

# Hoe betaalbaar is plantaardig?

---



**Prijsverschillen tussen plantaardige alternatieven en hun dierlijke tegenhangers in de Nederlandse supermarkt.**

**Questionmark**

# Colofon

## **Opdrachtgever**

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van ProVeg Nederland.

## **Uitvoering**

Stichting Questionmark

## **Auteurs**

Gustaaf Haan - Onderzoeksleider

Dore de Jong - Dataverzameling en analyse

Jeroen Brandsma - Dataverzameling

Willem van Engen-Cocquyt - Dataverzameling en analyse

Ancilla Antens - Dataverzameling

## **Directie**

Charlotte Linnebank - Directeur Questionmark

## **Eindredactie en opmaak**

Annelore van der Lint

*Versie 1.0 - maart 2022 - copyright: Stichting Questionmark.*

*Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding.*

# Samenvatting

Een verschuiving van dierlijke naar plantaardige eiwitten in ons dieet kan een grote bijdrage leveren aan de oplossing van veel maatschappelijke problemen. Voor mensen die willen overstappen van een dierlijk naar een (meer) plantaardig dieet kan de hogere prijs van plantaardige alternatieven nog een obstakel zijn.

In dit rapport geven we inzicht in die prijsverschillen. We vergelijken de prijzen van producten die bedoeld zijn als alternatief voor dierlijk (vegetarisch gehakt, sojamelk, etc.) met de prijs van de dierlijke tegenhangers. We onderzoeken de prijzen bij de grootste supermarkten in Nederland op basis van marktaandeel; Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Aldi, Dirk en Plus.

In elke supermarkt vergelijken we per productcategorie steeds de goedkoopste plantaardige variant met de goedkoopste dierlijke variant. Bij de dierlijke producten kijken we daarnaast naar de gehele range van prijzen - van hoog naar laag - om te bezien of het plantaardige product binnen of buiten deze range valt.

Bedoeling van dit onderzoek is niet om de druk op voedselprijzen te vergroten. We vergelijken daarom nadrukkelijk geen (absolute) prijzen *tussen* supermarkten, maar primair de prijsverschillen tussen dierlijke producten en plantaardige alternatieven *binnen* de supermarkt.

Dit onderzoek is bedoeld als nulmeting. ProVeg is voornemens hetzelfde onderzoek in 2023 opnieuw te laten uitvoeren om de betaalbaarheid van plantaardige vervangers continu te monitoren.

## Belangrijke bevindingen

- Iets meer dan de helft van de 144 onderzochte plantaardige producten is al betaalbaar geprijsd of zelfs goedkoper dan de dierlijke tegenhangers. 'Betaalbaar' betekent in dit onderzoek dat de prijs van het product past binnen de prijsrange van zijn dierlijke tegenhangers.
- Supermarkten lijken over het algemeen nog geen beleid te hebben om prijzen van plantaardig en dierlijk bij elkaar te houden. Bij de meeste supermarkten is de helft van de plantaardige opties nog niet betaalbaar, dat wil zeggen dat deze producten duurder zijn dan de duurste dierlijke tegenhanger.
- De totale meerkosten van plantaardig eten vallen mee. Een mandje met de meest gangbare plantaardige producten kost in de supermarkt hoogstens €0,75 meer dan hetzelfde mandje met dierlijke producten (bij Jumbo). In het beste geval is het plantaardige mandje zelfs €0,58 goedkoper (bij Plus).
- De prijsverschillen tussen dierlijke en plantaardige producten lijken over de hele linie kleiner te worden. Plantaardige melk en margarine zijn in alle supermarkten al goedkoper dan hun dierlijke tegenhangers.

# Inhoud

Samenvatting	2
Inleiding	4
Nulmeting	5
Onderzoeksaanpak	5
Bevindingen	8
Analyse betaalbaarheid	8
Analyse “laagste-prijs-kloof”	11
Grootverpakkingen melk en gehakt	16
Overige bevindingen en observaties	17
Conclusies en aanbevelingen	19
Referenties	21
Bijlage 1 - Onderzoeksmethode	22
Bijlage 2 - “laagste-prijs-kloof” per supermarkt	27

# Inleiding

Veel van 's werelds meest urgente problemen hebben een gemeenschappelijke oorzaak: onze voedingskeuzes. Deze voedselkeuzes kunnen we veranderen. Wetenschappers zijn het erover eens dat met name het verminderen van de hoeveelheid dierlijke producten in ons dieet, een grote bijdrage kan leveren aan de oplossing van veel maatschappelijke problemen.

- Diëten gebaseerd op dierlijke producten kunnen verschillende gezondheidsrisico's met zich meebrengen, terwijl een rijk en gevarieerd plantaardig dieet een groot aantal moderne ziekten kan voorkomen.
- Naarmate de wereldbevolking groeit, wordt de vraag hoe we de wereld eerlijk en duurzaam kunnen voeden, steeds urgenter. Een plantaardig dieet kan bijdragen aan een eerlijkere wereld en een meer duurzame voedselvoorziening voor ons allemaal.
- Een plantaardig dieet zorgt ervoor dat het aantal dieren dat in slechte omstandigheden leeft, afneemt.
- Een plantaardig dieet heeft tal van positieve effecten op het milieu, inclusief het behoud van de biodiversiteit, effectiever gebruik van natuurlijke grondstoffen en het bestrijden van klimaatverandering.

Veel organisaties streven ernaar om het aandeel dierlijke eiwitten in het gemiddelde voedselpatroon te verminderen. Ook de Nederlandse overheid heeft zichzelf ten doel gesteld om de totale eiwitconsumptie per persoon te verminderen met 10-15% en in 2050 de verhouding tussen dierlijk- en plantaardig eiwit in ons dieet om te draaien; van 60% dierlijk / 40% plantaardig naar 40% dierlijk / 60% plantaardig (Ministerie IenW, 2018). Voor mensen die willen overstappen van een dierlijk naar een plantaardig dieet, kan de prijs van plantaardige producten nog een obstakel zijn. Uit eerder onderzoek blijkt dat een meerderheid van Nederlanders plantaardige alternatieven nog 'te duur' vindt en dit als een barrière beschouwt (ProVeg, 2021).

ProVeg Nederland wil inzicht krijgen in de werkelijke prijsverschillen tussen plantaardige producten en hun dierlijke tegenhangers.

Questionmark beschikt over een database van alle producten te koop in Nederlandse supermarkten, compleet met ingrediëntenlijst, voedingswaarden en grotendeels ook prijzen. De database omvat ook alle zuivel-, vis-, eieren- en vleesproducten en de plantaardige vervangers.

In dit rapport doen we onderzoek naar de prijzen van plantaardige 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, Jumbo, Lidl, Aldi, Dirk en Plus.

Bedoeling van dit onderzoek is niet 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 nadrukkelijk niet de (absolute) prijzen *tussen* supermarkten, maar primair de prijsverschillen tussen dierlijke producten en plantaardige alternatieven.

## Nulmeting

Dit onderzoek is bedoeld als nulmeting. ProVeg is voornemens hetzelfde onderzoek in 2023 opnieuw te laten uitvoeren, om de betaalbaarheid van plantaardige vervangers continu te monitoren.

## Onderzoeksplan

Voor het meten van prijsverschillen tussen plantaardige en dierlijke producten bestaat nog geen breed gedragen meetmethode. Questionmark hanteert in dit rapport twee meetmethoden die speciaal voor dit onderzoek zijn ontwikkeld. Om de bevindingen van dit onderzoek goed te kunnen duiden, is het nodig de methoden kort uit te leggen: hoe hebben we data verzameld en geanalyseerd, en waarom?

## Dataverzameling

Allereerst stelden we een lijst op van plantaardige<sup>1</sup> productsoorten die kunnen gelden als alternatief voor een dierlijk product, bijvoorbeeld vegetarisch gehakt of veganistische kaas. De volledige lijst van 32 producten staat in de bijlage. In elke supermarkt verzamelden we van al deze productsoorten de prijs van de goedkoopste variant. In sommige supermarkten was dat een product van het huiskmerk, in andere supermarkten van een A-merk. Ook kwam het voor dat een supermarkt bepaalde plantaardige productsoorten nog niet aanbiedt.

Die prijzen moesten we vergelijken met de prijs van de dierlijke tegenhanger. In praktijk is niet altijd duidelijk wat de directe dierlijke tegenhanger is: van dierlijke producten bestaan vaak meerdere varianten met heel uiteenlopende prijzen. Van de dierlijke producten verzamelden we daarom de prijzen van zowel de goedkoopste als de duurste variant. Ook hier maakten we geen onderscheid tussen huiskmerk en A-merk. Wel beperkten we ons tot producten in dezelfde gewichtsklasse en tot de prijzen zonder actiekorting. Een bakje van 175 gram vegagehakt vergeleken we dus niet met een kilonaller.

Sommige producten van A-merken zijn bij meerdere supermarkten te koop. Het komt dus voor dat hetzelfde product meerdere keren in de database voorkomt, met voor elke supermarkt waar het te koop is mogelijk een andere prijs.

---

<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.

In totaal omvat de zo gevormde database ruim 400 verschillende productprijzen. Voor een goede vergelijking rekenden we alle prijzen om naar de prijs per 100 gram (of 100 milliliter).

*Figuur 1 geeft een voorbeeld van de structuur van de database, gevuld met fictieve producten en prijzen.*

1. Fictief voorbeeld van de database met productprijs per 100 gram					
	Supermarkt A		Supermarkt B		Etc.
<b>Gehakt</b>	<i>Plantaardig (goedkoopst)</i> Vega Rulstukjes	0,79	<i>Plantaardig (goedkoopst)</i> Veggie Kruimgehakt	0,79	
	<i>Goedkoopste dierlijk</i> Half-om-half gehakt	0,73	<i>Goedkoopste dierlijk</i> Half-om-half	0,76	
	<i>Duurste dierlijk</i> Bio Mager rundergehakt	1,40	<i>Duurste dierlijk</i> Mager Rundergehakt	1,25	
<b>Kaas</b>	<i>Plantaardig (goedkoopst)</i> Veggie Cheese	1,43	<i>Plantaardig (goedkoopst)</i> Vegakaas Jong	1,88	
	<i>Goedkoopste dierlijk</i> Jong belegen	0,99	<i>Goedkoopste dierlijk</i> Huismerk Jong belegen	0,98	
	<i>Duurste dierlijk</i> Mildenaer Jong Belegen	1,23	<i>Duurste dierlijk</i> Mildenaer Jong Belegen	1,24	
Etc.					

## Twee analyses

De database met honderden productprijzen geeft nog geen inzicht in de mate waarin het prijsverschil tussen dierlijk en plantaardig een blokkade kan zijn voor consumenten. Om de verzamelde productprijzen te analyseren en duiden, ontwikkelde Questionmark twee instrumenten: de analyse op betaalbaarheid en de “laagste-prijs-kloof”.

### *Analyse 1: betaalbaarheid*

In deze analyse onderzoeken we of plantaardige producten in prijs grofweg vergelijkbaar zijn met dierlijke producten. Uitgangspunt is de *range* van prijzen van dierlijk producten. Een voorbeeld: de prijs van dierlijk gehakt kan binnen één supermarkt uiteenlopen van €0,60 tot bijna €1,80 per 100 gram. De *betaalbaarheid* van plantaardig gehakt bepalen we dan door de vraag: is er in dezelfde supermarkt plantaardig gehakt te koop waarvan de prijs binnen die range valt? Een prijs die binnen de range van dierlijke prijzen valt, noemen we in dit onderzoek *betaalbaar*. Betaalbaar is een relatief begrip; de prijs van de duurste dierlijke tegenhanger kan hoog zijn, bijvoorbeeld als het om dure A-merken of

biologische producten gaat. De term 'betaalbaar' laat in dit onderzoek alleen zien dat plantaardig niet *nóg* duurder is.

Overigens kan het plantaardige product ook *goedkoper* zijn dan *á*lle dierlijke tegenhangers; dit geven we in de analyse apart aan.

#### *Analyse 2: "laagste-prijs-kloof"*

In deze analyse vergelijken we alleen de *laagste* prijzen van dierlijk en plantaardig met elkaar. We nemen voor elke productsoort de prijs van het goedkoopste dierlijke en het goedkoopste plantaardige product binnen één supermarkt. In een supermarkt kan het goedkoopste dierlijke gehakt bijvoorbeeld €0,60 per 100 gram kosten en het goedkoopste plantaardige gehakt €0,65. De "laagste-prijs-kloof" is dan het verschil tussen de prijs van het dierlijke product en zijn plantaardige tegenhanger, in dit geval €0,05. De "laagste-prijs-kloof" kan natuurlijk ook *negatief* zijn: in dat geval is het dierlijke product duurder dan het plantaardige.

Deze twee analyses leveren verschillende inzichten op die elkaar kunnen aanvullen. Hieronder bespreken we de resultaten van beide methodes na elkaar. In de conclusies van dit rapport maken we de balans op.



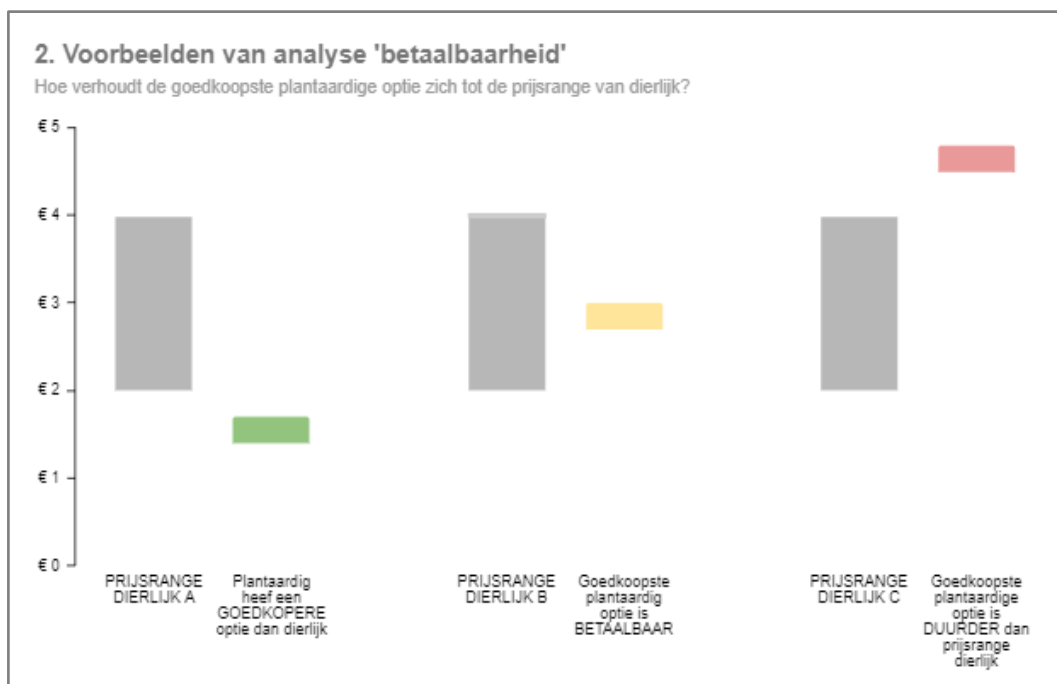
# Bevindingen

## Analyse betaalbaarheid

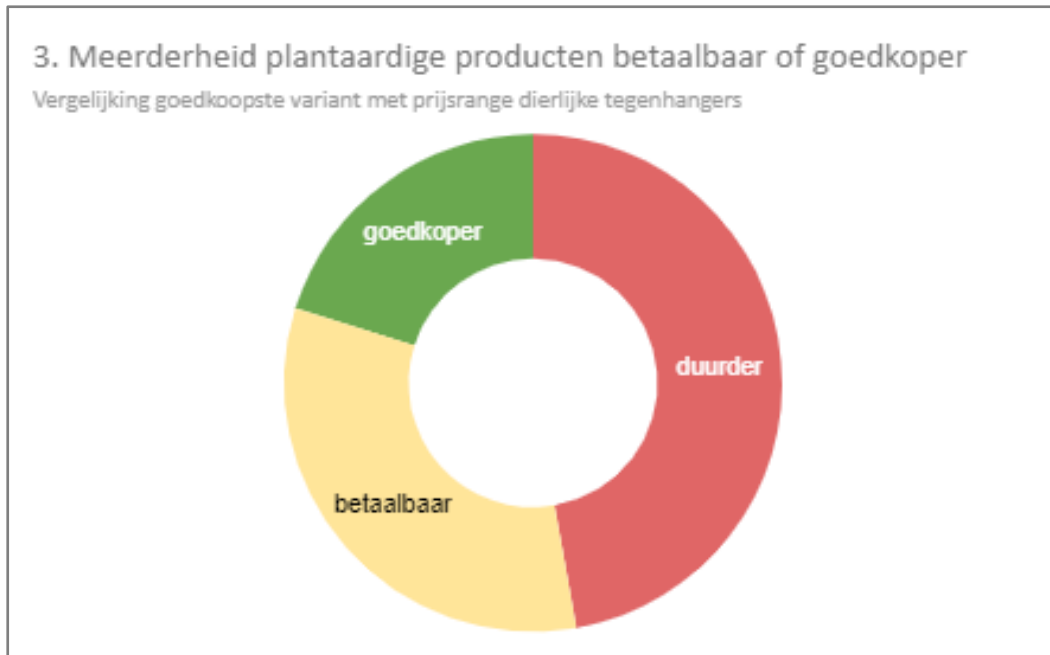
De analyse van betaalbaarheid vergelijkt de prijs van elk plantaardig product met de *range* van prijzen van dierlijke tegenhangers. Voor elk productsoort in elke supermarkt zijn er dan drie mogelijkheden:

- Situatie A: de prijs van het plantaardige product is lager dan de volledige prijsrange van dierlijke tegenhangers in dezelfde supermarkt.
- Situatie B: de prijs van het plantaardige product valt binnen de prijsrange van dierlijke tegenhangers in dezelfde supermarkt. In dit onderzoek noemen we het plantaardige product in deze situatie *betaalbaar*.
- Situatie C: de prijs van het plantaardige product is hoger dan de volledige prijsrange van dierlijke tegenhangers in dezelfde supermarkt.

In situatie B noemen we een product in dit onderzoek *betaalbaar*. Figuur 2 geeft van elke situatie een voorbeeld.



Voor alle prijzen van de geselecteerde plantaardige producten hebben we per supermarkt bepaald of een betaalbare of zelfs goedkopere variant aanwezig is. Het resultaat daarvan is te zien in figuur 3 op de volgende pagina.



Figuur 3 laat zien dat meer dan de helft van de 144 onderzochte plantaardige producten al betaalbaar (33%) of zelfs goedkoper (20%) is dan de dierlijke tegenhangers.

Iets minder dan de helft (47%) van de producten is echter nog duurder dan alle dierlijke tegenhangers in dezelfde supermarkt. De consumenten die naar deze plantaardige producten overstappen, voelen die overstap dus altijd in hun portemonnee, ook als ze normaalgesproken niet de goedkoopste optie kiezen. Dat laatste is relevant omdat consumenten die om maatschappelijke redenen voor bijvoorbeeld biologische dierlijke producten kiezen, om vergelijkbare redenen voor plantaardig zouden kunnen (willen) kiezen.

#### Betaalbaarheid per productsoort en supermarkt

Het algemene beeld dat hierboven is ontstaan vraagt om meer details. In de tabel hieronder hebben we de resultaten opgesplitst naar productsoort en supermarkt. We gebruiken dezelfde kleuren als hierboven: betaalbare opties zijn in geel weergegeven, goedkopere opties in groen. Rood betekent dat alle plantaardige producten duurder zijn dan de duurste dierlijke tegenhanger. Een wit veld betekent dat het product in de betreffende supermarkt (nog) niet verkrijgbaar is.

## 4. Betaalbaarheid per productsoort en supermarkt

onder/boven	Supermarkt					
Productsoort	Albert Heijn	Aldi	Dirk	Jumbo	Lidl	Plus
Balletjes						
Bitterbal						
Boter/margarine						
Boterhamworst						
Braadworst						
Burger						
Filet americain						
Gehakt						
Gehaktbal						
Geraspte kaas					zie *	
Hotdogs						
Kaas (plakken)						
Kipburger						
Kipfilet (broodbeleg)						
Kipnuggets						
Kipstukjes		zie *			zie *	
Kookroom						
Kroket						
Kwark						
Mayonaise						
Melk						
Rookworst						
Roomijs			zie *			
Schnitzel						
Shoarma						
Slagroom						
Smeerworst / pate						
Spekjes						
Vissticks						
Vla						
Yoghurt						
Zuivelspread						

Figuur 4. 'Betaalbaar' betekent in dit onderzoek dat de prijs van het plantaardige product valt binnen de prijsrange van de dierlijke tegenhangers. Voor de producten met \* is het verschil met de goedkoopste dierlijke tegenhanger maar 1 cent. Omdat er in de desbetreffende supermarkt maar één dierlijke tegenhanger is, bestaat de prijsrange alleen uit het goedkoopste product en is het plantaardige product strikt genomen toch duurder.

Om figuur 4 goed te lezen is het belangrijk om te herhalen dat we steeds de goedkoopste versie van een plantaardige productsoort als uitgangspunt nemen en deze vergelijken met de dierlijke tegenhangers *in dezelfde gewichtsklasse*. Als we ook van grotere verpakkingen de prijs per 100 gram zouden meenemen in de vergelijking, dan komt dierlijk vrijwel overal veel goedkoper uit omdat dierlijke producten vaker in grootverpakkingen worden aangeboden. Zie hierover ook de opmerkingen hieronder onder het kopje 'Grootverpakkingen'.

### Interpretatie van resultaten

- Supermarkten lijken over het algemeen nog geen beleid te hebben om prijzen van plantaardig en dierlijk bij elkaar te houden.<sup>2</sup> Geen van de supermarkten onderscheidt zich in figuur 4 duidelijk van de anderen.
- Bij de meeste supermarkten is ruim de helft van de plantaardige opties duurder dan de hele range dierlijke tegenhangers. Alleen bij Jumbo en Albert Heijn is dat minder dan de helft maar ook daar is bij 9 respectievelijk 11 van de onderzochte productsoorten geen betaalbare plantaardige optie beschikbaar.
- In de betaalbaarheid van productsoorten is wel enige lijn te ontdekken. Burgers, kaas, margarine, melk en schnitzels zijn bij (ruim) de helft van de supermarkten al goedkoper dan de goedkoopste dierlijke tegenhanger. Het lijkt erop dat de meest gangbare producten dus vaker betaalbaar geprijsd zijn.
- Margarine en sojamelk zijn de enige plantaardige vervangers die in alle supermarkten al voordeliger zijn dan de goedkoopste dierlijke tegenhanger. Voor melk hebben we de standaard houdbare sojamelk vergeleken met gepasteuriseerde, gekoelde halfvolle koemelk.
- Boterhamworst, braadworst, gehaktbal, kipnuggets en vissticks zijn bij alle supermarkten nog duurder dan de duurste dierlijke tegenhanger. Een overstap naar plantaardig kost bij deze producten dus altijd geld, zelfs voor klanten die gewend zijn om relatief dure dierlijke producten te kopen.
- Opvallend is ook dat Jumbo al plantaardig gehakt heeft dat goedkoper is dan dierlijk, terwijl dat bij Aldi, Lidl en Plus juist niet binnen de range van het dierlijke gehakt valt. Dat komt onder meer omdat Jumbo geen half-om-half gehakt verkoopt in dezelfde gewichtsklasse als het vegetarische gehakt. Voor consumenten die meer dan 175 gram gehakt nodig hebben, is de verleiding van goedkoper half-om-half gehakt ook bij Jumbo aanwezig.

### Analyse “laagste-prijs-kloof”

De tweede analyse laat zien hoe groot de afstand is tussen de *laagste prijzen* van plantaardig en dierlijke producten binnen elke supermarkt. Het gaat daarbij niet alleen om de vraag óf een product goedkoper of duurder is maar ook hoeveel. Deze analyse is vooral relevant om inzicht te krijgen in argumenten voor plantaardig eten voor de meest prijsbewuste consumenten. Immers: voor mensen die echt altijd de goedkoopste optie

---

<sup>2</sup> Kort voor de publicatie van dit rapport zijn door Albert Heijn prijsverlagingen doorgevoerd met het expliciete doel bepaalde plantaardige producten gelijk geprijsd of goedkoper te maken. Deze aanpassingen konden niet meer worden verwerkt in dit rapport.

kiezen, kan een hoge prijs van dierlijke producten op zichzelf al een reden zijn om over te stappen naar plantaardig.

De vorige analyse liet al zien dat prijsverschillen tussen productsoorten binnen één supermarkt flink uiteen kunnen lopen. Zo zijn bij Jumbo de dierlijke spekjes €1,19 goedkoper dan de plantaardige, terwijl de dierlijke boter juist €0,57 *duurder* is dan margarine. Supermarkten lijken hierop over het algemeen nog geen beleid te hebben en binnen één en dezelfde supermarkt kan de kloof dus zowel groot als klein zijn. Daarnaast bleek uit figuur 4 ook al dat niet alle producten in alle supermarkten te krijgen zijn.

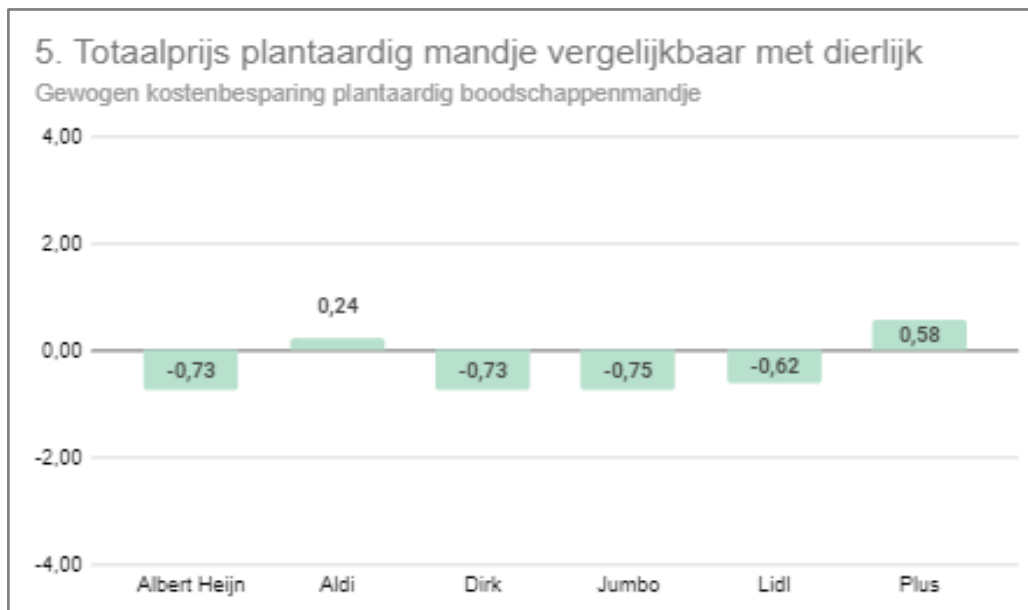
Om supermarkten toch onderling te kunnen vergelijken, stelden we een denkbeeldig boodschappenmandje samen. Daarin zitten 12 plantaardige producten die in vrijwel alle supermarkten te koop zijn.

<b>Plantaardig boodschappenmandje</b>	<b>Gewicht</b>
Vegetarische balletjes	200 gr
Plantaardige boter (margarine)	250 gr
Vegetarische burgers	200 gr
Vegetarisch gehakt	200 gr
Plantaardige kaas <sup>3</sup>	200 gr
Vegetarische kipstukjes	200 gr
Plantaardige kwark*	500 ml
Plantaardige melk (soja of anders)	1000 ml
Plantaardig roomijs*	500 ml
Vegetarische schnitzel	200 gr
Vegetarische shoarma	200 gr
Plantaardige yoghurt	500 ml

Vervolgens hebben we onderzocht of dit mandje, gevuld met alle dierlijke tegenhangers van dezelfde producten, goedkoper of duurder zou uitpakken. Niet alle producten hebben in alle winkels hetzelfde gewicht. We hebben de prijs van elk product daarom omgerekend naar een standaard gewicht, zoals aangegeven in het lijstje.

<sup>3</sup> De producten met een \* zijn alleen bij de Aldi niet te koop. Voor Aldi is het prijsverschil berekend over de producten die wel te koop zijn.

Figuur 5 geeft de resultaten per supermarkt.



### Interpretatie van de resultaten

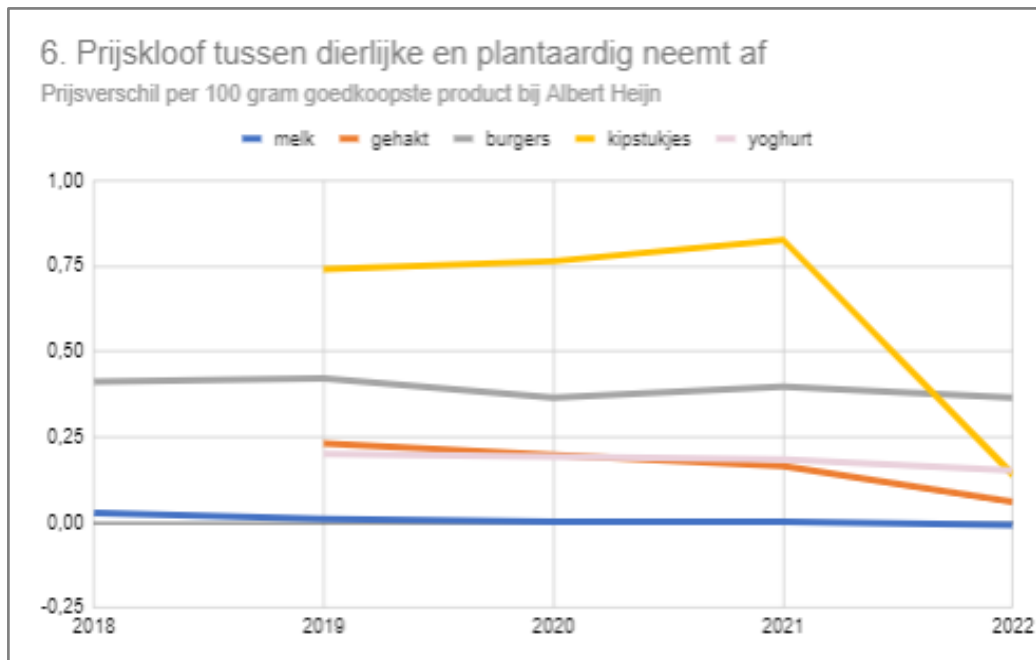
Figuur 5 laat zien dat bij de meeste supermarkten het prijsverschil mee kan vallen voor iemand die volledig overstapt op plantaardig. Voor het volledige mandje is het prijsverschil maximaal € 0,75. Dat komt mede omdat melk in dit mandje zwaar meeweegt; in bijna alle supermarkten is de goedkoopste gekoelde dierlijke melk duurder dan de goedkoopste houdbare plantaardige melk. Tegelijkertijd geeft die weging ook een adequaat beeld; melk wordt nu eenmaal vaak in grotere hoeveelheden gekocht dan bijvoorbeeld gehakt of kwark.

Wel zijn er interessante verschillen tussen supermarkten. Op basis van dit boodschappenmandje zou je kunnen zeggen: mensen die meer plantaardig willen eten, worden bij Aldi en Plus het minst verleid door lagere prijzen van dierlijke tegenhangers. Daar moet bij worden vermeld dat sommige producten uit het mandje niet bij Aldi te koop zijn.

De waarde van dit meetinstrument zal vooral in de toekomst blijken; over een of meer jaar zou dezelfde meting kunnen laten zien dat supermarkten consistent beleid hebben om de prijzen van plantaardig en dierlijk bij elkaar te houden. Dit eerste rapport is dan een nulmeting.

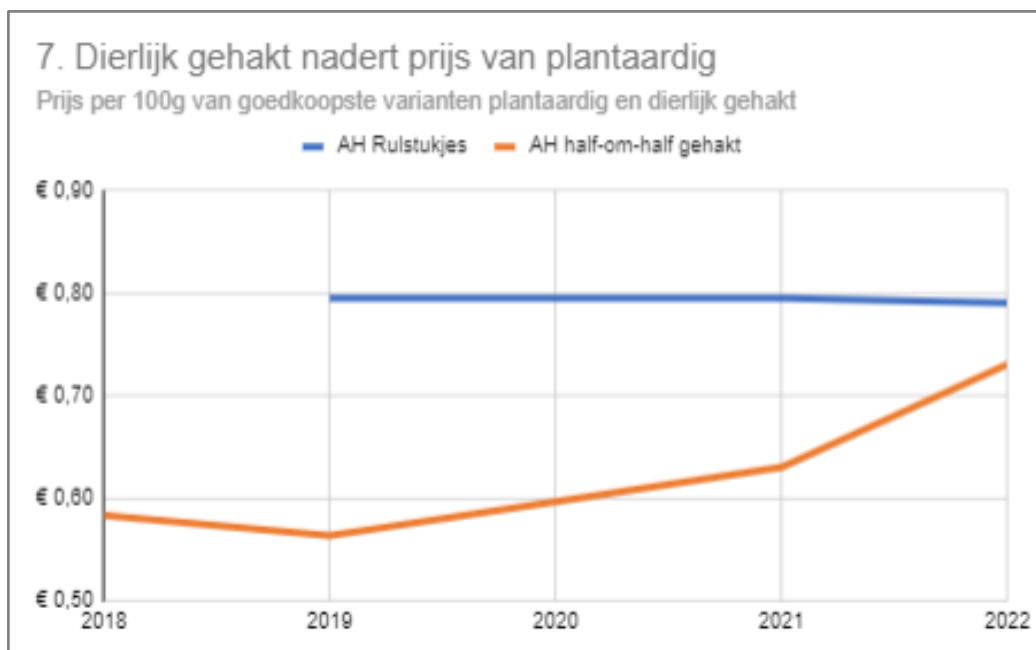
### Ontwikkeling “laagste-prijs-kloof”

Tot slot onderzochten we de ontwikkeling van prijskloof over de afgelopen jaren. Niet van alle supermarkten zijn de prijzen van de afgelopen jaren van alle producten bekend. We namen daarom de prijsontwikkeling bij de grootste supermarkt van Nederland: Albert Heijn. We kozen voor vijf iconische producten die al lang in plantaardige vorm te koop zijn: melk, gehakt, burgers en kipstukjes en yoghurt.

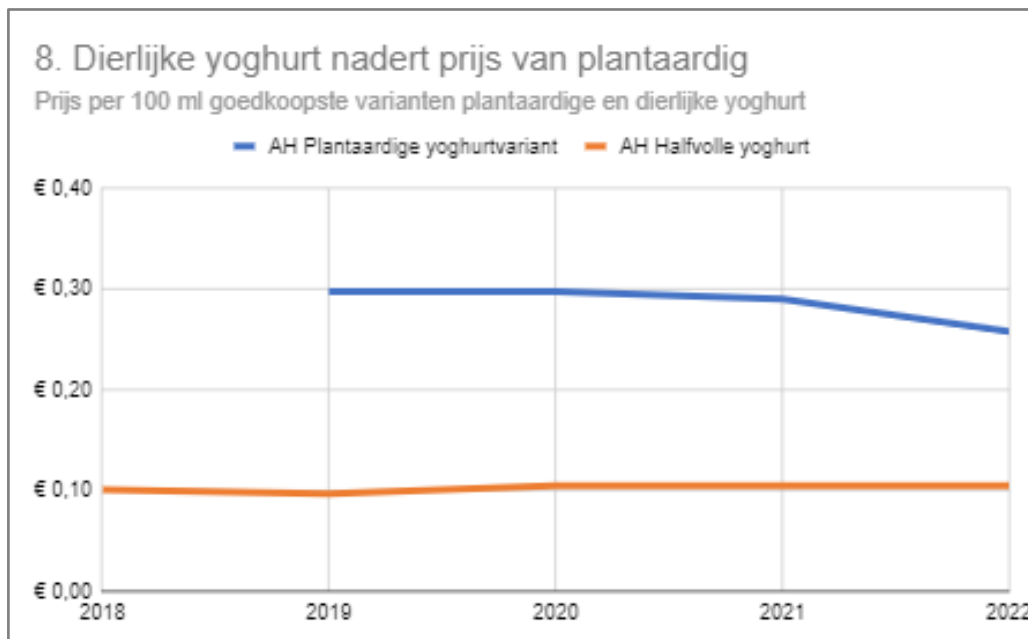


We laten in deze grafiek met opzet geen absolute bedragen zien maar alleen prijsverschillen. De vraag of (dierlijk of plantaardig) voedsel in absolute zin (te) duur of goedkoop is, is voor dit onderzoek niet relevant. De lijnen geven aan hoeveel goedkoper het dierlijke product is ten opzichte van de goedkoopste plantaardige optie. Uit onderliggende cijfers blijkt wel dat het niet alleen de dierlijke producten zijn die duurder zijn geworden: plantaardige producten worden soms ook goedkoper.

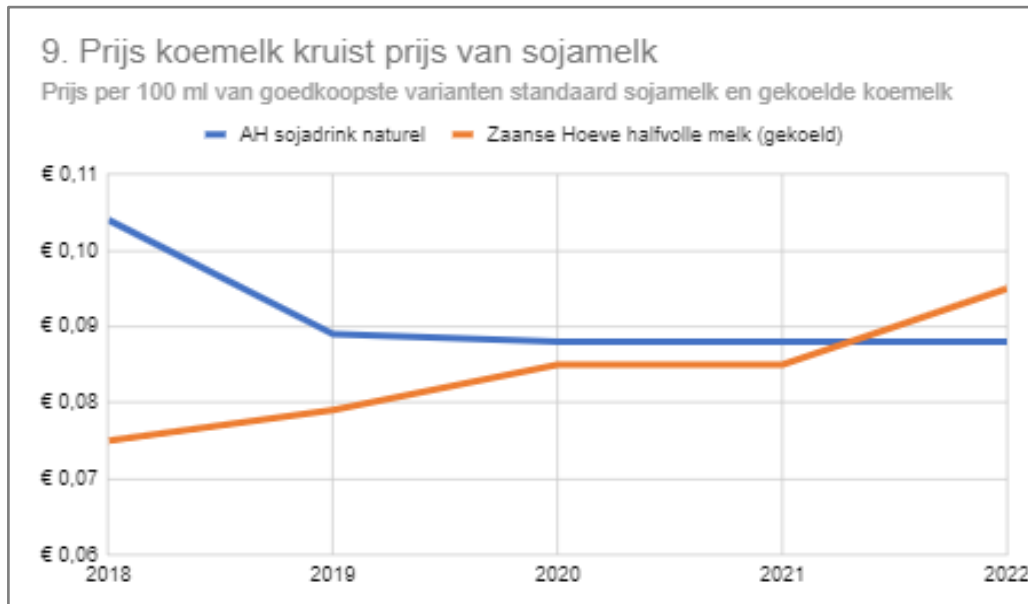
Ter illustratie daarvan geven we van een selectie producten hieronder de prijsontwikkeling van plantaardig en dierlijk in één grafiek.



Figuur 7 op de vorige pagina laat zien dat de prijskloof tussen AH Rulstukjes en AH Half-om-Half gehakt is afgenomen, met name doordat de prijs van dierlijk gehakt is gestegen. Op het moment van schrijven was het prijsverschil nog €0,06 per 100 gram.



Bij yoghurt (figuur 8) zien we juist het omgekeerde: hier is het met name de prijs van plantaardige yoghurt die is gedaald. Op moment van schrijven is het verschil nog €0,15.



Bij melk (figuur 9) ontmoeten prijsdaling en -stijging elkaar: de standaard sojamelk ('AH Sojadrink naturel') is sinds dit jaar ongeveer een cent goedkoper dan gepasteuriseerde (en dus gekoeld verkochte) halfvolle koemelk van Zaanse Hoeve.



## Grootverpakkingen melk en gehakt

Het viel de onderzoekers op dat plantaardige producten minder vaak in grootverpakking te krijgen zijn. Bij de dierlijke tegenhangers zijn juist die grootverpakkingen per 100 gram vaak flink goedkoper. Voor gehakt en melk, twee categorieën waar hebben we een extra analyse gedaan, leidt dit tot de volgende conclusies.

### Melk

- Dierlijke melk is bij alle supermarkten ook in pakken van 2 liter te koop, in sommige supermarkten zelfs 2,4 liter.
- Geen enkele supermarkt biedt plantaardige melk in verpakkingen groter dan 1 liter.



### Gehakt



- Dierlijk gehakt is in alle supermarkten ook per kilo te koop.
- Aldi, Dirk en Lidl verkopen vegetarisch gehakt alleen per 250 gram of minder. Geen enkele supermarkt biedt vegetarisch gehakt in verpakkingen van meer dan 400 gram.

In dit onderzoek naar prijsverschillen hebben we steeds producten van vergelijkbaar gewicht met elkaar vergeleken. Het spreekt voor zich dat de prijsverschillen vele male groter zijn voor gezinnen of andere grootverbruikers die graag in grotere hoeveelheden inkopen. Voor hen is de verleiding van goedkoop vlees en zuivel dus aanmerkelijk groter dan in dit onderzoek is beschreven.

## Overige bevindingen en observaties

Voor het ontwikkelen van bovenstaande meetmethoden hebben de onderzoekers zich verdiept in het aanbod plantaardige alternatieven, hun dierlijke tegenhangers en de prijsverschillen daartussen. Naast de conclusies uit bovenstaande analyses viel de onderzoekers ook een aantal andere zaken op die mogelijk om meer onderzoek vragen.

### *Aanbiedingen*

Behalve in hun prijsbeleid kunnen supermarkten plantaardige producten ook aantrekkelijker maken in hun aanbiedingen. De rol van aanbiedingen is in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten omdat daar al regelmatig onderzoek naar wordt gedaan, zie bijvoorbeeld (Wakker Dier, 2021) en (Questionmark, 2021).

Op het beleid voor aanbiedingen hebben supermarkten een nog meer directe invloed dan op de prijzen. Het is bekend dat aanbiedingen van grote invloed zijn op de aankoopkeuzes die consumenten maken. Zo leidde het aanbiedingenbeleid van supermarkten ertoe dat zelfs tijdens de Nationale Week Zonder Vlees door extra aanbiedingen op zowel vlees als vleesvervangers er méér in plaats van minder vlees werd verkocht (Distrifood, 2019).

Questionmark onderzocht in de periode rond de Week Zonder Vlees in 2021 het aantal aanbiedingen van 'eiwitbronnen' - producten als vlees, eieren, zuivel, noten, peulvruchten en tofu, die een belangrijke bron van eiwitten kunnen zijn in een dagelijks voedselpatroon. Dat onderzoek had een iets andere opzet dan het huidige, maar de destijds verzamelde cijfers geven wel een beeld dat relevant is voor dit rapport:

- Alle hier onderzochte supermarkten deden in een periode van zeven weken in al hun folders aanbiedingen voor rood vlees (zoals koe en varken). Alleen Lidl bracht tijdens de Week Zonder Vlees een werkelijk vleesloze folder uit.
- Gemiddeld stonden er zes aanbiedingen voor rood vlees in de reclamefolder, met uitschieters naar 14 en 18 aanbiedingen per week in één supermarkt.
- Uit de destijds verzamelde cijfers blijkt ook dat voor vleesvervangers *maximaal* drie aanbiedingen in een folder stonden.

### *Marges*

Het is niet duidelijk wat de relatief hoge prijzen van sommige plantaardige producten veroorzaakt. Een voor de hand liggende verklaring is de relatief kleine vraag naar deze producten, waardoor het schaalvoordeel van grootschalige productie ontbreekt. Het feit dat margarine in alle supermarkten al goedkoper is dan dierlijke boter past bij die verklaring; gebruik van margarine als alternatief voor boter is al veel langer en breder gebruikelijk dan bijvoorbeeld plantaardige yoghurt als alternatief voor dierlijke.

Journalistiek onderzoek suggereert echter dat supermarkten (ook) hogere marges maken op dit soort niche-producten (Het Financieele Dagblad, 21 januari). Volgens producenten heffen supermarkten winstmarges tot wel 50% op plantaardige producten, terwijl vlees tegen veel lagere marges van zo'n 8% of zelfs onder de kostprijs wordt verkocht (New Food Hub, 2021). In dat geval hebben supermarkten een directe invloed op deze blokkade voor de eiwittransitie.

### *Eivervangers*



Eieren vormen de enige dierlijke productcategorie die in de dataverzameling en analyse grotendeels (behalve in de vorm van mayonaise) buiten beschouwing is gelaten. De

reden is dat eivervangers op dit moment slechts zeer beperkt verkrijgbaar zijn in Nederlandse supermarkten en qua verpakkingsformaat en productsoort slecht vergelijkbaar zijn met eieren. Dierlijke eieren worden voornamelijk in vloeibare vorm in de schaal verkocht, terwijl plantaardige eivervangers vooral in poedervorm verkrijgbaar zijn. Eivervangers bieden bovendien vaak maar een deel van de functionaliteiten die een vloeibaar kippenei heeft, ze zijn bijvoorbeeld geschikt voor gebruik in gebak óf omeletten maar niet allebei. Het blijkt evenwel dat eivervangers goedkoper kunnen zijn of in ieder geval betaalbaar, afhankelijk van de gewenste functionaliteit.

Een pak eivervanger voor gebruik in gebak (Orgran No Egg) kost bij Albert Heijn €4,59 en vervangt (volgens verpakking) 66 eieren. Dat komt op 7 cent per ei. De goedkoopste eieren bij Albert Heijn kosten 16 cent per ei. Het is dus maar liefst 56% goedkoper om eivervanger te gebruiken in gebak, vergeleken met de goedkoopste kippeneieren. Een pak eivervanger voor omeletten (Orgran Vegan Easy Egg) kost €5,49 en vervangt 15 eieren, wat neerkomt op 37 cent per ei. Dat is dus 131% duurder, maar valt wel binnen de prijsrange van eieren bij Albert Heijn: vergelijkbaar met Rondeel eieren, goedkoper dan biologische eieren. Eivervanger in poedervorm is bovendien langer houdbaar dan kippeneieren. Jumbo biedt ook Orgran-producten aan tegen vergelijkbare prijzen als Albert Heijn.

Daarnaast biedt Jumbo vooralsnog als enige supermarkt een vloeibare eivervanger aan (Crack'd) voor €6,99 per fles, volgens de verpakking equivalent aan 8 eieren. Dit komt uit op 87 cent per ei - flink duurder nog dan de duurste Jumbo eieren (Blijje Kip Biologisch) van 59 cent per stuk.

# Conclusies en aanbevelingen

Iets meer dan de helft van 144 onderzochte plantaardige producten is al betaalbaar geprijsd of zelfs goedkoper dan zijn dierlijke tegenhangers. 'Betaalbaar' betekent in dit onderzoek dat de prijs van het product past binnen de prijsrange van zijn dierlijke tegenhangers.

Supermarkten lijken over het algemeen nog geen beleid te hebben om prijzen van plantaardig en dierlijk bij elkaar te houden. Bij de meeste supermarkten is de helft van de plantaardige opties nog niet betaalbaar, dat wil zeggen dat deze producten duurder zijn dan de duurste dierlijke tegenhanger.

De totale meerkosten van plantaardig eten vallen mee. Een mandje met de meest gangbare plantaardige producten kost in de supermarkt hoogstens €0,75 meer dan hetzelfde mandje met dierlijke producten (bij Jumbo). In het beste geval is het plantaardige mandje zelfs €0,58 goedkoper (bij Plus).

De prijsverschillen tussen dierlijke en plantaardige producten lijken over de hele linie kleiner te worden. Plantaardige melk en margarine zijn in alle supermarkten al goedkoper dan hun dierlijke tegenhangers.

## Aanbevelingen Supermarkten

- Maak plantaardige producten betaalbaar; zorg dat er tenminste één product is met een prijs binnen de prijsrange van dierlijke tegenhangers. Voor bijna de helft van de producten is dat nu nog niet het geval.
- Voer gericht beleid om de prijzen van plantaardige alternatieven gelijk te trekken aan die van de dierlijke producten die ze bedoelen te vervangen. De Britse supermarktketen COOP UK voerde zo'n *price parity* beleid in, waarbij de prijzen van het dierlijke en plantaardige huismerkassortiment aan elkaar werden gelijk gemaakt (COOP UK, 2021). Ook Tesco nam in het Verenigd Koninkrijk gerichte stappen om de prijzen dichterbij elkaar te brengen (Retailer Gazette, 2021) En in Nederland voerde de online supermarkt Ochama beleid in waarbij van alle vlees- en zuivelalternatieven (ook merkproducten) de prijs gelijk wordt gemaakt aan die van de dierlijke variant (DistriFood, 2022).

- Zet marges in om duurzame keuzes van klanten te stimuleren en niet te bestraffen. Er is grote ongelijkheid in marges tussen plantaardige en dierlijke producten. Zouden de marges die nu op vleesvervangers worden geheven worden geheven op vlees, en andersom, dan zouden juist de plantaardige producten het goedkoopst zijn, en prijzen zouden een betere reflectie zijn van de 'echte prijs'.
- Bied plantaardige producten ook in grootverpakking aan. Dat deze nu nog grotendeels ontbreken biedt prijsbewuste consumenten die grotere hoeveelheden gebruiken een disproportionele prikkel om voor dierlijke producten te kiezen.
- Gebruik aanbiedingen om duurzame keuzes aantrekkelijker te maken. De grote ongelijkheid in aanbiedingen tussen dierlijke producten en alternatieven maakt het voor prijsbewuste consumenten moeilijk om voor plantaardige producten te kiezen.

### **Aanbevelingen Beleidsmakers**

- Maak bindende afspraken met supermarkten over bovenstaande mogelijkheden.
- Onderzoek de mogelijkheden om als overheid 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.

Al deze voorstellen kunnen rekenen op steun van een meerderheid van de bevolking (Kieskompas, 2022).

# Referenties

- COOP UK, 2021. 'We've cut the price of our plant-based coCo-op GRO range to make it more affordable for everyone!'. 5 mei 2021. <https://www.coop.co.uk/blog/weve-cut-the-price-of-our-plant-based-co-op-gro-range-to-make-it-more-affordable-for-everyone>
- Distrifood, 2019. 'Week Zonder Vlees: meer vlees verkocht - Distrifood'. Distrifood. Distrifood. 23 maart 2019. <https://www.distrifood.nl/assortiment/nieuws/2019/04/week-zonder-vlees-meer-vlees-verkocht-101123804>.
- Distrifood, 2022. 'Ochama trekt prijs vlees- en zuivelvervangers gelijk aan vlees en zuivel'. 24 februari 2022. <https://www.distrifood.nl/assortiment/nieuws/2022/02/ochama-trekt-prijs-vlees-en-zuivelvervangers-gelijk-aan-vlees-en-zuivel-101155623>
- Financieele Dagblad, 21 januari. 'Vlees te goedkoop, vega te duur: supermarkten maken groene plannen niet waar'. Smit, Richard, en Lisa Van der Velden. <https://fd.nl/bedrijfsleven/1425501/vlees-te-goedkoop-vega-te-duur-supermarkten-maken-groene-plannen-niet-waar>.
- Kieskompas (2022) 'Wat vindt Nederland van de Eiwittransitie? De rol van de overheid.' in opdracht van ProVeg Nederland. <https://proveg.com/nl/wat-vindt-nederland-van-de-eiwittransitie/>
- Ministerie IenW, 2018. 'Transitie-agenda Biomassa & Voedsel'. Ministerie IenW. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2018/01/15/bijlage-5-transitieagenda-biomassa-en-voedsel/bijlage-5-transitieagenda-biomassa-en-voedsel.pdf>.
- New Food Hub, 2021. 'A major European food producer of both animal and plant-based proteins, in a private interview with ProVeg' cited in 'Five marketing fails to avoid with plant-based foods'. September 2021.
- ProVeg, 2021. 'What consumers want: a survey on European consumer attitudes towards plant-based foods'. ProVeg. European Union's Horizon 2020 research and innovation programme. [https://proveg.com/wp-content/uploads/2021/11/FINAL\\_Pan-EU-consumer-survey\\_Overall-Report.pdf](https://proveg.com/wp-content/uploads/2021/11/FINAL_Pan-EU-consumer-survey_Overall-Report.pdf).
- Questionmark, 2021. 'Superlijst Groen 2021: Duurzaam voedsel. Welke supermarkten nemen de leiding?' Questionmark. Stichting Questionmark. <https://www.thequestionmark.org/download/superlijst-rapport-groen-2021-v1.0.pdf>.
- Retail Gazette, 2021. 'Tesco cuts prices across entire vegan range'. 29 oktober 2021. <https://www.retailgazette.co.uk/blog/2021/10/tesco-cuts-prices-across-entire-vegan-range/>.
- Wakker Dier, 2021. 'Foldermonitor'. Wakker Dier. 2021. <https://www.wakkerdier.nl/campagnes/kiloknaller/de-foldermonitor-met-kiloknallers-wakker-dier/>.

# Bijlage 1 - Onderzoeksmethode

In dit onderzoek hebben we gekeken naar de prijsverschillen tussen gangbare plantaardige producttypes en hun dierlijke tegenhangers per supermarktketen. Om deze prijsverschillen per supermarkt goed met elkaar te vergelijken, hebben we ervoor gekozen om in elke categorie naar het relatief goedkoopste product te kijken. 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 assumptie dat consumenten die kiezen voor goedkope dierlijke producten waarschijnlijk eerder geneigd zijn over te stappen naar een plantaardig alternatief, als dat hun geld scheelt. 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 kortingsberekening.

Voor consumenten die nu al duurdere varianten kopen, is de prijs waarschijnlijk een minder belangrijke overweging om over te stappen naar plantaardige varianten. Toch moeten ook voor die groep de prijzen niet te ver uit elkaar liggen. We hebben daarom ook onderzocht hoe de prijzen van plantaardige producten zich verhouden tot de totale *prijrange* van hun dierlijke tegenhangers.

Allereerst hebben we gewerkt aan een longlist van plantaardige producten en hun dierlijke tegenhangers. Wij verwachten dat deze lijst van producten ons een goed beeld geeft van de prijsverschillen tussen plantaardige en dierlijke producten in het algemeen. De lijst van producten omvat o.a. vleesvervangers, zuivelvervangers en plantaardige varianten van broodbeleg.

Belangrijk om te benoemen is dat wij onder vleesvervangers ook producten verstaan die mogelijk niet 100% plantaardig zijn doordat deze kippenei-eiwit of een toevoeging van melk bevatten. Vegetarische vleesvervangers die deze ingrediënten bevatten vallen binnen de scope van dit onderzoek.

De longlist met de geselecteerde plantaardige producten en hun dierlijke tegenhangers omvat in totaal 32 producten (zie volgende pagina).

<b>Plantaardige producten</b>	<b>Dierlijke tegenhangers</b>
plantaardige balletjes (15-30 gram per stuk)	gehaktballetjes (15-30 gram per stuk)
plantaardige braadworst	braadworst
plantaardige burger	hamburger
plantaardig gehakt	gehakt
plantaardige gehaktbal ( $\geq 80$ gram per stuk)	gehaktbal ( $\geq 80$ gram per stuk)
plantaardige kipburger	kipburger
plantaardige kipstukjes	kipfilet blokjes
plantaardige rookworst	rookworst
plantaardige schnitzel	schnitzel (gepaneerd)
plantaardige shoarma	shoarma
plantaardige spekjes	spekjes
plantaardige vissticks	vissticks
plantaardige boterhamworst	boterhamworst
plantaardige filet americain	filet americain
plantaardige plakken kaas	plakken jong belegen kaas 48+
plantaardige geraspte kaas	geraspte kaas 48+
plantaardige kipfilet (broodbeleg)	kipfilet (broodbeleg)
plantaardige paté	paté/smeerworst
plantaardige zuivelspread/roomkaas	zuivelspread/roomkaas
plantaardige mayonaise	mayonaise
plantaardige margarine (blok, ongezouten)	roomboter (blok, ongezouten)
plantaardige bitterballen	bitterballen
plantaardige kroketten	kroketten
plantaardige hotdogs	hotdogs
plantaardige nuggets	kipnuggets
plantaardige kookroom	kookroom
plantaardige kwark	halfvolle kwark
houdbare plantaardige melk	verse halfvolle melk
plantaardig roomijs (bijv. Ben&Jerry's)	roomijs (bijv. Ben&Jerry's)
plantaardige slagroom	slagroom
plantaardige vanillevla	vanillevla
plantaardige yoghurt	halfvolle yoghurt



Binnen het (online) assortiment van de supermarkten Albert Heijn, Jumbo, Dirk, Plus, Lidl en Aldi hebben we gezocht op 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 januari en februari 2022, met uitzondering van enkele producten van Lidl en Aldi die zijn verzameld in de eerste week van maart 2022.<sup>4</sup> Voor de data van voorgaande jaren geldt dat de eerst beschikbare prijzen in de maand januari voor het betreffende jaar zijn verzameld.

### **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. Verder zijn dierlijke bereide producten zoals uitgebakken spekjes niet meegenomen, omdat deze producten vaak duurder zijn vanwege de extra handeling in de bereiding en niet vanwege het verschil tussen plantaardig en dierlijk. We hebben ervoor gekozen om light-varianten wel mee te nemen in de dataverzameling.

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.

---

<sup>4</sup> Het overgrote deel van de dataverzameling heeft plaatsgevonden in de periode voorafgaand aan de invasie van Oekraïne. Een eventueel effect van de invasie op de prijzen van voedselproducten is niet verwerkt in het rapport.

## Specifieke opmerkingen over productsoorten

**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.

**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. Dit omdat 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 roomijs in pints in plaats van bakken. Dit omdat de plantaardige variant vooralsnog niet beschikbaar is in bakken. We hebben hier gekeken naar welke plantaardige varianten goed te vergelijken zijn met de dierlijke varianten. We hebben ervoor gekozen om voor de supermarkten Albert Heijn, Jumbo, Dirk en PLUS 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 van het merk Vemondo verkrijgbaar en ook een dierlijke variant is verkrijgbaar van het merk Gelatelli. Bij de Lidl zijn deze producten met elkaar vergeleken. Bij Aldi is (nog) geen plantaardige variant van roomijs in pint verkrijgbaar.

**Melk** - Voor melk hebben we de verse dierlijke melk vergeleken met houdbare plantaardige melk. 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 gewichtsrang (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.



## Bijlage 2 - Laagste prijs kloof per supermarkt

Productsoort	Supermarkt					
	Albert Heijn	Aldi	Dirk	Jumbo	Lidl	Plus
Balletjes	0,27	0,27	0,42	0,05	0,27	-0,52
Bitterbal	0,50	0,51	0,57	0,38	0,12	
Boter/margarine	-0,44	-0,35	-0,53	-0,57	-0,58	-0,56
Boterhamworst	0,69		0,37	1,01		0,99
Braadworst	1,19		0,80	0,88	0,49	0,78
Burger	0,37	-0,28	0,37	0,37	-0,20	-0,29
Filet Americain	0,47		0,67	0,58		0,51
Gehakt	0,06	0,15	0,17	-0,29	0,09	0,13
Gehaktbal	0,90			0,79		0,90
Geraspte kaas	0,78				0,00	0,40
Hotdogs	0,46		0,53	0,43		0,46
Kaas (plakken)	-0,05		0,25	-0,06	-0,05	0,09
Kipburger	0,35	0,26	0,60	0,87		
Kipfilet (broodbeleg)	0,45			0,76		
Kipnuggets	0,26		0,10	0,89		0,52
Kipstukjes	0,13	0,01	0,47	0,19	0,01	-0,11
Kroket	0,43	0,58		0,35	0,30	
Kookroom	0,16		0,22	0,20		0,22
Kwark	0,20		0,18	0,29	0,28	0,33
Mayonaise	0,08		0,19	0,06		0,08
Melk	0,00	-0,01	-0,01	-0,01	0,00	0,00
Rookworst	1,14		1,15	1,15		1,13
Roomijs	-0,05		0,01	0,10	0,06	0,15
Schnitzel	-0,20	-0,12	0,15	-0,11	-0,12	0,35
Shoarma	0,14	0,14	0,39	-0,16	0,32	0,01
Slagroom	0,24		0,23	0,21		0,24
Smeerworst / pate	0,93		1,07	0,80		0,35
Spekjes	-0,24		0,46	0,32		-0,32
Vissticks	0,35					0,34
Vla	0,14		0,00	0,15		0,14
Yoghurt	0,15	0,16	0,26	0,09	0,12	0,13
Zuivelspread	0,98			0,84		1,15

Nota bene: Het prijsverschil voor vla bij Dirk is afgerond €0,- per 100ml maar per heel pak is plantaardig €0,05 duurder. Om die reden is vla in figuur 4 in het rapport toch geel gekleurd. Hetzelfde geldt voor de geraspte kaas van Lidl, waar de plantaardige geraspte kaas €0,01 duurder is per verpakking.

# Questionmark

Stichting Questionmark  
Overhoeksplein 2  
1031 KS Amsterdam

[info@thequestionmark.org](mailto:info@thequestionmark.org)  
[www.thequestionmark.org](http://www.thequestionmark.org)