



Boodschappenlijstje 2025

Inbreng supermarkt- en foodservicebranche voor de Tweede Kamerverkiezingen 2025



Aan de programmacommissie,

Hoe willen we handelen in een wereld die snel verandert? Die vraag zal de komende verkiezingen domineren. In deze tijd van geopolitieke spanningen, klimaatverandering en zorgen over bestaanszekerheid, kijken Nederlanders niet alleen naar de leiders in Den Haag en Europa, maar ook naar hun boodschappen en het effect op hun portemonnee.

Namens de Nederlandse supermarkten en foodservicebedrijven biedt het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) u graag ons Boodschappenlijstje aan voor de Tweede Kamerverkiezingen 2025. Deze lijst bevat concrete aanbevelingen over hoe dagelijkse boodschappen voor iedereen betaalbaar en toegankelijk blijven.

De supermarkt- en foodservicebranche staat midden in de samenleving. Iedere dag stemmen ruim vier miljoen mensen met hun hoofd, hart, voeten én hun portemonnee in de supermarkten, in de webshops en groothandels. Wij zien dagelijks wat inflatie betekent voor gezinnen en hoe politieke keuzes doorwerken in het winkelwagentje. Onze branche krijgt regelmatig de vraag: kan het niet goedkoper, gezonder en duurzamer? Ons antwoord is volmondig: ja. Maar alleen als we samenwerken vanuit realisme en ambitie.

Supermarkten en foodservices balanceren tussen stijgende kosten en dalende rendementen. Tussen maatschappelijke verwachtingen en economische grenzen. Tussen idealen en de rek van de keten. Dat lukt alleen met beleid dat ruimte laat voor gezond verstand, praktische keuzes en een eerlijk verdienmodel voor alle schakels in de keten.

Niet de prijs maakt het beleid, het beleid maakt de prijs. Zeker als deze leidt tot hogere kostprijzen en daarmee duurdere boodschappen.

Daarom vindt u op ons Boodschappenlijstje voorstellen die gestoeld zijn op praktijkervaring: wat werkt, wat motiveert burgers en hoe helpen we boeren en telers aan toekomstbestendige afzet? **We pleiten voor beleid dat betaalbaarheid bewaakt, gezonde keuzes stimuleert en duurzame investeringen belooft.**

Wat vandaag nog ambitie is, wordt morgen beleid, en overmorgen praktijk. Wij roepen u op: maak deze thema's onderdeel van uw programma.

Wij nodigen de politiek uit om samen met ons in gesprek te gaan en onze leden te bezoeken, zodat kunnen samenwerken aan gezamenlijke oplossingen voor onze gedeelde doelen.



Onze prioriteiten

- **Voer een Boodschappentoets uit om onnodige prijsstijgingen te voorkomen:** Met de Boodschappentoets meet je bij elk nieuw beleidsvoorstel direct de impact op de boodschappenprijs. Zo blijft voedsel betaalbaar en draaien burgers niet onnodig op voor extra kosten.
- **Laat werken lonen: verhoog het netto-inkomen, niet de loonkosten:** Verlaag de belastingdruk op arbeidsinkomen en introduceer loonkostensubsidies voor jongeren, zodat zij netto meer overhouden en werkgevers zonder extra risico vaste banen durven aan te bieden. Kort de verplichte loondoorbetaling bij ziekte in en maak deeltijdontslag en tijdelijke urenluitbreiding eenvoudiger, zodat werkgevers minder risico lopen en sneller vaste contracten aanbieden. Tegelijk verlaag je de marginale belastingdruk, zodat extra werken echt lonend wordt.
- **Stem fiscale maatregelen af op buurlanden:** Houd nieuwe btw-tarieven en heffingen gelijk met die van onze buurlanden, zodat consumenten niet massaal over de grens shoppen en lokale supermarkten hun concurrentiepositie behouden. Zo bescherm je de werkgelegenheid en het aanbod in grensregio's.
- **Verbied territoriale leveringsbeperkingen in de EU:** Voer een Europees verbod in op fabrikanten die leveringsrestricties opleggen, zodat supermarkten vrij kunnen inkopen bij de goedkoopste aanbieder in de interne markt. Dit bestrijdt kunstmatige prijsverschillen en houdt de dagelijkse boodschappen betaalbaar.
- **Gelijk speelveld in preventiebeleid:** Zorg dat supermarkten, horeca, fastfood, catering en online aanbieders onder dezelfde regels vallen, zodat consumenten niet uitwijken naar ongezonde alternatieven en gezonde keuzes vanzelfsprekend worden.
- **Communicatie Schijf van Vijf:** Sta supermarkten toe om in (digitale) schappen duidelijk te labelen welke producten binnen de Schijf van Vijf vallen, zodat ouders en andere consumenten in één oogopslag zien wat de gezonde opties zijn.
- **Integreer voedseleducatie:** Maak voedseleducatie een vast onderdeel van beleid door kinderen en volwassenen actief te laten koken, tuinieren en bedrijfsbezoeken te organiseren, zodat gezond gedrag van jongs af aan een dagelijkse gewoonte wordt.
- **Combineer gezond en duurzaam:** Voeg gezondheid en duurzaamheid samen in één integraal voedselbeleid (bijvoorbeeld met een lagere btw op groente, fruit en plantaardige producten) om zowel gezonde als milieuvriendelijke keuzes aantrekkelijker en betaalbaarder te maken.
- **Sociale norm NIX18:** Breid de NIX18-campagne uit naar ouders en vriendengroepen om de sociale norm rond jongeren en alcohol te veranderen, zodat naleving in winkels effect krijgt en minderjarigen minder gemakkelijk alcohol aangeboden krijgen.
- **Brede toegankelijkheid zelfzorggeneesmiddelen:** Steun advies op afstand voor klanten die hiervoor kiezen.
- **Ketenpremies beschermen:** Behoud en faciliteer vrijwillige ketenpremies voor boeren, verwerkers en retailers binnen EU-kaders, zodat investeren in klimaat, biodiversiteit en dierenwelzijn loont en verduurzaming niet wordt afgeremd.
- **Doelsturing en samenwerking:** Stuur op brede duurzaamheidsdoelen (klimaat, biodiversiteit, bodem, water) in plaats van op een enkel middel, en werk actief samen met marktpartijen die al integrale programma's voeren om echte vooruitgang te versnellen.
- **Administratieve lasten beperken:** Pas het 'only-once-principe' toe en stem rapportageverplichtingen af op bestaande systemen (zoals CSRD en NVWA), zodat supermarkten tijd en middelen vrijhouden voor verduurzaming in plaats van dubbel papierwerk.
- **Eén Europese benchmark:** Harmoniseer duurzaamheidseisen binnen de interne markt met één uniforme Europese benchmark, zodat koplopers niet worden benadeeld en duurzame inspanningen terecht beloond worden.

Boodschappen betaalbaar houden

De prijzen in supermarkten zijn de afgelopen tijd sterk gestegen. Dit komt deels door externe omstandigheden zoals inflatie, stijgende energieprijzen, geopolitieke spanningen en tegenvallende oogsten. Toch blijkt uit onderzoek dat het grootste prijsverschil met onze buurlanden vooral voortkomt uit ons eigen nationale beleid. Nederland is van nature niet duurder; we hebben het zelf duurder gemaakt.

Uit recent onderzoek van EFMI Business School blijkt dat de prijzen in Nederlandse supermarkten gemiddeld zelfs iets lager liggen dan in omliggende landen. De hogere totaalprijs van boodschappen ontstaat met name door een stapeling van beleidsmaatregelen die de kosten voor ondernemers structureel verhogen. Supermarkten en foodservice hebben geen ruimte meer om deze kosten te blijven absorberen; de marges zijn eenvoudigweg te smal. Het is essentieel om boodschappen betaalbaar te houden voor iedereen. Daarom doet de supermarkt- en foodservicebranche de volgende voorstellen:

Betaalbaar

- Boodschappentoets invoeren
- Werken laten lonen
- Afstemming op buurlanden
- TLB's verbieden

Voer een Boodschappentoets uit om onnodige prijsstijgingen te voorkomen

Nieuw beleid, van suikertaks tot plasticheffing, brengt meestal extra kosten met zich mee voor supermarkten en foodservice. Omdat de marges in de branche klein zijn, kunnen deze kosten nauwelijks intern worden opgevangen. Als zulke kosten zich opstapelen, worden boodschappen voor burgers onnodig duurder. Uiteindelijk betaalt de klant de rekening, terwijl de betaalbaarheid van voedsel juist onder druk staat.

Voorkom dat nieuwe maatregelen leiden tot prijsstijgingen in de supermarkt. Voer daarom bij elk nieuw beleidsvoorstel een **Boodschappentoets** uit: een praktische check om vooraf de impact op de boodschappenprijs te beoordelen. Zo blijft de betaalbaarheid van boodschappen een bewuste afweging bij elk besluit, zonder dat noodzakelijk beleid wordt tegengehouden. Kijk ook welke bestaande maatregelen al invloed hebben op de prijzen en schrap waar mogelijk.

Laat werken lonen: verhoog het netto-inkomen, niet de loonkosten

Om werken echt lonend te maken, zijn maatregelen nodig die werknemers netto meer laten overhouden. Denk aan lagere belastingen of extra inkomensondersteuning in plaats van verdere verhogingen van de loonkosten. Geef werkgevers ruimte om jongeren een kans te geven, bijvoorbeeld via loonkostensubsidies of fiscale voordelen voor bedrijven die leer-werkplekken aanbieden. Zorg daarbij voor een gelijk speelveld: supermarkten moeten niet op arbeidsvoorwaarden concurreren met online aanbieders.

De supermarkt- en foodservicebranche is met ruim 300 duizend medewerkers één van de grootste werkgevers van Nederland. De operationele kosten voor supermarkten, met name de loonkosten, zijn de afgelopen jaren flink gestegen. Dat komt vooral door opeenvolgende verhogingen van het minimumloon en het minimumuurloon. Sinds januari 2020 is het minimumloon met ruim 40% gestegen. Het demissionair kabinet wil ook het minimumjeugdloon verhogen met gemiddeld 20%. Dat stapelt de kosten snel verder op in een branche waar de marges krappert zijn dan ooit. Als deze lijn doorzet, kunnen supermarkten de hogere loonkosten niet meer volledig absorberen. Dit leidt onvermijdelijk tot duurdere



boodschappen voor de consument. Daarnaast neemt het risico toe dat werkgevers minder jongeren aannemen of zelfs banen schrappen. Op termijn verzwakt zo de arbeidsmarktpositie van jongeren én betaalbaarheid van de dagelijkse boodschappen.

Werkgevers zijn nu terughoudend met het aanbieden van vaste contracten, mede door het tweejarige opzegverbod bij ziekte en de strenge ontslagregels. Dit maakt vaste dienstverbanden niet alleen kostbaar, maar ook risicovol. In de praktijk blijven daardoor veel mensen werken met tijdelijke of flexibele contracten, terwijl bedrijven moeite hebben om in te spelen op pieken en dalen, juist nu de arbeidsmarkt steeds krappere wordt. Ook zorgt de huidige opzet van fiscale toeslagen en de hoge marginale belastingdruk ervoor dat extra werken vaak niet loont. Door de verplichte loondoorbetaling bij ziekte te verkorten, de regels voor deeltijdontslag bij bedrijfseconomische omstandigheden te versoepelen en tijdelijke urenbuitbreiding eenvoudiger te maken, wordt het aantrekkelijker om vaste contracten aan te bieden. Deze aanpak sluit naadloos aan bij de adviezen van de commissie-Borstlap.

Stem fiscale maatregelen af op buurlanden om oneerlijke concurrentie aan de grens te voorkomen

De prijzen van boodschappen in Nederland liggen niet uit zichzelf hoger, maar worden vooral bepaald door fiscale keuzes en heffingen. Denk aan een hogere btw op voedsel en extra heffingen die Nederland ondernemers oplegt, terwijl buurlanden lagere tarieven hanteren. Voor consumenten in de grensstreek is de keuze snel gemaakt: zij doen vaak hun boodschappen over de grens, waar veel producten vaak structureel goedkoper toegankelijker zijn. Dit zet Nederlandse (grens)supermarkten onder druk, en dan met name kleine en middelgrote bedrijven die deze prijsverschillen niet kunnen opvangen. Voor hen kan dit het verschil betekenen tussen voortbestaan en sluiting. Toch worden hun belangen nu nauwelijks meegewogen bij fiscale besluitvorming.

Voorkom oneerlijke concurrentie aan de grens door fiscale maatregelen af te stemmen op onze buurlanden. Houd bij nieuwe heffingen of aanpassingen van de btw expliciet rekening met het effect op grensondernemers. Zo bescherm je de werkgelegenheid en het aanbod van winkels in deze regio's en voorkom je dat Nederlandse bedrijven het onderspit delven door louter fiscale verschillen.

Verbied territoriale leveringsbeperkingen in Europa voor vrije inkoop en lagere prijzen

De Europese interne markt hoort ondernemers de vrijheid te geven om overal in te kopen. Toch kunnen Nederlandse supermarkten nog steeds niet altijd vrij producten inkopen bij de goedkoopste aanbieder in Europa. Sommige fabrikanten leggen territoriale leveringsbeperkingen op en weigeren soms levering aan Nederlandse supermarkten als zij elders goedkoper willen inkopen. Dit zorgt voor kunstmatige prijsverschillen en uiteindelijk hogere prijzen in de supermarkt. Consumenten betalen zo onnodig meer voor hun dagelijkse boodschappen, terwijl vrije handel binnen de EU juist bedoeld is om prijzen vergelijkbaar en laag te houden. Voor consumenten zijn zulke beperkingen al verboden, maar bedrijven vallen daar nu nog buiten.

Voer een Europees verbod in op **territoriale leveringsbeperkingen** voor bedrijven, zodat supermarkten echt vrij kunnen inkopen binnen de EU. Zo maak je een einde aan kunstmatige prijsverschillen en zorg je dat de interne markt werkt zoals bedoeld. Nederland was eerder voorvechter op dit terrein en kan die rol opnieuw pakken. Maak Europese inkoop bovendien praktisch mogelijk met flexibele verpakkingsregels, bijvoorbeeld door het gebruik van meertalige etiketten of toegankelijke QR-codes voor productinformatie. Essentiële gegevens, zoals allergenen, moeten altijd direct en voor iedereen leesbaar blijven.



Gezonde keuze makkelijker maken

Supermarkten en foodservice willen actief bijdragen aan een gezondere samenleving. De branche heeft al concrete stappen gezet, zoals het verminderen van zout, suiker en vetten (NAPV), de introductie van Nutri-Score, en het stoppen met kindermarketing voor huismerkproducten.

De branche steunt de doelen van het Nationaal Preventieakkoord en onderschrijft het principe dat de gezonde keuze ook de gemakkelijke keuze moet zijn. We constateren echter ook dat het huidige beleid soms onvoldoende in balans is en daardoor de gewenste effecten belemmert. Daarom doet de supermarkt- en foodservicebranche de volgende voorstellen:

Zorg voor een gelijk speelveld in preventiebeleid: betrek horeca, catering, fastfood

Supermarkten willen graag afspraken maken over een gezonder voedselaanbod. Maar supermarkten zijn allang niet meer de enige plek waar mensen eten kopen. Fastfoodzaken, horeca en cateringbedrijven zijn voor veel (jonge) consumenten net zo toegankelijk, soms zelfs aantrekkelijker. Wanneer het preventiebeleid alleen gericht is op supermarkten en andere aanbieders buiten beeld blijven ontstaat er geen gelijk speelveld. Supermarkten krijgen extra verplichtingen, terwijl consumenten makkelijk kunnen uitwijken naar aanbieders zonder deze regels. Dit beloont ongezonde keuzes en versterkt oneerlijke concurrentie.

Zorg voor een **gelijk speelveld in preventiebeleid**. Stel dezelfde regels op voor supermarkten, horeca, fastfood, online aanbieders en catering ongeacht hoe het wordt aangeboden (online/offline). Alleen als alle plekken waar eten wordt verkocht aan dezelfde afspraken voldoen, wordt gezond kiezen voor iedereen vanzelfsprekend en voorkom je dat gezonde ambities stranden op oneerlijke concurrentie. Dit geldt ook voor de huidige maatregelen op het assortiment: zorg dat initiatieven als Nutri-Score en de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV) en het stoppen met kindermarketing voor alle partijen geldt, zodat de betere keuze vaker bereikbaar is. Ook de Monitor gezond voedsel moet worden uitgebreid naar alle voedselaanbieders. De NAPV kan gezamenlijk worden versterkt met een hoger tempo om sneller zout, suiker en vet in producten te verlagen.

Geef ruimte voor communicatie over de Schijf van Vijf naast Nutri-Score

Supermarkten willen hun klanten steeds beter helpen bij het maken van gezonde keuzes. Met Nutri-Score lukt dat al deels, vooral voor producten buiten de Schijf van Vijf. Maar supermarkten willen verder gaan en consumenten ook in het schap en in de webshop duidelijk maken welke producten binnen de Schijf van Vijf vallen. De huidige wetgeving maakt het nu onmogelijk om op productniveau in het (digitale) schap te communiceren over de Schijf van Vijf. Hierdoor kunnen consumenten, bijvoorbeeld ouders die snel boodschappen doen, niet in één oogopslag zien wat de gezonde opties zijn. Dit belemmert de stap naar gezonder eetgedrag.

Maak het wettelijk mogelijk dat supermarkten in het schap duidelijk mogen aangeven welke producten binnen de Schijf van Vijf vallen. Nu mag dit niet omdat het mogelijk verwarrend zou werken. Door die ruimte te creëren help je consumenten snel en eenvoudig te kiezen voor gezonder eten, precies op het moment dat het ertoe doet. De Monitor gezond voedsel zou zich daarbij moeten richten op zowel Schijf van Vijf als Nutri-Score als ondersteunende voedselkeuzelogo's.



Integreer voedsel educatie in preventiebeleid

Iedereen is het erover eens: kinderen moeten gezond leren eten. Maar daarvoor is meer nodig dan alleen goed bedoelde adviezen en het mogelijk maken en aandacht vragen voor aanbod. Zonder kennis en ervaring weten kinderen (en ouders/verzorgers) vaak niet waar hun eten vandaan komt, wat erin zit of hoe ze het zelf kunnen klaarmaken en wat een verantwoorde keuze is. Daardoor missen ze niet alleen vaardigheden, maar ook de gewoonte om gezonder te kiezen. Het risico is dat gezond gedrag vooral abstract blijft, in plaats van iets wat ze zelf beleven en begrijpen.

Maak voedsel educatie daarom tot een vast onderdeel van het preventiebeleid. Combineer kennis met ervaring: laat kinderen zelf koken, samen eten, groente verbouwen of op bedrijfsbezoek gaan. Zo groeit gezond gedrag als vanzelf mee op en wordt het ook op latere leeftijd een vanzelfsprekende keuze. Educatie stopt dan ook niet bij kinderen: richt je ook op bewustzijn bij volwassenen over het belang van gezond en duurzaam eten. Hierin kunnen supermarkten, overheid en het Voedingscentrum samen optrekken.

Combineer gezond en duurzaam voedsel beleid

Gezonde en duurzame voeding gaan vaak hand in hand. Meer plantaardig eten en meer groente en fruit helpt niet alleen de volksgezondheid, maar vermindert ook de druk op het milieu. Toch pakken beleidsmakers gezondheid en duurzaamheid meestal apart aan. Dit verkokert het beleid en laat kansen liggen om echte vooruitgang te boeken. Breng gezond en duurzaam voedsel beleid daarom samen in één integrale aanpak. Combineer de portefeuilles en kies voor beleid waarin beide doelen elkaar versterken. Zo stimuleer je gezonde en milieuvriendelijke keuzes en haal je het beste uit twee werelden.

Pak bovendien de kans om niet alleen de ongezonde keuze te ontmoedigen, maar juist de gezonde én duurzame keuze aantrekkelijker en beter betaalbaar te maken. Een lagere btw op verse aardappelen, groente en fruit is hiervan een concreet voorbeeld. Zorg dat wet- en regelgeving zulke maatregelen ondersteunt, zodat gezonde, duurzame én betaalbare voeding voor iedereen bereikbaar wordt.

Alcohol: NIX18 werkt pas als ook de norm verandert

Supermarkten onderschrijven nog altijd de doelen van het Nationaal Preventieakkoord om problematisch alcoholgebruik terug te dringen. De trend is positief: het aandeel overmatige drinkers daalde van 6,7% in 2023 naar 5,5% in 2024. Supermarkten stimuleren deze daling onder meer met een breder aanbod aan alcoholvrije en -arme dranken. Bij promoties wordt, waar mogelijk, standaard een alternatief zonder alcohol aangeboden. Ook wordt volop ingezet op naleving van de leeftijdsgrens: uit het meest recente VWS-onderzoek blijkt dat supermarkten met een nalevingspercentage van 68,4% ruim boven het landelijke gemiddelde van 32,9% scoren.



Toch is er meer nodig. Minderjarigen kopen zelden zelf alcohol; ze krijgen het meestal van ouders of vrienden. Zolang het sociaal geaccepteerd blijft om jongeren alcohol aan te bieden, blijven inspanningen in de winkels beperkt in hun effect. Ook het feit dat naleving nog niet op 100% zit vraagt blijvende aandacht. Versterk daarom de **NIX18-campagne** om ook de sociale norm rond alcoholgebruik onder jongeren te veranderen.

Brede toegankelijkheid UAD-zelfzorggeneesmiddelen

Sommige supermarkten verkopen ook (UAD) zelfzorggeneesmiddelen. Het demissionaire kabinet wil dat klanten ook advies op afstand kunnen krijgen, mochten zij daartoe behoefte hebben. Het CBL steunt **advies op afstand** om zo de toegankelijkheid van zelfzorggeneesmiddelen te waarborgen in een krappe arbeidsmarkt.

Duurzaam perspectief voor de voedselketen

Elke dag vullen supermarkten hun schappen met duizenden producten, afkomstig uit een keten die begint bij de boer of teler. Duurzaamheid, dierenwelzijn en klimaat krijgen hierbij steeds meer aandacht, Maar terwijl de eisen blijven toenemen, blijft het toekomstperspectief vaak onzeker. Supermarkten en foodservice willen hier actief verandering in brengen en belonen deelnemende boeren en telers in strategische ketensamenwerkingsverbanden die aantoonbaar verduurzamen, zoals 'Beter voor Boer en Natuur' en 'On the Way to PlanetProof'.

Op deze manier ontstaan kortere en betrouwbaardere ketens, waarin boeren en telers goed en structureel beloond worden voor hun inspanningen. Tegelijkertijd blijft het een uitdaging dat meer dan driekwart van de Nederlandse landbouwproductie geëxporteerd wordt naar landen waar zulke beloningssystemen ontbreken of sterk verschillen. Dit leidt tot een risico: hoe duurzamer Nederlandse boeren produceren, hoe groter hun concurrentienadeel internationaal dreigt te worden. We willen als branche dat onze Nederlandse voorloperspositie ook breder in Europa doorwerkt. Daarom doet de supermarkt- en foodservicebranche de volgende voorstellen:



Bied ruimte voor ketenpremies zodat duurzaam produceren loont

Duurzaam produceren vraagt om extra investeringen van alle schakels in de keten; van boeren en verwerkers tot supermarkten en logistiek dienstverleners, bijvoorbeeld in betere stallen, bodemkwaliteit en dierenwelzijn. Op dit moment ontvangen veel boeren daar een eerlijke beloning voor via ketenpremies uit vrijwillige programma's als Beter voor Boer en Natuur of On the Way to PlanetProof. Deze afspraken werken omdat ze op maat zijn en inspelen op wat er lokaal nodig is. Als de ruimte voor zulke ketenpremies verdwijnt (bijvoorbeeld door strengere regulering of druk op uniforme, lage prijzen) komt het verdienmodel voor duurzame boeren onder druk te staan. Dan loont investeren in duurzaamheid niet langer en neemt de bereidheid tot verduurzamen af.



Daarom moeten we de mogelijkheid behouden en beschermen voor boeren, verwerkers en retailers om **vrijwillige ketenpremies** af te spreken wanneer zij daarmee aantoonbaar bijdragen aan klimaat, biodiversiteit en dierenwelzijn. Nieuwe wet- en regelgeving zou deze premies niet moeten hinderen maar moet ze juist faciliteren binnen de bestaande EU-kaders. Zo blijft duurzaam produceren lonend en krijgen boeren het vertrouwen om te blijven investeren.

Focus op doelsturing en samenwerking

Duurzaamheid in de voedselketen draait om grote thema's als klimaat, biodiversiteit, bodem en water. Supermarkten investeren hier al in, vaak via integrale programma's die meerdere duurzaamheidsdoelen tegelijk dienen. Beleid moet zich niet blindstaren op één middel, zoals uitsluitend biologische productie. Dan blijven andere kansrijke en innovatieve oplossingen onbenut. Stuur daarom op het doel, niet op het middel. Ondersteun marktinitiatieven die verduurzaming tot stand brengen. Zoek actief samenwerking met supermarkten en andere partijen die al integraal werken aan verduurzaming. Zo versnel je echte vooruitgang op klimaat, biodiversiteit, bodem en water en haal je het beste uit de markt.

Beperk administratieve lasten door rapportages op elkaar af te stemmen

De overheid introduceert steeds meer dashboards en rapportageverplichtingen op het gebied van duurzaamheid en gezondheid. Supermarkten moeten deze gegevens voortdurend aanleveren, terwijl ze ook al voldoen aan uitgebreide eisen. Deze stapeling van dashboards en rapportages zorgt voor veel administratieve lasten en dubbel werk. Tijd en middelen die supermarkten liever inzetten voor verduurzaming. Daarnaast verdwijnen gezondere keuzes daardoor in papierwerk. Het risico is dat de aandacht verschuift van vooruitgang naar verantwoording, terwijl dat laatste juist al op veel plekken geborgd is.

Beperk daarom administratieve lasten door beter samen te werken en bestaande systemen op elkaar af te stemmen. Bouw voort op wat er al is, zoals de CSRD en onafhankelijke initiatieven, en voorkom dubbele rapportage. En pas het **'only-once-principe'** toe: gegevens die één keer aan de overheid zijn geleverd (bijv. NVWA) mogen niet opnieuw worden opgevraagd door andere instanties.

Zorg voor Europese spelregels die duurzaamheid niet afstraffen

Nederlandse supermarkten, verwerkers, boeren en telers lopen vaak voorop in duurzaamheid en investeren extra in milieu, dierenwelzijn en bodemkwaliteit. Maar Europese landen hanteren verschillende definities en eisen rond duurzaamheid. Hierdoor maken ondernemers hogere kosten, terwijl ze niet altijd gelijke toegang hebben tot de Europese markt. Dat leidt tot oneerlijke concurrentie: duurzame koplopers worden benadeeld, terwijl landen met lagere standaarden een voordeel houden. Dit druist in tegen het principe van de interne markt en ontmoedigt verdere verduurzaming.

Bovendien vergroot het verschil in regels het risico dat Nederlandse boeren en telers zich steeds meer op export richten, waardoor de beschikbaarheid van gezonde voeding voor de eigen markt onder druk komt te staan. Door één Europese benchmark voor duurzaamheid te hanteren, zorgen we niet alleen voor eerlijke concurrentie, maar beschermen we ook de nationale beschikbaarheid van gezond voedsel. Zo worden duurzame inspanningen beloond, blijft het speelveld gelijk en blijft gezonde voeding bereikbaar voor iedereen in Nederland.





Het CBL behartigt de belangen van de supermarkten en foodservicebedrijven:

Albert Heijn | Aldi | Bidfood | Boni Markten | Boon Food Group | Dekamarkt | Dirk | Hoogvliet | Jan Linders | Jumbo Supermarkten | Lekkerland | Lidl Nederland | Makro Nederland | Nettorama | NS Stations Retail Bedrijf | PLUS Retail | Poiesz Supermarkten | Sligro | Spar | Vakcentrum | Groothandel in Levensmiddelen Van Tol | Vomar Voordeelmarkt

