



## EKO-tellingen in de supermarkt 2011

*Mede mogelijk gemaakt met steun van het Ministerie van Buitenlandse Zaken (SBOS)*

3 november 2011

**Voor het veertiende opeenvolgende jaar heeft Milieudefensie het aantal biologische en fairtrade producten in de schappen van de supermarkt geteld. Met de EKO-tellingen in honderden supermarkten verspreid over heel Nederland, stimuleert Milieudefensie de verbreding van het assortiment duurzame producten in de supermarkt. Naast dat consumenten natuurlijk terecht kunnen in natuurvoedingswinkels en andere speciaalzaken is het supermarktkanaal van belang voor de verdere groei van de biologische en fairtrade aankopen door het brede publiek.**

Milieudefensie wil met de jaarlijkse tellingen inzicht krijgen in de beschikbaarheid van duurzaam geproduceerd voedsel in de winkelschappen en bijdragen aan het stimuleren van de groei van dit aanbod. Door het onderzoek jaarlijks te herhalen ontstaat een trendbeeld. Naast de speciaalzaken spelen de supermarkten een cruciale rol bij het vergroten van de markt voor biologisch en fairtrade voedsel. Biologische producten - herkenbaar aan diverse keurmerken<sup>1</sup> - zijn met respect voor dier, natuur en milieu geproduceerd. De boer krijgt een eerlijke prijs en er wordt géén gebruik gemaakt van landbouwgif, kunstmest en gentech. Fairtrade producten<sup>2</sup> zijn onder eerlijke voorwaarden geproduceerd in het Zuiden en ingekocht voor een eerlijke prijs voor de boer.

### **EKO-tellingen: de methode**

Meer dan 200 vrijwilligers hebben aan de hand van een speciale telkaart het aantal biologische en fairtrade producten per supermarktfiliaal geteld. Alleen producten die daadwerkelijk in het schap lagen zijn meegeteld. De tellingen vonden plaats tussen 25 augustus en 30 september. In totaal zijn er 27 verschillende supermarktketens bezocht die meer dan 20 filialen in Nederland hebben. De getelde supermarkten zijn willekeurig gekozen door de vrijwilligers in het hele land. Er zijn meer dan 600 filialen door onze vrijwilligers geteld. Na ontdebelling en controle zijn er 579 geldig getelde filialen, en daarmee maakt 14% van alle supermarktfilialen in Nederland deel uit van ons onderzoek.

### **Belangrijkste bevindingen van de EKO-tellingen 2011**

Het *Jumbo-filiaal aan de Boumaboulevard* in Groningen is de winnaar van de EKO-Award én de Fair Trade Award 2011! Dit Jumbo-filiaal heeft het grootste aanbod aan biologische en het grootste aanbod fairtrade producten in Nederland, 1062 EKO producten en 297 fairtrade producten. Vijf jaar lang was het Plus-filiaal in Amersfoort de winnaar van de EKO-Award, een ongekend goede prestatie, maar deze ondernemer moet dit jaar helaas genoegen nemen met de tweede prijs (1024 biologische producten). Wij feliciteren de winnaar en de andere toppers in de top 10 met hun prestatie.

Het aanbod van biologische en fairtrade producten in de supermarktschappen is afgelopen jaar met recordsnelheid gestegen. Fairtrade met maar liefst 40%. En het aanbod biologische producten met maar liefst 30%. Gemiddeld liggen er nu 116 biologische producten en 28

<sup>1</sup> Getelde keurmerken: het EKO-keurmerk, het AB of Agriculture Biologique, het Bio-garantielabel, het (nieuwe) EU-logo voor biologische landbouw en het Duitse Bio-Siegel

<sup>2</sup> Getelde fairtrade logo's: Max Havelaar fairtrade en Fair Trade Original

fairtrade producten in het Nederlandse winkelschap. Wij zijn verheugd over deze snelle verbetering van de assortimenten. Bij een verondersteld assortiment van 30 duizend producten in een Nederlandse supermarkt blijven de aangetoonde aantallen duurzame producten helaas toch nog een druppel op de gloeiende plaat.

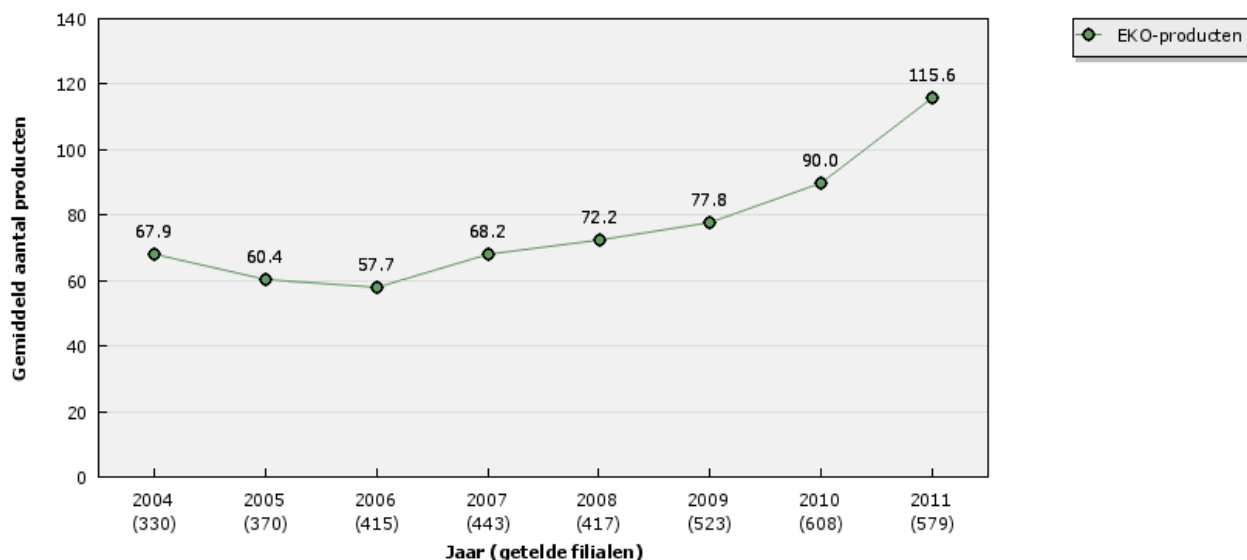
De verschillen in aanbod tussen de supermarktketens en zeker ook tussen filialen onderling, zijn groot. Dit toont aan dat er niet alleen nog veel groei mogelijk is, maar dat duurzaamheid ook sterk afhankelijk is van de persoonlijke inzet van de individuele bedrijfsleider en filiaalhouder. Wij zijn benieuwd of het de supermarkten lukt om via het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO-beleid) van de holdings het niveau van alle filialen omhoog te krijgen. De filialen die voorop lopen tonen inmiddels al jarenlang aan dat fairtrade en biologisch bedrijfseconomisch uit kunnen en daarbij een structurele groei laten zien. Wij wensen de supermarkten ook komend jaar weer veel succes met hun inspanningen voor een groter aandeel biologisch en fairtrade op de schappen.

## Biologisch aanbod in de supermarkt stijgt

Gemiddeld liggen er nu 116 biologische producten in de Nederlandse supermarkt, een stijging van 30% ten opzichte van vorig jaar bij de getelde supermarkten. Daarmee is het aantal biologische producten in supermarkten op het hoogste punt ooit beland.

### Meerjarentrend Nederland - Gemiddeld aantal EKO-producten

Milieudefensie EKO-tellingen 2004-2011

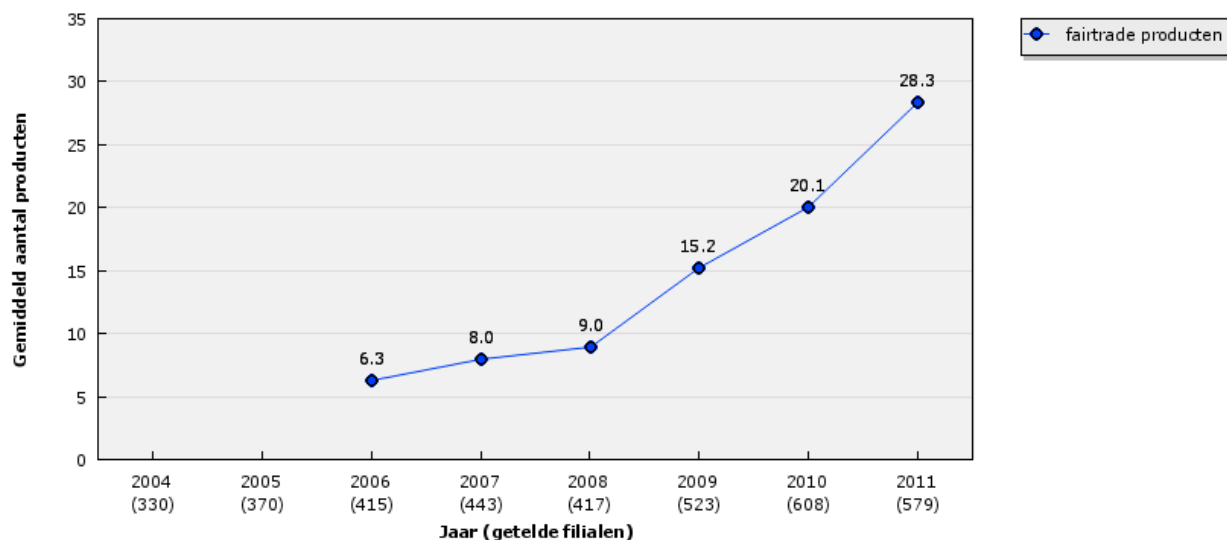


## Aanbod Fair Trade stijgt in 2011

Het gemiddelde aanbod fairtrade producten in Nederlandse supermarkten stijgt dit jaar van 20 naar 28 producten, een stijging van ruim 40%, een record in de geschiedenis van de ons onderzoek.

### Meerjarentrend Nederland - Gemiddeld aantal fairtrade producten

Milieudefensie EKO-tellingen 2004-2011



## Plus en Jumbo: supermarktketens met de meeste biologische producten

*Plus* blijft de aanvoerder van de ranglijst supermarktketens met de meeste biologische producten. Gemiddeld zijn bij *Plus* supermarkten 240 biologische producten te vinden, 30 producten meer dan vorig jaar. De *Jumbo* is de runner-up waar gemiddeld 232 producten te vinden zijn. Opvallend is hoe *Plus* en *Jumbo* al jarenlang een gelijke stijging vertonen (dit jaar beide +15%), waarbij de *Plus* de *Jumbo* telkens ongeveer 10 biologische producten voorblijft.

Op de derde plaats staat *Hoogvliet* met een gemiddeld aantal biologische producten van 188 in de winkel. Ten opzichte van vorig jaar is het aanbod bij *Hoogvliet* bijna verdubbeld. *Hoogvliet* heeft daarmee de *Coop*, die vorig jaar op deze plaats stond verdreven. *Albert Heijn* staat weer net als vorig jaar op de vierde plaats met 182 producten. Het is verheugend dat *AH to go* met 12 producten nu acht keer zo veel producten in de schappen heeft liggen als vorig jaar.

De meeste ketens zijn in aanbod gestegen, de enige daler in ons klassement is de *Aldi*.

## Ranking biologisch 2011\*

2011 (2010)	Supermarktketen	Producten 2011 (producten 2010)
<b>1</b> (1)	Plus	<b>240</b> (210)
<b>2</b> (2)	Jumbo	<b>232</b> (200)
<b>3</b> (7)	Hoogvliet	<b>188</b> (99)
<b>4</b> (4)	Albert Heijn	<b>182</b> (156)
<b>5</b> (6)	Super de Boer	<b>177</b> (132)
<b>6</b> (3)	Coop	<b>170</b> (165)
<b>7</b> (5)	Supercoop	<b>141</b> (134)
<b>8</b> (8)	Dekamarkt	<b>133</b> (98)
<b>9</b> (11)	Bas van der Heijden	<b>112</b> (89)
<b>9</b> (16)	Em-Té	<b>112</b> (46)
<b>11</b> (-)	Deen	<b>111</b> (-)
<b>12</b> (10)	Dirk van den Broek	<b>110</b> (93)
<b>13</b> (12)	C1000	<b>109</b> (83)
<b>14</b> (17)	Spar	<b>108</b> (45)
<b>15</b> (9)	Vomar	<b>100</b> (94)
<b>16</b> (14)	Poiesz	<b>99</b> (50)
<b>17</b> (13)	Jan Linders	<b>92</b> (67)
<b>18</b> (15)	Boni	<b>76</b> (46)
<b>19</b> (18)	MCD	<b>63</b> (36)
<b>20</b> (21)	Nettorama	<b>13</b> (5)
<b>21</b> (22)	AH to go	<b>12</b> (2)
<b>22</b> (20)	Lidl	<b>11</b> (8)
<b>23</b> (22)	Aldi	<b>1</b> (2)

\* Sommige ketens die voorgaande jaren nog in de top twintig stonden komen nu niet meer in het overzicht voor. Dit komt omdat we voor een significante score alleen die ketens meetellen waarvan minstens tien filialen óf 10% van de filialen zijn geteld. Omdat onze vrijwilligers de filialen willekeurig kiezen, kunnen we hier weinig invloed op uitoefenen.

Voor de consument die een duurzaam boodschappenmandje komt vullen, is het van belang dat hij/zij bij een bepaalde supermarkt kan rekenen op een voldoende divers aanbod om zijn/haar duurzame boodschappenmandje te vullen. Hierin constateren wij tussen de supermarktketens grote verschillen. Bij *Albert Heijn* bijvoorbeeld is de breedte van het biologisch assortiment terug te vinden in vrijwel alle winkels. Bij *Plus* en *Jumbo* is er sprake van een voorlopersgroep van grote filialen met veel duurzame producten terwijl andere filialen relatief weinig biologisch aanbieden. Als je als klant een *Albert Heijn* binnenstapt weet je op die manier beter waar je op kan rekenen als je duurzaam boodschappen komt doen. Bij *Plus* en *Jumbo* kan je verrast worden omdat een filiaal veel minder duurzame producten kan hebben dan je op grond van het aanbod in zusterfilialen verwacht. De duurzame klant is er bij gebaat als alle winkels van een keten een vergelijkbaar basispakket duurzame producten in het assortiment hebben. De duurzame klant grijpt dan niet mis als hij een volledig faire en biologische maaltijd wil samenstellen.

## Jumbo: de grootste in Fair Trade

*Jumbo* scoort wederom het best met een aanbod van gemiddeld 66 fairtrade producten, een lichte daling ten opzichte van 2010.

De *Plus* heeft met Fair Trade een enorme inhaalslag gemaakt en staat nu met 63 producten slechts 3 producten achter de *Jumbo*. Het fairtrade aanbod van de *Plus* nam toe met 80%. Vorig jaar stond de *Albert Heijn* nog op de derde plaats, nu staat daar de *Em-Té* met gemiddeld 57 producten. De *Albert Heijn* is, met een gemiddelde van 32 producten, gezakt naar de tiende plaats. De *Albert Heijn* bleef dan ook, geheel tegen de trend in, steken op exact hetzelfde aanbod als vorig jaar. De overige ketens lieten allemaal een (sterke) groei van het aanbod van fairtrade producten zien (zie bijlage 2).

Bijna alle supermarkten hebben een stijging in hun aanbod van fairtrade producten, met uitzondering van *Jumbo*, *Albert Heijn* en *Lidl*. Het is jammer dat voorbeeldsupermarkt op het terrein van fairtrade, koploper *Jumbo*, zijn voorsprong ten opzichte van de concurrentie voor een groot deel heeft prijsgegeven. In het landelijk klassement daalt *Jumbo* met vier producten naar 66 fairtrade producten per winkel. *Jumbo* houdt een lichte voorsprong over op de nummer 2 van het klassement, supermarktketen *Plus*, die gemiddeld 63 producten in de schappen heeft liggen. In één jaar tijd heeft de *Plus* zijn fairtrade aanbod vergroot met maar liefst 80%, een grote prestatie, maar net niet genoeg voor de eerste plaats.

### Ranking Fair Trade 2011 \*

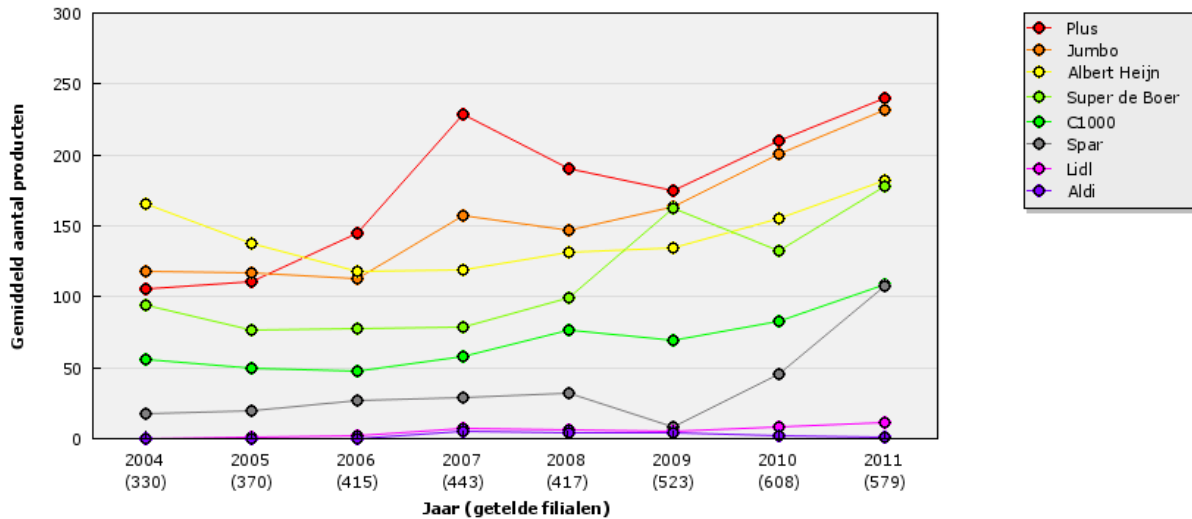
2011 (2010)	Supermarktketen	Producten 2011 (producten 2010)
1 (1)	Jumbo	66 (69)
2 (2)	Plus	63 (35)
3 (5)	Em-Té	57 (24)
4 (-)	Deen	45 (-)
5 (5)	Dekamarkt	41 (28)
5 (9)	Hoogvliet	41 (20)
7 (7)	MCD	40 (22)
8 (16)	Poiesz	38 (12)
9 (12)	Coop	35 (17)
10 (11)	Bas van der Heijden	32 (18)
10 (3)	Albert Heijn	32 (32)
12 (10)	Supercoop	31 (19)
13 (5)	Super de Boer	30 (24)
14 (19)	Jan Linders	29 (9)
15 (15)	Vomar	26 (15)
15 (8)	Dirk van den Broek	26 (21)
17 (15)	Spar	25 (14)
18 (13)	C1000	24 (16)
19 (17)	Boni	22 (10)
20 (21)	Nettorama	13 (6)
21 (17)	Lidl	9 (10)
22 (22)	AH to go	3 (1)
23 (23)	Aldi	0 (0)

\* Sommige ketens die voorgaande jaren nog in de top twintig stonden komen nu niet meer in het overzicht voor. Dit komt omdat we voor een significante score alleen die ketens meetellen waarvan minstens tien filialen óf 10% van de filialen zijn geteld. Omdat onze vrijwilligers de filialen willekeurig kiezen, kunnen we hier weinig invloed op uitoefenen.

## Meerjarentrend biologisch van de grootste Nederlandse supermarktketens

### Meerjarentrend supermarktketens - Gemiddeld aantal EKO-producten

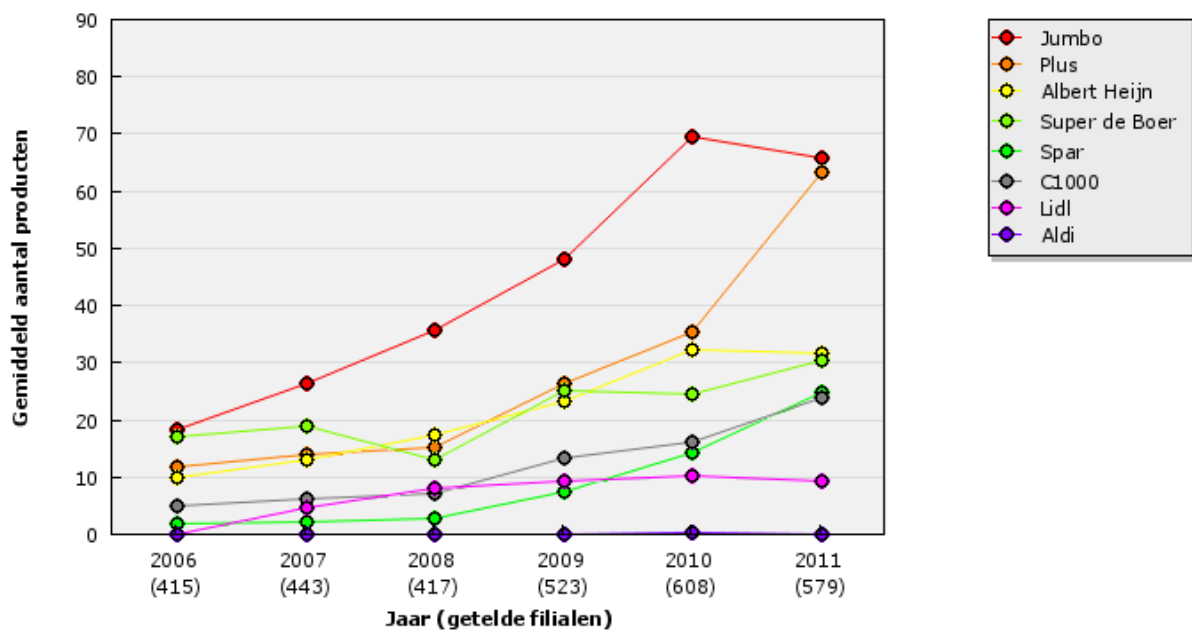
Milieudefensie EKO-tellingen 2004-2011



## Meerjarentrend Fair Trade van de grootste Nederlandse supermarktketens

### Meerjarentrend supermarktketens - Gemiddeld aantal fairtrade producten

Milieudefensie EKO-tellingen 2006-2011



## Winnaar EKO-Award en Fair Trade-Award

De *Jumbo* aan de Boumaboulevard in Groningen wint dit jaar zowel de EKO-Award als de Fairtrade-Award. Met 1069 biologische producten en 297 fairtrade producten is dit een terechte winnaar van het jaar 2011.

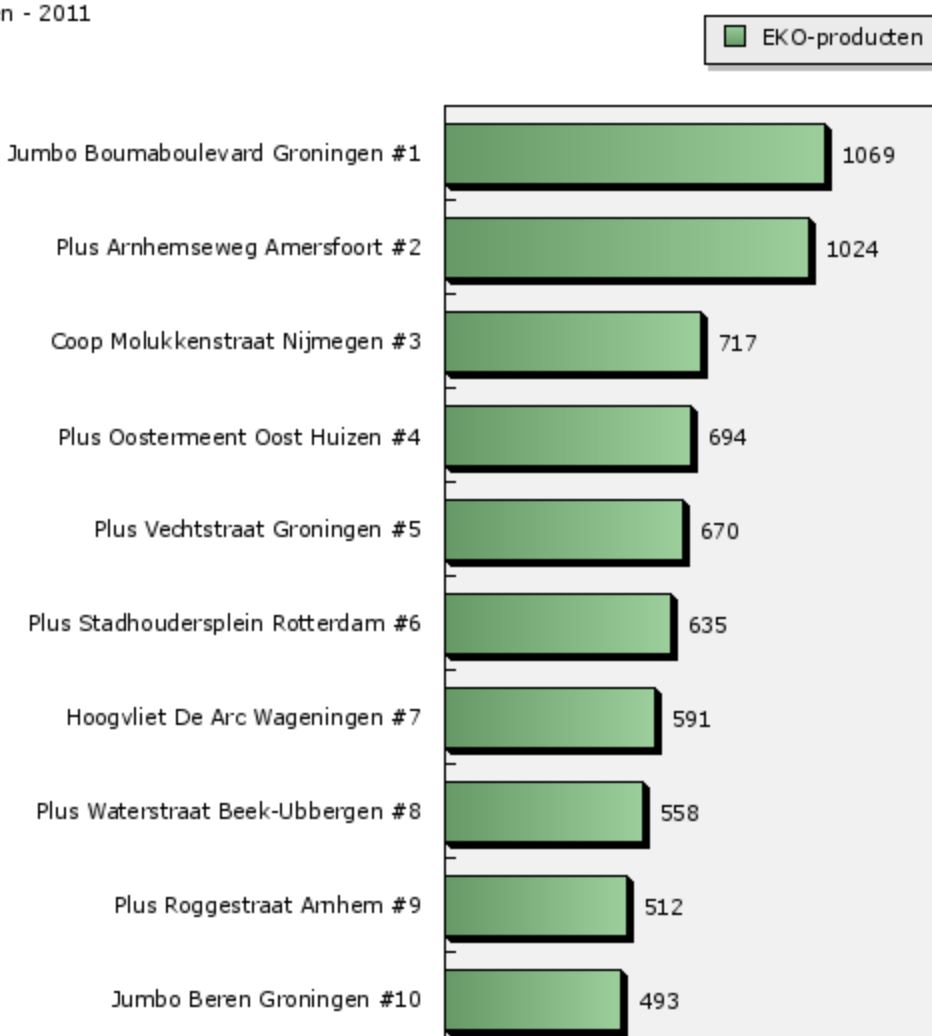
### Top tien filialen biologische producten

Op de eerste plaats staat een *Jumbo* met 1069 biologische producten en op de tweede plaats staat een *Plus* met 1024 producten. De *Plus* staat zes keer genoteerd in de top 10.

Op de derde plaats staat een *Coop* met 717 producten. Het gat tussen de koplopers *Jumbo* en *Plus* en deze nummer drie is aanzienlijk groot, namelijk ruim 300 producten, bijna een derde van het totaal van de koplopers. Hier is nog een wereld te winnen. *Jumbo* Beren uit Groningen staat op de tiende plaats met 493 producten. Verder is er in de top tien nog plaats voor een *Hoogvliet*-filiaal uit Wageningen, met 599 producten op plaats 7.

### Nederland - Top 10 filialen met EKO-producten

Milieudefensie EKO-tellingen - 2011

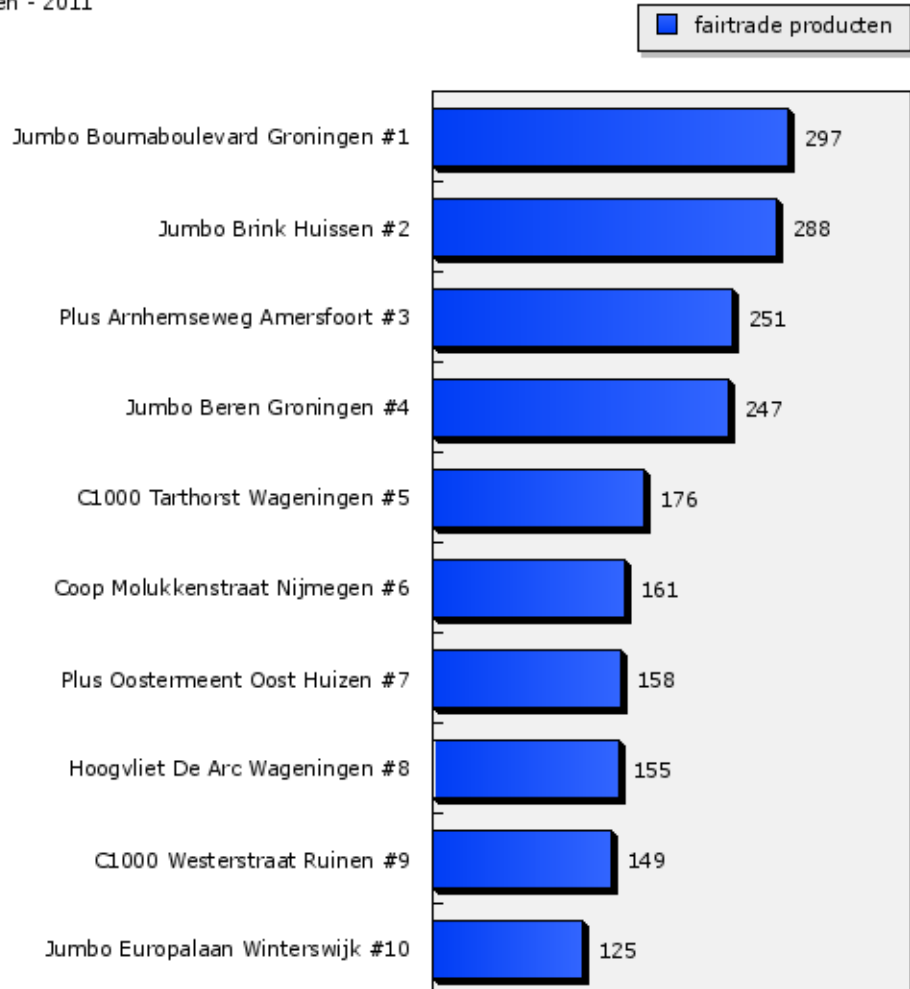


### Top tien filialen fairtrade producten

De *Jumbo* aan de Boumaboulevard in Groningen verkoopt de meeste fairtrade producten. Met 297 producten zijn dit 8 producten meer dan de winnaar van vorig jaar. De *Jumbo* in Huissen en de *Plus* in Amersfoort volgen. In tegenstelling tot vorig jaar komt de *Albert Heijn* niet in de top tien voor. In plaats daarvan zijn de *C1000* en *Hoogvliet* uit Wageningen en de *Coop* uit Nijmegen in de top 10 gekomen.

### Nederland - Top 10 filialen met fairtrade producten

Milieudefensie EKO-tellingen - 2011



## Bijlage 1: Meerjarentrend EKO-aanbod van de landelijke supermarktketens

# Supermarktketen	2011	NL	zocht	gemiddeld	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
<b>TOTAAL</b>	<b>579</b>	<b>4073</b>	<b>14%</b>	<b>115.6*</b>	<b>128%</b> <b>(115.6)*</b>	<b>100%</b> <b>(90.0)*</b>	<b>86%</b> <b>(77.8)*</b>	<b>80%</b> <b>(72.2)*</b>	<b>76%</b> <b>(68.2)*</b>	<b>64%</b> <b>(57.7)*</b>	<b>67%</b> <b>(60.4)*</b>	<b>75%</b> <b>(67.9)*</b>
<b>1 Plus</b>	47	269	17%	240	114%	100%	83%	91%	109%	69%	53%	50%
<b>2 Jumbo</b>	44	223	20%	232	116%	100%	82%	73%	78%	56%	59%	59%
<b>3 Hoogvliet</b>	12	60	20%	188	190%	100%	138%	46%	30%	32%	40%	55%
<b>4 Albert Heijn</b>	132	770	17%	182	117%	100%	86%	84%	77%	76%	89%	106%
<b>5 Super de Boer</b>	11	136	8%	177	134%	100%	123%	75%	59%	59%	58%	71%
<b>6 Coop</b>	22	113	19%	170	103%	100%	57%	77%	28%	53%	46%	54%
<b>7 Supercoop</b>	6	38	16%	141	105%	100%	66%	71%	63%	6%	-	-
<b>8 Dekamarkt</b>	12	86	14%	133	136%	100%	93%	106%	88%	81%	94%	93%
<b>9 Bas van der Heijden</b>	5	27	19%	112	126%	100%	104%	108%	69%	73%	63%	24%
<b>9 Em-Té</b>	12	107	11%	112	241%	100%	78%	72%	70%	108%	134%	155%
<b>11 Deen</b>	11	61	18%	111	155%	100%	97%	80%	105%	67%	98%	97%
<b>12 Dirk van den Broek</b>	18	53	34%	110	118%	100%	91%	84%	85%	98%	102%	60%
<b>13 C1000</b>	53	400	13%	109	131%	100%	83%	92%	70%	57%	60%	67%
<b>14 Spar</b>	19	320	6%	108	239%	100%	17%	71%	64%	60%	44%	40%
<b>15 Vomar</b>	6	54	11%	100	106%	100%	104%	84%	125%	112%	111%	143%
<b>16 Poiesz</b>	6	59	10%	99	197%	100%	53%	53%	72%	46%	97%	113%
<b>17 Jan Linders</b>	6	55	11%	92	137%	100%	59%	91%	95%	99%	112%	144%
<b>18 Boni</b>	5	34	15%	76	164%	100%	102%	92%	110%	38%	44%	57%
<b>19 MCD</b>	9	31	29%	63	174%	100%	51%	93%	126%	-	80%	117%
<b>20 Nettorama</b>	6	30	20%	13	260%	100%	62%	105%	89%	91%	80%	40%
<b>21 AH to go</b>	16	48	33%	12	817%	100%	141%	122%	133%	333%	291%	219%
<b>22 Lidl</b>	49	346	14%	11	138%	100%	68%	70%	91%	26%	15%	-
<b>23 Aldi</b>	53	488	11%	1	56%	100%	166%	171%	239%	22%	8%	21%

## Bijlage 2: Meerjarentrend Fair Trade-aanbod van de landelijke supermarktketens

# Supermarktketen	2011	NL	zocht	gemiddeld	2011	2010	2009	2008	2007	2006
<b>TOTAAL</b>	<b>579</b>	<b>4073</b>	<b>14%</b>	<b>28.3*</b>	<b>141%</b> <b>(28.3)*</b>	<b>100%</b> <b>(20.1)*</b>	<b>76%</b> <b>(15.2)*</b>	<b>45%</b> <b>(9.0)*</b>	<b>40%</b> <b>(8.0)*</b>	<b>31%</b> <b>(6.3)*</b>
<b>1 Jumbo</b>	44	223	20%	66	94%	100%	69%	52%	38%	26%
<b>2 Plus</b>	47	269	17%	63	180%	100%	75%	43%	40%	34%
<b>3 Em-Té</b>	12	107	11%	57	234%	100%	44%	14%	13%	12%
<b>4 Deen</b>	11	61	18%	45	256%	100%	111%	52%	74%	29%
<b>5 Hoogvliet</b>	12	60	20%	41	206%	100%	68%	23%	26%	23%
<b>5 Dekamarkt</b>	12	86	14%	41	145%	100%	50%	27%	20%	16%
<b>7 MCD</b>	9	31	29%	40	181%	100%	69%	6%	6%	-
<b>8 Poiesz</b>	6	59	10%	38	309%	100%	44%	22%	20%	16%
<b>9 Coop</b>	22	113	19%	35	207%	100%	75%	56%	40%	37%
<b>10 Bas van der Heijden</b>	5	27	19%	32	184%	100%	92%	63%	30%	23%
<b>10 Albert Heijn</b>	132	770	17%	32	97%	100%	72%	54%	40%	30%
<b>12 Supercoop</b>	6	38	16%	31	161%	100%	80%	51%	42%	23%
<b>13 Super de Boer</b>	11	136	8%	30	124%	100%	103%	54%	78%	70%
<b>14 Jan Linders</b>	6	55	11%	29	314%	100%	73%	40%	39%	36%
<b>15 Dirk van den Broek</b>	18	53	34%	26	128%	100%	103%	53%	33%	21%
<b>15 Vomar</b>	6	54	11%	26	168%	100%	109%	27%	32%	66%
<b>17 Spar</b>	19	320	6%	25	174%	100%	53%	20%	16%	14%
<b>18 C1000</b>	53	400	13%	24	148%	100%	83%	44%	38%	30%
<b>19 Boni</b>	5	34	15%	22	224%	100%	86%	41%	50%	39%
<b>20 Nettorama</b>	6	30	20%	13	212%	100%	184%	14%	16%	14%
<b>21 Lidl</b>	49	346	14%	9	90%	100%	89%	79%	46%	-
<b>22 AH to go</b>	16	48	33%	3	220%	100%	4%	-	-	-
<b>23 Aldi</b>	53	488	11%	0	-	100%	10%	-	-	-