

# Nederland: Inzichten in de retailmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen

2020-2022



# Samenvatting

Uit verkoopgegevens van NielsenIQ met betrekking tot 13 Europese landen blijkt dat de verkoop van plantaardige voedingsmiddelen in 2022 met 6% is gestegen – en met 21% sinds 2020 – tot 5,8 miljard euro.

De wereldwijde verschuiving naar plantaardige voeding heeft een revolutie teweeggebracht in de voedingsindustrie, waarbij grote voedingsproducenten en detailhandelaren de verandering omarmen. In Europa is de verkoop van plantaardige voedingsmiddelen in de detailhandel de afgelopen jaren sterk gestegen doordat nieuwe producten en innovaties op de markt zijn gekomen, waardoor meer consumenten een nieuwe generatie plantaardig vlees, zeevruchten, eieren en zuivelproducten kunnen kopen die qua smaak, prijs en gemak kunnen concurreren met dierlijke producten.

## Plantaardige voedingsmiddelen is in Europa een markt van € 5,8 miljard.

Het Good Food Institute Europe analyseerde NielsenIQ plantaardige gegevens voor 13 Europese landen – Oostenrijk, België, Denemarken, Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Polen, Portugal, Roemenië, Spanje, Zweden en het VK – om de omvang en de groei van de consumentenmarkt op het gebied van plantaardige voedingsmiddelen van 2020 tot 2022 te berekenen.

**5,8 miljard euro**

De consumentenmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen heeft een waarde van 5,8 miljard euro, dit tegenover 4,8 miljard euro in 2020.

**+6%**

De totale waarde van de verkoop van plantaardige voedingsmiddelen groeide tussen 2021 en 2022 met 6%.

**+4%**

Tussen 2021 en 2022 steeg de verkoop van plantaardige voedingsmiddelen met 4%.

**21%**

De verkoop van plantaardige voedingsmiddelen in euro's en in hoeveelheden groeit tussen 2020 en 2022 met 21%.

Om de verkoopprestaties van plantaardige categorieën in 2022 in de juiste context te plaatsen, is het belangrijk rekening te houden met de unieke macro-economische omstandigheden als gevolg van de aanhoudende oorlog in Oekraïne, de spanningen in de wereldhandel en de inflatie. Hoewel de groei van de consumentenmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen in 2022 afnam in vergelijking met 2021, bleven zowel de verkoop in euro's als de verkoop per stuk groeien, waaruit blijkt dat de consumenten ondanks deze uitdagingen een aanzienlijke belangstelling hebben voor deze producten.

## Overzicht van de verkoop in de Europese plantaardige categorie, 2022

	2022 omzet	2021-2022 omzetgroei	2020-2022 omzetgroei	2022 verkoop per stuk	2021-2022 groei van de verkoop per stuk	2020-2022 groei van de verkoop per stuk
Melk	2,2 Mrd. €	7%	19%	1,3 Mrd.	6%	20%
Vlees	2,0 Mrd. €	3%	19%	846 Mio.	1%	21%
Yoghurt	515 Mio. €	-0.4%	8%	255 Mio.	-3%	10%
Spreads	247 Mio. €	13%	40%	140 Mio.	4%	26%
Maaltijden	181 Mio. €	20%	79%	72 Mio.	14%	71%
Ijs	174 Mio. €	8%	14%	57 Mio.	8%	15%
Kaas	165 Mio. €	4%	56%	61 Mio.	4%	62%
Room	139 Mio. €	7%	7%	109 Mio.	-0%	1%
Dessert	88 Mio. €	6%	27%	58 Mio.	5%	40%
Vis en zeevruchten	43 Mio. €	60%	326%	14 Mio.	67%	343%
<b>Totaal</b>	<b>5,8 Mrd. €</b>	<b>6%</b>	<b>21%</b>	<b>2,9 Mrd.</b>	<b>4%</b>	<b>21%</b>

### Plantaardige voedingsmiddelen zijn in Nederland een markt van 411,4 miljoen euro.

De Nederlandse consumentenmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen is de zesde grootste in Europa. Maar Nederlandse consumenten hebben de hoogste consumptie van plantaardige voedingsmiddelen per inwoner. Dit is in lijn met de algemene verkooptrends in Nederland, waar de verkoop van plantaardige voedingsmiddelen tussen 2020 en 2022 met 9% groeide tot 441,4 miljoen euro.

Plantaardig vlees is de meest volwassen categorie van plantaardige producten in Nederland, hoewel de verkoop hiervan in 2022 daalde. De marktwaarde van plantaardige melk blijft stijgen, met een groei van 14% tussen 2020 en 2022. Een van de minst ontwikkelde, maar snelst groeiende categorieën is plantaardige kaas.

Duik in het verslag om een duidelijker beeld te krijgen van de Nederlandse consumentenmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen.

**Addendum: In april 2023 ontdekten we enkele fouten van onze datapartner voor de Britse categorieën plantaardige kaas, yoghurt en dessert en de Poolse categorie plantaardige kaas. In dit rapport zijn de samenvatting, de vergelijking tussen landen van algemene plantaardige voedingsmiddelen, de vergelijking tussen landen van plantaardige kaas en de vergelijking tussen landen van plantaardige yoghurt bijgewerkt met de juiste verkoopcijfers.**

# Inhoudsopgave

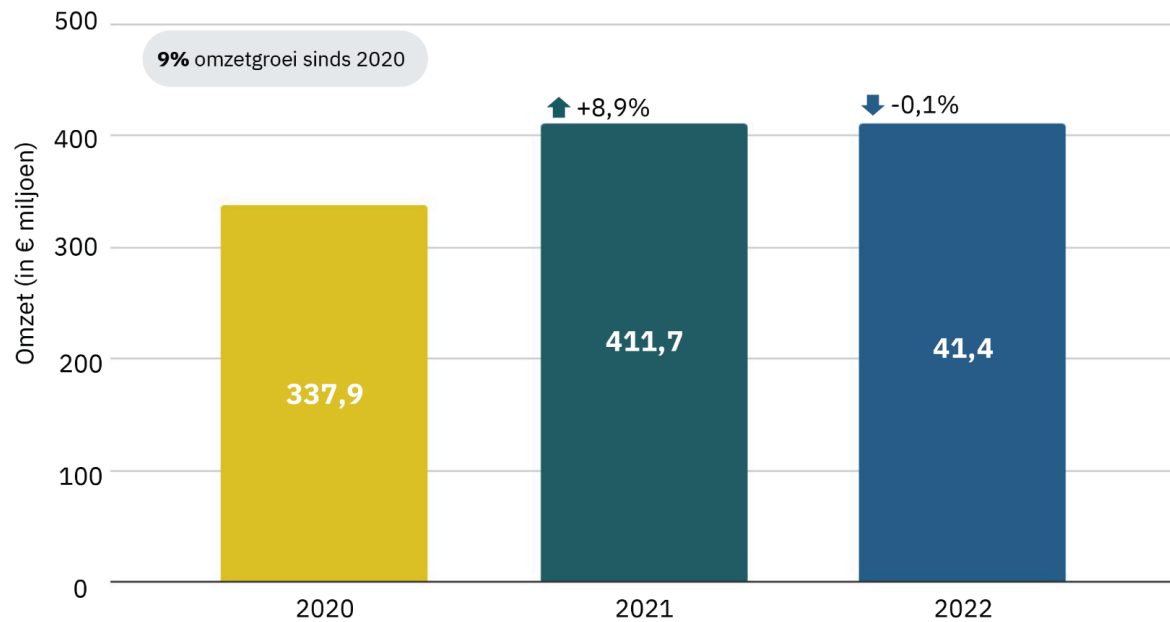
---

<b>Algemene markt voor plantaardige voedingsmiddelen</b>	<b>5</b>
Categorieën	6
Vergelijking tussen landen	8
Vergelijking met voedingsmiddelen op dierlijke oorsprong	9
<b>Plantaardig vlees</b>	<b>10</b>
<b>Plantaardige melk</b>	<b>13</b>
<b>Plantaardige kaas</b>	<b>16</b>
<b>Plantaardige yoghurt</b>	<b>18</b>
<b>Plantaardige room</b>	<b>20</b>
<b>Plantaardig dessert</b>	<b>21</b>
<b>Afsluitende opmerkingen</b>	<b>22</b>
<b>Over de gegevens</b>	<b>23</b>

# Algemene markt voor plantaardige voedingsmiddelen

De verkoop van plantaardige voedingsmiddelen in Nederland daalde in 2022 met 0,1% tot 411,4 miljoen euro.

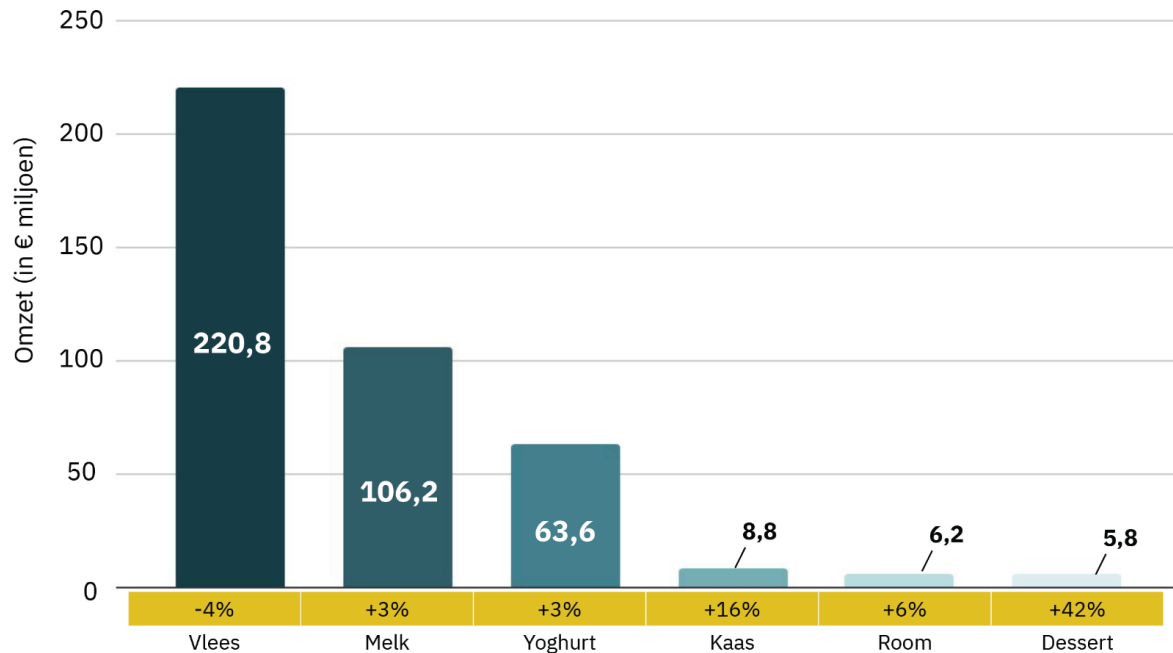
## Omzet Nederland plantaardige voedingsmiddelen (in € miljoen), 2022



## Categorieën

Plantaardige categorieën bevinden zich in verschillende ontwikkelingsfasen.

### Omzet Nederland plantaardige voedingsmiddelen per categorie (in € miljoen), 2022



Belangrijkste bevindingen:

- **Plantaardig vlees is het meest ontwikkeld van alle plantaardige categorieën**, hoewel in 2022 de waarde van de verkoop van plantaardig vlees met 4% daalde en de verkoop per stuk met 5% afnam. Dit komt overeen met de categorie vlees van dierlijke oorsprong, waar de verkoop per stuk ook met 6% daalde.
- **De verkoop van plantaardige melk blijft stijgen en bedraagt in 2022 in totaal €106,2 miljoen**, wat neerkomt op een groei van 14% tussen 2020 en 2022.
- **Een van de minst ontwikkelde, maar snelst groeiende categorieën is plantaardige kaas**. Met een omzet van €8,8 miljoen in 2022 is plantaardige kaas nog steeds een kleine categorie, maar deze groeit snel, met een groei van meer dan 60% sinds 2020.

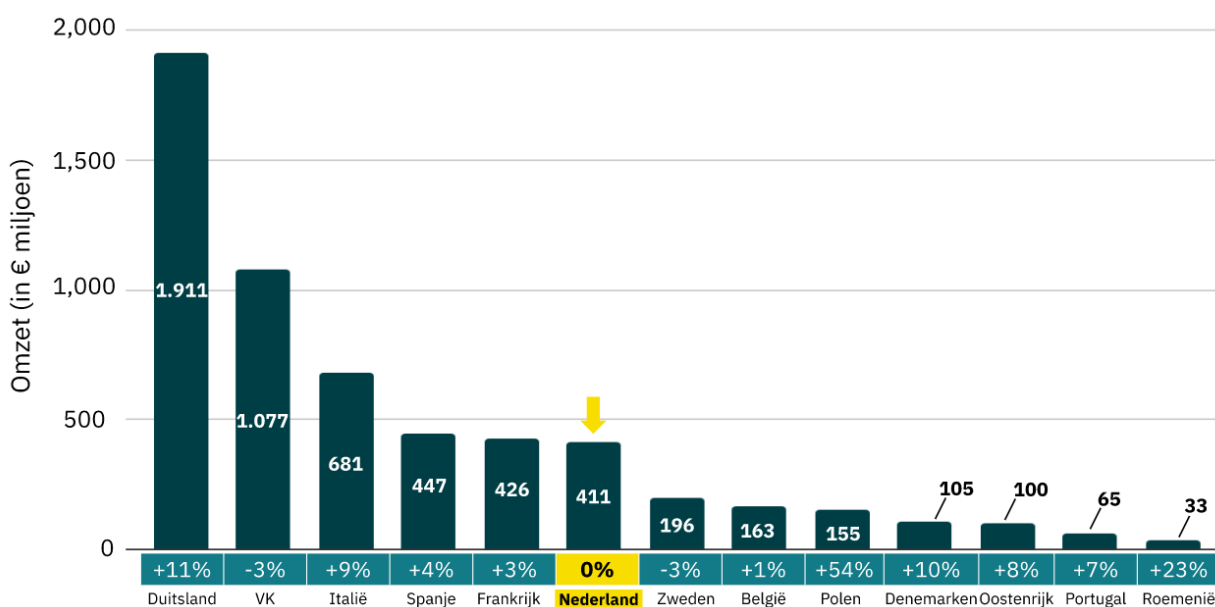
## Nederland plantaardige categorie verkoop samenvatting, 2022

	2022 omzet	2021-2022 omzetgroei	2020-2022 omzetgroei	2022 verkoop per stuk	2021-2022 groei van de verkoop per stuk	2020-2022 groei van de verkoop per stuk
Vlees	€220,8 M	-4%	2%	97 M	-5%	5%
Melk	€106,2 M	3%	14%	63,8 M	-0,5%	14%
Yoghurt	€63,6 M	3%	16%	33 M	-3%	13%
Kaas	€8,8 M	16%	60%	NA	-	-
Room	€6,2 M	6%	30%	4,7 M	6%	41%
Dessert	€5,8 M	42%	55%	3,5 M	37%	55%
<b>Total</b>	<b>€411,4 M</b>	<b>-0,1%</b>	<b>8,9%</b>	<b>202 M</b>	<b>-2,5%</b>	<b>10%</b>

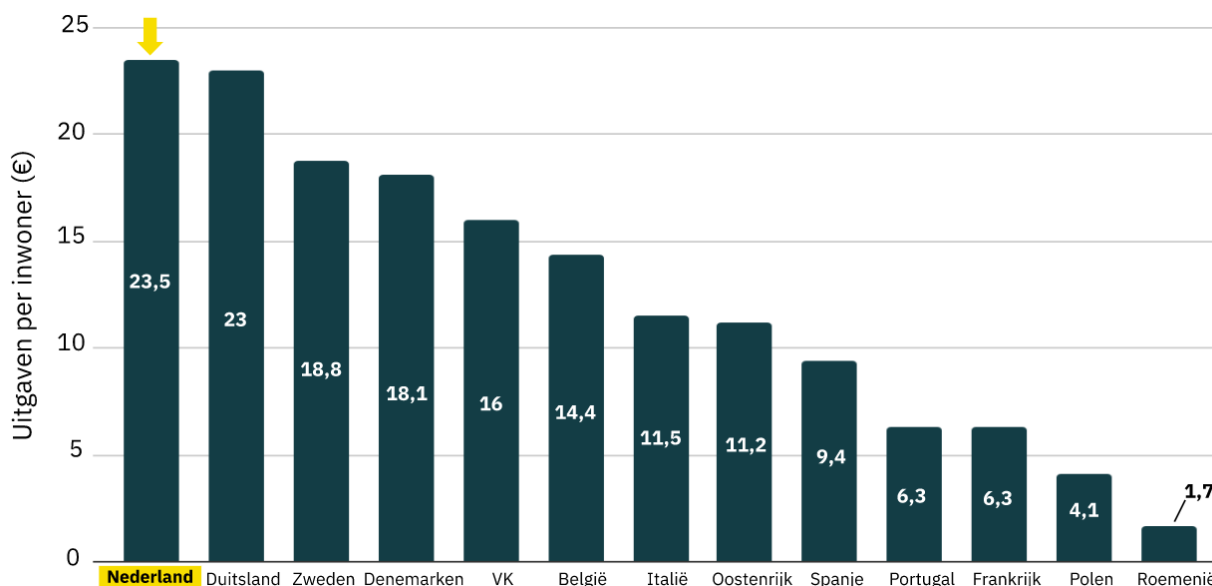
## Vergelijking tussen landen

Nederland heeft de op vijf na hoogste verkoop van plantaardige voedingsmiddelen in Europa. Echter, Nederland heeft de hoogste gemiddelde uitgaven aan plantaardige voeding per inwoner.

### Europese verkoop van plantaardige voeding per land (in € miljoen), 2022



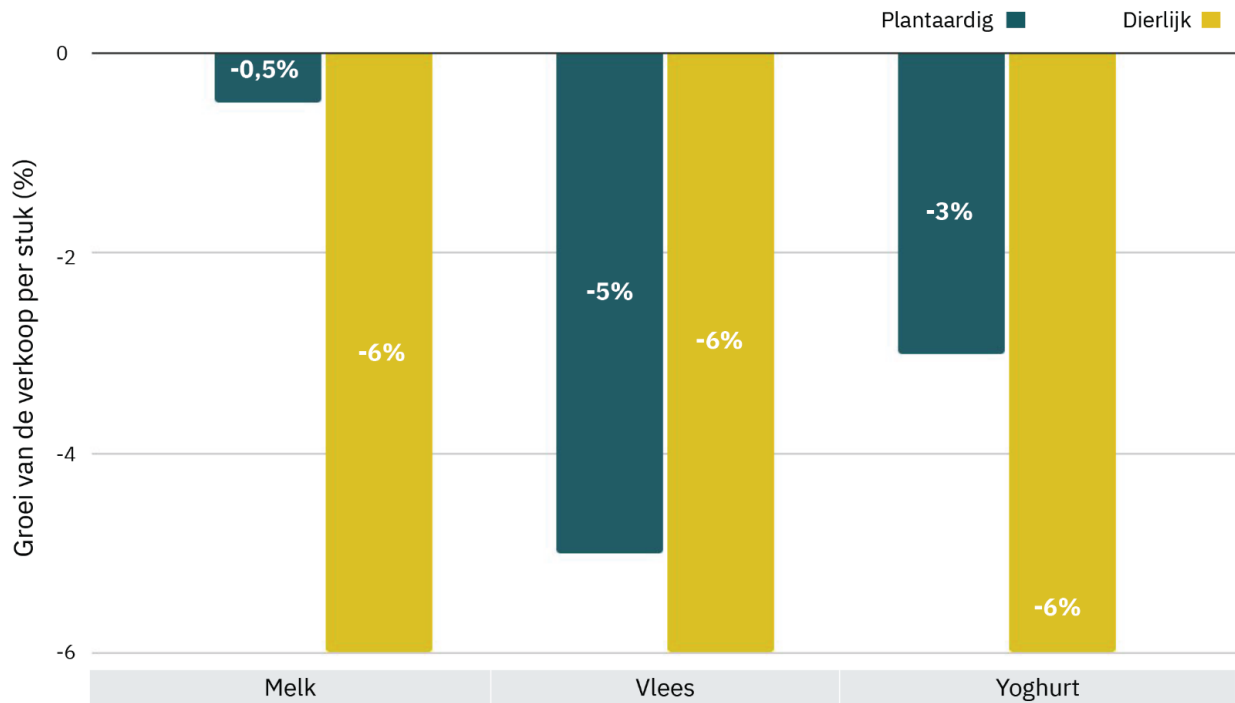
### Gemiddelde uitgaven aan plantaardige voeding per land per inwoner (in euro's), 2022





## Vergelijking met voedingsmiddelen op dierlijke oorsprong

### Groei van de verkoop per stuk in de categorie Nederland plantaardig vs. dierlijk, 2022<sup>1</sup>

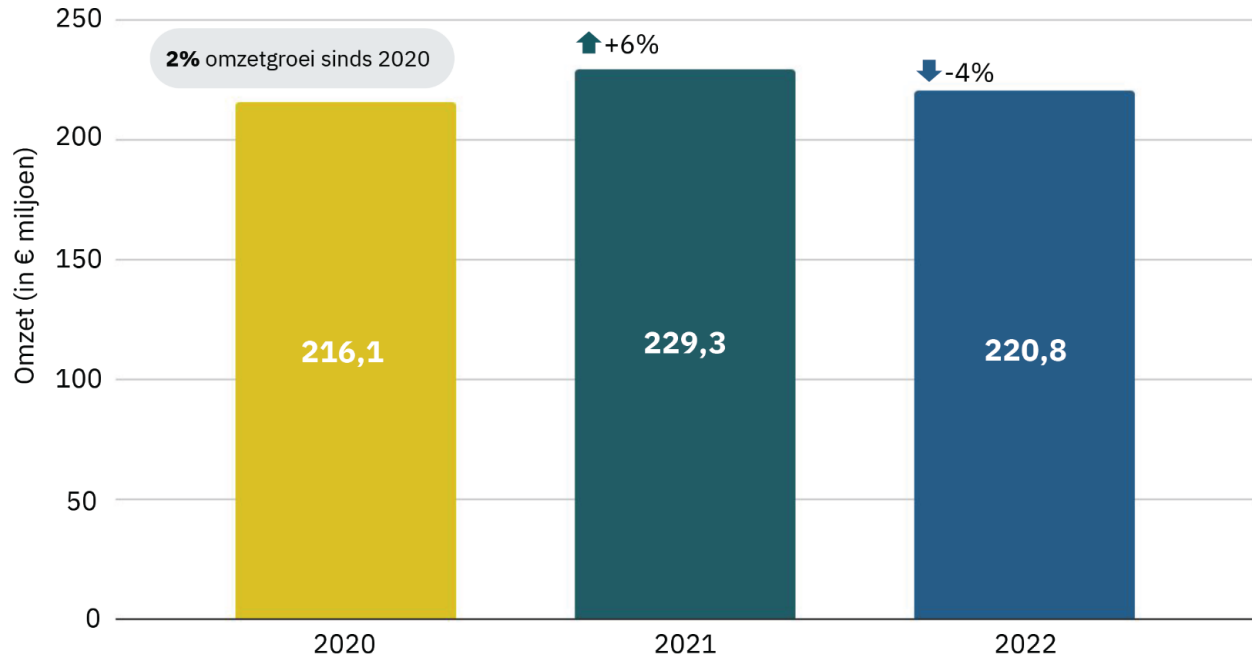


Om de groei van plantaardige ten opzichte van dierlijke categorieën te vergelijken, hebben wij de verkoop per stuk vergeleken (in plaats van de verkoop in waarde), omdat dit een directere vergelijking oplevert. In 2022 daalde de omzetgroei per stuk van de categorieën plantaardige en dierlijke melk, vlees en yoghurt.

<sup>1</sup> Verkoop per stuk voor plantaardige kaas niet beschikbaar.

# Plantaardig vlees<sup>2</sup>

## Verkoop van plantaardig vlees in Nederland (in € miljoen), 2022



### Belangrijkste bevindingen:

- De waarde van de verkoop van plantaardig vlees steeg tussen 2020 en 2022 met 2%, terwijl de totale verkoop van plantaardig vlees met 5% steeg.
- Ter vergelijking: de verkoop van voorverpakt conventioneel vlees is tussen 2020 en 2022 met 11% gedaald.
- Met betrekking tot de gemiddelde prijs per stuk werd de categorie plantaardig vlees in 2022 minder getroffen door inflatie en prijsstijgingen. De prijzen van plantaardig vlees stegen met 1%, terwijl de prijzen van voorverpakt conventioneel vlees met 12% stegen.
- In 2022 had plantaardig vlees een marktaandeel van 7% in de totale voorverpakte vleescategorie voor de consumentenmarkt.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> De categorie plantaardig vlees bestaat uit zowel analogen (producten die het voorkomen en de smaak van dierlijk vlees nabootsen) als niet-analogen (bijvoorbeeld plantaardige burgers).

<sup>3</sup> Nielsen brengt alleen verslag uit over de verkoop van voorverpakt vlees van dierlijke oorsprong, zodat de berekening van het marktaandeel alleen betrekking heeft op de categorie voorverpakt vlees.

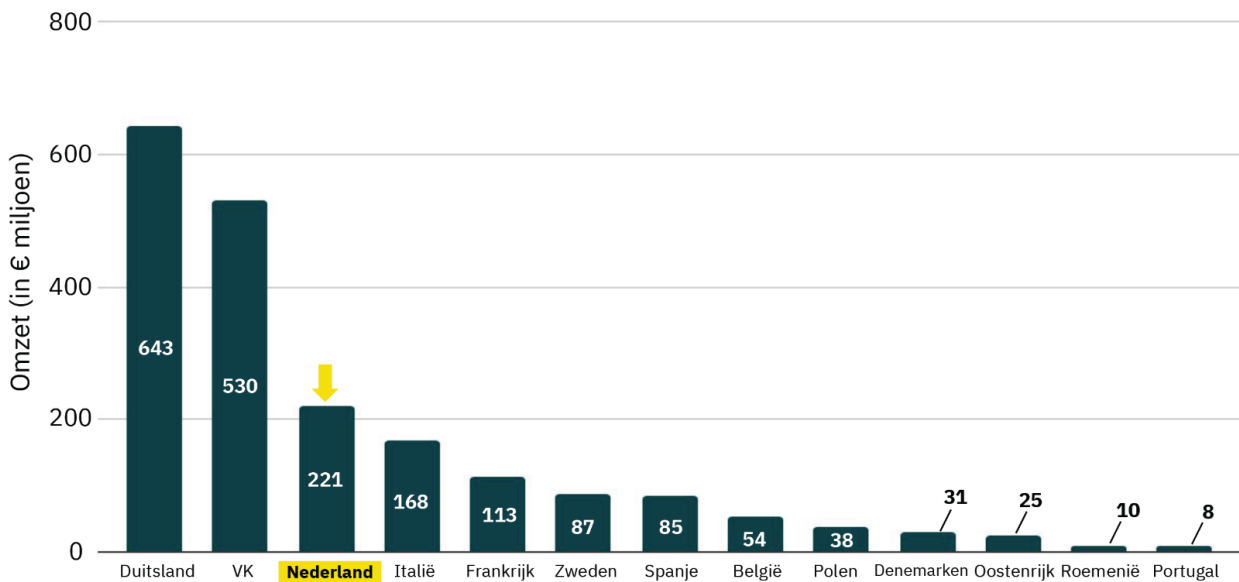
### Segment inzichten:

- Koelvers plantaardig vlees maakt in 2022 het grootste deel van de categorie uit qua verkoopwaarde en vertegenwoordigt 93% van de totale verkoop van plantaardig vlees, terwijl bevroren en houdbaar plantaardig vlees respectievelijk 5% en 2% vertegenwoordigt.
- De populairste plantaardige vleessoorten zijn stukjes (goed voor 24% van de totale verkoopwaarde), gevolgd door schnitzel (17%), hamburgers (14%) en gehaktballen (11%).

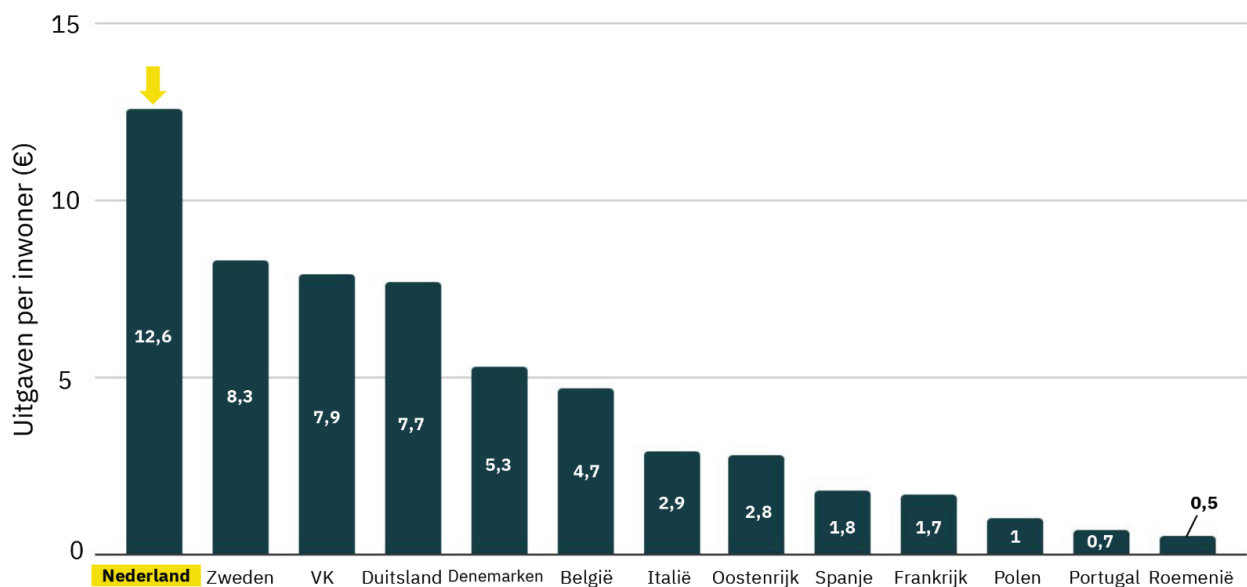
## Vergelijking tussen landen

Nederland heeft de op twee na hoogste verkoop van plantaardig vlees in Europa. Echter, Nederland heeft de hoogste gemiddelde uitgaven aan plantaardig vlees per inwoner.

### Verkoop van plantaardig vlees per land (in € miljoen), 2022

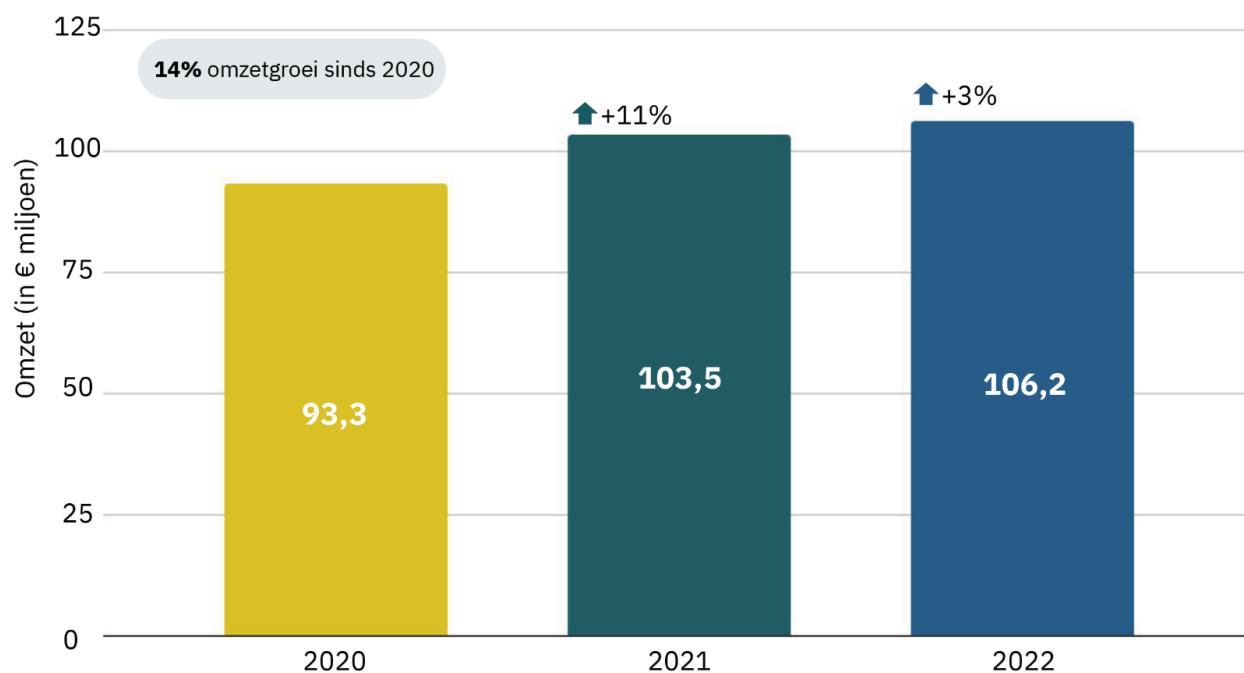


### Gemiddelde uitgaven aan plantaardig vlees per land per inwoner (in euro's), 2022



# Plantaardige melk

## Verkoop van plantaardige melk in Nederland (in € miljoen), 2020-2022



### Belangrijkste bevindingen:

- De verkoop van plantaardige melk steeg tussen 2020 en 2022 met 14%, zowel in waarde als per stuk.
- Ter vergelijking: de verkoop van conventionele melkproducten is tussen 2020 en 2022 met 13% gedaald.
- Met betrekking tot de gemiddelde prijs per stuk werd de categorie plantaardige melk in 2022 minder getroffen door inflatie en prijsstijgingen. De plantaardige melkprijzen stegen met 3%, terwijl de conventionele melkprijzen met 14% stegen.
- In 2022 had plantaardige melk een marktaandeel van 12% in de totale melkcategory.

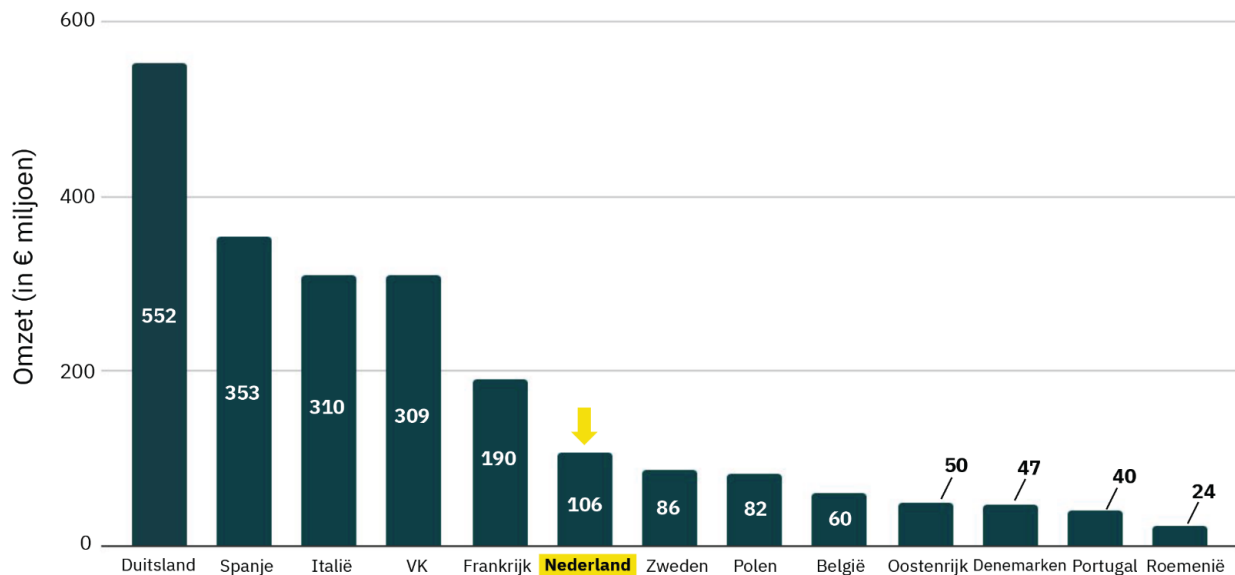
### Segment inzichten:

- Havermelk is de marktleider met 40% van de verkoopwaarde in 2022, gevolgd door sojamelk (28%) en amandelmelk (21%). Havermelk is ook het enige segment dat groeit, terwijl de verkoop van soja- en amandelmelk in waarde daalde.
- Gewone melk is goed voor 89% van de totale verkoopwaarde van plantaardige melk in 2022, terwijl gearomatiseerde melk en andere dranken op basis van melk 11% vertegenwoordigen.

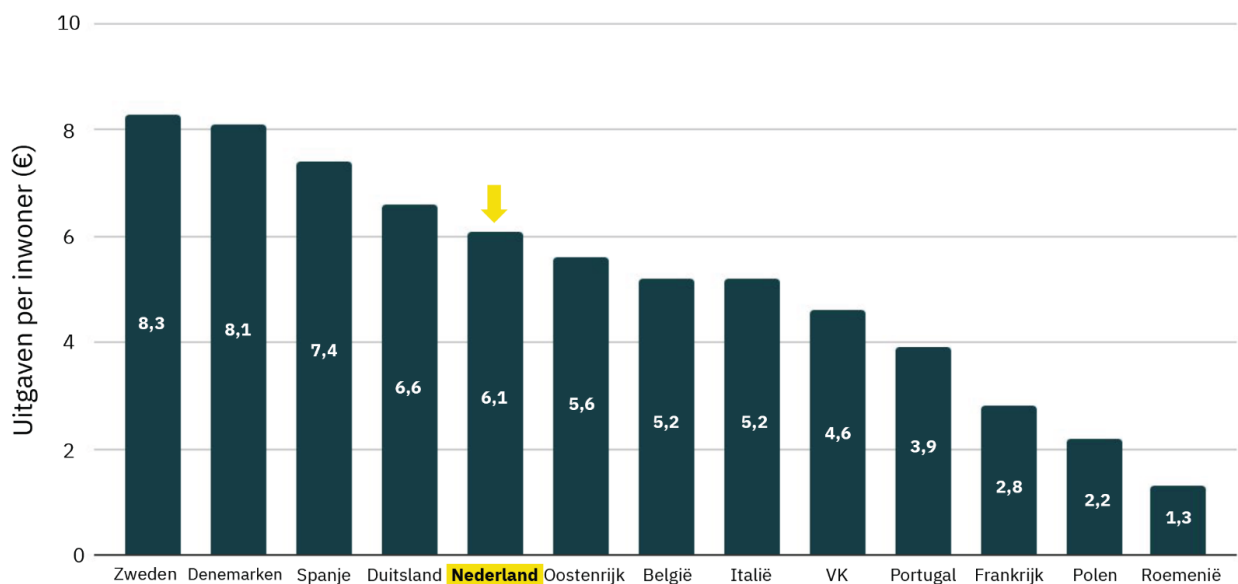
## Vergelijking tussen landen

Nederland heeft de zesde hoogste plantaardige melk euro omzet in Europa en de vijfde hoogste gemiddelde plantaardige melk euro uitgaven per inwoner.

### Verkoop van plantaardige melk per land (in € miljoen), 2022

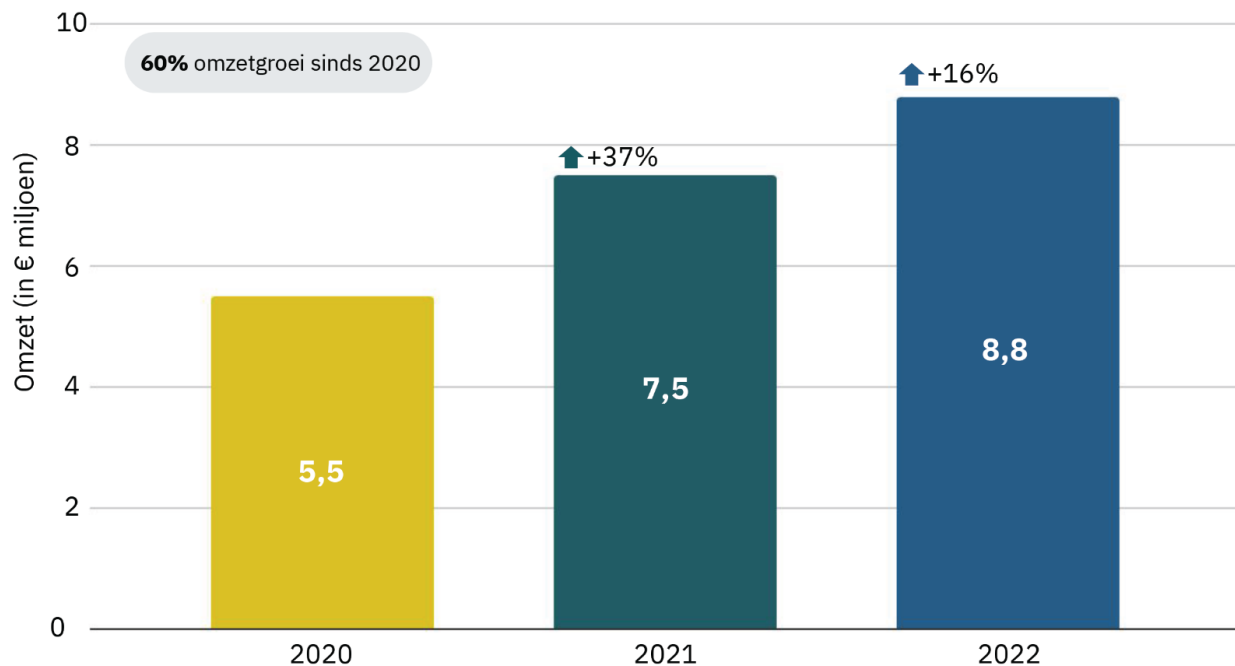


### Gemiddelde uitgaven aan plantaardige melk per land per inwoner (in euro's), 2022



# Plantaardige kaas

## Verkoop van plantaardige kaas in Nederland (in € miljoen), 2020-2022



### Belangrijkste bevindingen:

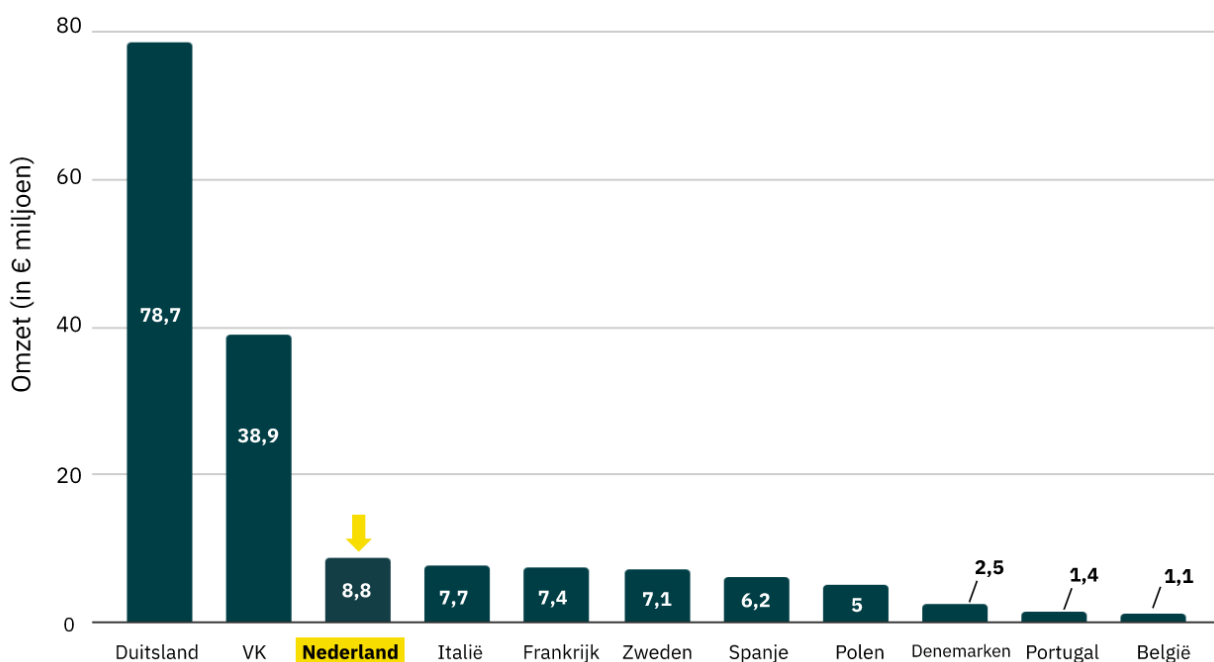
- De totale waarde van de verkoop van plantaardige kaas is tussen 2020 en 2022 met 60% gestegen.
- Hoewel er geen gegevens beschikbaar zijn over de verkoop per stuk van plantaardige kaas en de gemiddelde prijs per stuk, is de verkoop per stuk van conventionele kaas tussen 2020 en 2022 met 5% gedaald en is de gemiddelde prijs per stuk van conventionele kaas in 2022 met 16% gestegen.
- In 2022 had plantaardige kaas een marktaandeel van 1% van de totale kaascategorie.



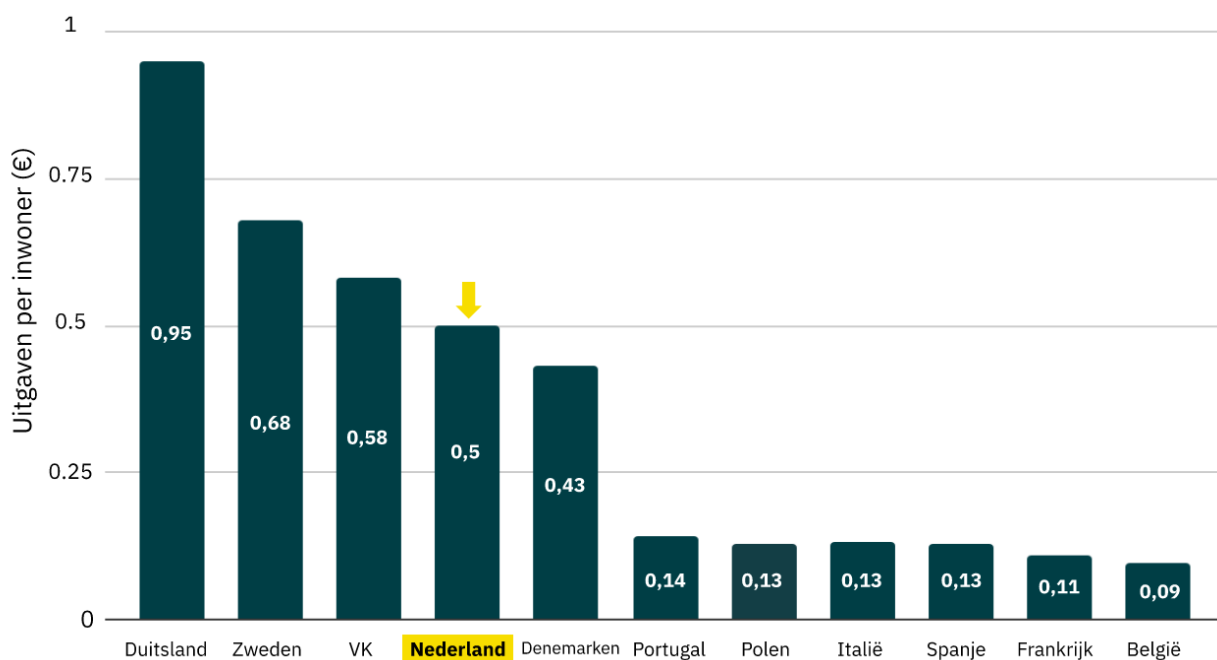
## Vergelijking tussen landen

Nederland heeft in Europa de op twee na hoogste verkoop van plantaardige kaas in euro's en de op drie na hoogste gemiddelde uitgaven voor plantaardige kaas in euro's per hoofd van de bevolking.

### Verkoop van plantaardige kaas per land (in € miljoen), 2022

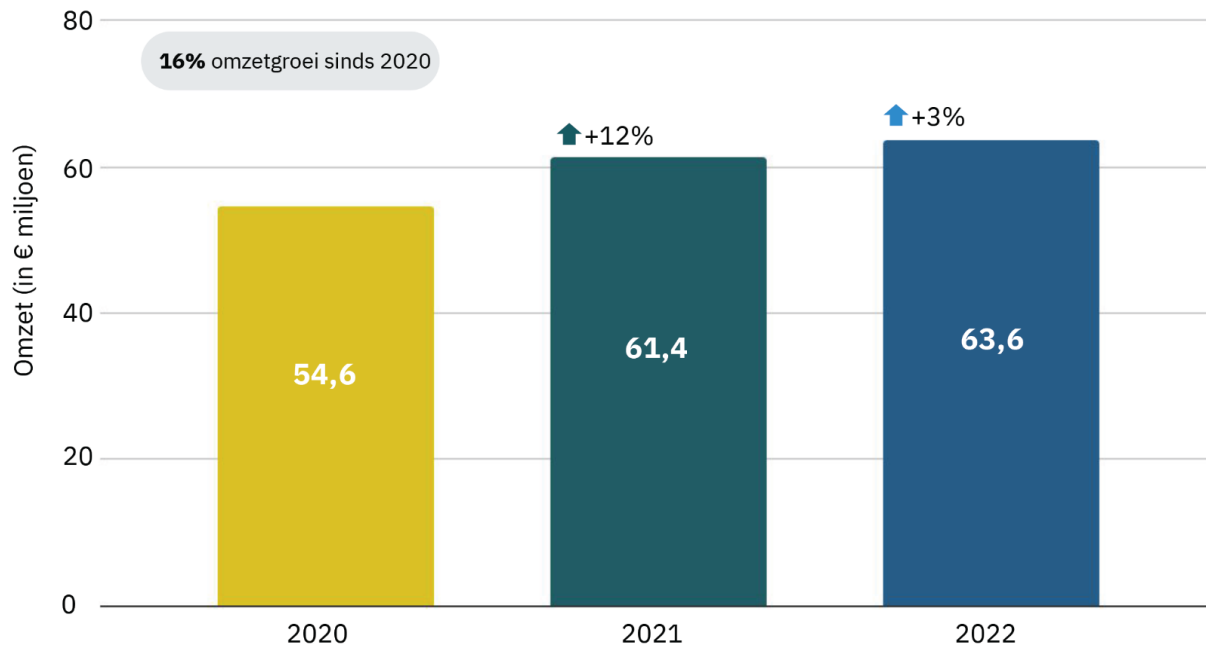


### Gemiddelde uitgaven aan plantaardige kaas per land per inwoner (in euro's), 2022



# Plantaardige yoghurt<sup>4</sup>

## Verkoop van plantaardige yoghurt in Nederland (in € miljoen), 2020-2022



### Belangrijkste bevindingen:

- De totale waarde van de verkoop van plantaardige yoghurt is tussen 2020 en 2022 met 16% gestegen en de verkoop per stuk met 13%.
- Ter vergelijking: de verkoop van conventionele yoghurt is tussen 2020 en 2022 met 9% gedaald.
- De gemiddelde prijs per stuk van plantaardige en conventionele yoghurt in 2022 steeg met respectievelijk 7% en 16%.
- In 2022 had plantaardige yoghurt een marktaandeel van 7% van de totale yoghurtcategorie.

### Segment inzichten:

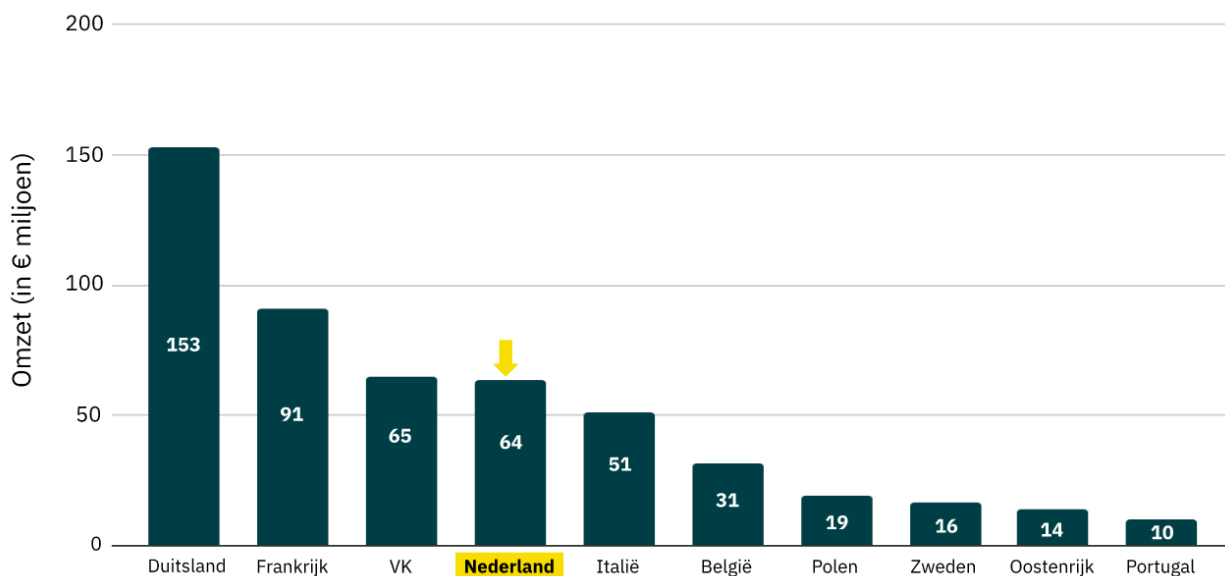
- Sojayoghurt is de marktleider met 62% van de verkoopwaarde in 2022, gevolgd door kokosyoghurt (19%) en haveryoghurt (4%).
- Haveryoghurt maakt echter de grootste groei door, met een groei van 310% tussen 2020 en 2022, vergeleken met 8% en 10% voor respectievelijk soja en kokosnoot.

<sup>4</sup> De categorie plantaardige yoghurt bevat ook kwark.

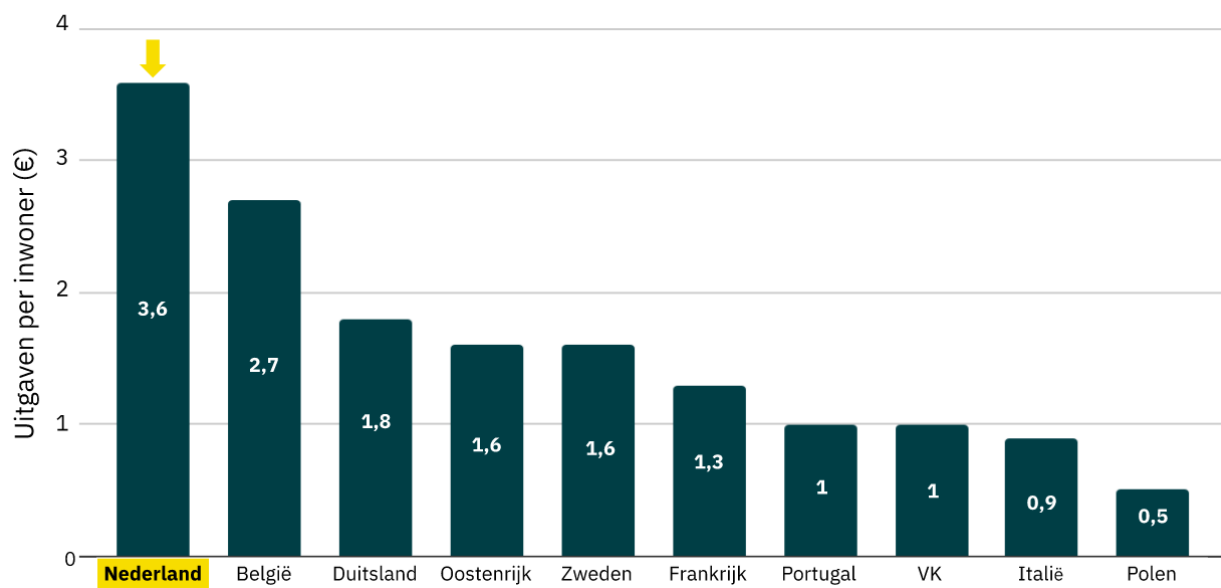
## Vergelijking tussen landen

Nederland heeft de op drie na hoogste verkoop van plantaardige yoghurt in Europa. Echter, met betrekking tot de gemiddelde uitgaven aan plantaardige yoghurt in euro's per inwoner, heeft Nederland de hoogste omzet.

### Verkoop van plantaardige yoghurt per land (in € miljoen), 2022

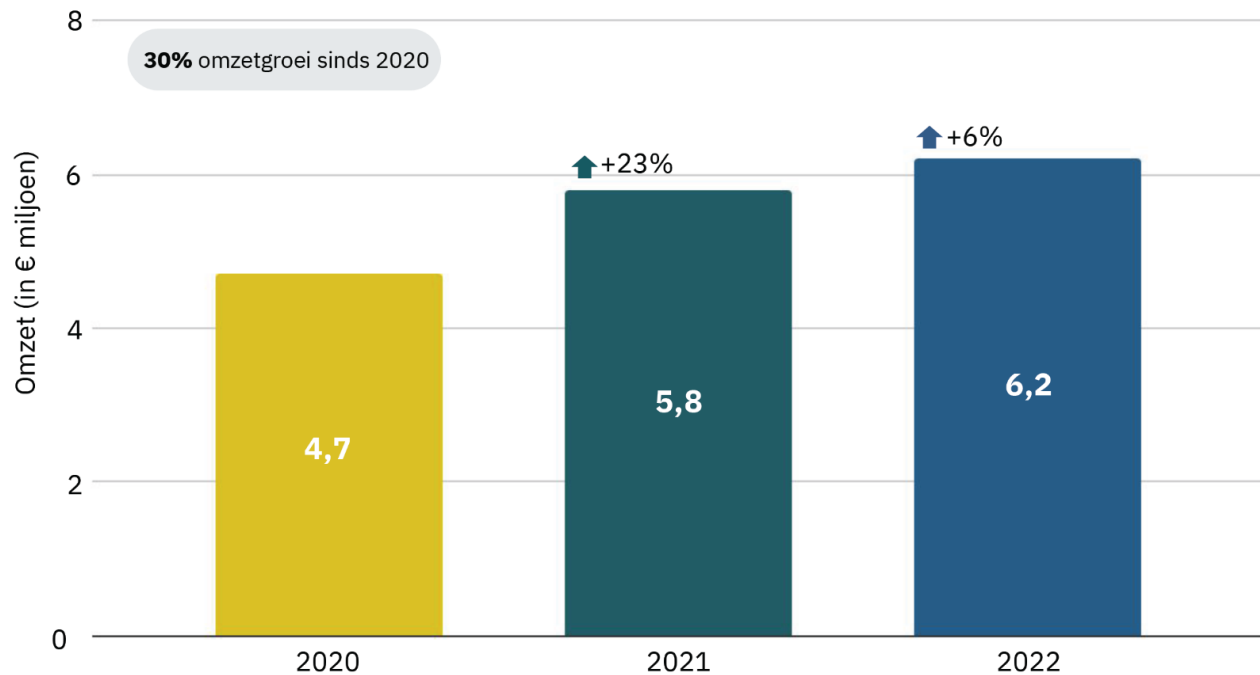


### Gemiddelde uitgaven aan plantaardige yoghurt per land per inwoner (in euro's), 2022



# Plantaardige room

## Verkoop van plantaardige room in Nederland (in € miljoen), 2020-2022

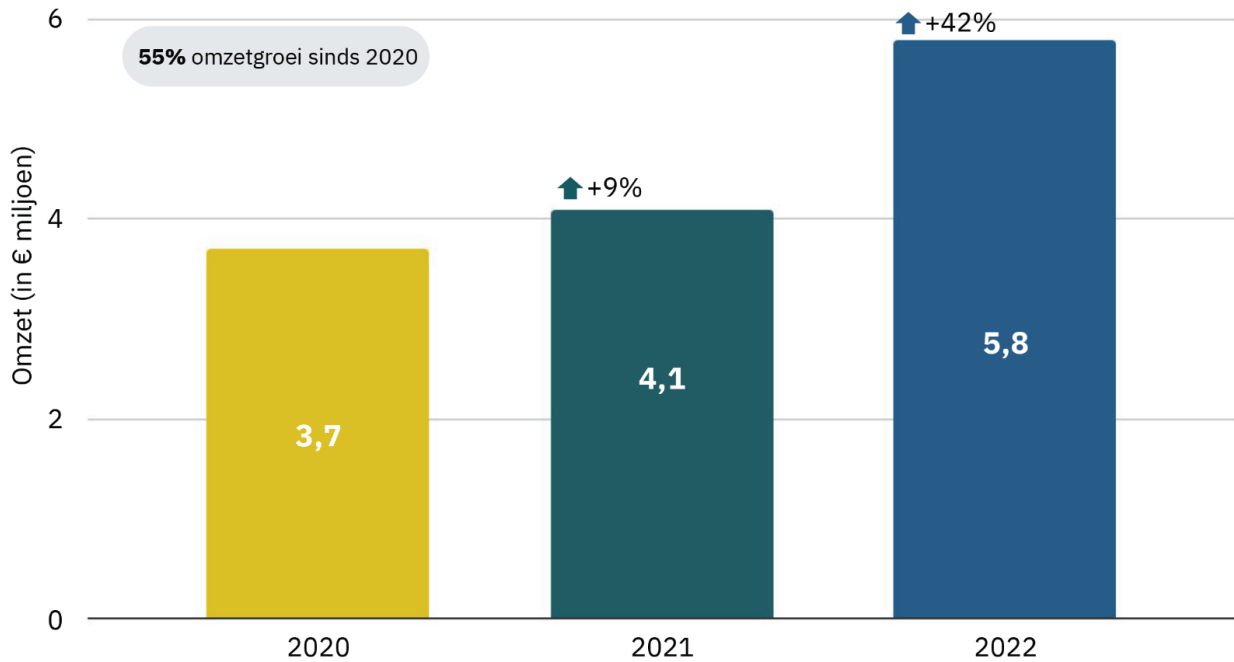


### Belangrijkste bevindingen:

- De totale waarde van de verkoop van plantaardige room is tussen 2020 en 2022 met 30% gestegen.
- De verkoop van plantaardige room per stuk steeg tussen 2020 en 2022 met 41%.
- De gemiddelde prijs per stuk plantaardige room in 2022 steeg met 0,2%.

## Plantaardig dessert<sup>5</sup>

### Verkoop van plantaardige desserts in Nederland (in € miljoen), 2020-2022



#### Belangrijkste bevindingen:

- De verkoop van plantaardige desserts steeg tussen 2020 en 2022 met 55%, zowel in waarde als per stuk.
- De gemiddelde prijs per stuk plantaardig dessert steeg in 2022 met 4%.

<sup>5</sup> De categorie plantaardige desserts bestaat voornamelijk uit pudding.

## Afsluitende opmerkingen

---

"De consumentenmarkt voor plantaardige voeding in Europa is de afgelopen jaren aanzienlijk gegroeid, doordat er betere plantaardige producten op de markt worden gebracht. Dit is hoopgevend nu de wereld zich inzet om de vele problemen veroorzaakt door de industriële veehouderij aan te pakken. Om deze groei vast te houden, moeten bedrijven echter blijven investeren in productinnovatie om plantaardige producten te ontwikkelen die voldoen aan de verwachtingen van de consument op het gebied van smaak, prijs en gemak. De database [Advancing Solutions for Alternative Proteins](#) van het Good Food Institute is een geweldige bron om de belangrijkste innovatieprioriteiten beter te begrijpen."

**Carlote Lucas,**  
*Senior Corporate Engagement Manager bij  
het Good Food Institute Europe*



## Over de gegevens

Om de omvang van de Nederlandse consumentenmarkt voor plantaardige voedingsmiddelen te bepalen, heeft GFI Europe gegevens over de omzet in de detailhandel opgevraagd bij marktonderzoeksbureau NielsenIQ. De analyse in dit verslag is gebaseerd op gegevens van NielsenIQ voor de categorieën totaal plantaardige producten, totaal zuivelproducten en totaal voorverpakt vlees voor de periodes van 52 weken, 104 weken en 156 weken eindigend op 31 december 2022, voor de Nederlandse markt, volgens de producthiërarchie van GFI Europe. Daarom is het mogelijk dat de gegevens in dit verslag niet overeenkomen met de standaard NielsenIQ categorieën. Copyright © 2022, Nielsen Consumer, LLC.

## Over het Good Food Institute Europe

[Het Good Food Institute Europe](#) is een internationale NGO die helpt een duurzamer, veiliger en eerlijker voedselsysteem op te bouwen door de vleesproductie te transformeren.

Wij werken samen met wetenschappers, bedrijven en beleidsmakers om plantaardig en kweekvlees te bevorderen - zodat het lekker, betaalbaar en toegankelijk is in heel Europa.

Door vlees te maken van planten en het te kweken vanuit cellen, kunnen we de impact van ons voedselsysteem op het milieu verminderen en meer mensen voorzien van eten met minder middelen. GFI Europe wordt mogelijk gemaakt door filantropie.

## Contact

### **Charlotte Lucas**

Senior Corporate Engagement Manager, GFI Europe

[carlottel@gfi.org](mailto:carlottel@gfi.org)