

allekanten



**AZIË: DE HARDE
WERKELIJKHEID**

**GEHEIMEN UIT
DE OOSTERSE
KEUKEN**

Garnalen UIT ZUIDOOST-AZIË

CLOSE UP | OXFAM NOVIB | WIJ VERSLAAN ARMOEDE | JUNI 2018



**OXFAM
Novib**



BONUS

Uitbuiting? Gewoon bij Albert Heijn?



NU MET
EXTRA
UITBUITING?!

Er schuilt te vaak leed achter tropische producten zoals garnalen in de supermarkt. Vissers en garnalenpellers worden te vaak uitgebuit. Zij produceren ons voedsel, maar leven ondertussen in armoede. Supermarkten kijken te weinig naar hoe de producten tot stand komen en of de mensen eerlijk betaald krijgen. Onze supermarkten kunnen hun macht gebruiken om dit te veranderen. Maar dat doen ze niet vanzelf.

EIS EERLIJKE BOODSCHAPPEN OP [OXFAMNOVIB.NL/DOE-MEE](https://oxfamnovib.nl/doe-mee)



BEHIND THE BARCODES

Inhoud



'Ik kreeg geen lucht door de chloordampen'

VERBORGEN LEED ACHTER DE STREEPJESCODE [pag. 4]

Column **'SUPER!'** door Oxfam Novib ambassadeur

Dolf Jansen [pag. 7]

'Hoe boeken we resultaat?' **SAMEN WERELDWIJD IN ACTIE TEGEN UITBUITING** [pag. 8]

Test je kennis. **KRUISWOORDPUZZEL**

Win een thriller-pakket! [pag. 11]

Hier en daar **HOE VERSLAAN WE ARMOEDE?** Probleem, actie, resultaat [pag. 12]

HOE SCOORT JOUW SUPERMARKT? [pag. 14]

'Samen kunnen we dit oplossen' **TEKEN DE PETITIE** [pag. 15]

COLOFON: Oxfam Novib Close Up verschijnt 3x per jaar. **Oxfam Novib**, Postbus 30919, 2500 GX DEN HAAG. **Telefoon:** +31 (0)70 342 17 77. **Email:** info@oxfamnovib.nl. **www.oxfamnovib.nl**. **Rekeningnummer:** NL93 RABO 0170 1002 00. **Incassanten ID:** NL02ZZZ271084360000. **Concept & Realisatie:** Graphic Reclame, Leusden. Wilt u **meerdere exemplaren** van Oxfam Novib Close Up ontvangen? Of wilt u ook onze **digitale nieuwsbrief** ontvangen? Dan kunt u contact opnemen via telefoon: +31 (0)70 342 17 77 of via www.oxfamnovib.nl. Hier kunt u zich ook afmelden voor dit blad.



VOORWOORD



DOET U MEE?

Hier klopt iets niet, dacht u waarschijnlijk toen u dit blad opensloeg. U heeft gelijk. Wat is er aan de hand?

Net als ik komt u waarschijnlijk regelmatig in de supermarkt. Het aanbod is indrukwekkend. Wat supermarkten u alleen niet vertellen, is hoe het met de mensen gaat achter de producten die u koopt. We zochten het uit. En zagen wat we vreesden. Gelooft u mij. U wilt niet in de schoenen staan van Melati, de vrouw op de cover van dit blad. Haar verhaal staat op pagina 4.

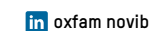
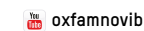
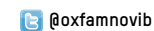
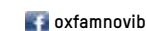
Wat we ook ontdekten, is dat supermarkten het leed achter de streepjescode in stand houden. Ze laten zich vooral leiden door winstcijfers en kijken te weinig naar de werkomstandigheden in hun productieketens. Net als u vind ik uitbuiting onacceptabel. Waarom zit het dan toch in ons voedsel? Het is hoog tijd dat supermarkten ervoor zorgen dat we een eerlijke prijs betalen.

Dat kán, zoals u in dit blad kunt lezen. Zeker als marktleiders Albert Heijn en Jumbo het goede voorbeeld geven. U kunt ze daartoe aanmoedigen. Zodat vrouwen als Melati uit armoede kunnen ontsnappen. Doet u mee?

Farah Karimi

algemeen directeur Oxfam Novib

REAGEREN? Mail naar columnfarah@oxfamnovib.nl





UITBUITING EEN VERBORGEN INGREDIENT?

HET VERBORGEN LEED ACHTER DE STREEPJESCODE



Grote Nederlandse supermarkten vechten elkaar de tent uit met aanbiedingen. De mensen achter ons voedsel betalen de prijs. Te veel producten in de supermarkt bevatten namelijk een verborgen ingrediënt. Een ingrediënt waar vrijwel nooit over wordt gesproken: uitbuiting. Hoe komt menselijk leed in ons voedsel terecht?

MELATI

"ALS IK MIJN ARMEN IN HET CHLOORMENGSEL MOEST STOPPEN BRANDDE MIJN HUID."

FOTO: ADRIAN MULYA/OXFAM NOVIB

MELATI : IK KREEG GEEN LUCHT DOOR DE CHLOORDAMPEN

Melati uit Indonesië wilde graag geld verdienen voor een studie. Ze ging daarom werken in een fabriek waar garnalen worden verwerkt. Garnalen die in onze supermarkten terechtkomen. Per uur moest ze maar liefst 600 garnalen pellen. Dat is 1 per 6 seconden. In die tijd leefde ze met zeven anderen in een ruimte van 2,5 bij 3 meter. En daarvoor betaalde ze ook nog eens huur. De leefomstandigheden waren simpelweg erbarmelijk. "We stonden dagelijks in een lange rij voor een vieze douche waar amper water uit kwam. Onze teamleider van de fabriek kon elk moment contact opnemen als ik moest komen. Het werk in de fabriek was zwaar, maar vooral gevaarlijk. Als ik de transportband moest schoonmaken met een chloormengsel kon ik 's avonds laat nog steeds niet goed ademen." Het chloor verbrandde zelfs Melati's huid. "Omdat de rubberen handschoenen op waren kreeg ik plastic handschoenen. Deze bedekten niet mijn polsen dus als ik mijn armen in het chloormengsel moest stoppen brandde mijn huid. En kreeg ik geen lucht door de sterke dampen." Nu is Melati op zoek naar een nieuwe baan. Deze ondraaglijke arbeidsomstandigheden kon ze niet langer doorstaan. Haar droom om naar de universiteit te gaan lijkt verder weg dan ooit...

Er schuilt veel leed achter producten die je in de supermarkt tegenkomt. Aan de verpakking is dat niet te zien. Neem bijvoorbeeld garnalen uit Azië. Om deze lekkernijen in het visschap van je supermarkt te krijgen, werken veel vissers, garnalenpellers en fabrieksarbeiders als Melati in landen als Indonesië en Thailand onder mensonterende omstandigheden. Ze maken extreem lange dagen. Worden op straat gezet bij zwangerschap. En verdienen soms zo weinig dat ze maar één maaltijd per dag eten. Supermarkten hebben de macht om dit te veranderen. Door in gesprek te gaan met hun leveranciers. En door na te gaan onder welke omstandigheden de producten in hun schappen worden geproduceerd. Waarom doen ze dat dan niet?

WAT WE ÓÓK DOEN

Oxfam Novib werkt al jaren aan verbeteringen in de Aziatische visindustrie met het programma GRAISEA. In Vietnam en Indonesië worden garnalenkwekers bijvoorbeeld getraind om duurzamer te produceren. We stimuleren een meer gelijkwaardige positie tussen mannen en vrouwen. En door samen te werken krijgen de garnalenkwekers een betere onderhandelingspositie. Op deze manier krijgen ze een betere prijs voor hun garnalen.

WAT IS ER AAN DE HAND?

Het verborgen ingrediënt

SUPERMARKTEN AAN ZET

Supermarkten streven naar zo hoog mogelijke winsten. Tegelijkertijd voeren ze een hevige concurrentiestrijd. Compleet met prijzenoorlogen. Om toch winst te maken, gebruiken ze hun macht. Ze zetten te vaak hun leveranciers onder druk: kan het nog goedkoper? Wat dat betekent voor boeren, vissers en fabriekswerkers, daar kijken Albert Heijn, Aldi, Jumbo, Lidl en Plus nauwelijks naar. De mensen achter ons voedsel, helemaal in het begin van de keten, betalen de rekening. Zij zijn veroordeeld tot een leven in armoede.

Al werken ze extra lange dagen, dan nog gebeurt het regelmatig dat ze niet genoeg geld hebben om zelf voedsel te kopen.

VAN DE 20 EURO VOOR EEN KILO GARNALEN UIT

DE SUPERMARKT GAAT SLECHTS ZEVEN CENT NAAR

DE MENSEN DIE ZE PELLEN.

WIE BETAALT, BEPAALT

Omdat de overheid vooral inzet op zelfregulering, hebben de supermarkten feitelijk de vrije hand om hun macht te gebruiken. Zij bepalen de prijs die ze de producenten willen betalen. Maar wie betaalt de supermarkten? Dat doe jij. En wie betaalt... bepaalt. De meeste mensen willen geen uitbuiting in hun eten. Ze willen dat mensen achter hun voedsel fatsoenlijk worden behandeld. Ze willen een eerlijke prijs betalen voor hun boodschappen. Daarom zijn we een wereldwijde campagne gestart. Met een duidelijke boodschap: supermarkten, zorg voor een fatsoenlijk verhaal achter de streepjescodes. Eerlijk geproduceerde boodschappen: dat wil jij toch ook?

4 VAN DE 5 NEDERLANDERS VINDT DAT BEDRIJVEN UITBUITING MOETEN TEGENGAAN



Mensen in landen als Indonesië en Thailand werken onder mensonterende omstandigheden om dit soort producten in jouw supermarkt te krijgen.

WAT IS ER AAN DE HAND?

Het verborgen ingrediënt



Kortademigheid, pijn op de borst, zelfs flauwvallen...
Het was dagelijkse kost bij Ara op het werk.

ARA

**“IK VIEL FLAUW
IN DE KOELCEL,
MAAR WAS NA EEN
HALF UUR WEER
AAN HET WERK”**



“Alles wat ik hoop, is dat mijn kind een beter leven krijgt dan ik.”

ARA: DE BESCHERMENDE KLEDING WAS VEEL TE DUN

Samen met haar kind woont Ara bij haar moeder in huis. Ze werkte bij een garnalenverwerkende fabriek in Indonesië. Daar werkte ze zoveel ze kon om haar gezin te onderhouden. Wanneer Ara haar target haalde, kreeg ze minimumloon. Maar als ze niet snel genoeg de garnalen pelde, verdiende ze te weinig om rond te komen. Daarom maakte ze zoveel mogelijk overuren en werkte ze zelfs door in de vakanties.

Ara viel een keer flauw in de koelcel. “In de vriezer werd ik vaak ziek. Ik had last van kortademigheid. Daarbij veroorzaakte de machine sneeuwkrystallen in mijn hand. Ik kreeg wel beschermende kleding, maar die was veel te dun. Mijn handen waren vaak bevroren en ik had vaak pijn op de borst. Toen ik was flauwgevallen, kreeg ik medicijnen van de teamleider zodat ik snel weer aan het werk kon. ‘Sterk zijn’, zei hij.”

Om toch wat geld te verdienen sloeg Ara zelfs haar pauzes over en ging ze zo min mogelijk naar de wc. “Ik dacht dat ik een blaasontsteking had, maar als ik naar het toilet zou gaan, liep ik direct meerdere emmers garnalen achter. En dat kost geld.”

Ook Ara is noodgedwongen gestopt bij de fabriek. Ondanks alles houdt ze moed. “Ik hoop genoeg geld te verdienen voor mijn kind. Dat zij een beter leven krijgt dan ik, is alles wat ik hoop.”

**91% VAN DE NEDERLANDERS VINDT DAT MENSEN
ALS ARA GENOEG MOETEN VERDIENEN OM ROND
TE KOMEN.**

“



”

**DE MISSTANDEN IN DE PRODUCTIEKETENS
ZIJN ENORM. MAAR HET LICHTPUNTJE IS
DAT WE HIER ALS CONSUMENT IETS AAN
KUNNEN DOEN.**

Derk Byvanck

Onderzoeker duurzame productieketens

SUPER!

In de lopende voorstelling van Lebbis – een man die ik 17 jaar onder mijn hoede heb gehad in het Nederlandse theater, maar die nu al 10 jaar heel goed zonder mij kan – zit een supermarkt-scene. Mensen bij een willekeurige supermarkt in Nederland zijn ontstemd omdat ze wat lang (Lebbis timet: 2 minuut en 20 seconden...) bij de kassa staan te wachten voordat ze eindelijk aan de beurt zijn. Hij zet die woede en verontwaardiging op mild-satirische wijze tegenover de feitelijke situatie: we leven in een land waar in elke supermarkt in elke stad of dorp zo ongeveer alles te koop is dat je je maar voor kunt stellen, van chocola uit West-Afrika tot lamsvlees uit Nieuw-Zeeland, van tilapia uit zuidoost-Azië tot fruit uit Australië, van thee uit Rwanda tot bloemen uit Kenia. Alles, overal, elke dag en nog betaalbaar ook. Dat is onze situatie, dat is onze overvloed, dat zijn we normaal gaan vinden. En lekker ook.



Maar, en dat is vooralsnog echt de enige maar die ik heb, zou het dan niet mooi zijn als al het lekkers en gezonds, al het nodige en onnodige dat we in de supermarkt aanschaffen, een beetje oké is? En daar bedoel ik mee, als ondergrens, dat het zonder uitbuiting is geproduceerd, dat degenen die het verbouwen, plukten of vingen een redelijk inkomen hebben en iets van arbeidsrechten, dat zij en hun gezinnen kunnen leven van het werk en een beetje zekere toekomst kunnen opbouwen op de plek waar ze willen wonen en werken...? Dit was, eerlijk gezegd, een retorische vraag. Het lijkt me echt en oprecht niet meer dan redelijk dat de bovenstaande situatie bestaat, het lijkt me eerlijk gezegd ook niet meer dan redelijk dat al die vrolijke vriendelijke glimmende goedlopende supermarkten in ons land alles doen om die situatie te bereiken. En u als consument mag ze daarnaar vragen, en wij als Oxfam Novib gaan ze erbij helpen, door Behind the Barcodes te gaan kijken: waar komt dit product vandaan, hoe is het geproduceerd, hoe eerlijk en vrij van uitbuiting is het?

Ik verheug me erop. En ik hoor net dat kassa 4 ook open gaat...!

Dolf Jansen

Ambassadeur Oxfam Novib

Reageren? Mail Dolf op dolf@oxfamnovib.nl

NIEUWE CAMPAGNE

*****  *****

BEHIND THE BARCODES

HOE PAKKEN WE DIT AAN?

Samen met jou

WERELDWIJD IN ACTIE TEGEN UITBUITING

Boodschappen doen zonder nare
bijsmaak. Dat moet kunnen.
Of je nou naar Albert Heijn gaat of
naar Jumbo. Of je nou garnalen
in je mandje legt of een pak
sinaasappelsap. Met onze nieuwe
Behind the Barcodes-campagne
gaan we de strijd aan voor
uitbuitingsvrije boodschappen.
In elke supermarkt.

MEERJARENCAMPAGNE

In onze vorige campagne 'Behind the Brands' (zie pagina 12), spoorden we de
grootste voedselproducenten wereldwijd aan om werk te maken van een duurzamer
beleid. De komende jaren richten we ons met verschillende acties op de grote
supermarkten in Nederland, te beginnen bij de twee grootste: Albert Heijn en
Jumbo. In eerste instantie om aandacht te vragen voor de arbeidsomstandigheden
in de Aziatische vissector.

WIJ ONDERZOEKEN HOE DE VIJF GROOTSTE SUPERMARKTKETENS IN NEDERLAND HET DOEN OP HET GEBIED VAN:

- transparantie en verantwoording
- rechten van arbeiders
- rechten van boeren
- rechten van vrouwen

Op dit moment scoren alle supermarkten die we onderzoeken een dikke
onvoldoende. Kijk maar naar de ranglijst op pagina 14.

WERELDWIJDE ACTIE

Met de Behind the Barcodes-campagne bundelen we wereldwijd de krachten om
het lot van miljoenen kleine voedselproducenten en kwetsbare werknemers in
ontwikkelingslanden te verbeteren. Ondertussen gaan ook onze collega's in andere
landen zoals Groot Britannië, Duitsland, Thailand en de Verenigde Staten met de
supermarkten in gesprek die daar de markt domineren. Zo willen we met
één campagne zoveel mogelijk bereiken.

WAT KUNNEN SUPERMARKTEN DOEN?

- onderzoeken wat er mis gaat in de keten
- zorgen voor transparantie, ook richting de consument
- samenwerken met leveranciers om uitbuiting te stoppen
- een fatsoenlijke prijs betalen
- anderen aanmoedigen om hetzelfde te doen

PLUS ALBERT HEIJN LIDL ALDI JUMBO

HOE PAKKEN WE DIT AAN?

Samen met jou

EINDE AAN DE ONGELIJKHEID

Met de Behind the Barcodes-campagne leggen we de oorzaken van de ongelijkheid in productieketens bloot, zodat we hier een einde aan kunnen maken. Uit het onderzoek dat wij hebben laten uitvoeren, blijkt dat het voor kleinschalige producenten en fabrieksarbeiders heel goed mogelijk is om een eerlijk inkomen te verdienen. En als het geld binnen de keten eerlijker verdeeld wordt, dan blijft de prijs van jouw boodschappen vrijwel gelijk.

Winst maken is prima. Maar niet over de ruggen van de meest kwetsbare mensen.



DRUK VAN TWEE KANTEN

We gaan er alles aan doen om onze supermarkten aan te sporen hun beleid en praktijken socialer en duurzamer te maken. Tegelijkertijd geven we de mensen achter ons voedsel een stem. Bijvoorbeeld door hen sterk te maken om betere handhaving van regelgeving te eisen. Maar ook met voorbeelden van hoe het beter kan. Door te luisteren naar hun wensen, kunnen we samen met hen aanbevelingen formuleren voor betere omstandigheden. Zo kunnen de vissers, garnalenpellers en fabrieksarbeiders in de Aziatische visverwerkende industrie zelf ook in actie komen. Op deze manier zorgen we voor maximale druk op de supermarkten.

We willen dat jij als consument alleen nog eerlijke producten in het schap kunt vinden. Producten zonder verborgen ingrediënten. Resultaten uit het verleden bewijzen dat deze manier van campagne voeren werkt. Kijk bijvoorbeeld maar eens naar eerdere campagnes en acties op de volgende pagina's.

HOE BOEKEN WE RESULTAAT?



Door mensen zoals jij aan te moedigen om aan hun supermarkt te vragen uitbuiting en oneerlijke praktijken uit de schappen te halen.



Door de supermarkten aan te spreken op hun verantwoordelijkheid om kritisch te kijken hoe hun producten worden geproduceerd en om eerlijke afspraken met leveranciers te maken.



Door harde cijfers en concrete feiten te publiceren over de rol van supermarkten als het gaat om uitbuiting en armoede.



Door wereldwijd samen te werken met vakbonden, boeren en vissersorganisaties en onze partners, zodat de mensen die worden uitgebuit een stem krijgen.



Door leveranciers, politici en investeerders op te roepen druk uit te oefenen op supermarkten om uitbuiting uit de schappen te halen.

WIL JIJ OOK EERLIJKE
BOODSCHAPPEN? LAAT
JE SUPERMARKT WETEN
DAT JE TEGEN UITBUITING
BENT EN STUUR EEN
HELDERE BOODSCHAP VIA
OXFAMNOVIB.NL/DOE-MEE



OM DE MISSTANDEN AAN
TE PAKKEN, ZIJN WE ZOWEL
HIER ALS IN DE PRODUCERENDE
LANDEN ACTIEF

Ioan Nemes

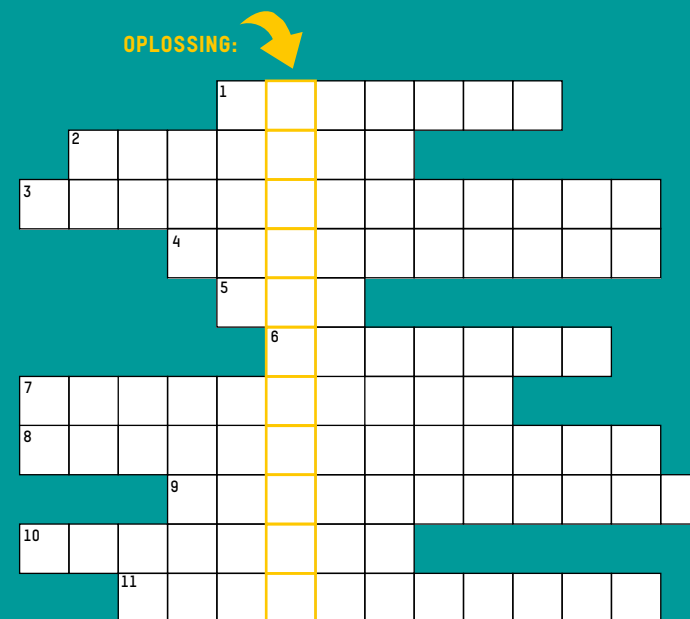
Specialist eerlijke productieketens

PUZZEL EN WIN

TEST JE KENNIS!

Weet jij hoe het zit met uitbuiting in de supermarkt? Ga op zoek naar de antwoorden in dit magazine. De beste speurders maken kans op een thrillerpakket!

TER
WAARDE
VAN
50 EURO



VRAGEN

1. Wat kun je tekenen om in actie te komen voor eerlijke garnalen?
2. Wordt door Oxfam Novib verslagen.
3. Wat verbrandde Melati's huid?
4. Naam van dit magazine.
5. Hoeveel Nederlandse supermarktketens legt Oxfam Novib langs de meetlat?
6. Waar Ara flauwviel.
7. Hij zette zich in voor eerlijke chocoladeletters.
8. Hierachter schuilt verborgen leed.
9. Schrijver van de te winnen thrillers.
10. Wat heeft Oxfam Novib gemaakt om supermarkten in kaart te brengen?
11. Mensen die boodschappen doen.

GEEF JE ANTWOORD DOOR OP OXFAMNOVIB.NL/OPLOSSING

Je kan je oplossing insturen t/m 31 juli 2018.



Dit speciale pakket bestaat uit drie literaire thrillers van Parker Bilal. In deze boeken is de hoofdrol weggelegd voor Inspecteur Makana, de Inspector Morse van Afrika.

HOE VERSLAAN WE ARMOEDE?

HIER

De keuzes die bedrijven en overheden maken, hebben enorme invloed op het dagelijks leven van mensen. Goed beleid maakt de wereld eerlijker en veiliger. Slecht beleid leidt tot uitbuiting en armoede. Daarom zijn we constant in gesprek met bedrijven en overheden. Over hoe zij hun invloed kunnen gebruiken om het leven van mensen te verbeteren. Met onze **CAMPAGNES** laten we bedrijven en overheden horen wat mensen zoals jij willen. Dat het anders kan én beter. Op deze manier armoede verslaan vraagt een lange adem. Maar als het lukt, is het effect enorm. En profiteren duizenden of zelfs miljoenen mensen.

DAAR

Wie in armoede leeft, heeft vrijwel niets in handen om daaruit te ontsnappen. Met onze programma's stellen we de meest kwetsbare mensen in staat om wél een vuist te maken tegen armoede. Dat doen we samen met lokale partners. Die de problemen én oplossingen als geen ander kennen. Met onze **PROGRAMMA'S** geven zij mensen de kennis en de middelen om zélf armoede te verslaan. Je ziet concreet resultaat. Wel is het moeilijk om op deze manier heel veel mensen in één keer te helpen. Daarom werken onze programma's vooral goed in combinatie met campagnes. Dat bewijzen de Groene Sint en ons Kokodola-programma in Nigeria.



AANPAK



PROBLEEM

Onze lokale partners signaleren misstanden zoals kinderarbeid, slechte arbeidsomstandigheden en lage lonen. Samen met hen doen we onderzoek. Zo publiceerden we een aantal jaar geleden een speciaal rapport waarin we keken hoe chocolade wordt geproduceerd. De uitkomsten waren schokkend. Er bleek in ons land geen eerlijke reep verkrijgbaar.



ACTIE

Om zowel de oorzaken als de gevolgen aan te pakken, zetten we lokale projecten op. Met partner Farmers Development Union (FADU) voerden we bijvoorbeeld het Kokodola-programma uit. Daar werkten we samen met Nigeriaanse cacao-boeren en -boerinnen om eerlijke en duurzame cacao te telen. Met de Groene Sint richtten we ons in Nederland vooral op de verkooppunten en producenten van chocolade en informeerden en mobiliseerden we consumenten.



RESULTAAT

De combinatie van (internationale) campagnes, (lokale) programma's en projecten werkt! Dat bewijzen de resultaten. Met de Behind the Brands-campagne lieten we jaar in jaar uit zien wat de grootste voedselbedrijven goed en fout doen. Duizenden mensen begonnen deze bedrijven aan te spreken op hun gedrag. Met resultaat. Voedselreuzen als Nestlé en Mars voerden sindsdien veel verbeteringen door in de keten. Supermarkten verkopen steeds meer eerlijke chocolade. En via het Kokodola-programma zijn al meer dan 8500 lokale boeren getraind.

CASE HET SUCCES VAN DE GROENE SINT



PROBLEEM

In 2006 was er in geen enkele winkel een 'eerlijke' chocoladeletter te krijgen. In een rapport legden we bloot hoe de chocoladeletters werden geproduceerd. En we lieten Nederland kennismaken met de Groene Sint: onze ambassadeur voor eerlijke chocolade.

ACTIE

De Sint gaf het rapport aan winkелеigenaren en bedrijven. Ook ging hij op zoek naar actiehouders (eerlijke chocoladeletterliefhebbers) om hem te helpen: hoe meer mensen zouden vragen naar eerlijke chocolade, hoe beter! Tegelijkertijd werkten we met lokale projecten om de cacao-boeren te helpen met duurzamere productie en het verbeteren van hun onderhandelingspositie.

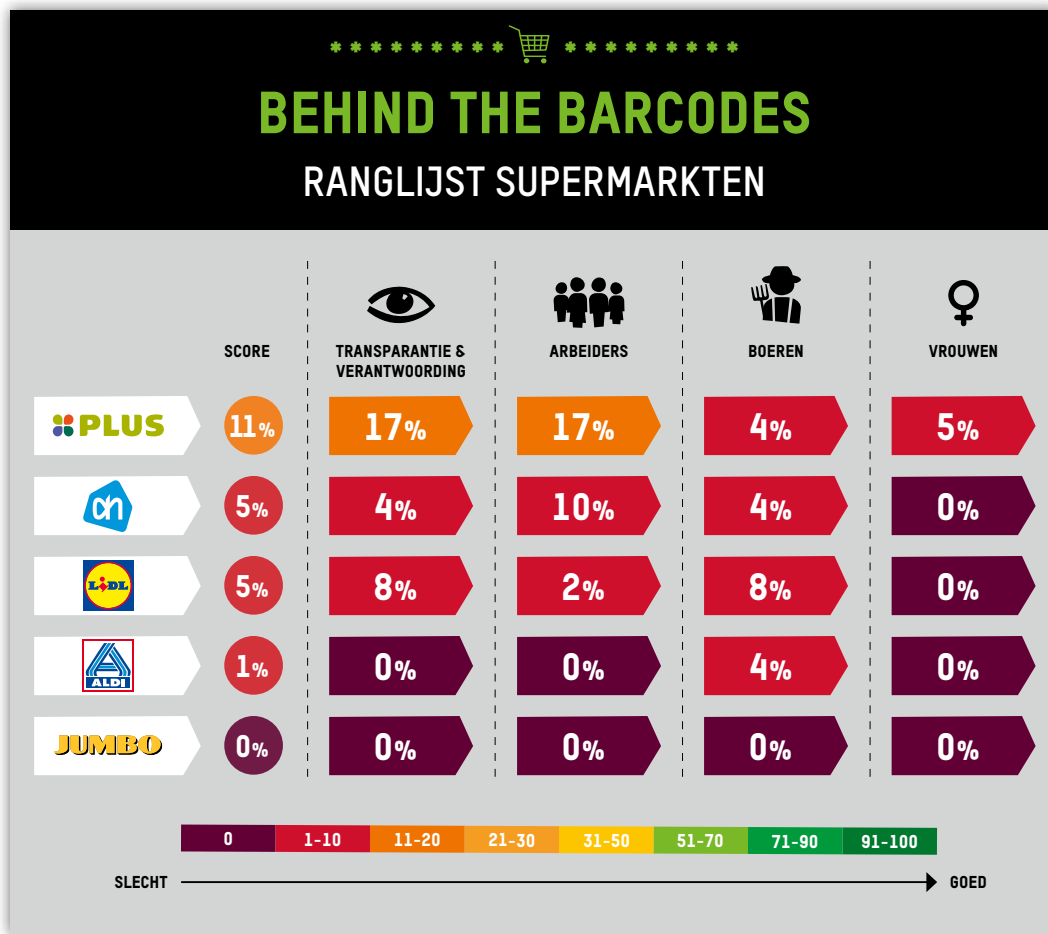
RESULTAAT

Het resultaat was overweldigend. Binnen drie weken hielpen 100.000 actiehouders mee. De actie werd massaal online gedeeld en actievoerders gingen de winkels af op zoek naar eerlijke letters en repen. Na vier jaar actievoeren was een op de drie chocoladeletters van eerlijke chocola en zeven grote winkelketens beloofden om over te stappen op eerlijke chocolade. Ook kregen de boeren een hogere prijs.



HOE SCOORT JOUW SUPERMARKT?

Ranglijst



HOE SCOORT JOUW SUPERMARKT?

We leggen de vijf grootste supermarktketens in Nederland langs de meetlat. Wat doen ze om uitbuiting in hun productieketens te voorkomen? Bar weinig, is de conclusie.

We kijken wat supermarkten op papier doen om uitbuiting te voorkomen en in de praktijk. Dat doen we op vier thema's. We kijken naar transparantie en verantwoording – zijn supermarkten open en eerlijk over hoe producten worden geproduceerd? En wat ze doen om dat te verbeteren? Verder kijken we wat supermarkten concreet doen om arbeiders, kleinschalige boeren en vrouwen achter ons voedsel te beschermen.

De verschillen zijn klein. Bij alle supermarkten die we hebben onderzocht, loop je een te grote kans om producten te kopen waar uitbuiting in zit verstopt. Met deze ranglijst moedigen we supermarkten aan elkaar niet alleen op prijs te beconcurreren, maar ook op eerlijke boodschappen.

*****  *****

We updaten deze ranglijst regelmatig. Zodat je steeds kunt zien hoe jouw supermarkt scoort. Kijk op oxfamnovib.nl/super-ranglijst voor meer uitleg. Haalt jouw supermarkt als eerste een voldoende?

VOORBEELDFUNCTIE

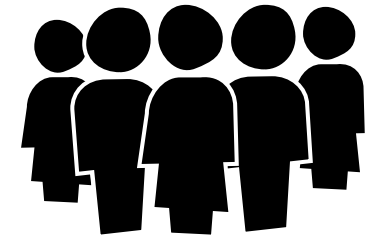
Wij vinden dat Albert Heijn en Jumbo een voorbeeldfunctie hebben. Samen bedienen ze meer dan de helft van de Nederlandse markt. Daarom richten we onze pijlen eerst op hen. Help jij ook mee om te zorgen dat je supermarkt de schappen alleen nog vult met eerlijk geproduceerde producten? Laat het ze weten!

SAMEN KUNNEN WE DIT OPLOSSEN!

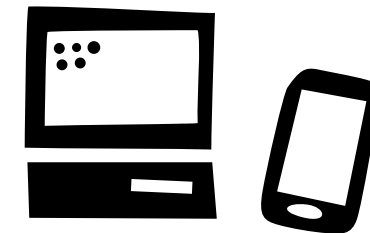
Albert Heijn en Jumbo luisteren naar jou! **Jij bent er koning;** ze doen alles om je tevreden te houden. Laat Albert Heijn en Jumbo daarom nu weten dat je er uitbuitingsvrij wilt winkelen. Eis een fatsoenlijke behandeling van de mensen die keihard werken om jouw tropische garnalen te produceren. Als klant heb jij de macht om supermarkten tot actie te bewegen.



Beste supermarkt, maak mij weer een tevreden klant



EIS EERLIJKE BOODSCHAPPEN TEKEN DE PETITIE!



ONLINE VIA

www.oxfamnovib.nl/doe-mee



OF PER ANTWOORDKAART

Aan de brief bij dit magazine zit een antwoordkaart. Vul hem in en verstuur.

Hallo ^{EXTRA} Voordeel



NU MET
EXTRA
UITBUITING?!

Er schuilt te vaak leed achter tropische producten zoals garnalen in de supermarkt. Vissers en garnalenpellers worden te vaak uitgebuit. Zij produceren ons voedsel, maar leven ondertussen in armoede. Supermarkten kijken te weinig naar hoe de producten tot stand komen en of de mensen eerlijk betaald krijgen. Onze supermarkten kunnen hun macht gebruiken om dit te veranderen. Maar dat doen ze niet vanzelf.

EIS EERLIJKE BOODSCHAPPEN OP [OXFAMNOVIB.NL/DOE-MEE](https://oxfamnovib.nl/doe-mee)



OXFAM
Novib

Hallo?! JUMBO?