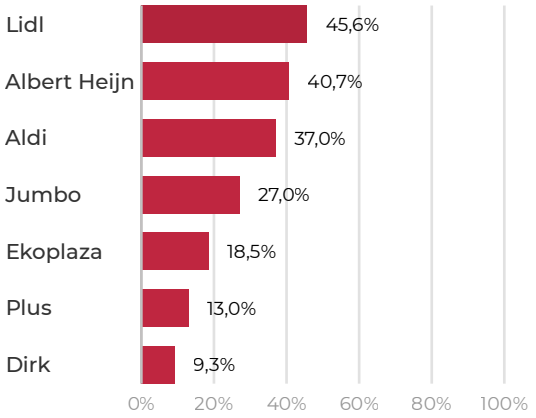
9 Plus heeft na de dataverzamelingperiode van Superlijst Sociaal hun jaarverslag over 2022 gepubliceerd waar over mensenrechten gerapporteerd wordt.

2 Arbeiders

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Alle supermarkten erkennen dat het minimumloon vaak geen leefbaar loon is, en onvoldoende is voor arbeiders om van rond te komen. Dit probleem wordt echter -buiten de bananenketen- niet verder onderzocht, laat staan opgelost.
- Alleen Albert Heijn, Aldi, Ekoplaza en Lidl hebben openbaar arbeidsrechtenbeleid. Het tegengaan van dwangarbeid is alleen bij Albert Heijn, Aldi en Lidl onderdeel van het openbare beleid.
- Alleen Albert Heijn en Ekoplaza pleiten publiekelijk over het belang van wetgeving om arbeidsrechten beter te beschermen.

Wat doen supermarkten voor arbeiders?



Figuur 4. Inzet van supermarkten op rechten van arbeiders.

Wereldwijd werken 1,23 miljard mensen in voedselproductie- en toeleveringsketens, waarvan 857 miljoen mensen in de primaire landbouwproductie (FAO, 2023). De voedingsmiddelensector heeft hierdoor een groot potentieel bij te dragen aan leefbare lonen voor arbeiders. In werkelijkheid zijn de omstandigheden in deze sector niet altijd gunstig voor arbeiders: lange uren, weinig tot geen loon, gevaarlijke arbeidsomstandigheden en slechte leefomstandigheden zijn slechts enkele voorbeelden van misstanden waarmee arbeiders geconfronteerd worden. Daarnaast wordt in sommige ketens gebruik gemaakt van dwangarbeid of kinderarbeid (ILO, 2022).

Leefbaar loon initiatieven laten zien dat actie mogelijk is

Een belangrijk onderdeel van mensenrechtenbeleid is leefbaar loon. Veel landen hebben een wettelijk minimumloon, maar dit is vaak niet genoeg om fatsoenlijk van te leven. Alle supermarkten erkennen dit. Superlijst Sociaal spreekt dan ook van een leefbaar loon: het inkomen dat arbeiders zouden moeten verdienen om een fatsoenlijke levensstandaard te realiseren voor zichzelf en hun families (RVO, z.d.).

Alle supermarkten rapporteren over leefbaar loon in de bananenketen. **Albert Heijn, Dirk, Jumbo en Plus** publiceren via een gezamenlijk

dit telt

dit telt

project in de bananenketen op het dichten van het leefbaar loon-gat met 75 procent. **Aldi en Lidl** hebben een gezamenlijke toezegging voor leefbaar loon in de bananenketen en rapporteren hier zelf over. **Ekoplaza** zegt toe vanaf 2023 jaarlijks over het leefbaar loongat in de bananen, koffie en rijstketens te publiceren.

De vooruitgang in de bananenketen via de verschillende initiatieven laat zien dat supermarkten bereid zijn om samen te werken op het gebied van mensenrechten. Samenwerkingsverbanden van supermarkten op leefbaar loon in bananen en de rapportages hierop, vormen een goede stap die ambitieuze navolging verdient. Voor de toekomst is het van belang dat de ambitie wordt verhoogd naar het volledig dichten van het leefbaar loongat, en dat dit initiatief wordt uitgebreid naar andere ketens.

Enkele supermarkten hebben openbaar arbeidsrechtenbeleid

Supermarkten werken met veel leveranciers van over de hele wereld. Het is dan ook belangrijk dat supermarkten nagaan of de arbeiders goed behandeld worden in alle landen waar de supermarkten (in)direct opereren en inkopen. De International Labour Organisation (ILO) heeft hier standaarden voor opgesteld die supermarkten kunnen gebruiken als richtlijn.

dit telt

goede stap

Albert Heijn, Aldi, Jumbo en Lidl hebben een arbeidsrechtenbeleid gepubliceerd waarin de fundamentele standaarden van de ILO worden gehanteerd. **Ekoplaza** heeft een toezegging gedaan voor het opstellen van beleid in lijn met deze internationale standaarden, maar dit beleid is nog niet gepubliceerd. Dirk en Plus hebben nog geen openbaar arbeidsrechtenbeleid in lijn met de ILO-standaarden en ook geen toezegging gedaan dit te publiceren. Het openbare beleid van hun inkoper Superunie is niet volledig in lijn met de ILO-standaarden.

Dwangarbeid is een van de ergste vormen van de schending van mensenrechten. Helaas is dit nog niet uitgebannen uit de voedselproductieketens van supermarkten. Specifiek beleid om dit te voorkomen is daarom nodig. Bij **Albert Heijn, Aldi en Lidl** is het tegengaan van dwangarbeid onderdeel van hun openbare arbeidsrechtenbeleid. In het openbare

dit telt

Arbeiders

Figuur 5. Verdeling van inzet op rechten van arbeiders over de verschillende indicatoren.

arbeidsrechtenbeleid van Jumbo, Dirk en Ekoplaza ontbreekt een duidelijke uitleg over hoe ze dwangarbeid in de keten tegengaan. Plus levert geen bewijs voor eigen inzet, maar verwijst door naar de voorwaarden van Fairtrade.

Betrokkenheid stakeholders niet zichtbaar in arbeidsrechtenbeleid

Geen enkele supermarkt rapporteert voldoende over de betrokkenheid van stakeholders, waaronder arbeiders en vakbonden, bij het opstellen en uitvoeren van het arbeidsrechtenbeleid. Zo blijkt uit rapportage niet of supermarkten structureel in gesprek gaan met arbeiders en vakbonden en op welke manier de input van stakeholders in het beleid en de praktijk wordt geïntegreerd. Voor de ontwikkeling en uitvoering van arbeidsrechtenbeleid is inbreng van arbeiders en hun vertegenwoordigers, zoals vakbonden of NGOs essentieel.

Pleiten voor belang vastleggen arbeidsrechten in wetgeving zijn uitzondering

Rechten van arbeiders staan vaak op gespannen voet met de sterke concurrentie op lage prijzen die kenmerkend is voor supermarkten. Adequate bescherming van arbeidsrechten vraagt om een gelijk speelveld op dat gebied. Supermarkten kunnen daarbij een belangrijke rol spelen door de overheid op te roepen duidelijke kaders te stellen.

dit telt

Ahold Delhaize sprak zich in januari 2023 uit over het belang van Europese Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) wetgeving om arbeidsrechten te beschermen (TROUW, 2023). In Frankrijk en Duitsland is al IMVO-wetgeving van kracht. De Nederlandse overheid heeft in het regeerakkoord afgesproken om nationale IMVO-wetgeving in te voeren (RVO, 2022). **Ekoplaza** sprak zich in februari 2023 positief uit over het ontwikkelen van Nederlandse IMVO-wetgeving in het algemeen. **Aldi** heeft in 2020 een position paper geschreven over het belang van wetgeving, maar heeft deze oproep sindsdien geen kracht bijgezet of vervolg gegeven. De andere supermarkten hebben zich niet publiekelijk uitgesproken over het belang van het beschermen van arbeidsrechten via wetgeving.

goede stap

Leveranciersondersteuning aanwezig bij enkele supermarkten

Supermarkten kunnen het verbeteren van arbeidsomstandigheden niet alleen als eis opleggen aan hun leveranciers. Als machtige partij in de ketens, hebben supermarkten wel een belangrijke rol in het steunen van leveranciers. Enkele supermarkten rapporteren over ondersteuning aan leveranciers, maar bewijs voor verbetering van arbeidsomstandigheden blijft uit. Albert Heijn rapporteert bijvoorbeeld over projecten van de AH Foundation. Deze projecten richten zich op steun voor de leefomstandigheden van de gemeenschap, zoals het bouwen van scholen. Hoewel dit goede initiatieven zijn, zorgt dit niet voor structureel verbeterde arbeidsomstandigheden.

Als supermarkten zeer ernstige arbeidsrechtenschendingen aantreffen en om deze reden direct stoppen met afnemen bij een leverancier, levert dit vaak juist een verslechterende situatie voor de arbeiders die daar werken. Samenwerken met de leverancier aan het *verbeteren* van de situatie helpt de arbeiders meer. Supermarkten zeggen allemaal toe leveranciers niet te laten vallen als er misstanden worden aangetroffen. Alleen Aldi en Lidl leveren hiervoor bewijs. **Aldi** werkt bijvoorbeeld samen met de leverancier om managementsystemen te verbeteren om misstanden sneller op te lossen. **Lidl** probeert kinderarbeid uit te bannen door partners en arbeiders te scholen over kinderarbeid. Aldi en Lidl maken met deze stappen een start, maar er zijn nog grote stappen te zetten. De andere supermarkten geven geen concrete voorbeelden van hoe zij bijdragen aan verbeterde arbeidsomstandigheden bij hun leveranciers.

dit telt

Lidl zet zich in voor collectief organiseren in productieketens

Het collectief organiseren in vakbonden is een fundamenteel arbeids- en mensenrecht. Dit kan helpen bij onderhandelingen over salaris, arbeidsomstandigheden en voorzieningen.

dit telt

Supermarkten erkennen het belang van collectieve organisatie, maar **Lidl** heeft als enige supermarkt een algemene aanpak geformuleerd om collectieve organisatie te ondersteunen. Bijvoorbeeld door het recht op collectief onderhandelen een inkoopvoorwaarde te maken. Lidl heeft ook het Freedom of Association Protocol ondertekend en rapporteert hierover. **Ekoplaza** zegt toe in 2023 een actieplan op te stellen op dit thema. **Aldi** doet mee aan pilot projecten ter ondersteuning van collectief organiseren, maar heeft nog geen actieplan opgesteld.

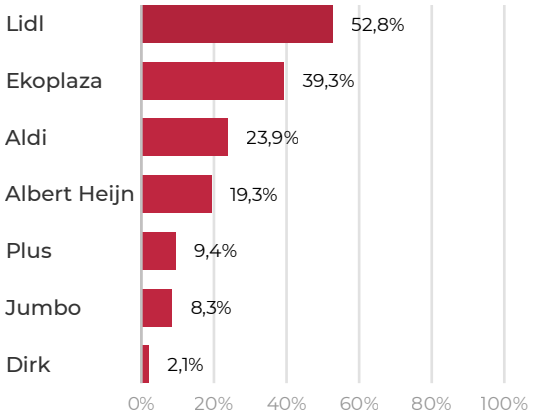
goede stap

3 Kleinschalige boeren

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Geen enkele supermarkt is transparant over de huidige waardeverdeling in de keten.Daarnaast geven supermarkten maar beperkt voorbeelden van stabiele inkooprelaties met kleinschalige boeren.
- De meeste supermarkten laten via enkele voorbeelden zien dat ze kleinschalige boeren ondersteunen. Lidl laat met de Way to Go-projecten een goede eerste stap zien naar ondersteuning van en samenwerking met kleinschalige boeren.
- Supermarkten lijken zich vooral in te zetten in de cacaosector. De verschillende projecten, op onder andere leefbaar inkomen, die daar worden ondernomen om kleinschalige boeren te ondersteunen, laten potentie zien om dit soort samenwerkingen ook in andere ketens toe te passen.

Wat doen supermarkten voor kleinschalige boeren?



Figuur 6. Inzet van supermarkten op rechten van kleinschalige boeren.

Een deel van de producten die in de supermarkten liggen, zoals chocolade en koffie, is afkomstig van kleinschalige boeren. Denk hierbij aan personen die alleen of als gemeenschap op kleine schaal voedsel produceren voor de markt en om te voorzien in hun eigen levensonderhoud, vaak gebruik makend van gezinsarbeid[10]. Supermarkten moeten de belangen van deze kleinschalige boeren goed behartigen in de gehele keten, om ervoor te zorgen dat zij veerkrachtig en welvarend kunnen zijn en om te voorkomen dat zij uitgebuit worden.

Supermarkten niet transparant over waardeverdeling in de keten

Producenten moeten een eerlijke vergoeding krijgen voor hun verkochte producten, zodat productiekosten gedekt zijn en arbeid beloond wordt. Bovendien moet de winst op een verkocht product eerlijk verdeeld worden in de keten, en niet bij één of enkele partijen terechtkomen. Producenten die op kleine schaal opereren, hebben niet altijd de onderhandelingspositie en middelen om een eerlijke vergoeding te eisen voor hun producten. Grootschalige afnemers, zoals supermarkten,

10 We hanteren een definitie van kleinschalige boeren in lijn met Fairtrade

moeten ervoor zorgen dat ook deze partijen een eerlijke vergoeding krijgen en een eerlijk deel van de winst. Geen enkele supermarkt neemt overtuigende maatregelen als het gaat om een eerlijke waardeverdeling in de keten.

goede stap

Transparantie over de verdeling van waarde in de keten is hierbij essentieel. Supermarkten zijn helemaal niet transparant over de waardeverdeling in de keten. Het is bij geen enkele supermarkt te achterhalen hoe de waarde in de keten verdeeld wordt. **Lidl** heeft als enige supermarkt een toezegging transparant te worden en een actieplan te publiceren over de waardeverdeling in voedselproductieketens. **Ekoplaza** benadrukt groot voorstander te zijn van het *true price*-principe en spreekt met boeren over winstverdeling, maar is hier niet transparant over.

Beperkte voorbeelden van stabiele inkooprelaties

Supermarkten moeten overal waar mogelijk stabiele inkooprelaties aangaan met kleinschalige boeren. De supermarkten moeten zorgen voor eerlijke, transparante, stabiele en langjarige overeenkomsten met kleinschalige boeren. **Aldi, Ekoplaza en Lidl** hebben toegezegd om langdurige, eerlijke overeenkomsten te sluiten met kleinschalige boeren. **Lidl** is de enige supermarkt die rapporteert over eerlijke overeenkomsten, met voorbeelden van eerlijke contracten in enkele van hun cacao-, koffie- en cashewketens[11]. **Ekoplaza** onderhoudt waar mogelijk direct contact met leveranciers. In Nederland heeft Ekoplaza persoonlijk contact met de boeren, en in Spanje en Italië heeft Ekoplaza contactpersonen die langsgaan bij lokale boeren. Door de keten kort te houden, zegt Ekoplaza zorg te dragen voor eerlijke overeenkomsten.

dit telt

goede stap

Vijf supermarkten ondersteunen kleinschalige boeren in enkele specifieke ketens

Alle supermarkten, behalve Dirk, erkennen de noodzaak van het ondersteunen van kleinschalige boeren. De meeste supermarkten laten ook via enkele voorbeelden zien dat ze kleinschalige boeren steunen. **Albert Heijn, Aldi en Plus** passen op een deel van hun eigen merk-chocolade Tony's Open Chain toe. Dit is een initiatief van Tony's Chocolonely om

dit telt

Kleinschalige boeren

Figuur 7. Verdeling van inzet op rechten van kleinschalige boeren over de verschillende indicatoren.

11 Via het Way to Go-initiatief

de cacaoketen transparanter en eerlijker te maken. **Ekoplaza** neemt deel aan een Fairtrade herbebossingsproject in Ecuador gericht op inkomensverbetering van de boeren via de verkoop van eigen merk Happy Chocolate. **Lidl** werkt voor de Way to Go-lijn in de cacao-, koffie-, en cashewketens samen met Fairtrade en lokale coöperaties om de inkomens van kleinschalige boeren te verbeteren.

Enkele acties om leefbaar inkomen te realiseren

Kleinschalige boeren zijn zelfstandige ondernemers en worden niet beschermd door een wettelijk vastgesteld minimumloon. Superlijst Sociaal spreekt dan ook van een leefbaar inkomen dat een minimum moet vormen voor kleinschalige boeren in productieketens: het inkomen dat kleinschalige boeren zouden moeten verdienen om een fatsoenlijke levensstandaard te realiseren voor zichzelf en hun families. Bovendien moet hun inkomen hen in staat stellen een buffer op te bouwen, en om de nodige investeringen te maken.

Aldi, Ekoplaza, Jumbo, Lidl en Plus erkennen dat kleinschalige boeren vaak onvoldoende verdienen om hun basiskosten te dekken. Echter verbinden alleen **Ekoplaza en Lidl** zich ertoe de kloof tussen daadwerkelijk inkomen en leefbaar inkomen in enkele ketens te meten en te publiceren. De andere supermarkten doen hier geen duidelijke uitspraken over.

Er zijn al wel wat acties op leefbaar inkomen bij de supermarkten. Net als bij leefbaar loon, zit de voortgang in slechts één voedselketen. Voor leefbaar inkomen is dat de cacaoketen.

Albert Heijn, Dirk, Jumbo en Plus nemen deel aan het *Dutch Initiative on Sustainable Cocoa* (DISCO) initiatief, met als doel een leefbaar inkomen voor de cacaoketen in 2030. Dirk en Plus nemen hier aan deel via inkooporganisatie Superunie. **Aldi en Lidl** betalen cacaoboeren een premie gebaseerd op een leefbaar inkomen, boven op de Fairtrade premie.

Alleen **Albert Heijn en Ekoplaza** rapporteren concrete cijfers over de kloof tussen daadwerkelijk inkomen en leefbaar inkomen. Zo rapporteert **Albert Heijn** over de kloof in de cacaoketen in Ghana en Ivoorkust en **Ekoplaza** over de jasmijnrijstketen in Cambodja. Beide supermarkten rapporteren ook over de vooruitgang in deze ketens. **Lidl** rapporteert het verschil tussen de marktprijs en de benodigde prijs om tot een leefbaar inkomen te komen, waarop ze een aanvullende premie baseren. Echter, Lidl rapporteert niet over de totale kloof tussen het daadwerkelijke en het leefbaar inkomen dat een kleinschalige boer ontvangt.

Eén supermarkt pleit voor de rechten van kleinschalige boeren

Ekoplaza is de enige supermarkt die publiekelijk opkomt voor de rechten van kleinschalige boeren. In een oproep tot Nederlandse Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) wetgeving in BioJournaal zegt **Ekoplaza**: "Wij staan voor eerlijk voedsel, waarbij we transparant zijn over de herkomst, dat direct en indirect via producenten afkomstig is van kleinschalige boeren. Een eerlijke prijs geeft hen een leefbaar loon waarmee ze kunnen investeren in een gezonde toekomst. Deze waardes hebben wij altijd als vanzelfsprekend beschouwd, maar nog nooit in officieel beleid geformuleerd. Voor ons is een eerste beleid een mooie stap waarin we kunnen groeien met verantwoord ondernemen." (Bio Journaal, 2023) Andere supermarkten plaatsen via social media wel berichten over kleinschalige boeren, maar beperken zich hierbij tot hun eigen ketens zonder een bredere oproep tot verandering, zoals via wetgeving.

Collectieve organisatie ondersteund door helft van de supermarkten

Het vormen van boerencoöperaties kan kleinschalige boeren helpen om een sterkere positie in te nemen bij het onderhandelen voor betere omstandigheden. **Aldi, Ekoplaza en Lidl** hebben toegezegd om de collectieve vereniging van kleinschalige boeren te ondersteunen.

dit telt

Albert Heijn, Aldi, Ekoplaza en Lidl leveren voorbeelden aan van daadwerkelijke ondersteuning bij het collectief organiseren van kleinschalige boeren, met name in de cacaoketen. **Albert Heijn en Aldi** rapporteren bijvoorbeeld over de voortgang bij Tony's Open Chain. **Ekoplaza** ondersteunt een project in Ghana om onder andere kinderarbeid uit te bannen in de lokale cacaoproductie. **Lidl** werkt samen met boerencoöperaties in Ghana, Honduras en Tanzania om kleinschalige boeren te ondersteunen en de positie van vrouwen te verbeteren.

Betrokkenheid stakeholders onduidelijk in ontwikkelen beleid omtrent rechten kleinschalige boeren

Supermarkten rapporteren onvoldoende over de betrokkenheid van stakeholders zoals kleinschalige boeren, organisaties die hen vertegenwoordigen of NGOs bij het opstellen van beleid gericht op rechten van kleinschalige boeren. Zo blijkt uit rapportages niet of supermarkten structureel in gesprek gaan met boeren en boerencoöperaties en op welke manier de input van stakeholders in het beleid en de praktijk wordt geïntegreerd. **Lidl** is de enige supermarkt die rapporteert op de betrokkenheid van stakeholders om de omstandigheden voor kleinschalige boeren te verbeteren. De Progress Update uit februari 2023 van Lidl is een goed voorbeeld van rapportage op mensenrechtenbeleid.

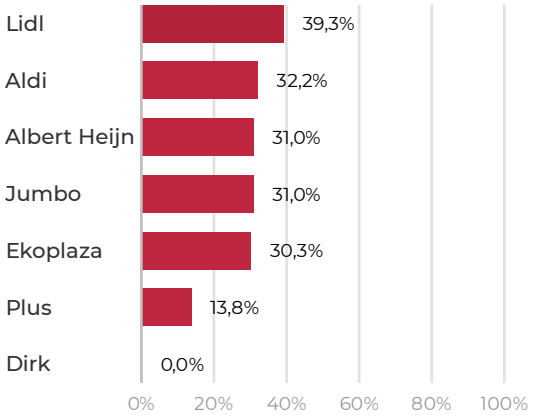
dit telt

4 Gender

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Supermarkten doen toezeggingen om aan gendergelijkheid te werken en de meerderheid van de supermarkten heeft genderbeleid opgesteld. Echter, doelstellingen en specifieke actieplannen voor hoog-risico ketens ontbreken, en supermarkten rapporteren niet over voortgang.
- Alleen Aldi heeft een actieplan om gendergerelateerd geweld aan te pakken.
- Dirk en Plus laten nog geen intentie zien om genderbeleid op te zetten.

Wat doen supermarkten voor gendergelijkheid?



Figuur 8. Inzet van supermarkten op genderrechten.

Vrouwen werkzaam in voedselproductieketens hebben vaak de laagst betaalde banen en moeten vaak vrezen voor hun veiligheid. Geweld op de werkvloer, discriminatie en lagere lonen zijn voorbeelden van misstanden waar vrouwen wereldwijd mee te maken hebben. Naast vrouwen hebben ook mensen uit de LHBTI+ gemeenschap disproportioneel vaak te maken met discriminatie in voedselproductieketens.

dit telt

Meerderheid supermarkt heeft genderbeleid opgesteld

Albert Heijn, Aldi, Jumbo en Lidl hebben genderbeleid opgesteld voor eigen personeel en de productieketens. **Aldi, Jumbo en Lidl** benoemen in het genderbeleid ook nadrukkelijk de LHBTI+ gemeenschap. Ook **Ekoplaza** heeft genderbeleid, maar dit beleid geldt alleen voor het eigen personeel.

dit telt

goede stap

Supermarkten nemen beperkt actie op gendergelijkheid

Supermarkten kunnen verschillende stappen ondernemen om gendergelijkheid te bevorderen. Onder gendergelijkheid verstaat Superlijst Sociaal de gelijke rechten van vrouwen en meisjes, LHBTI+ en non-binaire personen om vrij te zijn van gendergerelateerde discriminatie en geweld. Acties om gendergelijkheid te

bevorderen zijn bijvoorbeeld het dichten van de loonkloof tussen mannen en vrouwen, het tegengaan van gender-gerelateerd geweld, en het bevorderen van lidmaatschap van vrouwen bij vakbonden en boerencoöperaties.

dit telt

Albert Heijn, Aldi, Ekoplaza, Jumbo en Lidl erkennen dat vrouwen vaak minder betaald krijgen voor hetzelfde werk als mannen. Daarnaast doen deze supermarkten ook een toezegging om te werken aan het dichten van de genderloonkloof de komende jaren. Dirk en Plus erkennen het bestaan van de genderloonkloof niet, en doen ook geen toezegging hier actie op te ondernemen.

Alleen Aldi heeft actieplan tegen gendergerelateerd geweld

dit telt

Veel arbeiders en met name vrouwen hebben te maken met vormen van intimidatie of geweld op het werk. **Aldi** is de enige supermarkt met een actieplan om gendergerelateerd geweld aan te pakken. Dit plan is nog algemeen geformuleerd, maar is een goede basis voor een specifieke aanpak per hoog-risico keten. **Albert Heijn, Ekoplaza, Jumbo en Lidl** zeggen toe in 2023 een actieplan tegen gendergerelateerd geweld te publiceren. Dirk en Plus hebben geen actieplan en zeggen ook niet toe dit te publiceren.

goede stap

Aldi en Lidl hebben algemene actieplannen tegen genderongelijkheid

goede stap

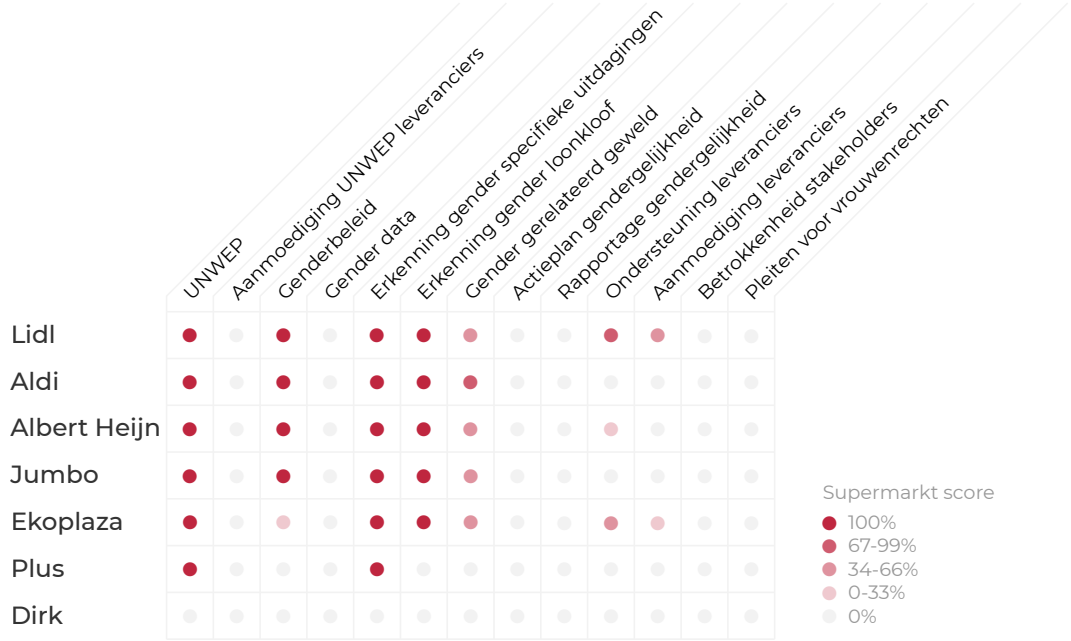
Aldi en Lidl zijn de enige supermarkten met actieplannen om genderongelijkheid aan te pakken. Deze actieplannen zijn niet specifiek uitgewerkt per keten en tellen daarom niet mee voor de ranglijst. Wel vormen deze actieplannen een goede basis voor uitbreiding naar specifieke hoog-risico ketens. **Albert Heijn en Jumbo** zeggen toe actieplannen te publiceren. Dirk, Ekoplaza en Plus hebben geen actieplannen om genderongelijkheid aan te pakken en zeggen ook niet toe om dit te publiceren.

goede stap

Enkele supermarkten ondersteunen specifieke leveranciers bij respecteren van vrouwenrechten

Naast acties in de eigen bedrijfsvoering ter bevordering van vrouwenrechten, hebben

Gender



Figuur 9. Verdeling van inzet op genderrechten over de verschillende indicatoren.

supermarkten ook een verantwoordelijkheid om in partnerschap met leveranciers samen te werken aan het respecteren van vrouwenrechten en hen te stimuleren tot continue verbetering. Alleen Lidl en Ekoplaza hebben voorbeelden van mechanismen waarmee leveranciers worden ondersteund om vrouwenrechten te respecteren. Zo werkt **Lidl** samen met boerencoöperatie COMSA gericht op de versterking van de rol van vrouwen in de koffieproductie in Guatemala en Honduras. **Ekoplaza** ondersteunt vrouwen in Egypte om zelfstandiger te worden door bijvoorbeeld hulp met het opzetten van een eigen bedrijf. Dit doet Ekoplaza via een partnerschap met het theemerk Cleo's. Deze specifieke voorbeelden zijn goede eerste stappen, maar brede en structurele acties in hoog-risico ketens ontbreken nog.

dit telt

Specifieke data op gender ontbreekt

Een stap om genderongelijkheid aan te pakken is het inzichtelijk maken van het probleem. Het openbaar maken van gender-specifieke data[12] en inzicht in de belemmeringen die vrouwen ondervinden in de productieketens is hierbij belangrijk. Geen enkele supermarkt publiceert gender-specifieke data, bijvoorbeeld met betrekking tot het loon van vrouwen ten opzichte van dat van mannen. **Aldi en Lidl** zeggen wel toe in 2023 voor minimaal drie hoog-risico ketens gender-specifieke data te publiceren.

goede stap

Rapportage op de voortgang van gendergelijkheid blijft uit

Lidl rapporteert als enige supermarkt jaarlijks over de voortgang van het verbeteren van de positie van vrouwen in de Way to Go-koffie- en cacaoketen. **Albert Heijn en Jumbo** zeggen toe in de komende jaren mensenrechtenonderzoeken te gaan publiceren die specifiek gericht zijn op de positie van vrouwen. Aldi zegt toe om het actieplan tegen genderongelijkheid regelmatig aan te vullen met de laatste ontwikkelingen, maar heeft dit sinds de publicatie van het actieplan in 2021 nog niet gedaan.

dit telt

goede stap

Supermarkten onderschrijven principes gendergelijkheid (UNWEP)

De United Nations Women's Empowerment Principles (UNWEP) zijn opgesteld voor bedrijven om vrouwen te steunen op de werkvloer, op de arbeidsmarkt en in de gemeenschap (VN, 2022). Bedrijven tekenen de UNWEP om te bevestigen dat ze deze principes respecteren en willen uitvoeren. **Albert Heijn, Aldi, Jumbo en Lidl** hebben ze ondertekend. **Ekoplaza en Plus** hebben de intentie tot tekenen uitgesproken.

dit telt

Leveranciers hebben een belangrijke rol in ketens, en zo ook in het verbeteren van de positie van vrouwen. Een toezegging vanuit leveranciers om zich aan de UNWEP te houden is een goed begin en supermarkten kunnen dit aanmoedigen. **Lidl** is de enige supermarkt met een concrete doelstelling op het actief aanmoedigen van leveranciers om de UNWEP te ondertekenen. Lidl heeft echter nog geen uitgebreide lijst gepubliceerd van leveranciers, waardoor de status van voortgang op deze doelstelling niet gecontroleerd kan worden. **Ekoplaza** zegt leveranciers aan te zullen moedigen om de UNWEP te ondertekenen door dit op te nemen in hun inkoopspecificaties. Deze inkoopspecificaties zijn echter (nog) niet gepubliceerd. Albert Heijn, Aldi en Jumbo geven aan leveranciers wel te informeren over de UNWEP, maar concrete doelstellingen ontbreken.

goede stap

goede stap

Supermarkten pleiten niet publiekelijk voor vrouwenrechten

Geen enkele supermarkt komt publiekelijk op voor vrouwenrechten. Supermarkten plaatsen via social media wel berichten over vrouwen of gendergelijkheid, maar beperken zich hierbij tot het beschrijven wat zij zelf al doen, terwijl het van belang is om zich ook in te zetten voor bredere borging van vrouwenrechten door bijvoorbeeld overheden aan te spreken.

12 Data zoals: loongegevens, aantal arbeiders met tijdelijke of informele contracten, lidmaatschap van vakbonden of boerencoöperaties, het aandeel bedrijven in de keten met een vrouwelijke eigenaar, of het aandeel vrouwen in laag- vs. hoog betaalde functies.

Betrokkenheid stakeholders in ontwikkeling vrouwenrechtenbeleid mist

Geen enkele supermarkt rapporteert voldoende over de betrokkenheid van stakeholders. Zo blijkt uit rapportage niet of supermarkten structureel in gesprek gaan met vrouwelijke arbeiders en kleinschalige boeren, vrouwenorganisaties of NGO's en op welke manier de input van stakeholders in het beleid en de praktijk wordt geïntegreerd. Voor de ontwikkeling en uitvoering van genderbeleid is inbreng van deze stakeholders essentieel.

Aanbevelingen

Superlijst Sociaal heeft als doel om inzicht te geven in welke supermarkten zich inzetten voor het respecteren en beschermen van mensenrechten in hun voedselproductieketens, en welke nog achterblijven op dit gebied. Daarnaast heeft Superlijst Sociaal als doel om Nederlandse supermarkten bewust te maken van hun verantwoordelijkheid om mensenrechten te respecteren en beschermen in hun ketens, inzicht te krijgen waar ze staan en welke stappen ze zouden kunnen zetten. Na een uitgebreide analyse van de prestaties van verschillende supermarkten op het gebied van mensenrechten, hebben we voor alle supermarkten en per supermarkt specifieke aanbevelingen opgesteld om supermarkten te helpen hun voedselproductieketens te verbeteren en bij te dragen aan een duurzamer en eerlijker voedselsysteem.

De methodologie van Superlijst Sociaal bestaat uit stappen die supermarkten kunnen nemen om hun mensenrechtenbeleid en -praktijken gedegen uit te voeren (Questionmark, 2022b). Hieronder doen wij een aantal aanbevelingen van belangrijke eerste stappen die supermarkten kunnen zetten om hun mensenrechtenbeleid en implementatie van dit beleid te verbeteren.

Aanbevelingen voor alle supermarkten

- **Rapporteer jaarlijks de voortgang op mensenrechtenbeleid en de uitvoering hiervan.**
- **Betrek belanghebbenden op een betekenisvolle manier bij het opstellen en uitvoeren van het beleid, en rapporteer hierover.**
  Dit betekent actieve, regelmatige en constructieve communicatie met de belanghebbenden, inclusief duidelijke terugkoppeling naar actieplannen. Geef in de actieplannen duidelijk aan hoe met de input van belanghebbenden is omgegaan. Schrijf op welk onderwerp wanneer met welke organisatie is besproken. Geef in de actieplannen duidelijk aan hoe met de input van belanghebbenden is omgegaan.
- **Publiceer elk jaar ten minste drie mensenrechtenonderzoeken**
  (Human Right Impact Assessments) die minimaal:
  - Alle relevante gevolgen voor mensenrechten in de keten dekken;
  - Actieplannen bevatten waarin mogelijke oplossingen voor alle problemen die in het onderzoek gevonden zijn, worden benoemd.
  - Betekenisvolle betrokkenheid van stakeholders bevat.
- **Vergroot de transparantie over de waardeverdeling in de keten.**
  Het is voor geen enkel product bij geen enkele supermarkt duidelijk te vinden hoe de waarde in de keten verdeeld wordt. Publiceer de waardeverdeling in productieketens, zoals het aandeel in de prijs die elke partij, met name kleinschalige boeren, in de keten voor het product ontvangt.
- **Draag zorg dat alle mensen in alle productieketens toegang hebben tot een klachtenmechanisme dat voldoet aan de UNGP's.**
  Focus hierbij op hoog-risico ketens. De klachtenmechanismen moeten legitiem, toegankelijk, voorspelbaar, gelijkwaardig en transparant zijn.
- **Breidt bestaande projecten en samenwerkingen uit naar andere (hoog-risico) ketens.**
  De projecten in bijvoorbeeld de bananen- en cacaoketens laten zien dat voortgang op leefbare lonen en inkomens haalbaar is.
- **Publiceer gender-specifieke data, te beginnen met hoog-risico ketens.**
  Een stap om genderongelijkheid aan te pakken is het inzichtelijk maken van het probleem. Het openbaar maken van gender-specifieke informatie en inzicht in de belemmeringen en mensenrechtenschendingen die vrouwen ondervinden in de productieketens is hierbij belangrijk.

Albert Heijn - middenmoot

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Albert Heijn:

- **Rapporteer jaarlijks over de opvolging van de al uitgevoerde mensenrechten-onderzoeken.**
  De rapportage op de acties in de citrusketen in Zuid-Afrika is een goed voorbeeld. Maak dit een standaardpraktijk voor alle hoog-risico ketens waarvoor HRIAs uitgevoerd zijn, en blijf dit jaarlijks opvolgen.
- **Vergroot de transparantie op leveranciers.**
  Geef aan wanneer de wereldkaart met eerstelijnsleveranciers voor het laatst is bijgewerkt en doe dit minimaal jaarlijks. Werk daarnaast aan het publiceren van alle niveaus van leveranciers uit hoog-risico landen.
- **Vul de inkooppraktijken aan met de publieke toezegging om nooit een prijs onder de productiekosten te onderhandelen.**
  Dit moet minimaal het betalen van een leefbaar loon/inkomen omvatten en de kosten die gepaard gaan met duurzame productie.

Aldi - middenmoot

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Aldi:

- **Publiceer elk jaar ten minste drie mensenrechtenonderzoeken**
  (Human Right Impact Assessments). De twee onderzoeken die in 2022 zijn verschenen zijn inhoudelijk in orde. Voer vergelijkbare onderzoeken uit in andere hoog-risico ketens.
- **Rapporteer jaarlijks over de opvolging van de al uitgevoerde mensenrechtenonderzoeken.**
  De actieplannen van de HRIAs op thee en citrus zijn in orde, maar voor de toekomst is het belangrijk om te weten of deze acties daadwerkelijk uitgevoerd worden en in hoeverre ze bijdragen aan de verbetering van arbeidsomstandigheden in deze ketens.
  Dit kan bijvoorbeeld via een due diligence rapport, los van de tweejaarlijkse duurzaamheidsrapporten.
- **Vergroot de transparantie op leveranciers.**
  Begin met het publiceren van alle eerstelijnsleveranciers en werk deze lijst jaarlijks bij. Doe daarnaast een toezegging om binnen twee jaar alle niveaus leveranciers van hoog-risico ketens te publiceren. De toezegging van het publiceren van zes hoog-risico ketens in 2027 ligt te ver in de toekomst.

Dirk - achterblijver

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Dirk:

- **Publiceer mensenrechtenbeleid in lijn met de UNGPs en OESO-richtlijnen voor alle productieketens.**
- **Breng rapportage uit over de acties die al gaande zijn in de productieketens, zodat dit voor derden inzichtelijk is.**
- **Werk samen met inkoper Superunie aan verbeterd mensenrechtenbeleid.**
  Dirk koopt een groot deel van het assortiment in via Superunie. Dirk moet ervoor zorgen dat ook bij dat deel van het assortiment mensenrechten gewaarborgd worden. Dirk zou hiervoor een aantal zaken kunnen borgen binnen Superunie-verband, met name zaken die direct verband houden met leveranciers, zoals: transparantie, het borgen van ILO-standaarden in leverancierscontracten, het uitbannen van oneerlijke handelspraktijken en het opzetten van een klachtenmechanisme. Samen kunnen Dirk en Superunie (mogelijk met meer partners) werken aan het ondersteunen van leveranciers, het inzichtelijk maken van de risico's, de mensenrechtenonderzoeken en actieplannen en het contact met stakeholders.

Ekoplaza - middenmoot

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Ekoplaza:

- **Volg de gedane toezeggingen op.**
  Ekoplaza heeft in de eerste due diligence rapportage een goede basis neergezet voor het mensenrechtenbeleid. In de rapportage zegt Ekoplaza toe om onder andere inkoopbeleid, arbeidsrechtenbeleid, genderbeleid en verschillende actieplannen te publiceren in lijn met de gestelde voorwaarden.
- **Publiceer concrete cijfers over leefbaar loon en inkomen.**
  Ekoplaza spreekt over het betalen van eerlijke prijs aan producenten, zodat ze milieu- en diervriendelijk kunnen werken en een duurzaam bestaan hebben. Daarbij is het van belang dat Ekoplaza ook de leefbaar loon/inkomens benchmark voor desbetreffende regio publiceert die volgens een erkende standaard is berekend. Zonder precieze informatie over de prijs die Ekoplaza betaalt en hoe deze prijs zich verhoudt tot leefbaar loon of inkomen, is het niet goed te achterhalen of deze prijs echt eerlijk is.
- **Vergroot de transparantie op hoog-risico leveranciers.**
  Het publiceren van alle lagen in de bananenketen is een goede start. Breid dit uit naar meer hoog-risico ketens.

Jumbo - middenmoot

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Jumbo:

- **Rapporteer jaarlijks over de opvolging van de al uitgevoerde mensenrechtenonderzoeken.**
  Voor de toekomst is het belangrijk om te weten of acties daadwerkelijk uitgevoerd worden en in hoeverre ze bijdragen aan de verbetering van arbeidsomstandigheden in de hoog-risico ketens.
- **Vergroot de transparantie op leveranciers.**
  Geef aan wanneer de wereldkaart met eerstelijnsleveranciers voor het laatst is bijgewerkt en doe dit minimaal jaarlijks. Werk daarnaast aan het publiceren van alle niveaus van leveranciers uit hoog-risico landen.
- **Vul de inkooppraktijken aan met een publieke toezegging om nooit een prijs onder de productiekosten te onderhandelen.**
  Dit moet minimaal het betalen van een leefbaar loon/inkomen omvatten en de kosten die gepaard gaan met duurzame productie.

Lidl - voorloper

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Lidl:

- **Breid het Way to Go-initiatief uit naar meerdere (hoog-risico) ketens.**
  Het Way to Go-initiatief in drie hoog-risico ketens is een goede start, maar er zijn nog veel kansen om dit breder toe te passen.
- **Maak de inkooppraktijken openbaar beschikbaar.**
  Het Duurzaam Inkoopbeleid van Lidl vormt een centraal onderdeel van alle contracten die Lidl aangaat met zakenpartners. Dit Duurzaam Inkoopbeleid is echter niet openbaar en het is dus niet te achterhalen of Lidl eerlijke inkooppraktijken toepast.
- **Publiceer concrete cijfers over leefbaar loon en inkomen.**
  Lidl spreekt van een aanvullende premie op de Way to Go-producten, die aanvult tot een leefbaar loon of inkomen. Het is van belang dat Lidl ook de leefbaar loon/inkomens benchmark voor desbetreffende regio publiceert die volgens een erkende standaard is berekend. Zonder precieze informatie over de prijs die Lidl betaalt en hoe deze prijs zich verhoudt tot leefbaar loon of inkomen, is het niet goed te achterhalen of deze prijs echt eerlijk is.

Plus - achterblijver

Naast bovenstaande aanbevelingen voor alle supermarkten, zijn de verdere aanbevelingen voor Plus:

- **Rapporteer duidelijk over de rol van Plus in de lopende initiatieven met Fairtrade, waar het naleven van mensenrechten betreft.**
  Het is in de huidige rapportages onduidelijk wat de rol van Plus is in de initiatieven met partner Fairtrade betreffende mensenrechten.
- **Vergroot de transparantie op leveranciers.**
  Publiceer een lijst met eerstelijnsleveranciers en werk deze minimaal jaarlijks bij. Werk daarnaast aan het publiceren van alle niveaus van leveranciers uit hoog-risico landen.
- **Werk samen met inkoper Superunie aan verbeterd mensenrechtenbeleid.**
  Plus koopt een groot deel van het assortiment in via Superunie. Plus moet ervoor zorgen dat ook bij dat deel van het assortiment mensenrechten gewaarborgd worden. Plus zou hiervoor een aantal zaken kunnen borgen binnen Superunie-verband, met name zaken die direct verband houden met leveranciers, zoals: transparantie, het borgen van ILO-standaarden in leverancierscontracten, het uitbannen van oneerlijke handelspraktijken en het opzetten van een klachtenmechanisme. Samen kunnen Plus en Superunie (mogelijk met meer partners) werken aan het ondersteunen van leveranciers, het inzichtelijk maken van de risico's, de mensenrechtenonderzoeken en actieplannen en het contact met stakeholders.

Referenties

Bio Journaal, 2023. ‘Ekoplaza juicht Nederlandse IMVO wetgeving toe’. Bio Journaal. 14 februari 2023. https://www.biojournaal.nl/article/9503466/ekoplaza-juicht-nederlandse-imvo-wetgeving-toe/

FAO, 2023. ‘Almost Half the World’s Population Lives in Households Linked to Agrifood Systems’. Newsroom. FAO. 3 april 2023. https://www.fao.org/newsroom/detail/almost-half-the-world-s-population-lives-in-households-linked-to-agrifood-systems/en

ILO, 2022. Global Estimates of Modern Slavery : Forced Labour and Forced Marriage. ILO. International Labour Office. https://doi.org/10.54394/CHUI5986

Questionmark, 2022a. ‘Superlist Research Framework’. Haan, Gustaaf, Willem van Engen, Deborah Winkel, en Charlotte Linnebank. Questionmark

Questionmark, 2022b. ‘Superlijst Sociaal 2023: Vergelijkingscriteria (versie 1.1)’. Questionmark. Stichting Questionmark. https://www.thequestionmark.org/download/superlijst-vergelijkingscriteria-sociaal-2023-v1.1.pdf

RVO, 2022. ‘IMVO-wetten en verplichte due-diligence-regels’. RVO.nl. RVO. 19 september 2022. https://www.rvo.nl/onderwerpen/imvo-wetten-en-regels

RVO, z.d. ‘Leefbaar loon is een weg uit de armoede’.
RVO.nl. RVO. Geraadpleegd 8 mei 2023. https://www.rvo.nl/onderwerpen/leefbaar-loon

TROUW, 2023. ‘In Duitsland is verantwoord ondernemen verplicht. Volgt Nederland?’ Trouw. TROUW. 17 januari 2023. https://www.trouw.nl/duurzaamheid-economie/in-duitsland-is-verantwoord-ondernemen-verplicht-volgt-nederland~b830fc16/

Tweede Kamer, 2023. ‘Voorstel van wet van de leden Van der Graaf, Jasper van Dijk, Thijssen, Van der Lee, Hammelburg en Boutkan houdende regels voor gepaste zorgvuldigheid in waardeketens om schending van mensenrechten en het milieu tegen te gaan bij het bedrijven van buitenlandse handel (Wet verantwoord en duurzaam internationaal ondernemen)’. Text. Tweede Kamer. 22 maart 2023. https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/wetsvoorstellen/detail

VN, 2011. ‘HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE : UN Guiding Principles Reporting Framework’. VN. 2011. https://www.ungpreporting.org/glossary/human-rights-due-diligence/

VN, 2022. ‘Endorse the Women’s Empowerment Principles | UN Global Compact’. VN. 2022. https://www.unglobalcompact.org/take-action/action/womens-principles

Colofon

Superlijst Sociaal Nederland - Editie 1
Mei 2023

Initiatief en uitvoering
Denktank Questionmark

Auteurs
Pien Nijpjes - *projectmanagement, methodologie, dataverzameling en analyse*
Gustaaf Haan - *concept, methodologie en analyse*
Puck Simons - *methodologie, dataverzameling en eindredactie*
Dore de Jong - *dataverzameling en analyse*
Ancilla Antens - *dataverzameling*
Tim van Kuppeveld - *dataverzameling*

Directie
Charlotte Linnebank - *directeur Questionmark*

Raad van Wetenschappers
dr. ir. Ellen van Kleef - *Wageningen University*
dr. Annet Roodenburg - *HAS green academy*
prof. dr. ir. Jaap Seidell - *Vrije Universiteit Amsterdam*
dr. Michelle Westermann-Behaylo - *Universiteit van Amsterdam*

Partners
Dit onderzoek is een initiatief van denktank Questionmark,
ondersteund door Oxfam Novib en Solidaridad.

Versie
1.0 - mei 2023

Copyright
Stichting Questionmark

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding:
Questionmark (2023), Superlijst Sociaal 2023: Welke supermarkt heeft oog
voor mensenrechten?, Amsterdam: Stichting Questionmark.
https://www.thequestionmark.org/download/superlijst-rapport-sociaal-2023-v1.0.pdf