

"Supermarkten stimuleren plantaardiger en duurzamer voedingspatroon te weinig"

nieuws

De Belgische supermarkten hebben nog veel marge om een plantaardiger en duurzamer voedingspatroon te stimuleren bij klanten. Het Superlijst Milieu-onderzoek, waaraan onder meer Rikolto, Test Aankoop en Bond Beter Leefmilieu meewerkten, besluit dat er enkele goede initiatieven zijn, maar dat er in de winkels te weinig stimulansen zijn om minder vlees en meer plantaardig te eten. "Dat is een cruciale stap om de milieu-impact van ons eetpatroon te verkleinen", klinkt het.

🕒 22 NOVEMBER 2022 – LAATST BIJGEWERKT OM 22 NOVEMBER 2022 13:32

Lees meer over:

klimaat

duurzaam

supermarkt

consument



Wat doen supermarkten om plantaardige en duurzaam geproduceerde voeding te stimuleren, en om ontbossing en voedselverspilling tegen te gaan? De Nederlandse denktank Questionmark ging voor het onderzoek na wat Colruyt, Delhaize, Carrefour, Aldi en Lidl vandaag al doen voor deze thematiek, door het assortiment, de winkelomgeving, de promoties en het beleid onder de loep te nemen. Die vijf supermarkten hebben in ons land een marktaandeel van 80 procent, en hebben zo "een grote impact op wat en hoe wij eten".

In de supermarkten wordt, volgens het Superlijst-onderzoek, nog te weinig moeite gedaan om het makkelijk te maken voor klanten om minder vlees en meer plantaardig te eten. Zo bevatten twee op de drie kant-en-klaarmaaltijden vlees of vis, 4 procent van de onderzochte kant-en-klaarmaaltijden is volledig plantaardig en in de folders hebben zeven op de tien onderzochte aanbiedingen vlees of vis als hoofdingrediënt. Kant-en-klare vleesproducten zoals schnitzels, burgers en worsten worden bovendien vooral in grote porties verkocht van meer dan 150 gram.

Nog veel potentieel

Voor de onderzoekers laten de winkels dus nog veel kansen liggen. Zo zijn er wel interessante initiatieven om een meer plantaardig voedingspatroon te stimuleren, maar ontbreken concrete doelstellingen. De supermarkten hebben momenteel ook geen doelen gesteld om het aandeel verkochte plantaardige eiwitten te vergroten. "Ze hebben cruciale hefboomen in handen om de shift naar meer plantaardige voeding te versnellen", zegt Heleen De Smet van Bond Beter Leefmilieu. "Hoe ze de winkel indelen, welke recepten ze aanbevelen en welke promoties ze doorvoeren: de kansen zijn talrijk, en supermarkten dienen hun verantwoordelijkheid op te nemen."

Duurzaam is niet de norm

De organisaties wijzen erop dat supermarkten niet garanderen dat hun volledige assortiment op een duurzame wijze geproduceerd is. Consumenten moeten dus zelf actief op zoek naar duurzame producten binnen het assortiment. "Bij Aldi en Lidl is er zelfs geen enkele duurzame optie beschikbaar in de helft van de onderzochte productgroepen. Ook in de beleidsrapportering is er weinig tot geen transparantie over de oorsprong, het vervoer of de teeltwijze van de verkochte producten. Sommige supermarkten zijn wel transparant over de certificering van vis", klinkt het. Daarom denken de betrokken organisaties aan de veralgemening van een milieuscore, vergelijkbaar met de Nutriscore.

De productie van soja voor veevoeding, palmolie en cacao is verantwoordelijk voor een groot deel van wereldwijde ontbossing, stellen de organisaties verder. "In het algemeen ontbreekt het aan transparantie over de oorsprong van deze ingrediënten. Supermarkten hebben ook weinig actieplannen om het risico van ontbossing te verminderen. De aanwezige actieplannen focussen daarbij vaak enkel op de eigen huismerken en bieden vaak niet de beste waarborg tegen ontbossing", luidt het. Zo zien ze een rol weggelegd voor het aankoopbeleid, waarbij toeleveranciers zich kunnen engageren om te verzekeren dat alle producten "ontbossingsvrij" zijn.

“**Als we de beste praktijken van alle supermarkten zouden bundelen, zetten we meteen een grote stap voorwaarts**

Jelle Goossens - Rikolto

Voedselverspilling op de radar, doelstellingen ontbreken

De supermarkten komen nu en dan toch op de proppen met acties tegen voedselverspilling en voedselverlies. Maar opnieuw gaan die acties niet gepaard met duidelijke definities, meetbare doelstellingen en rapportage over die doelstellingen. Delhaize is de enige keten die een actieplan heeft met deze drie elementen. "Met een ambitieuzere aanpak en gerichte doelstellingen zouden de andere supermarkten beter kunnen rapporteren over de impact van hun acties tegen voedselverspilling."

In het Superlijst Milieu-klassement zijn Lidl en Delhaize de algemene koplopers, maar eigenlijk zijn de verschillen tussen de supermarkten klein.

Opmerkelijk is dat de supermarkten wel sterk verschillen binnen de deelonderwerpen: eiwittransitie, duurzame landbouw (incl. ontbossing) en voedselverspilling. In de transitie naar minder vlees en meer plantaardig doet Delhaize het beduidend beter dan Lidl, Aldi en Carrefour. Ook bij beleid tegen voedselverspilling staat Delhaize al een stapje verder. Bij acties voor duurzame landbouw en tegen ontbossing loopt Delhaize dan weer achter, terwijl Carrefour, Aldi en vooral Lidl vooroplopen in België. Colruyt zit voor elk onderwerp in de middenmoot. Bottom line voor de onderzoekers is dat elke supermarkt nog "erg veel ruimte voor verbetering" heeft. "Supermarkten erkennen hun verantwoordelijkheid in de verduurzaming van het voedselsysteem, dat zien we in enkele veelbelovende initiatieven. Als we de beste praktijken van alle supermarkten zouden bundelen, zetten we meteen een grote stap voorwaarts", zegt Rikolto-woordvoerder Jelle Goossens. Op donderdag 8 december organiseert het consortium rond Superlijst de 'Superdialoog', een publiek panelgesprek tussen supermarkten, beleid, ngo's, wetenschappers en burgers. Daarnaast start Rikolto samen met KU Leuven, UGent, Gondola en The Shift een lerend netwerk voor supermarkten om goede praktijken en nieuwe wetenschappelijke inzichten te delen over duurzaamheid in retail.

Bron: Eigen verslaggeving / Belga

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)