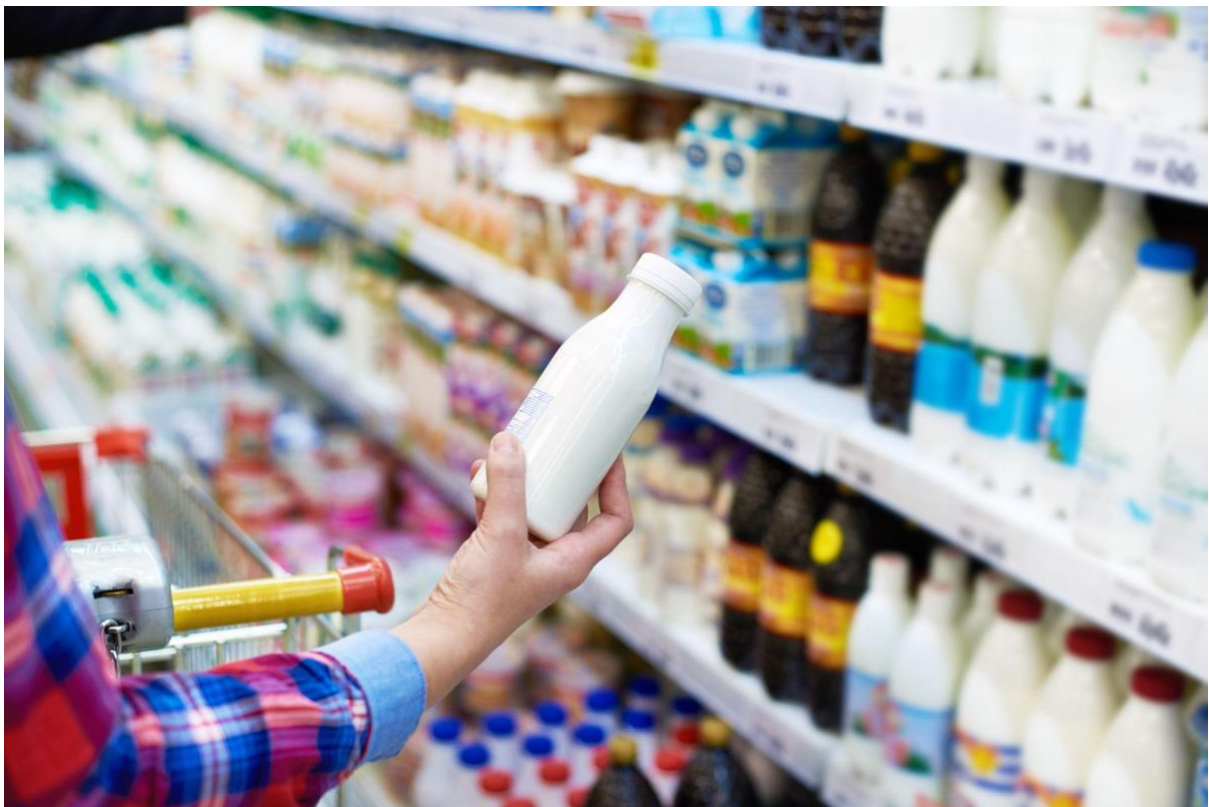


# Prijsverschillen tussen dierlijke en plantaardige producten in de Nederlandse supermarkt



De ontwikkeling van prijsverschillen  
tussen dierlijk en plantaardig sinds 2022

Januari 2024

# Colofon

## Partners

Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met ProVeg.



## Uitvoering

Stichting Questionmark

# Questionmark

## Auteurs

Deborah Winkel - projectleiding, dataverzameling en analyse

Willem van Engen-cocquyt - dataverzameling en analyse

Gustaaf Haan - review

## Directie

Charlotte Linnebank - Directeur Questionmark

## Eindredactie en opmaak

Puck Simons

Versie 1.0 - Januari 2024 - copyright: Stichting Questionmark

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding: Questionmark (2024), Prijsverschillen tussen dierlijke en plantaardige producten in de Nederlandse supermarkt, Questionmark: Amsterdam.

<https://www.thequestionmark.org/download/prijsverschillen-tussen-dierlijke-en-plantaardige-producten-in-de-nederlandse-supermarkt-v1.0.nl.pdf>

# Inhoud

<b>Samenvatting</b>	<b>4</b>
<b>Inleiding</b>	<b>6</b>
Onderzoeksaanpak	7
<b>Bevindingen</b>	<b>13</b>
<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>17</b>
Aanbevelingen supermarkten	18
Aanbevelingen beleidsmakers	19
<b>Referenties</b>	<b>20</b>
<b>Bijlage 1 - Onderzoeksmethode</b>	<b>22</b>

## Samenvatting

# Prijsverschillen tussen dierlijke en plantaardige producten in de Nederlandse supermarkt

Een verschuiving van dierlijke naar plantaardige eiwitten in ons dieet kan een grote bijdrage leveren aan de oplossing van veel maatschappelijke problemen. Zo is het opschuiven naar een voedingspatroon met meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten beter voor het milieu en gezonder voor de meeste Nederlanders. Veel supermarkten hebben inmiddels doelen gesteld om minder dierlijke en meer plantaardige eiwitten te verkopen (Questionmark, 2024).

Voor mensen die willen overstappen van een overwegend dierlijk naar een (meer) plantaardig dieet kan de hogere prijs van plantaardige alternatieven nog een obstakel zijn.

Begin 2022 publiceerde Questionmark, in opdracht van ProVeg Nederland, een [rapport](#) dat de voedselprijzen van plantaardige en dierlijke alternatieven in Nederlandse supermarkten vergeleek (Questionmark, 2022a). Sinds maart 2022 hebben zich grote ontwikkelingen afgespeeld op het wereldtoneel, met een hoge (globale) inflatie tot gevolg, zoals ons [tussentijds onderzoek](#) eind 2022 ook al liet zien (Questionmark, 2022b). De consument merkt deze inflatie voornamelijk aan de gas- en energieprijzen, de benzineprijs en de dagelijkse boodschappen. Maar treffen deze prijsstijgingen de plantaardige en dierlijke producten in de supermarkt even zwaar?

Om inzicht te krijgen in het prijsverschil tussen plantaardige en dierlijke producten bij de verschillende supermarkten, is een hypothetisch boodschappenmandje met 12 productsoorten samengesteld. We hebben bij Albert Heijn, Aldi, Dirk, Ekoplaza, Jumbo, Lidl en Plus onderzocht wat het boodschappenmandje, gevuld met de goedkoopste plantaardige variant van elke productsoort, kost. Ook is een vergelijkbaar boodschappenmandje onderzocht met de goedkoopste dierlijke tegenhanger. Bij de meeste supermarkten is een plantaardig boodschappenmandje in 2023 goedkoper dan het dierlijke: bij 6 van de 7 supermarkten is het plantaardige mandje nu €0,09 tot €9,66 goedkoper dan het dierlijke. Dit is een heel ander beeld dan in 2022, waar een consument nog beduidend goedkoper uit was wanneer die koos voor een boodschappenmandje gevuld met de dierlijke productvarianten. Deze ontwikkeling is deels te verklaren door de inflatie: dierlijke producten zoals zuivel en vlees zijn vanwege gestegen grondstofprijzen een stuk duurder geworden, terwijl plantaardige alternatieven hierdoor over het algemeen minder hard getroffen lijken, zoals het tussentijds onderzoek eind 2022 ook al liet zien (Questionmark, 2022b). Anderzijds blijken supermarkten het

assortiment aan plantaardige alternatieven uit te breiden en meer huismerk alternatieven aan te bieden, die een stuk goedkoper zijn dan A-merk producten. Ook beginnen supermarkten actief op prijs te sturen. Zo heeft Jumbo sinds november 2023 in beleid vastgelegd dat plantaardige vleesvervangers van het huismerk voor dezelfde prijs in de schappen liggen als de dierlijke tegenhanger, of goedkoper.

Waar bij vlees- en vleesvervangers de plantaardige variant meestal goedkoper is, is het beeld heel anders bij zuivel- en zuivelvervangers. Zo zijn plantaardige kwark en yoghurt altijd duurder dan de dierlijke tegenhanger, en is roomijs duurder bij alle supermarkten behalve Lidl. Plantaardige melk en kaas zijn daarentegen nagenoeg altijd goedkoper dan de dierlijke tegenhanger, alleen bij Ekoplaza is dit niet het geval. Plantaardige boter is bij alle supermarkten goedkoper.

Jumbo en Lidl gaan aan kop wanneer we kijken naar de meeste productsoorten, waarbij de goedkoopste plantaardige variant goedkoper is dan de goedkoopste dierlijke variant: bij 9 van de 14 onderzochte productsoorten is dat het geval.

Onderzoek naar de ontwikkeling van de gemiddelde prijskloof per jaar tussen de plantaardige en dierlijke variant van enkele gangbare productsoorten bij Albert Heijn en bij Jumbo laat zien dat de prijskloof afneemt. Dierlijke producten zijn een stuk duurder geworden en vergelijkbare plantaardige producten in dezelfde periode zijn gelijk gebleven in prijs óf gestegen, maar in veel mindere mate dan de dierlijke tegenhanger.

### **Aanbevelingen supermarkten:**

- Leg in beleid vast dierlijke producten nooit goedkoper te beprijsen dan het plantaardige alternatief.
- Monitor het effect van het ingevoerde beleid.
- Communiceer duidelijk over de positieve impact van de keuze voor plantaardige producten en de maatschappelijke verborgen kosten van de keuze voor dierlijk.
- Bied plantaardige producten ook in grootverpakking aan.
- Gebruik aanbiedingen en promoties om het kopen van plantaardige producten aantrekkelijker te maken.
- Ontwikkel campagnes waarin vleeseters uitgedaagd worden eens een vleesvervanger te proberen.
- Zet geen aanbiedingen of promoties in, of verminder deze, op dierlijke producten.
- Blijf inzetten op productinnovaties in het plantaardige segment.
- Specifiek voor Aldi: Geef consumenten in alle productcategorieën de optie om plantaardig te kiezen.

### **Aanbevelingen beleidsmakers:**

- Maak bindende afspraken met supermarkten over bovenstaande mogelijkheden.
- Stel subsidies beschikbaar voor de ontwikkeling van innovatieve producten of ingrediënten voor vlees- en zuivelvervangers.
- Voorkom dat (belasting)maatregelen de prijskloof tussen dierlijk en plantaardig (onbedoeld) vergroten.
- Onderzoek de beleidsinstrumenten die ingezet kunnen worden om het prijsverschil tussen dierlijk en plantaardig te verkleinen

# Inleiding

Het aanbod aan vleesvervangers en plantaardige zuivel neemt de afgelopen jaren flink toe. Daarnaast zijn de prijzen van dierlijk vlees en zuivel door de hogere kosten van energie en veevoer de afgelopen jaren flink gestegen. Veel supermarkten hebben inmiddels doelen gesteld om minder dierlijke en meer plantaardige eiwitten te verkopen (Questionmark, 2024).

Een verschuiving van dierlijke naar plantaardige eiwitten in ons dieet kan een grote bijdrage leveren aan de oplossing van veel maatschappelijke problemen. Zo is het verschuiven naar een voedingspatroon met meer plantaardige en minder dierlijke eiwitten beter voor het milieu en gezonder voor de meeste Nederlanders.

Voor mensen die willen overstappen van een overwegend dierlijk dieet naar een (meer) plantaardig dieet kan de hogere prijs van plantaardige alternatieven een obstakel zijn (Smart protein, 2021). In 2022 onderzochten we het prijsverschil tussen plantaardige producten en hun dierlijke tegenhangers. Toen bleek dat de prijs van een boodschappenmandje gevuld met de goedkoopste varianten van 12 plantaardige producten hoger was dan een vergelijkbaar mandje gevuld met dierlijke producten. Dit is een herhaling van dit onderzoek anno 2023 om uit te zoeken of de prijsbewuste consument inmiddels beter plantaardig kan kiezen.

## Onderzoeksaanpak

Dit rapport geeft de resultaten weer van ons onderzoek naar de prijzen van plantaardige<sup>1</sup> producten die bedoeld zijn als alternatief voor een dierlijk voedingsmiddel. We onderzoeken de prijzen bij de grootste supermarkten in Nederland op basis van marktaandeel; Albert Heijn, Aldi, Dirk, Jumbo, Lidl en Plus. Ekoplaza is daaraan toegevoegd vanwege de expliciete claim op duurzaamheid.

Dit onderzoek is begin 2022 op ongeveer dezelfde wijze uitgevoerd. Waar het onderzoek in 2022 een nulmeting was, zal dit onderzoek inzicht geven in de prijsontwikkelingen in de afgelopen 2 jaar.

Net als in 2022 is het niet de bedoeling om concurrentie op prijs tussen supermarkten te versterken. Vergeleken bij andere landen is voedsel in Nederland al erg goedkoop. De druk op de inkooprijzen van voedsel maakt het voor producenten moeilijk om te investeren in verduurzaming van productie. We vergelijken daarom bewust niet de (absolute) prijzen *tussen* supermarkten, maar primair de prijsverschillen tussen dierlijke producten en plantaardige alternatieven.

---

<sup>1</sup> We gebruiken de term 'plantaardig' op een overkoepelende manier voor vlees- en zuivelvervangers. We namen ook vegetarische producten mee, die een alternatief vormen voor vlees. In dat geval gaat het dus niet altijd om volledige plantaardige (veganistische) producten.

De onderzoeksmethodiek is voor zover mogelijk gelijk aan het onderzoek dat in 2022 is gepubliceerd (Questionmark, 2022a). Voor meer details over de onderzoeksmethode, zie [bijlage 1](#).

## Analyses

### 1. Boodschappenmandje

Om inzicht te krijgen in het prijsverschil tussen plantaardige en dierlijke producten bij de verschillende supermarkten, is een hypothetisch boodschappenmandje met 12 productsoorten samengesteld, zoals [figuur 1](#) hieronder toont. We hebben bij iedere supermarkt onderzocht wat het boodschappenmandje, gevuld met de goedkoopste plantaardige variant van elke productsoort, kost. Vervolgens hebben we per supermarkt het prijsverschil onderzocht tussen het mandje met plantaardige producten en het mandje met dierlijke tegenhangers<sup>2</sup>.

Deze analyse is vooral relevant om inzicht te krijgen in de kosten voor plantaardig eten voor de meest prijsbewuste consumenten. Immers: voor mensen die altijd de goedkoopste optie kiezen, kan een hoge prijs van dierlijke producten een reden zijn om over te stappen naar plantaardig.

Plantaardig boodschappenmandje	
Vegetarische balletjes <sup>1</sup>	Plantaardige kwark* <sup>1</sup>
Plantaardige boter (margarine)	Plantaardige melk (soja of anders)
Vegetarische burgers	Plantaardig roomijs*
Vegetarisch gehakt	Vegetarische schnitzel
Plantaardige kaas*	Vegetarische shoarma
Vegetarische kipstukjes	Plantaardige yoghurt

**Figuur 1.** Productsoorten die onderzocht zijn in het plantaardige boodschappenmandje. \*Deze producten, of de dierlijke tegenhanger, zijn bij Aldi niet te koop. <sup>1</sup>Deze producten, of de dierlijke tegenhanger, zijn niet bij Ekoplaza te koop. Voor deze supermarkten is het prijsverschil berekend over de producten die wel te koop zijn.

### 2. 'Laagsteprijskloof'

Om inzicht te krijgen in de oorzaak van het prijsverschil van het boodschappenmandje is voor de 12 producten in het boodschappenmandje én voor bitterballen en mayonaise onderzocht wat het precieze prijsverschil per 100g is, van het laagste prijs product, net zoals in de analyse 'laagste prijs kloof' in het rapport gepubliceerd in maart 2022 (Questionmark, 2022a).

### 3. Prijsontwikkeling over tijd

Naast de laagsteprijskloof tonen we voor verschillende plantaardige producten en hun dierlijke tegenhanger ook een analyse van de prijsverandering over tijd bij Albert Heijn en Jumbo. Beide supermarkten zijn interessant, omdat zij doelgerichte stappen hebben

<sup>2</sup> Niet alle producten hebben in alle winkels hetzelfde gewicht. We hebben de prijs van elk product daarom omgerekend naar een standaardgewicht, zoals aangegeven in [bijlage 1](#).

## Questionmark

gezet om de prijskloof tussen dierlijk en plantaardig op plaatsen te dichten. Jumbo heeft in november 2023 aangegeven alle huismerk vleesvervangers gelijk of goedkoper te prijzen dan het dierlijke alternatief (Jumbo, 2023). Albert Heijn gaf in maart 2022 aan hetzelfde te doen, voor een aantal van de best verkochte vleesvervangers in het huismerk (Albert Heijn, 2023).

Voor meer informatie over de onderzoeksmethode, zie [bijlage 1](#).

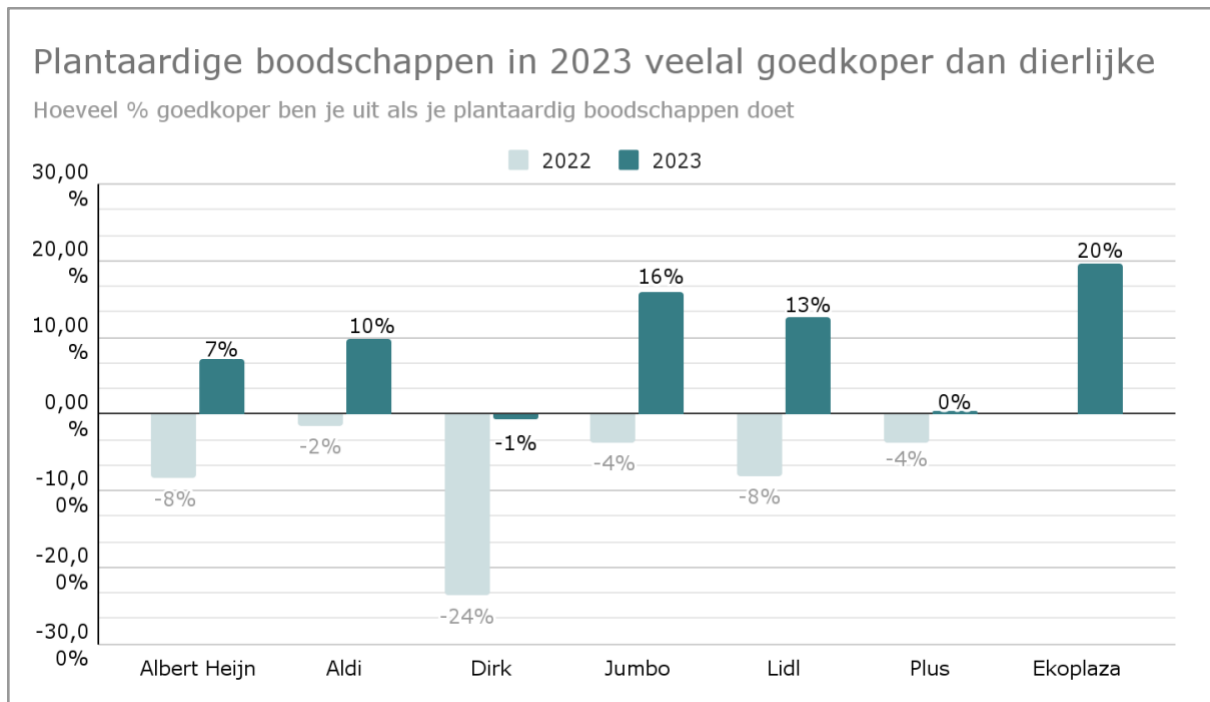


# Bevindingen

## De prijsbewuste consument bespaart met plantaardig

Bij de meeste supermarkten is een plantaardig boodschappenmandje<sup>3</sup> in 2023 goedkoper dan het dierlijke, zoals [figuur 2](#) toont. Alleen bij Dirk is een dierlijk mandje nog een fractie goedkoper dan het plantaardige.

De analyse van de prijskloof tussen het laagste prijs boodschappenmandje gevuld met plantaardige producten en de laagste prijs van het boodschappenmandje gevuld met de dierlijke tegenhanger toont in december 2023 een heel ander beeld dan twee jaar eerder, in februari 2022<sup>4</sup>.



**Figuur 2.** Hoeveel procent goedkoper (+) of duurder (-) is het plantaardige boodschappenmandje ten opzichte van het dierlijke boodschappenmandje. De figuur toont de verhoudingen uit ons eerdere onderzoek van begin 2022 en die van dit onderzoek eind 2023, per supermarkt.

Sinds de vorige meting in 2022 heeft een sterke prijsverandering van de boodschappenmandjes plaatsgevonden ten gunste van het plantaardige boodschappenmandje. Dit is deels te verklaren doordat het assortiment huismerk

<sup>3</sup> Net als in 2022 waren in 2023 niet alle 12 producten uit het boodschappenmandje bij alle supermarkten te koop. Zo mist in 2023 bij Aldi vega shoarma, vegan kaas, vegan kwark en vegan roomijs, en mist bij Ekoplaza vegan balletjes en kwark. Voor Aldi en Ekoplaza is het prijsverschil berekend over de producten die wel te koop zijn.

<sup>4</sup> In de oorspronkelijke publicatie van 2022 bleek een onopgemerkte data-fout. Inmiddels is dit aangepast en op de [website](#) te vinden. Dit rapport gebruikt de gecorrigeerde cijfers.

plantaardige producten bij de meeste supermarkten groter wordt, en deels doordat dierlijke producten de afgelopen jaren sterk in prijs gestegen zijn.

## Het plantaardige boodschappenmandje goedkoper bij alle supermarkten behalve Dirk

Bij Ekoplaza, Jumbo, Lidl, Aldi, Albert Heijn en Plus ben je goedkoper uit als je plantaardig winkelt, dan als je je boodschappenmandje vult met vergelijkbare dierlijke producten. Bij Ekoplaza, Jumbo en Lidl bespaar je meer dan 3 euro wanneer je je boodschappenmandje vult met plantaardige producten. Bij Ekoplaza is dit prijsverschil zelfs bijna 10 euro. Dit grote verschil is mede te verklaren doordat dierlijke biologische producten een stuk duurder zijn dan plantaardige biologische producten. Ondanks de relatief hoge prijzen van plantaardige producten bij Ekoplaza, in vergelijking tot de andere supermarkten, zijn plantaardige boodschappen bij Ekoplaza hierdoor nog steeds een stuk goedkoper. Bij Plus en Dirk kosten plantaardige en dierlijke boodschappen ongeveer evenveel.

Supermarkt	Prijsverschil plantaardig vs dierlijk boodschappenmandje	
	2022	2023
Albert Heijn	€ 1,85	-€ 1,68
Aldi	€ 0,23	-€ 1,45
Dirk	€ 5,23	€ 0,18
Jumbo	€ 0,90	-€ 3,98
Lidl	€ 1,53	-€ 3,11
Plus	€ 0,94	-€ 0,09
Ekoplaza		-€ 9,66

**Figuur 3.** Kostenbesparing in euro's tussen een plantaardig en dierlijk boodschappenmandje begin 2022 versus eind 2023 per supermarkt. Een negatief getal betekent dat plantaardig goedkoper is dan dierlijk. Ekoplaza is in 2022 niet onderzocht

Zoals [figuur 3](#) laat zien is Dirk nog de enige supermarkt waar het een fractie goedkoper is om een boodschappenmandje te vullen met *dierlijke* producten in plaats van *plantaardige*.

## Grootste prijsverlaging van plantaardig bij Dirk, Jumbo en Lidl

Dirk, Jumbo en Lidl hebben sinds 2022 de grootste prijsaanpassingen in het assortiment gemaakt ten gunste van plantaardig, wanneer we kijken naar het gehele boodschappenmandje. Het prijsverschil is bij deze drie supermarkten ongeveer 5 euro kleiner geworden.

## Plantaardig product meestal gelijk geprijsd of goedkoper dan de dierlijke tegenhanger

Onderstaande tabel toont, per productsoort, het prijsverschil per 100 gram tussen het plantaardige product en de dierlijke tegenhanger. In deze figuur zijn dezelfde 12 producten als in het plantaardige boodschappenmandje meegenomen met als aanvulling de categorieën *mayonaise* en *bitterballen*. De groene cellen geven aan wanneer het plantaardige product goedkoper is dan de dierlijke tegenhanger, of even duur. In totaal is dit bij 56% van de producten het geval.

LAAGSTEPRIJSKLOOF PER SUPERMARKT, 2023							
	Supermarkt						
Productsoort							
Balletjes	0,11	0,20	0,49		-0,04	-0,28	0,20
Burger	-0,49	-0,50	-0,34	-0,60	-0,60	-0,60	-0,60
Gehakt	0,05	0,05	0,04	-0,37	0,05	0,05	0,05
Kipstukjes	-0,65	-0,23	-0,33	-1,62	-0,90	-0,24	-0,28
Schnitzel	-0,24	-0,24	0,27	-2,52	-0,24	-0,42	-0,25
Shoarma	-0,06		-0,22	-1,51	-0,39	0,19	0,38
Boter/margarine	-0,54	-0,56	-0,54	-0,52	-0,54	-0,60	-0,54
Kaas (plakken)	-0,33		-0,44	0,29	-0,70	-0,33	-0,70
Kwark	0,14		0,30		0,16	0,22	0,15
Melk	-0,01	-0,01	-0,01	0,07	0,00	-0,01	0,00
Roomijs	0,33		0,04	0,50	0,31	0,00	0,30
Yoghurt	0,12	0,29	0,18	0,22	0,12	0,12	0,28
Bitterbal	0,30				0,00	-0,05	0,80
Mayonaise	0,17		0,32	-0,14	0,13		0,38

**Figuur 4.** Prijsverschil per 100 gram tussen plantaardig product en de dierlijke tegenhanger, per productsoort. Een negatief getal betekent dat het plantaardige product goedkoper is.

## Plantaardige vleesvervangers zijn vaak goedkoper; bij zuivelvervangers is het beeld heel anders.

Plantaardige burgers<sup>5</sup> en plantaardige kipstukjes zijn bij alle supermarkten goedkoper dan de dierlijke variant. Het valt op dat dierlijke balletjes nog vaak goedkoper zijn dan plantaardige. Bij Jumbo zijn deze qua prijs gelijk getrokken, en bij Lidl is de dierlijke een stuk duurder - waarschijnlijk omdat zij enkel de 'luxere' Kipster dierlijke balletjes

<sup>5</sup> In dit onderzoek zijn enkel koelverse burgers meegenomen, aangezien dat als alternatief wordt gezien voor een plantaardige burger. In het eerste onderzoek in 2022 zijn ook diepvriesburgers meegenomen. Indien we in de vergelijking diepvriesburgers weer mee zouden nemen dan zou de uitkomst bij enkele supermarkten die kleine verpakkingen diepvriesburgers aanbieden anders zijn: diepvriesburgers zijn namelijk aanmerkelijk goedkoper dan burgers in het koelschap.

aanbieden. Plantaardige shoarma en schnitzels zijn bij enkele supermarkten nog duurder dan de dierlijke tegenhanger.

Waar bij vleesvervangers de plantaardige variant meestal goedkoper is, is het beeld heel anders bij zuivelvervangers. Zo is plantaardige kwark en yoghurt altijd duurder dan de dierlijke tegenhanger, en roomijs bij alle supermarkten behalve Lidl. Plantaardige melk en kaas zijn daarentegen nagenoeg altijd goedkoper dan de dierlijke tegenhanger, alleen bij Ekoplaza is dit niet het geval. Plantaardige boter is bij alle supermarkten goedkoper.

Jumbo heeft sinds november 2023 in beleid vastgelegd huismerk vleesvervangers gelijk te beprijsen als het dierlijke alternatief, of goedkoper (Jumbo, 2023), zoals we terugzien in de resultaten. Dit beleid blijkt nog beperkt te zijn tot de categorie 'vleesvervangers'. Bij zuivelproducten is de plantaardige variant bij Jumbo, net als bij de andere supermarkten, meestal nog duurder dan de dierlijke.

Jumbo en Lidl gaan aan kop wanneer we kijken naar de meeste productsoorten waarbij de goedkoopste *plantaardige* variant goedkoper is dan de goedkoopste *dierlijke* variant: bij 9 van de 14 onderzochte productsoorten is dat namelijk het geval.

Volledig plantaardige mayonaise is nog niet bij alle supermarkten verkrijgbaar. Als mayonaise er wel is, is de plantaardige variant meestal duurder dan de dierlijke. Ekoplaza onderscheidt zich hier duidelijk in door de dierlijke variant een stuk duurder te beprijsen dan de plantaardige.

Ook plantaardige bitterballen zijn nog niet overal te koop: Aldi, Dirk en Ekoplaza bieden deze niet aan. Jumbo en Lidl kiezen ervoor de plantaardige gelijk of iets goedkoper te beprijsen dan de dierlijke. Bij Albert Heijn en Plus ben je nog beduidend duurder uit wanneer je kiest voor plantaardige bitterballen.

## **Assortiment plantaardig krimpt bij Aldi**

Waar het assortiment van plantaardige producten bij de meeste supermarkten groter lijkt te worden, krimpt dit bij Aldi. Zo had Aldi in 2022 plantaardige snacks in het assortiment, zoals bitterballen, en zijn deze op dit moment niet meer beschikbaar. De gehele plantaardige diepvriessnackproductlijn uit het assortiment geschrapt. Daarnaast verkoopt Aldi geen vegetarische shoarma, terwijl die in 2022 wel in het assortiment zat. Aldi blijft hierdoor op het vlak van plantaardig assortiment achter op de andere supermarkten en biedt voor veel producten geen plantaardige variant aan. Wanneer Aldi wél een plantaardige variant aanbiedt is deze vaak goedkoper dan de dierlijke.

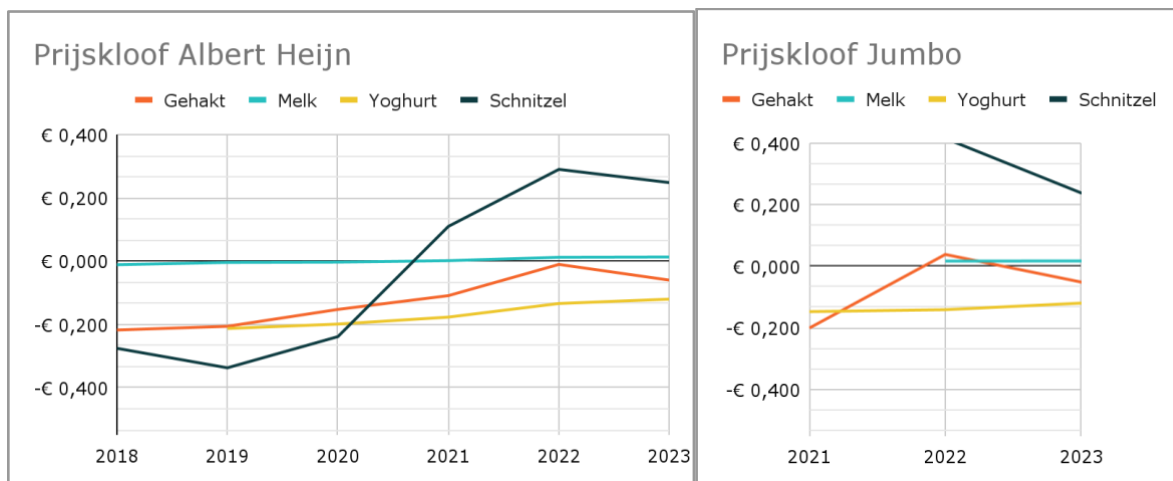
## **Er is een opmars van grootverpakkingen van plantaardige producten**

Er zijn steeds meer grootverpakkingen vleesvervangers beschikbaar. Echter nog niet vaak in huismerk-variant. Tijdens de uitvoering van dit onderzoek heeft Lidl het assortiment grootverpakkingen uitgebreid, die na publicatie van dit onderzoek in de winkels liggen. Deze grootverpakkingen zijn niet meegenomen in dit onderzoek. We zien deze ontwikkeling als een zeer goede stap. Grootverpakkingen hebben een lagere prijs per 100g product, en concurreren met de goedkope grootverpakkingen dierlijke producten die in grote hoeveelheden in de supermarkt liggen.

## De prijsverandering over tijd toont een duidelijke trend naar goedkoper vegetarisch en duurder dierlijk

Bovenstaande resultaten laten duidelijk zien dat het prijsverschil tussen plantaardig en dierlijk de afgelopen twee jaar erg aan verandering onderhevig is geweest. Om meer inzicht te krijgen in de oorzaak hierachter hebben we voor enkele gangbare producten die al lang in plantaardige vorm beschikbaar zijn de prijsontwikkeling onderzocht bij Albert Heijn en Jumbo.

De prijshistorie van producten in de Questionmark database loopt voor Albert Heijn langer terug dan voor alle Jumbo producten. Om deze reden start de prijsontwikkeling bij Jumbo in onderstaande figuur vanaf 2021.

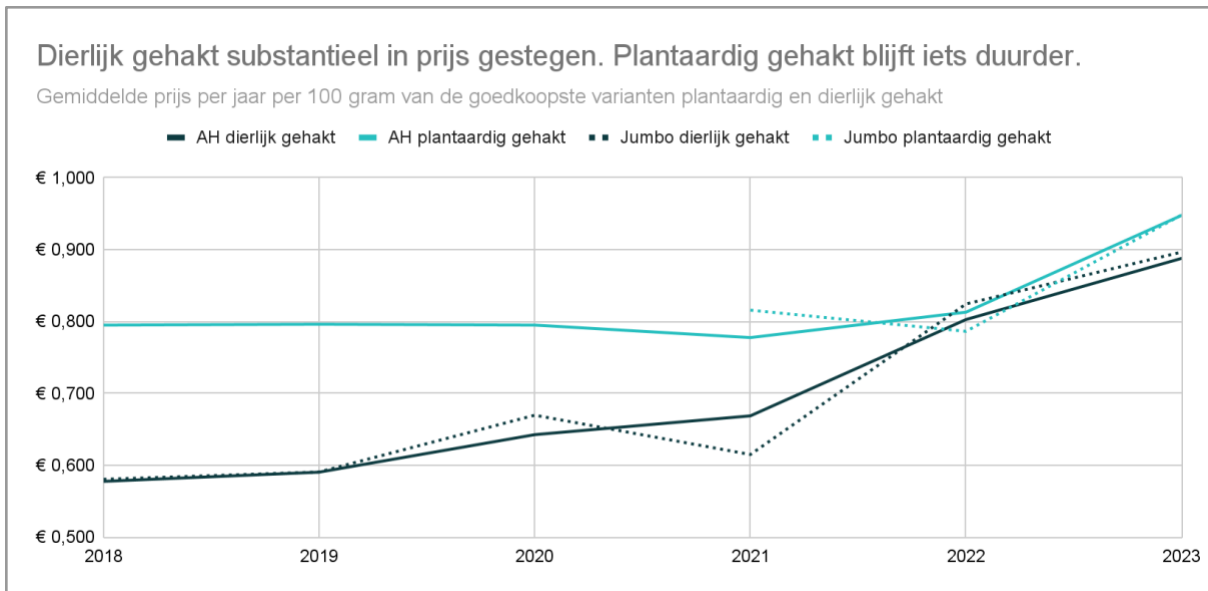


**Figuur 5.** Prijskloof per jaar<sup>6</sup> tussen plantaardige en dierlijk gehakt, melk, yoghurt en schnitzel, berekend aan de hand van de gemiddelde prijzen per jaar bij Albert Heijn en Jumbo. Een positief getal<sup>7</sup> betekent dat plantaardige producten goedkoper zijn, een negatief getal dat dierlijke producten goedkoper zijn.

[Figuur 5](#) toont de *gemiddelde prijskloof per jaar* tussen de plantaardige en dierlijke variant van enkele gangbare productsoorten bij Albert Heijn en bij Jumbo. De lijnen geven aan hoeveel goedkoper het goedkoopste plantaardige product is ten opzichte van de goedkoopste dierlijke optie. Uit onderliggende cijfers blijkt dat dierlijke producten een stuk duurder zijn geworden en vergelijkbare plantaardige producten in dezelfde periode gelijk gebleven zijn in prijs óf in prijs gestegen zijn maar in veel mindere mate dan de dierlijke tegenhanger. Ter illustratie daarvan geven we in de volgende figuren van een selectie producten de prijsontwikkeling van plantaardig en dierlijk voor zowel Jumbo als Albert Heijn in één grafiek weer, waarbij de gemiddelde prijzen per jaar over de tijd zijn geplott.

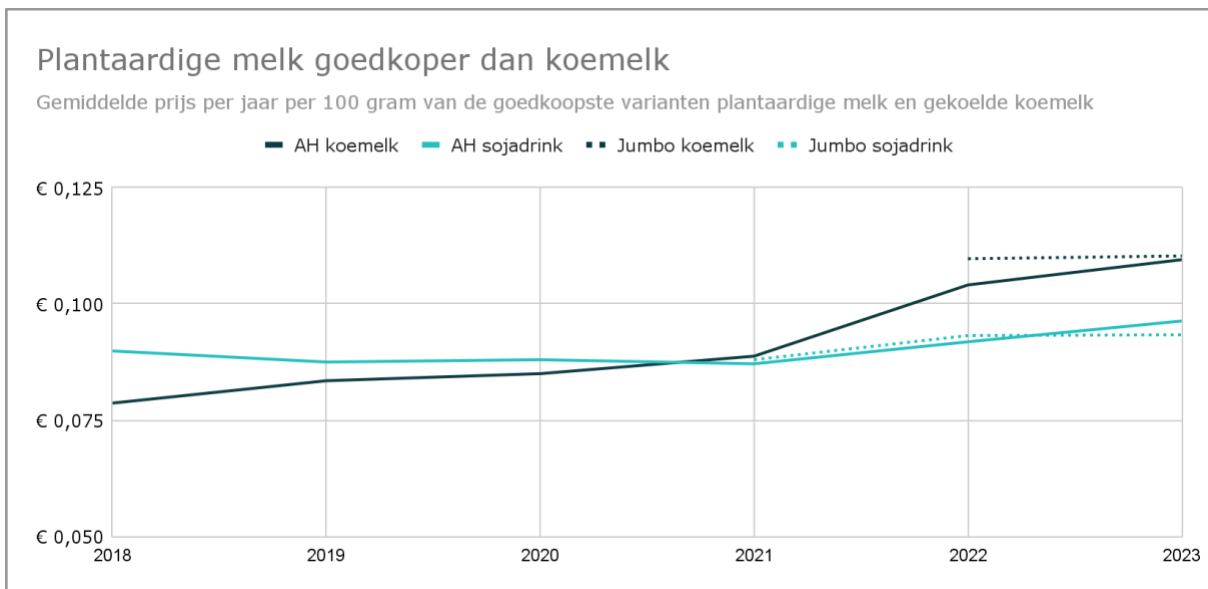
<sup>6</sup> Prijsdata informatie bij Jumbo start in 2021 aangezien de Questionmark database sinds 2021 prijsdata van Jumbo producten bijhoudt.

<sup>7</sup> We laten met opzet geen absolute bedragen zien maar alleen prijsverschillen, omdat we de prijskloof in kaart willen brengen. De vraag of (dierlijk of plantaardig) voedsel in absolute zin (te) duur of goedkoop is, is voor dit onderzoek niet relevant.



**Figuur 6.** Prijsontwikkeling over tijd van de goedkoopste varianten plantaardig en dierlijk gehakt per 100g bij Albert Heijn<sup>8</sup> en Jumbo.

Bovenstaande figuur laat zien dat de prijskloof tussen plantaardig en dierlijk gehakt bij zowel Albert Heijn als Jumbo is afgenomen, met name doordat de prijs van dierlijk gehakt erg is toegenomen sinds 2021. Waar de prijs van dierlijk gehakt daar rond de €0,65 per 100g lag, ligt die in januari 2024 boven de €0,90 per 100g. De prijs van plantaardig gehakt is in deze periode ook gestegen, maar in mindere mate. Namelijk van rond de €0,80 per 100g naar €0,95 per 100g.



**Figuur 7.** Prijsontwikkeling over tijd van de goedkoopste varianten plantaardige en dierlijke melk per 100ml bij Albert Heijn en Jumbo.

Bij dierlijke en plantaardige melk zien we een soortgelijke prijsontwikkeling als bij gehakt. Zoals [Figuur 7](#) toont is de prijs van dierlijke melk in 2022 en 2023 flink gestegen. De prijs van de goedkoopste sojadrink is bij Albert Heijn en Jumbo ook iets toegenomen, maar

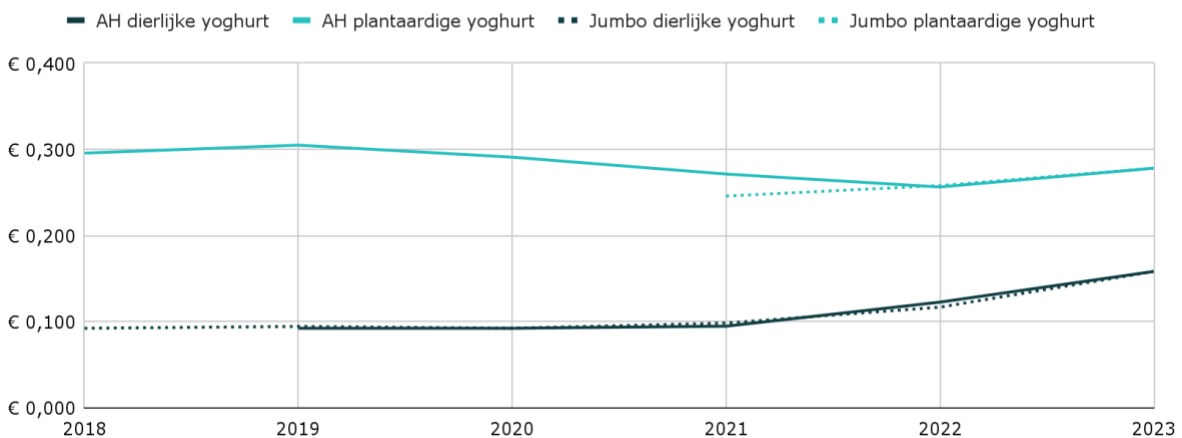
<sup>8</sup> AH Terra is niet meegenomen, aangezien deze pas eind 2023 is geïntroduceerd.

lang niet zoveel als die van dierlijke melk. Plantaardige melk is de afgelopen jaren goedkoper geworden dan dierlijke melk, met 2021 als omslagpunt.

Uit het onderzoek naar de laagsteprijskloof van de goedkoopste melk eerder in dit rapport komt een ander beeld naar voren. Hier blijkt dat de prijzen van plantaardige en dierlijke melk op dit moment ongeveer gelijk liggen. Reden voor dit verschil is dat bovenstaande figuur een *gemiddelde* prijs per jaar neemt en de laagsteprijskloof een prijs op één specifiek moment in de laatste twee weken van 2023, terwijl de prijzen van dierlijke melk in de laatste maanden van 2023 erg zijn gedaald.

## Dierlijke yoghurt wordt duurder, kloof met soja yoghurt daalt iets

Gemiddelde prijs per jaar per 100 gram van de goedkoopste varianten plantaardige en dierlijke yoghurt

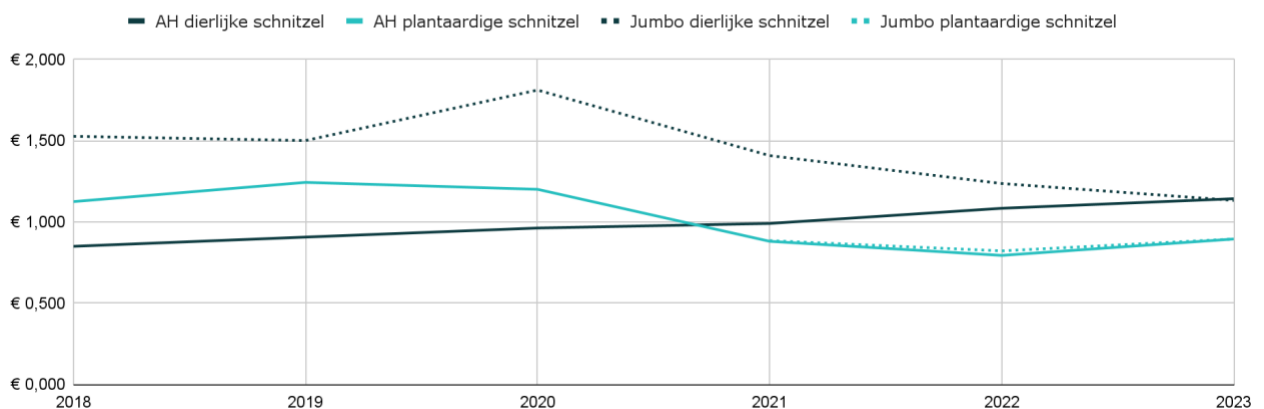


**Figuur 8.** Prijsontwikkeling over tijd van de goedkoopste varianten plantaardige en dierlijke yoghurt per 100g bij Albert Heijn en Jumbo.

Bij yoghurt zien we ook duidelijk dat het prijsverschil tussen dierlijk en plantaardig afneemt: plantaardige yoghurt is redelijk stabiel in prijs, terwijl de prijs van dierlijke yoghurt flink is toegenomen. Toch blijft dierlijke yoghurt nog veel goedkoper dan plantaardige.

## Prijs plantaardige schnitzels daalt onder de prijs van dierlijke schnitzels

Gemiddelde prijs per jaar per 100 gram van de goedkoopste varianten plantaardige en dierlijke schnitzel



**Figuur 9.** Prijsontwikkeling over tijd van de goedkoopste varianten plantaardige en dierlijke schnitzels per 100g bij Albert Heijn en Jumbo.

## Questionmark

De prijsontwikkeling van schnitzels laat zien dat plantaardige producten soms ook goedkoper worden. Waar een plantaardige schnitzel in 2019 nog meer dan €1,20 per 100g kostte bij Albert Heijn, ligt de prijs nu ruim onder de euro.



# Conclusies en aanbevelingen

Bij de meeste supermarkten is een plantaardig boodschappenmandje in 2023 goedkoper dan het dierlijke: bij 6 van de 7 supermarkten is het plantaardige mandje nu €0,09 tot €9,66 goedkoper dan het dierlijke. Dit is een heel ander beeld dan in 2022, waar een consument nog beduidend goedkoper uit was wanneer die koos voor de dierlijke productvariant. Deze ontwikkeling is deels te verklaren door de inflatie: dierlijke producten zoals zuivel en vlees zijn een stuk duurder geworden, zoals ons tussentijds onderzoek eind 2022 ook al liet zien (Questionmark, 2022b), en de analyses over tijd van gehakt, melk en yoghurt in dit rapport bevestigen. Anderzijds lijken supermarkten het assortiment aan plantaardige alternatieven uit te breiden en meer huismerk alternatieven aan te bieden, die een stuk goedkoper zijn dan A-merk producten. Ook beginnen supermarkten actief op prijs te sturen. Zo heeft Jumbo sinds november 2023 in het beleid vastgelegd plantaardige vleesvervangers voor dezelfde prijs als de dierlijke tegenhanger aan te bieden, of goedkoper (Jumbo, 2023).

De prijsbewuste consument kan het boodschappenmandje nu dus beter vullen met plantaardige producten dan dierlijke producten. Ekoplaza en Jumbo zijn hierin koploper met het grootste prijsverschil tussen het onderzochte boodschappenmandje met respectievelijk de goedkoopste plantaardige en goedkoopste dierlijke producten. Dit sluit aan bij het bovengenoemde beleid van Jumbo.

Waar vleesvervangers tegenwoordig bijna altijd goedkoper zijn dan de dierlijke tegenhanger, is dit beeld heel anders bij zuivelvervangers. Plantaardige yoghurt, kwark en roomijs zijn meestal een stuk duurder dan de dierlijke tegenhanger.

Een belangrijke kanttekening hierbij is dat we een dierlijke tegenhanger met een verpakkingsgrootte in de -50% en +50% range hebben gekozen, waarbij de grootte van het plantaardige product het uitgangspunt is. Dierlijke producten zijn ook in grotere verpakkingen beschikbaar, deze zijn vaak veel goedkoper per 100g product. Mogelijk ontstaat een ander beeld wanneer de goedkoopste producten per 100g, ongeacht verpakkingsgrootte, zouden worden vergeleken. Dit onderzoek schetst waarschijnlijk een positiever beeld van het prijsverschil tussen de meest vergelijkbare plantaardige en dierlijke producten, dan wanneer grootverpakkingen worden meegenomen. Plantaardige producten worden, in tegenstelling tot dierlijke, nog niet vaak in grotere (voordeel)verpakkingen aangeboden.

## Aanbevelingen supermarkten

- **Leg in beleid vast om het goedkoopste dierlijke product nooit goedkoper te beprijsen dan het goedkoopste plantaardige alternatief.** Beperk je hierbij niet tot alleen vlees(vervangers). Zo zorg je ervoor dat het prijsverschil tussen dierlijk en plantaardig geen obstakel is om voor plantaardig te kiezen.
  - In Nederland is Jumbo hier de voorloper met hun beleid. Jumbo kondigde in november 2023 aan plantaardige vleesvervangers van het huismerk voor dezelfde prijs aan te bieden als de dierlijke tegenhanger, of goedkoper (Jumbo, 2023).
  - Albert Heijn maakte in 2022 de prijzen van een aantal van hun bestverkochte huismerk vleesvervangers gelijk aan, of lager dan, die van vlees, met de toevoeging aan het “prijs favorieten” assortiment (Albert Heijn, 2023). Lidl benadrukte in een aantal filialen als onderdeel van een pilot de prijsvoordelen van vleesvervangers tegenover dierlijke varianten (RTL Nieuws, 2023). In beide gevallen is (nog) geen sprake van beleid dat het gehele (huismerk) assortiment omvat.
  - Internationaal zien we hier ook ontwikkelingen: Lidl Duitsland kondigde in 2023 als eerste in Duitsland aan de prijzen van huismerk plantaardige producten gelijk te trekken met vergelijkbare vleesproducten (ProVeg, 2023). Bovendien heeft de supermarkt ten doel gesteld 20 procent meer plantaardige producten op te nemen. Kaufland volgt het initiatief van Lidl in Duitsland om de prijs gelijk te trekken tussen plantaardige en vergelijkbare vleesproducten (Vegconomist, 2023). Aldi Süd volgde door de prijs van 11 veganistische producten te verlagen (Konsum, 2024). Supermarkt BILA in Oostenrijk kondigde in november 2023 hetzelfde beleid aan (Vegconomist, 2024).
  - Questionmark heeft vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd in België naar de prijsverschillen tussen plantaardige en dierlijke producten in de supermarkten (Questionmark, 2023). Twee derde van de onderzochte plantaardige producten is daar betaalbaar geprijsd of zelfs goedkoper dan de dierlijke tegenhangers.
- **Monitor het effect van het ingevoerde beleid.** De Eiweet methodiek is geschikt om het effect van het beleid op de verhouding dierlijke en plantaardige eiwitten in de verkoop te meten (Green Protein Alliance, 2023).
- **Bied plantaardige producten ook in grootverpakking aan.** Grootverpakkingen ontbreken nu nog in het huismerk plantaardig assortiment. Het is belangrijk om prijsbewuste consumenten die grote verpakkingen kopen de mogelijkheid te geven voor plantaardig te kiezen.
  - Lidl Nederland neemt hier inmiddels al stappen. Tijdens de dataverzamelingsperiode van dit onderzoek heeft Lidl verschillende grootverpakkingen huismerk vleesvervangers in het assortiment opgenomen. Deze waren nog niet in alle winkels beschikbaar tijdens dit onderzoek en hierdoor niet meegenomen in de analyses. Wel is dit een zeer goede stap waarin Lidl zich onderscheidt van de andere supermarkten.
- **Gebruik aanbiedingen en promoties om het kopen van plantaardige producten aantrekkelijker te maken.** Vooralsnog is de meerderheid van de aanbiedingen op eiwitrijke producten in supermarkten voor dierlijke producten. Dit maakt het voor prijsbewuste consumenten moeilijker om voor plantaardige eiwitproducten te kiezen.
- **Ontwikkel campagnes waarin vleeseters uitgedaagd worden eens een vleesvervanger te proberen.** Ontwikkel eigen campagnes, en neem bijvoorbeeld de ‘Week Zonder Vlees’ letterlijk: biedt tijdens deze week geen vleesproducten aan.

- **Zet geen aanbiedingen of promoties in, of verminder deze, op dierlijke producten.** Supermarkten hebben doelstellingen gezet om het aandeel plantaardige eiwitten in de verkoop te laten stijgen, ten koste van dierlijk. Aanbiedingen en promoties op dierlijke producten stimuleren de verkoop van deze producten, wat haaks staat op het beleid.
- **Blijf inzetten op productinnovaties in het plantaardige segment.** Consumentenonderzoek van ABN-Amro gaf aan dat 60 procent van de Nederlanders zegt nooit tot bijna nooit vleesvervangers te eten (ABN Amro, 2022). De belangrijkste reden die hierbij wordt aangegeven is dat ze vervangers niet lekker vinden. De reden voor mensen die ze wel kopen komt vooral voort uit idealistische motieven, en meestal niet omdat ze het lekkerder vinden dan vlees.
- **Communiceer duidelijk over de positieve impact van de keuze voor plantaardige producten en de maatschappelijke verborgen kosten van dierlijke producten.**
  - Een voorbeeld op het vlak van communiceren over de verborgen kosten is de actie van de Duitse supermarkt PENNY (Connolly, 2023). Gedurende één week heeft het de 'true cost' van 9 producten gehanteerd. Met name de prijs van vleesproducten steeg daardoor sterk, tot 94 procent. De tijdelijke maatregel was erop gericht bewustzijn te creëren over de ware impact van voedselproducten op het milieu. Penny heeft echter geen intenties de prijzen structureel aan te passen.
- **Specifiek voor Aldi: Geef consumenten in alle productcategorieën de optie om plantaardig te kiezen.** Het assortiment plantaardige producten lijkt sinds begin 2022 te zijn gekrompen, terwijl andere supermarkten inzetten op een uitbreiding van het plantaardige assortiment.

## Aanbevelingen beleidsmakers

- **Maak bindende afspraken met supermarkten over bovenstaande mogelijkheden.**
- **Stel subsidies beschikbaar voor de ontwikkeling van innovatieve producten of ingrediënten voor vlees- en zuivelvervangers.** Ondanks de doelstelling van de Nederlandse regering en Europa om een plantaardig dieet te stimuleren, is er tussen 2018 en 2021 wel 71 keer meer subsidie toegekend aan de vlees- en zuivelindustrie dan aan alternatieven (ProVeg International, 2022).
- **Voorkom dat (belasting)maatregelen de prijskloof tussen dierlijk en plantaardig (onbedoeld) vergroten,** zoals de verbruiksbelasting op niet-alcoholische dranken ('havermelktaks').
- **Onderzoek de beleidsinstrumenten die ingezet kunnen worden om het prijsverschil tussen dierlijk en plantaardig te verkleinen.** Maatschappelijke organisaties die zich bezighouden met dit onderwerp hebben al uiteenlopende voorstellen gedaan, waaronder:
  - Een vleestaks;
  - Verbod op aanbiedingen voor vlees;
  - Verbod op verkoop onder de kostprijs.

# Referenties

- ABN Amro, 2022. 'Kansen voor vlees- en zuivelvervangers.' ABN Amro.  
[https://www.abnamro.nl/nl/media/kansen%2Dvoor%2Dvlees%2Den%2Dzuivelvervangers\\_tcm16%2D179886.pdf](https://www.abnamro.nl/nl/media/kansen%2Dvoor%2Dvlees%2Den%2Dzuivelvervangers_tcm16%2D179886.pdf).
- Albert Heijn, 2023. 'Albert Heijn zet standaard op plantaardige voeding'. Albert Heijn zet standaard op plantaardige voeding. Albert Heijn. 2023. <https://nieuws.ah.nl/albert-heijn-zet-standaard-op-plantaardige-voeding/>.
- Connolly, 2023. 'German Supermarket Trials Charging True Climate Cost of Foods'. *The Guardian*. Connolly, Kate, 31 juli 2023, sec. World news.  
<https://www.theguardian.com/world/2023/jul/31/german-supermarket-penny-trial-climate-cost-food-meat-cheese>.
- Green Protein Alliance, 2023. 'Eiweet'. Green Protein Alliance. 2023.  
<https://greenproteinalliance.nl/eiweet/>.
- Jumbo, 2023. 'Jumbo verlaagt prijzen van vleesvervangers'. Jumbo verlaagt prijzen van vleesvervangers. Jumbo. 2023. <https://www.jumbo.com/nieuws/jumbo-verlaagt-prijzen-van-vleesvervangers/>.
- Konsum, 2024. 'Edeka und Netto verändern Käseartikel ihrer Eigenmarke'. Utopia.de. Konsum, Von Laura Gaida Kategorien: 22 januari 2024.  
[https://utopia.de/news/edeka-netto-kaese-haltungsform\\_575113/](https://utopia.de/news/edeka-netto-kaese-haltungsform_575113/).
- ProVeg, 2023. 'ProVeg Praises Lidl Decision to Price Plant-Based Foods the Same as Animal-Based Versions'. ProVeg International. ProVeg. 11 oktober 2023.  
<https://proveg.org/press-release/proveg-praises-lidl-decision-to-price-plant-based-foods-the-same-as-animal-based-versions/>.
- ProVeg International, 2022. 'Vlees en zuivel krijgen 71 keer meer subsidie dan alternatieven'. ProVeg Nederland. ProVeg International. 30 november 2022.  
<https://proveg.com/nl/blog/vlees-zuivel-subsidies/>.
- Questionmark, 2022a. 'Hoe betaalbaar is plantaardig? Prijsverschillen tussen plantaardige alternatieven en hun plantaardige tegenhangers in de Nederlandse supermarkt'. Questionmark. <https://www.thequestionmark.org/download/prijsverschillen-vlees-vleesvervangers-nl-v1.1.nl.pdf>.
- , 2022b. 'Prijsverschillen vlees en vleesvervangers - Update juli 2022. Prijsverschillen tussen vlees en vleesvervangers in de Nederlandse supermarkt.' Questionmark. <https://www.thequestionmark.org/download/update-prijsverschillen-vlees-en-vleesvervangers.nl.pdf>.
- , 2023. 'Hoe betaalbaar is plantaardig? Prijsverschillen tussen veggie en vegan producten en hun dierlijke tegenhangers in Belgische supermarkten'. Questionmark. <https://www.thequestionmark.org/download/prijsverschillen-vlees-vleesvervangers-belgie.nl.pdf>.
- , 2024. 'Superlijst Groen 2023. Welke supermarkten maken voedsel duurzaam?' Questionmark. Amsterdam.  
<https://www.thequestionmark.org/download/superlist-report-nl-green-2023-v1.1.nl.pdf>.
- RTL Nieuws, 2023. 'Lidl verleidt klanten tot vegetarische keuze: "Mensen gaan hierdoor overstag"'. RTL Nieuws. RTL Nieuws. 9 juni 2023.  
<https://www.rtlnieuws.nl/economie/bedrijven/artikel/5389496/lidl-vleesvervangers-test-verkoop-wageningen>.
- Smart protein, 2021. 'What consumers want: a survey on European consumer attitudes towards plant-based foods'. Smart protein.  
[https://smartproteinproject.eu/wp%2Dcontent/uploads/FINAL\\_Pan%2DEU%2Dcon](https://smartproteinproject.eu/wp%2Dcontent/uploads/FINAL_Pan%2DEU%2Dcon)

sumer%2Dsurvey\_Overall%2DReport%2D.pdf.

Vegconomist, 2023. 'Another German Retailer Drops Plant-Based Prices as Kaufland Follows Lidl's Lead - Vegconomist - the Vegan Business Magazine'. Vegconomist. 13 oktober 2023. <https://vegconomist.com/retail-e-commerce/kaufland-drops-prices-follows-lidls-lead/>.

———, 2024. 'Reduction in Prices of Plant-Based Products at BILLA Results in 33% Increase in Sales - Vegconomist - the Vegan Business Magazine'. Vegconomist. 18 januari 2024. <https://vegconomist.com/retail-e-commerce/reduction-prices-plant-based-billa-33-sales-increase/>.

# Bijlage 1 - Onderzoeksmethode

In dit onderzoek hebben we gekeken naar de prijsverschillen tussen gangbare plantaardige producttypes en hun dierlijke tegenhangers per supermarktketen. We gebruiken de term 'plantaardig' op een overkoepelende manier voor vlees- en zuivelvervangers. We namen ook vegetarische producten mee, die een alternatief vormen voor vlees. In dat geval gaat het dus niet altijd om volledig plantaardige (veganistische) producten. Om deze prijsverschillen per supermarkt goed met elkaar te vergelijken, hebben we in elke categorie naar het relatief goedkoopste product gekeken. Hiermee bedoelen we het product met de laagste prijs per 100 gram gewicht. Dit geeft ons een standaard om verschillende productgroepen met elkaar te vergelijken.

Een andere reden om te kiezen voor het vergelijken van de laagste prijs is de aanname dat consumenten die kiezen voor goedkope dierlijke producten waarschijnlijk eerder geneigd zijn over te stappen naar een plantaardig alternatief, als dat ze geld scheelt. Prijs staat namelijk in de top drie obstakels voor consumenten om vaker te kiezen voor plantaardig (Smart protein, 2021). In dit onderzoek hebben we gekeken naar de vaste prijs van de producten, om te voorkomen dat een tijdelijke aanbieding de resultaten vertekent. Als een product tijdens de onderzoeksperiode in de aanbieding was, hebben we voor dit product in onze database de prijs opgenomen zoals aangegeven op de website vóór de kortingsberekening.

Binnen het (online) assortiment van de supermarkten Albert Heijn, Aldi, Dirk, Ekoplaza, Jumbo, Lidl en Plus hebben we gezocht op 12 plantaardige producten met de laagste prijs per 100 gram. Vervolgens hebben we gekeken naar de dierlijke tegenhanger van de verzamelde producten. Voor elk plantaardig product hebben we de dierlijke tegenhanger met een gewicht binnen een range van -50% of +50% van het gewicht van het plantaardige product opgezocht. Van deze dierlijke producten hebben we het dierlijke product met de laagste prijs per 100 gram geselecteerd.

Als voorbeeld: we vergelijken een bakje plantaardig gehakt van 150 gram met een bakje gehakt van 200 gram, niet met een grotere verpakking gehakt van 500 gram die wellicht per 100 gram product goedkoper is. Mocht er in enkele gevallen geen dierlijk product binnen de range van het gewicht van het gekozen plantaardige product liggen, dan hebben we het dierlijke product met het gewicht dat het meest dichtbij het gewicht van het plantaardige product ligt meegenomen.

De prijzen van de producten zijn verzameld in de laatste twee weken van 2023, met uitzondering van enkele producten van Aldi en Lidl die zijn verzameld in de eerste week van 2024. We vergelijken de uitkomsten met de uitkomsten van hetzelfde onderzoek dat is uitgevoerd in januari en februari 2022. We zijn uitgegaan van de reguliere prijs, dus niet

een eventuele aanbiedingsprijs. We maken geen onderscheid tussen huiskmerk en A-merk. Sommige producten van A-merken zijn bij meerdere supermarkten te koop. Het komt dus voor dat hetzelfde product meerdere keren in de database is opgenomen, met voor elke supermarkt waar het te koop is mogelijk een andere prijs.

## Overwegingen dataverzameling

Tijdens het verzamelen van data hebben wij een aantal keuzes moeten maken. Zo hebben we onder andere besloten om speciale dieetwensen zoals glutenvrije producten niet mee te nemen in dit onderzoek. Daarnaast hebben wij ons geconcentreerd op het verzamelen van 'naturel' producten en dus niet op producten met speciale smaken, zoals gehaktballetjes Indische stijl of cranberrypaté, tenzij niet anders beschikbaar.

Bovendien hebben we ervoor gekozen om plantaardige zuivelproducten te vergelijken met de halfvolle dierlijke variant, houdbare plantaardige melk te vergelijken met verse halfvolle melk en plantaardige kaas te vergelijken met jong belegen 48+ kaas.

Plantaardige producten	Dierlijke tegenhangers	Uitgangsgewicht	Analyse
plantaardige balletjes (15-30 gram per stuk)	gehaktballetjes (15-30 gram per stuk) <sup>1</sup>	200g	boodschappen- mandje & laagsteprijskloof
plantaardige burger	hamburger	200g	
plantaardig gehakt	gehakt	200g	
plantaardige kipstukjes	kipfilet blokjes	200g	
plantaardige schnitzel	schnitzel (gepaneerd)	200g	
plantaardige shoarma	shoarma	200g	
plantaardige plakken kaas*	plakken jong belegen kaas 48+	200g	
plantaardige margarine (blok, ongezouten)	roomboter (blok, ongezouten)	250g	
plantaardige kwark* <sup>1</sup>	halfvolle kwark	500g	
houdbare plantaardige melk	verse halfvolle melk	1000ml	
plantaardig roomijs (bijv. Hertog, Ben&Jerry's)*	roomijs (bijv. Hertog, Ben&Jerry's)	500ml	
plantaardige yoghurt	halfvolle yoghurt	500g	
plantaardige bitterballen	bitterballen	nvt	laagsteprijskloof
plantaardige mayonaise	mayonaise	nvt	

**Figuur 10.** Overzicht van de plantaardige producten en dierlijke tegenhangers in de prijsanalyses.  
\*Deze producten zijn bij Aldi niet te koop. <sup>1</sup>Deze producten zijn niet bij Ekoplaza te koop. Voor deze supermarkten is het prijsverschil van het boodschappenmandje berekend over de producten die wel te koop zijn.



## Specifieke opmerkingen over productsoorten

**Burgers** - Enkel koelverse burgers zijn meegenomen in dit onderzoek. Dit in tegenstelling tot het eerste onderzoek begin 2022, en de update in mid 2022 (Questionmark, 2022a; 2022b), waar ook diepvriesburgers als alternatief werden meegenomen.

**Kwark** - De praktijk leert dat halfvolle kwark minder frequent wordt aangeboden dan volle of magere kwark. Indien er geen halfvolle kwark aanwezig is in het assortiment hebben we hier gekozen voor de magere variant.

**Balletjes** - Onder het producttype 'balletjes' hebben we soepballetjes niet meegenomen. Soepballetjes zijn laag in netto gewicht (ongeveer 4 gram per balletje) en in plantaardige vorm niet breed verkrijgbaar. We hebben daarom besloten om balletjes met een hoger netto gewicht (15-30 gram per balletje), geconsumeerd als avondeten of snack, mee te nemen. We zijn altijd uitgegaan van 'gegaarde balletjes'. Bij Plus, Aldi en Dirk is er een uitzondering gemaakt van de range van -50% tot +50% van het gewicht, aangezien de kant-en-klare geaarde dierlijke balletjes niet in die gewichtsrage beschikbaar bleken.

**Kaas** - Belangrijk om hierbij te vermelden is dat er - zoals bij alle producten - alleen is gekeken naar dierlijke tegenhangers binnen de range van -50% tot +50% het gewicht van het plantaardige product - in dit geval een verpakking plantaardige kaasplakken van 200 gram. Hierbij zijn bijvoorbeeld voordeelverpakkingen (>300 gram) van de dierlijke variant dus niet meegenomen. Ook hebben wij in het geval van dierlijke kaas specifiek gekeken naar jong belegen 48+ kaas. Wij verwachten dat dit de meest gangbare dierlijke kaas is. Wel kan dit zorgen voor een vertekend beeld, omdat in sommige gevallen bijvoorbeeld jonge kaas en/of 30+ kaas goedkoper is dan de dierlijke tegenhanger die wij voor dit onderzoek hebben gekozen.

**Roomijs** - Voor roomijs hebben we gekeken naar de goedkoopste prijs per 100 milliliter. Dit resulteert in dat we soms kijken naar roomijs in bakken, en soms naar roomijs in pints. In het geval van roomijs in pints, die veelal smaakjes hebben, is gekeken welke plantaardige varianten goed te vergelijken zijn met de dierlijke varianten. Indien er geen (naturel) roomijs in bakken beschikbaar is, hebben we ervoor gekozen om de goedkoopste plantaardige variant en de goedkoopste dierlijke variant van Ben & Jerry's ijs met elkaar te vergelijken. Voor Lidl en Aldi geldt dat er geen Ben & Jerry's ijs wordt verkocht. Wel is er bij Lidl plantaardig roomijs in pints en ook een dierlijke variant van het huismerk, in vergelijkbare smaak als Ben & Jerry's. Bij Lidl zijn deze producten met elkaar vergeleken. Bij Aldi is, net als in 2022, geen plantaardige variant van roomijs verkrijgbaar.

**Melk** - Voor melk hebben we de verse dierlijke melk vergeleken met houdbare plantaardige melk, in prijs per 100 milliliter. Reden daarvoor is dat bij dierlijke melk de gepasteuriseerde variant (gekoeld) het meest gangbaar is: houdbare dierlijke melk heeft een andere smaak. Voor plantaardige melk bestaat dit nadeel van houdbare melk niet. Plantaardige melk is in principe altijd houdbaar: het product dat gekoeld verkocht wordt is niet anders dan het ongekoelde product.

Voor melk is bovendien een uitzondering gemaakt wat betreft het zoeken naar goedkope tegenhangers binnen een gewichtsrage (zie boven). Volgens de hierboven beschreven zoekmethode moet de goedkoopste tegenhanger van plantaardige melk van 1 liter worden gezocht in een range van dierlijke producten van 500-1500 milliliter. Toch hebben

we bij melk in alle gevallen 1 liter als vergelijking genomen, omdat dat de meest gangbare gewichtseenheid is.

**Shoarma en kipstukjes** - Bij Dirk zijn er geen dierlijke shoarma en kipstukjes binnen de -50% en +50% range beschikbaar. Dan is het product dat het dichtst bij deze range komt geselecteerd.

Ook bij Lidl is er geen dierlijke shoarma binnen de -50% en +50% range beschikbaar. Hier is dan ook gekozen voor de 500 gram verpakking.

**Bitterballen** - indien de plantaardige bitterbal een 'ovenbitterbal' betref, is de prijs vergeleken met de goedkoopste dierlijke ovenbitterbal, binnen de -50% en +50% gewichtsrage.