

SUPERLIJST

GROEN 2023

Vergelijkingscriteria



Vergelijkingscriteria Groen 2023

April 2023

Versie 1.0 (14 april 2023)
Copyright Questionmark

Auteurs: Gustaaf Haan, Willem van Engen - Cocquyt, Deborah Winkel, Dore de Jong

Inhoud

Achtergrond	3
Dit document	5
Kwesties en maatregelen	6
Overzicht maatregelen en indicatoren	11
Indicatoren	13
EN-1.1.1 Doelstelling dierlijke eiwitten	13
EN-1.2.1 Plantaardig de makkelijke keus	15
EN-1.3.1 Eiwitbronnen in de aanbieding	16
EN-1.3.2 Portiegroottes vleesproducten	19
EN-1.3.3 Voedselroutines dierlijke eiwitten	21
EN-2.1.1 Inzicht duurzaamheid productieketens	24
EN-2.2.1 Aanbod natuurinclusieve landbouw	26
EN-2.3.1 Duurzame soja	27
EN-2.3.2 Duurzame palmolie	32
EN-3.1.1 Duurzame verpakkingen	32
EN-4.1.1 Klimaatplan	35
Bijlagen	39
Referenties	47

Achtergrond

Met onderzoeksproject Superlijst richt Questionmark zich op de rol van supermarkten in het voedselsysteem. De onderzoeken concentreren zich afwisselend op vier thema's: gezondheid, groen (milieu en natuur), mensenrechten en dierenwelzijn. Ieder onderzoek resulteert in een ranglijst van supermarkten, vergeleken op hun bijdrage aan een verantwoorde voedselomgeving. De eerste Superlijst Groen is verschenen in 2021. Dit document beschrijft de criteria voor de tweede editie van een vergelijking van supermarkten op het thema Groen.

Financiële ondersteuning

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

Partners voor het thema Groen

Superlijst Groen 2023 is tot stand gekomen in samenwerking met Milieudefensie, Mighty Earth en Stichting Natuur & Milieu. Naast hun financiële bijdrage leverden zij kennis en expertise bij het ontwikkelen van de vergelijkingscriteria en de opzet van het onderzoek.



Geconsulteerde experts

Bij de totstandkoming van deze Vergelijkingscriteria zijn, naast de partnerorganisaties, in 2021 en 2023 experts geconsulteerd van onder meer:

- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL)
- individuele supermarkten

- Milieu Centraal
- Ministerie van Landbouw Natuur en Voedsel
- Transitiecoalitie Voedsel
- Voedingscentrum
- Wageningen Economic Research

Raad van Wetenschappers

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

- dr. ir. Ellen van Kleef - Consumentengedrag - Wageningen University
- dr. Annet Roodenburg - Lector Gezonde Voeding - HAS Hogeschool
- prof. dr. ir. Jaap Seidell - Voeding en Gezondheid - Vrije Universiteit Amsterdam
- dr. Michelle Westermann-Behaylo - International management - Universiteit van Amsterdam

Dit document

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

Vergelijkingscriteria zijn telkens beschreven op drie niveaus:

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

De algemene werkwijze voor het onderzoeken en vergelijken van supermarkten staat beschreven in het document 'Superlist Research Framework' (Haan e.a. 2022), te vinden op www.superlijst.org. In dat document geven we onder meer weer, hoe we data verzamelen en hoe de resultaten worden weergegeven. Ook geeft dat document aan hoe verschillende belanghebbenden uit de maatschappij zijn betrokken bij het opstellen van deze vergelijkingscriteria.

Supermarkten

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

Laatste peildatum

De onderzoeksperiode voor Superlijst Groen 2023 loopt van **10 april** tot de laatste peildatum op **10 juni 2023**. We onderzoeken de folders van week 15 tot en met week 22. Supermarkten die wijzigingen in hun assortiment doorvoeren, kunnen deze wijzigingen tot de laatste peildatum aan Questionmark doorgeven. Zo kunnen supermarkten zich ervan vergewissen dat de laatste stand van zaken in het onderzoek is meegenomen. Informatie doorgeven kan via: transparantie@thequestionmark.org

Kwesties en maatregelen

Hieronder volgt een overzicht van de kwesties waarop de vergelijking Superlijst Groen zich richt. De kwesties zijn geselecteerd aan de hand van de 'Formulering comparative criteria', opgenomen in het onderzoekskader van Superlijst (Haan e.a. 2022). Daarin is vastgelegd hoe voor elk thema onderwerpen geselecteerd worden, in overleg met supermarkten, maatschappelijke partners en de Raad van Wetenschappers. Een centrale voorwaarde daarbij is dat de vergelijkingscriteria de belangrijkste problemen adresseren die om oplossingen vragen en waaraan supermarkten een wezenlijke bijdrage kunnen leveren. Voor de andere voorwaarden verwijzen we naar het onderzoekskader.

Vershil methode 2021 vs 2023

Deze methodiek is grotendeels gelijk aan die van Superlijst Groen 2021. Er zijn enkele zaken geactualiseerd aan voortschrijdend (wetenschappelijk) inzicht. Bovendien zijn er enkele indicatoren gewijzigd. In Superlijst Groen 2021 vergeleken we supermarkten op het aandeel verse groenten en fruit aanbiedingen binnen het seizoen. In deze editie wordt deze indicator niet langer meegenomen. De reden hiervoor is dat de onzekerheid rondom de indicator destijds te groot was om de indicator mee te laten tellen in de ranglijst. In Superlijst Groen 2023 vervalt om deze reden de indicator in zijn geheel. Daarnaast werd In Superlijst Groen 2021 als vierde thema 'duurzame visserij' meegenomen. Superlijst Groen 2021 liet zien dat het van belang is dat supermarkten een ondergrens stellen voor de duurzaamheid van vis. Aangezien dit reeds wordt meegenomen via indicator [EN-2.1.1](#), zien we dit thema niet als voldoende onderscheidend om dit jaar opnieuw mee te nemen. In plaats daarvan vergelijken we dit jaar als vierde thema supermarkten op hun [klimaatplan](#).

Relatie met gezondheid

Een duurzamer voedingspatroon is vaak van zichzelf ook een gezonder voedingspatroon, maar niet altijd. Hoewel dit onderzoek zich richt op de invloed van het voedselsysteem op het milieu en de natuur, hebben we er rekening mee gehouden dat de voorgestelde maatregelen nergens in tegenspraak zijn met maatschappelijke eisen en wensen op het gebied van gezondheid, mensenrechten en dierenwelzijn. Momenteel ligt er een adviesaanvraag bij de Gezondheidsraad waarbij wordt gekeken welke gezondheidkundige grenzen er zitten aan een duurzaam voedingspatroon (MinLNV & MinVWS 2022). Zodra het advies er is zullen we kijken wat het advies inhoudt en hoe we dit kunnen verwerken in Superlijst Groen.

Niet opgenomen: Voedselverspilling

In het voedselsysteem bestaan meer problemen dan in deze methode aan bod kunnen komen, ook op het gebied van milieu en natuur. Eén daarvan, voedselverspilling, noemen we hier met name, omdat het een onderwerp is dat een grote rol speelt in het publieke

debat over een duurzaam voedselsysteem. Ook hebben veel supermarkten relevant en soms meetbaar beleid geformuleerd om voedselverspilling tegen te gaan.

Toch is voedselverspilling niet als een apart thema opgenomen in dit onderzoek. Reden daarvoor is dat supermarkten, vergeleken bij de rest van de voedselketen, juist relatief weinig voedsel verspillen. Slechts 1,6% van al het voedsel in de supermarkt komt niet bij consumenten terecht (WUR 2022). De maatregelen die supermarkten nemen, lijken dus effectief. Omdat het tegengaan van verspilling ook in het commerciële belang van de supermarkt is, is het niet te verwachten dat de prestaties van supermarkten op dit onderwerp de komende jaren zullen verslechteren.

Hoewel het belangrijk blijft om tegen voedselverspilling te strijden, heeft dit onderwerp voor Superlijst dus een lagere prioriteit dan de kwesties hieronder. Ondanks dat voedselverspilling niet als een apart thema wordt meegenomen in het onderzoek, nemen we voedselverspilling wel mee via het onderwerp kwantumkorting. Kwantumkorting leidt namelijk tot overconsumptie en voedselverspilling, en wordt in dit onderzoek meegenomen als onderdeel van indicator [EN-1.3.1](#).

Opbouw methode

Bij elke kwestie is een aantal maatregelen genoemd die supermarkten kunnen nemen. Later in het document worden indicatoren geformuleerd waarmee deze maatregelen bij supermarkten te meten zijn. Deze indicatoren zijn afzonderlijk gezien niet uitputtend. Ons uitgangspunt is dat de indicatoren samengenomen een goede indicatie geven van de inzet van een supermarkt met betrekking tot een kwestie. Alle maatregelen en indicatoren die bij een kwestie horen, zijn genummerd¹ zodat bij elkaar horende onderdelen van deze methode goed te herkennen zijn. Een overzicht van alle maatregelen en indicatoren staat in [het volgende hoofdstuk](#).

Eiwittransitie (EN-1)

De productie van dierlijke eiwitten legt een groot beslag op milieugebruiksruimte. Voor de productie van veevoer is landbouwgrond nodig, wat ten koste gaat van landbouwgrond voor menselijke voeding of ten koste van kwetsbare natuur en (tropische oer-)bossen. Waar tot voor kort dierlijke eiwitten zo'n 60% van de eiwitten in het gemiddelde Nederlandse voedingspatroon vormden, blijkt uit de nieuwste Voedselconsumptiepeiling dat dit aandeel in de afgelopen jaren gedaald is naar 57% (RIVM 2023).

Bestaande afspraken en doelstellingen

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

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

Transitieagenda Circulaire Economie: De verhouding tussen dierlijk en plantaardig eiwit

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

in ons voedingspatroon is in 2050 40% dierlijk, 60% plantaardig (MinIenW 2018).
Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit: streven naar een voedingspatroon waarin de verhouding tussen dierlijke en plantaardige eiwitten 50/50 is in 2030 (MinLNV 2022c).

Maatregelen

EN-1.1 De supermarkt stelt doelen voor het verminderen van de verkoop van dierlijke eiwitten.

EN-1.2 De supermarkt maakt het makkelijk voor klanten om te kiezen voor producten met minder of zonder dierlijke eiwitten.

EN-1.3 De supermarkt verleidt klanten tot voedselroutines waarin dierlijke eiwitten een kleine rol spelen.

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

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

Bestaande afspraken en doelstellingen

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

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

From Farm to Fork: In 2030 is het gebruik van pesticiden met 50% afgenomen en het gebruik van kunstmest met ten minste 20% afgenomen (European Union 2020).

Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit: Nederland zal steun uitspreken voor een 50% reductie van het gebruik van gewasbestrijdingsmiddelen op Europees niveau (MinLNV 2022a).

Toekomstvisie gewasbescherming 2030: Wanneer gewasbeschermingsmiddelen worden gebruikt is dit nagenoeg zonder emissies naar het milieu en nagenoeg zonder residuen (Rijksoverheid 2020).

Wet Stikstofreductie en Natuurverbetering: In 2025 heeft ten minste 40% van het areaal van de stikstofgevoelige habitats in Natura 2000-gebieden een gezond stikstofniveau (onder de kritische depositiewaarde). In 2030 ten minste de helft en in 2035 ten minste 74% van de habitats (MinLNV 2022b). Het Kabinet Rutte IV wil de omgevingswaarde al eerder bereiken, zodat in 2030 74% van het areaal onder de kritische depositiewaarde zit.

Europese bossenwet: De Europese wet voorkomt dat bedrijven grondstoffen op de Europese markt brengen of exporteren vanuit Europa die verband houden met ontbossing en bosdegradatie (EC 2022).

Maatregelen

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

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

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

Duurzame verpakking (EN-3)

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

Bestaande afspraken en doelstellingen

Plastic Pact (doelen voor 2025): Supermarkten brengen alleen nog eenmalige verpakkingen op de markt die waar mogelijk herbruikbaar, maar in ieder geval 100% recyclebaar zijn. Gemiddeld bevatten deze verpakkingen minimaal 35% gerecycled plastic. Er vindt 70% hoogwaardige recycling plaats. Plastic toepassende bedrijven, waaronder supermarkten, brengen 20% minder plastic op de markt dan in 2017 (MinlenW 2019).

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

Maatregelen

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

Klimaatplan (EN-4)

Industrieën en bedrijven, waaronder supermarkten, dragen in grotere mate bij aan de uitstoot van broeikasgassen. De uitstoot van broeikasgassen draagt bij aan de opwarming van de aarde. Deze emissies vinden plaats in scope 1, 2 en 3. Scope 1 omvat de directe emissies van een bedrijf (e.g., koelvloeistoffen) en scope 2 de indirecte emissies door het opwekken van ingekochte energie (e.g., elektriciteitsverbruik, opwekking van elektriciteit die niet tot de supermarkt zelf behoort). Scope 3 omvat de indirecte uitstoot van CO₂ die in de waardeketen van het bedrijf voorkomt, zowel van stroomopwaartse ('upstream', e.g., transport van grondstoffen) als stroomafwaartse ('downstream', e.g., voedselverspilling) bronnen.

Bestaande afspraken en doelstellingen

Klimaatakkoord van Parijs: de gemiddelde wereldwijde temperatuurstijging moet onder de 2°C blijven, met het streven om de opwarming verder te beperken tot 1,5°C (Rijksoverheid z.d.).

Klimaatdoel netto-nul (doel voor 2050): in 2050 is de uitstoot van broeikasgassen niet hoger dan wat er wordt vastgelegd. De netto-uitstoot is nul (Rijksoverheid z.d.).

Maatregelen

EN-4.1 De supermarkt heeft een overtuigend klimaatplan met daarin doelstellingen op het reduceren van emissies in lijn met het Klimaatakkoord van Parijs.

Overzicht maatregelen en indicatoren

Eiwittransitie (EN-1)

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

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

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

Duurzame verpakking (EN-3)

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

Klimaatplan (EN-4)

Gewenste maatregelen		Indicatoren		Weging
EN-4.1	De supermarkt heeft een overtuigend klimaatplan in lijn met het Klimaatakkoord van Parijs.	EN-4.1.1	In hoeverre heeft de supermarkt een overtuigend klimaatplan in lijn met het Klimaatakkoord van Parijs?	1

Indicatoren

Eiwittransitie (EN-1)

Doelstelling dierlijke eiwitten (EN-1.1)

Indicator EN-1.1.1

beleid

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

Toelichting

De verhouding tussen dierlijk eiwit en plantaardig eiwit in ons voedingspatroon is momenteel ongeveer 60:40. De verschuiving van deze verhouding naar een meer plantaardig voedingspatroon is een belangrijk onderdeel van het Nationale Klimaatakkoord (Klimaatberaad 2019). Het Voedingscentrum geeft als richtlijn voor consumenten een verhouding van 50:50 (Voedingscentrum 2019). Bovendien heeft de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit uitgesproken dat we moeten streven naar een 50:50 voedingspatroon in 2030 (MinLNV 2022c).

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

In de vorige methodiek van Superlijst Groen hanteerden we vier niveaus en lieten we de wijze van rapportage aan de supermarkten. In de huidige methodiek hanteren we drie niveaus en sluit de indicator aan bij Eiweet V2.0, een monitor voor de eiwittransitie (zie [bijlage 2](#)).

Meting en weging

We onderzoeken of de supermarkt een doelstelling heeft voor het aandeel plantaardige eiwitten in het totale volume van verkochte voedselproducten, zoals geformuleerd volgens de Eiweet V2.0 methodiek ([bijlage 2](#)). Deze indicator onderscheidt drie niveaus.

1. Bewustwording

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

2. Rapportage

Supermarkt geeft inzicht in de verhouding dierlijke / plantaardige eiwitten in het verkochte volume zoals geformuleerd in Eiweet V2.0 ([bijlage 2](#)). Overheid en maatschappij

krijgen daarmee meer grip op de transitie naar een duurzaam voedselsysteem. De rapportage moet een periode betreffen, die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

3. Volwaardig doel + rapportage

Om als volwaardige doelstelling mee te tellen, moet in elk geval een streefgetal zijn af te leiden voor de verhouding tussen plantaardige en dierlijke eiwitten in het verkochte volume voor 2030, berekend volgens Eiweet V2.0 ([bijlage 2](#)).

Voorwaarde voor een volwaardige doelstelling is ook regelmatige rapportage, zoals onder niveau 2 benoemd. Rapportage is ten minste jaarlijks, en geeft inzicht in de voortgang op de doelstelling in een periode die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

Indien rapportage niet over het totaal verkochte volume gaat (vanwege de relatief korte tijdsperiode waarin supermarkten hun meetmethode geacht worden aan te passen op Eiweet V2.0), is het belangrijk aan te geven welk aandeel van het totale verkochte volume de rapportage betreft. Op rapportage dat slechts een deel van het totaal verkochte volume betreft is de huismerkfactor (afhankelijk van het gerapporteerde aandeel) van toepassing (zie [bijlage 5](#)).

Niveau	Punten	Voorbeelden	
1. Bewustwording Supermarkt erkent de eigen rol in eiwittransitie en geeft voorbeelden van beleid om de eiwittransitie te ondersteunen.	5	Niet voldoende	"Het voedingspatroon van de Nederlander moet, om de eiwittransitie mogelijk te maken, veranderen." (geen voorbeeld van eigen rol).
		Voldoende	"Wij ondersteunen de eiwittransitie en breiden actief ons plantaardige assortiment uit met steeds meer vlees- en zuivelvervangers."
2. Globaal inzicht Rapportage van verkoopcijfers zoals geformuleerd in Eiweet V2.0 (bijlage 2). Betreft een periode die maximaal 24 maanden geleden is afgesloten.	10	Niet voldoende	"X procent van onze verkoop bestond uit plantaardige eiwitten." (geen uitleg van het begrip 'plantaardige eiwitten', niet duidelijk over welke periode gemeten).
		Voldoende	"X procent van onze verkoop in 2022 bestond uit plantaardige eiwitten, berekend volgens Eiweet V2.0." "X procent van onze verkoop in 2022 bestond uit dierlijke eiwitten, zoals omschreven in de Eiweet methodiek."
3. Volwaardig doel + rapportage Doelstelling en rapportage over het aandeel dierlijke en plantaardige producten in het totale volume van verkochte voedselproducten, zoals omschreven in Eiweet V2.0 (bijlage 2).	90 (*)	Niet voldoende	"X procent van onze verkoop was in 2019 plantaardig, berekend volgens de Eiweet methodiek." (rapportage te oud, doelstelling ontbreekt, dierlijk ontbreekt).
		Voldoende	"X% van de verkoop in 2022 was in de categorieën plantaardig core en dierlijk core. Daarvan is 60% dierlijk en 40% plantaardig. Ons doel voor 2025 is 48% plantaardig."

Tabel 1. Puntentelling van EN-1.1.1 met voorbeelden per niveau. (*) Bij niveau 3 en 4 wordt het aantal punten vermenigvuldigd met het aandeel waarvan de eiwitbron bekend is.

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

Weging in de ranglijst

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

Plantaardig de makkelijke keus (EN-1.2)

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

Indicator EN-1.2.1

assortiment

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

Toelichting

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

We maken in deze indicator onderscheid tussen verschillende dierlijke eiwitbronnen op basis van hun ecologische voetafdruk, zoals toegelicht in [bijlage 3](#).

Meting en weging

In iedere supermarkt onderzoeken we kant-en-klare producten waarin het terugdringen van dierlijke eiwitten geen rigoureuze verandering van voedselkeuzes vereist. De volgende productgroepen² worden onderzocht:

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

[Tabel 2](#) geeft aan hoe de aanwezigheid van verschillende eiwitbronnen in de deze producten scoren. De indeling in milieu-impact wordt toegelicht in [bijlage 3](#).

² We nemen hier enkel producten mee die als maaltijd worden gezien. Dus maaltijdsalades en pasta maaltijden van ten minste 350 gram. Ook worden mini-quiches en mini-pizza's niet meegenomen.

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

Tabel 2. Puntentelling per product van EN-1.2.1. Zie [bijlage 3](#) voor meer details.

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

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

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 7, de ondergrens is 4. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Scaling* in het onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 0,5.

Voedselroutines dierlijke eiwitten (EN-1.3)

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

Indicator EN-1.3.1

reclamefolders

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

Toelichting

Een reclamefolder met veel aanbiedingen voor vlees geeft niet alleen een directe impuls om vlees te kopen, maar versterkt ook het beeld dat vlees vanzelfsprekend deel uit zou

maken van een normale dagelijkse maaltijd. In deze indicator onderzoeken we hoe de supermarkt dat beeld helpt te veranderen door meer plantaardige eiwitbronnen en minder dierlijke eiwitbronnen met een hoge milieu-impact in de reclamefolder op te nemen.

In deze indicator onderscheiden we dierlijke producten naar hun impact op een duurzaam voedingspatroon, zoals toegelicht in [bijlage 3](#).

In aanvulling op de indicator uit de vorige editie van Superlijst Groen in 2021, wordt er nu een factor toegepast, berekend op de mate waarin supermarkten kwantumkorting toepassen op eiwitbronnen. Recent wetenschappelijk onderzoek laat zien dat van alle soorten promotie kwantumkorting ('2 voor de prijs van 1', etc.) het meest leidt tot overmatige consumptie (PHE 2020).

Meting en weging

Voor elke folder in de onderzoeksperiode kijken we naar aanbiedingen van eiwitbronnen. Eiwitbronnen in dit onderzoek zijn producten met een eiwitrijk hoofdingrediënt.

Hierbij volgen we het Voedingscentrum, waar voor een vegetarisch voedingspatroon, vlees wordt vervangen door peulvruchten, noten en eieren (Voedingscentrum 2020, sec. B13.3.4).

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

Productsoort	Voorbeelden
Geldt als aanbieding van eiwitbron	
Vlees en gevogelte	runderlap, kippenbout, kebab, hamlapjes
Vis, schaal- en schelpdieren	kabeljauw, zalm, sardine, haring, garnaal
Vegetarische alternatieven voor vlees	vegetarische worst, tofu, tempeh
Peulvruchten ³	linzen, kikkererwten, bruine bonen
Noten	walnoten, hazelnoten, pinda's
Kaas	hüttenkäse, geitenkaas, kwark, jonge kaas, oude kaas
Eieren	eieren
Blijft buiten beschouwing in deze indicator	
Melkproducten	melk, karnemelk, yoghurt, vanillevla

³ Voor het onderscheid tussen groenten en peulvruchten volgen we de definitie van het Voedingscentrum (Voedingscentrum 2021; 2020, sec. B13.3.2).

Veganistische alternatieven voor zuivel	rijstmelk, sojayoghurt, kokosroom
Groente en fruit	aardappel, tuinbonen, groene erwten, komkommer, abrikozen, bananen

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

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

Deze aanbiedingen categoriseren we aan de hand van de milieu-impact van het hoofdingrediënt, zoals beschreven in [bijlage 3](#). Als een aanbieding geldt voor meerdere eiwitproducten waarvan de impact onderling verschilt, dan geldt elk type eiwit als een aparte aanbieding. Voorbeeld: een aanbieding voor verschillende borrelhapjes waaronder zowel kaasblokjes (middel impact) als nootjes (plantaardig), geldt als twee verschillende aanbiedingen.

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

Tabel 4. Puntentelling per aanbieding van EN-1.3.1. Zie [bijlage 3](#) voor meer details.

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

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

Kwantumkortingfactor: mijden van kwantumkortingen op (dierlijke) eiwitaanbiedingen

De eindscore op deze indicator wordt vermenigvuldigd met een factor afhankelijk van het type aanbieding.

Hierbij onderscheiden we twee soorten aanbiedingen:

- Kwantumkortingen; aanbiedingen die alleen gelden bij aankoop van meerdere producten tegelijk. Bijvoorbeeld "drie halen, twee betalen", "2 voor €4,-" of "tweede halve prijs".
- Andere aanbiedingen, waarbij de korting ook voor één product geldt, of waarbij geen korting wordt gegeven.

Voor alle folders wordt voor de aanbiedingen op eiwitbronnen bepaald welk type aanbieding er is toegepast. Vervolgens wordt berekend welk percentage van alle eiwitrijke aanbiedingen in deze folders gezamenlijk uit kwantumkortingen bestaan. Het totaal aantal punten per supermarkt over alle folders wordt vermenigvuldigd met een factor, afhankelijk van het aandeel aanbiedingen dat in de folder wordt aangeboden als kwantumkorting, zie tabel 5. Zo wordt, wanneer er maar weinig aanbiedingen zijn op eiwitrijke producten (tot 5%) de score vermenigvuldigd met factor 1,0. Indien veel eiwitrijke aanbiedingen in de folder een kwantumkorting zijn (>10%), dan wordt de score vermenigvuldigd met factor 0,7.

Factor: aandeel kwantumkorting van het totaal aan aanbiedingen op eiwitbronnen	
	Kwantumkorting
>10% van de aanbiedingen zijn een kwantumkorting	0,7
>5 - 10% van de aanbiedingen zijn een kwantumkorting	0,9
0-5% van de aanbiedingen zijn een kwantumkorting	1,0

Tabel 5. Factor die wordt toegewezen per supermarkt. Deze wordt berekend door te kijken naar het totaal aan eiwitrijke aanbiedingen in alle onderzochte folders in de onderzoeksperiode.

Weging in de ranglijst

Voor het bepalen van de score wordt dit kengetal geschaald met flexibele grenzen; de bovengrens is 7,5, de ondergrens is 4. Voor uitleg over deze manier van schalen, zie het onderwerp *Scaling* in het onderzoekskader. De weging van deze indicator in het bepalen van de ranglijst van supermarkten is: 1.

Indicator EN-1.3.2

assortiment

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

Toelichting

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

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we in iedere supermarkt voor verschillende kant-en-klare vleesproducten⁴ de aandelen van verschillende portiegroottes:

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

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

Tabel 5. Puntentelling per product van EN-1.3.2

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

Weging in de ranglijst

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

⁴ Hierbij worden enkel vleesproducten die als volwaardige portie gezien kunnen worden meegenomen. Zo worden bijvoorbeeld bakjes met gourmetvlees (<50g per stuk), soepballetjes of hele grote opgerolde worsten die je deelt (>150g per stuk) niet meegenomen.

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

Toelichting

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

Meting en weging

Voor deze indicator kijken we naar beleid dat bedoeld is om de transitie van dierlijke naar plantaardige eiwitten in het voedingspatroon te stimuleren, zowel in de fysieke winkel als online⁵. We onderzoeken hier dus alleen het beleid en controleren niet of dat beleid wordt nageleefd, tenzij er aanleiding is om daaraan te twijfelen.

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

⁵ Omdat er in deze tijd een toename is in het online winkelen, nemen we ook online mee. Volgens (FoodPersonality 2022) is het online marktaandeel slechts 5,6%, maar met een penetratiegraad van 26% kan het wel veel mensen bereiken.

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

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

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

Extra punten (optellen bij basispunten)		Niet voldoende (voorbeelden)	Goed (voorbeelden)
Supermarkt rapporteert over het effect van de maatregel.	+ 5	"De maatregel is succesvol geïmplementeerd." (zonder kwantificering).	"De maatregel heeft geleid tot 30% minder verkoop van gehakt, ten gunste van peulvruchten." "De maatregel heeft niet geleid tot aantoonbaar meer verkoop van vleesvervangers."
De maatregel is (eerder of elders) wetenschappelijk onderzocht en effectief gebleken.	+ 5	Geen verwijzing naar literatuur.	Verwijzing naar relevante wetenschappelijke literatuur.
Een of meer filialen werk(t)en in de periode 2021-2023 mee aan wetenschappelijk onderzoek naar de maatregel, of naar andere maatregelen die voldoen aan bovenstaande voorwaarden.	+ 5 ⁶	Intern onderzoek. Onderzoek t.b.v. productverbetering.	Onderzoek (bv. in samenwerking met universiteit) naar gedragsbeïnvloeding in filiaal t.b.v. plantaardig voedingspatroon.
Supermarkt neemt meerdere, duidelijk verschillende maatregelen die ieder aan bovenstaande voorwaarden voldoen.	+ 5 per extra maatregel	"Minstens 80% van de recepten voor hoofdmaaltijden is vegetarisch. Recepten voor lunchmaaltijden zijn zelfs voor 100% vegetarisch" (Gaat niet om verschillende maatregelen)	"Minstens 80% van de receptsuggesties die we doen, is vegetarisch. Onze folder bevat bovendien nooit meer dan één aanbieding voor vlees."

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

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

Weging in de ranglijst

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

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

⁶ In het uitzonderlijke geval dat een supermarkt alle maatregelen weer heeft opgeheven omdat uit wetenschappelijk onderzoek bleek dat ze niet werkten, krijgt de supermarkt toch deze extra punten voor medewerking van filialen aan dat onderzoek.

Natuurinclusieve landbouw (EN-2)

Inzicht duurzaamheid productieketens (EN-2.1)

Indicator EN-2.1.1

beleid

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

Toelichting

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

Meting en weging

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

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

Tabel 8. Puntentelling van EN-2.1.1

Keurmerken

Aandeel van ieder keurmerk in het totale verkochte volume in de categorie. Alle keurmerken en bedrijfsprogramma's die door Milieu Centraal zijn beoordeeld met minimaal 4 van de 5 punten op milieu en controle, tellen mee (zie [bijlage 4](#)). De keurmerkenwijzer maakt onderscheid tussen niet-tropisch fruit en tropisch fruit voor het

keurmerk EU-Biologisch. Voor de werkbaarheid wordt voor deze indicator dit onderscheid bij deze indicator niet gemaakt. Er mag dan ook voor het geheel aan groenten en fruit gerapporteerd worden over de keurmerken, waarbij het keurmerk EU-biologisch, EKO en Demeter voor deze indicator als onderscheidend keurmerk wordt meegenomen.

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

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

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

Teeltmethode

Opsplitsing van het verkochte volume in de categorie, naar teeltmethode

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

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

Herkomst

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

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

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

Transportmethode

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

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

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

Indien de rapportage voor bepaalde productcategorieën is samengevoegd, rekenen we voor elk van categorieën die zijn samengevoegd de helft van het aantal punten. Bijvoorbeeld: een supermarkt die voor eieren en zuivel gezamenlijk de dekking door keurmerken rapporteert, krijgt daarvoor 2 × maximaal 5 punten, in plaats van 2 × 10 punten voor twee aparte rapportages. Als de rapportage ook categorieën buiten [tabel 8](#) samenvoegt (bijvoorbeeld door te rapporteren over alle verkopen van de supermarkt als

geheel) dan rekenen we een kwart van de punten. Kengetal voor deze indicator is de som van de punten uit [tabel 8](#). Maximaal haalbare score is dus 240 punten.

Indien rapportage of doelstellingen niet over alle producten gaat, is het belangrijk aan te geven welk aandeel van het assortiment binnen deze categorieën het betreft. Op beleid dat alleen huismerken betreft is de huismerkfactor van toepassing (zie [bijlage 5](#)).

Weging in de ranglijst

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

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

Aanbod natuurinclusieve landbouw (EN-2.2)

Indicator EN-2.2.1

assortiment

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

Toelichting

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

Meting en weging

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

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

Tabel 9. Puntentelling per productsoort van EN-2.2.1

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

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

Tabel 10. Productsoorten per productgroep bij EN-2.2.1.

Weging in de ranglijst

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

Vermijden boskap (EN-2.3)

Indicator EN-2.3.1

beleid

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

Toelichting

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

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we in openbare publicaties van de supermarkt welke maatregelen de supermarkt neemt om ontbossing tegen te gaan bij de productie van soja in het voer voor dierlijke producten. Om echt impact te hebben moeten Europese supermarkten stroomopwaartse actoren in de toeleveringsketen aanmoedigen om 100% duurzaam te worden, en alleen samen te werken met stroomopwaartse actoren die niet betrokken zijn bij niet-duurzame activiteiten, zoals ontbossing en conversie.

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

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

Indien rapportage of doelstellingen niet over alle producten gaat, is het belangrijk aan te geven welk aandeel van het assortiment binnen deze categorieën het betreft. Op beleid dat alleen huismerken betreft is de huismerkfactor van toepassing (zie [bijlage 5](#)).

Maatregel		Punten
Doelstelling ontbossingsvrij		
De supermarkt heeft een duidelijke doelstelling met streefdatum voor ontbossings- en landconversievrije soja in veevoer in de aanvoerketen (max. 3 punten).		
A	Streefdatum niet later dan 2030	1
B	Streefdatum niet later dan 2025	2
C	Streefdatum niet later dan 2023	3
De supermarkt specificeert de datum van uiterlijk augustus 2020 waarna ontbossing of conversie niet wordt geaccepteerd, ook wel 'cut-off date' genoemd (AFi 2019).		3
Transparantie over soja leveranciers in de aanvoerketen		
Eerste stap: De supermarkt publiceert informatie over de herkomst van soja (max. 2 punten).		
A	Publicatie over landen en/of regio's van herkomst	% x 1
B	Publicatie over gemeenten en/of boerderijen van herkomst	% x 2
De supermarkt publiceert informatie over de aanvoerketen (max. 10 punten).		
A	Publicatie van een lijst van directe leveranciers	% x 5
B	Publicatie van een lijst van directe en indirecte leveranciers	% x 10
Implementatie en controle		
Ondergrens: ontbossingsvrije soja in veevoer via certificering of herkomst (max. 10 punten).		tabel 12
De supermarkt publiceert publiekelijk een actieplan met een duidelijke streefdatum voor implementatie van het nul-ontbossingsbeleid bij alle leveranciers in de toeleveringsketen van soja in veevoer (*) (max. 6 punten). Dit omvat:		
A	Een overzicht van de risico's in de keten, inclusief de soja-leveranciers met het hoogste risico;	2
B	Een stappenplan om deze risico's, inclusief de cut-off date, te adresseren;	2
C	Een escalatiebenadering (bijv. grievance mechanism) met concrete gevolgen wanneer leveranciers en handelaren de afspraken niet nakomen, waaronder <i>in gesprek gaan, opschorting en uitsluiting</i> , zoals aanbevolen door het Accountability Framework Initiative. Deze escalatiebenadering treedt onder meer in werking wanneer de cut-off date niet wordt nageleefd.	2
De supermarkt neemt in de inkoopvoorwaarden op dat soja in veevoer in dierlijke producten ontbossings- en landconversievrij is. (*)		2
Samenwerking met derden voor verbetering of deelname aan initiatieven. (*)		2

Rapportage actieplan	
Ten minste jaarlijkse rapportage op naleving actieplan.	2

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

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

Niveau van ontbossingsvrij	Punten
<p>a. Aandeel onbekend: ontbossing niet (geheel) uitgesloten Dierlijke producten afkomstig van boerderijen die in het veevoer (deels) soja gebruiken waarvoor (mogelijk) bossen zijn gekapt, indien dit expliciet in de rapportage is opgenomen. Hier wordt één punt toegekend voor transparantie.</p>	% × 1
<p>b. Aandeel uitsluitend soja met keurmerken die legale boskap toelaten Dierlijke producten afkomstig van boerderijen waarvan ze voor <i>alle</i> soja in het veevoer certificaten/credits van een selectie aan keurmerken inkopen. Alle keurmerken die voldoen aan de FEFAC Soy Sourcing Guidelines worden hierin meegenomen (behalve die genoemd zijn in niveau c).</p> <p><i>Als certificaten/credits gelden hier: Agricultura Sustentable Certificada, Amaggi Responsible Soy Standard, BFA mv-soja, Cargill Triple S, Sustainable Farming Assurance Program, US Soy Sustainability Assurance Protocol (SSAP), ISCC, Sustainable Feed Standard, ADM responsible soybean standard, Bunge Pro-S, Louis Dreyfus Company (LDC), Programa Coamo (IDH 2020, sec. 3.4.1).</i></p>	% × 3
<p>c. Aandeel uitsluitend soja met keurmerken zonder boskap en conversie van andere natuurlijk ecosystemen Dierlijke producten zijn afkomstig van boerderijen die in het veevoer alleen soja gebruiken die gecertificeerd ontbossingsvrij is verdergaand dan niveau b.</p> <p><i>Als gecertificeerd boskap-vrije soja gelden hier: RTRS (credits), SFAP-Non-Conversion, Proterra, Danube Soy / Europe Soy, ISCC+, CRS (IDH 2020, sec. 3.4.2).</i></p>	% × 6
<p>d. Aandeel van soja afkomstig van 100% duurzame leveranciers Dierlijke producten afkomstig van 100% duurzame leveranciers. Een leverancier is 100% duurzaam als geen van de actoren in de toeleveringsketen betrokken is bij activiteiten die ontbossing of conversie van andere natuurlijke ecosystemen veroorzaken. <i>We vragen supermarkten uit te leggen hoe ze hun leveranciers aanmoedigen om duurzaam te worden en hoe ze bepalen of leveranciers dit hebben gedaan (criteria, labels).</i></p>	% × 10

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

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

Weging in de ranglijst

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

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

Toelichting

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

Meting en weging

Voor deze indicator onderzoeken we het beleid van een supermarkt op het gebied van palmolie. De indicator maakt gebruik van de Palm Oil Buyers Scorecard zoals ontwikkeld door het Wereld Natuur Fonds (WWF 2021).

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

Weging in de ranglijst

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

Duurzaam verpakken (EN-3)

Duurzaam verpakken (EN-3.1)

Hoe vordert de supermarkt op de doelstellingen voor duurzaam verpakken?

Toelichting

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

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

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

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

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

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

Meting en weging

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

SMART formuleren

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

Tempo

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

Referentie

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

Rapportage

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

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

Tabel 13. Puntentelling van EN-3.1.1

Indien rapportage of doelstellingen niet over alle producten gaat, is het belangrijk aan te geven welk aandeel van het assortiment binnen deze categorieën het betreft. Op beleid dat alleen huismerken betreft is de huismerkfactor van toepassing (zie [bijlage 5](#)).

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

Weging in de ranglijst

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

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

Klimaatplan (EN-4)

Emissiereducties (EN-4.1)

Indicator EN-4.1

beleid

In hoeverre heeft de supermarkt een overtuigend klimaatplan in lijn met het Klimaatakkoord van Parijs?

Toelichting

Het klimaatdoel netto-nul in 2050 is een doel dat binnen de EU-lidstaten is opgesteld. Het doel voor 2050 is dat de uitstoot van broeikasgassen niet hoger is dan wat er wordt vastgelegd en dat dus de netto-uitstoot nul is (Rijksoverheid z.d.). Het klimaatdoel netto-nul is de bijdrage van de EU aan het Klimaatakkoord van Parijs. In het Parijs-akkoord staat onder andere dat de gemiddelde wereldwijde temperatuurstijging onder de 2°C moet blijven en is het streven vastgelegd om de opwarming verder te beperken tot 1,5°C. Om de klimaatdoelstelling van het Parijs-akkoord na te streven en om in 2050 klimaatneutraal te zijn, is in het coalitieakkoord van december 2021 gesteld dat het doel voor 2030 in Nederland is aangescherpt tot ten minste 55% CO₂-reductie (Rijksoverheid 2022). Ook wordt hierin het belang benadrukt dat industrieën en bedrijven hun uitstoot van broeikasgassen terugdringen.

Meting en weging

We onderzoeken in hoeverre de supermarkt een klimaatplan heeft om het klimaatdoel netto-nul in 2050 na te streven, en voldoende ambitieuze tussentijdse doelstellingen heeft geformuleerd. Een volwaardig klimaatplan voldoet aan een aantal eisen. Voor deze indicator is onderscheid gemaakt tussen de verschillende niveaus van een volwaardig klimaatplan:

1. *Bewustwording*
Supermarkt is zich bewust van de eigen rol in het behalen van het klimaatdoel netto-nul en neemt initiatief om aan die verantwoordelijkheid tegemoet te komen.
2. *Globaal inzicht*
Supermarkt geeft inzicht in de CO₂-emissies. Kennis over de huidige CO₂-emissies maakt het voor de supermarkt mogelijk om toe te werken naar het klimaatdoel netto-nul in 2050. Transparantie over de CO₂-emissies is belangrijk om grip te krijgen op de stappen die supermarkten moeten zetten om de emissies te reduceren. De gerapporteerde cijfers kunnen op dit niveau nog een eigen format

hebben, zolang dat format en de gebruikte termen relevant zijn voor het onderwerp en duidelijk zijn toegelicht. De rapportage moet een periode betreffen, die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

3. *Volwaardige rapportage*

Voorwaarde voor een volwaardige rapportage is rapportage op de CO2-emissies binnen scope 1, 2 én 3. Voor een overtuigend klimaatplan is het van belang inzicht te hebben in de emissies in alle drie de scopes. Omdat verreweg de meeste uitstoot plaatsvindt in scope 3, in het geval van Ahold Delhaize is dit zo'n 95% (Ahold Delhaize 2022), is het essentieel dat hierover wordt gerapporteerd. De rapportage moet een periode betreffen, die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

4. *Volwaardige rapportage + tussentijdse doelstellingen*

Naast de volwaardige rapportage onder niveau 3, is het voor supermarkten van belang om tussentijdse doelstellingen op te stellen om ten minste in 2050 klimaatneutraal te zijn. We verwachten van tussentijdse doelen dat deze zijn opgesteld tot en met 2028, maximaal vijf jaar in de toekomst (zie ons onderzoekskader). Deze tussentijdse doelen moeten in lijn zijn met de doelstelling van ten minste 45% reductie in 2030, waarbij we uitgaan van een lineaire verdeling van de einddoelstelling over de tussenliggende jaren. Het klimaatplan moet voldoen aan doelstellingen op de eiwittransitie en op alle niet-dierlijke producten. Ook wordt er van supermarkten verwacht dat zij eisen stellen aan leveranciers om de emissies in scope 3 terug te dringen. Voor scope 3 is het belangrijk dat er zowel doelen zijn gesteld op emissies in de upstream en de downstream keten. Voorwaarde voor een volwaardige doelstelling is ook regelmatige rapportage, ten minste jaarlijks, die inzicht geeft in de voortgang op de doelstelling in een periode die niet langer dan 24 maanden geleden is afgesloten.

5. *Volwaardige rapportage + tussentijdse doelstellingen - offsetting*

Als laatste stap is het naast rapportage en (tussentijdse) doelstellingen van belang dat de supermarkt vermeldt dat *offsetting* geen instrument is voor het behalen van de doelstellingen. Offsetting is het reduceren of opheffen van emissies van CO2 of andere broeikasgassen om voor emissies elders te compenseren. Uit het beleid van de supermarkt moet expliciet blijken dat offsetting geen instrument is voor het behalen van de doelstellingen. De doelstellingen moeten direct bijdragen aan het klimaatdoel netto-nul in 2050 en de doelstelling van minimaal 45% reductie in 2030.

Niveau	Punten	Voorbeelden	
1. Bewustwording Supermarkt erkent de eigen rol in het klimaatdoel netto-nul en geeft voorbeelden van beleid om dit klimaatdoel te ondersteunen.	5	Niet voldoende	"Supermarkten moeten zich inzetten voor het klimaatdoel netto-nul." (geen voorbeeld van eigen rol).
		Voldoende	"Wij ondersteunen het klimaatdoel om in 2050 klimaatneutraal te zijn en zijn bezig met het reduceren van onze emissies in scope 3".

2. Globaal inzicht Rapportage van huidige CO2-emissies. Betreft een periode die maximaal 24 maanden geleden is afgesloten.	20	Niet voldoende	"5% van onze emissies vinden plaats in scope 1 en 2." (cijfers totale uitstoot missen, niet duidelijk over welke periode gemeten).
		Voldoende	"In 2022 hadden wij een totale CO2-equivalent emissie in scope 1 en 2 van x ton."
3. Volwaardige rapportage Rapportage van huidige CO2-emissies in scope 1, 2 en 3. Betreft een periode die maximaal 24 maanden geleden is afgesloten.	50	Niet voldoende	"In 2019 vond 5% van onze emissies plaats in scope 1 en 2, en de overige 95% in scope 3." (rapportage te oud, cijfers totale uitstoot missen).
		Voldoende	"In 2022 hadden wij in totaal een CO2-equivalent emissie van X ton. Daarvan zit x% in scope 1, x% in scope 2 en x% in scope 3."
4. Volwaardig rapportage + tussentijdse doelstelling Rapportage van huidige CO2-emissies in scope 1, 2, 3 en tussentijdse doelstellingen met een plan dat inspeelt op de eiwittransitie, niet-dierlijke producten en leveranciers.	90	Niet voldoende	"In 2022 hadden wij in totaal een CO2-equivalent emissie van X ton. Daarvan zit x% in scope 1, x% in scope 2 en x% in scope 3. Wij streven naar netto-nul emissies in scope 1 en 2 in 2035. In 2045 willen wij dan in onze volledige keten (incl. scope 3) netto-nul behalen." (een plan op eiwittransitie, niet-dierlijke producten en eisen aan leveranciers om de doelstelling te behalen mist).
		Voldoende	"In 2022 hadden wij in totaal een CO2-equivalent emissie van X ton. Daarvan zit x% in scope 1, x% in scope 2 en x% in scope 3. Wij streven naar een 20% reductie van de emissies in scope 3 in 2025, en naar een 45% reductie in onze volledige keten (scope 1, 2 en 3) in 2030. Hiervoor gaan wij van 2023 tot 2025 werken aan x (plan voor eiwittransitie) met de meetbare tussentijdse doelen x en x. Van 2023 tot en met 2025 werken wij aan x (plan voor alle niet-dierlijke producten) met tussentijdse doelen x en x. Tot slot gaan wij van 2023 tot 2030 aan de slag met x (plan voor eisen aan leveranciers), waarbij we tussentijdse doelen x en x meten".
5. Volwaardig rapportage + tussentijdse doelstellingen - offsetting Rapportage van huidige CO2-emissies in scope 1, 2, 3 en tussentijdse doelstelling met een plan om deze te behalen, waarbij expliciet wordt vermeld dat <i>offsetting</i> geen instrument is.	100	Niet voldoende	"In 2022 hadden wij in totaal een CO2-equivalent emissie van X ton. Daarvan zit x% in scope 1, x% in scope 2, en x% in scope 3. Wij streven naar netto-nul emissies in scope 1 en 2 in 2035. Hiervoor gaan wij onder andere vanaf 2023 plan x inzetten" (expliciete vermelding van offsetting ontbreekt).
		Voldoende	Zie voorbeeld niveau 4. Voor niveau 5 moet de supermarkt daarnaast expliciet benoemen dat offsetting geen instrument is. Bijvoorbeeld: "Hierbij is offsetting géén

			instrument en draagt plan x dus direct bij aan het klimaatdoel netto-nul in 2050".
--	--	--	--

Tabel 14. Puntentelling van EN-4.1.1 met voorbeelden per niveau.

Kengetal voor deze indicator is het hoogste aantal punten dat een supermarkt krijgt volgens [tabel 14](#).

Indien rapportage of doelstellingen niet over alle producten gaat, is het belangrijk aan te geven welk aandeel van het assortiment binnen deze categorieën het betreft. Op beleid dat alleen huismerken betreft is de huismerkfactor van toepassing (zie [bijlage 5](#)).

Weging in de ranglijst

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

Bijlagen

Bijlage 1	Definities	39
Bijlage 2	Eiweet methode	40
Bijlage 3	Eiwitbronnen ingedeeld naar impact	41
Bijlage 4	Onderscheidende keurmerken en bedrijfsprogramma's	43
Bijlage 5	Huismerkfactor	45
	Referenties	45

Definities

In de Vergelijkingscriteria voor het thema Groen hanteren we de volgende definities, tenzij anders aangegeven. Daarnaast gelden de definities als vermeld in het onderzoekskader (Haan e.a. 2022).

Aanbieding	Vermelding van een of een groep producten in de wekelijkse reclamefolder, waarvoor bijvoorbeeld een speciale prijs geldt, of die de supermarkt om een andere reden als groep producten onder de aandacht brengt. Zie ook het onderzoekskader (Haan e.a. 2022).
Hoofdingrediënt	Het ingrediënt dat als eerste genoemd wordt in de ingrediëntendeclaratie. Wanneer het erop volgende ingrediënt in vergelijkbare hoeveelheid aanwezig is, kunnen beide ingrediënten als hoofdingrediënt worden beschouwd. Wanneer een ingrediëntendeclaratie ontbreekt, wordt het hoofdingrediënt zo mogelijk afgeleid van de productnaam of categorie.
Natuurinclusieve landbouw	Natuurinclusieve landbouw is een vorm van duurzame landbouw die uitgaat van een veerkrachtig voedsel- én ecosysteem. Deze maakt optimaal gebruik van de natuurlijke omgeving (het 'natuurlijk kapitaal') en integreert die in de bedrijfsvoering. Daarnaast draagt natuurinclusieve landbouw actief bij aan de kwaliteit van diezelfde natuurlijke omgeving. Natuurinclusieve landbouw produceert voedsel binnen de grenzen van natuur, milieu en leefomgeving, en heeft een positief effect op de biodiversiteit. (Louis Bolk Instituut 2017)
Onderscheidend keurmerk	Een keurmerk of bedrijfsprogramma (als bedrijfslogo) dat minimaal 4 van de 5 punten krijgt op milieu en controle in de Keurmerkenwijzer van Milieu Centraal (Milieu Centraal 2023). Zie ook bijlage 4 .
Verkochte volume	Gewicht in kilogram van de totale voedsel verkopen.

Eiweet methode

We volgen de Eiweet V2.0 methodiek, zoals gepresenteerd op 30 maart 2023 tijdens het symposium “Eiwittransitie in Supermarkten” in Den Haag. Green Protein Alliance publiceert de methode op hun website. Zodra deze is gepubliceerd, zullen we hier verwijzen naar Eiweet V2.0.

Het kan zijn dat deze methode aan het begin van de onderzoeksperiode van Superlijst Groen nog aan verandering onderhevig is. Eventuele veranderingen in Eiweet V2.0 na publicatie van de methode van Superlijst Groen worden meegenomen in Superlijst Groen.

Eiwitbronnen ingedeeld naar impact

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

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

Impact hoog: rood vlees

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

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

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

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

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

Impact laag dierlijk: vloeibare zuivel en eieren

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

Impact laag plantaardig: plantaardig

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

Onderscheidende keurmerken en bedrijfsprogramma's

Verskillende indicatoren gebruiken keurmerken en bedrijfsprogramma's om (een aspect van) duurzaamheid te meten. Niet alle keurmerken en bedrijfsprogramma's stellen echter onderscheidende milieu-eisen en ze kennen een verschillende mate van controle. De [Keurmerkenwijzer](#) van Milieu Centraal geeft een overzicht van in Nederland gebruikte keurmerken en bedrijfsprogramma's (in de vorm van bedrijfslogo's) en beoordeelt deze op een aantal aspecten (Milieu Centraal 2023). Alleen keurmerken en bedrijfslogo's met ambitieuze eisen en degelijke controle en transparantie worden respectievelijk gemarkeerd als 'topkeurmerk' en 'topbedrijfslogo'.

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

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

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

Keurmerk	Vis	Vlees	Zuivel	Eieren	Groente	Fruit	Rijst	Wijn	Koffie	Thee	Cacao
ASC	✓										
Beter Leven keurmerk 1 ster		–	–	–							
Beter Leven keurmerk 2 sterren		–		–							
Beter Leven keurmerk 3 sterren		–	✓	–							
Climate Neutral Certified			–		–	–			–	–	–
Demeter		✓	✓	✓	✓	✓		✓	–	–	–
EKO		✓	✓	✓	✓	✓		–	–	–	–
EU-biologisch	✓	✓	✓	✓	✓*	✓*		–	–	–	–
Fairtrade					–	–		–	–	–	–
Fair for Life					–	–		–	–	–	–
GGN Certified Aquaculture	✓										
KRAV	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
MSC	✓										
Naturland Aquakultur	✓										
On the way to PlanetProof			✓	✓	✓	✓					
Rainforest Alliance					✓	✓			✓	✓	✓
Soil association	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
Sustainable Rice Platform							✓				
UTZ									✓	✓	✓

Tabel 15. Keurmerken die meetellen in dit thema. Alle combinaties van keurmerk en productgroep gemarkeerd met '✓' tellen mee, bij '–' heeft het keurmerk wel criteria voor de productcategorie, maar zijn deze niet streng genoeg om meegeteld te worden.
* het keurmerk EU-Biologisch is geen topkeurmerk op tropische groenten en fruit.

Bedrijfslogo	Van toepassing op
Beter voor Natuur en Boer	Albert Heijn huismerk groente en fruit
Beter voor Kip, Natuur en Boer	Albert Heijn huismerk kippenvlees

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

Huiskmerkfactor

Een supermarkt is verantwoordelijk voor zijn hele assortiment. In de praktijk geven supermarkten soms alleen informatie over producten van het huiskmerk. Om die informatie onderling vergelijkbaar te maken wordt een huiskmerkfactor toegepast. Als een supermarkt op een bepaald onderwerp alleen over huiskmerken rapporteert en niet aangeeft welk aandeel van de totale verkopen huiskmerkartikelen betreft, worden de punten voor dat onderwerp vermenigvuldigd met de huiskmerkfactor.

De huiskmerkfactor hangt af van het aandeel huiskmerkproducten in verhouding tot het totale assortiment volgens onderstaande tabel.

Aandeel huiskmerk	Huiskmerkfactor
0% - <30%	0.2
≥30% - <60%	0.4
≥60% - 100%	0.6

Zoals hierboven genoemd: als een supermarkt het aandeel huiskmerkproducten in totale *verkopen* zelf rapporteert, is de huiskmerkfactor gelijk aan dit aandeel. In andere gevallen bepalen de onderzoekers de huiskmerkfactor op basis van het assortiment in de Questionmark database.

Referenties

- Ahold Delhaize. 2022. 'Annual Report 2021'.
<https://www.aholddelhaize.com/investors/annual-reports/2021/>.
- CBL. 2019. 'Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022'. Centraal Bureau Levensmiddelenhandel.
<https://www.cbl.nl/app/uploads/2019/04/Brancheplan-Duurzaam-Verpakken-2019-2022.pdf>.
- Distrifood. 2021. 'Marktaandeelen'. Distrifood. 2021.
<https://www.distrifood.nl/food-data/marktaandeelen>.
- EC. 2022. 'Law to Fight Global Deforestation and Forest Degradation'. Text. European Commission - European Commission. 2022.
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7444.
- European Union. 2020. 'From Farm to Fork: Our Food, Our Health, Our Plan'. Text. European Commission - European Commission. 2020.
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_20_908.
- FNLI/CBL/NVG. 2015. 'Brancheplan verduurzaming verpakkingen 2015 – 2017'.
https://www.fnli.nl/wp-content/uploads/2015/01/FNLI_CBL_NVG_BVP_juni-2015.pdf.
- FoodPersonality. 2022. 'Online supermarktbestedingen normaliseren, maar Picnic groeit door'. *FoodPersonality* (blog). 16 juni 2022.
<https://www.foodpersonality.nl/online-supermarktbestedingen-normaliseren-picnic-groeit/>.
- IDH. 2020. 'European Soy Monitor 2018'. The Sustainable Trade Initiative.
<https://www.idhsustainabletrade.com/publication/european-soy-monitor-2018/>.
- Klimaatberaad. 2019. 'Klimaatakkoord'. Den Haag: Klimaatberaad.
<https://www.klimaatakkoord.nl/documenten/publicaties/2019/06/28/klimaatakkoord>.
- Louis Bolk Instituut. 2017. 'Maatregelen Natuurinclusieve landbouw'. 2017–024. Driebergen: Louis Bolk Instituut.
<https://www.louisbolk.nl/publicaties/maatregelen-natuurinclusieve-landbouw>.
- Milieu Centraal. 2023. 'Keurmerkenwijzer'. januari 2023. <https://keurmerkenwijzer.nl/>.
- MinlenW. 2018. 'Transitieagenda Biomassa en voedsel'. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/01/15/bijlage-5-transitieagenda-biomassa-en-voedsel>.
- MinlenW. 2019. 'Plastic Pact NL 2019-2025'. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/brieven/2019/02/20/bijlage-1-plastic-pact-nl-koplopers-gaan-voor-meer-met-minder-plastic-in-de-circulaire-economie>.
- MinLNV. 2019. 'Realisatieplan Visie LNV: Op weg met nieuw perspectief'. Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2019/06/17/realisatieplan-visie-inv-op-weg-met-nieuw-perspectief>.
- MinLNV. 2022a. 'Nieuwe Commissievoorstellen en initiatieven van de lidstaten van de Europese Unie'. Text. 2022. <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail>.
- MinLNV. 2022b. 'Programma Stikstofreductie en Natuurverbetering 2022-2035'.
<https://www.rvo.nl/sites/default/files/2022-12/Programma-Stikstofreductie-en-Natuurverbetering.pdf>.
- MinLNV. 2022c. 'Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (XIV) en het Diergezondheidsfonds (F) voor het jaar 2022'. Text. 2022.
https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail.

- MinLNV & MinVWS. 2022. 'Adviesaanvraag LNV en VWS over Eiwittransitie - Adviesaanvraag - Gezondheidsraad'. Ambtsbericht. Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. 15 maart 2022.
<https://www.gezondheidsraad.nl/documenten/adviesaanvragen/2022/03/15/adviesaanvraag-lnv-en-vws-over-eiwittransitie>.
- PBL. 2020. 'Voedselconsumptie veranderen: bouwstenen voor beleid om duurzamere eetpatronen te stimuleren'. 4044. Planbureau voor de Leefomgeving.
<https://www.pbl.nl/publicaties/voedselconsumptie-veranderen>.
- PHE. 2020. 'An analysis of the role of price promotions on the household purchases of food and drinks high in sugar, and purchases of food and drinks for out of home consumption'.
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/947412/Sugar_Reduction_analysis_of_price_promotions_on_the_household_purchases_of_food_and_drinks_high_in_sugar__4_.pdf.
- Questionmark. 2022. 'Superlist Research Framework'. Haan, Gustaaf, Willem van Engen, Deborah Winkel, en Charlotte Linnebank. Stichting Questionmark.
<https://thequestionmark.io/QMResearchFrameworkSuperlijst.v1.0.2022.pdf>.
- Rijksoverheid. 2020. 'Uitvoeringsprogramma Toekomstvisie gewasbescherming 2030'.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2020/09/28/uitvoeringsprogramma-toekomstvisie-gewasbescherming-2030>.
- Rijksoverheid. 2022. 'Coalitieakkoord "Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst"'. Rijksoverheid.
<https://open.overheid.nl/repository/ronl-f3cb0d9c-878b-4608-9f6a-8a2f6e24a410/1/pdf/coalitieakkoord-2021-2025.pdf>.
- Rijksoverheid. z.d. 'Klimaatbeleid - Klimaatverandering - Rijksoverheid.nl'. Onderwerp. Ministerie van Algemene Zaken. Geraadpleegd 24 januari 2023a.
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/klimaatverandering/klimaatbeleid>.
- Rijksoverheid. z.d. 'Voortgang klimaatdoelen - Klimaatverandering - Rijksoverheid.nl'. Onderwerp. Ministerie van Algemene Zaken. Geraadpleegd 23 november 2022b.
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/klimaatverandering/voortgang-klimaatdoelen>.
- RIVM. 2016. 'Voedselconsumptiepeiling: Vlees en vleesproducten'. 2016.
<https://www.wateetnederland.nl/resultaten/voedingsmiddelen/consumptie/vlees>.
- RIVM. 2020. 'Milieubelasting voedingsmiddelen'. 7 juni 2020.
https://statline.rivm.nl/portal.html?_catalog=RIVM&tableId=50060NED.
- RIVM. 2023. 'Conclusies | Wat eet Nederland'. 2023.
<https://www.wateetnederland.nl/conclusies>.
- Rli. 2018. 'Duurzaam en gezond: samen naar een houdbaar voedselsysteem'. Raad voor de leefomgeving en infrastructuur.
<https://www.rli.nl/publicaties/2018/advies/duurzaam-en-gezond>.
- Voedingscentrum. 2019. 'Naar een meer plantaardig voedingspatroon (2de herziene druk)'. Den Haag.
<https://www.voedingscentrum.nl/Assets/Uploads/voedingscentrum/Documents/Consumenten/Encyclopedie/Brondocument%20-%20Naar%20een%20meer%20plant%20aardig%20voedingspatroon%20-%20Voedingscentrum.pdf>.
- Voedingscentrum. 2020. 'Richtlijnen Schijf van Vijf (6e druk)'. Voedingscentrum.
<https://www.voedingscentrum.nl/professionals/schijf-van-vijf/richtlijnen-schijf-van-vijf.aspx>.
- Voedingscentrum. 2021. 'Wat zijn peulvruchten en hoe maak ik ze klaar?' 14 januari 2021.
<https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/gezonde-voeding-en-voedingsstoffen/wat-zijn-peulvruchten-en-hoe-maak-ik-ze-klaar-.aspx>.
- Willett, Walter, Johan Rockström, Brent Loken, Marco Springmann, Tim Lang, Sonja Vermeulen, Tara Garnett, e.a. 2019. 'Food in the Anthropocene: The EAT–Lancet Commission on Healthy Diets from Sustainable Food Systems'. *The Lancet* 393 (10170): 447–92. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4).
- WUR. 2022. 'Minder voedselverspilling in supermarkten'. WUR. 14 maart 2022.
<https://www.wur.nl/nl/onderzoek-resultaten/onderzoeksinstituten/food-biobased-research/show-fbr/nederlandse-supermarkten-maken-voedselverspilling-inzichtelijk>.

f00dwa5-1.htm.
WWF. 2021. 'WWF Palm Oil Buyers Scorecard - POBS'. 2021.
<https://palmoilscorecard.panda.org/>.