

'Aldi, Lidl en Plus doen te weinig tegen uitbuiting'

10-10-2019 14:50



Nederlandse supermarkten hebben te weinig aandacht voor de arbeidsomstandigheden in hun productieketen. Dat zegt mensenrechtenorganisatie Oxfam Novib, dat met de campagne 'Behind the Barcodes' de positie van arbeiders in ontwikkelingslanden wil verbeteren.

Voorals Aldi, Lidl en Plus doen te weinig om uitbuiting van deze arbeiders te voorkomen, aldus Oxfam Novib. Ook Albert Heijn en Jumbo scoren laag, maar wel een stuk hoger dan hun concurrenten. Volgens de mensenrechtenorganisatie is de uitbuiting te wijten aan de prijzenoorlogen; supermarkten zouden hun leveranciers onder druk zetten voor de beste kwaliteit tegen de laagste prijs. De mensen aan het begin van de keten betalen daarvoor de rekening en leven vaak in armoede.

Plus teleurgesteld

Plus is teleurgesteld over de inhoud van het rapport. "Het doet naar onze mening geen recht aan de inspanningen van Plus op dit gebied." De supermarktketen wijst erop dat maatschappelijk verantwoord ondernemen bij haar hoog op de agenda staat. Zo is Plus onlangs voor het vijfde jaar op rij verkozen tot meest verantwoorde supermarkt. Bovendien is Plus naar eigen zeggen al jaren koploper op het gebied van fairtrade. "Jaarlijks dragen wij ruim anderhalf miljoen dollar Fairtradepremie af. Het hoogste van alle supermarkten." Plus zegt dat het zich blijft inzetten om verdere stappen te zetten op het gebied van mensenrechten en ketentransparantie.

Lidl: er moeten nog stappen worden gemaakt

Lidl zegt de afgelopen jaren belangrijke stappen te hebben gezet. De discounter wijst onder meer op de publicatie van zijn mensenrechtenbeleid. "Binnen onze wereldwijde toeleveringsketens verbiedt onze 'Code of Conduct' elke vorm van discriminatie. Zo hebben we aanvullend programma's met lokale partners in belangrijke ketens. In Ivoorkust hebben wij een scholingsprogramma geïntroduceerd voor vrouwelijke cacao-boeren om hun productie duurzaam te verbeteren. In Guatemala ondersteunen wij vrouwelijke koffieboeren om hun productie weerbaarder te maken tegen klimaatverandering." Lidl vindt niet dat de 'scorekaart' van Oxfam een volledig beeld schetst van de vooruitgang die Lidl boekt, maar erkent dat er nog stappen gemaakt moeten worden.

De campagne Behind the Barcodes werd in 2018 gelanceerd. Eerder scoorden de vijf supermarkten al een [onvoldoende op de internationale duurzaamheidsranglijst](#) van Oxfam Novib. Jumbo en Albert Heijn gaven afgelopen voorjaar aan 'werk te gaan maken' van de uitbuitingskwesitie.