



Achtergrondrapport Agro-Nutri Monitor 2026

Frank Bunte, Anne-To Vervelde, Mariel Benus, Coert Bregman, Jakob Jager, Gerben Jukema, Ralph Pessers, Jamal Roskam, Bert Smit, Gerben Splinter, Dianne Dieperink, Katja Logatcheva, Martin Schaap



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Achtergrondrapport Agro-Nutri Monitor 2026

Frank Bunte, Anne-To Vervelde, Mariel Benus, Coert Bregman, Jakob Jager, Gerben Jukema, Ralph Pessers, Jamal Roskam, Bert Smit, Gerben Splinter, Dianne Dieperink, Katja Logatcheva, Martin Schaap

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Social & Economic Research in opdracht van en gefinancierd door de Autoriteit Consument en Markt en het Ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur

Wageningen Social & Economic Research
Wageningen, oktober 2026

RAPPORT
2026-062-2

Bunte, F., Vervelde, A-T., Benus, M., Bregman, C., Jager, J., Jukema, Pessers, G. R., Roskam, J., Smit, B. Splinter, G., Dieperink, D., Logatcheva, K., Schaap, M. 2026. *Achtergrondrapport Agro-Nutri Monitor 2026*. Wageningen, Wageningen Social & Economic Research, Rapport 2026-062-2. 153 blz.; 71 fig.; 35 tab.; 55 ref.

Het rapport gaat na wat de verhouding is tussen de meerkosten en meerprijzen van zes landbouwproducten in alle schakels van de keten voor drie productvarianten: biologisch, anderszins duurzaam en regulier. Het rapport ontleedt de consumenteneuro in brutomarges per schakel, die vervolgens weer opgedeeld worden in kosten en nettomarges. De kernvraag is of de meerkosten van verduurzaming terugverdiend worden door boeren. Daarnaast analyseert het rapport de prijsdynamiek door de jaren heen. Dit achtergrondrapport laat de resultaten in detail zien voor de zes geselecteerde landbouwproducten. De analyse wordt gecombineerd met een beeld van de belemmeringen en risico's die boeren en tuinders ervaren ten aanzien van prijsvorming en verduurzaming.

This report examines the relationship between additional costs and additional prices associated with six agricultural products at all links in the chain for three product variants: organic, otherwise sustainable and regular. The report dissects the consumer euro into gross margins for each link of the chain, which are then broken down into costs and net margins. The key question is whether the additional costs of sustainability are recovered by farmers. In addition, the report analyses price dynamics over the years. The analysis is complemented by a picture of the obstacles and risks that farmers and market gardeners perceive with regard to pricing and sustainability.

Trefwoorden: prijsvorming, marges, keten, monitoring, duurzaamheid, knelpunten

Dit rapport is gratis te downloaden op <https://doi.org/10.18174/725269> of op <https://research.wur.nl/en/organisations/wageningen-social-economic-research>.

© 2026 Stichting Wageningen Research, Wageningen Social & Economic Research
Postbus 88, 6700 AB Wageningen, T 0317 48 48 88, E info.wser@wur.nl,
wur.nl/social-and-economic-research



Dit werk is gelicentieerd onder de Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 licentie. Deze licentie stelt hergebruikers in staat om het materiaal te verveelvoudigen en te delen in elk medium of bestandsformaat, mits in onaangepaste vorm, alleen voor niet-commerciële doeleinden en alleen zolang de maker en de bron worden vermeld. Verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor die gedeelten van deze uitgave waarvan duidelijk is dat de auteursrechten liggen bij derden of zijn voorbehouden.

Wageningen Social & Economic Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Wageningen Social & Economic Research heeft sinds 1998 een kwaliteitssysteem gebaseerd op de NEN-EN-ISO 9001 standaard gehad en is ISO 9001:2015 gecertificeerd.

Wageningen Social & Economic Research Rapport 2026-062-2 | Projectcode 2333100020

Foto omslag: Shutterstock

Inhoud

1	Inleiding	5
	1.1 Aanleiding	5
	1.2 Onderzoeksvragen	6
	1.3 Afbakening	6
	1.4 Leeswijzer	7
2	Methodologie	8
	2.1 Inleiding	8
	2.2 Conceptueel raamwerk voor de analyse van prijsvorming	8
	2.3 Onderzoeksmethode en data	12
	2.4 Relatie tussen onderzoeksvragen en methode	16
3	Aardappelen	18
	3.1 Inleiding	18
	3.2 Prijzen, kosten en marges	22
	3.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming	34
	3.4 Conclusies	38
4	Appels	41
	4.1 Inleiding	41
	4.2 Prijzen, kosten en marges	45
	4.3 Knelpunten	53
	4.4 Conclusies	57
5	Tomaten	60
	5.1 Inleiding	60
	5.2 Prijzen, kosten en marges	66
	5.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming	75
	5.4 Conclusies	79
6	Zuivel	82
	6.1 Inleiding	82
	6.2 Prijzen, kosten en marges	85
	6.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming	99
	6.4 Conclusies	103
7	Varkensvlees	107
	7.1 Inleiding	107
	7.2 Prijzen, kosten en marges	111
	7.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming	120
	7.4 Conclusies	123
8	Verse, bewerkte en verwerkte vollegrondsgroente	127
	8.1 Inleiding	127
	8.2 Groothandel, groentesnijderijen en groenteverwerkende industrie	130
	8.3 Detailhandel en consument	132
	8.4 Prijzen, kosten en marges	132
	8.5 Knelpunten	140
	8.6 Conclusies	142

Literatuur en websites	145
Bijlage 1 Bedrijfseconomische begrippen	148
Bijlage 2 Sperziebonen	149

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) zet in op verduurzaming van de Nederlandse voedselketen die verder gaat dan de huidige wettelijke eisen. Het ministerie juicht ook private initiatieven toe die een hogere duurzaamheid realiseren op deelaspecten van milieu en dierenwelzijn. Dit geldt voor biologische producten en keurmerken als Beter Leven, On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer. Deze initiatieven kunnen alleen succesvol zijn als de meerkosten van deze initiatieven zich vertalen in hogere meeropbrengsten voor boeren, maar ook voor alle andere actoren in de keten. Het ministerie heeft hiertoe twee beleidsvragen geformuleerd:

- Komt de meerprijs die de consument betaalt voor duurzaam geproduceerde producten terecht bij de ketenpartij die de waarde creëert of bij een andere ketenpartij? Als de meerprijs niet terecht komt bij de partij die de waarde creëert, wat zijn daarvan dan de redenen?
- Dekkt de meerprijs die de primaire producent ontvangt voor duurzaam geproduceerde producten ook de meerkosten, inclusief eventuele inkomensderving? Zo niet, wat zijn daarvan de redenen?

Om deze twee beleidsvragen te helpen beantwoorden en inzicht te krijgen in de prijsvorming in de voedselketen en in de verhouding tussen prijzen en kosten voor gangbare en duurzame(re) producten heeft het ministerie van LVVN aan de ACM gevraagd om een monitor te ontwikkelen.

De monitor brengt prijzen, kosten en marges in kaart voor een reeks van belangrijke voedingsmiddelen en voor verschillende schakels in de desbetreffende voortbrengingsketens. De monitor maakt hierbij een onderscheid tussen reguliere producten, biologische producten en producten met een duurzaamheidskeurmerk anders dan biologisch. De monitor geeft een kwantitatief inzicht in de meerkosten en -opbrengsten van duurzamere productvarianten voor de verschillende schakels in de keten. Tussen 2019 en 2025 heeft dat geleid tot de publicatie van vier rapportages van de Agro-Nutri Monitor. Dit rapport is de vijfde rapportage in deze serie.

In de monitor van 2025 werd voor de periode 2021-2023 vastgesteld dat de meerprijzen van biologische producten de meerkosten in de landbouwsector niet dekten. Dit resultaat week af van de resultaten over de periode 2017-2021, toen biologische producten wel rendeerden. Het aandeel van de primaire producent in de consumenteneuro (brutomarge) is groter voor biologische producten dan voor niet-biologische producten, met uitzondering van melk. Het aandeel van biologische producten in de consumenteneuro weerspiegelt de meerkosten in de biologische landbouw.

De verhouding tussen opbrengsten en kosten is gemiddeld gunstiger voor producenten van anderszins duurzame producten dan voor producenten van reguliere producten (Bunte *et al.*, 2025). De spreiding van de financiële resultaten in de landbouw is groot. Veel boeren en tuinders geven aan dat de meerkosten van een duurzaamheidsprogramma volledig vergoed worden en veel andere boeren geven aan dat de meerkosten deels vergoed worden. Producenten van groente en fruit met het On the way to PlanetProof-keurmerk zijn van mening dat zij geen enkele meerprijs voor duurzaamheidsmaatregelen ontvangen. De verdeling van de risico's in de keten werd in de vorige edities van de monitor door boeren en tuinders als oneerlijk ervaren.

1.2 Onderzoeksvragen

Binnen het kader van deze studie zijn de beleidsvragen van LVVN vertaald naar de volgende hoofdonderzoeksvraag en onderzoeksvragen, die in dit rapport beantwoord worden.

Hoofdonderzoeksvraag

Welke factoren creëren een eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten van bovenwettelijke duurzaamheid en vormen een potentiële belemmering voor verdere verduurzaming?

Onderzoeksvragen:

1. Hoe worden de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?
2. Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?
3. In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een meerprijs voor alle schakels?
4. Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten voor één of meerdere schakels?

1.3 Afbakening

In de studie worden drie duurzaamheidsvarianten met elkaar vergeleken:

- Biologische producten;
- Producten met een ander duurzaamheidskeurmerk (zogenaamde 'anderszins duurzame producten'). De meest gangbare anderszins duurzame keurmerken waarover informatie wordt verzameld zijn: Beter Leven 1 ster, Beter voor Natuur & Boer, en On the way to PlanetProof. Er is ook ad-hoc-informatie over andere duurzaamheidskeurmerken verzameld en verkregen;
- Reguliere producten.

Voor de kwantitatieve analyse van prijzen, kosten en marges zijn zes landbouwproducten en negen consumentenproducten geselecteerd (Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Productselectie

Landbouwproduct	Consumentenproduct
Aardappelen	Aardappelen
Appels	Appels, appelmoes a)
Melk (koemelk)	Consumptiemelk, kaas
Sperziebonen, bos- en waspeen, rode kool	Verse, bewerkte en verwerkte sperziebonen, bos- en waspeen en rode kool
Tomaten	Tomaten
Varkens	Vers varkensvlees

a) Appelmoes wordt meegenomen bij verwerkte groente. Appelmoes behoort in de supermarkt tot hetzelfde assortiment als verwerkte groente.

Het belangrijkste criterium voor de productselectie is de beschikbaarheid van drie productvarianten (regulier, biologisch, anderszins duurzaam) in de landbouw, industrie en detailhandel. Ook moeten er voldoende in Nederland gevestigde bedrijven in alle schakels zijn. De beschikbaarheid van productvarianten is noodzakelijk om een vergelijking tussen de varianten te kunnen maken. Verder dienen er voldoende Nederlandse bedrijven te zijn om de resultaten van het onderzoek te mogen publiceren.

Representativiteit van de sectoren

In Tabel 1.2 is het aantal bedrijven in de zes sectoren weergegeven. Samen vertegenwoordigen de zes gekozen landbouwproducten 67% van het totale aantal land- en tuinbouwbedrijven in Nederland.

Tabel 1.2 Representativiteit gekozen landbouwproducten vierde monitor (2025)

	Aantal bedrijven	Aantal in %
Consumptieaardappelen	7.120	14,5%
Tomaten	220	0,4%
Appels	910	1,9%
Melk a)	13.360	27,2%
Vleesvarkens	2.100	4,3%
Vollegrondsgroente	8.960	18,3%
Totaal land- en tuinbouw	49.080	100%

a) Bedrijven met melk- en kalfkoeien > 2 jaar.

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Verschillen ten opzichte van de vorige monitor

- In deze vijfde monitor is informatie verzameld over de opbrengstprijzen van geëxporteerde producten en de inkoopprijzen van geïmporteerde producten. Dit is gedaan om de winstgevendheid van producten voor de Nederlandse markt te vergelijken met die van producten voor de export.
- Er is expliciet aandacht besteed aan de spreiding van financiële resultaten in de landbouw. Sommige boeren geven in gesprekken aan dat de meerkosten en de totale kosten niet geheel terugverdiend worden, terwijl andere boeren aangeven quitte te draaien of zelfs winst te maken.

1.4 Leeswijzer

De vijfde Agro-Nutri Monitor bestaat uit twee delen: een Hoofdrapport en een Achtergrondrapport over de prijsvorming.

Dit Achtergrondrapport behandelt de analyse per product uit de land- en tuinbouwsector: aardappelen (Hoofdstuk 3), appels (Hoofdstuk 4), tomaten (Hoofdstuk 5), melk (Hoofdstuk 6), varkensvlees (Hoofdstuk 7) en vollegrondsgroente (Hoofdstuk 8). Elk hoofdstuk beschrijft de keten, de verdeling van marges en kosten, het prijsverloop en de kostenopbouw, verklaringen voor de prijzen, kosten en marges, de meerprijs en meerkosten per productvariant en knelpunten met betrekking tot verduurzaming. Hoofdstuk 2 van dit Achtergrondrapport biedt een meer gedetailleerde beschrijving van de methode dan het Hoofdrapport. Dit Achtergrondrapport bevat ook de lijst met referenties en een begrippenlijst.

2 Methodologie

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het conceptuele raamwerk voor de prijsvorming dat in de tweede Agro-Nutri Monitor is geïntroduceerd, samengevat (§ 2.2). Verder worden de in het onderzoek gebruikte methoden en data toegelicht (§ 2.3), evenals de link tussen de onderzoeksvragen en de gehanteerde methoden en data (§ 2.4).

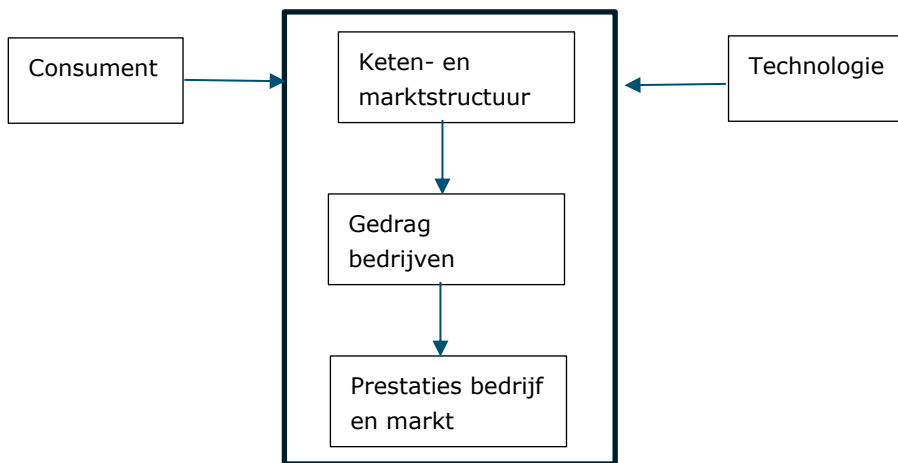
2.2 Conceptueel raamwerk voor de analyse van prijsvorming

In de tweede monitor is een conceptueel raamwerk uitgewerkt voor het onderzoek naar (problemen bij) de prijsvorming (Van Galen *et al.*, 2021). Hier vatten we het raamwerk kort samen en geven we aan hoe we het toepassen bij de zes gekozen producten.

Concurrentie en prijsvorming vinden plaats in een raamwerk met drie kernvariabelen: de keten- en markstructuur, het gedrag van bedrijven en de prestaties van bedrijf en markt (Scherer en Ross, 1990; Tremblay en Tremblay, 2012). Dit raamwerk wordt aangeduid als het structuur-gedrag-prestatiemodel (zie ook Van Galen *et al.*, 2022). Het structuur-gedrag-prestatieraamwerk wordt ook beïnvloed door omgevingsfactoren, in het bijzonder consumentenvoorkeuren en de stand van de technologie. Samengevat kunnen de volgende elementen onderscheiden worden (Figuur 2.1):

1. Omgeving:
 - a. Consumentenvoorkeuren
 - b. Technologie
2. Keten- en markstructuur
3. Gedrag van bedrijven
4. Prestaties van bedrijf en markt

De vraag van de consument hangt af van zijn of haar voorkeuren. De gewenste producteigenschappen kunnen met elkaar overeenkomen, onder het motto 'suiker is suiker', maar kunnen ook van elkaar verschillen. Het productaanbod van tomaten duidt op verschillen in voorkeuren tussen consumenten of op verschillen in voorkeuren van één en dezelfde consument naargelang de consumptiegelegenheid. Tomaten kunnen als snack fungeren, of als ingrediënt voor saus of soep, of als onderdeel van een salade. Een van de andere relevante producteigenschappen is duurzaamheid. De voorkeuren van consumenten komen niet alleen tot uitdrukking in de vraag naar producten, maar ook in het koopgedrag van de consumenten: de frequentie waarmee voedingsproducten gekocht worden, de gekochte hoeveelheid, en de keuze voor winkels (online en offline), levensmiddelenhandel of foodservice.



Bron: Tremblay en Tremblay (2012).

Figuur 2.1 *Structuur-gedrag-prestatieschema.*

De stand van de technologie bepaalt of bedrijven schaalvoordelen kunnen behalen bij een grote productieomvang. De stand van de technologie bepaalt ook of bedrijven kostenvoordelen behalen uit specialisatie. In de moderne landbouw produceren boeren en tuinders vaak één product of één type product.¹ De productiekosten zijn lager en de kwaliteit is hoger als er gebruikgemaakt wordt van specialistische kennis. In de akkerbouw en vollegrondsgroentesector worden daarentegen meerdere producten geproduceerd, vanwege de noodzaak om aan gewasrotatie te doen. Supermarkten voeren een groot assortiment levensmiddelen om consumenten te trekken door hun inkoopkosten te verlagen in geld, tijd en gemak.

De ketenstructuur omvat de schakels waaruit een keten bestaat en de relaties die er bestaan tussen bedrijven in de opeenvolgende schakels. Ketens kunnen op verschillende wijzen georganiseerd zijn. Er kunnen schakels overgeslagen worden of geïntegreerd zijn binnen één bedrijf, en de productstroom tussen de diverse schakels kan georganiseerd worden via dichtgetimmerde contracten, maar kan ook via dag- en weekhandel tot stand komen. Elke schakel bestaat uit een klein of groot aantal bedrijven. Ook als het aantal bedrijven groot is, kan één dominante onderneming of een klein aantal bedrijven met een groot gezamenlijk marktaandeel de markt domineren (Tremblay en Tremblay, 2012). Markten koppelen de goederenstroom tussen twee schakels. Bedrijven uit de bovenstroomse schakel verkopen hun producten aan bedrijven uit de benedenstroomse schakel. De keten levert de eindproducten aan de consument.

Het gedrag van bedrijven gaat over de variabelen waarop bedrijven met elkaar concurreren en welke invulling zij aan deze variabelen geven. Vragers en aanbieders doen biedingen aan elkaar. Ook als vraag en aanbod van producten de prijs dicteren, kan er een proces van biedingen plaatsvinden. Dit proces hebben bedrijven nodig om uit te vinden bij welke prijs zij een bod accepteren. In de praktijk komt er een reeks transactieprijzen tot stand die enigszins afwijkt van de gemiddelde marktprijs (Bunte *et al.*, 2011). Op de klassieke Nederlandse veiling komen ook verschillende transactieprijzen tot stand. Bedrijven concurreren niet alleen op prijs, maar ook op de kwaliteit en verpakking van het product, gebruiksgemak, proceseigenschappen zoals duurzaamheid, etc. Onderhandelingen tussen ketenpartijen gaan niet alleen over de prijs, maar ook over al deze andere aspecten. Duurzaamheid is steeds nadrukkelijker een punt waarover afspraken gemaakt worden.

De prestaties van bedrijven komen tot uitdrukking in hun winst (Tremblay en Tremblay, 2012), maar ook in hun milieuprestaties. De winst is in belangrijke mate afhankelijk van de verhouding tussen de verkoopprijs en de kosten per eenheid, in de volksmond aangeduid als 'kostprijs'. Het welzijn van de consument hangt af van de verhouding tussen de betalingsbereidheid en de aankoopprijs (Tremblay en Tremblay, 2012). De betalingsbereidheid van de consument hangt af van de producteigenschappen, maar ook van het koopgemak. De winst van het bedrijf, de consumententevredenheid en de milieuprestaties van bedrijven kunnen ook op marktniveau geanalyseerd worden.

¹ Het aantal bedrijven dat geclassificeerd wordt als een gemengd bedrijf is teruggelopen van 3.547 in 2016 tot 3.084 bedrijven in 2025, op een totaal van 49.077 in 2025 (CBS Landbouwtelling).

Onderhandelingspositie bedrijven

Binnen dit raamwerk zijn meer concrete variabelen te benoemen die bepalen of de verhouding tussen prijs en kosten op het gewenste niveau is, d.w.z. dat de prijs de kosten dekt en dat de additionele opbrengsten voor duurzaamheidsinitiatieven de extra kosten van deze initiatieven dekken. Deze variabelen worden samengevat in Tabel 2.1.

De marktstructuur verschilt van schakel tot schakel. In het algemeen zijn er veel kleine boeren en tuinders, en er zijn ook veel consumenten. In het algemeen is er een klein aantal grote bedrijven in de toeleverende industrie, de verwerkende industrie en de levensmiddelenhandel, vooral in het supermarktkanaal (Tremblay en Tremblay, 2012). In de literatuur wordt de concentratie in de opeenvolgende schakels aangeduid als het 'zandlopermodel': veel boeren, weinig verwerkers en supermarktketens, en veel consumenten (Van Galen *et al.*, 2022). Zo zijn er anno 2025 vijftientig diervoederbedrijven met meer dan honderd werknemers, 13.360 melkveehouders, dertig zuivelfabrikanten met meer dan honderd werknemers, vijftien supermarktketens en ruim 8.4 miljoen particuliere huishoudens (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026).

De bedrijven in de geconcentreerde schakels hebben een sterke onderhandelingspositie ten opzichte van hun leveranciers en afnemers. Het risico bestaat dat de onderhandelingsmacht van de verwerkende industrie en supermarktketens ertoe leidt dat boeren en tuinders lage prijzen ontvangen voor hun producten (Van Galen *et al.*, 2022) en hoge prijzen betalen voor de inputs die ze kopen van de toeleverende industrie (bijvoorbeeld de veevoederindustrie).

Tabel 2.1 Marktkenmerken die van invloed kunnen zijn op de positie van boeren en tuinders in de keten

Markt- en gedragskenmerken	Verwachte richting van het effect	Relatie met onderzoeksvragen
Markstructuur en omgevingsvoorwaarden		
Concentratie groothandel/industrie/supermarkten	Leidt tot lagere opbrengstprijzen voor boeren en tuinders en hogere inputprijzen	Factoren die prijsvorming bepalen
Samenwerking tussen boeren en tuinders	Leidt tot hogere opbrengstprijzen voor boeren en tuinders en lagere inputprijzen	Factoren die prijsvorming bepalen
Distributiekanaalen	De prijsvorming verschilt per distributiekanaal	Factoren die prijsvorming bepalen
Productie, export en import	Zijn afhankelijk van bodem, klimaat en seizoen	Factoren die prijsvorming bepalen
De geografische markt	Bepaalt de onderhandelingspositie van leverancier en afnemer	Factoren die prijsvorming bepalen
Gedrag		
Generieke keurmerken	Belemmeren oneerlijke gedragingen door afnemers	Potentieel knelpunt of oplossing
Bedrijfsspecifieke keurmerken	Maken oneerlijke gedragingen mogelijk, maar kunnen ook de relatie tussen leverancier en afnemer versterken	Potentieel knelpunt of oplossing
Voor B2B-keurmerken	Er worden geen hogere consumentenprijzen gerealiseerd	Potentieel knelpunt of oplossing
Voor B2C-keurmerken	Er worden wel hogere consumentenprijzen gerealiseerd	Potentieel knelpunt of oplossing
Bij gecertificeerde, traceerbare en verpakte producten	Er zijn meer B2C-keurmerken te vinden	Potentieel knelpunt of oplossing

Bron: Tabel 2.4 uit Van Galen *et al.* (2022). Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Concentratie kan leiden tot een tegenreactie. Boeren en tuinders kunnen zichzelf organiseren. Coöperaties en telersverenigingen hebben mede ten doel een tegenmacht te vormen tegen grote afnemers en leveranciers (Europese Commissie, 2019, p. 13). In potentie doet de organisatie van boeren en tuinders in een producentencoöperatie of vereniging de concentratie in andere schakels (deels) teniet.

In de achtergrondhoofdstukken wordt de concentratie geschat door het marktaandeel van de vier grootste bedrijven (C4-ratio) te schatten op basis van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek, de bedrijfsgegevens en expertkennis. Er zijn te weinig waarnemingen om vervolgens econometrische analyses uit te voeren naar de relatie tussen concentratie en prijsvorming. Wel kan er op basis van het uitgevoerde online onderzoek nagegaan worden of er verschillen zijn in de antwoorden op vragen over prijsvorming tussen boeren en tuinders die leveren aan verschillende distributiekkanalen, waaronder supermarkten, coöperatieve verwerkers en niet-coöperatieve verwerkers.

Duurzaamheidsinitiatieven

Duurzaamheidsinitiatieven vergen investeringen in bijvoorbeeld stallen en grond en additionele variabele uitgaven aan arbeid en duurder veevoer. Boeren en tuinders doen pas investeringen als zij (denken) deze terug (te) kunnen verdienen. Er zijn twee alternatieve theorieën die ingaan op de voorwaarden waaronder bedrijven bereid zijn investeringen te doen die specifiek bestemd zijn voor leverancier en afnemer, dat wil zeggen beide ten goede komen maar minder waarde creëren voor andere leveranciers of afnemers.

De transactiekostenliteratuur wijst erop dat investeringen klantspecifiek kunnen zijn (Falkowski, 2017). Een supermarktketen die specifieke eisen stelt, bindt een leverancier aan zich. De supermarktketen kan hier, in theorie, misbruik van maken. Indien de leverancier investeringen doet die maar door één afnemer gewenst worden, kan deze afnemer na verloop van tijd heronderhandelingen afdwingen (Falkowski, 2017). Als de investeringen geen meerwaarde hebben voor andere afnemers, kan de afnemer een beroep doen op veranderde marktomstandigheden om te heronderhandelen, zo niet eenzijdig een lagere prijs afdwingen (Williamson, 1989).

De relatiemarketing stelt dat leveranciers en afnemers commerciële relaties opbouwen op basis van commitment en vertrouwen (Morgan en Hunt, 1994). Zij creëren toegevoegde waarde door in de ketenrelatie te investeren. Concrete investeringen in bijvoorbeeld duurzaamheid worden mogelijk gemaakt door het gecreëerde commitment en vertrouwen.

Dit rapport bestudeert kosten en investeringen die gemaakt worden om een keurmerk te mogen voeren. Een duurzaamheidskeurmerk geeft met een beeldmerk aan dat een product voldoet aan bepaalde duurzaamheidsvoorwaarden. Een certificaat is een schriftelijk bewijs dat het product aan de gestelde eisen voldoet. Keurmerken en certificaten worden afgegeven door certificerende instellingen. Geaccrediteerde instellingen zijn deskundig en onafhankelijk.

Deze theorieën over investeringen in ketenverband roepen een aantal vragen op:

- In hoeverre zijn de investeringen in de diverse soorten keurmerken generiek of bedrijfsspecifiek van aard?
- In hoeverre vinden de investeringen plaats binnen een kader van relatiemanagement?
- In hoeverre creëren de investeringen een meerwaarde voor de keten?

Bedrijven gebruiken keurmerken om de kwaliteit van de leveringen te garanderen naar hun directe afnemers toe. Op deze wijze kunnen ketenpartijen aansprakelijkheidsrisico's reduceren en de kosten van terugroepacties beperken. De afnemers hebben ook een lager risico om het mikpunt van ngo's te worden, zeker als de ngo's betrokken zijn bij de opzet van het keurmerk (Van der Meulen, 2011).

Bedrijven gebruiken keurmerken ook om producten, een assortiment of een huismerk te differentiëren in de ogen van de consument. Dit stelt supermarkten in staat hogere consumentenprijzen te vragen voor specifieke producten, maar ook voor het assortiment als geheel (Van der Meulen, 2011). Het prijsniveau verschilt per supermarktketen. Discounters verkopen producten tegen de laagst mogelijke prijs. Full-servicesupermarkten verkopen een breed en diep assortiment tegen hogere prijzen. De winkels zijn luxe ingericht en er wordt meer service verleend. Om deze redenen betalen consumenten meestal meer in dit type supermarkten. De extra opbrengsten uit eventuele prijspremies kunnen gedeeld worden met de leveranciers die de toegevoegde waarde geleverd hebben.

De mogelijkheid om meerwaarde te creëren hangt ook af van de organisatie van de toeleveringsketen. Het vermogen om meerwaarde te creëren hangt af van de vraag of het product gevolgd kan worden (*tracking and tracing*) en of de producten gecertificeerd zijn.

In de analyse wordt nagegaan of de percepties van boeren over risico, prijsvorming, afnemers en leveranciers verschillen per keurmerk. Bij de interpretatie van die percepties wordt nagegaan of eventuele verschillen in perceptie geweten kunnen worden aan verschillen in relatiemanagement, de bekendheid bij de consument, de organisatie van de keten, en/of het eventuele bedrijfsspecifieke karakter van het keurmerk.

Internationalisering

Productie, verwerking en handel vinden in Nederland plaats in een internationale context. Producten worden geïmporteerd en geëxporteerd. Dit heeft een aantal gevolgen voor de analyse:

- De relevante geografische markt voor Nederlandse landbouw- en voedingsproducten is groter dan Nederland. De mate waarin marktpartijen hun onderhandelingspositie in Nederland kunnen 'uitbuiten' wordt mede bepaald door de mogelijkheid handel te bedrijven met buitenlandse leveranciers en afnemers. Leveranciers kunnen producten in het buitenland afzetten; afnemers kunnen ook producten in het buitenland kopen.
- Agrarische productie is afhankelijk van weersomstandigheden en de bodemgesteldheid. Dit kan ertoe leiden dat de productie in een beperkt aantal seizoenen in Nederland plaatsvindt en dat er in andere seizoenen producten geïmporteerd dienen te worden.
- De mate waarin keurmerken in het buitenland vermarkt kunnen worden hangt af van de vraag of de keurmerken landspecifiek zijn of niet.

Supermarkten kunnen in theorie lagere inkooprijzen bedingen en hogere marges behalen als de leveranciers hun producten niet in het buitenland (kunnen) afzetten, en vice versa. Dit kunnen wij toetsen door na te gaan of er verschillen zijn tussen producten: bijvoorbeeld consumptiemelk, waarvoor de geografische markt de Nederlandse markt is, en kaas, een Nederlands product dat in geheel Europa en daarbuiten afgezet wordt.

De prijsvorming bij aardappelen, groente en fruit is sterk afhankelijk van seizoensinvloeden. Wij verwachten dat de opbrengstprijzen laag zijn tijdens en kort na de oogst, en hoog in de perioden waarin het product geïmporteerd wordt en de bewaarperiode op haar eind loopt. Deze verwachting wordt getoetst met behulp van beschrijvende statistiek aan de hand van lijndiagrammen.

Biologische producten kunnen in het buitenland vermarkt worden omdat er een Europese standaard is voor biologische producten. Dat geldt niet voor producten met een anderszins duurzaam keurmerk zoals On the way to Planet Proof of Beter Leven. Wij verwachten dat de opbrengstprijzen voor deze producten in het buitenland lager zijn dan in Nederland. Wij toetsen deze verwachting kwalitatief aan de hand van interviews.

2.3 Onderzoeksmethode en data

De gegevens die voor de monitor gebruikt zijn, hebben een kwantitatief en kwalitatief karakter. De volgende gegevens en databronnen zijn gebruikt:

- Een online vragenlijst die in december 2025 onder boeren en tuinders is uitgezet door Geelen Consultancy (hierna genoemd: 'online onderzoek');
- Door Wageningen Social & Economic Research opgevraagde bedrijfsspecifieke data over inkoop- en verkoopprijzen en kosten en winstmarges van telersverenigingen, groothandelaren, verwerkers en detailhandelaren met betrekking tot de zes geselecteerde productketens (hierna genoemd: 'informatie van bedrijven');
- Boekhoudkundige gegevens van primaire producenten die verzameld worden door Wageningen Social & Economic Research in het kader van het Bedrijveninformatienet;
- Informatie uit 31 interviews met ketenpartijen en andere partijen/personen die betrokken zijn bij de verschillende ketens (hierna genoemd: 'interviews');
- Data verkregen uit de CPI-dataverzameling van consumentenprijzen in de supermarkten, die door het Centraal Bureau voor de Statistiek zijn verzameld in het kader van CBS-maatwerk;
- Data uit openbare bronnen over bijvoorbeeld productie, internationale handel en aantallen bedrijven.

Online onderzoek onder boeren en tuinders

In december 2025 en januari 2026 hebben 1.225 boeren en tuinders de online vragenlijst geheel ingevuld (Tabel 2.2) (online onderzoek).

De vragenlijst bevatte vragen over:

- de keurmerken die het bedrijf voert, in het bijzonder de redenen om een keurmerk te voeren; belemmeringen daarbij; risico's en stimulansen;
- percepties over en inschattingen van meerkosten, meeropbrengsten en prijzen.

In het online onderzoek is expliciet onderscheid gemaakt tussen de keurmerken 'biologisch', 'Beter voor Natuur & Boer', 'Beter Leven 1 ster' en 'On the way to PlanetProof'. Daarnaast bestond de mogelijkheid dat een bedrijf geen keurmerk voert. Alle boeren en tuinders konden aangeven of zij ook nog een ander (buitenlands) keurmerk voeren.

Dit jaar is de vragenlijst onder een groter aantal boeren uitgezet. Omdat het onderzoek bedoeld is om een goed beeld van de gehele land- en tuinbouwsector te krijgen, is de vragenlijst uitgezet in alle deelsectoren waartoe de zes geselecteerde producten behoren. Zo is de vragenlijst bijvoorbeeld uitgezet onder een bredere set aan glasgroentebedrijven, in plaats van alleen tomatentelers.

De gegevens die vergaard zijn door middel van het online onderzoek zijn onderzocht met behulp van beschrijvende statistiek: frequentietabellen, kruistabellen, gemiddelden, standaardafwijkingen. Waar mogelijk zijn er betrouwbaarheidsintervallen bepaald en is er getoetst op de onafhankelijkheid van kruistabellen en statistisch significante verschillen tussen gemiddelden.

De toetsen maakten het mogelijk om na te gaan of er statistisch significante verschillen zijn tussen keurmerken of producten. In alle productgroepen zijn minstens 80 waarnemingen verkregen. Strikt genomen zijn er 385 waarnemingen nodig bij een foutenmarge van 5% en een betrouwbaarheidsinterval van 95%. Voor een foutenmarge van 10% en een betrouwbaarheidsinterval van 95% volstaan 97 waarnemingen. Dit wordt voor bijna alle productgroepen gehaald. Bij bepaalde deelvragen en deelgroepen van de steekproef was het aantal waarnemingen echter te laag om in de resultaten in het rapport weer te geven. De aantallen respondenten worden bij de verschillende grafieken in het onderzoek steeds weergegeven.

Om na te gaan of het gemiddelde antwoord van één groep significant afwijkt van het gemiddelde antwoord van andere groepen zijn er t-toetsen uitgevoerd. T-toetsen voor *unpaired* steekproeven zijn gebruikt om verschillen tussen groepen te constateren, bijvoorbeeld melkveehouders versus akkerbouwers, en t-toetsen voor *paired* steekproeven zijn gebruikt om te toetsen of twee antwoorden van dezelfde groep significant van elkaar verschillen.

Tabel 2.2 Aantal respondenten per product en productvariant in het online onderzoek (2025-2026)

	Biologisch	On the way to PlanetProof	Beter Leven 1 Ster	Beter Leven 2-3 Ster	Beter voor Natuur & Boer	Weidemelk	Ander	Geen	Totaal
Melk	45	68	5	0	23	237	60	106	544
Varkens	9	0	15	2	3	0	13	53	95
Consumptieaardappelen	6	30	0	0	6	0	72	102	216
Vollegroondsgroente	31	33	0	0	7	0	44	50	165
Hardfruit	8	38	0	0	12	0	20	45	123
Glasgroente	4	33	0	0	7	0	10	28	82
Totaal	103	202	20	2	58	237	219	384	1.225

Vanwege de routing in de vragenlijst hebben niet alle bedrijven alle vragen beantwoord.

Bron: online onderzoek, 2026.

Bedrijfsgegevens

Bij bedrijven die op basis van een verkenning door Wageningen Social & Economic Research werden aangemerkt als mogelijk actief in de relevante ketens zijn namens de Autoriteit Consument & Markt gegevens opgevraagd met betrekking tot de maandelijkse inkoop- en verkoopvolumes en -waarden en met betrekking tot de kosten, opbrengsten en winstmarges voor de periode 2022-2025. Deze gegevens zijn door Wageningen Social & Economic Research verwerkt en geaggregeerd.

De prijsdata zijn visueel geïnspecteerd en de afwijkende data zijn statistisch opgespoord om afwijkende waarnemingen te detecteren. Zo nodig zijn de afwijkingen besproken. De geaggregeerde cijfers zijn geverifieerd door ze te vergelijken met de consumentenprijzen die door het Centraal Bureau voor de Statistiek zijn samengesteld.

Bedrijveninformatienet

- Voor de verschillende producten is op basis van de boekhoudcijfers van boeren en tuinders die Wageningen Social & Economic Research bijhoudt, bepaald hoe hoog de gemiddelde kosten van productie door boeren of tuinders zijn per kilo geproduceerd product. Voor deze editie van de monitor is dit gedaan voor de periode 2022-2024. De boekhoudgegevens over 2025 waren op het moment dat dit rapport werd geschreven nog niet beschikbaar voor onderzoek naar kostprijzen.
- De bedrijven die in de analyse meegenomen zijn, zijn gespecialiseerd in één of een beperkt aantal producten.² Een gespecialiseerd bedrijf haalt in de regel meer dan twee derde van de inkomsten uit een bepaald gewas of dier.
- De kosten die direct kunnen worden toegerekend aan een bepaalde productie-eenheid worden de 'toegerekende kosten' genoemd. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om zaden en plantgoed, gewasbeschermingsmiddelen, meststoffen en veevoer. Daarnaast zijn er bepaalde kosten die niet direct toegerekend kunnen worden aan een bepaald product. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om energiekosten, betaalde arbeid en algemene bedrijfskosten. Deze kosten worden voor deze studie aan de producten gealloceerd op basis van de omzetaandelen of oppervlakte van de gewassen.
- In de gegevens over kosten en opbrengsten wordt een onderscheid gemaakt tussen de loonkosten voor werknemers en een berekend loon voor de arbeid die de ondernemer zelf in het bedrijf steekt. Het loon voor de ondernemer is het loon van een manager in een landbouwbedrijf. Voor het kapitaal dat in de onderneming is gestoken, wordt gerekend met een rente van tussen 0,5 en 1%. De winst die in deze bedrijfseconomische berekeningen overblijft is dus de vergoeding voor het ondernemerschap en niet voor de arbeid op het bedrijf.
- Het gemiddelde aantal waarnemingen van bedrijven waarop de kosten en marges van de primaire bedrijven zijn berekend staat in Tabel 2.3. In de regel worden alleen resultaten uit het Bedrijveninformatienet gepubliceerd waarvoor tien of meer waarnemingen beschikbaar zijn. In het geval van biologische vleesvarkens is het aantal waarnemingen in het Bedrijveninformatienet alleen in 2023 groot genoeg. Voor biologische appels, sperziebonen en tomaten is het aantal waarnemingen zo klein dat er geen cijfers kunnen worden gepubliceerd. Voor de anderszins duurzame keurmerken (Beter Leven en On the way to PlanetProof) geldt dat er voldoende waarnemingen zijn voor aardappelen, melk en varkens, maar niet voor appels, sperziebonen en tomaten.
- De Autoriteit Consument & Markt heeft gevraagd de resultaten voor de landbouw onder te verdelen naar bedrijfsomvang. Voor de analyse is dus ook gebruikgemaakt van een indeling in grootteklassen. Deze indeling is gemaakt op basis van de Standaardopbrengst (SO)³ van de bedrijven (Tabel 2.4). De grootteklassen zijn per product apart bepaald, zodanig dat er zoveel mogelijk grootteklassen gemaakt kunnen worden. Het criterium hierbij is dat er ten minste tien bedrijven per grootteklasse zijn. Voor melkveehouderijen, varkenshouderijen en aardappelproducenten is een driedeling gemaakt. Voor appels is een tweedeling gemaakt. Voor sperziebonen en tomaten is het niet mogelijk grootteklassen te onderscheiden met voldoende waarnemingen. Met betrekking tot de grootteklassen zijn er niet altijd gegevens voor alle jaren.

² Akkerbouwers hebben meer dan één product, maar wel één type producten: akkerbouwproducten.

³ De Standaardopbrengst is een maatstaf voor de omzet in de landbouw die met genormeerde (gemiddelde) prijzen werkt.

Tabel 2.3 Aantal waarnemingen in het Bedrijveninformatienet, gemiddeld voor de periode 2022-2024

	Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
Melk	304	29	32
Vleesvarkens	48	30	10*
Consumptieaardappelen	110	10	14
Sperziebonen, rode kool en peen	11	-	7
Appels	21	-	2
Tomaten	12	3	-

* 2023

Bron: Bedrijveninformatienet, Wageningen Social & Economic Research.

Tabel 2.4 Grootteklassen per product, en aantal waarnemingen in het Bedrijveninformatienet. Het gemiddelde voor de periode 2022-2024 wordt tussen haakjes vermeld

Product	Klein	Midden	Groot
Melk			
Regulier	< 500 kSO (115)	500-1.000 kSO (97)	> 1.000 kSO (92)
Biologisch	< 375 kSO (13)		> 375 kSO (19)
PlanetProof	< 650 kSO (14)		> 650 kSO (15)
Vleesvarkens			
Regulier	< 1.000 kSO (27)	1.000-1.800 kSO (26)	> 1.800 kSO (23)
Beter Leven	< 1.000 kSO (9)	1.000-1.800 kSO (12)	> 1.800 kSO (9)
Tafelaardappelen	< 500 kSO (48)	500-1.000 kSO (36)	> 1.000 kSO (26)
Appels	< 425 kSO (10)		> 425 kSO (12)

SO = Standaardopbrengst (omzetmaatstaf voor de landbouw); k = x 1000; (X) = steekproefomvang.

Bron: Bedrijveninformatienet, Wageningen Social & Economic Research.

Consistentie van de resultaten

De financiële gegevens zijn afkomstig uit meerdere bronnen. Dat heeft gevolgen voor de consistentie van de resultaten. In beginsel is de verkoopprijs van een leverancier gelijk aan de inkoopprijs van een afnemer. Aan supermarkten werd gevraagd leverancierslijsten aan te leveren om ervoor te zorgen dat de gegevens van de bedrijven zoveel mogelijk op elkaar aansluiten. In de praktijk zijn er redenen waarom er discrepanties zijn in de resultaten.

- In de praktijk zijn niet van alle leveranciers van alle supermarktketens de gegevens verkregen, en omgekeerd hebben wij niet de gegevens van alle afnemers van alle groothandelaren en verwerkers.
- Vooral aardappelen, groente en fruit vertonen een seizoenspatroon waarbij de Nederlandse productie hoog is en de prijzen laag zijn tijdens en in de maanden direct na het oogstseizoen en de productie laag is en de prijzen hoog zijn tijdens de overige maanden. De groothandel in verse aardappelen, groente en fruit en supermarkten hebben een meer continue aanvoer, waarbij het Nederlandse aanbod aangevuld wordt met import. De prijzen voor geïmporteerde producten liggen boven die van Nederlandse producten in de oogstperiode. Dit heeft gevolgen voor het berekenen van de gewogen gemiddelde inkoop- en verkoopprijzen in de elkaar opvolgende schakels. Het aanbod in de supermarkt kan ook afwijken van het aanbod in de landbouw. Supermarkten hebben voor appels bijvoorbeeld een breder assortiment dan de Nederlandse landbouw.
- De analyse gaat uit van een relatief simpele indeling tussen de schakels landbouw, groothandel of industrie en supermarkten. Niet alle bedrijven in de onderscheiden schakels voeren dezelfde activiteiten uit. De varkensvleesindustrie telt slachterijen, bedrijven die vlees uitsnijden en verpakken en geïntegreerde slachterijen en uitsnijderijen. De grenzen tussen de schakels zijn ook diffuus. Ook voor zuivel geldt dat kaas als halffabrikaat wordt verkocht om te rijpen of om gesneden en verpakt worden. Er zijn tomatentelers die zelf hun tomaten verpakken, maar er zijn ook groothandelaren die dit doen. In de groothandel in groente en fruit worden producten gecollecteerd (ophalen bij teler) en vervolgens gedistribueerd (levering aan supermarkt). Sommige bedrijven leggen de nadruk vooral op collectie; andere bedrijven op distributie.
- Sommige bedrijven rekenen logistieke diensten apart door aan de logistieke dienstverleners. De inkoop- en verkoopprijzen van de onderzochte producten zijn in die zin niet altijd volledig.

Voor de resultaten geldt ook dat dit rapport enigszins eenzijdig kijkt naar verschillen in duurzaamheid als reden voor verschillen in kosten, prijzen en nettomarges. Er zijn echter ook tal van andere factoren die bepalen of er verschillen zijn in kosten, prijzen en nettomarges, zoals verschillen in ras, verpakkingshoeveelheid, type verpakking, merk en reputatie, etc. Dit kan verklaren waarom de resultaten soms contra-intuïtief zijn.

Bedrijven hebben informatie aangeleverd over inkoopvolumes en -waarden, verkoopvolumes- en waarden en over kosten, opbrengsten en marges. De geaggregeerde inkooprijzen en verkooprijzen zijn door Wageningen Social & Economic Research bepaald op basis van de gegevens over inkoop- en verkoopvolumes en -waarden. De inkooprijzen en verkooprijzen hebben betrekking op het niveau van productvarianten. De verstreekte kostengegevens hebben soms betrekking op een hoger aggregatieniveau, omdat bedrijven de kosten niet altijd aan elk product en elke productvariant kunnen toerekenen.

Interviews

Ter beantwoording van de eerste twee onderzoeksvragen zijn er ten slotte 31 interviews afgenomen met ondernemers, belangenorganisaties, adviseurs, certificeringsinstanties en deskundigen werkzaam in de verschillende ketens. De interviews waren bedoeld om informatie te verzamelen over mogelijke problemen in de prijsvorming en om de resultaten van het onderzoek te verifiëren.

De interviews zijn geanalyseerd op basis van een vergelijkingstabel. De vergelijkingstabel biedt een overzicht van de antwoorden die de individuele respondenten op de interviewvragen gaven. De interviewvragen zijn hiertoe eerst geordend per onderzoeksvraag. Op basis van een vergelijking van de antwoorden per interviewvraag en onderzoeksvraag zijn geaggregeerde antwoorden afgeleid.

2.4 Relatie tussen onderzoeksvragen en methode

Het antwoord op onderzoeksvragen wordt voorafgegaan door een beschrijving van de ketens. De ketenbeschrijving gaat onder andere in op de marktstructuur, de concentratiegraad en het belang van import en export voor de ketens.

De onderzoeksvragen zijn als volgt getoetst.

Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzame productvarianten?

Het antwoord op deze vraag wordt bepaald door de brutomarges te bepalen, waarbij de brutomarge gedefinieerd wordt als het verschil tussen de verkoopprijs en de inkoopprijs (Koetzier *et al.*, 2024). De verschillen worden uitgedrukt als percentage van de consumentenprijs en geven aan hoe de consumenteneuro over de schakels is verdeeld. De brutowinst wordt in het rapport ook als benadering van het kostenaandeel per schakel gebruikt. Er zijn meer en meer precieze gegevens over de brutomarge per productvariant voorhanden dan over de kosten per productvariant. De gegevens van bedrijven, het Centraal Bureau voor de Statistiek en het Bedrijveninformatienet worden gebruikt om het verschil te bepalen tussen de verkoop- en inkooprijzen. Met betrekking tot de landbouwsector wordt er geen inkoopprijs bepaald, omdat dit de beginschakel in de keten is in dit onderzoek. De brutomarge wordt gevisualiseerd in lijngrafieken die de verkoopprijzen van elke schakel weergeven.

De consumentenprijs wordt vervolgens ontleed in kosten en nettomarge per schakel, op basis van dezelfde bronnen. Deze informatie wordt in een tabel weergegeven. De nettomarge wordt uitgedrukt als percentage van de verkoopprijs van de opeenvolgende schakels (Koetzier *et al.*, 2024). De nettomarge is het verschil tussen de verkoopprijs en de kosten per eenheid. Alle kosten zijn hierbij inbegrepen, behalve de kosten van financiering (rente). Ook incidentele baten en kosten worden buiten de analyse gehouden.

Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzame producten?

Op basis van de literatuurstudie en de interviews met de bedrijven en brancheorganisaties worden de ontwikkelingen bij onderzoeksvraag 1 verklaard. De verklaring wordt in de gegevensanalyse geïntegreerd en niet in een aparte paragraaf weergegeven.

In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

Het antwoord op deze vraag is gebaseerd op een beschrijving en analyse van de afspraken die al dan niet gemaakt zijn over de relatie tussen de meerprijs en de meerkosten en in hoeverre die afspraken ook nagekomen worden. Het online onderzoek en de interviews gaan hier beide op in. De kwantitatieve analyse is al bij deelvraag 1 weergegeven.

Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten voor één of meerdere schakels?

Knelpunten worden geïdentificeerd in de gegevensanalyse, maar ook in het online onderzoek en de interviews. Het online onderzoek en de interviews richten zich onder andere op belemmeringen en knelpunten die deels aan prijsvorming en de relatie tussen de meerkosten en meeropbrengsten van keurmerken gekoppeld zijn.

3 Aardappelen

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de keten van tafelaardappelen centraal. Tafelaardappelen vormen een belangrijk onderdeel van het Nederlandse voedingspatroon en worden voornamelijk vers en onbewerkt via supermarkten, speciaalzaken, markten en in beperkte mate via boerderijwinkels aan consumenten verkocht. Binnen de categorie consumptieaardappelen wordt onderscheid gemaakt tussen tafelaardappelen en industrieaardappelen, die worden verwerkt tot onder meer frites en chips. Dit hoofdstuk richt zich uitsluitend op tafelaardappelen voor de versmarkt.

Uit de voorgaande editie van de Agro-Nutri Monitor bleek dat de tafelaardappelketen wordt gekenmerkt door een sterke afhankelijkheid van marktomstandigheden, weersinvloeden en kwaliteitseisen. De prijzen van tafelaardappelen vertonen aanzienlijke schommelingen, waarbij veranderingen in opbrengstprijzen op telersniveau relatief sterker zijn dan veranderingen in consumentenprijzen. Daarnaast bleek dat de meerkosten van duurzaamheidskeurmerken, zoals On the way to PlanetProof, niet altijd even transparant worden vergoed. Hoewel duurzaam gecertificeerde tafelaardappelen gemiddeld hogere opbrengstprijzen voor boeren realiseren dan reguliere aardappelen, ervaren veel telers onzekerheid over de mate waarin de extra kosten daadwerkelijk worden gecompenseerd. Biologische tafelaardappelen realiseren de hoogste prijzen in de keten, maar kennen eveneens hogere productiekosten en relatief beperkte marges op bedrijfsniveau in alle schakels.

In de tafelaardappelketen spelen de volgende schakels een rol: veredeling en vermeerdering van pootgoed, primaire productie, handel en verpakking, import en export, en detailhandel en consumptie. De primaire producenten zorgen voor de teelt en bewaring van de aardappelen. Handelaren bundelen het aanbod, verzorgen de sortering, verpakking en distributie en leveren aan binnen- en buitenlandse afnemers. De detailhandel verkoopt de tafelaardappelen uiteindelijk aan de consument. Daarnaast speelt export een rol binnen de Nederlandse tafelaardappelsector, terwijl de binnenlandse markt in toenemende mate wordt gekenmerkt door duurzaamheidskeurmerken en veranderende consumptiepatronen.

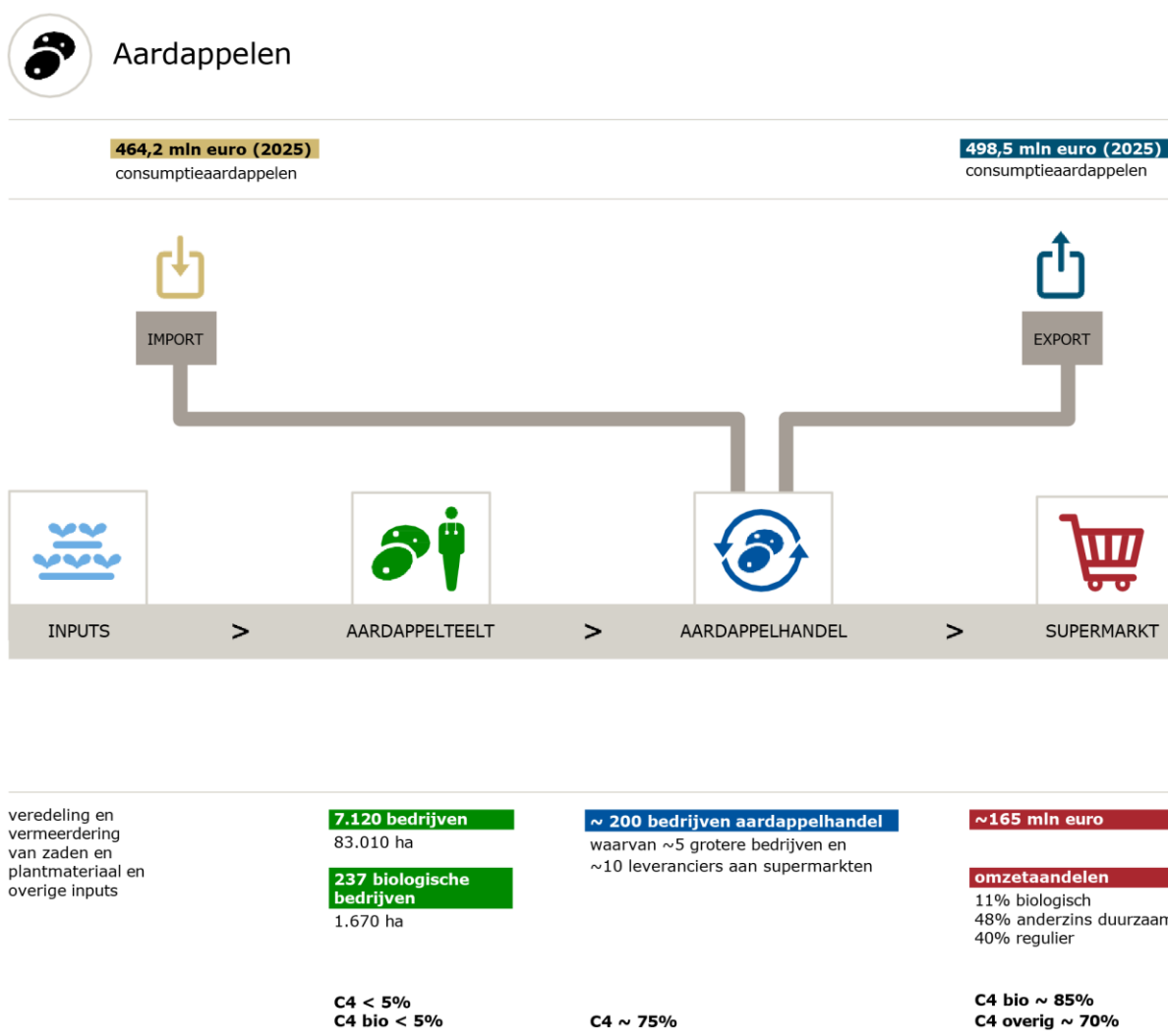
Teelt en afzet

Het aantal bedrijven dat consumptieaardappelen teelt, varieert jaarlijks tussen de 6.500 en 7.000 (Centraal Bureau voor de Statistiek). Mede vanwege de noodzakelijke vruchtwisseling verbouwen de aardappeltelers ook andere gewassen. Zij produceren jaarlijks gemiddeld 3,7 miljoen ton consumptieaardappelen. In 2025 werden deze aardappelen geteeld op 83.000 hectare (8,6% meer dan in 2024). Het Centraal Bureau voor de Statistiek maakt binnen de Landbouwtelling geen onderscheid tussen tafelaardappelen en industrieaardappelen, waardoor deze cijfers betrekking hebben op de totale consumptieaardappelteelt. Het totale tafelaardappelareaal werd in 2025 geschat op circa 12.000 hectare.

De Nederlandse tafelaardappelsector wordt gekenmerkt door een hoge mate van certificering. Het grootste deel van de tafelaardappelen die via de supermarkt worden afgezet, voldoet aan duurzaamheidseisen zoals On the way to PlanetProof of Beter voor Natuur & Boer. Naar schatting wordt 80% van het totale aantal tafelaardappelen dat in Nederland geconsumeerd wordt afgezet via het supermarktkanaal. Voor veel supermarktketens vormen deze keurmerken een voorwaarde voor levering.

In 2024 waren circa 106 telers van tafelaardappelen aangesloten bij het keurmerk Beter voor Natuur & Boer. Dit keurmerk is tot nu toe specifiek gericht op Albert Heijn, dat een aandeel heeft van 37-38% in de totale afzet in het Nederlandse retailkanaal.⁴ Het areaal tafelaardappelen onder het keurmerk On the way to PlanetProof bedroeg in 2025 7.367 hectare, wat neerkomt op ongeveer 61% van het totale Nederlandse tafelaardappelareaal. Daarmee neemt PlanetProof een belangrijke positie in binnen de Nederlandse tafelaardappelteelt. Het grootste deel van dit gecertificeerde areaal is gericht op afzet via de supermarkt.

Voor telers van biologische tafelaardappelen vormt de coöperatie doorgaans de belangrijkste afnemer. Een groot deel van de productie van biologische aardappelen (circa 75%) wordt via *pools* afgezet, waarbij telers gezamenlijk hun product vermarkten. Ook voor niet-biologische gecertificeerde tafelaardappelen spelen coöperaties en handelsorganisaties een belangrijke rol bij de afzet. Reguliere aardappelen zonder duurzaamheidskeurmerk worden vooral afgezet via de groothandel, exportmarkten, horeca en gespecialiseerde groente- en fruitwinkels.



C4: gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven.

Bron: CBS Landbouwteelt, Internationale handel, Bedrijvendemografie; informatie van bedrijven

Figuur 3.1 Nederlandse keten voor tafelaardappelen (2025)

⁴ Of dit percentage ook van toepassing is op de tafelaardappelafzet in Nederland is onbekend. Naar verwachting zal dit aandeel ook ongeveer 35% zijn.

Groothandel, import en export

Groothandel

De groothandel vervult een centrale rol in de Nederlandse tafelaardappelketen. Coöperaties en handelsbedrijven vormen de schakel tussen telers enerzijds en afnemers zoals supermarkten, exporteurs, horeca en gespecialiseerde groente- en fruitwinkels anderzijds. Zij verzorgen het wassen, sorteren, verpakken, opslaan en distribueren van aardappelen en stemmen het aanbod af op de specifieke wensen van afnemers.

Na de oogst worden aardappelen gesorteerd op ras, maat, kwaliteit en uiterlijke kenmerken. Deze eigenschappen bepalen in belangrijke mate de uiteindelijke bestemming en prijs van de aardappelen. De verschillende maatklassen kennen elk hun eigen afzetkanalen. Voor het supermarktkanaal is de sortering 40-65 mm doorgaans het belangrijkste. Partijen aardappelen die niet voldoen aan de gewenste specificaties kunnen worden afgezet via alternatieve kanalen, zoals exportmarkten, horeca of de verwerkende industrie.

Naast kwaliteitseisen kunnen duurzaamheidskeurmerken een rol spelen in de afzet. Supermarkten stellen vaak aanvullende eisen op het gebied van duurzaamheid, voedselveiligheid en traceerbaarheid. Handelsbedrijven vervullen daarom ook een belangrijke rol bij kwaliteitsborging, certificering en het organiseren van productstromen die voldoen aan de vereisten van verschillende afnemers.

De Nederlandse handel in tafelaardappelen is in de afgelopen jaren verder geconcentreerd. In 2025 waren er ongeveer 200 telers aangesloten bij PotatoNext, met een gezamenlijk areaal van ongeveer 3.200 hectare. Volgens haar [website](#) oogst en distribueert deze coöperatie jaarlijks circa 160.000 ton consumptieaardappelen. Ongeveer 40% daarvan gaat naar Nederlandse afnemers, en 60% is bestemd voor klanten in onder meer Spanje, Italië, Duitsland en Polen. PotatoNext is sinds 1 oktober 2023 actief op de Nederlandse markt. Deze coöperatie is voortgekomen uit Nedato, Agrico en Leo de Kock. Leo de Kock is als zelfstandige onderneming in PotatoNext opgegaan. Nedato en Agrico bestaan nog wel, maar hebben hun tafelaardappelactiviteiten ook in PotatoNext ondergebracht. De coöperatie bundelt haar handelsactiviteiten in PotatoNext B.V. en de verpakingsactiviteiten in PotatoNext Processing B.V. De afzet van biologische tafelaardappelen heeft PotatoNext overgedragen aan Bioselect, dat deel uitmaakt van de coöperatie Agrico. Door middel van een *pool* werken telers samen bij het aanbieden en verkopen van hun product. Deze fusie leidde in eerste instantie tot een krachtige partij in de tafelaardappelmarkt, met een marktaandeel van 40% in Nederland (Feenstra, 2023), maar door de 'aardappelcrisis' van 2025-2026 bleek verdere consolidatie noodzakelijk (zie voor nadere informatie § 3.3, onder het kopje 'Gevolgen aardappelcrisis').

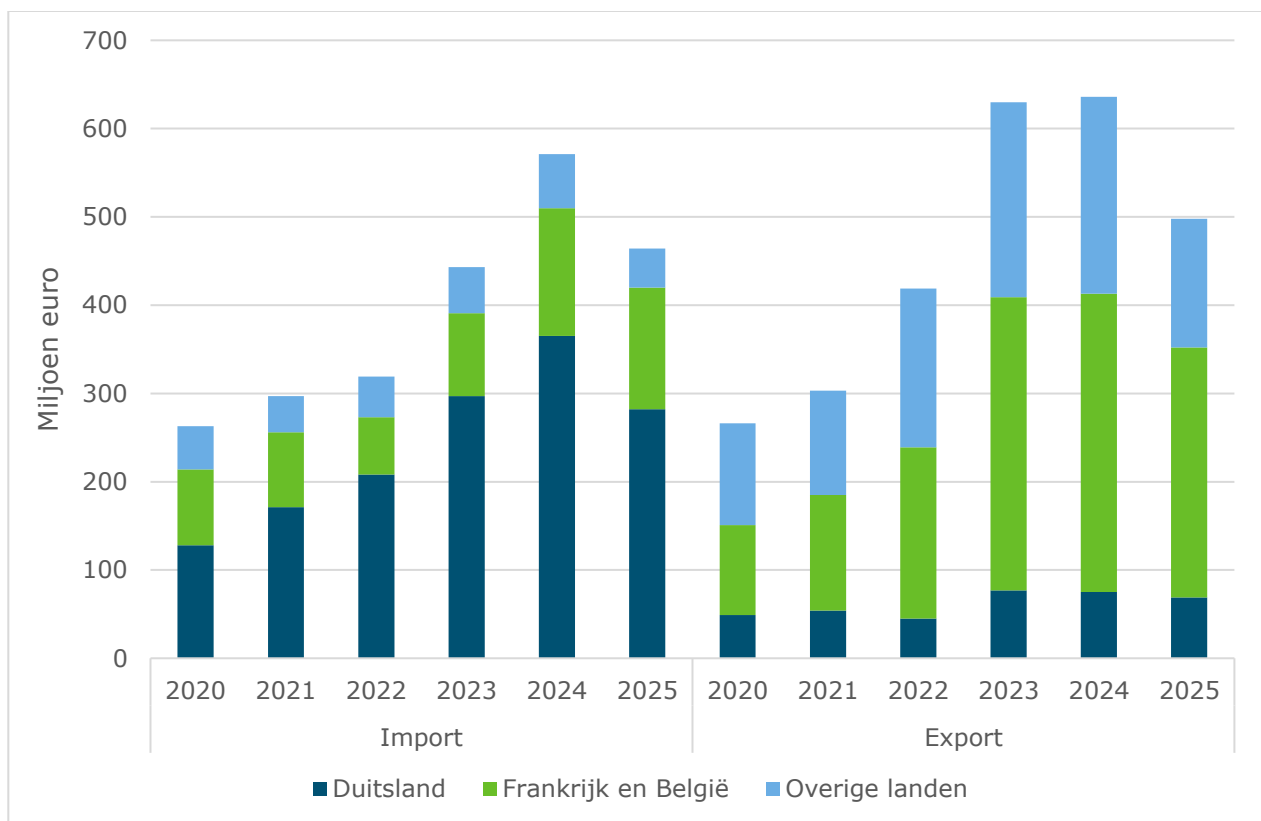
Voor tafelaardappelen bestaat, in tegenstelling tot industrieaardappelen, geen algemeen gebruikte prijsnotering via [PotatoNL](#).⁵ Prijzen worden veelal bepaald via contracten, *pool*-systemen of onderhandelingen tussen telers en afnemers. Hierdoor zijn marktprijzen minder transparant en kunnen er verschillen ontstaan tussen afzetkanalen, productsegmenten en afnemers. Daarnaast zijn er speciale leveringen en rassen, zoals de vroege aardappelen afkomstig van Tholen en de Opperdoezer Ronde, waarvan de prijs in grote mate wordt bepaald door het beperkte aanbod.

Import en export

Nederland is een belangrijke speler in de internationale aardappelhandel. Het grootste deel van de import van consumptieaardappelen betreft aardappelen voor de verwerkende industrie. De geïmporteerde aardappelen zijn vooral afkomstig uit Duitsland, Frankrijk en België. De Nederlandse aardappelverwerkende industrie verwerkt jaarlijks ongeveer 4 miljoen ton aardappelen, waarvan ongeveer een derde (33%) afkomstig is uit import, voornamelijk uit Duitsland, Frankrijk en België. De tafelaardappelen voor de binnenlandse markt zijn voornamelijk afkomstig van Nederlandse telers. De import van tafelaardappelen voor directe consumptie blijft beperkt en bestaat vooral uit primeuraardappelen tijdens de overgang tussen twee oogstseizoenen (de zogenoemde 'Malta's'). Deze worden met name geïmporteerd uit Zuid-Europese landen. In 2025 werden er minder tafelaardappelen geïmporteerd dan in de voorgaande jaren vanwege het overaanbod in Nederland.

⁵ Er zijn in het verkoopseizoen wel veilingprijzen beschikbaar voor Middenmeer, Leeuwarden en Sint-Annaland (Alvantho).

Naast de binnenlandse afzet wordt er een aanzienlijk volume aardappelen geëxporteerd. Voor het totale consumptieaardappelsegment bedroeg de export van onbewerkte aardappelen in 2024 626.000 ton op een totale productie van 3,25 miljoen ton (oftewel 19%) (CBS, 2025c). De genoemde export in 2024 komt overeen met een bedrag van € 636 miljoen (Figuur 3.2). Of dit aandeel ook specifiek van toepassing is op het tafelaardappelsegment is moeilijk aan te geven, omdat er weinig data beschikbaar zijn over dit segment. Wel is uit interviews en een eerdere studie (Janssens *et al.*, 2015) gebleken dat een relatief groot aandeel van de export van tafelaardappelen afhangt van het volume aardappelen dat beschikbaar is nadat de Nederlandse afnemers voorzien zijn. Dat volume verschilt sterk per jaar. Voor nabijgelegen landen zoals Duitsland en België gaat het hierbij om aardappelen voor zowel verse consumptie als verdere verwerking. Verder weg gelegen exportbestemmingen vragen vooral om aardappelen voor de versmarkt.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Internationale handel.

Figuur 3.2 Nederlandse import en export van verse consumptieaardappelen, in miljoen euro (2020-2025).

Binnen de sector wordt er al langere tijd gewezen op het feit dat Nederlandse duurzaamheidskeurmerken, zoals On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer, buiten Nederland beperkt worden gevraagd (voor zover buitenlandse inkopers om een certificaat vragen, is dit meestal een GlobalGAP-certificaat). Hierdoor worden de duurzaamheidsinspanningen van Nederlandse telers in hun perceptie op exportmarkten vaak niet afzonderlijk gewaardeerd. De meerkosten die samenhangen met certificering vertalen zich daardoor niet altijd in een hogere afzetprijs. Dit beperkt in hun beleving de mogelijkheden om investeringen in verduurzaming via exportmarkten terug te verdienen. In jaren met grote oogstopbrengsten zal toch een deel van de productie geëxporteerd worden naar bestemmingen waar met name de kenmerken van de aardappelen door de consument gewaardeerd worden, zoals smaak, schil- en vleeskleur en kooktype (Tamm *et al.*, 2004). Bedrijven en coöperaties met contracten met de retailsector (binnenlandse markt) telen een groter areaal voor hun klanten dan gemiddeld noodzakelijk is om in jaren met relatief kleine oogstopbrengsten toch aan de contractuele verplichtingen te kunnen voldoen. In jaren met meer dan gemiddelde opbrengsten is de keten voor een deel van de productie aangewezen op de exportmarkt. Door te werken met een pool-systeem wordt de vergoeding voor het duurzaamheidscertificaat verdeeld over alle kilo's product.

Voor biologische tafelaardappelen blijft de binnenlandse markt de belangrijkste afzetbestemming. Ook bij dit segment wordt er voornamelijk geëxporteerd wanneer het aanbod groter is dan de binnenlandse vraag. Tegelijkertijd neemt de concurrentie op de Europese markt toe. In sommige exportlanden gelden aanvullende eisen boven op de Europese biologische regelgeving. Zo vragen bepaalde afnemers in Duitsland naast een biologisch certificaat aanvullende keurmerken, zoals Naturland. Hierdoor moeten exporterende telers en handelsbedrijven rekening houden met aanvullende certificerings- en controlevereisten.

Detailhandel en consumptie

De Nederlandse consumptie van tafelaardappelen staat al geruime tijd onder druk. In het jaar 2000 bedroeg de binnenlandse afzet van tafelaardappelen nog 385.000 ton (Nederlandse Aardappel Organisatie, 2004). In 2020 was deze afzet gedaald tot 275.000 ton (Agrimatie, 2023), oftewel 16 kg per persoon. De dalende consumptie hangt samen met veranderende eetgewoonten, kleinere huishoudens en de groeiende populariteit van alternatieve koolhydraatbronnen zoals rijst, pasta en maaltijdoplossingen. Daarnaast kiezen consumenten vaker voor bewerkte aardappelproducten, zoals koelverse, geschilde of voorgegaarde aardappelen.

Om in te spelen op deze ontwikkelingen introduceren supermarkten en verpakkers kleinere verpakkingen en nieuwe productconcepten die inspelen op de vraag naar gemak en gebruiksvriendelijkheid. Voorbeelden zijn kleine kookaardappelen, stoomaardappelen en koelverse aardappelproducten.

Supermarkten vormen veruit het belangrijkste afzetkanaal voor tafelaardappelen in Nederland. De Nederlandse detailhandel stelt daarbij steeds hogere eisen op het gebied van duurzaamheid, kwaliteit en voedselveiligheid. Hierdoor worden Nederlandse tafelaardappelen voor de supermarkt vrijwel uitsluitend onder een duurzaamheidskeurmerk afgezet.

Volgens cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek had in 2024 ongeveer 65% van de consumentenbestedingen aan aardappelen in Nederlandse supermarkten een duurzaamheidskeurmerk, zoals On the way to PlanetProof of Beter voor Natuur & Boer.

Binnen de sector bestaat het beeld dat geïmporteerde aardappelen weliswaar aan de duurzaamheidseisen van de Nederlandse supermarkten moeten voldoen, maar dat die eisen niet altijd even streng zijn als voor Nederlandse aardappelen; de inkoopprijs zou doorslaggevend zijn (bron: interviews). Nederlandse telers geven aan dat hierdoor verschillen ontstaan in productiekosten en concurrentievoorwaarden tussen binnenlandse en buitenlandse aanbieders. Supermarkten geven aan dat zij wel degelijk gericht zijn op de inkoop van duurzaam geteelde aardappelen met minimaal een GlobalGAP-certificaat. Tegelijkertijd blijft de vraag naar duurzaam gecertificeerde producten in de Nederlandse supermarktmarkt groeien, waardoor duurzaamheid een steeds belangrijkere rol speelt in de positionering van tafelaardappelen richting de consument.

3.2 Prijzen, kosten en marges

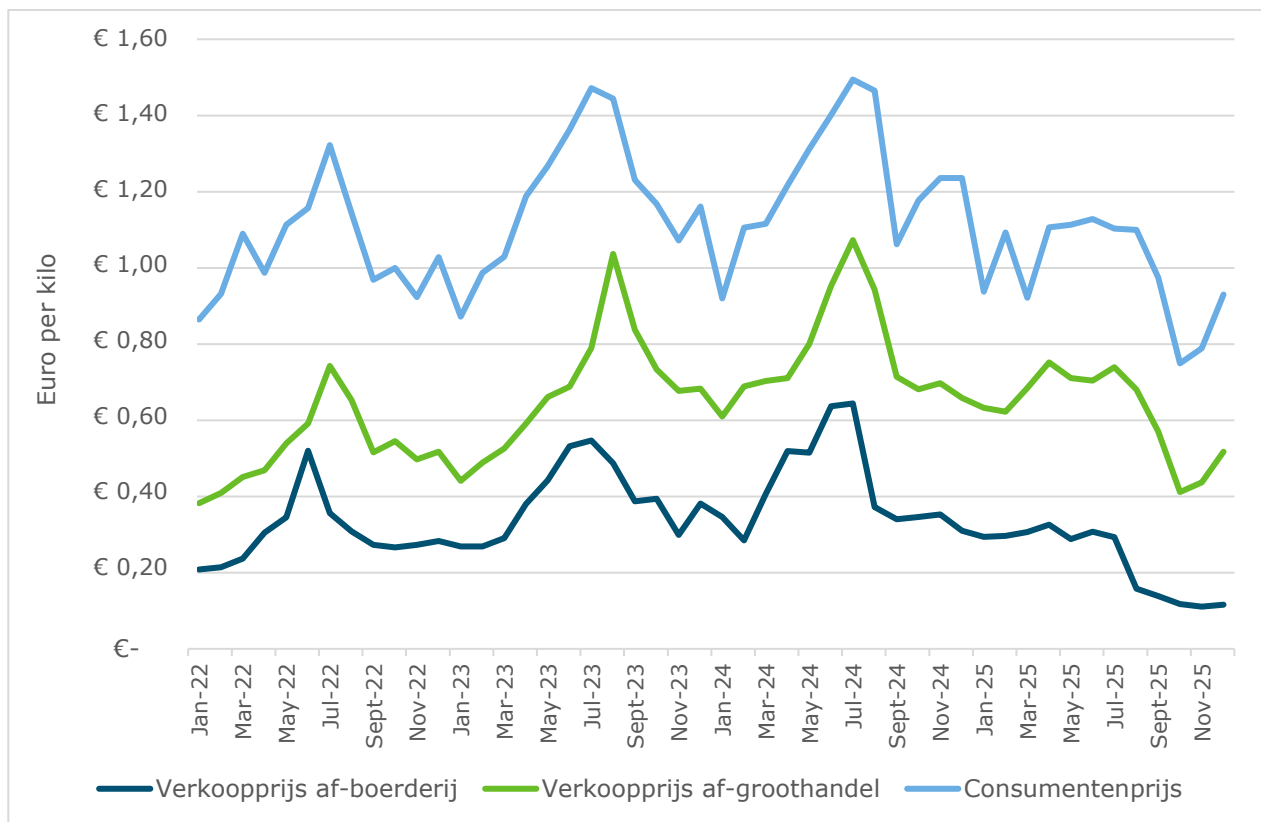
Prijsverloop en brutomarges

De prijzen van tafelaardappelen worden bepaald door vraag en aanbod. Het effect van het aanbod is duidelijk zichtbaar in de prijsontwikkeling gedurende het jaar. Rond de seizoenovergang, wanneer de oude oogst grotendeels is verkocht en de nieuwe oogst nog niet of slechts beperkt beschikbaar is, lopen de prijzen vaak op. Deze prijsstijging is doorgaans zichtbaar in de periode van juni tot en met augustus. De Figuren 3.3-3.5 hebben betrekking op de Nederlandse keten.

Prijsontwikkelingen per productvariant

De af-boerderijprijzen en groothandelsprijzen van **reguliere tafelaardappelen** vertoonden in de periode 2022-2025 de grootste schommelingen, zoals hierna toegelicht. De prijzen af-boerderij stegen sterk in het voorjaar en de zomer van 2023. Na een sterke daling tijdens en na de oogsttijd bereikten de prijzen een piek in de eerste helft van 2024. Vervolgens daalden de prijzen gedurende de tweede helft van 2024 en vooral in 2025 aanzienlijk. De prijsdaling was vooral zichtbaar op telersniveau, waar de af-boerderijprijs eind 2025 terugviel tot niveaus van circa € 0,11-0,12 per kg. Ook de groothandelsprijzen volgden deze ontwikkeling.

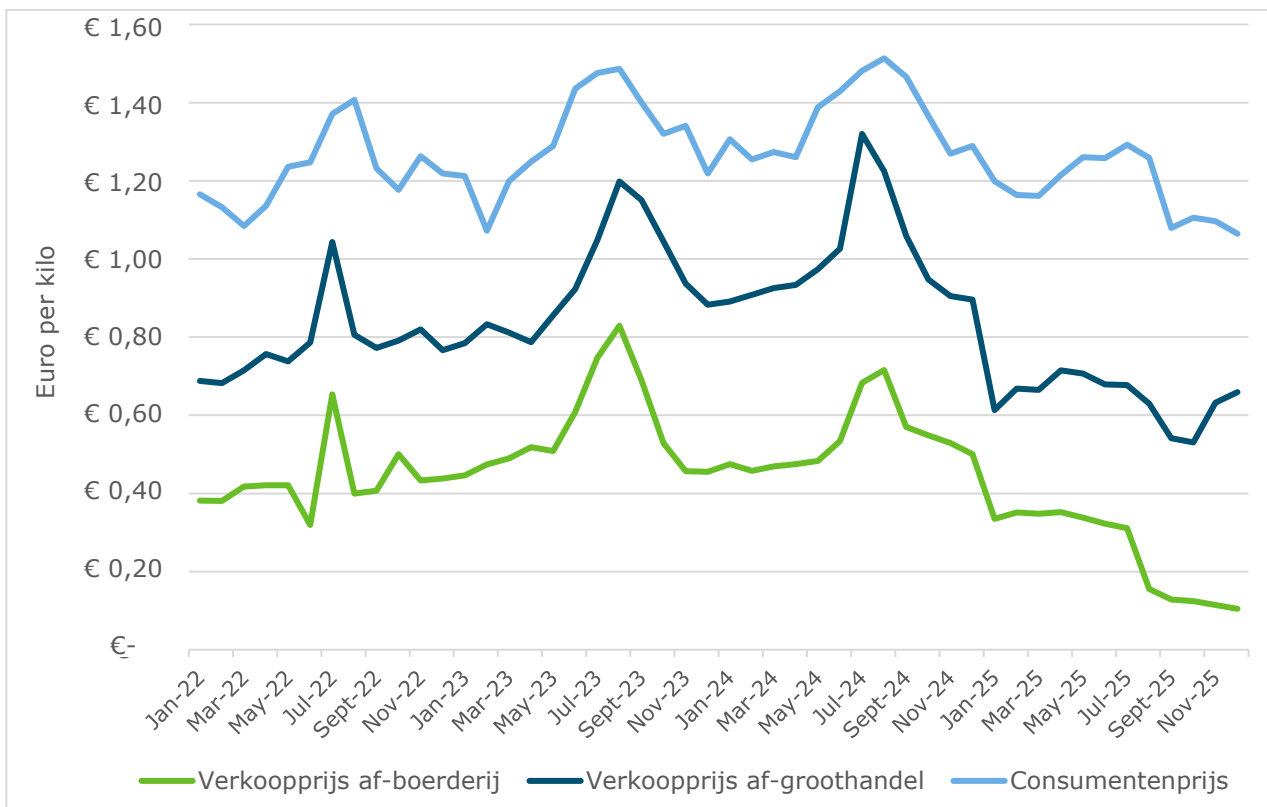
De consumentenprijzen fluctueerden minder sterk dan de prijzen af-boerderij. In de tweede helft van 2025 was, in tegenstelling tot eerdere jaren, ook op consumentenniveau een duidelijke prijsdaling zichtbaar. Dit wijst erop dat de sterke prijsdalingen eerder in de keten uiteindelijk zijn doorgegeven aan de consumenten (zie Figuur 3.3).



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.3 Prijzen van reguliere tafelaardappelen per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Figuur 3.4 laat de prijsontwikkeling zien van **tafelaardappelen met een duurzaamheidskeurmerk**. Ook in dit segment stegen de prijzen sterk in 2023 en 2024, waarna in 2025 een duidelijke correctie optrad. De sterkste prijsschommelingen deden zich voor op telersniveau, terwijl de consumentenprijzen gematigder reageerden. De af-groothandelsprijzen daalden in 2025 minder sterk dan de prijzen in de retailsector. Gedurende de gehele periode lagen de prijzen van duurzaam gecertificeerde tafelaardappelen boven die van reguliere aardappelen, maar onder het niveau van biologische aardappelen.



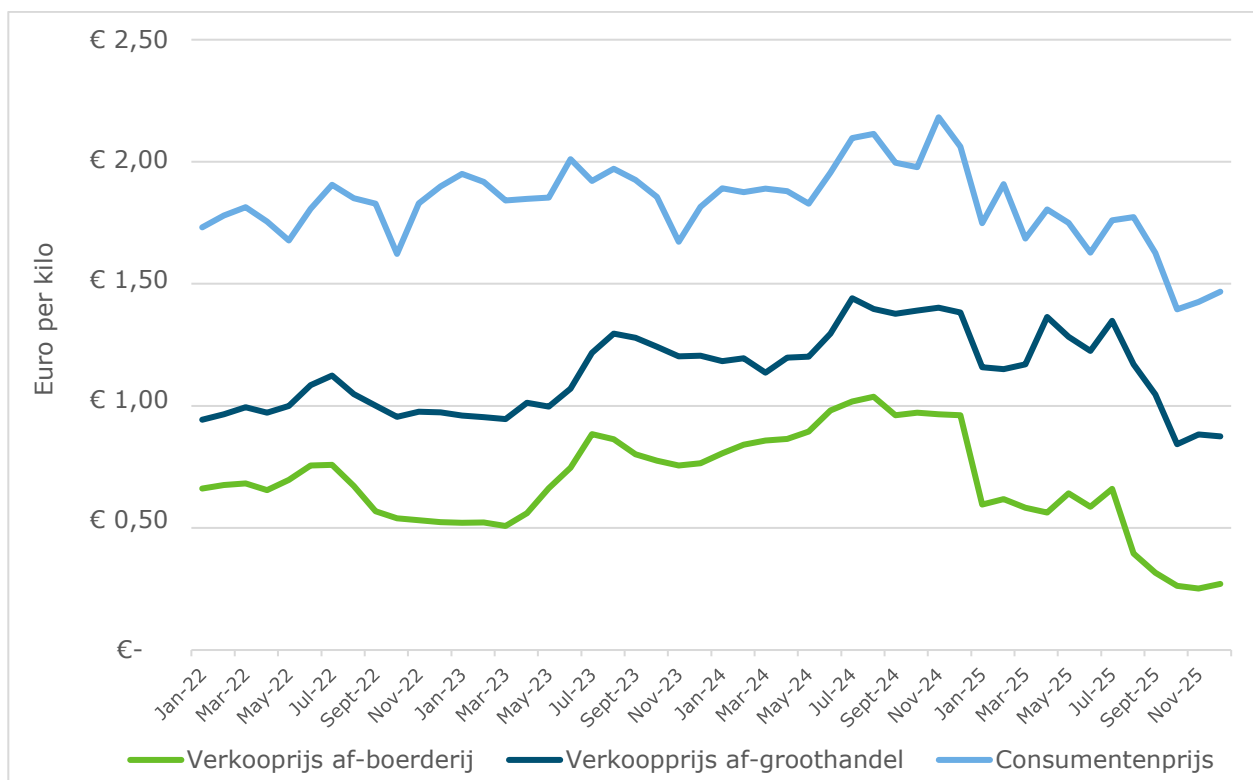
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.4 Prijzen van tafelaardappelen met een duurzaamheidskeurmerk per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

De prijzen per ketenschakel van biologische tafelaardappelen voor de periode 2022-2025 worden weergegeven in Figuur 3.5. Gedurende de gehele periode lagen de prijzen van biologische tafelaardappelen duidelijk hoger dan die van reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen. De af-boerderijprijs steeg van € 0,64 per kg in 2022 naar een piek van € 0,93 per kg in 2024, waarna hij in 2025 terugviel naar een niveau van € 0,48 per kg. De groothandelsprijs liet een vergelijkbare ontwikkeling zien en nam toe van € 1,00 per kg in 2022 tot € 1,30 per kg in 2024, om vervolgens te dalen naar € 1,13 per kg in 2025. Ook de consumentenprijs bereikte in 2024 het hoogste niveau (€ 1,98 per kg) en daalde daarna naar € 1,66 per kg in 2025.

De prijsverschillen tussen de opeenvolgende ketenschakels veranderden eveneens door de jaren heen. Het verschil tussen de af-boerderijprijs en de groothandelsprijs nam in 2025 toe, terwijl het verschil tussen de groothandelsprijs en de consumentenprijs juist afnam. Dit wijst erop dat een groter deel van de uiteindelijke consumentenprijs in 2025 in de groothandelsfase tot stand kwam en een kleiner deel in de retailsector.

Ondanks de prijsdaling in 2025 bleven biologische tafelaardappelen in alle schakels van de keten duidelijk hoger geprijsd dan andere productvarianten. Dit bewijst dat biologische aardappelen gedurende de gehele periode een duidelijke meerwaarde in de markt behielden.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.5 Prijzen van biologische tafelaardappelen per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025)

Prijzontwikkeling per schakel

Over de gehele periode 2022-2025 laten de prijzen van tafelaardappelen in alle schakels duidelijke schommelingen zien. De prijzen stegen sterk in 2023 en bereikten hun hoogste niveau in 2024, waarna zij in 2025 weer daalden. De prijsstijging in 2023 had te maken met het natte voorjaar, waardoor de telers de aardappelen in het algemeen laat in het voorjaar konden poten. Bij een late start van het groeiseizoen pakten de oogstopbrengsten relatief laag uit, wat zich uit in relatief hoge prijzen in alle ketenschakels. In 2024 deden zich juist tegen de zomer natte weersomstandigheden voor, met als gevolg een grote ziektedruk (met name van *Phytophthora infestans*). Afgezien van matige groei van de aardappelen als gevolg van het lage aantal zonuren leidt een sterke ziektedruk tot verlaging van de knolvulling en daardoor tot relatief lage opbrengsten, met daarbij relatief hoge prijzen. In de biologische teelt waren de oogstopbrengsten zelf heel laag, omdat telers in dat segment geen correctiemiddelen hebben voor de ziektedruk. Zelfs bij resistente rassen brak de aardappelziekte door. In dit segment moet in zo'n geval het loof vernietigd worden om verdere verspreiding van de ziekte te voorkomen. Dat betekent een vroegtijdig einde van de productiecapaciteit van het gewas en dus ook kleine oogstopbrengsten per hectare.

Productvarianten

De sterkste prijschommelingen deden zich voor op telersniveau, terwijl de consumentenprijzen minder sterk fluctueerden. Wel was er in de tweede helft van 2025 ook bij consumenten een duidelijke prijsdaling zichtbaar. Biologische tafelaardappelen realiseerden gedurende de gehele periode de hoogste prijzen, gevolgd door aardappelen met een duurzaamheidskeurmerk. Reguliere aardappelen kenden de laagste prijsniveaus en de grootste prijschommelingen. Dit wijst erop dat duurzaam gecertificeerde en biologische aardappelen gedurende de gehele periode een hogere marktwaarde behielden dan reguliere aardappelen.

Uit de vergelijking van de verschillende segmenten blijkt dat biologische aardappelen gedurende de gehele periode de hoogste prijzen realiseerden in alle schakels van de keten. Ook aardappelen met een duurzaamheidskeurmerk worden structureel tegen hogere prijzen verkocht dan reguliere aardappelen. In 2024 bereikten de prijzen van biologische aardappelen een piek, waarna in 2025 een daling optrad. Ondanks deze daling bleven biologische en duurzaam gecertificeerde aardappelen duidelijk hoger geprijsd dan reguliere aardappelen.

Het verschil tussen de inkoop- en verkoopprijzen die gehanteerd worden door supermarkten (brutomarge) blijft het grootst voor biologische aardappelen, gevolgd door duurzaam gecertificeerde en reguliere aardappelen. Ook in de groothandel zijn de marges op biologische en duurzaam gecertificeerde aardappelen hoger dan voor reguliere aardappelen. Deze situatie weerspiegelt de hogere kosten maar ook de hogere marktwaarde van deze segmenten en de grotere bereidheid van consumenten om een meerprijs te betalen voor gecertificeerde aardappelen. De procentuele marges voor het biologische segment zijn door de hogere kosten evenwel niet hoger dan voor de andere segmenten.

Prijsval in 2025-2026

De Figuren 3.3 tot en met 3.5 laten een prijsval zien in 2025. Dit is een gevolg van wat men 'de aardappelcrisis van 2025-2026' zou kunnen noemen. De oorzaken hiervan zijn weergegeven in § 3.3, onder het kopje 'Gevolgen aardappelcrisis'. Gezien de lage prijzen moet voor 2025 een negatief rendement op tafelaardappelen bij de telers verwacht worden. Voor 2026 dreigt dit in nog sterkere mate, omdat de teeltkosten in de afgelopen maanden verder gestegen zijn als gevolg van de afsluiting van de Straat van Hormuz. Dit is met name het geval voor de prijzen van kunstmest, diesel en transport (Berkhout en Bergevoet, 2026, *in press*). Daarbij wordt de aardappelmarkt nog steeds sterk beïnvloed door grote voorraden (friet)aardappelen in de koelschuren van diverse telers en een afname van de volumes verwerkte aardappelen in de afgelopen maanden. Weliswaar vormen tafelaardappelen een ander segment binnen de consumptieaardappelteelt, maar de markten van beide segmenten beïnvloeden elkaar toch sterk. Overigens zal er in de komende maanden veel afhangen van de groeiomstandigheden tot de oogst in september/oktober, zowel in Nederland als in de omliggende landen. Een natte zomer kan (opnieuw) zorgen voor grote ziektedruk en het aanbod drukken. In het algemeen zal dat de verkoopprijs af-boerderij ten goede komen. Wat er bij de groothandel en in de retailsector zal gebeuren, zal deels samenhangen met de hogere kosten waarmee ook zij geconfronteerd worden, en ook met de onderhandelingen in de keten. Als het lukt om de consumentenprijs voldoende hoog te houden, is bij deze schakels nog steeds een positief rendement mogelijk.

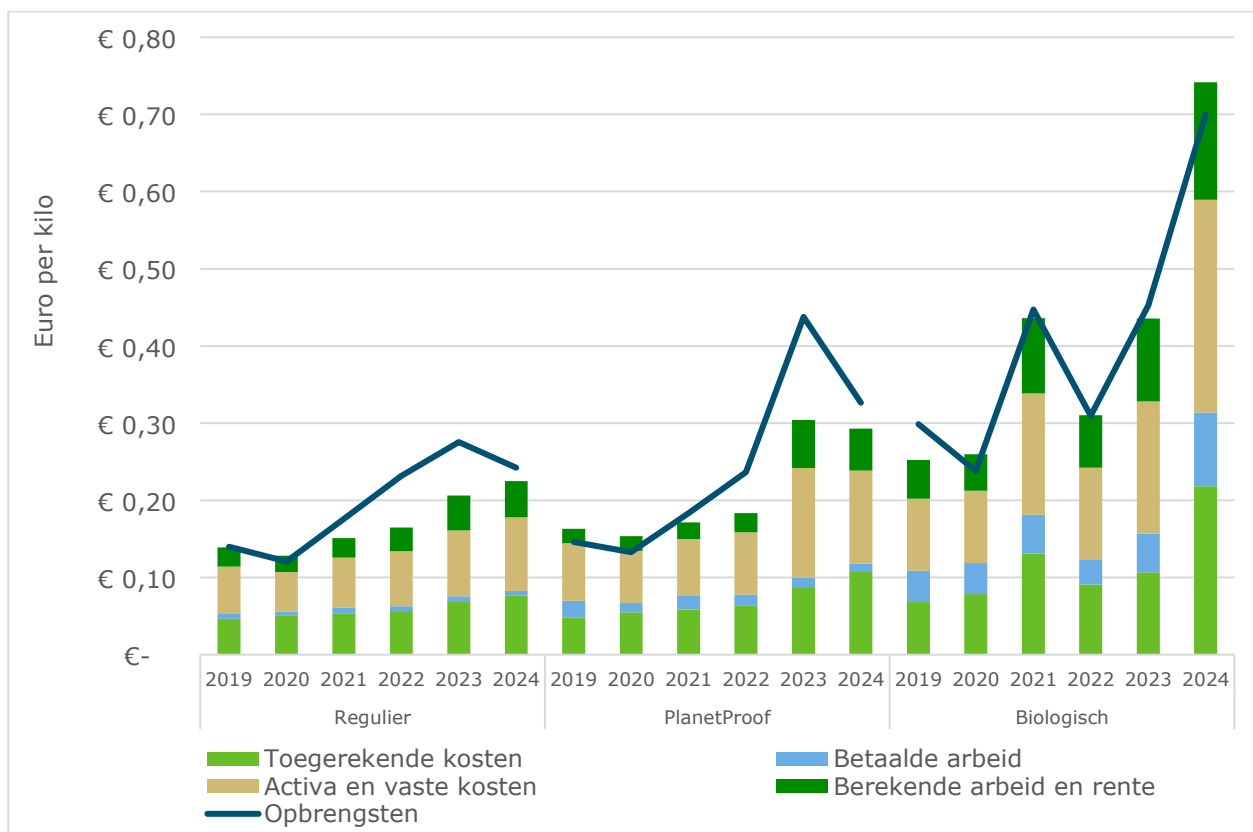
Kosten en nettomarges landbouw

Uit berekeningen op basis van de gegevens in het Bedrijveninformatienet blijkt dat de kosten voor de teelt van reguliere consumptieaardappelen in de periode 2022-2024 gemiddeld € 0,18 per kg aan betaalde kosten bedroegen en € 0,22 per kg inclusief berekende kosten. Bij een gemiddelde opbrengstprijz van € 0,24 per kg resulteerde dit in een nettomarge van € 0,02 per kg. Voor tafelaardappelen met een duurzaamheidskeurmerk lagen de totale kosten hoger, namelijk € 0,29 per kg. Daar stond echter een hogere opbrengstprijz van € 0,33 per kg tegenover, waardoor de nettomarge uitkwam op € 0,03 per kg. Anderszins duurzame tafelaardappelen realiseerden daarmee de hoogste nettomarge binnen de primaire productie.

Voor biologische tafelaardappelen waren zowel de kosten als de opbrengsten aanzienlijk hoger. De totale kosten bedroegen gemiddeld € 0,74 per kg, terwijl de opbrengstprijz uitkwam op € 0,70 per kg. Hierdoor werd er een negatieve nettomarge gerealiseerd van -€ 0,04 per kg. De hogere kosten hangen onder meer samen met duurder biologisch pootgoed, hogere arbeidskosten voor handmatige en mechanische onkruidbestrijding en hogere kosten voor machines, werktuigen en kapitaal. Naast deze hogere kosten werd de sector in 2024 geconfronteerd met een hoge ziektedruk, waardoor de opbrengstniveaus (in kg per hectare) laag uitvielen. Dit is gebleken uit de interviews (zie ook dit [persbericht](#)).

Figuur 3.6 laat zien dat de kosten van de teelt en bewaring van aardappelen sinds 2020 sterk zijn gestegen. Dit geldt voor alle productvarianten en vrijwel alle kostenposten, waaronder toegerekende kosten, betaalde arbeid, berekende arbeid, rente en activakosten en vaste kosten. Bij reguliere en anderszins duurzame aardappelen namen de opbrengstprijzen tussen 2020 en 2023 sterker toe dan de kosten. In 2024 daalden de opbrengsten echter weer, terwijl de kosten op een relatief hoog niveau bleven. Bij biologische aardappelen waren de schommelingen in opbrengsten en kosten het grootst. Ondanks de hogere opbrengstprijzen bleef de winstgevendheid van dit segment achter bij die van reguliere en anderszins duurzame aardappelen.

De resultaten laten zien dat anderszins duurzame tafelaardappelen in de onderzochte periode de meest gunstige verhouding tussen kosten en opbrengsten kenden. Voor biologische aardappelen waren de hogere opbrengstprijzen onvoldoende om de hogere productiekosten volledig te compenseren. Tijdens de interviews gaven partijen uit de biologische sector echter aan dat de marges per hectare ongeveer gelijk waren aan die in het reguliere segment. Het verschil tussen de cijfers uit de interviews en uit de berekeningen hangt samen met de gehanteerde margeberekening. In de sector wordt de marge doorgaans berekend als het saldo (opbrengsten minus toegerekende kosten), terwijl er in Figuur 3.6 is uitgegaan van een integrale kostprijsbenadering, waarbij naast de toegerekende kosten ook de betaalde arbeidskosten, de vaste kosten en de berekende kosten voor activa, (eigen) arbeid en rente zijn meegenomen. Hierdoor zijn de uitkomsten niet een-op-een vergelijkbaar.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.6 Kosten en opbrengsten per productvariant in de landbouw, in euro per kg (2019-2024).

Over de jaren 2019-2024 was er sprake van 113 reguliere bedrijven, 11 anderszins duurzame bedrijven en 14 biologische bedrijven. De bedrijven in kwestie zijn representatief voor Nederland en houden zich bezig met zowel contractteelt als vrije teelt.

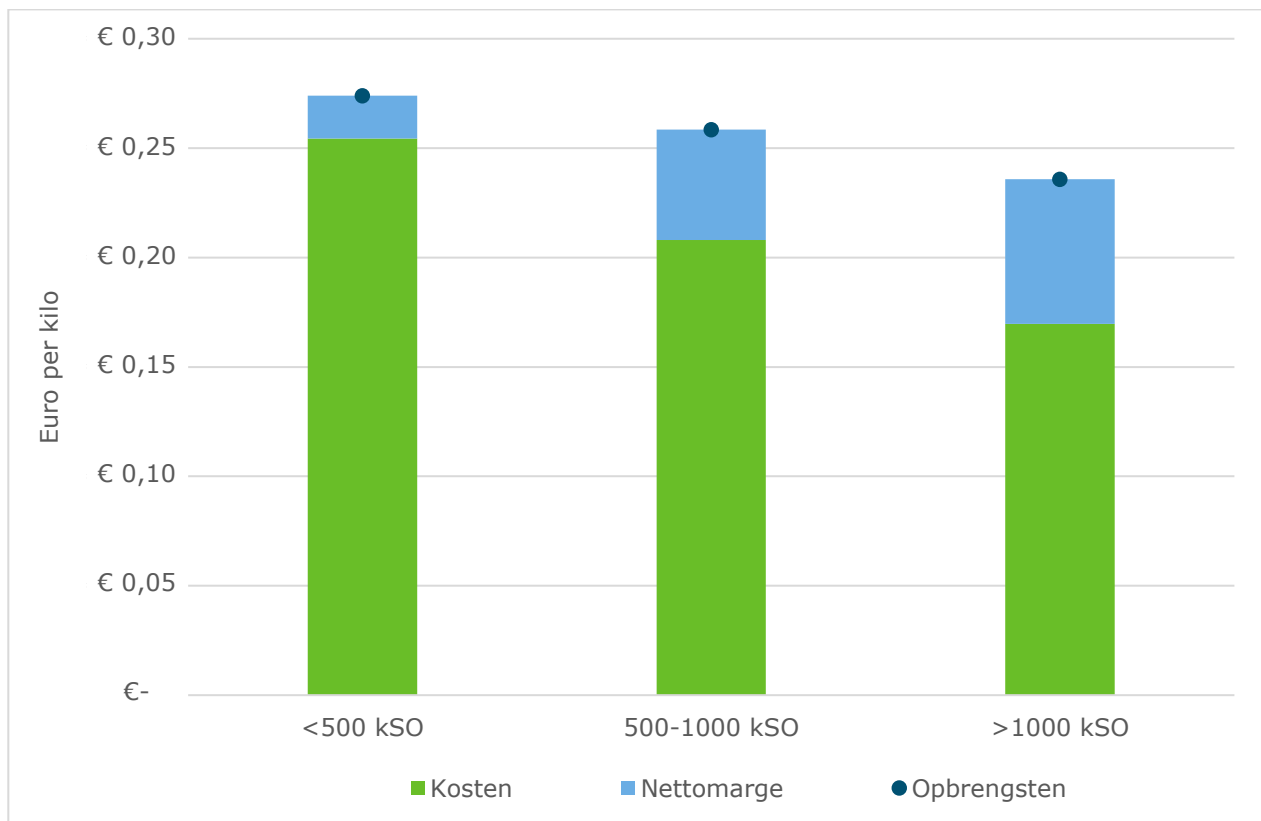
De impact van bedrijfsgrootte op de winstgevendheid

In de periode 2022-2024 realiseerden kleine bedrijven (< 500 kSO) een nettomarge van circa € 0,02 per kg reguliere consumptieaardappelen. Middelgrote bedrijven (500-1.000 kSO) behaalden een nettomarge van ongeveer € 0,05 per kg, terwijl grote bedrijven (> 1.000 kSO) met circa € 0,07 per kg de hoogste nettomarge realiseerden (Figuur 3.6).

Opvallend is dat de opbrengstprijzen juist afnemen naarmate bedrijven groter worden. Kleine bedrijven ontvingen gemiddeld ongeveer € 0,27 per kg, tegenover € 0,26 per kg voor middelgrote bedrijven en € 0,24 per kg voor grote bedrijven. Deze hogere opbrengstprijs hangt mogelijk samen met de samenstelling van de groep kleine bedrijven, waarin naar verwachting relatief veel bedrijven met directe verkoop en met niche- of specialty-rassen zijn vertegenwoordigd. Ondanks de lagere opbrengstprijzen zijn grote bedrijven gemiddeld winstgevender, doordat zij schaalvoordelen realiseren en aanzienlijk lagere kosten per kilo product hebben. Dat komt onder andere door de grotere partijen die ze kunnen leveren, met relatief lagere kosten.

De totale kosten bedroegen voor kleine bedrijven ongeveer € 0,25 per kg, voor middelgrote bedrijven circa € 0,21 per kg en voor grote bedrijven ongeveer € 0,17 per kg. Het kostenvoordeel van grotere bedrijven hangt samen met schaalvoordelen bij de inzet van arbeid, machines, bewaring en overige productiemiddelen. Vaste kosten kunnen over grotere volumes worden verdeeld, waardoor de kostprijs per kilo product afneemt. Op grotere bedrijven wordt daarnaast met grotere machines gewerkt, waardoor de capaciteit per arbeidsuur hoger is. Daardoor zijn zowel de berekende als de betaalde arbeidskosten per hectare en per kg lager.

De verschillen in winstgevendheid tussen bedrijven worden dus vooral verklaard door verschillen in de kostenstructuur, en minder door verschillen in opbrengstprijzen. Grotere bedrijven zijn hierdoor beter in staat prijsschommelingen op te vangen en realiseren gemiddeld grotere marges dan kleinere bedrijven.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

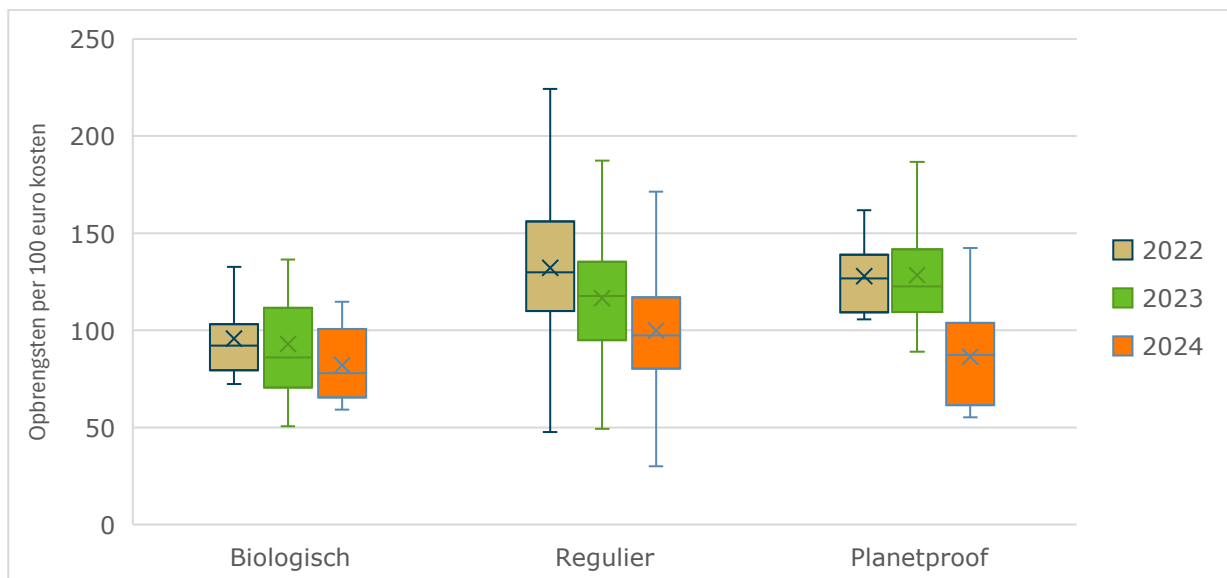
Figuur 3.7 Kosten en opbrengsten in aardappelteelt naar bedrijfsomvang en duurzaamheidsvariant, gemiddelde 2022-2024.

Figuur 3.8 laat de spreiding van de rentabiliteit binnen de consumptieaardappelteelt zien. Een rentabiliteit van 100% betekent dat de opbrengsten alle betaalde en berekende kosten dekken. Waarden boven de 100% wijzen erop dat de kosten meer dan volledig vergoed worden, terwijl waarden onder de 100% betekenen dat de opbrengsten onvoldoende zijn om alle kosten te dekken.

De figuur laat zien dat de spreiding in de rentabiliteit het grootst is bij reguliere consumptieaardappelen. Binnen deze groep komen zowel bedrijven met relatief hoge resultaten als bedrijven met relatief lage resultaten voor. Dit wijst op aanzienlijke verschillen tussen bedrijven in opbrengsten, kostenstructuur, bewaarmogelijkheden en afzetstrategie. De spreiding is kleiner bij PlanetProof-bedrijven en het kleinst bij biologische bedrijven. Deze kleinere spreiding kan echter deels verklaard worden door het kleinere aantal observaties.

In 2022 en 2023 lag de mediane rentabiliteit bij zowel reguliere als PlanetProof-bedrijven boven de 100%. Dit betekent dat meer dan de helft van deze bedrijven in die jaren een meer dan marktconforme beloning van arbeid en kapitaal realiseerde. In 2024 nam de rentabiliteit echter af in alle drie de segmenten. De daling was het sterkst zichtbaar bij PlanetProof- en biologische bedrijven, waarop de mediane rentabiliteit onder de 100% uitkwam. Dit betekent dat meer dan de helft van de bedrijven in deze groepen in 2024 onvoldoende opbrengsten genereerde om alle kosten volledig te dekken.

Bij biologische bedrijven is de spreiding tussen bedrijven relatief beperkt, maar de rentabiliteit lag in 2024 gemiddeld op een lager niveau dan bij de andere segmenten. Bij reguliere bedrijven bleef de mediane rentabiliteit rond of net boven de 100%, maar de verschillen tussen bedrijven waren aanzienlijk groter. Dit wijst erop dat de resultaten binnen de reguliere aardappelteelt sterker afhankelijk zijn van bedrijfsspecifieke factoren en specifieke contractvormen (zoals voor nicheproducten als de Opperdoezer Ronde) dan binnen de gecertificeerde segmenten.



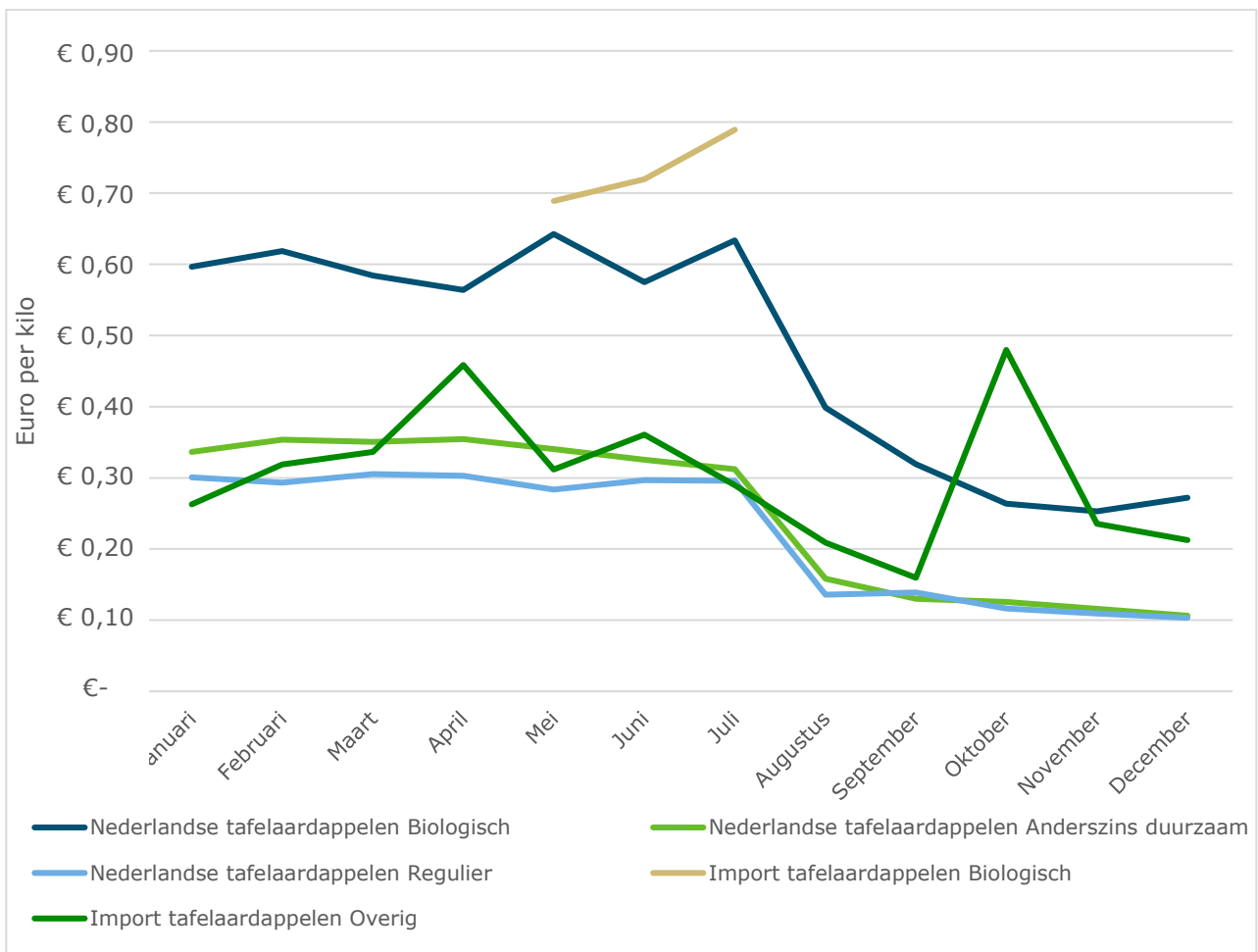
Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.8 Spreiding rentabiliteit per duurzaamheidsvariant in de tafelaardappelteelt, in 2022-2024.

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Import- en exportprijzen

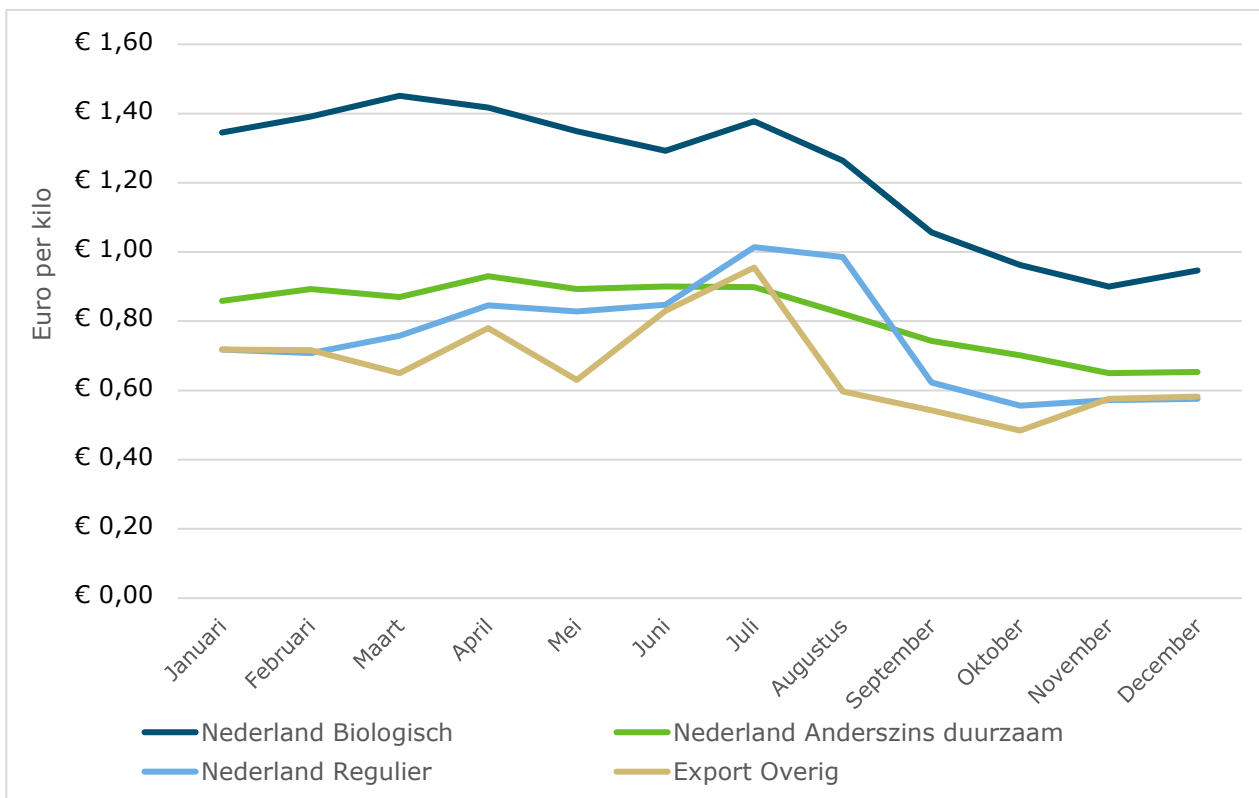
De in Nederland verhandelde tafelaardappelen worden voornamelijk in Nederland ingekocht (95%). Biologische aardappelen worden vooral ingevoerd in de maanden mei tot en met juli, vlak voor het nieuwe oogstseizoen. In 2025 bedroeg de invoer van overige aardappelen 1 miljoen kg per maand tot en met augustus. Daarna viel de import met meer dan de helft terug. De prijs van buitenlandse biologische aardappelen is relatief hoog, maar het gaat hierbij om kleine volumes. De importprijs van overige buitenlandse aardappelen is vergelijkbaar met die van Nederlandse aardappelen, behalve in oktober 2025, maar toen was het invoervolume heel laag (30.000 kg).



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.9 Inkooprijzen Nederlandse tafelaardappelgroothandel naar herkomst en duurzaamheidsvariant per maand (2025).

In 2025 betrof 20% van de afzet van de Nederlandse groothandel in tafelaardappelen export. Tafelaardappelen worden in tegenstelling tot frietaardappelen primair op de Nederlandse markt afgezet. Hiervan betrof 20% biologische tafelaardappelen. De verkoopprijzen van niet-biologische tafelaardappelen voor de export lagen in 2025 beneden die van anderszins duurzame en overige tafelaardappelen voor de Nederlandse markt. Dit feit wordt onder andere verklaard door het gegeven dat export gebruikt wordt om tijdelijke overschotten af te zetten. Er zijn te weinig observaties om de verkoopprijs van Nederlandse biologische tafelaardappelen in het buitenland (de exportrijzen van dit product) weer te kunnen geven. De verkoopprijs van anderszins duurzame tafelaardappelen in Nederland vertoont de minste fluctuaties vanwege prijsafspraken met supermarkten. De verstreekte gegevens over kosten en opbrengsten wijzen erop dat de winstgevendheid van de Nederlandse markt niet verschilt van de winstgevendheid van de exportmarkt. De verkoopprijzen in het buitenland zijn echter lager.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 3.10 Verkoopprijzen Nederlandse tafelaardappelen op groothandelsniveau naar bestemming en duurzaamheidsvariant per maand (2025).

Beleving boeren met betrekking tot prijsvorming

Het online onderzoek toont aan dat telers een kritische perceptie hebben met betrekking tot de vergoeding van de meerkosten die samenhangen met duurzaamheidskeurmerken in de tafelaardappelsector (Tabel 3.2). Veel respondenten geven aan dat de extra kosten die gepaard gaan met certificering, aanvullende duurzaamheidseisen en administratieve verplichtingen niet of slechts gedeeltelijk worden gecompenseerd door een hogere opbrengstprijis. Met name telers die produceren onder het keurmerk On the way to PlanetProof hebben het gevoel dat de financiële vergoeding niet altijd in verhouding staat tot de extra inspanningen die van hen worden gevraagd. Bij telers onder het Beter voor Natuur & Boer-keurmerk is de situatie anders. Deze telers ontvangen via Stichting Beter voor Natuur & Boer een duurzaamheidspremie van € 0,09 per kg aardappelen. Bij dit keurmerk wordt de meerprijs in onderling overleg bepaald, terwijl On the way to PlanetProof-telers van mening zijn dat de meerprijs wordt bepaald of opgelegd door de afnemers.

Dit beeld wordt bevestigd door de interviews. Geïnterviewde telers en andere ketenpartijen geven aan dat er onduidelijkheid bestaat over de hoogte van de meerkosten en de mate waarin deze via de markt worden vergoed. Daarbij wordt regelmatig gewezen op het ontbreken van transparantie in de prijsvorming en de slechte onderhandelingspositie van individuele telers. Hoewel verduurzaming tegenwoordig vaak een voorwaarde is voor toegang tot bepaalde afzetkanalen, ervaren veel telers dat de economische voordelen van certificering beperkt zijn. Diverse respondenten noemen een betere vergoeding van meerkosten, langjarige prijsafspraken en meer zekerheid over de afzet als belangrijke voorwaarden voor verdere verduurzaming van de sector. Volgens de berekeningen in Tabel 3.1 werden gemiddeld alle kosten voor tafelaardappelen met een duurzaamheidskeurmerk gedekt, wat in 2024 bij deze productvariant resulteerde in een nettomarge van € 0,03 per kg. Dat is dus meer dan de berekende nettomarge van € 0,02 per kg bij de reguliere teelt. Dat er een verschil is tussen de uitkomsten van de berekeningen en de perceptie van de telers kan verklaard worden door het feit dat de deelnemers aan de interviews niet per se een goede afspiegeling vormen van de steekproef in het Bedrijveninformatienet of de deelnemers aan het online onderzoek. Ook is de situatie sinds 2024 onzekerder geworden door 'de aardappelcrisis'.

Biologische telers geven in het algemeen een positiever beeld van de vergoeding van meerkosten dan telers met een niet-biologisch duurzaamheidskeurmerk. Zij beoordelen de relatie met afnemers gemiddeld positiever en ervaren meer afzetzekerheid. Tegelijkertijd wijzen ook biologische telers op de hoge productiekosten, de grotere productierisico's en de kleine marges binnen de sector. Hoewel biologische producten doorgaans een hogere opbrengstprijs realiseren, blijkt uit zowel de enquête als de economische analyse dat deze meerprijs niet altijd hoog genoeg is om de hogere kosten volledig te compenseren.

De enquêteresultaten laten zien dat verduurzaming door veel telers binnen de tafelaardappelketen wordt gezien als noodzakelijk voor markttoegang en continuïteit van het bedrijf, maar dat er tegelijkertijd zorgen bestaan over de verdeling van de kosten, risico's en opbrengsten binnen de keten. Veel respondenten geven aan dat een eerlijkere vergoeding van de meerkosten, betere risicodeling en meer transparantie in de prijsvorming belangrijke randvoorwaarden zijn voor verdere verduurzaming van de sector.

Kosten en nettomarges tafelaardappelen per ketenschakel

Tabel 3.1 toont de kosten, nettomarge en prijs per kilo tafelaardappelen met een biologisch keurmerk, een anderszins duurzaam keurmerk en regulier (zonder duurzaamheidskeurmerk). Op het niveau van de primaire productie zijn de verschillen tussen reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen beperkt. De totale kosten bedragen in 2024 respectievelijk € 0,22 en € 0,29 per kg, terwijl de opbrengstprijzen uitkomen op € 0,24 en € 0,33 per kg. Hierdoor realiseren beide segmenten een positieve nettomarge, waarbij de marge voor anderszins duurzame tafelaardappelen (€ 0,03 per kg) iets hoger is dan voor reguliere tafelaardappelen (€ 0,02 per kg).

Voor biologische tafelaardappelen liggen zowel de opbrengsten als de kosten aanzienlijk hoger. De opbrengstprijs bedraagt gemiddeld € 0,70 per kg, maar de totale kosten lopen op tot € 0,74 per kg. Hierdoor wordt in de primaire productie een negatieve nettomarge gerealiseerd van € 0,04 per kg. De hogere kosten hangen samen met duurder biologisch pootgoed, hogere arbeidskosten voor mechanische onkruidbestrijding en hogere kosten voor machines, werktuigen en kapitaal.

Ook op het niveau van de groothandel zijn de verschillen tussen de segmenten zichtbaar. De groothandel realiseert positieve marges voor reguliere aardappelen (€ 0,05 per kg) en anderszins duurzame aardappelen (€ 0,02 per kg), maar een negatieve marge voor biologische aardappelen (-€ 0,06 per kg). Hoewel biologische aardappelen hogere verkoopprijzen realiseren, blijken deze onvoldoende hoog te zijn om de hogere inkoop- en verwerkingskosten volledig te compenseren.

Ook supermarkten realiseren gemiddeld een negatieve nettomarge op biologische tafelaardappelen (-€ 0,09 per kg), terwijl voor reguliere en anderszins duurzame aardappelen positieve marges worden gerealiseerd van respectievelijk € 0,01 en € 0,07 per kg. De resultaten suggereren dat de hogere kosten van biologische aardappelen niet volledig kunnen worden doorberekend aan consumenten. Hierdoor staan de marges in het biologische segment onder druk in meerdere schakels van de keten.

Over de gehele keten bezien worden de hoogste positieve marges gerealiseerd in het anderszins duurzame segment. Voor reguliere tafelaardappelen blijven de marges beperkt, terwijl in de biologische keten zowel primaire producenten en groothandelaren als supermarkten gemiddeld negatieve marges realiseren. Dit wijst erop dat de hogere consumentenprijs van biologische aardappelen in de onderzochte periode onvoldoende was om de extra kosten in de keten volledig te compenseren.

Tabel 3.1 Kosten, nettomarges en prijzen voor tafelaardappelen naar schakel en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2024, a))

		Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
Landbouw	Gemaakte kosten	€ 0,18	€ 0,24	€ 0,59
	Berekende kosten	€ 0,05	€ 0,05	€ 0,15
	Totale kosten	€ 0,22	€ 0,29	€ 0,74
	Nettomarge	€ 0,02	€ 0,03	€ -0,04
	Verkoopprijs	€ 0,24	€ 0,33	€ 0,70
Groothandel	Inkoopprijs	€ 0,42	€ 0,54	€ 0,93
	Overige kosten	€ 0,30	€ 0,44	€ 0,43
	Totale kosten	€ 0,72	€ 0,98	€ 1,36
	Nettomarge	€ 0,05	€ 0,02	€ -0,06
	Verkoopprijs	€ 0,77	€ 1,00	€ 1,30
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 0,89	€ 0,99	€ 1,50
	Overige kosten	€ 0,29	€ 0,46	€ 0,57
	Totale kosten	€ 1,18	€ 1,44	€ 2,07
	Nettomarge	€ 0,01	€ 0,07	€ -0,09
	Consumentenprijs	€ 1,20	€ 1,51	€ 1,98

a) Anderszins duurzaam keurmerk: in de primaire productie zijn dit producten die On the way to PlanetProof-gecertificeerd zijn, en in de groothandel en supermarkten betreft het producten met de keurmerken Beter voor Natuur & Boer en On the way to PlanetProof.

De inkoopprijzen en verkoopprijzen wijken van elkaar af omdat de gegevens afkomstig zijn uit verschillende bronnen (Hoofdstuk 2).

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekening: Wageningen Social & Economic Research.

Meerkosten en meeropbrengsten

De interviews en enquêteresultaten laten zien dat verduurzaming binnen de tafelaardappelketen breed wordt ondersteund, maar tegelijkertijd gepaard gaat met belangrijke economische uitdagingen. Voor veel telers zijn duurzaamheidskeurmerken inmiddels een voorwaarde geworden om toegang te behouden tot bepaalde afzetkanalen, met name binnen de retailsector. Keurmerken worden daardoor vaak gezien als een marktvoorwaarde, en minder als een vrijwillige duurzaamheidskeuze.

Een belangrijk terugkerend thema in zowel de interviews als de enquête is de vraag in hoeverre de meerkosten van verduurzaming daadwerkelijk worden gecompenseerd. Veel telers geven aan dat certificering, aanvullende duurzaamheidseisen en administratieve verplichtingen leiden tot hogere kosten en extra risico's, terwijl de gerealiseerde meerprijs deze kosten volgens hen niet altijd volledig dekt. Vooral telers met een duurzaamheidskeurmerk ervaren dat de financiële compensatie onvoldoende aansluit bij de extra inspanningen die van hen worden gevraagd. Uit de analyse van data uit het Bedrijveninformatienet over 2024 blijkt dat de deelnemende telers met een duurzaamheidskeurmerk in dat jaar gemiddeld een hogere nettomarge realiseerden dan de reguliere telers. Mogelijk was dat in 2025 anders.

De enquêteresultaten laten zien dat zowel telers met keurmerk als telers zonder keurmerk de hoge certificeringskosten, de administratieve lasten en het onvoldoende terugverdienen van meerkosten als belangrijke belemmeringen ervaren. Daarnaast geven veel respondenten aan dat verduurzaming gepaard gaat met grotere productierisico's, zoals lagere opbrengsten, hogere ziektedruk, afgekeurde producten en strengere contractuele verplichtingen. Tegelijkertijd bieden keurmerken volgens veel telers wel meer afzetzekerheid en toegang tot specifieke marktsegmenten.

Ook de manier waarop de afzet georganiseerd wordt, speelt een rol bij de gerealiseerde opbrengstprijzen. Uit de enquête blijkt dat telers die deelnemen aan coöperaties, producentenverenigingen of *pool*-verkoop relatief vaak aangeven een hogere opbrengstprijs te realiseren dan telers die individueel via handelaren of vaste contracten verkopen. *Pool*-verkoop lijkt daarbij meer mogelijkheden te bieden om te profiteren van gunstige marktomstandigheden, terwijl seizoens- en jaarcontracten vooral gericht zijn op afzetzekerheid en prijsstabiliteit. Tegelijkertijd blijkt dat ook deelname aan een coöperatie geen garantie biedt op hogere opbrengstprijzen.

De resultaten wijzen op een spanningsveld binnen de keten. Verduurzaming biedt telers betere markttoegang, afzetzekerheid en langdurigere relaties met afnemers, maar leidt tegelijkertijd tot hogere kosten, zwaardere administratieve lasten en grotere afhankelijkheid van afnemers. Veel respondenten geven aan dat een betere vergoeding van de meerkosten, meer transparantie in de prijsvorming, langjarige prijsafspraken en een eerlijkere verdeling van risico's en opbrengsten belangrijke voorwaarden zijn voor verdere verduurzaming van de tafelaardappelsector.

3.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming

Uit de enquête over keurmerken blijkt dat iets meer dan de helft van de aardappeltelers die de vragenlijst hebben ingevuld (53%) produceert onder een keurmerk. De overige 47% van de respondenten produceert zonder keurmerk. Van de telers met een keurmerk produceert het grootste deel onder On the way to PlanetProof (26% van alle respondenten). Daarnaast produceert 5% van de respondenten biologisch en 22% onder een ander keurmerk. De antwoorden in Tabel 3.2 zijn gegeven door bedrijven die een Nederlands duurzaamheidskeurmerk hebben.

De vragen over beweegredenen, belemmeringen en stimulansen zijn beantwoord door 114 respondenten met een keurmerk en 102 respondenten zonder keurmerk. De vragen over risico's, afzetkanalen, verkoopmethoden en contractvormen zijn ingevuld door 216 respondenten. De respondenten hadden per onderwerp (bijvoorbeeld beweegredenen) de mogelijkheid om maximaal vijf antwoorden aan te vinken. Elk mogelijk antwoord (*item*) heeft een ja/nee-karakter.

Beweegredenen voor de aanvraag van een keurmerk

De belangrijkste redenen waarom aardappeltelers kiezen voor een keurmerk zijn gerelateerd aan markttoegang en afzetzekerheid (Tabel 3.2). Veruit de meest genoemde reden is dat afnemers een keurmerk als voorwaarde stellen (75%). Daarnaast worden verbreding van afzetmogelijkheden (27%), een betere aansluiting bij de bedrijfsvoering (21%) en meer zekerheid in de afzet (18%) relatief vaak genoemd. Hogere of stabielere opbrengstprijzen worden door 14% van de respondenten genoemd als belangrijke reden voor het voeren van een keurmerk. De resultaten van de enquête wijzen erop dat keurmerken in de tafelaardappelsector vooral worden gezien als een middel om toegang te behouden tot afzetmarkten en minder als een instrument om een hogere opbrengstprijs te realiseren.

Belemmeringen bij het invoeren van een keurmerk

Uit de enquête blijkt dat de belangrijkste belemmeringen bij het invoeren van een keurmerk de volgende zijn: hoge certificeringskosten (48%), het ontbreken van een hogere opbrengstprijs (47%) en het feit dat de meerprijs de extra kosten niet volledig dekt (40%) (Tabel 3.2). Ook administratieve lasten spelen een belangrijke rol: 39% van de respondenten geeft aan dat het lastig is om de administratie en registraties goed te organiseren. Daarnaast noemt 18% van de respondenten onduidelijkheid in de eisen van het keurmerk als knelpunt.

Stimulansen voor certificering

Bij het proces van certificering helpen met name financiële prikkels en meer afzetzekerheid. Een vergoeding voor de extra kosten of hogere opbrengstprijzen wordt door 20% van de respondenten genoemd als belangrijke stimulans (Tabel 3.2). Daarnaast worden een financiële bijdrage in de certificerings- en controlekosten (15%) en een langere contractduur of grotere afnamezekerheid (13%) relatief vaak genoemd. Opvallend is dat 43% van de respondenten aangeeft dat er geen factoren zijn die de toetreding tot een keurmerk hebben vergemakkelijkt.

Redenen om te stoppen

Respondenten die zijn gestopt met het voeren van een keurmerk geven vooral aan dat de administratieve lasten te zwaar waren (77). Daarnaast noemt 58% het ontbreken van een hogere opbrengstprijs als belangrijke reden om te stoppen. Ook te strenge of toekomstige aanvullende eisen worden relatief vaak genoemd (48), evenals het feit dat de meerprijs de extra kosten niet volledig dekt (44).

De in de enquête genoemde redenen om te stoppen sluiten aan bij de bevindingen uit de interviews. Verschillende geïnterviewden geven aan dat verduurzaming van hun bedrijfsvoering gepaard gaat met hogere kosten voor certificering, administratie, arbeid en risicobeheersing, terwijl de financiële vergoeding hiervoor vaak achterblijft. Vooral bij duurzaamheidskeurmerken zoals On the way to PlanetProof ervaren telers dat aanvullende eisen niet altijd leiden tot een structureel hogere opbrengstprijs. Ook wijzen respondenten op de toenemende complexiteit van regelgeving en certificering, waardoor de administratieve belasting verder toeneemt. Volgens meerdere geïnterviewden staat hierdoor de bereidheid om te investeren in verdere verduurzaming onder druk.

Redenen om geen buitenlands keurmerk te hebben

Respondenten die geen buitenlands keurmerk voeren, noemen hiervoor verschillende redenen. De meest genoemde reden is dat zij te veel administratie verwachten of ervaren (35%). Daarnaast noemt 33% een te lage winstmarge of een ontoereikende meerprijs voor de extra kosten. Ook geeft 28% aan niet te weten waarom zij geen buitenlands keurmerk hebben of hierover geen mening te hebben. Verder noemt 21% dat certificering en audits voor buitenlandse keurmerken in Nederland te lastig of te duur zijn om te organiseren.

Deze enquêteresultaten sluiten aan bij de bevindingen uit de interviews, waarin telers aangeven dat stapeling van keurmerken en aanvullende duurzaamheidseisen vaak leidt tot extra kosten en administratieve lasten. Tegelijkertijd ervaren veel respondenten onvoldoende zekerheid dat deze extra inspanningen zullen worden terugverdiend via hogere opbrengstprijzen. Hierdoor blijft de bereidheid om aanvullende certificeringen te behalen beperkt.

Tabel 3.2 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (voor aardappeltelers) (2026, a))

Top-4 beweegredenen (n = 114): Wat waren de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw tafelaardappelen?	%
Afnemers stellen het keurmerk als eis	75
Vergroot de afzetmogelijkheden	27
Past beter bij mijn bedrijfsvoering	21
Geeft meer zekerheid in de afzet	18
Top- belemmeringen (n = 114): Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van het keurmerk voor uw tafelaardappelen?	%
De kosten van certificering waren hoog	48
Er was geen hogere opbrengstprijs	46
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	40
Het was lastig om de administratie en registraties goed te organiseren	39
Top-4 stimulansen (n = 114): Wat maakte het gemakkelijker om uw tafelaardappelen voor het eerst te laten certificeren onder het keurmerk?	%
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	43
Vergoeding extra kosten of hogere opbrengstprijzen	20
Financiële bijdrage in certificerings- en/of controlekosten (audits)	15
Lange contractduur of afnamezekerheid	13
Top-4 redenen om te stoppen (n = 52): Wat waren de belangrijkste redenen om te overwegen te stoppen met het keurmerk voor uw tafelaardappelen?	%
Te veel administratie	77
Er was geen hogere opbrengstprijs	58
Te strenge eisen, of nieuwe of strengere eisen in de toekomst	48
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	44
Top-4 redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren (n = 190): Wat zijn de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor tafelaardappelen te voeren?	%
Te veel administratie	35
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	33
Te lastig of te duur om certificering en audits voor buitenlandse keurmerken in Nederland te organiseren	21

Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.
Bron: online onderzoek, 2026.

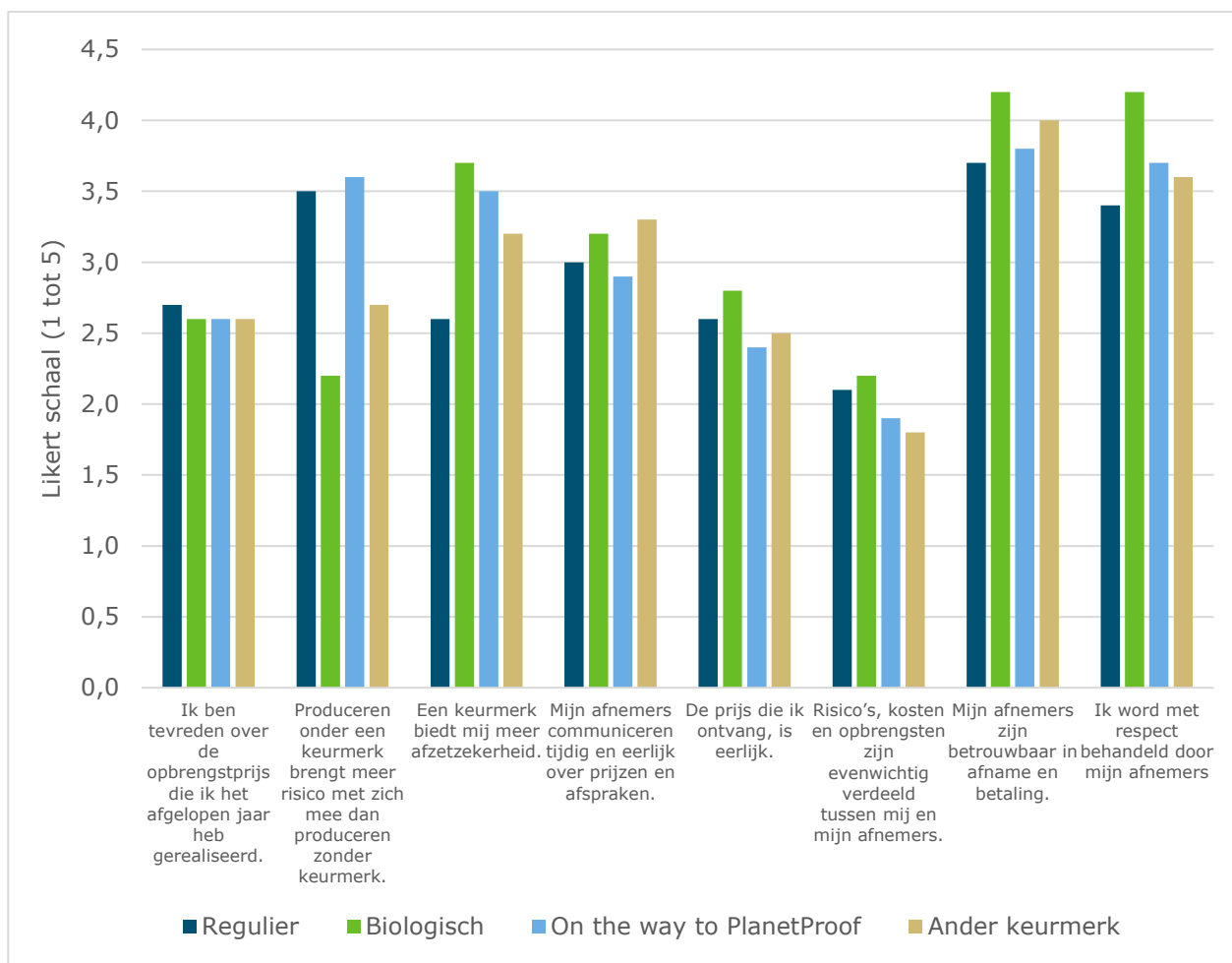
Figuur 3.2 toont de percepties die de aardappeltelers in de online survey deelden over hun relatie met afnemers, prijsvorming, risico's en de rol van keurmerken. In het algemeen zijn de telers kritisch over de opbrengstprijzen die zij realiseren en over de verdeling van de risico's, kosten en opbrengsten binnen de keten. Voor alle productiesystemen ligt de tevredenheid met betrekking tot de gerealiseerde opbrengstprijs relatief laag (2,6-2,7 op een vijfpuntsschaal, waarbij 1 = zeer mee oneens en 5 = zeer mee eens). Ook de stelling dat de risico's, kosten en opbrengsten evenwichtig verdeeld zijn tussen telers en afnemers kreeg een lage score, met gemiddelde scores tussen 1,8 en 2,2.

Biologische telers geven op de meeste onderdelen de hoogste waarderingen. Met name voor afzetzekerheid (3,7), betrouwbaarheid van afnemers (4,2) en een respectvolle behandeling door de afnemers (4,2) liggen de scores hoger dan bij reguliere telers en PlanetProof-telers. Dit wijst erop dat biologische telers hun relatie met afnemers in het algemeen positiever beoordelen en meer vertrouwen hebben in de afzetrelatie.

PlanetProof-telers ervaren relatief veel risico's die samenhangen met productie onder een keurmerk. De stelling dat produceren onder een keurmerk meer risico's met zich meebrengt dan produceren zonder keurmerk scoort bij deze groep gemiddeld 3,6. Tegelijkertijd zijn PlanetProof-telers het minst positief over de eerlijkheid van de prijs die zij ontvangen (2,4) en over de verdeling van risico's, kosten en opbrengsten binnen de keten (1,9). Dit suggereert dat deze telers wel extra inspanningen en risico's ervaren, maar onvoldoende financiële compensatie zien voor de aanvullende duurzaamheidseisen.

De resultaten van de enquête sluiten aan bij de bevindingen in de interviews. Geïnterviewde telers geven aan dat verduurzaming en certificering steeds vaker noodzakelijk zijn voor markttoegang, maar dat de extra kosten en risico's niet altijd worden gecompenseerd door hogere opbrengstprijzen. Vooral hogere kosten voor certificering, administratielasten, arbeid en productierisico's worden genoemd als belangrijke knelpunten. Tegelijkertijd ervaren telers met een duurzaamheidskeurmerk vaak meer afzetzekerheid en langdurigere relaties met afnemers.

Overkoepelend laten de enquête en interviews zien dat keurmerken bijdragen aan markttoegang en afzetzekerheid, maar dat veel telers twijfelen of de extra inspanningen voldoende worden beloond. Vooral de lage scores op eerlijke prijsvorming en risicodeling bevestigen het beeld dat verduurzaming binnen de tafelaardappelketen gepaard gaat met hogere kosten en risico's, terwijl de financiële compensatie volgens veel telers achterblijft.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 3.11 Percepties ten aanzien van handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026), gebaseerd op een reeks stellingen met steeds als vraag: 'In hoeverre bent u het eens met de stelling?'

Likert-schaal (1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens),

Regulier $n = 80$; biologisch $n = 6$; On the way to PlanetProof $n = 30$; ander keurmerk $n = 65$.

Gevolgen aardappelcrisis

De interviews werden overschaduwd door 'de aardappelcrisis'. In 2025 werden in de EU 50.000 hectare extra aardappelen geteeld bij topopbrengsten per hectare. In combinatie met de door de Verenigde Staten ingestelde importheffingen en de opkomst van de aardappelteelt en -verwerking in India en China liep de aardappelverwerking in de vier belangrijkste aardappeltelende lidstaten van de EU (EU4, te weten Duitsland, Frankrijk, België en Nederland) daardoor sterk terug. De prijzen van vrije frietaardappelen daalden daardoor zeer sterk, tot enkele euro's per 100 kg, en een deel van de aardappelen werd zelfs afgevoerd als voeraardappel, met bijbetaling. Ook een deel van de door de frietindustrie gecontracteerde aardappelen kwam in het voerspoor terecht. Deze sterke prijsval bij frietaardappelen had ook een negatief effect op de prijzen van poot- en tafelaardappelen, die daalden. Voor de afzetcoöperaties was er geen andere keuze dan de prijs van tafelaardappelen (biologisch, gecertificeerd of regulier) naar beneden bij te stellen.

In verband met de bovengenoemde situatie zeggen de hierboven weergegeven prijzen en margeverdelingen in de jaren 2022, 2023 en 2024 dus weinig over de situatie in 2025 en 2026. Aangezien de kosten (met name de prijzen van kunstmest, diesel en transport) in de afgelopen maanden verder gestegen zijn als gevolg van de afsluiting van de Straat van Hormuz (Berkhout *et al.*, 2026, *in press*), moet bij dergelijke lage prijzen een negatief rendement op tafelaardappelen bij de teelt verwacht worden voor 2025 en 2026.⁶

⁶ Op het moment van afronding van dit rapport is de stand van zaken dat als gevolg van droogte en hitte in het teeltseizoen 2026 de opbrengsten per kilo in 2026 duidelijk lager zullen zijn dan in 2025. Omdat ook het totale areaal consumptieaardappelen in Europa in 2026 aanzienlijk kleiner is dan in 2025, zijn de prijsverwachtingen voor de tafelaardappelenoogst van 2026 duidelijk beter dan in het voorgaande jaar.

Een belangrijke vraag is of de geschetste situatie blijvend is. In 2026 zijn er duidelijk minder aardappelen in de EU4 gepoot dan in 2025. Hoe het weer dit jaar zal uitpakken en welke opbrengsten er gerealiseerd zullen worden, is nog niet te zeggen. Vermoedelijk zullen de importheffingen vanuit de VS nog langere tijd blijven bestaan. De opkomst van India en China als aardappelverwerkende landen is niet te stoppen. Vermoedelijk blijven ook de kosten op een hoog niveau, zelfs als de afsluiting van de Straat van Hormuz op korte termijn opgeheven wordt (Berkhout *et al.*, 2026, *in press*). Als reactie hierop treedt er momenteel in de tafelaardappelsector consolidatie op. PotatoNext is een joint venture aangegaan met Janssen Van Dongen. Landjuweel en Schaap hebben een samenwerking aangekondigd, en zo zullen er nog wel meer stappen gezet worden. De eerder geschetste afname van de consumptie van tafelaardappelen in Nederland is hierbij ook een factor. Volgens sommigen is een *reset* van de aardappelteelt in Noordwest-Europa noodzakelijk.

3.4 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden??

Alle schakels behaalden in 2024 een positieve nettomarge op reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen en een negatieve nettomarge op biologische tafelaardappelen. Procentueel is de winst op niet-biologische tafelaardappelen in de landbouw hoog (8-9%), maar hij is wel lager dan in 2023 (Figuur 3.6). De opbrengstprijzen waren in 2024 lager dan in 2023 en de toegerekende kosten waren 1 à 2 cent per kg hoger. De goede oogst in 2024 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026) heeft geleid tot een stijging van het areaal consumptieaardappelen (+3,5%), maar deze stijging is gecompenseerd door een daling van de opbrengst per hectare (-5,5%). De productie daalde per saldo met 2%. De kosten voor vaste activa namen toe voor reguliere tafelaardappelen en daalden voor anderszins duurzame tafelaardappelen. Tabel 3.3 geeft aan dat supermarkten relatief veel winst maken op anderszins duurzame tafelaardappelen, en dat de groothandel relatief veel winst maakt op reguliere tafelaardappelen.

In de biologische landbouw stegen de kosten aanmerkelijk harder dan de opbrengstprijzen. De kostenstijging voor biologische producten (+€ 0,30 per kg) deed zich vooral voor bij pootgoed (+€ 0,09), arbeid (+€ 0,08) en immateriële activa (+€ 0,10). De opbrengstprijzen van biologische tafelaardappelen stonden relatief onder druk omdat de productie in 2024 groeide ten opzichte van 2023 (+8%).

De importprijzen van biologische en niet-biologische tafelaardappelen lagen in 2025 boven die van Nederlandse tafelaardappelen. Het is goedkoper om tafelaardappelen in Nederland in te kopen. De verkoopprijzen van niet-biologische tafelaardappelen lagen in 2025 elke maand onder de verkoopprijzen voor de Nederlandse markt. Niet-biologische (reguliere en anderszins duurzame) tafelaardappelen werden geëxporteerd tegen lagere prijzen dan in Nederland gerealiseerd worden. Verkoop in Nederland en in het buitenland was ongeveer even winstgevend.

Tabel 3.3 Bruto- en nettomarges voor drie productvarianten in drie schakels van de tafelaardappelketen (2024)

Productvariant	Ketenschakel	Brutomarge		Nettomarge	
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel	
Regulier	Landbouw	28%	€ 0,02	8%	
	Groothandel	42%	€ 0,05	6%	
	Supermarkten	31%	€ 0,01	1%	
Ander duurzaamheidskeurmerk	Landbouw	29%	€ 0,03	9%	
	Groothandel	37%	€ 0,02	2%	
	Supermarkten	34%	€ 0,07	5%	
Biologisch	Landbouw	41%	€ -0,04	-6%	
	Groothandel	35%	€ -0,06	-4%	
	Supermarkten	24%	€ -0,09	-5%	

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?

De prijsvorming en het prijsverloop van tafelaardappelen worden vooral bepaald door vraag en aanbod in Noord-Europa. Zowel de opbrengstprijzen (- 25% voor On the way to PlanetProof en -13% voor reguliere tafelaardappelen) als de productie (-2%) zijn in 2024 gedaald ten opzichte van 2023. Voor biologische producten heeft de kostenstijging zich niet volledig vertaald in een stijging van de opbrengstprijzen vanwege de stijging van het productaanbod (8%). De prijsdaling in 2025 is te wijten aan de stijging van de productie van consumptieaardappelen. Het totale areaal consumptieaardappelen steeg met 8%, de productie per hectare met 17% en de totale productie met 26% (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De productie van biologische consumptieaardappelen steeg tussen 2024 en 2025 nog harder (+55%) (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). Vanwege het grote overaanbod vindt er interactie plaats tussen de markt voor tafelaardappelen en de markt voor frietaardappelen. Hoewel er voor beide afzetkanalen verschillende kwaliteitseisen gelden en er ketenspecifieke afspraken bestaan, bijvoorbeeld over rassenkeuze, maatvoering, bakkwaliteit, leveringsvoorwaarden en certificering, probeerden bedrijven in 2025 zoveel mogelijk aardappelen af te zetten. Door het grote overaanbod werden partijen aardappelen die niet aan de oorspronkelijke afzetvoorwaarden voldeden vaker naar een andere bestemming afgezet, waardoor de markten voor tafel- en frietaardappelen elkaar sterker beïnvloedden.

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels? Voor Beter voor Natuur & Boer-tafelaardappelen worden afspraken vastgelegd over de vergoeding van de meerkosten via de Stichting Beter voor Natuur & Boer. Voor On the way to PlanetProof zijn er weliswaar afspraken over een vergoeding, maar de afspraken in kwestie zijn onvoldoende concreet en het is de vraag of de afspraken nagekomen worden. Supermarktketens geven aan vergoedingen voor duurzaamheidsmaatregelen uit te betalen aan leveranciers. De manier waarop er uitvoering wordt gegeven aan de afspraken is echter niet of niet volledig transparant. De aardappelcoöperaties hebben afgedwongen dat er een extra vergoeding uitgekeerd wordt. Dit is hun mede gelukt omdat er een klein aantal aardappelcoöperaties is en de telers een alternatief hebben: omschakeling naar frietaardappelen. Het is voor telers onduidelijk of zij een extra vergoeding ontvangen voor het voeren van een On the way to PlanetProof-keurmerk. Volgens het online onderzoek is 70% van de On the way to PlanetProof-boeren weliswaar van mening dat de meerkosten deels vergoed worden, maar is slechts 10% van mening dat de meerkosten volledig vergoed worden. Bij Beter voor Natuur & Boer is 45% van de boeren van mening dat de vergoeding de meerkosten geheel dekt. Voor biologische tafelaardappelen geldt dat er geen prijsafspraken zijn en dat de prijzen via vraag en aanbod tot stand komen. Vijftien procent van de biologische boeren denkt dat de meerprijs de meerkosten volledig dekt.

Consumenten betaalden in 2024 een meerprijs voor biologische producten en ook voor anderszins duurzame producten. Voor biologische producten was de meerprijs lager dan de meerkosten. Voor anderszins duurzame producten was de meerprijs hoger dan de meerkosten in de landbouw en in de supermarkt, maar niet in de groothandel.

Tabel 3.4 Verhouding tussen meerprijs en meerkosten van duurzame tafelaardappelen ten opzichte van de reguliere productvariant, in euro per kg (2024)

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Vershil
Ander duurzaamheidskeurmerk	Landbouw	€ 0,09	€ 0,07	€ 0,02
	Groothandel	€ 0,23	€ 0,26	€ - 0,03
	Supermarkten	€ 0,31	€ 0,26	€ 0,05
Biologisch	Landbouw	€ 0,46	€ 0,52	€ -0,06
	Groothandel	€ 0,53	€ 0,64	€ -0,11
	Supermarkten	€ 0,78	€ 0,89	€ -0,11

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en de meerkosten voor één of meerdere schakels?

Boeren vinden de certificeringskosten hoog en ervaren de administratieve lasten ook als een knelpunt. Dit neemt niet weg dat de Nederlandse productie van biologische consumptieaardappelen tussen 2023 en 2025 toegenomen is van 39.000 naar 65.000 ton. Daarbij dient aangetekend te worden dat de productie in 2022 61,700 ton bedroeg. De productie is blijkbaar dus zeer volatiel.

4 Appels

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de keten voor appels centraal, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen biologische, anderszins duurzame en reguliere appels.

In de Agro-Nutri Monitor 2025 is vastgesteld dat de prijsvorming in de appelketen primair wordt bepaald door seizoenspatronen en beschikbaarheid. Na de oogst liggen de prijzen relatief laag door het grote aanbod. Daarna lopen de prijzen gedurende het seizoen op als gevolg van afnemende volumes en toenemende opslagkosten. Voor biologische appels geldt daarbij een afwijkend patroon, waarbij prijzen stabiel zijn door vaste prijsafspraken en beperkte beschikbaarheid.

Daarnaast bleek dat de consumentenprijzen voor appels in de periode 2021–2023 minder sterk zijn gestegen dan het algemene prijspeil, terwijl de kosten in de keten, met name voor arbeid, energie en opslag, wel toenamen. Dit wijst op een beperkte doorwerking van kostenstijgingen in de keten. Tegelijkertijd is er sprake van druk op marges, vooral bij duurzame(re) producten, en verschillen in de mate waarin meerprijzen voor keurmerken worden gerealiseerd. Deze bevindingen vormen het uitgangspunt voor de analyse van de Agro-Nutri Monitor van 2026.

De analyse in dit hoofdstuk is gebaseerd op kwantitatieve data en interviews met verschillende schakels in de keten, waaronder telers (regulier en biologisch), handelsbedrijven en geïntegreerde ketenpartijen. Deze interviews bieden inzicht in de onderliggende mechanismen achter de geobserveerde prijs- en margeontwikkelingen, zoals verschillen in prijsmechanismen, kostenstructuren en de rol van prijsstrategieën bij supermarktketens.

In dit hoofdstuk worden de inzichten uit de interviews gebruikt om de cijfers te duiden en te verklaren. Daarbij gaat het onder meer om de invloed van de productmix (import versus Nederlands product), het aandeel van verschillende afzetkanalen in de omzet, de doorwerking van kostenstijgingen in de keten en de mate waarin duurzaamheidskosten in de praktijk worden gecompenseerd. De interviews laten zien dat de feitelijke prijsvorming en margeverdeling complexer is dan uit gemiddelde cijfers alleen kan worden afgeleid.

De keten van verse appels bestaat na de veredeling en de productie van plantgoed uit de schakels primaire productie, groothandel en detailhandel. De eerste schakels (zie Figuur 4.1) worden gevormd door de veredelingsbedrijven, die gericht zijn op de ontwikkeling van nieuwe rassen met een betere gebruikswaarde voor consument en producent en op het kweken van sterk uitgangsmateriaal dat minder vatbaar is voor ziekten. De tweede schakel bestaat uit producenten van plantgoed voor de fruitteelt. In 2023 waren er 257 bedrijven in Nederland die vruchtbomen kweekten.

De teelt bestaat grotendeels uit vrije rassen, waarvoor telers zelf kunnen bepalen welke rassen zij aanplanten en hoeveel zij produceren, zonder royaltyverplichtingen. Daarnaast worden er clubrassen geteeld, waarvoor licentiehouders via een clubsysteem de teelt en afzet reguleren. De marktvraag van supermarktketens speelt hierbij een belangrijke sturende rol.

Teelt en afzet

De derde schakel wordt gevormd door de fruitproducenten zelf. Rabobank (2021) onderscheidt in de hardfruitsector drie dominante bedrijfsstrategieën: efficiëntie, dienstverlening en verbreding. De efficiëntiestrategie richt zich op schaalvergroting en kostprijsverlaging, de dienstverleningsstrategie op het creëren van toegevoegde waarde door aanvullende activiteiten binnen de fruitketen, en de verbredingsstrategie op het ontwikkelen van inkomstenbronnen buiten de fruitketen. Veel bedrijven combineren elementen van deze strategieën om hun economische weerbaarheid te vergroten.

Sommige telers zijn aangesloten bij producentenorganisaties, maar een aanzienlijk aantal fruitbedrijven verhandelt zijn producten ook zelf of besteedt specifieke processen zoals sorteren, verpakken en bewaren uit aan collega's.

De biologische appelteelt is kleinschaliger dan de niet-biologische appelteelt. In 2025 telde het Centraal Bureau voor de Statistiek 907 appelteelers, waarvan 74 biologisch (8,2%). Het totale areaal appelbomen bedroeg 5.086 hectare in 2025, waarvan 276 hectare biologisch (5,4%).

Het areaal appels neemt sinds de jaren '50 af. Het gemiddelde appelareaal per bedrijf bedroeg in 2025 circa 5,6 hectare. Dat is iets lager dan in 2023 en 2024, toen er gemiddeld 5,7 hectare appels per bedrijf werd geteeld. Belangrijke redenen voor deze verschuiving zijn de internationale concurrentie op de appelmarkt, de toename van de consumptie van mediterraan en tropisch fruit en het feit dat de perenproductie relatief gezien rendabeler is.

De gemiddelde omvang van het appelareaal per bedrijf blijft relatief stabiel, doordat zowel het totale appelareaal als het aantal appelteelers is afgenomen. Elstar en Jonagold zijn de belangrijkste rassen in Nederland, maar de productie van beide rassen is aanzienlijk afgenomen sinds 2015 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2025).

In 2025 is er een kentering waar te nemen. In 2025 lag de productie van zowel Elstar (97 miljoen kg) als Jonagold (58 miljoen kg) voor het eerst weer hoger dan vijf jaar eerder, dankzij optimale weersomstandigheden in het voorjaar en de zomer. Het volume geproduceerde appels was des te uitzonderlijker omdat het totale areaal appelteelt in Nederland juist met 3% was gekrompen, naar 5.086 hectare.

Veel appelteelers produceren onder de keurmerken On the way to PlanetProof of Beter voor Natuur & Boer, omdat deze keurmerken vereist zijn voor levering aan de Nederlandse supermarkten. In 2024 hadden 315 Nederlandse telers (en drie Belgische telers) een On the way to PlanetProof-keurmerk en 61 telers een Beter voor Natuur & Boer-keurmerk (Stichting Milieukeur, Albert Heijn). Het On the way to PlanetProof-areaal bedroeg in 2024 3.264 hectare in Nederland en 87 hectare in België.

De prijsvorming begint jaarlijks met de oogstvoorspelling. In september wordt er een eerste prijs afgegeven. Deze wordt als basis gebruikt voor de verkoopprijzen in de daaropvolgende maanden. Hierbij wordt rekening gehouden met een maandelijkse stijging van de kosten voor koeling en derving, zolang de uitlevering duurt. In het geval van biologische appels uit Nederland kan dit betekenen dat de voorraad in februari al op raakt en er dan overgestapt dient te worden op buitenlandse leveranciers. Voor biologische appels uit Nederland wordt doorgaans een goede prijs betaald, die soms zelfs de consumentenprijs benadert. De prijzen van anderszins duurzame appels fluctueren behoorlijk gedurende het seizoen. Vooral in 2025 was dat het geval.



Appels



C4: gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven.

Bron: CBS Landbouwtelling, Internationale handel, Bedrijvendemografie; informatie van bedrijven.

Figuur 4.1 Nederlandse keten voor verse appels (2025).

Groothandel, import en export

Groothandel

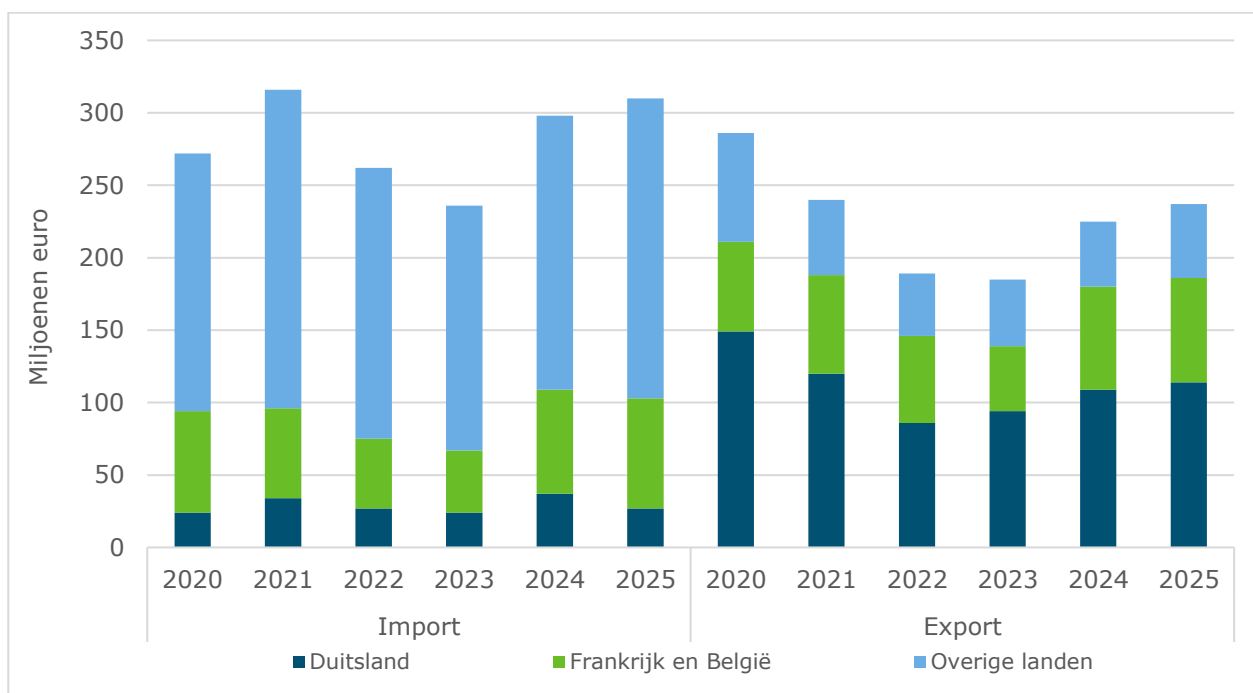
Coöperatieve afzetorganisaties als Fruitmasters, The Greenery en Veiling Zaltbommel verkopen en transporteren appels, maar bieden telers ook aanvullende diensten, zoals het sorteren, verpakken en bewaren van fruit. Telers zetten hun producten ook af via commerciële groothandelaren. Een groothandelaar als Vogelaar Vredenhof levert aan Albert Heijn. Alle telers die aan Vogelaar Vredenhof leveren zijn Beter Voor Natuur & Boer-gecertificeerd. Zij ontvangen een vergoeding voor het keurmerk via de Stichting Beter Voor Natuur & Boer. De andere Nederlandse supermarkten worden belevend door fruitcoöperaties (Fruitmasters, The Greenery) of de groothandel in fruit.

Import en export

Gedurende het Nederlandse bewaar seizoen worden er appels geoogst op het zuidelijk halfrond, die vervolgens worden geïmporteerd (Figuur 4.2). Appels kunnen langdurig bewaard worden door *controlled atmosphere*-bewaring, waarbij het zuurstofgehalte kunstmatig wordt verlaagd en het koolstofdioxinegehalte kunstmatig wordt verhoogd. Door goede kwaliteitscontrole, bewaring en conditionering kan fruit op een relatief duurzame manier per schip over lange afstanden worden vervoerd. Dat wordt veel gedaan voor rassen die niet in Nederland geteeld kunnen worden.

Nederland is een netto-importeur van appels (Figuur 4.2). De import van appels bedroeg in 2025 € 310 mln., waarvan bijna € 30 mln. uit Duitsland en € 76,5 mln. uit België en Frankrijk. Andere belangrijke Europese leveranciers zijn Italië en Polen. Er werd voor € 148 mln. ingevoerd uit landen buiten de EU, vooral Chili (€ 70,8 mln.), Zuid-Afrika (€ 41,6 mln.) en Nieuw-Zeeland (€ 25,7 mln.). De importwaarde lag hoger dan in de periode 2022-2024, en iets lager dan in 2021.

De waarde van de export van verse appels daalde in de periode 2020-2022 naar € 186 mln. en steeg vanaf 2023 weer, naar € 240 mln. in 2025. Dit betreft voornamelijk wederuitvoer van appels uit het zuidelijk halfrond die in West-Europa afgezet worden. De belangrijkste bestemming is Duitsland (48%), gevolgd door België en Frankrijk (samen 31%). Bijna alle in Nederland geteelde appels worden op de Nederlandse afzetmarkt verkocht. De Nederlandse appels met het duurzaamheidskeurmerk Beter voor Natuur & Boer en On the way to PlanetProof vertegenwoordigen op de buitenlandse afzetmarkt geen enkele extra waarde. Daar worden andere labels gevraagd, zoals Be Friendly (Frankrijk), QS (Qualität und Sicherheit) en GRASP (Duitsland). Zowel telers als handelsbedrijven klagen over de grote hoeveelheid aan keurmerken waaraan ze moeten voldoen en de administratieve lasten die hiermee gepaard gaan.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Internationale handel.

Figuur 4.2 Nederlandse import en export van appels, in miljoen euro (2020-2025).

Detailhandel en consumptie

De consumptie van verse groente en fruit in Nederland laat in 2025 een lichte groei zien. In totaal steeg het aankoopvolume met 2% ten opzichte van 2024, terwijl de gemiddelde consumentenprijs met 2% daalde. Vooral de consumptie van fruit wordt groter, terwijl groente een gematigder ontwikkeling laat zien (GroentenFruit Huis, 2026). In Nederland is de appel, na de banaan, de meest gekochte fruitsoort in volume. Bananen vormen 23% van het totale fruitvolume en appels 18%. Gemiddeld eet een Nederlandse consument 10,6 kg appels per jaar (GroentenFruit Huis, GfK).

Supermarkten verkopen voornamelijk verse klasse-I-appels. Met het oog op het tegengaan van voedselverspilling worden er in beperkte mate ook klasse-II-appels in supermarkten verkocht. De appelomzet in de Nederlandse supermarkt bestond in 2025 voor 8,3% uit biologische appels, voor 58% uit anderszins duurzame appels en voor 33% uit reguliere appels (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026).

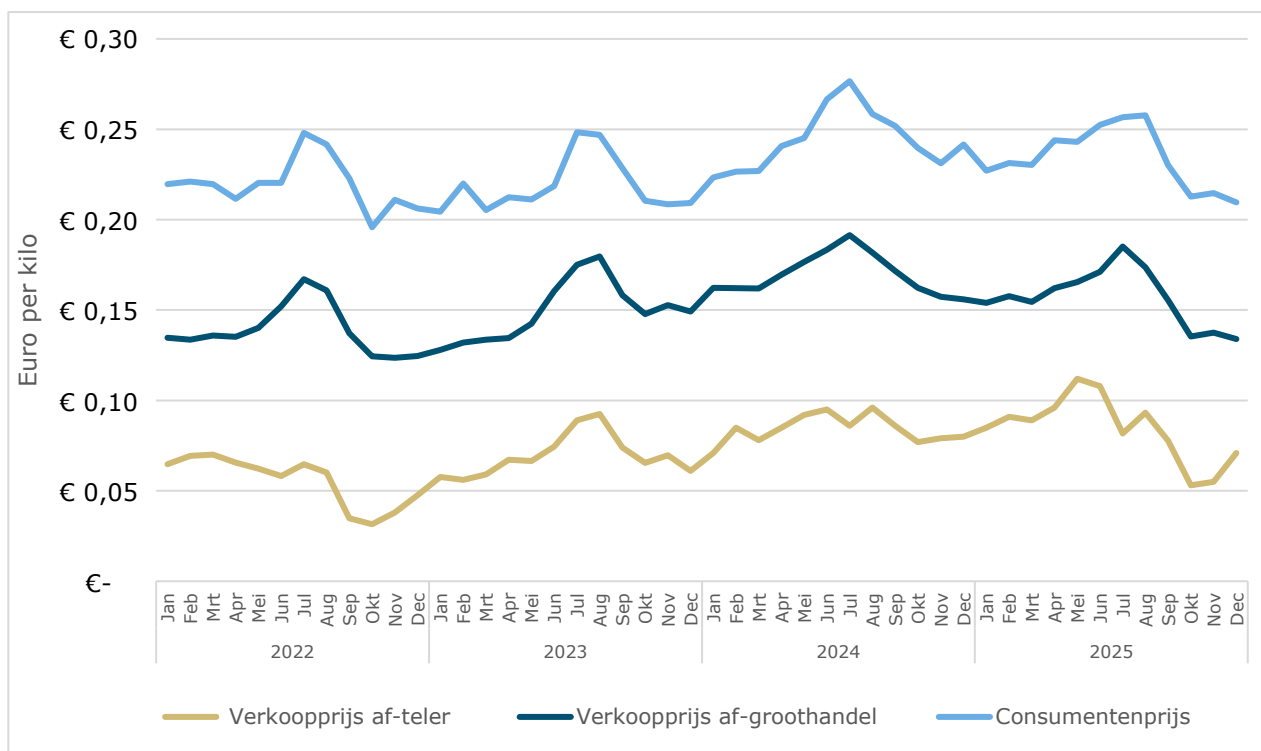
In Nederland worden groenten en fruit voornamelijk (ongeveer driekwart) thuis geconsumeerd. Van die driekwart wordt verreweg het grootste deel gekocht in de supermarkt. Het aandeel van de groenteboer, markthandel en webwinkels is relatief klein. Buitenshuis worden groenten en fruit voornamelijk in de horeca en catering geconsumeerd, en een klein deel bestaat uit aankopen zoals *food to go* (bron: Agrimatie).

4.2 Prijzen, kosten en marges

Prijsverloop per schakel voor reguliere appels

In Figuren 4.3-4.5 zijn de prijzen per maand weergegeven voor reguliere, biologische en anderszins duurzame appels op drie niveaus in de keten: af-boerderij, af-groothandel en consumentenprijs. Appels kunnen langere tijd bewaard worden, zodat de gemiddelde prijzen die telers in een seizoen ontvangen sterk afhangen van het moment waarop de appels verkocht worden. De oogst vindt plaats in het najaar. Bij appels zonder keurmerk en met een niet-biologisch keurmerk is er een piek voor de nieuwe oogst waarneembaar, en in de periode die daaraan voorafgaat nemen de prijzen al geleidelijk toe.

In de appelketen bestaan verschillende prijsmechanismen naast elkaar: kostprijs-plusmodellen met vaste marges, spotprijzen en *all-in*-prijsafspraken via tenders. Bij reguliere appels gaan de prijzen in de drie schakels geleidelijk met elkaar op (Figuur 4.5). Bij de twee andere productvarianten is dat niet geheel het geval. Dat geldt vooral voor biologische appels. Bij biologische appels worden vaker vaste prijzen overeengekomen op jaarbasis.



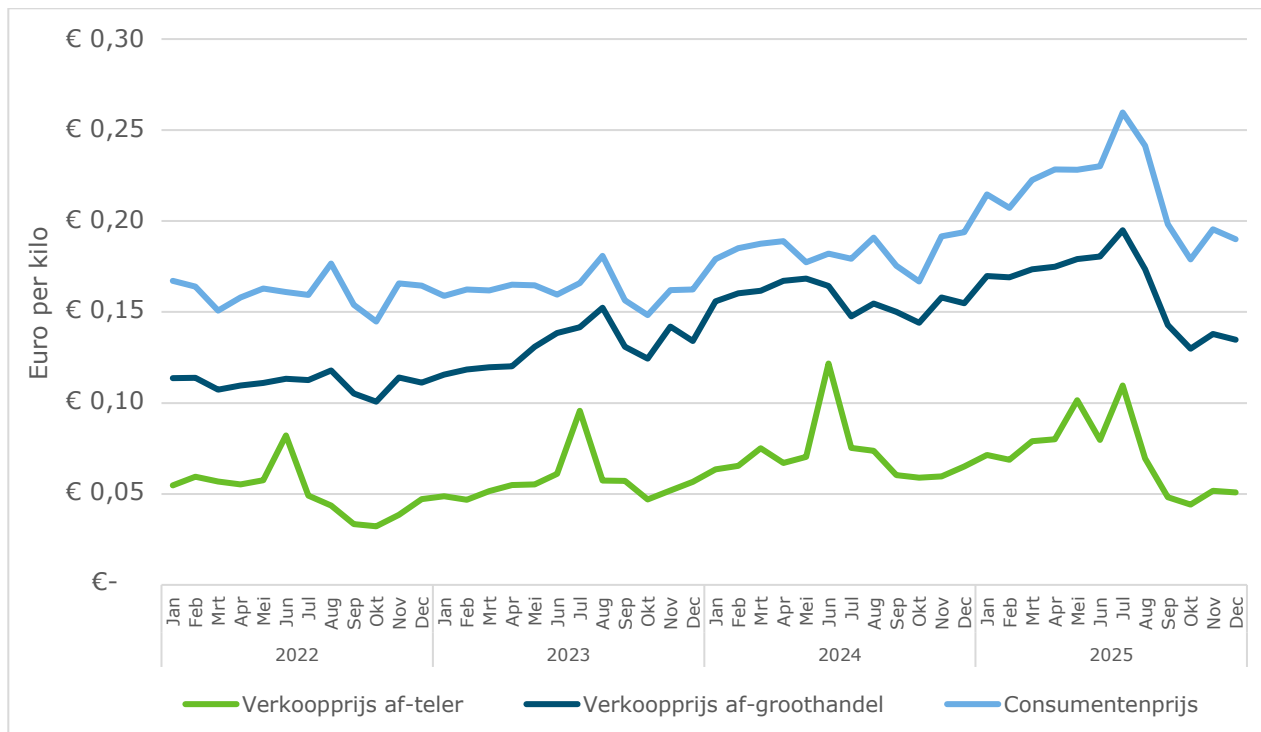
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.3 Prijzen van reguliere appels per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Bij reguliere appels (Figuur 4.3) wordt het prijsverloop in belangrijke mate bepaald door internationale handel en de productmix. Het assortiment in de supermarkt bestaat voor een belangrijk deel uit geïmporteerde appels, waaronder clubrassen met een hogere consumentenprijs. Dit draagt bij aan een relatief stabiel en hoger prijsniveau voor de consument, terwijl de prijzen op telers- en groothandelsniveau sterker kunnen schommelen onder invloed van aanbod en oogstvolumes. De prijsvorming in dit segment is sterk afhankelijk van de Europese markt, waar vraag- en aanbodsituaties en internationale concurrentie bepalend zijn. Hierdoor zijn de prijzen van reguliere appels gevoeliger voor schommelingen in productie en import dan die van biologische en contractgebonden appels.

Daarnaast spelen prijs- en promotiestrategieën een belangrijke rol. Reguliere appels worden frequent ingezet in promoties en prijsacties, waarbij supermarkten sturen op volume en prijsperceptie. Hierdoor blijven de consumentenprijzen relatief stabiel, ondanks de stijgende kosten in de keten. Kostenstijgingen voor arbeid, energie en verpakking worden daardoor slechts in beperkte mate doorberekend, wat druk zet op de marges van met name telers en handelsbedrijven.

De marges bij reguliere appels moeten met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd, omdat een deel van de kosten (met name verpakking, arbeid en logistiek) in de handelsprijzen is opgenomen en niet direct zichtbaar is als aparte kostencomponent. Verpakking en kleinverpakking vormen een belangrijke kostenpost (tot circa 35–45 cent per kg). De kosten daarvan zijn de afgelopen jaren sterk toegenomen. Deze kosten worden niet altijd volledig doorberekend in de prijs en drukken dus met name op de marges van telers en groothandel.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.4 Prijzen van anderszins duurzame appels per ketenschakel, in euro per kg (2022-2025).s

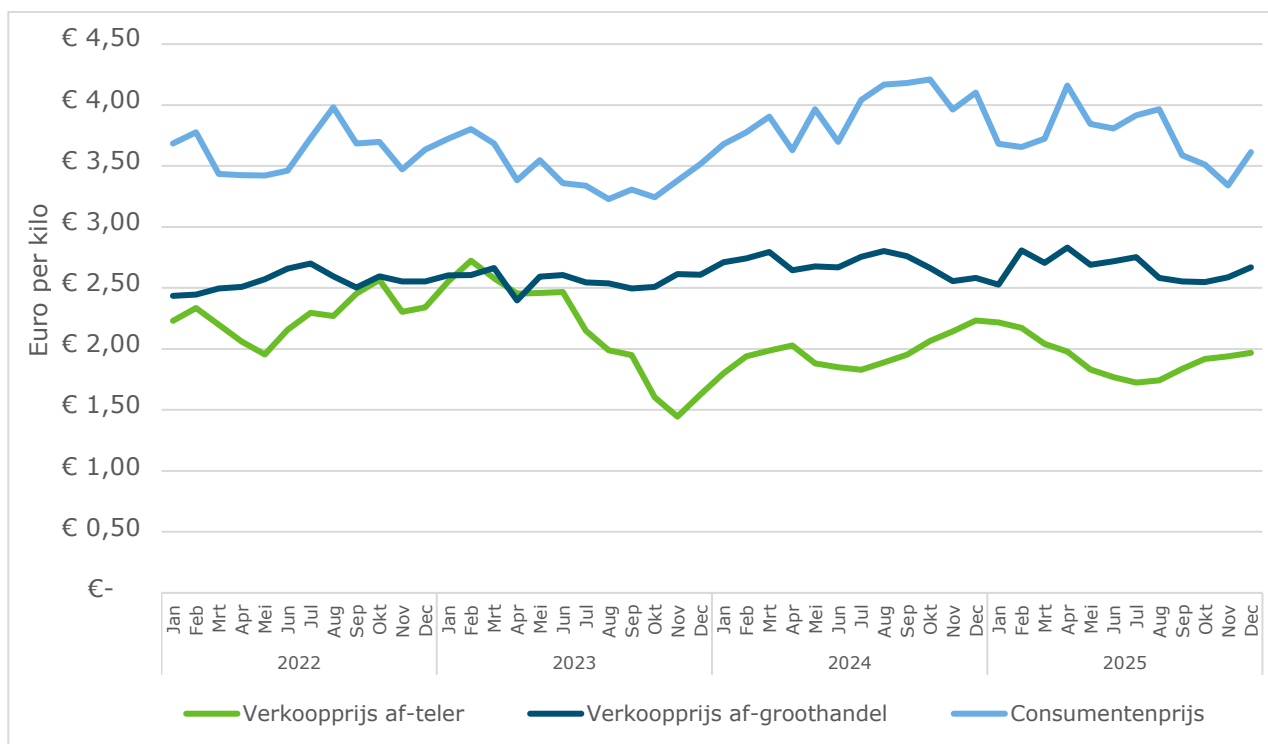
Prijsverloop per schakel voor anderszins duurzame appels

Voor anderszins duurzame producten geldt dat de groothandelsprijs vanaf september 2022 harder steeg dan de consumentenprijs, tot maart 2025. Daarna namen de consumentenprijzen sneller toe, en daarmee ook de brutomarge bij de supermarkten. Na augustus 2025 kwamen de groothandelsprijs en consumentenprijs weer met elkaar in balans, maar werd de verkoopprijs af boerderij wel aanzienlijk lager.

De prijsontwikkeling bij anderszins duurzame appels wordt sterk beïnvloed door de positie van deze producten in de Nederlandse retailsector. Deze appels worden grotendeels binnen Nederland afgezet, vaak onder keurmerken die door supermarkten als voorwaarde worden gesteld voor afname. Tegelijkertijd is er in veel gevallen geen sprake van een expliciete meerprijs voor deze keurmerken, waardoor er druk ontstaat op de margeverdeling in de keten.

Daarnaast worden prijzen vaak gevormd via contracten of tenders, waarbij er prijsdruk ontstaat door concurrentie tussen aanbieders. Dit kan ertoe leiden dat prijsveranderingen niet gelijkmatig worden doorgegeven in de keten, wat zichtbaar is in de uiteenlopende ontwikkeling van af-boerderij-, groothandels- en consumentenprijzen. De sterke daling van de af-boerderijprijs in 2025 hangt samen met een toename van het aanbod, waardoor telersprijzen extra gevoelig zijn voor marktschommelingen.

Het prijsverschil tussen reguliere en anderszins duurzame appels wordt in belangrijke mate verklaard door verschillen in productmix. De categorie reguliere appels omvat relatief veel geïmporteerde clubbrassen met hogere consumentenprijzen, terwijl de categorie duurzame appels voornamelijk Nederlands product omvat met een lagere prijsbasis.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.5 Prijzen van biologische appels per ketenschakel, in euro per kg (2022-2025).

Prijsverloop per schakel voor biologische appels

Voor biologische appels is de prijs af-groothandel redelijk constant (tussen € 2,50 en € 2,80). De consumentenprijs schommelt enigszins, wat betekent dat de brutomarge bij supermarkten varieert. De brutomarge in de groothandel was in de periode september 2022 tot en met juni 2023 kleiner dan 14 cent per kg. In 2025 bedroeg de gemiddelde brutomarge 74 cent.⁷ Een belangrijk deel van de oogst (35-40%) wordt afgezet als industrieproduct tegen een veel lagere prijs, waardoor de gemiddelde opbrengstprijis per kilo voor telers substantieel lager ligt.

Dit prijsbeeld hangt samen met de wijze waarop biologische appels worden verhandeld. In de praktijk worden voor biologische producten vaker vaste prijsafspraken gemaakt tussen handelaren en retailers, waardoor de groothandelsprijs minder fluctueert dan bij andere productvarianten. Tegelijkertijd is het aanbod beperkter en minder flexibel, omdat biologische appels minder lang bewaard kunnen worden en het volume gedurende het seizoen sneller afneemt.

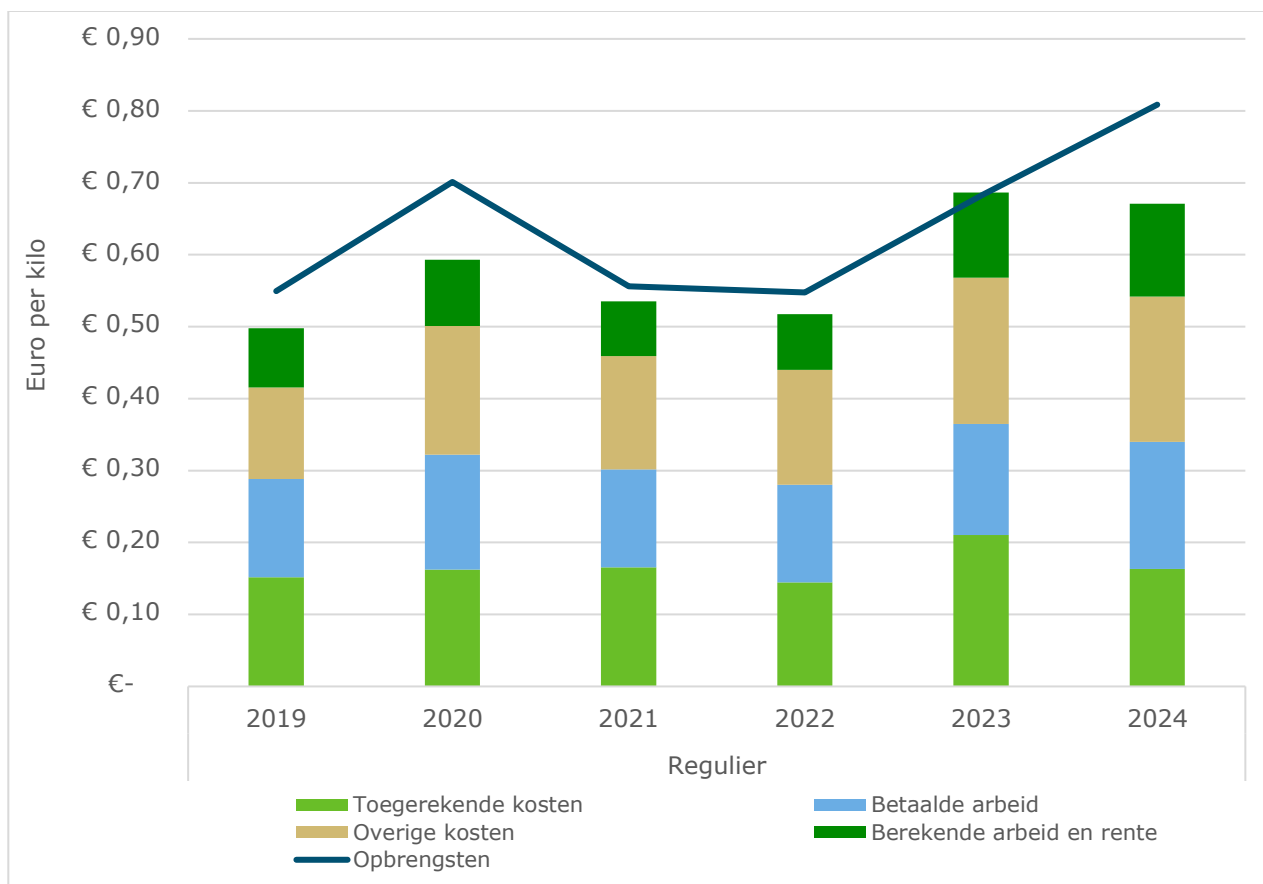
Een belangrijk onderscheid is dat de weergegeven prijzen betrekking hebben op de prijs van verse appels in het supermarktschap, terwijl een aanzienlijk deel van de oogst als industriefruit wordt afgezet tegen lagere prijzen. Hierdoor ligt de feitelijke gemiddelde opbrengstprijis voor telers lager dan de grafiek suggereert. Daarnaast spelen grotere productierisico's en beperkingen in het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen een rol, waardoor de schommelingen in kwaliteit en opbrengst groter zijn dan bij de reguliere teelt.

De verdeling van kosten en marges wordt dus beïnvloed door de productmix, contractvormen en aanvullende kosten zoals verpakking en certificering. Hierdoor geven gemiddelde marges per schakel slechts beperkt inzicht in de feitelijke verdeling van waarde, die bovendien sterk varieert door seizoensinvloeden, kwaliteit en marktomstandigheden.

⁷ Er zijn weinig waarnemingen ten aanzien van de inkoopprijs van de groothandel. Over de ontwikkeling van de brutomarge bij supermarkten is meer bekend dan over de ontwikkeling van de brutomarge bij de groothandel.

Kosten en nettomarges appelteelt

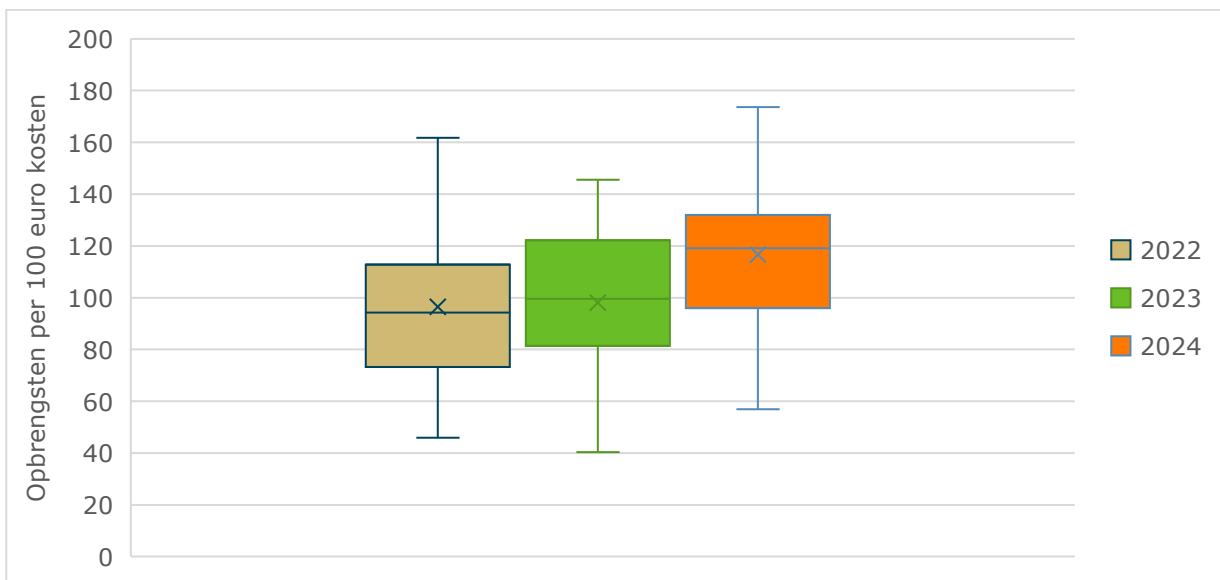
Het Bedrijveninformatienet heeft relatief weinig observaties met betrekking tot fruitproducten op teeltniveau. Dit betekent dat alleen voor de reguliere fruitteelt de kosten en opbrengsten in kaart gebracht zijn. Voor reguliere appels was 2024 een goed jaar. De winst bedroeg 14 cent per kg appels, terwijl de winstmarge in 2023 nul bedroeg. Dit verschil is te verklaren door een 13 cent hogere opbrengstprijs, in combinatie met 2 cent lagere totale kosten (67 cent per kg appels, ten opzichte van 69 cent in 2023). Deze kosten bestaan uit de volgende componenten: 16 cent toegerekende kosten (waaronder 5 cent voor gewasbeschermingsmiddelen), 18 cent betaalde arbeid, 20 cent overige kosten en 13 cent berekende arbeid en rente. De daling van de totale kosten is met name het gevolg van een daling van de toegerekende kosten (5 cent) ten opzichte van 2023.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.6 Kosten en opbrengsten van appels in de landbouw, in euro per kg (2019-2024).
Het aantal bedrijven bedroeg over de jaren 2019-2024 gemiddeld 21.

De gunstige groeiomstandigheden Europa-breed leidden in 2025 tot een hogere productie van appels dan in 2024. Door deze grotere appelproductie zijn de verwachte afzetprijzen voor 2025 lager dan die voor 2024. Door de combinatie van lagere afzetprijzen en grotere productie worden per saldo iets hogere fruitopbrengsten (gemiddeld € 520.000) geraamd voor het oogstjaar 2025 (in totaal 4% hoger dan in 2024). Tegelijkertijd namen de overige opbrengsten uit bedrijf af, waaronder subsidies, zodat de totale opbrengsten met 3% daalden. De betaalde kosten en afschrijvingen stegen in het oogstjaar 2025 met € 7.000, oftewel 1% ten opzichte van het jaar ervoor (Agrimatie, Wageningen Social & Economic Research). Hierdoor nam de winstgevendheid voor appelteelers af. In de fruitteelt wordt het gemiddelde inkomen voor het oogstjaar 2025 geraamd op circa € 91.000 per onbetaalde aje. Dit is ongeveer € 20.000 lager dan in het oogstjaar 2024, maar hoger dan het gemiddelde inkomen in de fruitteelt van € 60.000 in de periode 2020-2024 (Agrimatie, Wageningen Social & Economic Research).



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

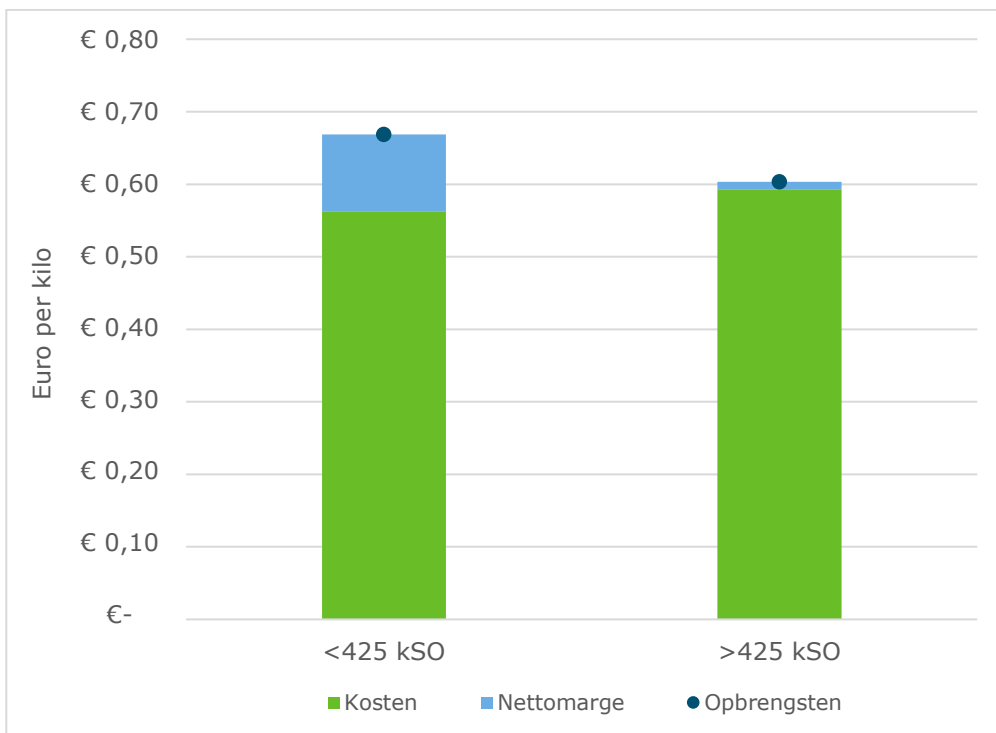
Figuur 4.7 Spreiding financiële resultaten in reguliere appelteelt, euro opbrengsten per 100 euro kosten (2022-2024). (Het is mogelijk dat de categorie reguliere appelteelers ook telers met een keurmerk bevat. De registratie van keurmerken is niet sluitend.)

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Figuur 4.7 geeft de spreiding weer in de verhouding tussen opbrengsten en kosten (rentabiliteit) van appelbedrijven, weergegeven in vier kwartielen per jaar. Hieruit blijkt dat de sector in 2022 onder aanzienlijke druk stond: bij meer dan de helft van de bedrijven waren de opbrengsten lager dan de kosten, wat duidt op verliesgevendende bedrijfsvoering voor een groot deel van de sector. In 2023 en met name in 2024 is er sprake van herstel. In 2024 ligt het mediane niveau duidelijk boven *break-even*-niveau, al heeft nog ongeveer een kwart van de bedrijven een opbrengst die lager ligt dan de kosten. Tegelijkertijd blijft de spreiding groot, wat aangeeft dat de verschillen tussen bedrijven aanzienlijk zijn. Factoren zoals opbrengst per hectare, kwaliteit van het product en kostenstructuur spelen hierbij een belangrijke rol. De figuur maakt inzichtelijk dat de rentabiliteit in de appelteelt sterk afhankelijk is van marktomstandigheden en bedrijfskenmerken, en dat verbeteringen op sectorniveau zich niet in gelijke mate doorvertalen in verbeteringen voor individuele bedrijven.

De impact van bedrijfsgrootte op de winstgevendheid

Figuur 4.8 toont de opbrengstprijs en de winst per kg appel, dus na aftrek van alle toegerekende vaste en variabele kosten voor twee categorieën bedrijfsgrootte in de primaire landbouw, waarbij bedrijven met minder dan € 425.000 Standaardomzet (SO) als 'klein' zijn aangemerkt en alle andere bedrijven als 'groot'. In de appelteelt maken kleine bedrijven meer winst dan grote bedrijven. De nettomarge per kilo product is twee keer zo groot op kleine bedrijven: 10,6 cent versus 5,3 cent. De opbrengstprijzen zijn 1,5 cent hoger voor grote bedrijven. De kosten voor betaalde arbeid zijn echter 8,3 cent hoger voor grote bedrijven, en de overige toegerekende kosten 3,4 cent hoger. De kosten voor berekende arbeid en rente zijn respectievelijk 4,1 en 2,1 cent per kg product lager voor grote bedrijven.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.8 Kosten en opbrengsten in appelteelt naar bedrijfsomvang en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (gemiddelde 2022-2024).

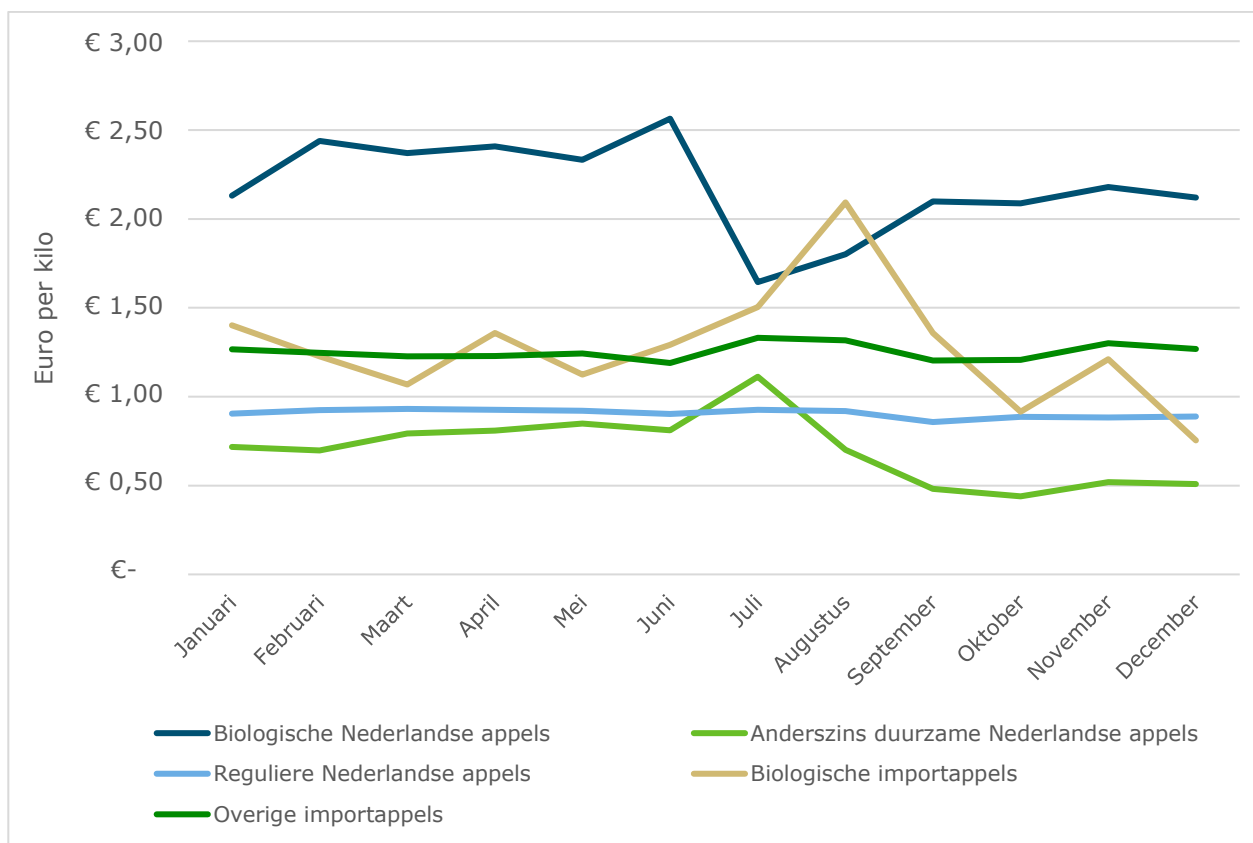
Beleving telers over prijsvorming

Meer dan 60% van de Beter voor Natuur & Boer-telers geeft aan dat 100% of meer van de meerkosten van Beter voor Natuur & Boer-producten gedekt wordt door een meerprijs.

Bij telers van On the way to PlanetProof-producten is de situatie daarentegen geheel anders. Alle telers in de enquête (100%) geven aan dat geen enkel deel van hun meerkosten gedekt wordt. Voor biologische telers is het beeld wisselend. Ongeveer een kwart van de respondenten geeft aan tot 49% van de meerkosten vergoed te krijgen, een kwart zegt minimaal 50% vergoed te krijgen, een derde kwart zegt zelfs 100% of meer vergoed te krijgen, en het laatste kwart zegt wel iets vergoed te krijgen, maar weet niet precies welk percentage van de kosten.

Import- en exportprijzen

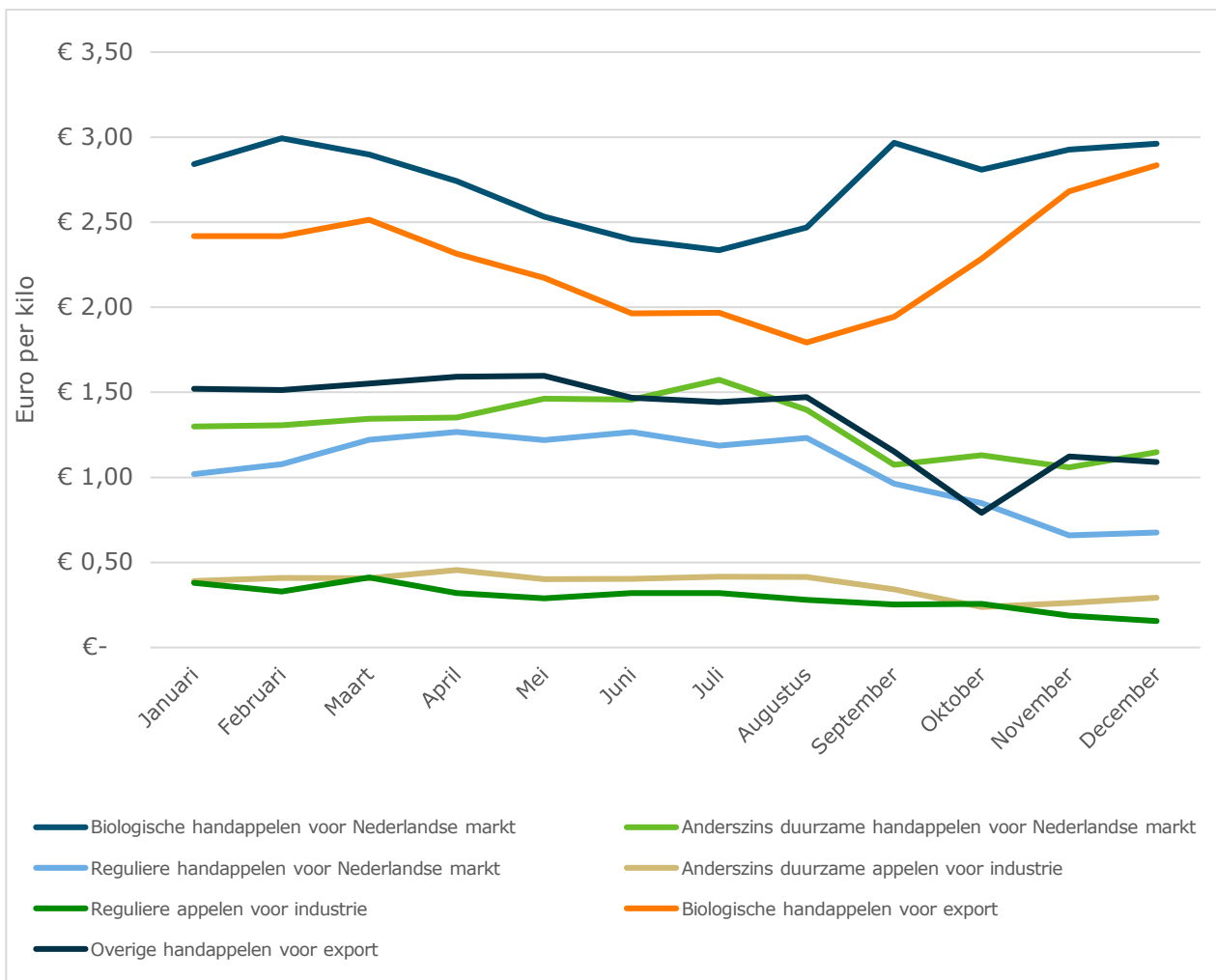
De in Nederland verkochte handappels kwamen in 2025 voor 70% uit Nederland en voor 30% uit het buitenland. Ruim 3% van de inkopen betreft biologische appels en 40% anderszins duurzame appels. Niet het gehele Nederlandse areaal is anderszins duurzaam. Biologische appels uit Nederland zijn duurder dan de biologische appels die geïmporteerd worden. De prijzen van biologische appels en anderszins duurzame appels variëren. De prijzen van reguliere appels uit Nederland en overige appels uit het buitenland zijn min of meer constant (Figuur 4.9). Het gaat daarbij deels om clubrassen waarvoor telers de prijs kunnen bepalen. De prijs van Nederlandse reguliere appels ligt gemiddeld genomen onder die van anderszins duurzame appels (Figuur 4.9). De prijs van buitenlandse overige appels ligt ruim boven die van Nederlandse appels. Het gaat daarbij om buitenlandse (club)rassen.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.9 Inkooprijzen Nederlandse appelgroothandel naar herkomst en duurzaamheidsvariant per maand, in euro per kg (2025).

Appels werden in 2025 voornamelijk op de Nederlandse markt afgezet. Volgens de informatie over kosten en opbrengsten van bedrijven is er nauwelijks verschil tussen de winstgevendheid van verkoop in Nederland en de winstgevendheid van verkoop in het buitenland. Biologische appels werden door de groothandel tegen hogere prijzen in Nederland (€ 2,65 per kg) verkocht dan in het buitenland (€ 2,00 per kg). Een mogelijke verklaring voor dit feit is dat het buitenland als restmarkt fungeert. Reguliere appels voor de Nederlandse markt brengen minder op (€ 1,00 per kg) dan anderszins duurzame appels voor de Nederlandse markt (€ 1,30 per kg) en niet-biologische appels voor de export (ook € 1,30 per kg). Appels die aan de industrie afgezet worden, leveren op jaarbasis gemiddeld 30 tot 35 cent per kg op. Anderszins duurzame appels worden verkocht voor een prijs die 5 cent hoger ligt dan die van reguliere appels. Alles bij elkaar wijst dit erop dat verduurzaming loont voor de appelgroothandel.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.10 Verkooprijzen Nederlandse appelgroothandel naar bestemming en duurzaamheidsvariant (2025).

Kosten en marges appels per ketenschakel

Tabel 4.2 geeft de gemiddelde prijzen, kosten en winstmarges van de groothandel en de supermarkt weer voor 2024. Voor reguliere appels en appels met een niet-biologisch keurmerk voegt de groothandel ongeveer 35 cent aan kosten en 4-5 cent per kg aan winst toe. De kosten in de supermarkt bedragen 112 cent per kg voor biologische appels, 55 cent per kg voor appels onder keurmerk en 64 cent per kg voor reguliere appels. De winstmarge van de supermarkten was voor biologische appels, anderszins duurzame appels en reguliere appels negatief: respectievelijk 8, 29 en 1 cent per kg. De negatieve winstmarge van anderszins duurzame appels is daarbij extra opvallend, en wordt mede veroorzaakt door een relatief lage consumentenprijs in het schap in vergelijking met reguliere en biologische appels.

Tabel 4.2 Kosten, nettomarges en prijzen naar schakel en productvariant, in euro per kg, exclusief btw (2024)

		Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
Groothandel	Inkoopprijs	€ 1,28	€ 1,19	€ 1,58
	Overige kosten	€ 0,36	€ 0,34	€ 1,09
	Totale kosten	€ 1,64	€ 1,53	€ 2,67
	Nettomarge	€ 0,05	€ 0,04	€ 0,03
	Verkoopprijs	€ 1,69	€ 1,57	€ 2,70
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 1,80	€ 1,57	€ 2,89
	Overige kosten	€ 0,64	€ 0,55	€ 1,12
	Totale kosten	€ 2,44	€ 2,12	€ 4,01
	Nettomarge	€ -0,01	€ -0,29	€ -0,08
	Consumentenprijs	€ 2,43	€ 1,83	€ 3,93

Inkoopprijzen en verkoopprijzen wijken van elkaar af omdat de gegevens afkomstig zijn uit verschillende bronnen (zie ook Hoofdstuk 2).

Bron: informatie van bedrijven. Berekening: Wageningen Social & Economic Research.

4.3 Knelpunten met betrekking tot duurzaamheid

Het online onderzoek geeft inzicht in factoren die de invoering van een keurmerk beïnvloeden. Dit onderdeel van de vragenlijst betrof redenen om een Nederlands keurmerk in te voeren, factoren die de invoering van een Nederlands keurmerk belemmeren of vergemakkelijken, risico's, redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren, en redenen om te stoppen met een Nederlands keurmerk. Per onderwerp konden de respondenten maximaal vijf antwoorden aankruisen. Elk mogelijk antwoord (*item*) is een ja/nee-item. De vragenlijst werd ingevuld door 92 appel- en perentelers, van wie er 37 geen keurmerk hadden, 12 een Beter voor Natuur & Boer-keurmerk, 36 een On the way to PlanetProof-keurmerk en 7 een biologisch keurmerk. Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord, waardoor het aantal antwoorden verschilt per vraag (zie Tabel 4.4). De antwoorden in Tabel 4.4 hebben betrekking op telers van appels en peren die een Nederlands duurzaamheidskeurmerk hebben.⁸

Motivatie

De belangrijkste reden om een keurmerk te voeren zijn de eisen die door afnemers worden gesteld (Tabel 4.4). Voor appeltelers geldt meer dan voor telers van andere (fruit)producten dat zij op de Nederlandse markt zijn aangewezen. Verder hopen of verwachten telers hogere opbrengstprijzen te realiseren en meer afzetzekerheid te hebben door het keurmerk. Andere mogelijke antwoorden werden minder genoemd: milieuvriendelijkheid en hogere of stabielere prijzen.

Belemmeringen

De grootste belemmeringen bij de gekozen keurmerken zijn de hoge kosten voor certificering (55%), het ontbreken van extra opbrengsten (54%) en administratieve lasten (38%). Zie Tabel 4.4.

Stimulansen

Opvallend is dat 28% van de respondenten aangeeft dat er helemaal geen stimulerende factoren zijn voor de overstap naar een keurmerk. Andere respondenten geven aan dat een financiële bijdrage voor de certificerings- en/of controlekosten (27%) en een vergoeding voor extra kosten of hogere opbrengstprijzen (23%) stimulerende factoren zijn voor de overstap naar een keurmerk. Zie Tabel 4.4.

Redenen om te stoppen met keurmerk

De belangrijkste redenen voor telers om te stoppen met een keurmerk zijn het gebrek aan hogere opbrengstprijzen (81%) of de zware administratieve lasten (70%).

⁸ Het areaal voor appelteelt onder het On the way to PlanetProof-keurmerk bedroeg 3.264 ha in 2024. Het totale areaal voor appelteelt was 5.300 ha. Het areaal On the way to PlanetProof is dus goed voor 61% van het totale areaal. Verder zijn er Beter voor Natuur & Boer-appeltelers. De appeltelers zonder keurmerk telen voor andere distributiekkanalen (inclusief export).

Buitenlands keurmerk

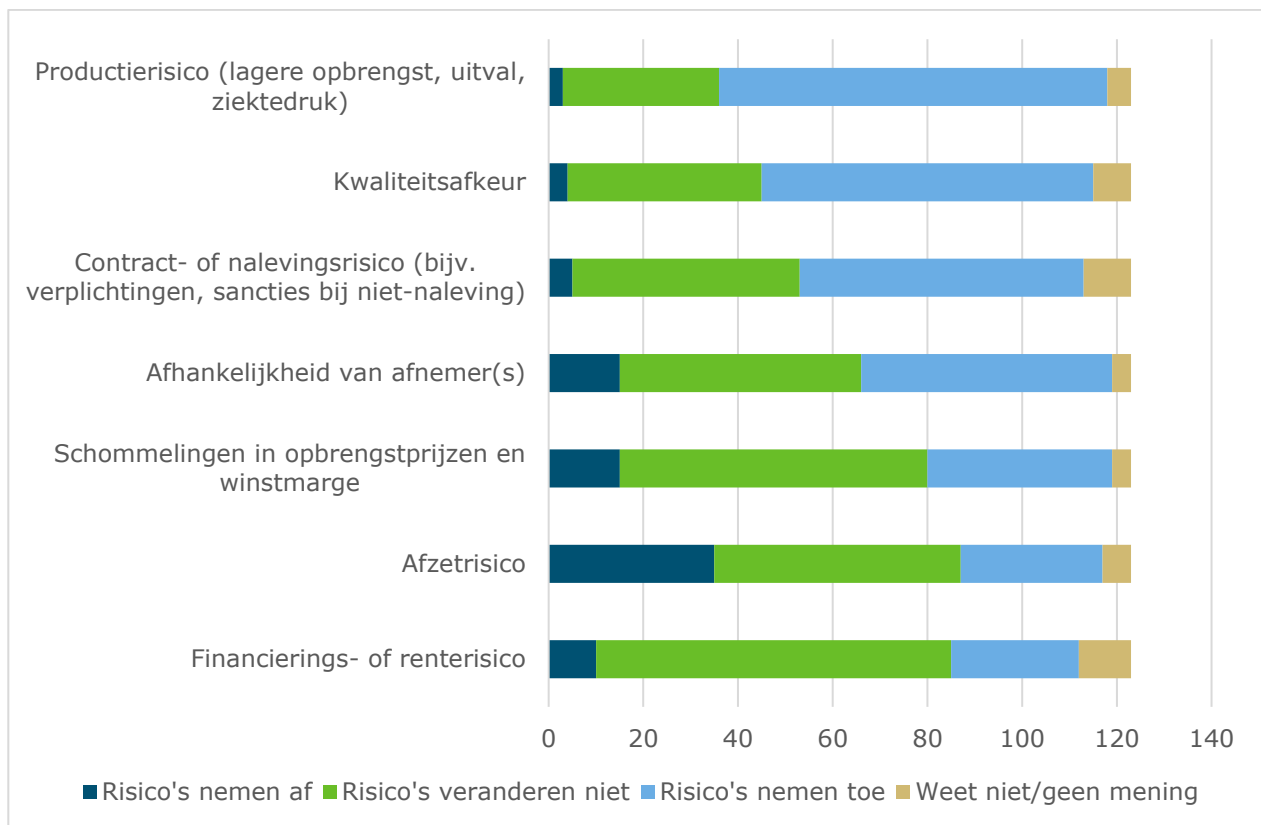
De belangrijkste redenen voor telers om geen buitenlands keurmerk te voeren zijn de zware administratieve lasten (44%) en de te lage winstmarge (34%).

Tabel 4.4 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (voor appel- en perentelers) (2026) a)

Top-4 beweegredenen (n = 78) Wat waren voor u de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw product??	%
Afnemers stellen het keurmerk als eis	63
Vergroot de afzetmogelijkheden	40
Geeft meer zekerheid in de afzet	29
De productie is milieuvriendelijker	15
Hogere of stabielere opbrengstprijzen	15
Top-4 belemmeringen (n = 78) Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van keurmerk X voor uw product?	%
De kosten van certificering waren hoog	55
Er was geen hogere opbrengstprijs	54
Het was lastig om de administratie en registraties goed te organiseren	38
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	26
Top-4 stimulansen (n = 78) Wat maakte het gemakkelijker om uw product voor het eerst te laten certificeren onder keurmerk X?	%
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	28
Financiële bijdrage in certificerings- en/of controlekosten (audits)	27
Vergoeding extra kosten of hogere opbrengstprijzen	23
Lange contractduur of afnamezekerheid	17
Technische ondersteuning of advies door collega-agrariërs of voorlichters	17
Top-4 redenen om te stoppen (n = 47) Wat waren de belangrijkste redenen om te overwegen te stoppen met keurmerk X voor uw product?	%
Er was geen hogere opbrengstprijs	81
Te veel administratie	70
Te strenge eisen of in de toekomst nieuwe of strengere eisen	45
De totale productie wordt niet altijd tegen meerprijs afgezet	30
Top-4 redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren (n = 85) Wat zijn de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor uw product te voeren?	%
Te veel administratie	44
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	34
Weet niet/geen mening/niet van toepassing	28
Te lastig of te duur om certificering en audits voor buitenlandse keurmerken in Nederland te organiseren	26

a) Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.

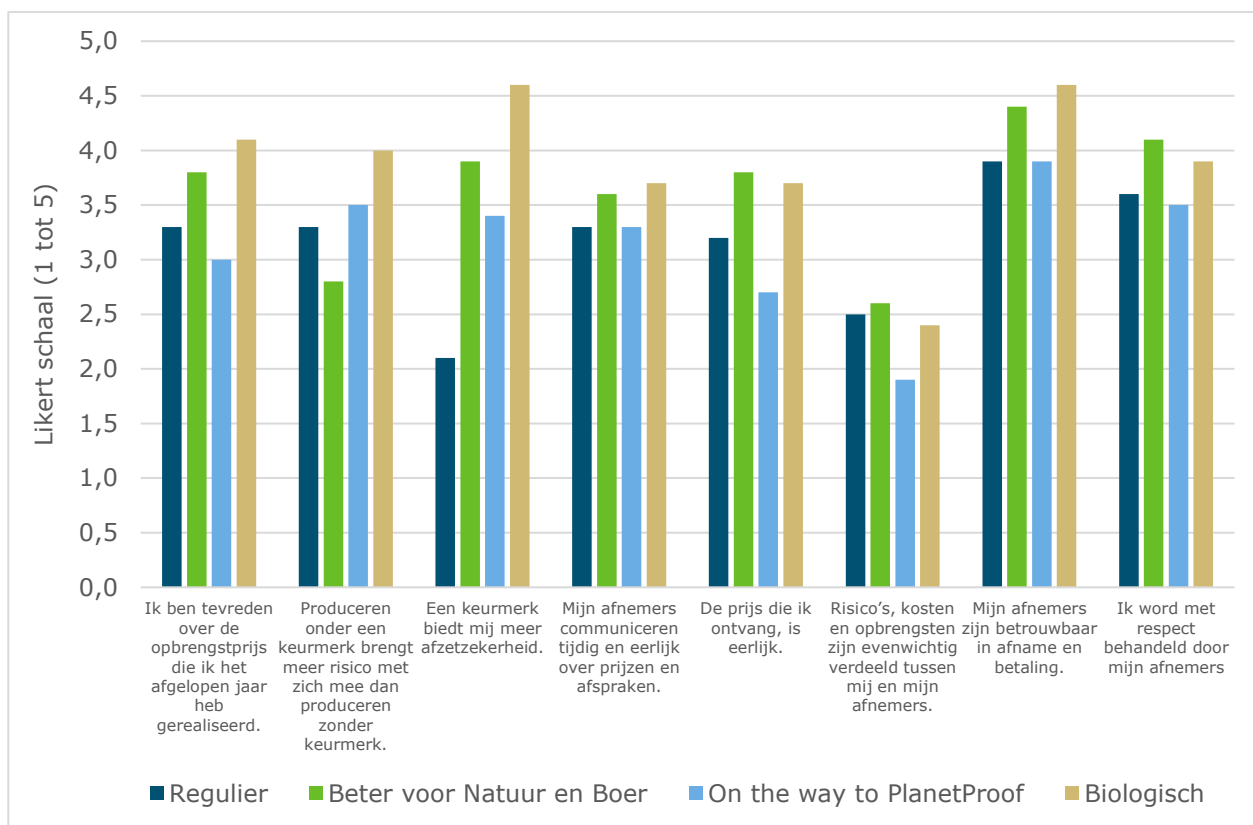
Bron: online onderzoek (2026).



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 4.11 Impact van keurmerken op risico's volgens appel- en perentelers ('Welke risico's nemen volgens u af en welke risico's nemen volgens u toe door productie onder een keurmerk voor uw product?').

Figuur 4.11 laat de belangrijkste impact van keurmerken op risico's voor hardfruittelers zien. Hieruit blijkt dat het productierisico (lagere opbrengst, uitval, ziektedruk) wordt gezien als het grootste risico. Negenenzeventig van de 165 respondenten zijn van mening dat dit risico toeneemt als er onder een keurmerk wordt geproduceerd. Appels die worden afgekeurd op grond van kwaliteit worden gezien als het op-een-na-grootste risico.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 4.12 Percepties van appel- en perentelers ten aanzien van handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026).

Likert-schaal (1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens). Reguliere productie $n = 37$; Beter voor Natuur & Boer $n = 12$; On the way to PlanetProof $n = 36$; biologische productie $n = 7$.

Figuur 4.12 toont de percepties van telers met betrekking tot hun handelsrelatie met afnemers, risico's en prijsvorming. De vraag of afnemers betrouwbaar zijn in afname en betaling resulteerde in een hoge score van alle telers: tussen 3,9 en 4,6, op een schaal van 1 tot en met 5. Gemiddeld genomen zijn biologische telers het meest tevreden met hun handelsrelatie.

Uit de interviews komt daarnaast naar voren dat de stapeling van keurmerken een belangrijk knelpunt vormt. Telers en handelsbedrijven hebben te maken met meerdere nationale en internationale certificeringssystemen, die deels overlappende eisen stellen maar wel afzonderlijk worden gecontroleerd. Dit leidt tot dubbele audits, extra administratieve lasten en hogere kosten, zonder dat daar altijd een duidelijke meeropbrengst tegenover staat.

Verder blijkt dat telers zonder keurmerk weliswaar lagere kosten en minder administratieve lasten hebben, maar tegelijkertijd beperkt worden in hun afzetmogelijkheden binnen de Nederlandse retailsector, waar keurmerken vaak een vereiste zijn. Telers met keurmerk zijn daarentegen juist sterk afhankelijk van deze binnenlandse afzetmarkt. Voor appels zijn de exportmogelijkheden relatief beperkt, waardoor er niet veel mogelijkheid bestaat om uit te wijken bij ongunstige prijsvorming. Dit beperkt de onderhandelingspositie van telers binnen de keten.

4.4 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?

In 2024 waren de winstmarges ongelijk verdeeld in de appelketen. In de landbouw werd gemiddeld genomen winst gemaakt: 14 cent per kg (17% van de telersprijs). In de groothandel werd 3-5 cent per kg winst gemaakt, en supermarkten leden een verlies, vooral op anderszins duurzame appels (29 cent per kg). In 2024 was de Nederlandse appeloogst iets kleiner dan in 2023 (-2% volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De opbrengstprijzen in de landbouw stegen met 20% (+13 cent). Supermarkten werden in 2024 geconfronteerd met hoge inkooprijzen en lage brutomarges, vooral voor anderszins duurzame appels, vanwege een kleine appeloogst in Noord-Europa.

De totale kosten per kilo in de landbouw namen in 2024 met 2 cent af ten opzichte van 2023. De kosten van betaalde arbeid stegen met 3 cent; de overige toegerekende kosten daalden met 5 cent (Figuur 4.6). In de interviews werd erop gewezen dat de kosten voor arbeid, energie, opslag, verpakking en investeringen in machines en duurzaamheid in de afgelopen jaren sterk gestegen zijn in de landbouw. De meerkosten van On the way to PlanetProof-appels zijn 4-5 cent volgens Rougoor *et al.* (2024).

Geïmporteerde niet-biologische appels waren in 2025 duurder dan Nederlandse niet-biologische appels, terwijl geïmporteerde biologische appels juist goedkoper waren. Biologische appels werden tegen hogere verkoopprijzen op de Nederlandse markt verkocht dan op de exportmarkt. De verkoopprijzen van niet-biologische appels waren relatief hoog op de exportmarkt. In Nederland waren de prijzen voor anderszins duurzame appels relatief hoog en die voor reguliere appels relatief laag. Handappels werden niet tegen een korting in het buitenland verkocht. De binnenlandse en buitenlandse afzet waren in 2025 ongeveer even winstgevend. Industrieappels leverden slechts 30-35% op van de verkoopprijs van handappels, anderszins duurzame industrieappels net iets meer.

Tabel 4.3 Bruto- en nettomarges voor drie productvarianten in drie schakels van de appelketen (2024)

		Brutomarge	Nettomarge	
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel
Regulier	Landbouw	53%	€ 0,14	17%
	Groothandel	19%	€ 0,05	3%
	Supermarkten	28%	€ -0,01	-1%
Anderszins duurzaam	Landbouw	33%		
	Groothandel	53%	€ 0,04	3%
	Supermarkten	14%	€ -0,29	-16%
Biologisch	Landbouw	40%		
	Groothandel	31%	€ 0,03	1%
	Supermarkten	29%	€ -0,08	-2%

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?

De prijsvorming van appels wordt primair bepaald door seizoenspatronen en beschikbaarheid. Na de oogst dalen de prijzen als gevolg van het grote aanbod. Daarna lopen de prijzen geleidelijk op door opslagkosten en afnemende volumes gedurende het seizoen. De appelproductie in de EU was in 2024 4% lager dan in 2023. De productie van appels voor de versmarkt was 21% lager in België, 16% lager in Polen en 9% lager in Duitsland en slechts 2% lager in Nederland, maar wel 4% hoger in Frankrijk en 6% hoger in Italië (Eurostat, 2026). Nederlandse telers profiteerden in 2025 van de kleine productie in de buurlanden, waar dezelfde appellrassen geteeld worden.

Ook de kwaliteit en segmentatie binnen de oogst zijn bepalend. Het onderscheid tussen consumptieappels en industriefruit heeft een directe invloed op de gemiddelde opbrengstprijs, waarbij een groter aandeel industriefruit leidt tot lagere gerealiseerde opbrengsten. Tegelijkertijd beïnvloedt de productmix het prijsniveau, doordat de categorie reguliere appels vaak ook geïmporteerde rassen omvat met een hogere consumentenprijs, terwijl duurzame appels voornamelijk uit Nederland afkomstig zijn. Voor biologische appels in het bijzonder gelden hoge productierisico's wat betreft de opbrengst per hectare en afgekeurde appels vanwege de strenge kwaliteitscontrole.

De prijsvorming wordt verder beïnvloed door de wijze waarop prijzen tot stand komen in de keten. In de praktijk worden prijzen vaak bepaald via aanbestedingen en contractonderhandelingen. Retailstrategieën spelen eveneens een belangrijke rol. Supermarkten hanteren bewust stabiele consumentenprijzen en maken gebruik van promoties en prijsacties om volumes te sturen. Dit zorgt ervoor dat kostenstijgingen in de keten slechts beperkt worden doorgegeven aan de consument. De Nederlandse supermarkten hebben de stijging van de inkooprijzen in 2024 niet doorberekend aan consumenten, omdat appels een belangrijke rol spelen bij het trekken van klanten.

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

Voor Beter voor Natuur & Boer-appels wordt via de Stichting Natuur & Boer direct een vergoeding aan de telers gegeven. In 2025 bedroeg die vergoeding 9,7 cent per kg product. Voor On the way to PlanetProof-appels geven sommige supermarktketens een vergoeding aan de leveranciers. Het is niet duidelijk of deze vergoeding ook doorgegeven wordt aan de telers. De vergoeding voor de meerkosten maakt deel uit van een bruto-uitbetaalprijs. Voor biologische appels komt de meerprijs tot stand via vraag en aanbod. Volgens de informatie die in de interviews werd gegeven, is de meerprijs voor biologische appels vaak onvoldoende om hogere kosten en lagere opbrengsten (door uitval en classificatie als industriefruit) volledig te compenseren.

Voor de groothandel geldt dat de meerprijzen en meerkosten min of meer met elkaar in evenwicht waren in 2024 (Tabel 4.4). Voor supermarkten waren de meerkosten voor zowel anderszins duurzame als biologische appels in 2024 hoger dan de meerprijs. De supermarkten hebben de stijging van de inkooprijzen voor een belangrijk deel voor hun rekening genomen.

Consumenten betaalden in de supermarkt een meerprijs voor biologische producten van € 1,50 per kg. Voor anderszins duurzame appels was dit ogenschijnlijk niet het geval. De onderzoekers geloven dat dit komt doordat anderszins duurzame appels Nederlandse standaardappels zijn en reguliere appels voor een belangrijk deel geïmporteerde appels zijn met een in Nederland exclusiever karakter.

Tabel 4.4 *Verhouding tussen meerprijzen en meerkosten van duurzamere appels ten opzichte van de reguliere productvariant, in euro per kg (2024).*

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Verschil
Anderszins duurzaam	Landbouw	nb	nb	nb
	Groothandel	€ 0,12	€ 0,12	€ 0,00
	Supermarkten	€ -0,60	€ -0,33	€ -0,27
Biologisch	Landbouw	€ 0,30 a)	nb	nb
	Groothandel	€ 1,01	€ 1,02	€ -0,01
	Supermarkten	€ 1,50	€ 1,57	€ -0,07

nb = niet bekend.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten voor één of meerdere schakels?

Het is de vraag of de meerkosten van On the way to PlanetProof en biologische appels geheel vergoed worden, omdat er geen harde, transparante, afdwingbare afspraken over gemaakt worden. Sommige telers geven aan dat de kosten voor certificering en audits oplopen als telers meerdere, overlappende keurmerken hebben. Hier komen de administratieve lasten (tijd en moeite) nog bovenop.

Appels met een niet-biologisch duurzaamheidskeurmerk hebben geen meerwaarde in het buitenland. De gemiddelde opbrengstprijs is een gewogen gemiddelde van de opbrengstprijs in Nederland (wel een meerprijs) en het buitenland (geen meerprijs). Nederlandse appels worden echter primair in Nederland afgezet. Als er appels in het buitenland verkocht worden, gaat het doorgaans om een tijdelijk overaanbod. Het is waarschijnlijk dat er in 2024 Nederlandse appels in België en Duitsland verkocht zijn, omdat de productie daar toen tegenviel. De appelprijzen waren toen echter hoger in geheel Noord-Europa.

In de interviews en het online onderzoek geven telers aan dat de supermarkten verantwoordelijk zijn voor het feit dat de meerkosten voor duurzaamheidsprogramma's niet volledig vergoed worden. In 2024 trokken supermarkten echter aan het kortste eind waar het prijsvorming betrof. Merk op dat de onderzoekers voor dat jaar geen inzicht hebben in de nettomarges van biologische en anderszins duurzame appels. De prijsvorming van appels in de supermarkt in 2024 illustreert dat het voor supermarkten niet eenvoudig is om de meerkosten van duurzame producten door te berekenen. De onderlinge concurrentie tussen de diverse supermarktketens houdt de consumentenprijzen laag bij een 'trekker' (*traffic generator*) als appels.

Voor duurzame appels geldt wel dat het risico op een misoogst en kwaliteitsverlies groter is dan voor reguliere appels (Bijlage 1 van het Hoofdrapport). Dit verhoogde risico hangt samen met beperkingen aan en vertragingen in de toelating van (biologische) gewasbeschermingsmiddelen. Bij kwaliteitsverlies komen relatief veel appels in de verwerkende industrie terecht. De inkoopprijs in de industrie is 35% van de inkoopprijs in de groothandel in fruit. Als er veel appels worden afgezet aan de industrie, komen de gemiddelde opbrengsten onder druk.

5 Tomaten

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt naar tomaten onder glas gekeken en staat de keten voor tomaten in Nederland centraal. Er wordt specifiek gekeken naar de ontwikkelingen tussen 2023 en 2024.

De keten voor tomaten bestaat grofweg uit zaadveredelingsbedrijven, opkweekbedrijven en andere toeleveranciers, de primaire producenten, telersverenigingen en de groothandel en detailhandel, waarbij de focus ligt op de supermarkten (Figuur 5.1). Nederlandse tomaten worden bijna volledig voor de versmarkt geproduceerd. Producten die niet aan de consumenteneisen voldoen komen terecht in de verwerkende industrie. Nuttige aanwending van dergelijke producten worden gestimuleerd door de afspraak dat Nederland de hoeveelheid verspild voedsel wil halveren vóór 2030 ten opzichte van 2015 ([Vermindering voedselverspilling | Voeding | Rijksoverheid.nl](#)). Door deze stromen afgekeurde tomaten te gelde te maken wordt er, in vergelijking met de onverwerkte verkoopbare tomaten, een beperkte omzet mee gerealiseerd (bron: CBS-PRODCOM-statistieken). Vooral in Zuid-Europa (zoals in Spanje en vooral Italië) worden tomaten akkerbouwmatig geteeld en gebruikt als grondstof voor ingeblikte gepelde tomaten, tomatenblokjes of tomatenpasta.

Tomaten vormen samen met komkommers en paprika's de drie belangrijkste gewassen in de Nederlandse glasgroenteteelt. Ook de productie van aardbeien onder glas is van belang; het areaal aardbeien onder glas steeg sterk in de laatste tien jaar (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2025e). Dit jaar ligt de nadruk (in tegenstelling tot eerdere uitgaven van de monitor) iets meer op het totaal van glasvoedingstuinbouwproducten. Deze focus komt vooral terug in enkele figuren en resultaten uit de gehouden enquête.

Conclusies Agro-Nutrimonitor 2025

In de vorige monitor bleek dat de diverse productvarianten in de achtereenvolgende schakels in de tomatenketen een vergelijkbaar aandeel in de brutomarge hebben. De vraag is of dat nu ook weer het geval is. De primaire producenten ontvangen de helft, de supermarkten een derde en de groothandelaren de rest. Supermarkten hebben een positieve nettowinstmarge op reguliere tomaten, waaronder merktomaten en anderszins duurzame tomaten, al is die nettowinst beperkt. Ze draaien echter verlies op biologische tomaten. De groothandel heeft overigens wel een positieve nettomarge op biologische tomaten. De primaire producenten maakten in de periode 2021-2023 winst, al was deze winst lager dan in de periode 2018-2020. Omdat tomatenbedrijven warmte, elektriciteit en CO2 nodig hebben voor de teelt, beschikken veel tomatentelers over een bedrijfsinrichting om bijvoorbeeld gas om te zetten in deze producten. De productie van energie en leverings- of verkoopafspraken met externe partijen over energieproducten maken het voor producenten mogelijk om een afweging te maken tussen het inzetten van deze energieproducten voor de teelt of het verkopen van deze producten op momenten waarop dat gunstig is. Deze bedrijven moeten dus continu de afweging maken tussen energie aankopen, energie verkopen en energie gebruiken voor de teelt. Uiteraard moet bij deze afweging rekening worden gehouden met weersomstandigheden en afzetafspraken. Zeker in 2022, toen de energieprijzen hoog waren, beïnvloedde deze afweging de productie, maar ook de kosten en opbrengsten van tomatenbedrijven.

Teelt en afzet

Nederland is een grote exporteur van glasgroente, vooral omdat de Duitse en Britse productie veel lager is dan de consumptie. Telersverenigingen zijn in de tomatenteelt en de glastuinbouw in het algemeen belangrijker dan in de andere plantaardige teelten die in dit rapport besproken worden. De telersverenigingen verkopen tomaten namens de teeltbedrijven aan de vervolgschakels in de keten. Tomaten worden vooral via supermarkten aan de consument verkocht, maar ook via speciaalzaken en markthandel. Daarnaast worden tomaten ook via horeca (restaurants, cateringbedrijven) en in bedrijfskantines aangeboden. Tomaten en andere glasgroenten kunnen niet lang worden bewaard en dienen daarom relatief snel na de oogst verkocht te worden. Telers en telersverenigingen proberen de oogsthoeveelheden dan ook zeer nauwkeurig in te schatten, opdat afnemers zich zo goed mogelijk op deze hoeveelheden kunnen voorbereiden en eventuele overschotten met reclameacties in de markt kunnen zetten.

Tomaten komen in vele vormen voor. Grofweg zijn er drie typen: trostomaten, losse tomaten en kleine snoeptomaten. Deze drie typen zijn er in verschillende kwaliteiten, vormen, kleuren, smaken en soorten verpakking, waardoor er een zeer breed assortiment tomaten beschikbaar is.

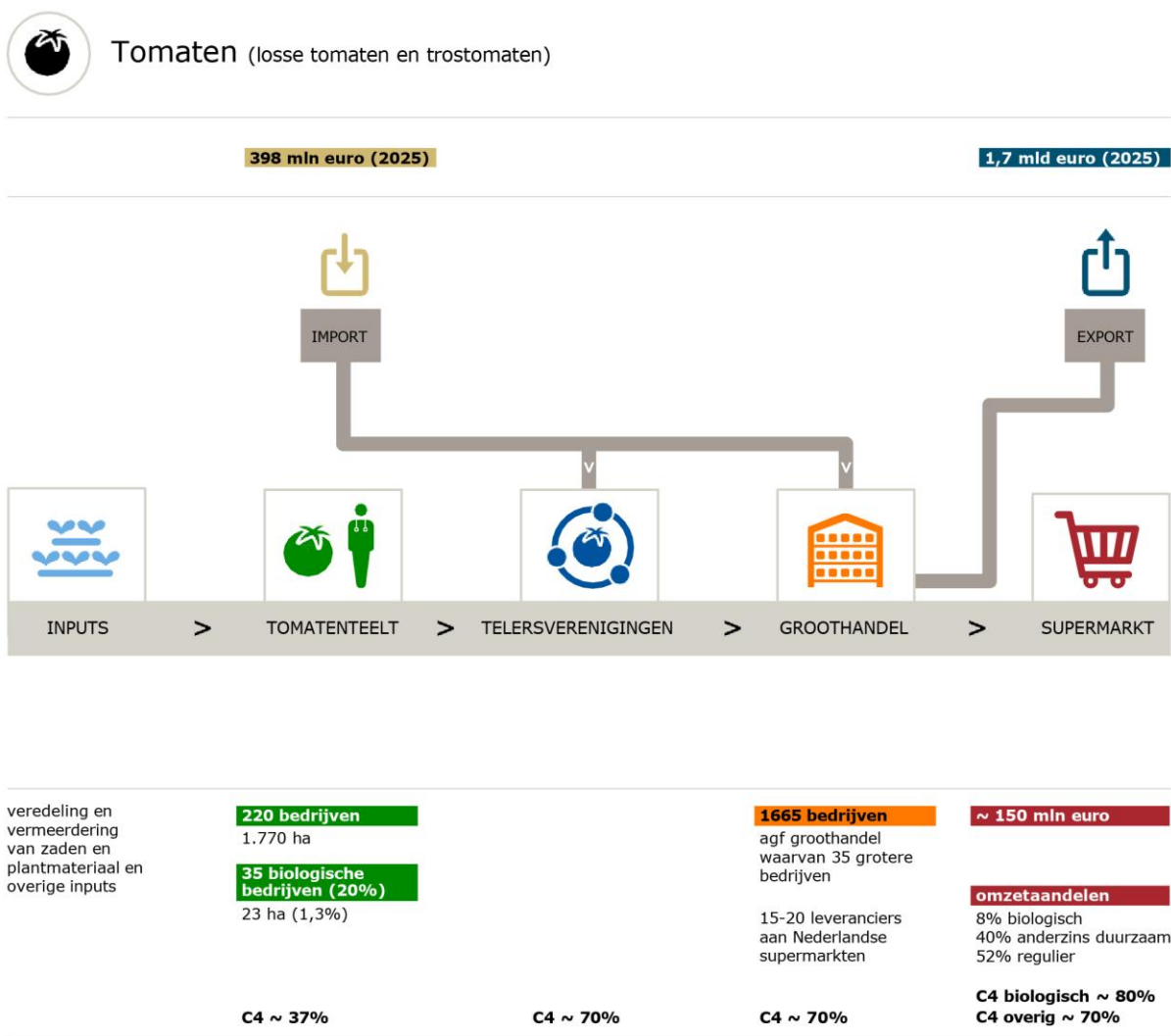
In 2024 waren er in Nederland 218 bedrijven die tomaten teelden. Het aandeel biologische bedrijven is relatief groot (20%), maar zij vertegenwoordigen slechts 1,4% van het totale tomatenareaal. Dit betekent dat bedrijven die biologisch telen gemiddeld genomen klein van omvang zijn. De standaardverdiencapaciteit in omvangklassen geeft aan dat bij reguliere bedrijven bijna 81% als 'groot bedrijf' wordt aangeduid. Bij biologische bedrijven is dat circa 51%. Vooral bij het aandeel zeer grote- en middelgrote bedrijven is het verschil groot. Een reden daarvoor is dat biologische bedrijven in de grond telen en veelal meerdere gewassen telen of elk jaar wisselen van teeltproduct, onder andere om teeltziekten in de grond te voorkomen (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, 2026).

Volgens CBS-statistieken werd er in 2024 in totaal circa 829 miljoen kg tomaten geteeld in Nederland. De cijfers voor 2025 komen op ongeveer 866 miljoen kg uit. De aanzienlijk hogere productie in 2025 werd veroorzaakt door een hoger belicht areaal en een kleine stijging in het areaal zelf. Door belichting kunnen opbrengsten sterk toenemen en kan er ook in de wintermaanden volop worden geproduceerd. Daarnaast was 2025 een jaar met veel natuurlijk licht, wat de onbelichte productie stimuleerde. De biologische productie voor 2025 wordt geschat op 7 miljoen kg. Door de gestegen eigen productie nam het importvolume af ten opzichte van 2024 en steeg het exportvolume (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De importwaarde bleef nagenoeg gelijk, terwijl de exportwaarde toenam. Dit komt mede doordat de tomaten in de wintermaanden tegen hogere kosten geproduceerd worden en de opbrengstprijzen deze kosten moeten compenseren.

In 2024 waren er 92 tomatentelers met het keurmerk On the way to PlanetProof in Nederland, met een totaal areaal van 1,288 hectare. Ook waren er 10 telers met het keurmerk in België en Spanje, en 56 in andere landen. Meer recente cijfers zijn niet voorhanden. Er waren in 2024 vijftien Beter voor Natuur & Boer-tomatentelers.

In vergelijking met 2024 is het aantal telers niet noemenswaardig veranderd in 2025. Ook het aantal telersverenigingen en handelaren is ten opzichte van 2024 nauwelijks gewijzigd. Agro Care, het grootste glastuinbouwbedrijf in Nederland, nam Nordic Greens over, een bedrijf dat in Denemarken en Zweden productielocaties heeft. Ook nam de tomatenteler Bryte een belang in A&A Growers en gaat hij samenwerken met Tanet Earth (beide gevestigd in het Verenigd Koninkrijk). Dergelijke ontwikkelingen ondersteunen de internationale oriëntatie van grotere producenten.

De producentenorganisaties in Nederland die verenigd zijn in de Federatie Vruchtgroenteorganisaties (FVO) lanceerden in 2025 het Green Growing Expertise Center. Dit is een plek waar telers, onderzoekers en experts samenwerken aan praktische oplossingen voor de verduurzaming van de teelt. Ook startte telersvereniging Growers United samen met SAIA een onderzoek naar een nieuw teeltsysteem, met name gericht op een revolutionair teeltsysteem met meer automatisering van de teelt. De FVO startte in 2024 een driejarig onderzoek getiteld '100% groen geteeld'. Het project is gericht op het uitfasen van chemische middelen in zeven verschillende teeltvormen van glasgroenten en op het 100% telen met biologische middelen en daarbij een rendabele teelt te behouden. Hierbij wordt niet alleen gekeken naar bestrijdingsmiddelen en de plant zelf, maar ook naar veranderingen in bedrijfsuitrusting en de inrichting van de teelt en kas. De FVO geeft zelf aan dat ze 85% van de geproduceerde vruchtgroenten vertegenwoordigt. Sinds 2024 zijn Seasun, Looye en Fossa Eugenia aangesloten als partner. Zij participeren in de projecten van de FVO. Daarnaast werkt de FVO naar eigen zeggen samen met glasgroentetelers en glasgroenteproducentenorganisaties: Van Gog Kwekerijen, Harting Holland, Wim Peters Kwekerijen en Kompany.



C4: gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven.
Bron: CBS Landbouwteelt, Internationale handelsdata, Bedrijveninformatie; informatie van bedrijven

Figuur 5.1 Nederlandse tomatenketen 2025.

Groothandel

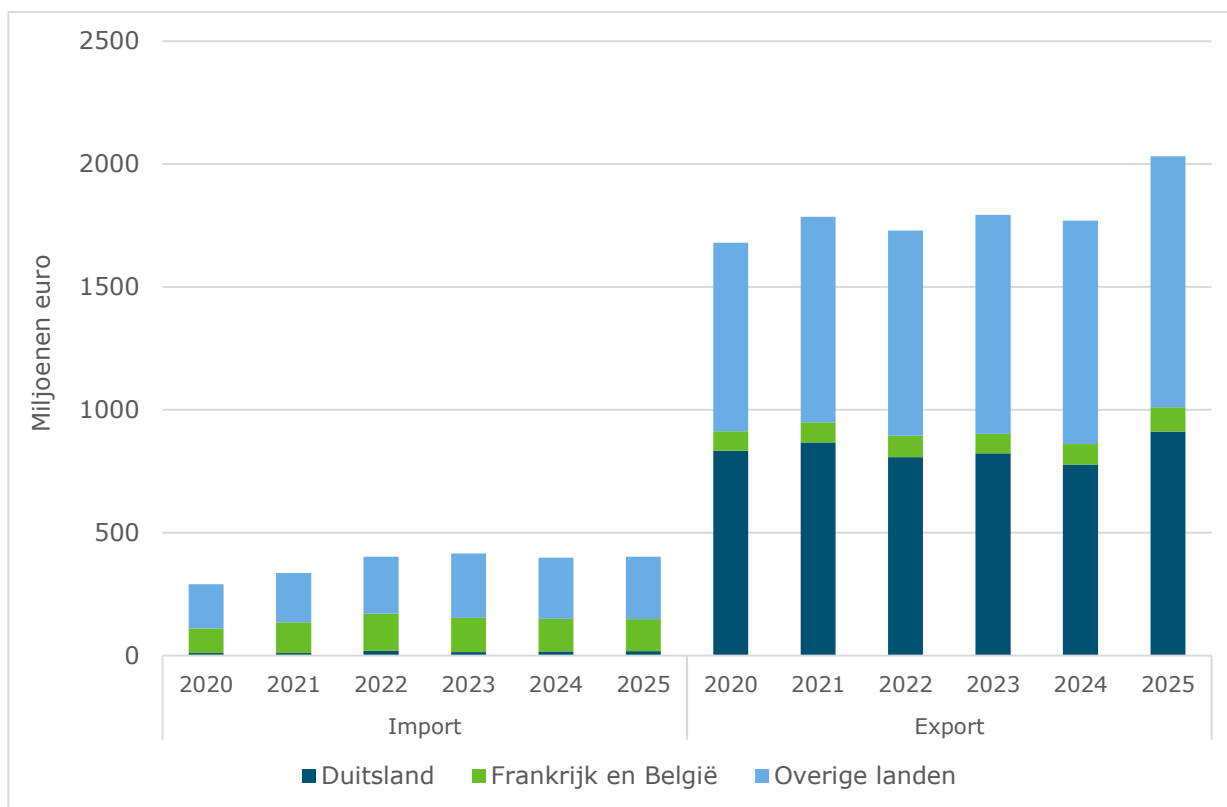
In Nederland zijn er 1.440 groothandels in aardappelen, groenten en fruit. Een klein aantal hiervan (ongeveer 30 bedrijven) heeft meer dan honderd medewerkers. Sommige groothandelsbedrijven of importeurs en exporteurs zijn gespecialiseerd in glasgroenten. Er zijn vijftien tot twintig bedrijven die leveren aan de Nederlandse supermarktketens. Dit zijn groothandelaren, telersverenigingen en soms individuele telers. Telersverenigingen werken soms ook samen met groothandelsbedrijven onder de paraplu van het moederbedrijf. Deze groothandelaren kopen dan producten van eigen telers en combineren die met producten van andere telers.

Volgens de Rabobank heeft de groothandel te maken met allerlei uitdagingen, zoals klimaatverandering, geopolitieke spanningen en hogere klanteisen. Vanwege het grote aantal product-markt-afzetkanaalcombinaties en de vele verschillende activiteiten in de AGF-keten blijft er volgens de Rabobank ruimte voor de AGF-groothandelssector, zeker wanneer bedrijven durven te kiezen en zich specialiseren in een bepaalde product-markt-afzetkanaalcombinatie én daarbij sterke relaties opbouwen met ketenpartners. Naast leveringszekerheid kunnen bedrijven zich onderscheiden met kwaliteit, service en risicospreiding. Voor sommige afzetkanalen, zoals grote supermarktketens, blijven prijs en betrouwbaarheid essentieel bij de keuze voor een AGF-leverancier, geeft de Rabobank aan. Voor deze spelers zijn schaalgrootte en efficiëntie van groot belang, zeker in de verdringingsmarkt die de voedingsmiddelenmarkt in Europa is geworden (Rabobank, 2026).

Import en export van tomaten

De Nederlandse tomatenexport steeg in 2025 met 15% ten opzichte van 2024 naar ruim € 2 miljard. Daarmee zijn tomaten een van de belangrijkste exportproducten van Nederland. De importwaarde steeg met 1% tot € 400 miljoen. Het exportvolume nam 14,3% toe, terwijl het importvolume met ruim 9% afnam. Het exportvolume is hiermee weer terug op het niveau dat het in 2019 en 2020 ook had.

De internationale handel in tomaten wordt verklaard door seizoensverschillen. Het Noord-Europese productieseizoen is de zomer; het Zuid-Europese productieseizoen is de winter. In Europa zijn er twee grote exporterende landen als het om consumptie-tomaten gaat. Dat zijn Nederland (zomer) en Spanje (winter). Buiten Europa zijn Marokko, Egypte en Tunesië de belangrijkste exporteurs van tomaten naar Europa. De laatste jaren is de tomatenteelt in Marokko sterk gegroeid. Om de interne markt te beschermen, heeft de EU afspraken gemaakt met Marokko over de hoeveelheid tomaten die op bepaalde momenten van het jaar naar Europa mag worden geëxporteerd. Het teeltseizoen in Marokko valt namelijk samen met de teelt van tomaten in Spanje en Zuid-Frankrijk, wat tot concurrentie en discussies leidt. De Marokkaanse export is goed voor de Europese consument, maar niet voor de Zuid-Europese tomatentelers.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Internationale handel.

Figuur 5.2 Nederlandse import en export van verse tomaten, in miljoen euro (2020-2025).

Wat tomaten betreft, is Duitsland het belangrijkste exportland van Nederland. In 2025 ging 45% van de exportwaarde en 38% van het volume naar Duitsland. Daarna volgt het Verenigd Koninkrijk met respectievelijk 18% aan waarde en 17% van het volume. Op ruime afstand volgen Polen (5% en 6%), Zweden (4% en 5%) en Italië (4% en 6%) als belangrijkste bestemmingen. Nederland is overigens de op twee na belangrijkste afzetmarkt: 10% van het tomatenaanbod wordt in Nederland afgezet.⁹

Wat de import betreft is Spanje de belangrijkste handelspartner van Nederland. Op jaarbasis wordt 26% van de waarde en 27% van het volume van de totale tomatenimport uit Spanje geïmporteerd. België (20% waarde en 17% volume) en Marokko (17% waarde en 20% volume) completeren de top-3. Frankrijk en Tunesië zijn nummer 4 en 5. Het aandeel in het totaal voor beide landen ligt voor zowel de waarde als het volume rond de 13%. Deze percentages veranderen naar gelang het seizoen. Overigens is het niet ondenkbaar dat de import uit Frankrijk herexport uit Marokko betreft (Europese Commissie, 2026).

Voor de handel in biologische tomaten zijn er geen aparte cijfers beschikbaar. Alleen de volumestromen die vanuit niet EU27-landen naar de EU27-landen worden verhandeld zijn bekend. Hieruit blijkt dat biologische tomaten vooral uit Marokko en Senegal worden geïmporteerd naar de EU27 en dat alleen Spanje deze tomaten importeert (Europese Commissie, 2026). Het ging hierbij in totaal over 547 ton. Nederland importeerde dus geen biologische tomaten uit landen buiten de EU27.

⁹ <https://groentenfruihuis.nl/files/12504/Factsheet-tomaat-2024-GroentenFruit-Huis.pdf>.

Detailhandel en consumptie

Vanwege de grote afzet van Nederlandse tomaten in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk speelt de Nederlandse afzetmarkt een relatief beperkte rol. Voor een groot deel is de markt in Nederland opgedeeld in bestaande relaties die al jaren bestaan. Zoals ook in de vorige editie van de monitor aangegeven, bestaat er een vaste relatie tussen een groep telers, Bakker Barendrecht (handel) en Albert Heijn (supermarkt). Ook andere supermarktketens en de inkooporganisatie Superunie hebben een vergelijkbare strategische relatie opgebouwd. In zulke ketens worden onder andere afspraken gemaakt over duurzaamheidsstandaarden, bijvoorbeeld Beter voor Natuur & Boer voor Albert Heijn (vijftien telers) en On the way to PlanetProof voor alle andere Nederlandse supermarktketens.

Leveringszekerheid is van groter belang geworden voor Nederlandse supermarkten. Door weersinvloeden, geopolitieke onrust of distributieproblemen is de levering uit andere gebieden minder betrouwbaar. Nederlandse supermarkten hebben ook een grotere voorkeur gekregen voor het Nederlandse kwaliteitsproduct, hoewel er in de winterseizoenen 2021/2022 en 2022/2023 soms noodgedwongen uitgeweken moest worden naar Spanje of een ander productieland. Overigens komt het regelmatig voor dat Nederlandse bedrijven betrokken zijn bij productielocaties in de buitenlandse productielanden. De voorkeur van de Europese retailsector gaat de laatste jaren uit naar het Nederlandse product, zeker nu de hoeveelheid belichte teelt in Nederland weer op peil is. Deze producten voldoen jaarrond aan specificaties waar de Europese retailsector naar vraagt, en de levering is betrouwbaar.

Tomaten zijn met afstand de meest gekochte groente in Nederland (10% van het totale aankoopvolume verse groenten in 2025). Daarna volgen komkommers (8%), verspakketten (7%) en wortels (6%). In de horeca staat tomaat op plek drie met 8% van het totale inkoopvolume van groenten en fruit (GroentenFruit Huis, 2026). Uit een eerdere factsheet van het GroentenFruit Huis over tomaten blijkt dat er in Nederland per persoon 5,4 kg tomaten per jaar wordt geconsumeerd (GroentenFruit Huis, 2024). De tomaat nam verder afstand van de nummer 2, de ui (aantal kilo's niet bekend) en komkommer (5,2 kg per persoon in 2024). De consumptie van groenten steeg 1% in 2025.

In Nederland kocht de consument in 2025 met name trostomaten (48%), gevolgd door cherrytomaten (39%). De overige 13% bestaat uit diverse soorten losse tomaten, zoals vlees- en ronde tomaten. Van dit laatste type is het aandeel sterk gedaald, van 10% in 2020 naar 1% in 2025. Veel van deze losse tomaten gaan naar het Verenigd Koninkrijk, waar het consumptieaandeel van vlees- en ronde tomaten nog 30% bedraagt. De consumptie van tomaten steeg in 2025 in bijna alle Europese landen (Van den Berg, 2026).

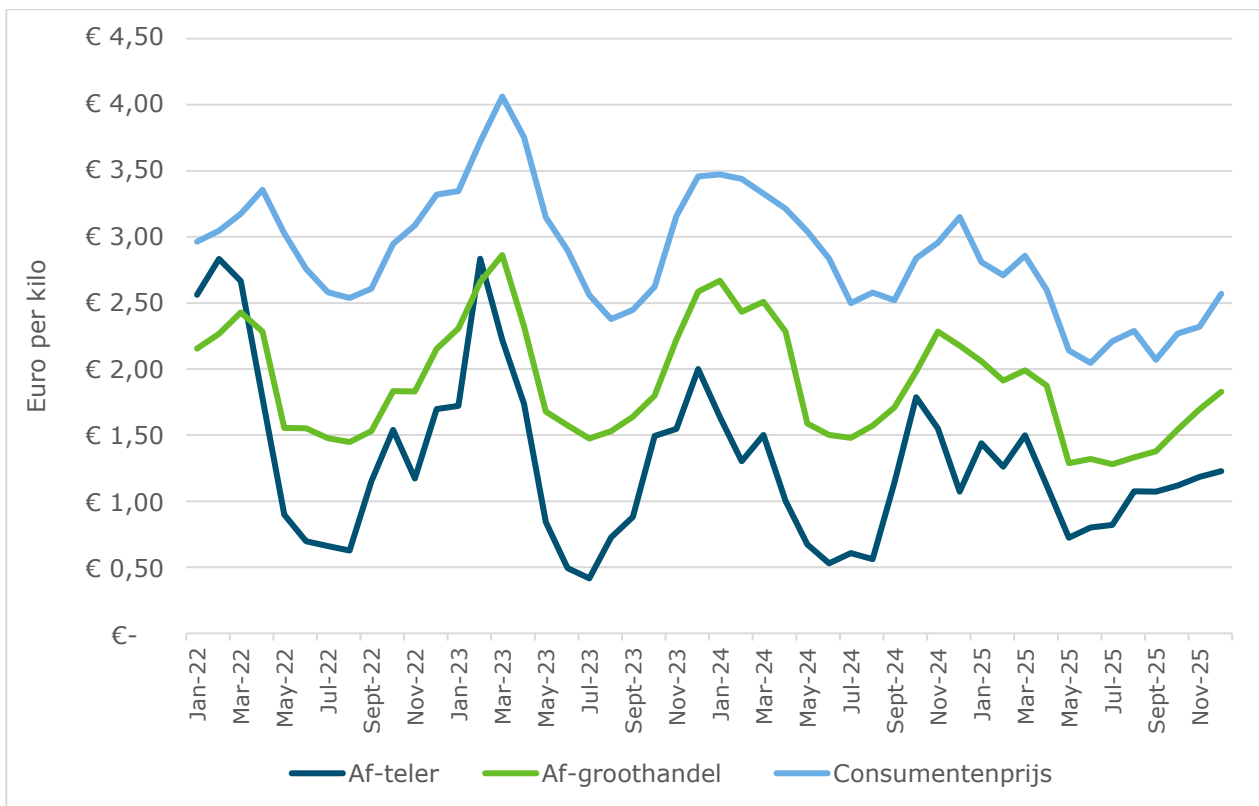
In de categorie aardappelen, groenten en fruit (AGF) is het aandeel van duurzame(re) producten in de totale consumentenaankopen tussen 2023 en 2024 met 1% gestegen. Vijftien procent van de totale bestedingen aan AGF betrof duurzaam geproduceerd voedsel met minimaal één keurmerk.

De omzet groeide van € 1.733 miljoen tot € 1.834 miljoen (Logatcheva, 2025). De bestedingen aan AGF met het Beter voor Natuur & Boer-keurmerk zijn niet meegerekend. De omzet van aardappelen, groenten en fruit met het 'On the way to PlanetProof'-keurmerk in de supermarkt bedroeg € 851 miljoen in 2024, en de omzet met het keurmerk 'biologisch' (inclusief EKO en Demeter) bedroeg € 437 miljoen (Logatcheva, 2024). Het marktaandeel biologische tomaten bedroeg 14,2% (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026).

5.2 Prijzen, kosten en marges

Prijsverloop per schakel voor reguliere tomaten

Het prijsverloop op drie niveaus geeft inzicht in de brutomarges, het verschil tussen inkoop- en verkoopprijzen, en de samenhang tussen de prijzen op de diverse niveaus binnen de keten.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.3 Prijzen van reguliere tomaten per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

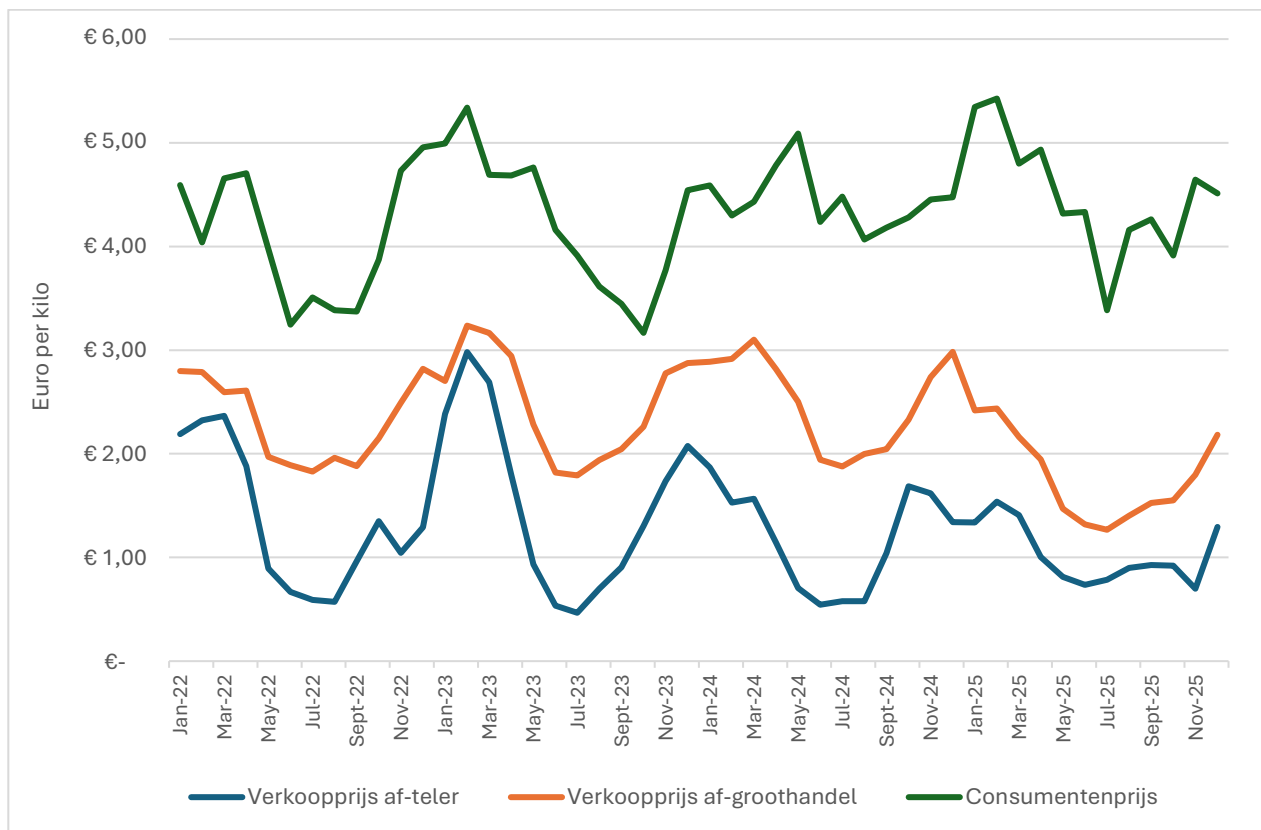
Reguliere tomaten (zie Figuur 5.3) kennen nagenoeg hetzelfde patroon als anderszins duurzame tomaten. Dat wil zeggen dat er grote prijsverschillen zijn tussen tomaten die in de zomer en in de winter worden geteeld. In de winter zijn er hogere kosten voor energie en is het aanbod aan kwalitatief goede tomaten minder groot. Ook zijn de alternatieven schaarser en met meer (teelt- en/of transport-)risico's omgeven. Omdat afnemers ook in de winterperiode leveringszekerheid willen, wordt er in deze perioden vaker per seizoen onderhandeld, terwijl de onderhandelingen in de zomer meer op de kortere termijn plaatsvinden. In het algemeen is voor elke ketenschakel dezelfde prijsontwikkeling zichtbaar, wat betekent dat de prijsveranderingen goed worden doorgegeven in de keten. Opvallend is dat de brutomarges sinds begin 2025 enigszins kleiner zijn geworden, met name tussen af-boerderij en groothandel. Deze afname wordt veroorzaakt door de grotere Europese beschikbaarheid van tomaten en het toegenomen aantal kortetermijnafspraken als gevolg van een goed groeiseizoen in Nederland en Noord-Europa. De marges tussen de verschillende ketenschakels zijn bij reguliere tomaten kleiner dan bij anderszins duurzame tomaten. Dit verschil kan worden verklaard door de grotere uitwisselbaarheid van het internationale aanbod van reguliere tomaten, wat voor prijsdruk in de keten zorgt.

Prijsverloop per schakel voor anderszins duurzame tomaten

Figuur 5.4 toont de prijzen van tomaten die anderszins duurzaam worden geteeld en afgezet worden in Nederland. In de figuur is duidelijk te zien dat er in alle ketenschakels verschillen zijn tussen winterprijzen en zomerprijzen. Opvallend is dat de piekprijzen in de wintermaanden van met name af-teler afnamen tussen 2022 en 2025. Overigens zijn de dalen ook minder diep bij de af-boerderijprijzen. De marges tussen de schakels zijn wat groter dan bij biologische tomaten. Vooral tussen de groothandels- en consumentenprijs is de marge relatief groot, terwijl de marge tussen af-boerderij en af-groothandel in de zomer wat kleiner is, vanwege goede zomerproducties.

Een belangrijke verklaring voor de daling van de af-boerderijprijzen tussen de winter van 2022 en 2025 is dat de winterproductie van tomaten in Nederland geleidelijk is hersteld sinds de normalisering van de energieprijzen, die na de Russische inval in Oekraïne sterk waren gestegen. Hoewel de energieprijzen zijn gedaald ten opzichte van de piek, liggen zij nog steeds op een hoger niveau dan vóór de energiecrisis. Het grotere aanbod aan tomaten in de winter komt tot uiting in lagere afzetprijzen op af-boerderij- en groothandelsniveau gedurende deze periode, terwijl de consumentenprijzen in de supermarkt relatief hoog blijven. Nederlandse telers hebben zich daarnaast aangepast aan de veranderde omstandigheden door te investeren in bedrijfsuitrusting, energiebesparende maatregelen te nemen en de inzet van bestaande middelen verder te optimaliseren. Hierdoor kunnen zij hun kosten beter beheersen en flexibeler inspelen op ontwikkelingen op de energiemarkt. Ook speelt mee dat de toename van belichte teelt heeft geleid tot een verschuiving in de productiepatronen. Door aangepaste teeltschema's wordt een groter deel van de productie in de winter gerealiseerd, waardoor de traditionele productiepiek in de zomer minder uitgesproken is geworden.

Naast de energiekosten zijn ook de arbeidskosten in de afgelopen jaren sterk gestegen. Dit heeft geleid tot een algemene kostenverhoging voor tomatentelers. De effecten hiervan zijn vooral merkbaar in de zomerperiode, wanneer de oogstvolumes het grootst zijn en er veel arbeid nodig is voor het binnenhalen van de productie. Omdat ook andere schakels in de keten met stijgende arbeidskosten te maken hebben, kan dit verklaren waarom de consumentenprijzen in 2025 minder sterk zijn gedaald dan de prijzen eerder in de keten.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.4 Prijzen van anderszins duurzame tomaten per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025). Prijsverloop per schakel voor biologische tomaten.

Prijsverloop per schakel voor biologische tomaten

Figuur 5.5 laat zien dat de consumentenprijs van biologische tomaten, los van de schommelingen tussen mei 2022 en januari 2024, stabiel is rond de € 5 per kg. Ook laat deze figuur zien dat supermarkten door de jaren heen een relatief vaste inkoopprijs of groothandelsprijs hebben voor biologische tomaten. Afwijkend in de stabiele lijn van de verkoopprijs af-groothandel is de periode rond de winter en het voorjaar van 2022/2023, waarin vooral in maart 2023 de af-boerderij- en consumentenprijzen hoog waren en waarbij de marge tussen de af-telersprijs en de af-groothandelsprijs totaal verdampte. Deze uitschieter is ook zichtbaar bij de andere duurzaamheidsvarianten. Er zijn verschillende oorzaken voor deze prijspiek. Door koud en onstabiel weer in Spanje, Marokko en Egypte was het internationale aanbod klein (zie ook Figuur 5.2). Daarbij was maart 2023 in Noord-Europa zeer somber met weinig zonlicht en weinig belichte teelt, waardoor de nieuwe productie ook nog niet oogstrijp was.

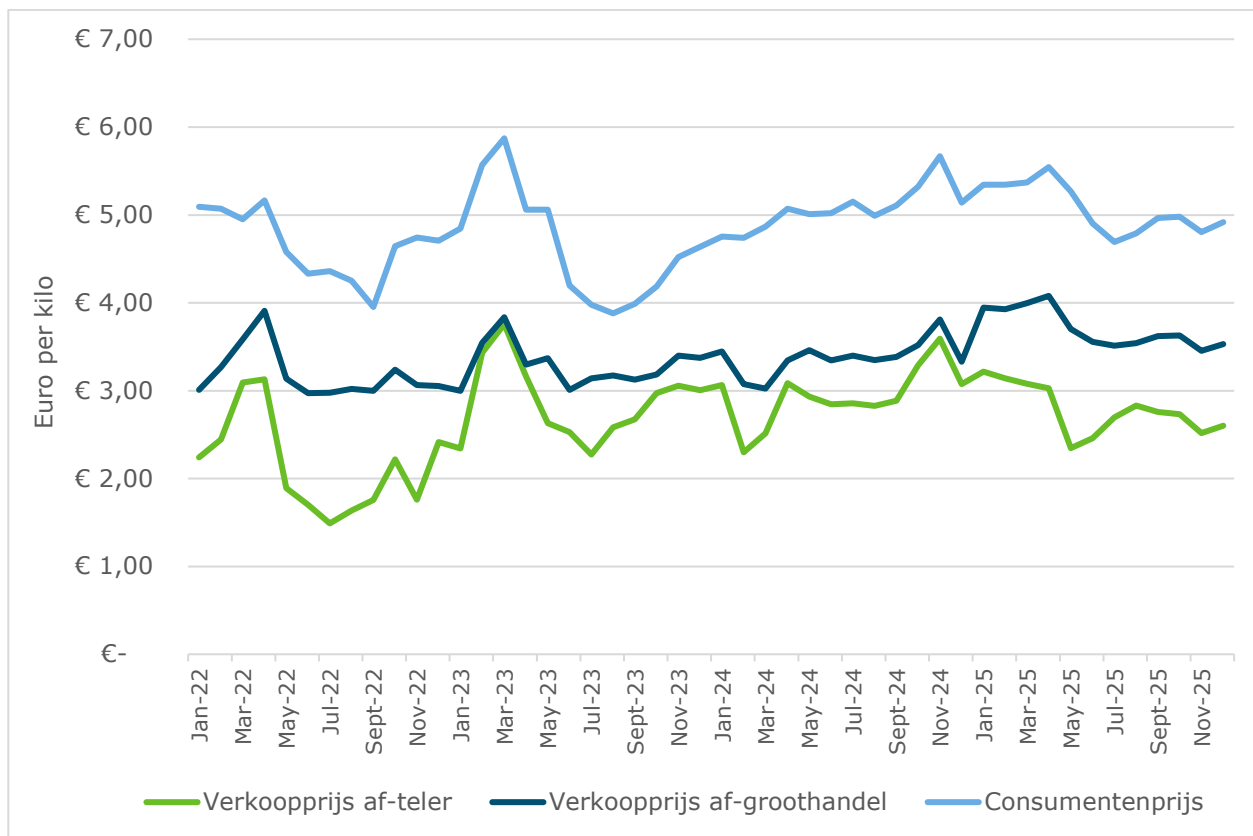
De af-groothandelsprijzen van biologische tomaten kennen een lichte stijging in begin 2025 ten opzichte van eerdere jaren. Hierbij neemt het verschil tussen de af-telersprijs, die een lichte daling inzet in 2025, en de verkoopprijs van de groothandel toe. De marge tussen deze twee ketenpartijen is tussen maart 2023 en januari 2025 klein. De groothandel heeft in deze periode slechts een minimale marge op de af-boerderijprijs. Deze marge tussen af-teler en groothandel is sinds 2025 weer gegroeid.

In Nederland is de biologische tomatenproductie klein. Het merendeel van de in Nederland verhandelde biologische tomaten komt uit Spanje. In Spanje heeft de biologische teelt natuurlijke voordelen, omdat het er warmer, droger en lichter is dan in Nederland. De biologische teelt heeft daarnaast als uitgangspunt dat er met weinig tot geen onnatuurlijke inputs (zoals gas of kunstlicht) gewerkt wordt. In Spanje zijn de kosten ook lager dan in Nederland omdat de kassen in Spanje minder high-tech zijn en de arbeidskosten er lager liggen. Beide ontwikkelingen hebben invloed op de lijnen in Figuur 5.5.

Het biologische areaal in Nederland daalde van 36 hectare in 2022 naar 24,5 hectare in 2023, en in 2024 was er slechts 22,5 hectare beschikbaar – een daling die de productie sterk terug deed vallen. In 2025 is er weer een kleine stijging (+3 hectare) van het Nederlandse areaal, naar een kleine 26 hectare.

De prijstoenname in de winter van 2025 heeft vermoedelijk te maken met de slechte weersomstandigheden in Spanje aan het begin van 2025, waardoor de productie werd verstoord en de prijzen hoger lagen dan in 2024 (www.juntadeandalucia.es, 2026). Het is mogelijk dat de verkoopprijs van de groothandel in Figuur 5.5 is vermengd met het Spaanse aanbod. De supermarktprijs volgt de Nederlandse af-boerderijprijs wel sterk door de tijd. Vanwege de beperktere beschikbaarheid van biologische tomaten zijn alle ketenpartijen meer geneigd om meer afspraken te maken voor de langere termijn.

Het algehele prijsniveau van alle schakels ligt bij biologische tomaten hoger dan bij andere typen tomaten. Aan de uiteindelijk consumentenprijs zit volgens de supermarkten wel een bovengrens waarbij biologische tomaten niet meer verkocht worden. Supermarkten kennen deze prijs, maar deze is niet achterhaald in deze studie. Hij lijkt te liggen rond € 5 per kg.

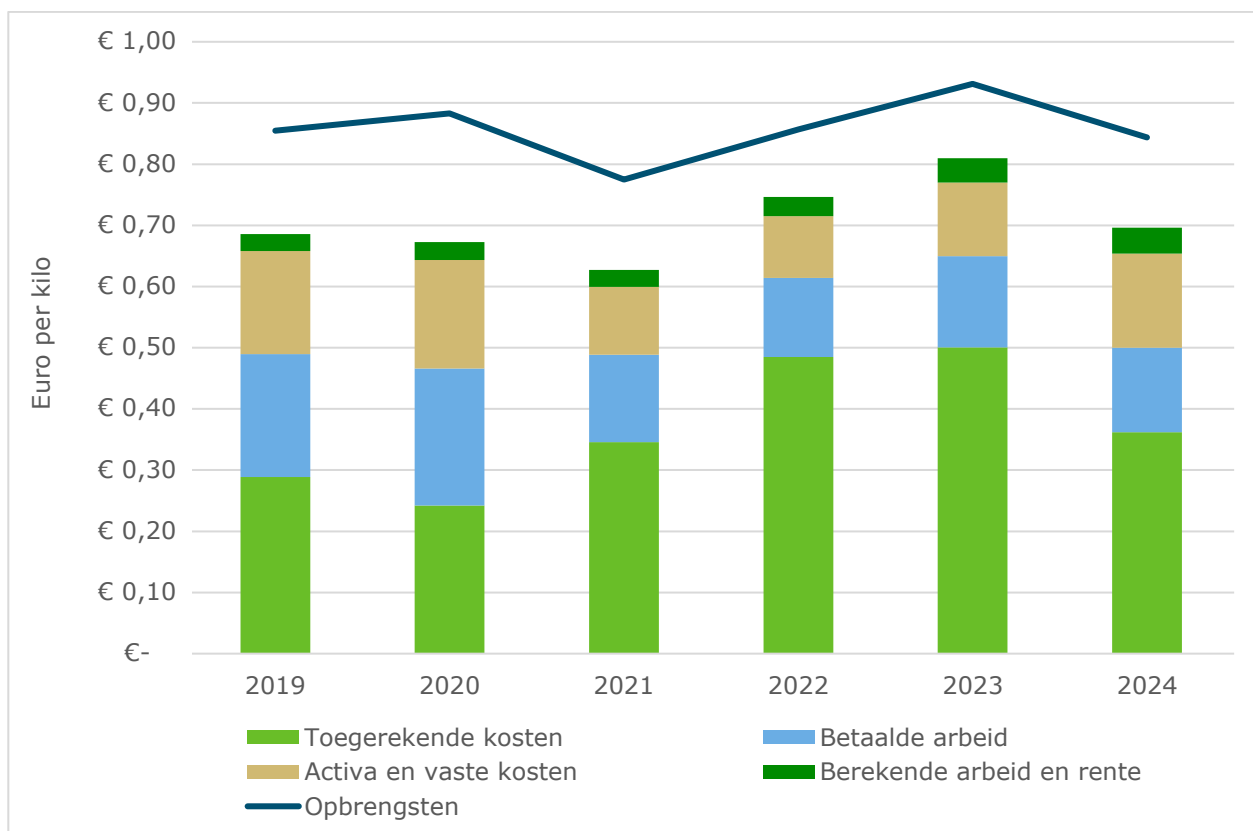


Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.5 Prijzen van biologische tomaten per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Kosten en nettomarges landbouw

In Figuur 5.6 zijn de kosten en opbrengsten per kilo tomaten van de primaire tomatenbedrijven weergegeven voor de reguliere tomatenproductie. Gegevens over biologische of anderszins duurzame geteelde tomaten zijn niet beschikbaar omdat er niet genoeg waarnemingen in het Bedrijveninformatienet zijn. In de periode 2019 tot en met 2024 zijn voor het gemiddelde tomatenbedrijf de opbrengsten hoger dan de kosten per kilo tomaat. De hoogte van kosten en opbrengsten per kilo tomaat verschilt per jaar. Vooral in de jaren 2022 en 2023 stegen de toegerekende kosten per kilo tomaat sterk door de toegenomen energiekosten, die in 2024 weer omlaaggingen. De opbrengstprijzen bewegen met de kostprijzen mee. Het jaar 2024 was in financieel opzicht een goed jaar voor tomatentelers. Ondanks een daling van de opbrengstprijzen steeg de nettomarge met 2,7 cent tot 14,8 cent per kg (Figuur 5.6 en Tabel 5.1). De kosten daalden harder dan de opbrengstprijzen: de energiekosten namen met 8,6 cent per kg af, de overige toegerekende kosten daalden met 2,6 cent, maar de kosten voor materiële activa waren 3,1 cent hoger. De nettomarge was nog niet zo goed als in 2020, toen de coronacrisis veel consumenten aanzette tot een gezondere leefstijl, maar was wel aanzienlijk hoger dan in de jaren 2022 en 2023.

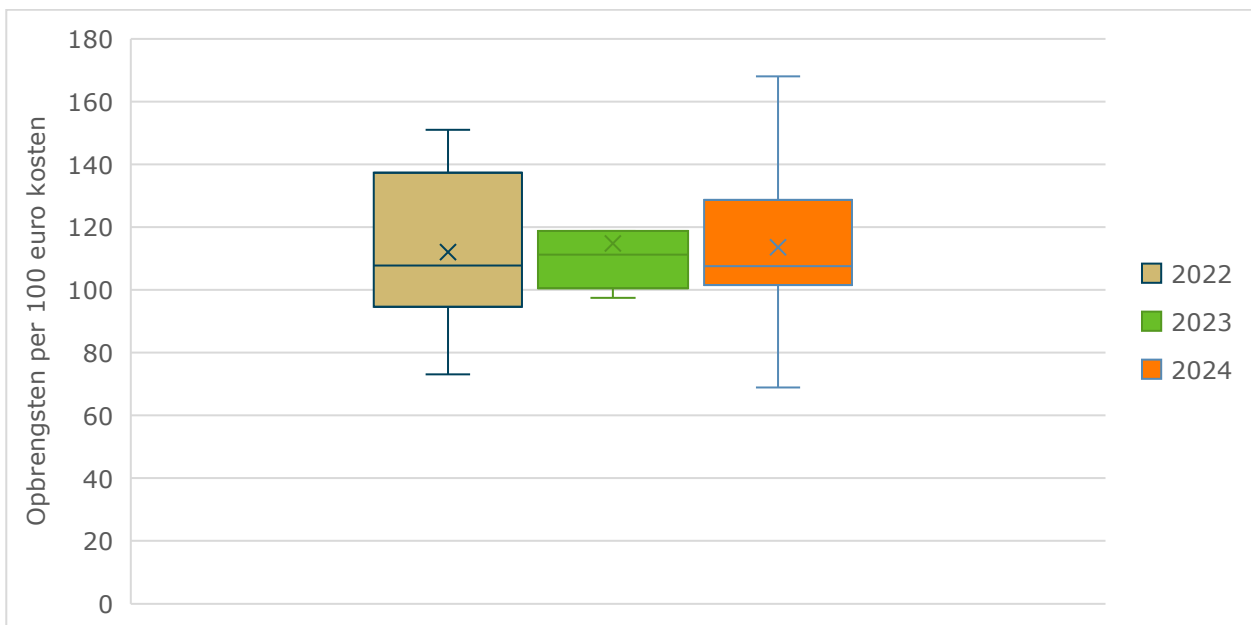


Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.6 Kosten en opbrengsten in de tomatenteelt naar bedrijfsomvang en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2019-2024). Het aantal bedrijven was gemiddeld veertien in de periode 2019-2024.

De betaalde arbeidskosten per kilo tomaten zijn na 2020 gedaald omdat er minder vraag was naar arbeid. Door extensivering, besparingen en ziektedruk (ToBRFV-virus) in de teelt lag de productie na 2020 lager, waardoor er minder arbeid nodig was voor teelthandelingen, oogsten, sorteren en verpakken. Ook kunnen verschuivingen in het assortiment (van fijne naar grove trostomaat), waardoor er meer kilo's tomaten kunnen worden geoogst in hetzelfde aantal uren, en verdere automatisering hebben bijgedragen aan lagere arbeidskosten per kilo product. Het duiden van de ontwikkeling is lastig doordat beide variabelen, zoals het aantal uren (volume) en de loonkosten (waarde) per uur en teeltopbrengsten in kilo, veranderen per jaar. Bovendien verandert de samenstelling van de steekproef van het Bedrijveninformatienet elk jaar, wat van invloed kan zijn op deze uitkomsten. Elk jaar komen er nieuwe bedrijven bij in de steekproef en vallen er enkele bedrijven af. Die bedrijven produceren niet altijd hetzelfde type tomaten en hebben ook niet per se hetzelfde arbeidskostenplaatje.

In Figuur 5.7 wordt de spreiding getoond van de rentabiliteit van reguliere tomatenbedrijven in 2022, 2023 en 2024. Bij 100% rentabiliteit worden alle betaalde en berekende kosten en afschrijvingen gedekt en is er een marktconforme vergoeding voor de inzet van eigen arbeid en kapitaal. Als er naar de spreiding van de inkomens gekeken wordt, lijdt in de periode 2022-2024 ongeveer een kwart van de tomatentelers verlies en maakt driekwart winst, waarbij de spreiding vooral in 2024 relatief groot was, en in 2023 juist klein. Een rentabiliteit van lager dan 100 hoeft niet direct tot continuïteitsproblemen te leiden, zolang de totale opbrengsten hoger zijn dan de betaalde kosten en afschrijvingen. De continuïteit van een bedrijf is van veel meer factoren afhankelijk, zoals het al dan niet hebben van een opvolger. De diversiteit van de cijfers geeft wel aan dat bedrijven sterk moeten inspelen op veranderende omstandigheden. Meer gegevens over het inkomen en de rentabiliteit zijn te vinden op www.agrimatie.nl.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.7 Spreiding in de rentabiliteit in reguliere tomatenteelt, in euro opbrengsten per 100 kosten (2022-2024).

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Beleving telers met betrekking tot prijsvorming

Volgens de antwoorden op de online vragenlijst ontving 17% van de respondenten in de glastuinbouw een meerprijs voor zijn duurzamere producten.

Voor biologische producten gaf twee derde van de respondenten aan dat ze een meerprijs ontvingen voor hun product. Biologische telers gaven echter aan dat de meerprijs die zij ontvangen de meerkosten niet (volledig) dekt. Een derde vond dat de meerprijs de kosten helemaal niet dekte, een derde dacht dat de meerprijs wel een deel van de meerkosten vergoedt maar kon daar geen percentage bij noemen, en een derde gaf aan dat tussen de 1% en 49% van de meerkosten gedekt werden.

Bij het keurmerk Beter voor Natuur & Boer gaf 40% van de respondenten aan een meerprijs te ontvangen. Bij telers met het Beter voor Natuur & Boer-keurmerk waren de antwoorden als volgt: 'niets' (40%), 'wel iets, maar onbekend hoeveel' (40%) en 'meer dan 100%' (20%).

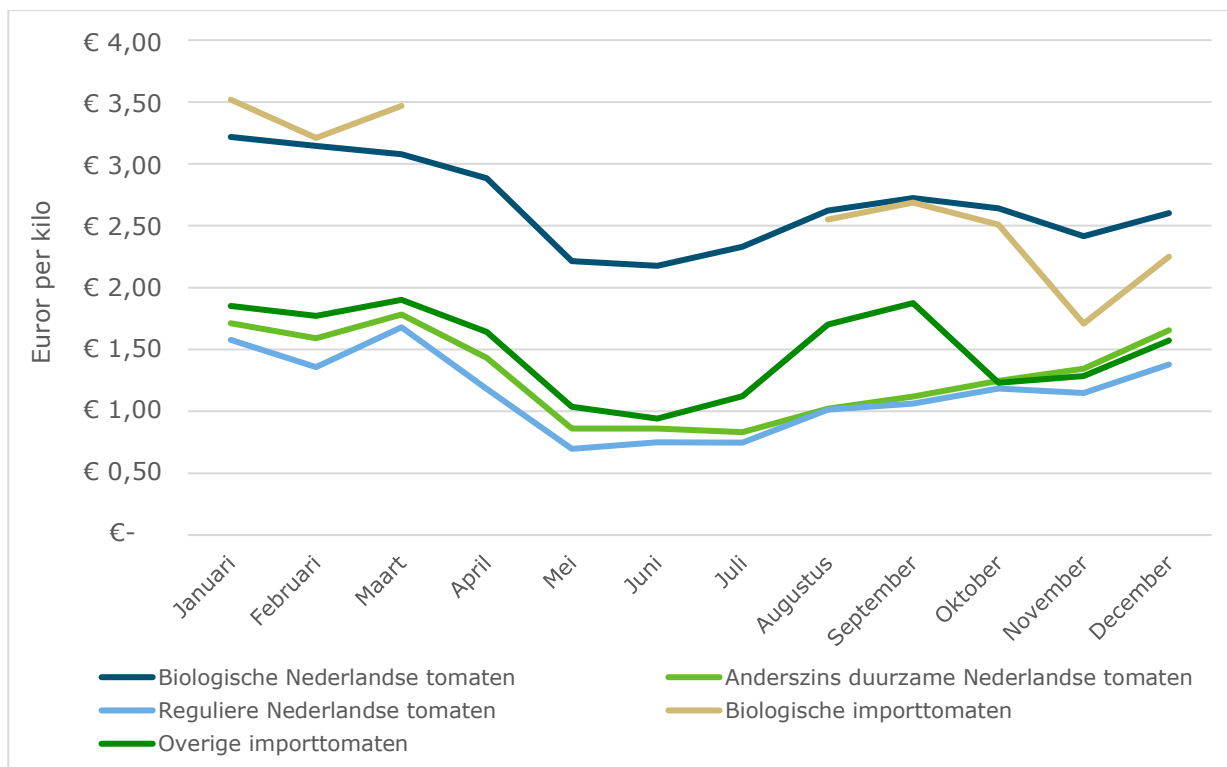
Bij telers met het keurmerk On the way to PlanetProof zei slechts 4% een meerprijs te ontvangen. Bij het 'On the way to Planetproof'-keurmerk gaven alle respondenten aan dat de meerprijs de meerkosten absoluut niet dekt. Nota bene: het aantal respondenten was klein. Zodoende moeten deze cijfers als indicatief worden beschouwd.

Nog altijd is onbekend hoe ketenpartijen de hogere berekende kosten voor het keurmerk On the way to PlanetProof verdisconteren in onderhandelingen en prijsbepalingen. De meerkosten die telers moeten maken om te voldoen aan het keurmerk On the way to PlanetProof zijn inzichtelijk gemaakt door CLM Onderzoek & Advies (Rougoo et al., 2024). Afhankelijk van het type tomaat zijn de vergoedingen € 0,009, € 0,017 of € 0,025 per kg. (Rougoo et al., 2024). Overigens bedraagt de vergoeding bij Beter voor Natuur & Boer € 0,008 per kg.

Het totaal aan verschillende certificaten zorgt voor ergernis en administratieve lasten. GroentenFruit Huis, de belangenvereniging van bedrijven die actief zijn in de afzet van groenten en fruit, heeft nu een nieuwe meetmethode (FreshProducePEFCR) geïntroduceerd, die het labyrint van regels en eisen van de steeds meer verschillende duurzaamheidseisen in de Europese groenten- en fruitsector moet stroomlijnen. Nagenoeg elke Europese supermarktketen heeft een eigen keurmerk of label waaraan eisen zitten voor de teler. Het idee is nu om één grote database te maken met gegevens over het product, waaruit labels en keurmerken hun eisen kunnen benchmarken en waarbij ketenpartijen op eventuele specifieke doelen (gerelateerd aan bijvoorbeeld arbeid, energie of water) kunnen focussen om zich zo te onderscheiden van andere labels en keurmerken. Ook de maatregelen die hiervoor nodig zijn en welke kosten die voor telers en eventueel telersverenigingen en handelspartijen met zich meebrengen, worden inzichtelijk gemaakt. De meerkosten zijn dan voor alle schakels zichtbaar en er kan openlijk onderhandeld worden over welk deel van de kosten eventueel door wie betaald zou moeten worden. Deze meetmethode zou dus de manier moeten worden om de milieuoetafdruk van telers vast te leggen, en kan tegelijk als basis dienen voor mogelijke initiatieven om de milieuoetafdruk van telers voor het voetlicht van de retail te krijgen (GFActueel, 2025). Via Europese brancheorganisaties wordt geprobeerd de steun van andere partijen in de keten voor dit systeem te krijgen. Dit vergt een lange adem en het is nog onbekend of de retailsector zich hieraan zal willen conformeren. Met behulp van de Sectorale Interventie Groenten- en Fruitsubsidie (SIG&F-subsidie) zijn telersverenigingen echter wel bezig om verdere verduurzamingen vorm te geven, zoals is aangegeven in de paragraaf 'Teelt en afzet'.

Import- en exportprijzen

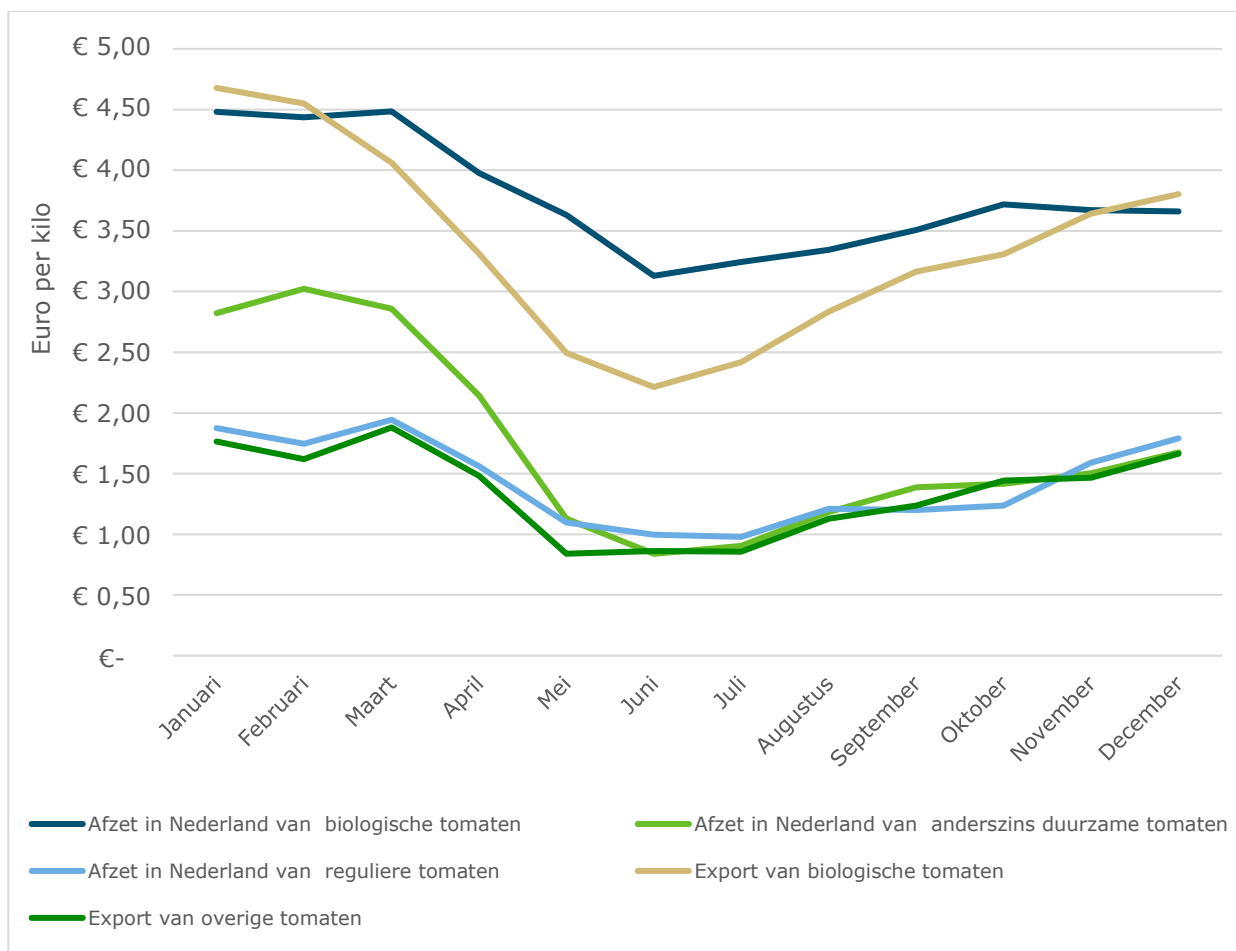
De in Nederland verhandelde tomaten kwamen in 2025 voor het merendeel uit Nederland. Van de Nederlandse tomaten was ruim driekwart anderszins duurzaam en bijna 20% regulier. Geïmporteerde biologische tomaten waren iets duurder dan Nederlandse biologische tomaten (Figuur 5.7). Geïmporteerde niet-biologische tomaten waren in 2025 iets duurder dan niet-biologische Nederlandse tomaten. Dit komt onder andere doordat tomaten vooral in de winter geïmporteed worden, wanneer tomatenprijzen relatief hoog zijn. Figuur 5.8 laat echter zien dat geïmporteerde niet-biologische tomaten in geheel 2025 duurder waren dan Nederlandse producten. Geïmporteerde biologische tomaten waren in de periode januari-maart duurder dan Nederlandse producten, en in het najaar van 2025 goedkoper.



Bron: informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.8 Inkooprijzen Nederlandse tomatengroothandel naar herkomst en duurzaamheidsvariant (2025).

Nederlandse tomaten worden voornamelijk geëxporteerd. De verkoopprijs van biologische tomaten in het buitenland was in 2025 lager dan de verkoopprijs op de Nederlandse markt (Figuur 5.9). Voor niet-biologische tomaten geldt dat de verkoopprijs van reguliere tomaten voor de Nederlandse en de exportmarkt vergelijkbaar is. Anderszins duurzame tomaten voor de Nederlandse markt brachten in de maanden januari-april 2025 meer op, maar werden in de maanden mei-december 2025 afgezet tegen verkoopprijzen die vergelijkbaar zijn met die van reguliere tomaten. Volgens de door de bedrijven verschaft informatie over kosten en opbrengsten is er nauwelijks verschil tussen de winstgevendheid van afzet in Nederland en de winstgevendheid van afzet in het buitenland. Afzet in het buitenland was in 2025 marginaal winstgevender. Uit de interviews komt naar voren dat de Noordwest-Europese markt voor tomaten geïntegreerd is en dat prijsverschillen onder concurrentiedruk verdwijnen. Er zijn wel verschillen tussen nationale markten. Britse en Nederlandse afnemers maken vaker langetermijnprijsafspraken dan Duitse afnemers.



Bron: informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 5.9 Verkoopprijzen Nederlandse tomatengroothandel naar bestemming en duurzaamheidsvariant (2025).

Kosten en marges tomaten naar schakel

De verkoopprijs van reguliere tomaten ligt boven de inkoopprijs van de groothandel. De inkoopprijs in de collecterende groothandel (niveau telersverenigingen) is lager dan die in de distribuerende groothandel, die beter vertegenwoordigd is in de gegevens dan de collecterende groothandel.¹⁰ Er zit ook een zekere mate van frictie tussen de prijsgegevens van de groothandel en de informatie over kosten, opbrengsten en marges. De brutomarges zijn lager dan het verschil tussen de inkoop- en verkoopprijzen. Dat heeft te maken met opslagen voor verpakkingen, colli's en dergelijke. De groothandel koopt jaar rond in Nederland en in het buitenland. De Nederlandse productie is hoog in de zomer, wanneer de prijzen laag zijn.

¹⁰ De collecterende groothandel koopt tomaten in bij telers en haalt de tomaten ook op. De distribuerende groothandel verkoopt tomaten aan de binnenlandse detailhandel of exporteert deze. Collecterende en distribuerende groothandelsbedrijven leveren aan elkaar. De meeste groothandelaren collecteren en distribueren, maar de nadruk ligt vaak op een van beide activiteiten.

In de groothandel liggen de inkooprijzen per kilo biologische tomaten in 2024 boven die van anderszins duurzame en reguliere productvarianten (Tabel 5.1). Het aanbod aan biologische tomaten is kleiner en de kosten voor de productie liggen hoger, met name door een lagere productie per vierkante meter, waardoor de gemaakte kosten per eenheid product hoger liggen (Bos, 2007). Ook de kosten voor biologische producten zijn bij de groothandel veel hoger dan bij de andere productvarianten. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat biologische producten een niche zijn waarbij vaak met kleinere aantallen en kleine batches wordt gewerkt per sortering, verpakking, afleverlocatie en vracht. Ook het bewaarrisico is groter in verband met een lagere omloopsnelheid.

Reguliere tomaten en anderszins duurzame tomaten kunnen beide worden beschouwd als bulkproduct. Zoals bij elk bulkproduct wordt door inkooporganisaties van de retailsector druk op de afzetters uitgeoefend om deze goederen zo goedkoop mogelijk in te kopen en de overige kosten zo laag mogelijk te houden. Anderszins duurzame tomaten blijken bij de groothandel wel duurder qua inkoop. Het zou kunnen dat dit deels een vergoeding is voor aanvullende eisen vanuit het keurmerk (o.a. Albert Heijn). Het is waarschijnlijker dat dit te maken heeft met het feit dat dit veelal Nederlandse type tomaat (dat in de wintermaanden duurder is dan het importproduct) jaarrond ingekocht wordt. In tegenstelling tot de marge voor de periode 2021-2023 die in het vorige Agro-Nutri Monitor-rapport werd vermeld, blijft er voor de groothandel in 2024 nauwelijks marge (maximaal twee cent) over op de Nederlandse afzet. Groothandelaren weten hun toegevoegde waarde dus niet te gelde te maken bij dit product. Marges moeten daarom uit andere producten komen die de groothandel passeren en naar de Nederlandse markt gaan, of er moet winst gegenereerd worden met buitenlandse afzet.

Bij de supermarkt liggen de inkoopkosten van biologische tomaten ook hoger dan die van reguliere en anderszins duurzame tomaten. Dat geldt ook voor de overige kosten (zoals die voor machines, energie, personeelskosten, gebouwen) die supermarkten hebben gemaakt in 2024. De overige kosten voor biologische producten zijn bijna twee keer zo hoog als die voor reguliere tomaten en tomaten met een anderszins duurzaam keurmerk. Van deze laatste twee categorieën liggen de overige kosten relatief dicht bij elkaar. Een deel van de hogere kosten is toe te schrijven aan derving, die hoger is voor biologische tomaten. Ondanks die kosten zijn de nettomarges voor biologische tomaten in 2024 de hoogste: 12 cent. De nettomarges bij anderszins duurzame tomaten zijn 10 cent en bij reguliere tomaten 6 cent. In verhouding tot de verkoopprijs zit er maar weinig verschil in de marge tussen de verschillende duurzaamheidstypen. De percentages zijn respectievelijk 2%, 3% en 2% (zie Tabel 5.1).

Tabel 5.1 Kosten, nettomarges en prijzen voor tomaten naar schakel en productvariant, in euro per kg (2024 a))

		Reguliere producten	Anderszins duurzame producten	Biologische producten
Landbouw	Kosten	€ 0,69		
	Nettomarge	€ 0,15		
	Verkoopprijs	€ 0,84		
Groothandel	Inkoopprijs	€ 1,89	€ 2,23	€ 3,02
	Overige kosten	€ 0,11	€ 0,26	€ 0,35
	Totale kosten	€ 2,00	€ 2,49	€ 3,37
	Nettomarge	€ 0,02	€ 0,02	€ 0,00
	Verkoopprijs	€ 2,02	€ 2,51	€ 3,37
Supermarkten	Inkoopprijs	€ 2,24	€ 1,85	€ 3,46
	Overige kosten	€ 0,85	€ 0,79	€ 1,48
	Totale kosten	€ 3,09	€ 2,64	€ 4,94
	Nettomarge	€ 0,06	€ 0,10	€ 0,12
	Consumentenprijs	€ 3,15	€ 2,73	€ 5,06

De gegevens in deze tabel sluiten niet noodzakelijkerwijs aan bij de gegevens in andere tabellen en figuren. Inkooprijzen en verkoopprijzen wijken van elkaar af omdat de gegevens afkomstig zijn uit verschillende bronnen (zie ook Hoofdstuk 2).
Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

5.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming

Om te achterhalen welke knelpunten telers van glasgroenten ervaren bij het vormgeven aan verdere verduurzaming via duurzaamheidscertificaten is een vragenlijst uitgezet onder de doelgroep. De vragenlijst stelde vragen over redenen om een Nederlands keurmerk in te voeren, factoren die de invoering van een Nederlands keurmerk belemmeren of vergemakkelijken, risico's, redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren, en redenen om te stoppen met een Nederlands keurmerk. Per onderwerp konden de respondenten maximaal vijf antwoorden aankruisen. Elk mogelijk antwoord (item) was een ja/nee-item. In totaal hebben 82 bedrijven deelgenomen aan de enquête onder glastuinbouwbedrijven, waaronder tomaten-, komkommer-, paprika-, courgette- en aardbeientelers. Met name bedrijven met het 'On the way to PlanetProof'-keurmerk (33) en het Beter voor Natuur & Boer-keurmerk (7) en biologische telers (4) reageerden op de oproep om de enquête in te vullen. Ook deden er 10 bedrijven mee met andere keurmerken.

Beweegredenen voor de aanvraag van een keurmerk

De belangrijkste redenen waarom glastuinders voor een keurmerk kiezen is omdat afnemers dit eisen (Tabel 5.2). Respondenten geven aan dat ze daarmee hun afzetzekerheid vergroten. Daarnaast geven ze aan dat het keurmerk bijdraagt aan hun (bedrijfs)imago.

Belemmeringen bij het invoeren van een keurmerk

Uit de enquête blijkt dat de belangrijkste belemmering bij het invoeren van een keurmerk is dat er geen hogere opbrengstprijz tegenover wordt gesteld. Dat geeft 57% van de respondenten aan. Een tweede belangrijke belemmering is de organisatie van de administratie en registratie van het keurmerk. Ook spelen de hoge kosten van certificering een rol. Andere belemmeringen die werden genoemd zijn de gestelde eisen, waaraan moeilijk kan worden voldaan, en de meerprijs die de extra kosten niet volledig dekt.

Stimulansen

Een belangrijk deel van de respondenten (33%) gaf aan dat juiste stimulansen ontbreken die toetreding tot een keurmerk zouden vergemakkelijken. Een klein percentage van de respondenten gaf aan dat een langere contractduur of afnamezekerheid een belangrijke stimulans is om over te stappen op een keurmerk. Ook werden financiële bijdragen in de kosten van certificering, controle of audits genoemd als positieve stimulans. Adviezen van keurmerkinstanties met betrekking tot certificering worden ook genoemd als een positieve stimulans voor het behalen van een keurmerk.

Stoppen

Respondenten die hun glasgroenten hebben laten certificeren, ervaren het proces om hun product voor het eerst gecertificeerd te krijgen in veel gevallen als uitdagend. Soms overwegen ze te stoppen met het voeren van het keurmerk, vooral wanneer er geen vergoeding in de vorm van een hogere opbrengstprijz tegenover staat. Een groot deel van de respondenten gaf dit aan. Bovendien wordt de administratie als veel werk ervaren. Ook overwegen bedrijven te stoppen wanneer er te strenge eisen worden gesteld, of als de eisen in de toekomst strenger worden. Voor sommige respondenten (21%) zijn investeringskosten of een tekort aan potentiële werknemers een reden om te stoppen.

Geen buitenlands keurmerk

Drie op de tien respondenten gaf aan geen mening te hebben over de vraag waarom zij niet zouden deelnemen aan een buitenlands keurmerk. Een aantal respondenten zei dat een te lage winstmarge of het gebrek aan een toereikende meerprijs voor de meerkosten de reden is om niet voor een buitenlands keurmerk te kiezen. Daarnaast staan de administratieve rompslomp en de strenge of strenger wordende eisen telers tegen.

Tabel 5.2 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (2026) a)

Top-4 beweegredenen (n = 54) Wat waren de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw product?	%
Afnemers stellen het keurmerk als eis	67
Geeft meer zekerheid in de afzet	30
Vergroot de afzetmogelijkheden	30
Beter voor het imago van mijn bedrijf	26
Top-4 belemmeringen (n = 54) Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van keurmerk X voor uw product?	%
Er was geen hogere opbrengstprijs	57
Het was lastig om de administratie en registraties goed te organiseren	35
De kosten van certificering waren hoog	28
Er waren eisen waar ik moeilijk aan kon voldoen	26
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	26
Top-4 stimulansen (n = 54) Wat maakte het gemakkelijker om uw product voor het eerst te laten certificeren onder het keurmerk X?	%
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	33
Lange contractduur of afnamezekerheid	17
Financiële bijdrage in certificerings- en/of controlekosten (audits)	17
Adviezen van keurmerkinstanties over certificering	13
Top-4 redenen om te stoppen met het keurmerk (n = 19) Wat waren de belangrijkste redenen om te overwegen te stoppen met keurmerk X voor uw product?	%
Er was geen hogere opbrengstprijs	68
Te veel administratie	58
Te strenge eisen, of nieuwe, strengere eisen in de toekomst	42
Te hoge investeringen en/of kosten	21
Te veel arbeid nodig	21
Top-4 redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren (n = 45) Wat zijn de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor uw product te voeren?	%
Weet niet / geen mening / niet van toepassing	29
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	27
Te veel administratie	24
Te strenge eisen, of nieuwe, strengere eisen in de toekomst	16
De totale productie wordt niet altijd tegen een meerprijs afgezet	16

a) Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.

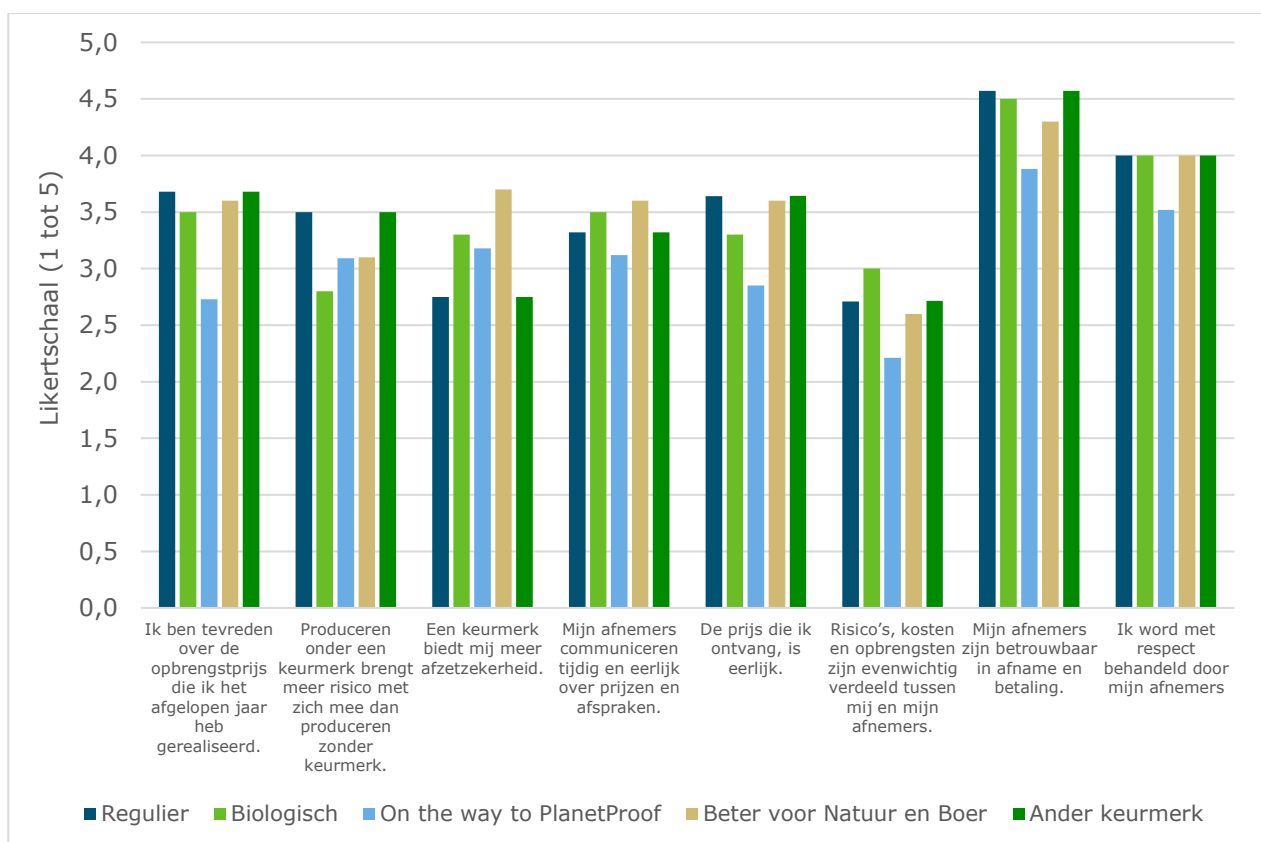
Bron: online onderzoek (2026).

Telers die met een keurmerk willen werken, moeten hun bedrijfsvoering aanpassen. Met name de certificeringskosten (inclusief jaarlijkse audits) worden als hoog ervaren, evenals de administratieve lasten die de aanvraag en later de audits met zich meebrengen. Deze kosten zijn moeilijk op te brengen voor telers met een relatief kleine omzet. Zo moeten er verschillende aanvragen voor certificaten, waarvan de eisen deels overlappen, door verschillende instanties telkens opnieuw worden ingediend en gecontroleerd. De diversiteit aan keurmerken vraagt van telers dat zij goed op de hoogte zijn van alle verschillende eisen die worden gesteld.

Vaak leggen keurmerken bovenwettelijke beperkingen op aan het gebruik van (bepaalde) gewasbeschermingsmiddelen, waardoor telers over moeten stappen op (vaak duurdere) alternatieve middelen die selectief en minder effectief werken, tegenover generieke middelen met meer kans op permanente en breed werkende oplossingen.

Biologische telers maken hoge kosten bij de omschakeling naar biologische teelt, vooral voor het ombouwen van de kasinrichting en grondpreparatie. Daarnaast mag het geoogste product niet direct, maar pas na twee jaar als biologisch verkocht worden. Omschakelaars in de glastuinbouw zijn dus schaars. In 2025 was geen enkel bedrijf aan het omschakelen naar biologische teelt (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). Wel werden de kosten voor keurmerken in de interviews door een handelspartij gerelativeerd: 'Als telers er het voordeel niet van inzien, waren ze er al lang mee gestopt.'

Figuur 5.10 toont de percepties van glastuinders uit de online vragenlijst met betrekking tot hun handelsrelatie met de afnemers, risico's en prijzen en de betrouwbaarheid van hun ketenpartners. Op alle onderdelen geven de respondenten gemiddeld een antwoord dat dicht bij 3 punten ligt en dus zijn glastuinders in het algemeen neutraal tot redelijk positief over hun handelsrelaties. Alleen bij de vraag of de risico's, kosten en opbrengsten evenwichtig verdeeld zijn tussen telers en afnemers zijn met name telers met het On the way to PlanetProof-keurmerk negatief. Bij telers met andere keurmerken en ook reguliere telers ligt de score tussen de 2,5 en 3 punten. Alle soorten telers vinden hun afnemers betrouwbaar met betrekking tot afname en betaling. Ook vinden de telers dat ze met respect worden behandeld. Telers met het On the way to PlanetProof-keurmerk zijn ook hier echter het minst positief. Ook zijn zij minder tevreden over de opbrengstprijzen die ze in 2025 hebben gerealiseerd. Het is niet bekend of deze telers hun gehele oogst verkopen op de Nederlandse markt en dat op deze afzetmarkt de prijzen in 2024 tegenvielen of dat ze teleurgesteld zijn door de discussies rond een meerprijs die al dan niet al in de afrekenprijs verwerkt is. Reguliere telers zijn, zoals verwacht, het meest van mening dat telen onder een keurmerk risico's met zich meebrengt. Opvallend is dat biologische telers het daar het minst mee eens zijn. Ook vinden reguliere telers dat de prijs die ze ontvangen eerlijk is. Telers met het keurmerk Beter voor Natuur & Boer geven aan de hoogste afzetzekerheid te hebben.



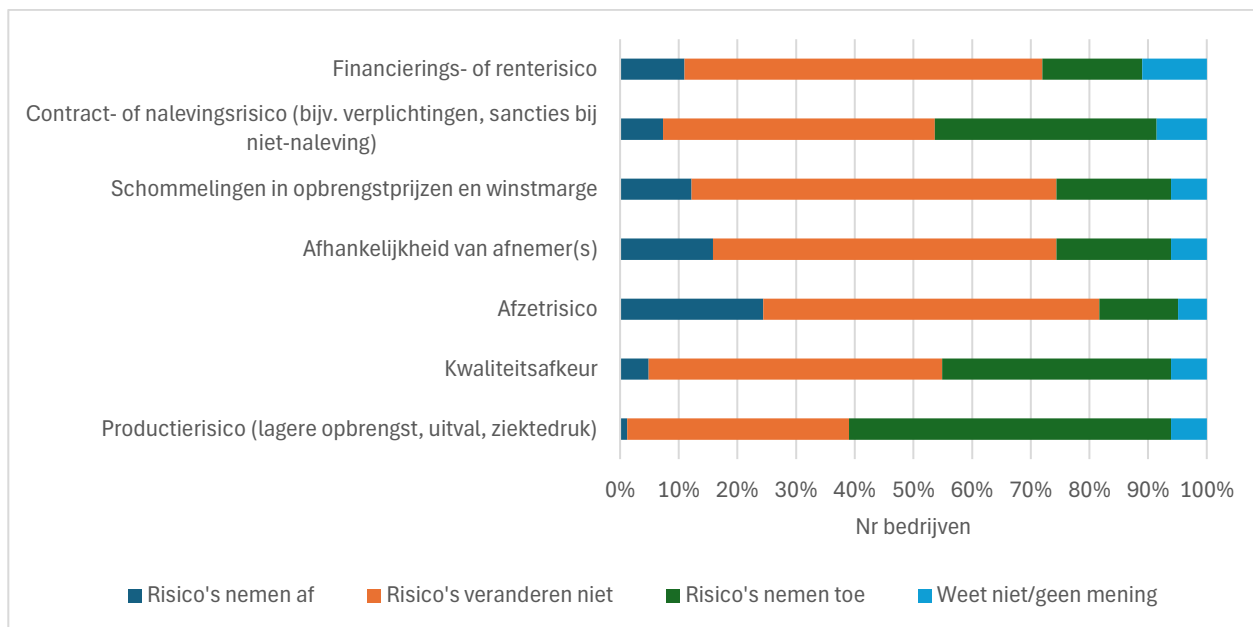
Likert-schaal (1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens).

Reguliere productie n = 20; On the way to PlanetProof n = 33; biologische productie n = 4, Beter voor Natuur & Boer n = 7; ander keurmerk n = 10.

Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 5.10 Percepties glastuinbouwbedrijven met groente en fruit ten aanzien van handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026).

Respondenten zijn ook gevraagd naar de impact van keurmerken op het bedrijfsrisico. In Figuur 5.11 worden de antwoorden op deze vraag weergegeven. Hieruit blijkt dat het productierisico, het contract- of nalevingsrisico en het risico op afkeuring van de producten op grond van kwaliteit de grootste risico's zijn.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 5.11 Impact keurmerken op risico's volgens glasgroente- en fruittelers ($n = 82$). Antwoord op de vraag: 'Neemt volgens u dit risico toe of af, of blijft het gelijk?'

Toekomst

De maatschappelijke kosten en baten van de glastuinbouw zijn recentelijk in kaart gebracht door de Federatie Vruchtgroenteorganisaties (FVO). In het project 'Belonen & Beprijzen' (2025) bracht de vruchtgroentesector samen met de FVO, de Gemeeynt en CE Delft deze maatschappelijke kosten en baten in kaart. Er werd toen geconcludeerd dat de sector in transitie is maar dat er nog geen extra duurzaamheidspremium wordt gegeven om deze transitie te bekostigen. De FVO wil de maatschappelijke kosten verlagen en de maatschappelijke baten verhogen. Via het manifest 'De eerste duurzame generatie' bepleiten de opstellers dat hoogtechnologische landbouwsectoren, zoals de glastuinbouw, ook een bijdrage kunnen leveren aan een duurzamere wereld en niet alleen een weg met biologische producten, die in Nederland in de grond moeten worden geteeld. Door middel van projecten wordt er gefocust op diverse thema's, zoals '100% groen geteeld', om zo chemische gewasbescherming tot een minimum te beperken. Ook zoekt de vruchtgroentesector naar systeemveranderingen via automatisering en robotisering om de banen waarvoor (veelal) weinig scholing nodig is uit te faseren en zo minder afhankelijk te worden van arbeidsmigranten.

Door convenanten op energie met de overheid (lees hier meer over in de [Energiemonitor Glastuinbouw 2024](#)) en door de gestegen kosten voor de energievoorziening werkt de sector mede via de '[Kas als energiebron](#)' aan vermindering van het gebruik van fossiele brandstoffen. Naast deze thema's staan de waterkwaliteit, biodiversiteit en ruimte voor de sector op de agenda. Al deze thema's hebben een gemene deler, namelijk de data over deze thema's. In eerdere interviews voor de Agro-Nutri Monitor werd aangegeven dat er geen tomaten werden verkocht, maar een 'vrachtwagen met data'. Door middel van de FreshProducePEFCR wordt per teler en per teelt de milieu-impact per product nauwkeurig berekend. Met deze rekenmethode wordt gemeten of er stappen qua verduurzaming worden gezet. Als er via de PEFCT met gelijke rekenregels wordt gewerkt, kunnen resultaten internationaal met elkaar worden vergeleken. Het pleidooi van de sector is om deze set aan data als basis te laten fungeren voor verdere verduurzaming van de sector. Om dit te realiseren is een systeemverandering noodzakelijk, waaraan certificeringsinstellingen en ketenpartners zich moeten conformeren. Vermoedelijk staat concurrentie hier echter een snelle invoering in de weg. Certificeringsinstellingen en retailorganisaties hebben elk hun eigen belangen en willen zich onderscheiden van andere internationale (keur)merken of labels. De gedachte is om deze FreshProducePEFCR en de data die hiervoor worden verzameld als basis te laten gelden voor de diverse certificaten en dat de retailsector zich alsnog kan onderscheiden door zich op één of enkele impactcategorieën te richten. Om deze data te generen heeft de FVO alle aandelen in GreenlinQdata overgenomen (groentenieuws, 2026). De vraag is of internationale partijen deze methode gaan adopteren. De nu verzamelde data geven wel inzicht in wat voor kosten er gemoeid zijn met verbeteringen op duurzaamheid en kunnen in de toekomst worden ingezet om in gesprek te gaan met afnemers. Ook kunnen ze gebruikt worden om deze kosten (voor een deel) vergoed te krijgen.

5.4 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?

In 2024 was de nettomarge gemiddeld genomen positief in de gehele Nederlandse tomatenketen. In de landbouw was de nettomarge op reguliere tomaten 15 cent per kg. In de groothandel was de nettomarge 0-2 cent per kg, en in de supermarkt 6 cent op reguliere tomaten en 10-12 cent op anderszins duurzame en biologische tomaten. De winst in de groothandel per product is laag, maar daar staat tegenover dat de omloopsnelheid in de sector groot is.

In de landbouwsector zijn de opbrengstprijzen in 2024 gedaald met 8 cent per kg ten opzichte van 2023, maar daar staat tegenover dat de kosten met 11 cent per kg zijn gedaald. De energiekosten daalden 9 cent per kg en de kosten van materiële activa namen met 3 cent per kg toe.

Geïmporteerde niet-biologische tomaten waren in 2025 elke maand duurder dan Nederlandse tomaten. Niet-biologische Nederlandse tomaten zijn goedkoper. Geïmporteerde biologische tomaten waren in 2025 net zo duur als Nederlandse tomaten. Tomaten werden op de Nederlandse markt tegen hogere prijzen verkocht dan op exportmarkten. Biologische tomaten werden in 2025 op de Nederlandse markt tegen hogere prijzen verkocht in de zomer, en anderszins duurzame tomaten in de winter. De winstgevendheid van verkoop in het buitenland en de winstgevendheid van verkoop in Nederland zijn vergelijkbaar.

Tabel 5.3 Bruto- en nettomarges voor drie productvarianten in drie schakels van de tomatenketen (2024)

		Brutomarge		Nettomarge	
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel	
Regulier	Landbouw	58%	€ 0,15	18%	
	Groothandel	13%	€ 0,02	0%	
	Supermarkten	29%	€ 0,06	2%	
Anderszins duurzaam	Landbouw	53%			
	Groothandel	15%	€ 0,02	1%	
	Supermarkten	32%	€ 0,10	3%	
Biologisch	Landbouw	54%			
	Groothandel	14%	€ 0,00	1%	
	Supermarkten	32%	€ 0,12	2%	

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?

De prijsvorming van tomaten wordt bepaald door vraag en aanbod op de internationale markt. De Europese productie van tomaten voor de versmarkt was in 2024 7% hoger dan in 2023. De productie nam vooral toe in Italië (+16%), Nederland en Polen (beide +14%). De Spaanse productie was in 2024 3% hoger. Er is een verschil in het aanbod van Noord-Europese landen en het aanbod in landen rondom de Middellandse Zee. De natuurlijke productieperiode in Noord-Europa loopt van het voorjaar tot de herfst, en in het Middellandse Zeegebied van de herfst tot en met het voorjaar. De energieprijzen waren in de afgelopen jaren – en met name 2021-2023 – hoog, waardoor de Nederlandse tomatenproductie in de winter terugliep. De Nederlandse tomatenteelt werd extensiever en gebruikte minder belichting. In 2024 was er weer een toename van de tomatenproductie zichtbaar doordat de energieprijzen waren gedaald en tomatentelers in 2022-2023 energiebesparende maatregelen hadden genomen.

De productie wordt ook beïnvloed door ziekten in het gewas. Een recent voorbeeld is het *Tomato brown rugose fruit virus* (ToBRFV), dat tussen 2019 en 2025 zorgde voor een reductie van de wereldwijde tomatenproductie.

Tot slot heeft ook het weer invloed op de prijsvorming aan de afnamekant. Bij goed of slecht weer verandert het aanbod en moet er worden ingespeeld op de veranderende consumentenbehoefte. Soms helpen speciale reclameacties met het wegwerken van een groter aanbod. Bij tijdelijke tekorten stijgen de prijzen, omdat iedereen dan product te kort komt om alle orders in te vullen.

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

Voor Beter voor Natuur & Boer-tomaten werd in 2024 een vergoeding van 0,9 cent per kg rechtstreeks aan de telers uitgekeerd. Bij het keurmerk On the way to PlanetProof is er geen aparte vergoeding voor de telers voor de meerkosten die gepaard gaan met het keurmerk. De vergoeding wordt als het goed is verwerkt in de totale uitbetalingsprijs. Het is niet duidelijk of dit ook daadwerkelijk gebeurt. Ruim 90% van de telers denkt dat er geen verschil is in de opbrengstprijzen van reguliere tomaten en On the way to PlanetProof-tomaten. Voor biologische tomaten wordt ook geen aparte vergoeding betaald. De opbrengstprijzen voor biologische producten worden aan de markt overgelaten.

Tabel 5.4 illustreert dat supermarkten aan duurzame producten net iets meer overhouden: 3-6 cent per kg. Voor de groothandel geldt dat reguliere en anderszins duurzame tomaten even winstgevend zijn en dat zij op biologische producten minder winst maken dan op reguliere producten.

Consumenten betaalden in 2024 een meerprijs van bijna twee euro per kg voor biologische producten. Zij betaalden minder voor anderszins duurzame tomaten dan voor reguliere tomaten. Er zijn meer reguliere tomaten op de markt in de wintermaanden, wanneer de tomatenprijzen hoger liggen.

Tabel 5.4 Verhouding tussen meerprijs en meerkosten voor duurzame(re) tomaten ten opzichte van de reguliere productvariant, in euro per kg (2024)

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Verskil
Anderszins duurzaam	Landbouw	nb	nb	nb
	Groothandel	0,49	0,49	0,00
	Supermarkten	-0,42	-0,45	0,03
Biologisch	Landbouw	1,13	Nb	nb
	Groothandel	1,35	1,37	-0,02
	Supermarkten	1,91	1,85	0,06

Nb = niet bekend.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten voor één of meerdere schakels?

Telers ervaren het ontbreken van een vaste vergoeding voor On the way to PlanetProof-tomaten als een knelpunt. Telers zijn volgens het online onderzoek van mening dat er geen prijsverschil is tussen reguliere tomaten en On the way to PlanetProof-tomaten. Een vaste vergoeding voor de meerkosten en een transparant inzicht in de uitkering van de vergoeding wordt gezien als een stimulans voor verdere verduurzaming. In beginsel kan een meerprijs ook door marktwerking tot stand komen, zoals bij biologische tomaten gebeurt.

Telers percipiëren duurzaamheidskeurmerken wel als een risico en geven aan dat de risico's en kosten van duurzaamheidskeurmerken onevenredig zwaar door telers worden gedragen. Dit geldt voor productierisico's, contractrisico's en het afkeuren van producten wegens kwaliteitsgebreken, maar ook voor de administratieve lasten. Daarnaast zorgt de veelheid aan verschillende duurzaamheidskeurmerken, certificaten en rapportageverplichtingen voor toenemende complexiteit en ergernis. Vrijwel iedere Europese supermarktketen hanteert inmiddels eigen duurzaamheidslabels of aanvullende eisen waaraan telers moeten voldoen. Als reactie hierop heeft GroentenFruit Huis de FreshProducePEFCR geïntroduceerd, een geharmoniseerde meetmethode die beoogt het huidige labrynt aan duurzaamheidscriteria en rapportageverplichtingen in de Europese groente- en fruitsector te stroomlijnen. Blijkbaar kunnen deze zaken moeilijk in onderhandelingen worden afgedekt.

Bovendien bestaat het risico dat duurzaamheidseisen in de toekomst strenger zullen worden. Dit vooruitzicht heeft een negatieve impact op de bereidheid van telers om langetermijninvesteringen te doen. Hier staat tegenover dat duurzaamheidskeurmerken fungeren als een *licence to deliver*, afzetzekerheid bieden en het imago van bedrijven versterken (Tabel 5.3). Deze voordelen zijn niet eenvoudig in een meerprijs uit te drukken, maar vormen wel positieve neveneffecten van een duurzamere teelt.

Daarnaast staat de sector voor een bredere transitie op het gebied van energie, gewasbescherming, biodiversiteit, waterkwaliteit en arbeid. Hoewel de sector volgens recente analyses maatschappelijke baten genereert en werkt aan verdere verduurzaming, ontvangen telers nog niet altijd een expliciete financiële vergoeding voor deze inspanningen. De beschikbaarheid van betrouwbare duurzaamheidsdata wordt daarom steeds belangrijker. Initiatieven zoals de FreshProducePEFCR bieden de mogelijkheid om duurzaamheidsresultaten op een uniforme en internationaal vergelijkbare wijze inzichtelijk te maken. Deze data kunnen niet alleen bijdragen aan het verminderen van de administratieve lasten en de wildgroei aan keurmerken, maar kunnen ook dienen als onderbouwing voor gesprekken met afnemers over een passende vergoeding van duurzaamheidsinvesteringen. Het succes van de PEFCR is wel afhankelijk van de bereidheid van certificeringsorganisaties, retailers en andere ketenpartijen om een dergelijk geharmoniseerd systeem breed te accepteren.

Nederlandse tomaten worden meer dan tafelaardappelen en appels geëxporteerd. Niet-biologische Nederlandse duurzaamheidskeurmerken hebben in het buitenland geen meerwaarde. Het areaal On the way to PlanetProof-tomaten is veel groter dan nodig voor de Nederlandse markt. Het areaal On the way to PlanetProof bedroeg in 2024 1.288 hectare op een totaal van 1.730 hectare, terwijl meer dan 75% van de Nederlandse productie geëxporteerd wordt.

6 Zuivel

6.1 Inleiding

De zuivelsector vormt een kernsector van de Nederlandse agrifoodsector. Rauwe koemelk is een van de belangrijkste landbouwproducten: in 2025 bedroeg de productiewaarde van melk bijna € 8,3 miljard, goed voor ongeveer de helft van de omzet in de totale veehouderij (Jellema *et al.*, 2025). Verse consumptiemelk en kaas zijn in volume de belangrijkste consumentenproducten die van rauwe koemelk worden gemaakt.

In de periode 2022–2025 stond deze keten onder invloed van aanzienlijke schommelingen in zowel inputkosten (met name voer-, energie- en mestafzetkosten) als afzetprijzen voor melk en zuivelproducten op de internationale zuivelmarkt, mede vanwege de nasleep van de energiecrisis in 2022 en een toenemende vraag naar duurzame productvarianten. Terwijl de totale melkproductie in Nederland op peil bleef, verschoof de focus van volumegroei naar waardecreatie, onder meer via duurzaamheidskeurmerken en hoogwaardige kaassegmenten zoals Beemster. Dit hoofdstuk beschrijft hoe deze ontwikkelingen doorwerken in de productie, handel, prijsvorming en marges in de keten van dagverse melk en harde kaas.

De keten voor verse melk en kaas kent vier hoofdschakels (zie Figuur 6.1): de veevoerindustrie, melkveehouders (primaire productie van rauwe melk), de zuivelverwerkende industrie (verwerking tot consumptieproducten), en food service en de distributie/detailhandel (verkoop aan de klant). Ten opzichte van 2024 zijn de verhoudingen in de keten in 2025 substantieel beïnvloed door een combinatie van herstel op de wereldzuivelmarkt in de vorm van hogere melk- en kaasprijzen, en hoge prijzen voor kalveren en slachtkoeien.

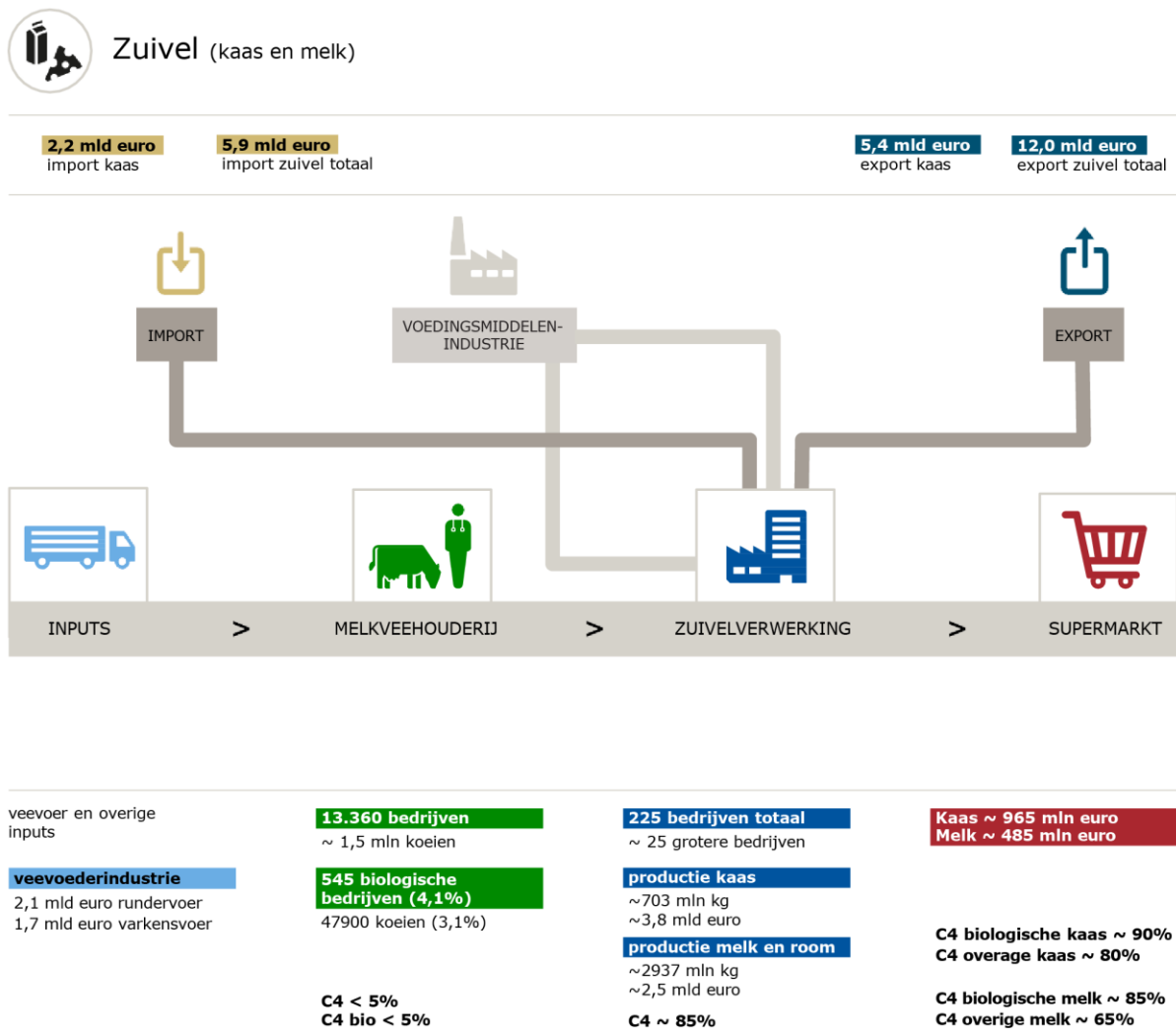
Primaire productie en afzet

De Nederlandse melkproductie wordt in de afgelopen jaren gekenmerkt door schaalvergroting en een verdere verschuiving naar duurzamere productiesystemen, terwijl het totale productieniveau op peil blijft. Het aantal melkveebedrijven daalde tussen 2015 en 2025 van circa 18.300 naar ongeveer 13.000, maar door de groei naar gemiddeld ruim 120 melkkoeien en bijna 1,1 miljoen kg melk per bedrijf blijft de totale productie rond 14 miljard kg rauwe melk per jaar gehandhaafd (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2025a; Agrimatie, 2026).

Qua schaalgrootte blijven de melkveebedrijven in economisch opzicht kleinschalig: circa 70% van de bedrijven heeft een jaaromzet van € 500.000 of minder. Desondanks neemt de productiviteit per koe toe door betere fokkerij, betere voeding en beter bedrijfsmanagement, zodat de totale melkproductie op peil blijft. Deze ontwikkelingen sluiten aan bij de trends in bedrijfsgrootte, specialisatiegraad en arbeidsinzet zoals gerapporteerd voor de melkveehouderij in Agrimatie (Agrimatie, 2026).

Binnen de primaire productie zet de verschuiving naar duurzamere productiesystemen door. Het aantal biologische melkveebedrijven bedroeg in 2025 ongeveer 545, wat een toename van 10% is ten opzichte van de circa 494 biologische bedrijven die Nederland in 2024 telde. Het volume biologische melk bedraagt 2,4% van het totale productievolume. Aan het On the way to PlanetProof-programma van Stichting MilieuKeur (SMK) namen in 2025 circa 800 melkveebedrijven deel. De eisen van dit keurmerk zijn per 2025 aangescherpt op onderdelen als ligcomfort voor de koeien, levensduur, ammoniakuitstoot en eiwitproductie van eigen land. Aan het Beter voor Natuur & Boer-programma, ondergebracht in een zelfstandige stichting die voortbouwt op een eerder door Albert Heijn geïnitieerd programma, doen volgens de laatste cijfers 388 melkveebedrijven mee (Albert Heijn, 2025). Verschillende verwerkers voeren eigen duurzaamheidsprogramma's met een premietoeslag, zoals Weidemelk, Foqus Planet (FrieslandCampina) en Caring Dairy (Cono Kaasmakers).

De primaire melkproductie beweegt daarmee naar een tweedeling: een groot, efficiënt bulksegment en een kleinere, maar in beleids- en marktdebatten prominente groep bedrijven met gecertificeerde duurzaamheid, die een belangrijke rol speelt voor de verduurzaming van het zuivelschap in de supermarkt.



C4: gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven.

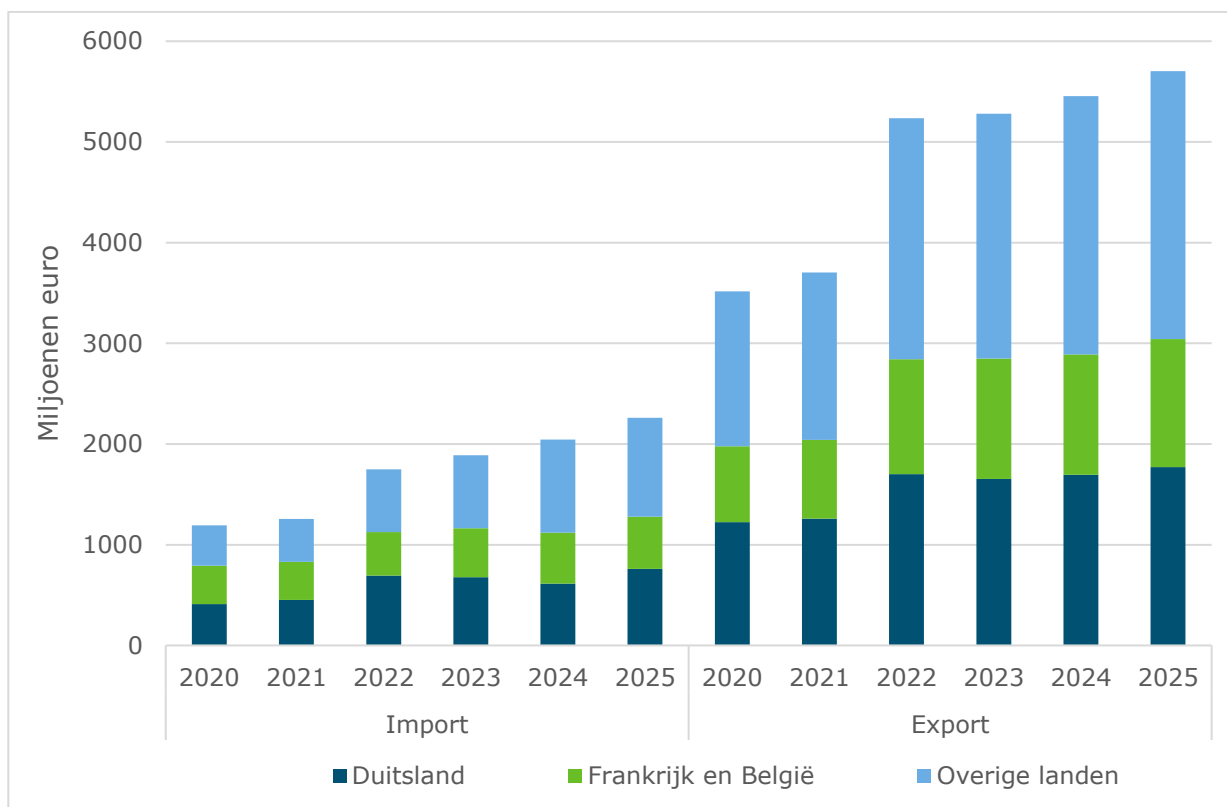
Bron: CBS Landbouwteiling, Internationale handel, Bedrijvendemografie; informatie van bedrijven.

Figuur 6.1 Nederlandse keten voor zuivel.

Verwerking en handel

De Nederlandse zuivelverwerking is sterk geconcentreerd: de vier grootste zuivelondernemingen verwerken circa 85% van de voor de binnenlandse markt bestemde melk. In totaal zijn er ongeveer 26 zuivelondernemingen actief in Nederland. De verwerking wordt gedomineerd door grote coöperaties – waaronder Cono Kaasmakers, Arla Foods en Royal FrieslandCampina – en daarnaast door een klein aantal grote particuliere ondernemingen, zoals Royal A-ware. Individuele melkveehouders hebben geen noemenswaardig marktaandeel in de verwerking.

Na verwerking vindt distributie plaats naar zowel de Nederlandse markt als het buitenland. De eerdergenoemde sterke concentratie in de verwerkende schakel betekent dat een klein aantal ondernemingen de vertaalslag van rauwe melk naar consumentenproducten en exportstromen bepaalt, wat de onderhandelingspositie van individuele melkveehouders beperkt.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Internationale handel.

Figuur 6.2 Nederlandse import en export van kaas, in miljoen euro (2020-2025).

De uitvoer van Nederlandse zuivel had in 2025 een totale waarde van circa € 13,3 miljard, een groei van bijna 10% ten opzichte van 2024 (Jukema *et al.*, 2026). In 2025 werd voor circa € 5,7 miljard aan kaas uitgevoerd, een toename van 6,7% (Jukema *et al.*, 2026). De melkexport, inclusief room, boter en verwante producten, bedroeg ruim € 6,9 miljard (+12%). De belangrijkste bestemmingen voor Nederlandse kaas zijn Duitsland, Frankrijk en België (in die volgorde). Tegelijkertijd groeit ook de import: de importwaarde van kaas steeg in 2025 met circa 12% tot een kleine € 2,3 miljard, wat wijst op toenemende internationale handelsstromen en specialisatie binnen de EU. Per saldo heeft Nederland een groot handelsoverschot in zuivel en is het een van de grootste kaasexporteurs ter wereld.

De groei van zowel de export als import van kaas wijst op verdergaande specialisatie en verwevenheid binnen de Europese zuivelmarkt. Voor de Nederlandse melk- en kaasketen betekent dit dat prijsvorming en marges in hoge mate bepaald worden door internationale marktontwikkelingen, niet alleen door binnenlandse vraag.

Detailhandel en consumptie

Omdat ongeveer 95% van de dagverse zuivel via supermarkten wordt verkocht en vier supermarktorganisaties circa 90% van de inkoop van verse melk voor hun rekening nemen, is de prijsvorming richting consument in hoge mate in handen van een kleine groep retailers (Bunte *et al.*, 2025).

Voor kaas geldt een soortgelijk beeld: supermarkten zijn het primaire verkoopkanaal voor fabriekskaas in plakken en stukken, maar daarnaast bestaat er een netwerk van gespecialiseerde kaasspeciaalzaken en markthandel, alsmede leveringen aan de foodservice. Een deel van de kaas rijpt bij gespecialiseerde kaasrijpers voordat hij zijn weg vindt naar buitenlandse markten. Naast de detailhandel spelen export en industrie een grote rol in de kaasketen.

Binnen het zuivelschap is een geleidelijke verschuiving zichtbaar naar duurzamere productvarianten. Het marktaandeel van On the way to PlanetProof-gecertificeerde melk in de Nederlandse supermarkt bleef in 2025 op het niveau van 2024, terwijl het marktaandeel van biologische zuivel na een dip in 2022–2023 licht herstelde in 2024–2025. Tegelijkertijd signaleren ketenpartijen dat de biologische markt begin 2026 opnieuw onder druk staat, doordat het aanbod sneller is gegroeid dan de vraag. Praktisch gezien kunnen verwerkers ervoor kiezen om bij een tijdelijk overaanbod deze melk via het reguliere afzetkanaal te verkopen in plaats van de prijs voor biologische melk te verlagen, omdat het smaakverschil tussen reguliere en biologische melk voor de consument doorgaans niet waarneembaar is. Een lage prijs voor biologische melk is voordelig voor de consument, maar problematischer voor de melkveehouder zodra deze onder de kostprijs zakt en de meerkosten van biologische veehouderij niet langer worden vergoed. Zoals in § 6.3 verder wordt toegelicht, hangt het aanhoudend hoge prijsniveau vooral samen met het aanbod aan biologische melk, dat de afgelopen jaren sneller is gegroeid dan de vraag.

Plantaardige zuiveldranken hebben met een aandeel van circa 9,8 procent in de zuiveluitgaven een zichtbaar, maar nog beperkt marktaandeel en concurreren vooral in de consumptie buiten de traditionele melk- en kaasmomenten (Onwezen *et al.*, 2026). De groei van deze categorie en de grotere openheid van jongere generaties voor plantaardige producten onderstrepen dat toekomstige volumegroei voor dierlijke zuivel vooral via export en hoogwaardige productdifferentiatie zal moeten worden gerealiseerd.

6.2 Prijzen, kosten en marges

Deze paragraaf brengt de prijs, kosten en margeontwikkeling voor melk en kaas gedetailleerd in kaart, per ketenschakel en per duurzaamheidsvariant, als basis voor de knelpuntenanalyse in § 6.3.

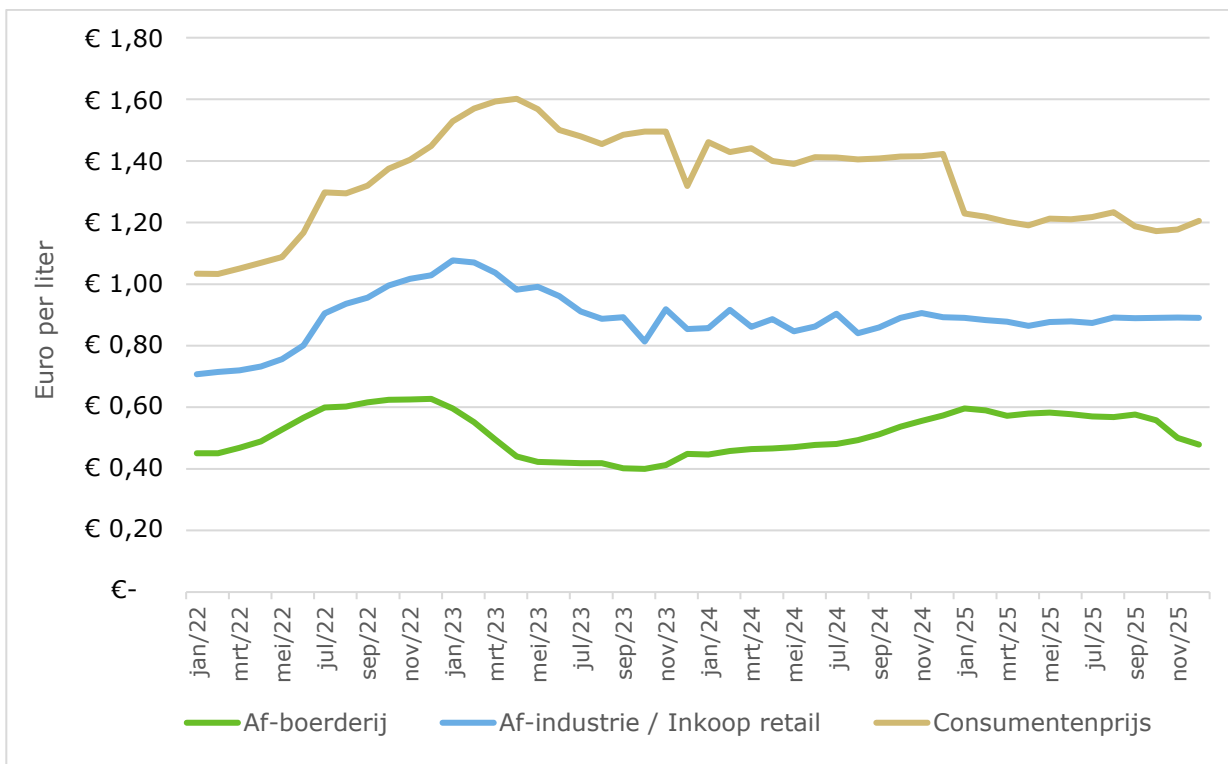
Prijzen van melk per ketenschakel

In de Figuren 6.3, 6.4 en 6.5 worden de prijzen per maand weergegeven voor biologische, anderszins duurzame en reguliere melk op vier niveaus in de keten: veevoer, af-boerderij, af-industrie/inkoop retail, en consumentenprijs (exclusief btw). De periode beslaat januari 2022 tot en met december 2025. De prijzen van melk voor boeren worden primair beïnvloed door internationale zuivelmarktontwikkelingen, waaronder de ontwikkeling van de Global Dairy Trade-index en de vraag naar geëxporteerde kaas en melkpoeder. Indirect spelen kostenontwikkelingen, zoals veevoerprijzen, een rol in de prijsstelling via hun effect op productie en aanbod en daarmee op het prijsniveau in de keten. Met 'melk' wordt in deze en de volgende paragrafen zowel de rauwe melk bedoeld die de melkveehouder levert, als de consumptiemelk in het supermarktschap. In beide gevallen betreft het melk zonder toegevoegde ingrediënten, dus exclusief melkdranken met smaakstoffen of andere toevoegingen.

Prijsverloop per schakel van reguliere melk

Reguliere melk vertoonde de meest uitgesproken prijschommelingen (Figuur 6.5). De af-boerderijprijs steeg van circa € 0,45 per liter in januari 2022 tot circa € 0,63 per liter eind 2022, waarna een daling volgde tot circa € 0,40 medio 2023. Daarna herstelde de prijs zich geleidelijk, tot ongeveer € 0,48–0,60 per liter in 2025, waarna eind 2025 opnieuw een duidelijke neerwaartse beweging zichtbaar was.

De consumentenprijs van reguliere melk kende een opvallend sterke stijging: van circa € 1,03 per liter in begin 2022 tot circa € 1,60 per liter in het voorjaar van 2023 – een historisch hoog niveau. Eind 2025 lag de consumentenprijs op ongeveer € 1,18–1,21 per liter. Opvallend is dat prijsdalingen bij reguliere en anderszins duurzame melk eerder worden doorgevoerd dan bij biologische melk. Dit fenomeen hangt samen met het feit dat anderszins duurzame melk het bulksegment vormt (74% van de markt) en dat supermarkten in het bulksegment op de prijs concurreren. Voor biologische melk bestaan er directe contracten tussen leveranciers en supermarkten die aanpassing van prijzen vergemakkelijken. In de biologische keten wordt er vaker met langjarige, prijsstabielere contracten gewerkt, waarin prijzen voor langere perioden vooraf worden vastgelegd en daardoor met vertraging reageren op kortetermijnschommelingen in de markt. De in de figuren opgenomen lijn voor veevoerkosten loopt tot en met 2024, omdat voor 2025 geen consistente reeks beschikbaar is. De doorslaggevende factor hierbij is de contractvorm. Dat anderszins duurzame melk ook het grootste marktsegment vormt, hangt hiermee samen, maar is op zichzelf niet de verklarende factor.



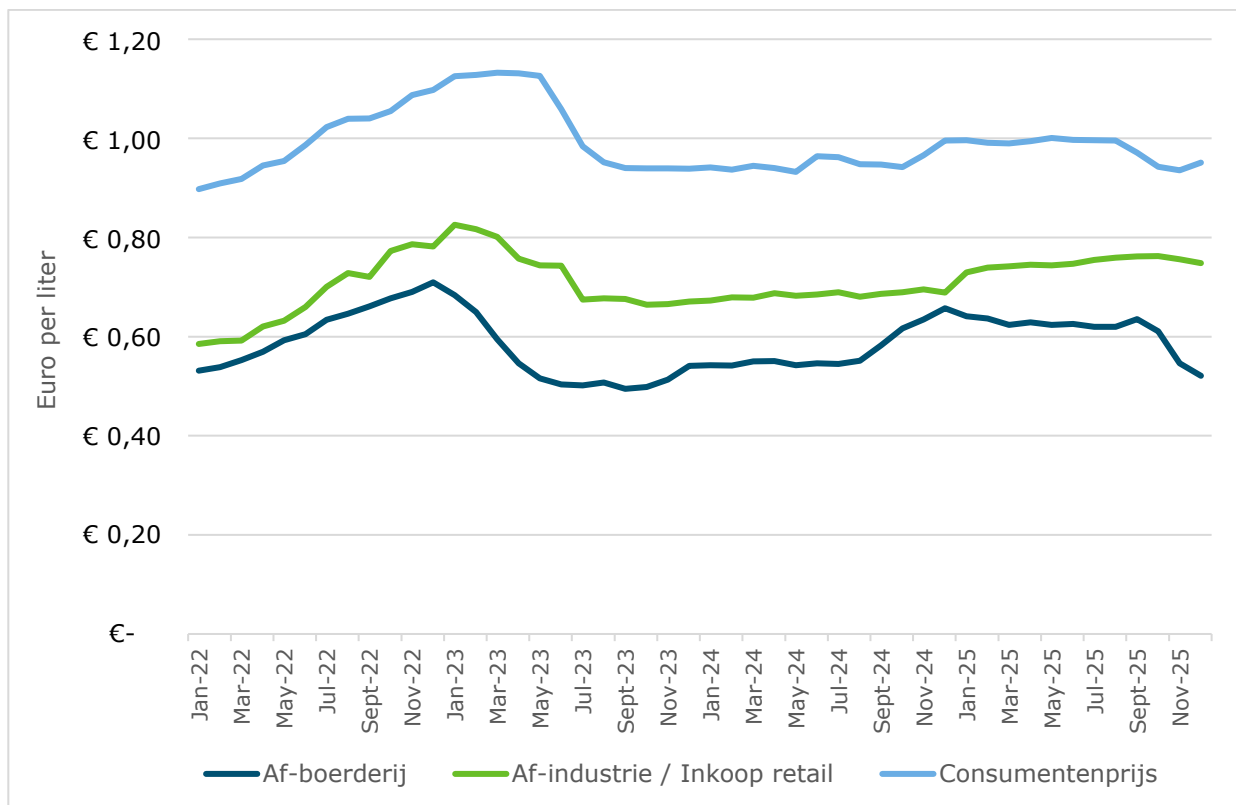
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.3 Prijzen van reguliere melk per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Prijsverloop per schakel van anderszins duurzame melk

Bij anderszins duurzame melk (met name On the way to PlanetProof, Beter voor Natuur & Boer) zijn grotere prijschommelingen zichtbaar (Figuur 6.4). De af-boerderijprijs steeg van circa € 0,53 per liter in januari 2022 tot een piek van ongeveer € 0,71 per liter eind 2022, gevolgd door een daling tot circa € 0,50 medio 2023 als gevolg van de combinatie van hoge internationale zuivelprijzen in 2022, sterk gestegen voer- en energiekosten en een daaropvolgende correctie toen de wereldmarktprijzen in 2023 terugliepen. In 2024 en 2025 trad een geleidelijk herstel op richting € 0,62–0,65 per liter (eind 2025). Dit herstel hangt samen met de gunstige ontwikkeling van de internationale zuivelmarkt: de Global Dairy Trade-index steeg met 54% ten opzichte van het dieptepunt van augustus 2023 en bleef ook in 2025 stijgen, wat duidt op aantrekkende wereldmarktprijzen voor zuivelgrondstoffen en daarmee hogere afzetprijzen voor Europese zuivel (Agrimatie, 2026).

De brutomarge in de industrie voor anderszins duurzame melk was gedurende 2021-2022 miniem (gemiddeld circa 5 cent per liter), nam toe tot gemiddeld circa 15 cent per liter in 2023-2024, maar daalde eind 2024 opnieuw naar vrijwel nul. De brutomarge voor supermarkten was gedurende de gehele periode relatief stabiel op circa 38 cent per liter. De bandbreedte van de schommeling (circa 2 cent per liter) is vergelijkbaar met die bij reguliere melk (Figuur 6.3). Het gaat dus niet om een uitgesproken grote volatiliteit, maar om een vergelijkbaar schommelingspatroon met een ander tijdsverloop. Ditzelfde geldt in vergelijkbare mate voor reguliere melk (internationale zuivelprijzen, voer en energiekosten).

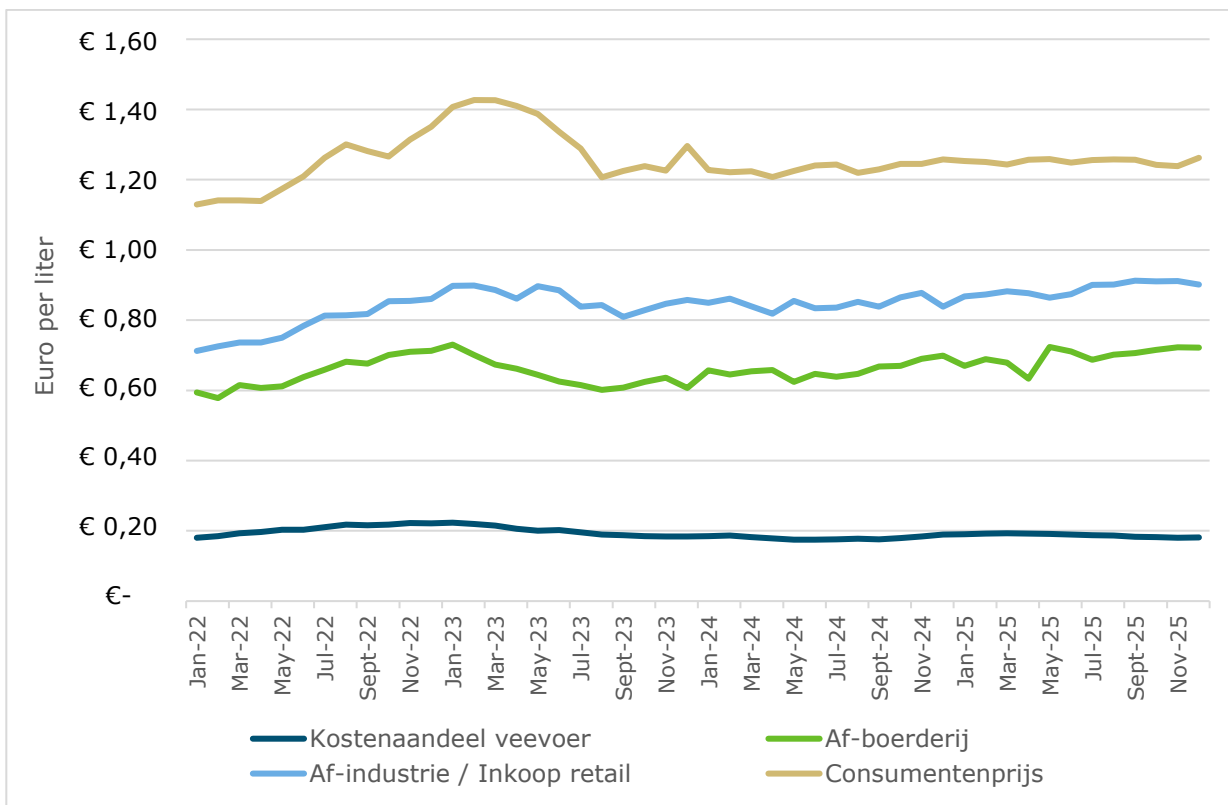


Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.4 Prijzen van anderszins duurzame melk per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Prijsverloop per schakel van biologische melk

Voor biologische melk (Figuur 6.5) is de af-boerderijprijs gedurende de gehele periode relatief stabiel: hij schommelt tussen circa € 0,59 en € 0,73 per liter. Dit patroon weerspiegelt de langjarige contracten die kenmerkend zijn voor de biologische zuivelketen. De consumentenprijs steeg van ongeveer € 1,13 per liter in januari 2022 tot een piek van ongeveer € 1,43 in het voorjaar van 2023, waarbij een deel van de stijging samenhangt met de scherpe toename van veevoer- en energiekosten in 2022-2023, die doorwerkte in de consumentenprijs, waarna een geleidelijke correctie volgde richting circa € 1,25 per liter eind 2025. De brutomarge van de supermarkt in het biologische segment bleef gedurende de gehele periode relatief constant: gemiddeld circa € 0,40–0,50 per liter. In de figuur is ook een lijn voor de veevoerkosten opgenomen, die echter vooral dient ter duiding van de kostendruk in de keten en niet verder inhoudelijk wordt besproken in deze paragraaf. Ook een deel van de contracten voor anderszins duurzame melk (zoals On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer) kent een looptijd van meerdere jaren. Het verschil met de biologische keten zit vooral in de frequentie van prijsherzieningen binnen het contract, die in de biologische keten doorgaans lager ligt.



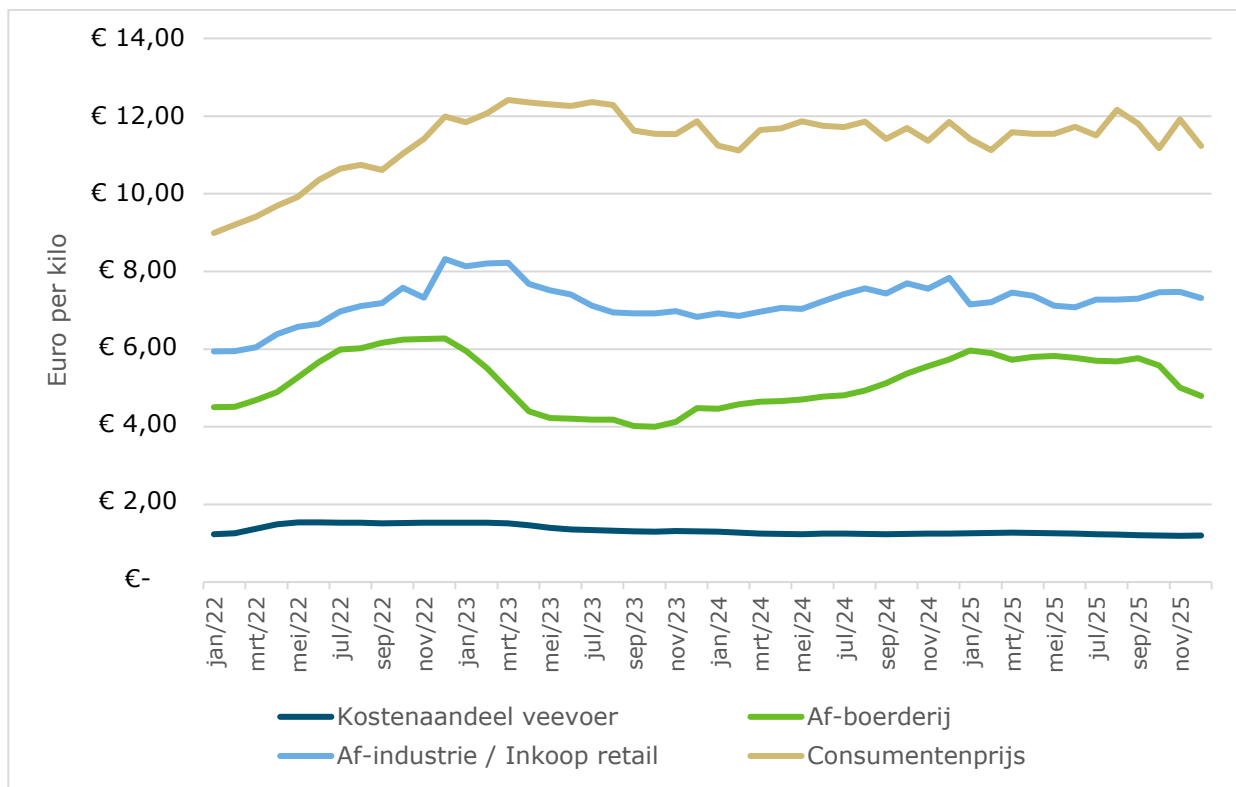
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.5 Prijzen van biologische melk per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022–2025).

Over alle varianten heen laat de periode 2022–2025 een golfbeweging zien met een scherpe prijsopbouw in 2022–2023, gevolgd door een neerwaartse correctie en een stabilisatie op een hoger niveau dan in 2022. Opvallend is dat de prijsstijging aan de consumentenzijde duidelijk sterker was dan aan de boerderijzijde: bij reguliere melk liep de af-retailprijs tussen begin 2022 en de piek in 2023 met maximaal € 0,57 per liter op, tegenover circa € 0,18 per liter af-boerderij en circa € 0,37 per liter in de industrieschakel, wat erop wijst dat schaarste in de handel een belangrijkere rol speelt dan alleen de stijging van inputkosten op de boerderij. Deze schaarste- en margedruk in de retailsector werkte bovendien maar beperkt terug naar de af-boerderijprijs. Biologische melk wordt hierbij gekenmerkt door relatief stabiele af-boerderijprijzen en trage prijscorrecties in de retail, anderszins duurzame melk door een sterke koppeling aan de internationale markt, gecombineerd met stabiele retailmarges, en reguliere melk door de grootste volatiliteit in zowel de boerderij- als de consumentenschakel. Tegelijkertijd namen in de industrie en in de handel de loonkosten in de periode 2021–2023 met ongeveer 12% toe (15% in de landbouw), terwijl voor de zuivelindustrie als geheel de brutomarge tussen 2022 en 2023 ongeveer constant bleef en de arbeidskosten met circa 9% stegen, en de totale winst in de supermarktbranche in dezelfde periode toenam van ongeveer € 2 naar € 3 miljard. Deze verschillen in prijsdynamiek vormen een belangrijk vertrekpunt voor de analyse van kosten, marges en risicoverschuivingen in de keten in de volgende paragrafen.

Prijzen van kaas per ketenschakel

In de Figuren 6.6, 6.7 en 6.8 worden de maandelijkse prijzen weergegeven voor biologische, anderszins duurzame en reguliere harde kaas per kilo, voor de schakels af-boerderij (als melkprijsequivalent), af-industrie/inkoop, retail en consumentenprijs, over de periode 2022 tot en met 2025. De prijsdynamiek in de kaasketen vertoont duidelijke overeenkomsten met die in de melkketen, maar de schommelingen zijn sterker omdat er gemiddeld tien liter melk nodig is om één kg kaas te produceren. Veranderingen in de melkprijs worden daardoor versterkt doorgegeven in de kaasprijzen, vooral in de periode 2022–2023, waarin de zuivelmarkten sterk onder invloed stonden van stijgende energie- en grondstofkosten.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

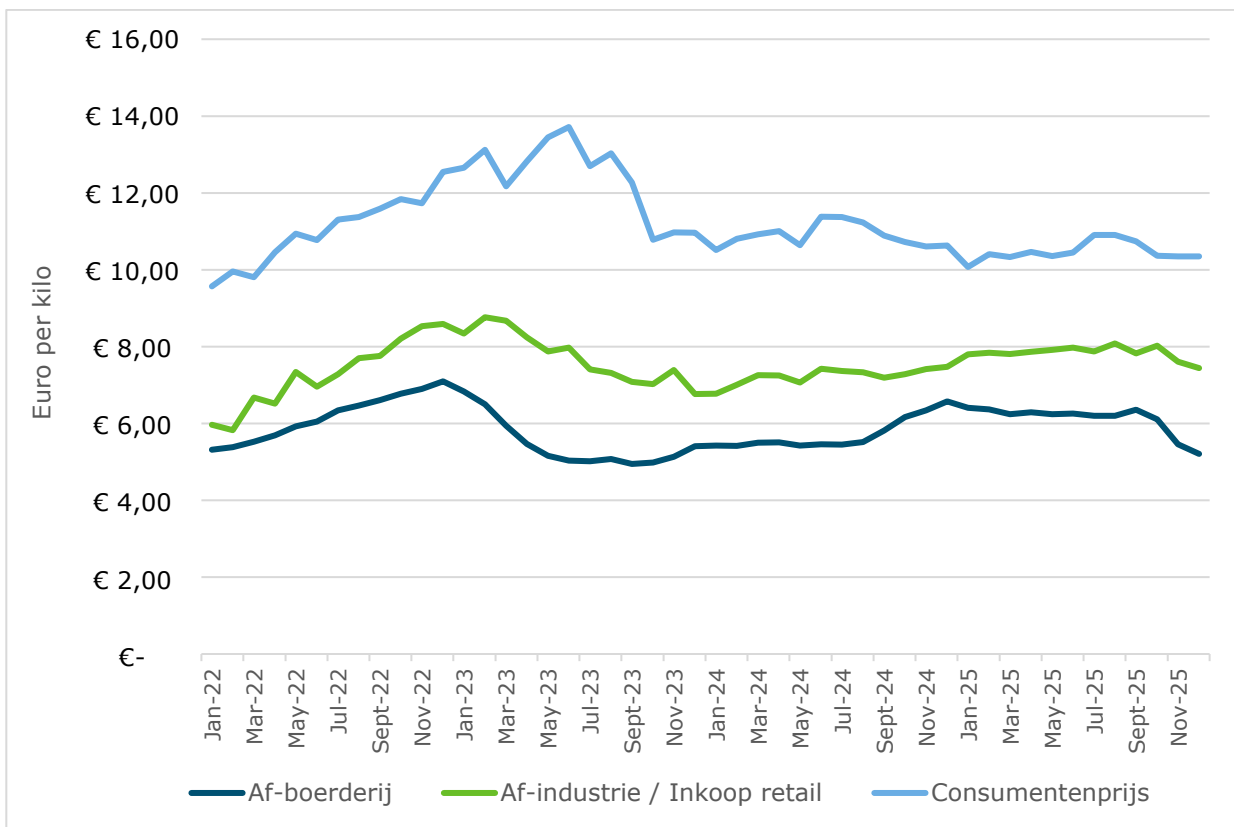
Figuur 6.6 Prijzen van reguliere kaas per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Prijsverloop per schakel van reguliere kaas

Reguliere kaas vertoonde de meest uitgesproken prijsvolatiliteit gedurende de gemeten periode (Figuur 6.6). De af-boerderijprijs volgt bij kaas dezelfde prijzen als bij melk. De af-industrieprijs volgde een vergelijkbaar patroon, met een piek van € 8,32 per kg (december 2022). De consumentenprijs van reguliere kaas laat een constante opwaartse trend zien, van ongeveer € 8,99 per kg (begin 2022) naar een piek van ongeveer € 12,16 per kg (begin 2023), en kent daarna een geleidelijke daling tot medio 2024, gevolgd door een stabilisatie rond € 11–12 per kg in 2025. De grotere volatiliteit van reguliere kaas weerspiegelt de grotere blootstelling aan zuivelprijsontwikkelingen op de wereldmarkt. Een stijgende wereldwijde vraag naar kaas en melkvetten vertaalt zich daardoor relatief direct in hogere afzetprijzen voor Nederlandse kaas en versterkt de prijschokken in dit segment.

Prijsverloop per schakel van anderszins duurzame kaas

Voor anderszins duurzame kaas (Figuur 6.7) is een vergelijkbaar prijspatroon zichtbaar. De consumentenprijs kende een sterkere opwaartse trend, tot een piek van circa € 13,45 per kg (mei 2023), waarna de prijs geleidelijk daalde naar ongeveer € 10,35–10,91 per kg in 2025. Voor een merk wordt bewust gestreefd naar prijsstabiliteit: de pieken zijn minder hoog en de dalen minder diep dan bij marktgebaseerde prijsstelling, een strategie die zowel retailers als melkveehouders meer voorspelbaarheid biedt.

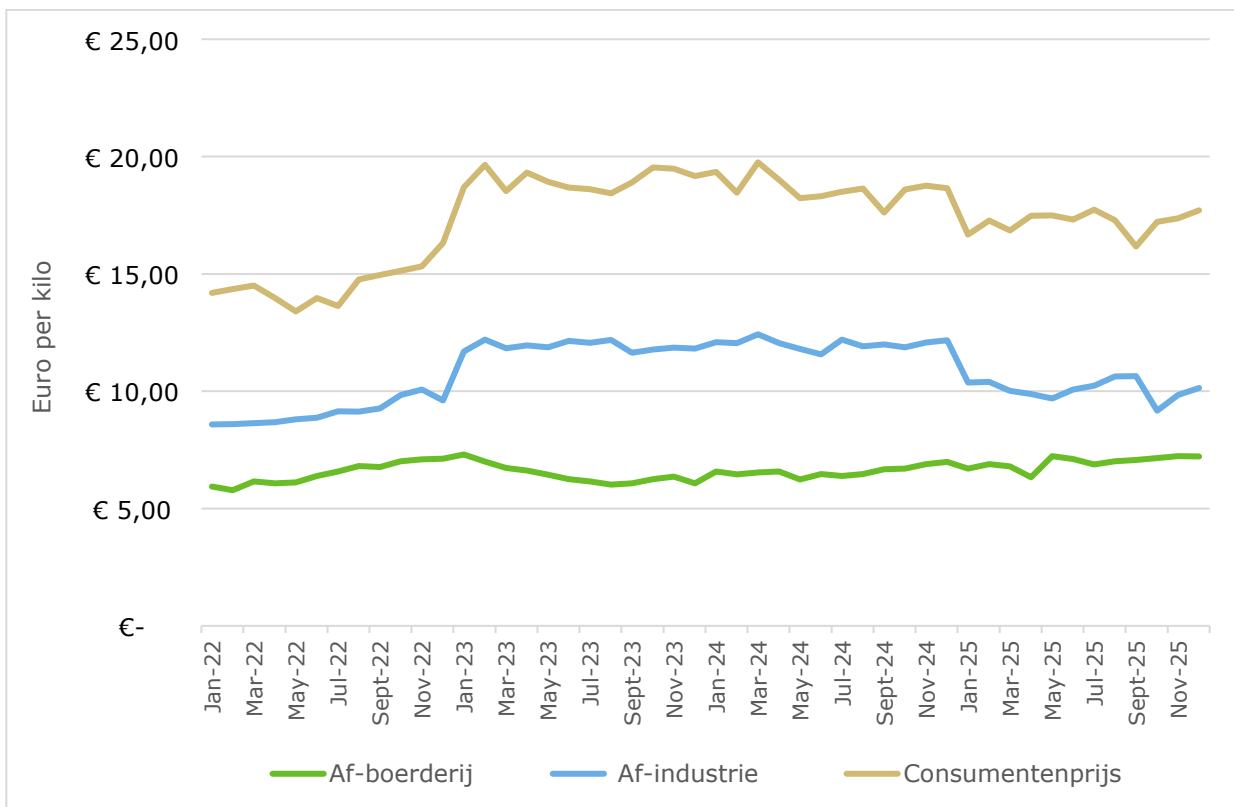


Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.7 Prijzen van anderszins duurzame kaas per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Prijsverloop per schakel van anderszins duurzame kaas

Bij biologische kaas (Figuur 6.8) was de af-boerderijprijs relatief stabiel tussen circa € 5,94 (januari 2022) en € 7,30 per kg (piek: maart 2023). In 2025 schommelde de af-boerderijprijs rond € 6,70–7,25 per kg. De af-industrieprijs steeg sterk van ongeveer € 8,58 (begin 2022) naar een piek van ongeveer € 12,19 per kg in februari 2023, gevolgd door een daling naar circa € 9,60–10,10 per kg in 2025. De consumentenprijs voor biologische kaas was aan het begin van 2022 al circa € 14,18 per kg, piekte in februari 2023 op circa € 19,65 per kg, en stabiliseerde in 2025 op ongeveer € 16,67–17,71 per kg. De hogere consumentenprijs voor biologische kaas weerspiegelt zowel hogere productiekosten als een grotere betalingsbereidheid bij consumenten voor dit segment.



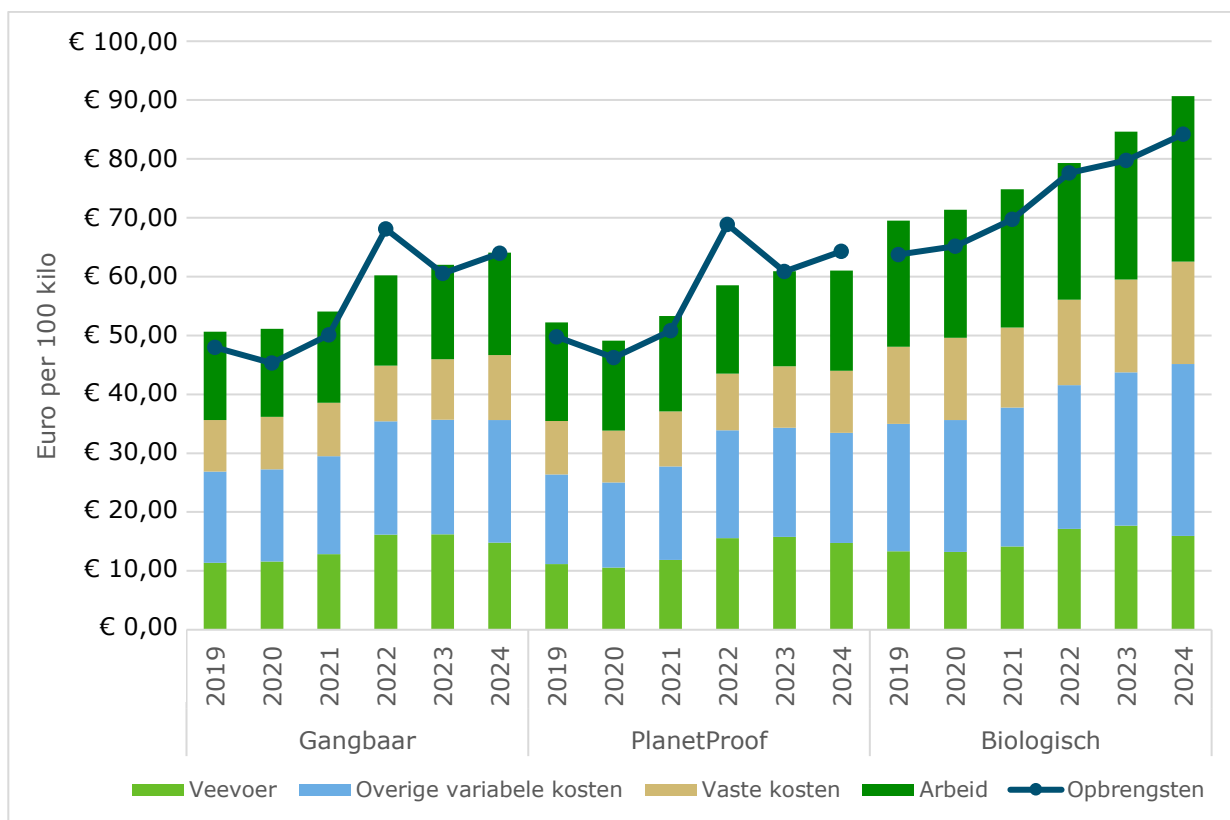
Figuur 6.8 Prijzen van biologische kaas per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

De prijsdynamiek in de kaasketen verschilt van die in de melkketen. Omdat er gemiddeld circa tien liter melk nodig is om één kg kaas te produceren, worden schommelingen in de melkprijs versterkt doorgegeven in de kaasprijzen. Opvallend is dat retailers bij de afbouw van consumentenprijzen na de piekperiode van 2023 een grotere vertraging lieten zien dan bij de opbouw, wat suggereert dat prijsdalingen aan de inkoopzijde slechts gedeeltelijk en vertraagd worden doorberekend aan de consument.

Kosten en nettomarges in landbouw

De ontwikkeling van kosten en nettomarge van primaire bedrijven wordt weergegeven in Figuur 6.9. De grafiek toont opbrengsten en kosten van melkveehouderijen met de productiesystemen regulier, On the way to PlanetProof en biologisch over de periode 2019–2024, gebaseerd op het Bedrijveninformatienet (BIN) van Wageningen Social & Economic Research (Agrimatie, 2026). Er is hierbij gewerkt met een bedrijfseconomische kostendefinitie, waarin naast betaalde kosten ook een marktconforme vergoeding voor ingebrachte eigen arbeid en vermogen wordt toegerekend aan de kostprijs.

In 2025 werden de prijzen en daarmee de financiële resultaten van melkveebedrijven sterk positief beïnvloed door de combinatie van een hogere melkprijs, stijgend vee prijzen en dalende veevoerkosten. Het gemiddelde inkomen uit bedrijf per onbetaalde arbeidsjaarseenheid wordt voor 2025 geraamd op circa € 120.000. Dat wil zeggen: € 46.000 meer dan in 2024 en ca. € 53.000 boven het gemiddelde van de periode 2020-2024 (Agrimatie, 2026). De totale opbrengsten per bedrijf namen in 2025 toe met gemiddeld € 113.000 ten opzichte van 2024. Twee derde van de stijging wordt veroorzaakt door de hogere melkprijs en een derde door de hogere vee prijzen. Kalveren werden in mei 2025 bijna 3,5 keer boven het langjarige prijs-gemiddelde verhandeld; slachtkoeien ruim 90% daarboven (Agrimatie, 2026).

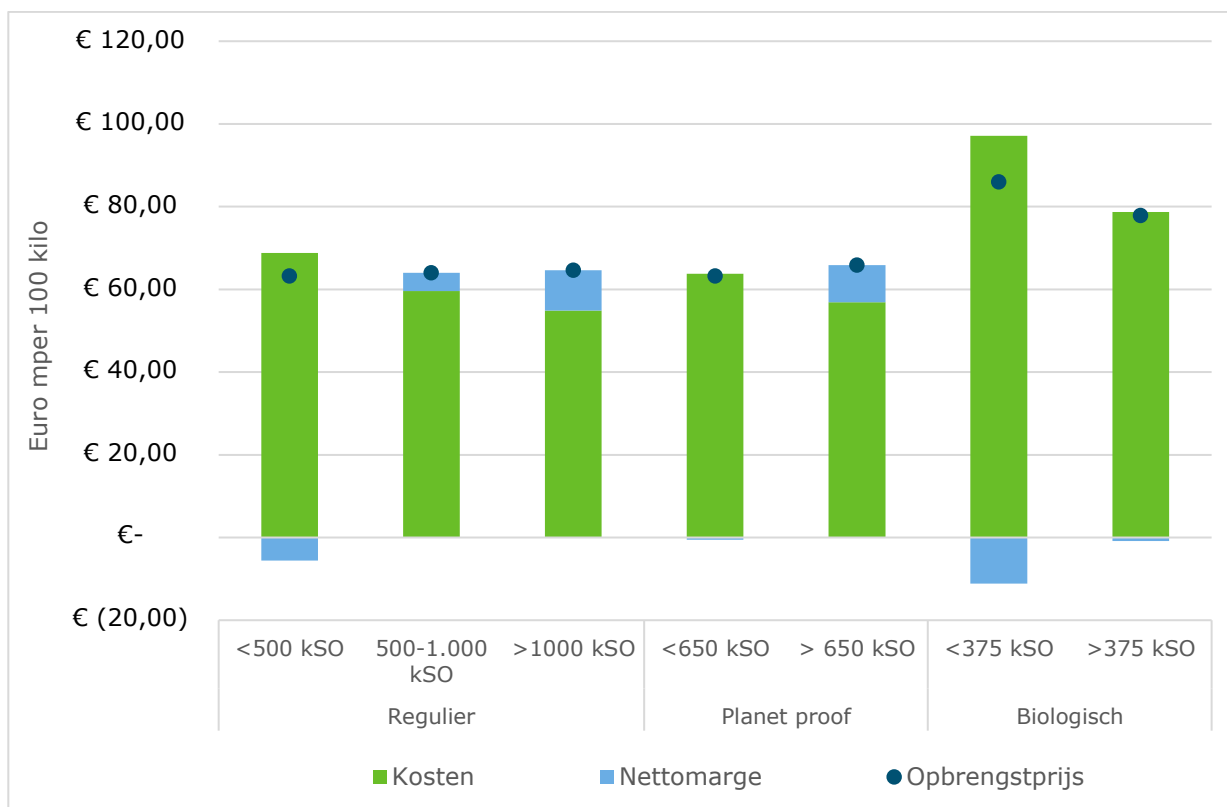


Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.9 Kosten en opbrengsten van melk in landbouw naar productvariant, euro per 100 kg melk (2019-2024).

Over de jaren 2019-2024 waren er gemiddeld 308 reguliere bedrijven, 28 anderszins duurzame bedrijven en 33 biologische bedrijven.

Op basis van het Bedrijveninformatienet zijn over de periode 2022–2024 de volgende nettoresultaten per 100 kg melk vastgesteld. Reguliere melkveebedrijven realiseerden gemiddeld een opbrengst van € 64,20 per 100 kg melk bij een kostprijs van € 62,11, wat resulteerde in een gemiddelde nettomarge van € 2,09 per 100 kg melk over deze periode. Het jaar 2022 was een uitzondering, met een positieve nettomarge van +€ 7,91, terwijl de marge in 2024 uitkwam op -€ 0,13. On the way to PlanetProof-bedrijven presteerden gemiddeld beter: opbrengsten van € 64,67 per 100 kg en een kostprijs van € 60,15 resulteerden in een positieve gemiddelde nettomarge van +€ 4,52 over 2022-2024, met een marge van +€ 3,27 in 2024. Biologische melkveebedrijven kenden over de gehele periode structureel negatieve marges: de gemiddelde nettomarge over 2022–2024 bedroeg -€ 4,34 per 100 kg melk, afnemend van -€ 1,68 naar -€ 6,46 in 2024 bij een kostprijs die in dezelfde periode steeg van € 79,29 naar € 90,66, tegenover opbrengsten die stegen van € 77,61 naar € 84,20 per 100 kg (Bedrijveninformatienet, 2026). Deze negatieve nettomarges betekenen in de bedrijfseconomische benadering niet dat bedrijven direct failliet gaan, maar dat de melkveehouder in de praktijk genoeg neemt met een lagere (of geheel afwezige) vergoeding voor de eigen arbeid en het ingebrachte vermogen, in plaats van te staan op een marktconforme beloning.



Bron: Bedrijveninformatienet, Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.10 Kosten en opbrengsten in de melkveehouderij naar bedrijfsomvang en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2022-2024).

Tegenover de hogere opbrengsten staan ook toenemende kosten. De totale betaalde kosten en afschrijvingen namen in 2025 met gemiddeld circa € 33.000 toe. Deze kostenstijging werd primair veroorzaakt door hogere mestafzetkosten (+€ 11.000 tot gemiddeld € 25.000 per bedrijf per jaar), hogere kosten voor machines en gebouwen (+€ 9.500) en gestegen kunstmestprijzen (+12% ten opzichte van 2024). De veevoerkosten daalden echter met circa € 5.000 door de lagere krachtvoerprijzen. Per saldo lagen de totale toegerekende kosten in 2025 nog ongeveer 20% boven het tienjaarsgemiddelde (Agrimatie, 2026).

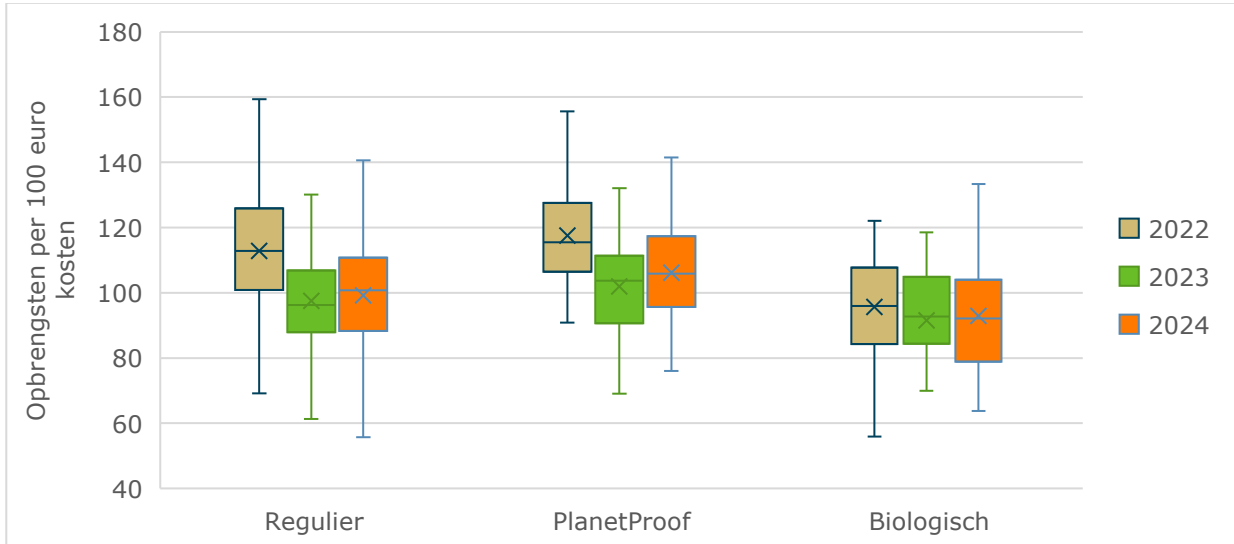
De biologische melkproductie kent de hoogste kosten per eenheid product, voornamelijk door de bedrijfseconomische benadering (waarin ook kosten voor ingebrachte eigen arbeid en vermogen worden meegerekend) en door de kleinere schaalgrootte van biologische bedrijven, hogere arbeidsintensiteit en duurdere biologische veevoereisen. Figuur 6.10 laat voor alle duurzaamheidsvarianten zien dat de kosten per 100 kg product voor kleine bedrijven hoger zijn dan voor grote bedrijven en dat de nettomarge lager is voor kleine bedrijven. Voor kleine reguliere bedrijven is de nettomarge -€ 5,55 per 100 kg melk en bij kleine biologische bedrijven is de gemiddelde nettomarge bij kleine bedrijven -€ 11,15 per 100 kg melk.

De stijgende kostprijs in de biologische melkveehouderij wordt primair gedreven door hogere arbeidskosten (€ 22,88 per 100 kg in 2024) en veevoerkosten (€ 15,97 per 100 kg in 2024). De hogere inkomsten voor biologische bedrijven uit andere commerciële activiteiten dan de verkoop van melk (oplopend tot € 17,21 per 100 kg in 2024) compenseren dit verlies slechts ten dele.

De bedrijfsresultaten van On the way to PlanetProof-boeren zijn gemiddeld iets beter dan die van reguliere melkveehouders: over de periode 2022-2024 bedroeg de gemiddelde nettomarge voor On the way to PlanetProof-bedrijven +€ 4,52 per 100 kg melk, tegenover €2,10 voor reguliere bedrijven. De kostprijs van On the way to PlanetProof-melk lag met € 60,15 per 100 kg (gem. 2022-2024) circa € 2,00 lager dan die van reguliere melk (€ 62,11). De hogere opbrengstprijs voor melk (€ 54,52 vs. € 53,39 per 100 kg) hangt samen met de premietoeslag en een lager veevoergebruik doordat koeien meer in de wei lopen – wat ook direct bijdraagt aan het certificeringscriterium (Bedrijveninformatienet, 2025).

Spreiding resultaten in landbouw

Figuur 6.11 laat zien dat de spreiding van de verhouding tussen kosten en opbrengsten ook groot is in de melkveehouderij. Van de reguliere bedrijven maakte de helft in 2024 winst en de helft verlies, terwijl in 2022 driekwart van de bedrijven winst maakte. Bij On the way to PlanetProof-bedrijven maakte ruwweg vijf achtste van de bedrijven winst en drie achtste verlies. Bij biologische bedrijven maakte bijna driekwart van de bedrijven verlies. Bij de biologische bedrijven maakt een kwart niet eens 80% van de kosten goed. Ook in 2022 maakte vijf achtste van de biologische bedrijven verlies.



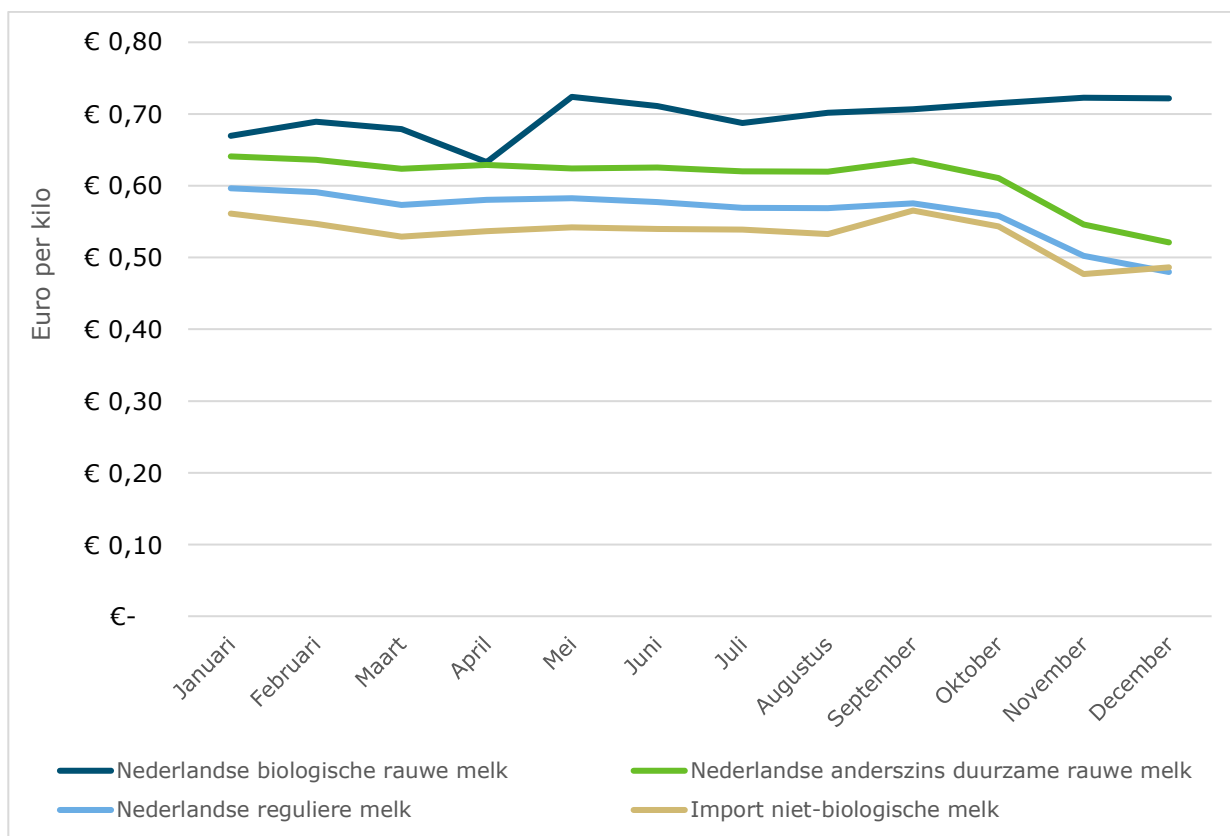
Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.11 Spreiding van de rentabiliteit in de melkveehouderij, in euro opbrengsten per 100 euro kosten (2022-2024).

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Import- en exportprijzen

Rauwe melk wordt in Nederland nauwelijks geïmporteerd. Vijf procent van de ingekochte rauwe melk was in 2025 biologisch, twee derde regulier en bijna 30% anderszins duurzaam. De zuivelindustrie kocht bijna 40% van de kaas als intermediair product in het buitenland in. Van de ingekochte halffabrikaatkaas betrof 2,5% biologische kaas en 1-2% anderszins duurzame kaas. Anderszins duurzame kaas wordt door één en hetzelfde bedrijf geproduceerd, en niet door twee opeenvolgend bedrijven. De importprijzen van reguliere en overige rauwe melk waren in 2025 vergelijkbaar (Figuur 6.12). De inkooprijzen van geïmporteerde kazen lagen tussen die van anderszins duurzame en reguliere kazen van Nederlandse bodem in. De inkooprijzen van Nederlandse biologische kaas zijn in 2025 toegenomen. De inkooprijzen van Nederlandse reguliere kaas zijn in mei 2025 gedaald; die van anderszins duurzame kaas en geïmporteerde overige kaas vanaf september. De inkooprijzen van Nederlandse anderszins duurzame kaas is minder hard gedaald dan die van reguliere en geïmporteerde overige kaas. De inkooprijzen van Nederlandse anderszins duurzame kaas lijkt minder gevoelig te zijn dan die van de andere twee niet-biologische varianten.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 6.12 Inkooprijzen van rauwe melk door de zuivelverwerkende industrie, in euro per kg (2025).

Voor kaas geldt dat de verkoopprijzen van intermediaire producten, d.w.z. leveringen aan de industrie, vergelijkbaar zijn voor binnenlandse en buitenlandse kopers. De verkoopprijzen die voor consumentenproducten aan Nederlandse supermarkten doorberekend worden zijn 1 à 2 euro hoger dan de verkoopprijzen die aan buitenlandse supermarkten doorberekend worden. De Nederlandse markt is volgens de verstrekte gegevens over kosten en opbrengsten winstgeverder voor het consumentenproduct harde kaas dan exportmarkten. Wellicht worden in het buitenland nog waarde-toevoegende activiteiten uitgevoerd, zoals verpakking en snijden, die het verschil in de verkoopprijzen kunnen verklaren.¹¹ Biologische kaas wordt tegen hogere prijzen aan buitenlandse supermarkten verkocht en niet-biologische kaas wordt tegen lagere prijzen verkocht (informatie van bedrijven). De volumes verkochte biologische kaas zijn echter laag.

Tabel 6.1 Verkoopprijzen van kaas naar distributiekanaal, bestemming en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2025)

		Nederland	Export
Intermediair product	Biologisch	a)	a)
	Anderszins duurzaam	€ 5,34	nvt
	Regulier	€ 5,05	€ 5,27
Consumentenproduct	Biologisch	a)	a)
	Anderszins duurzaam	€ 8,17	nvt
	Regulier	€ 7,29	€ 6,11

a) Vertrouwelijke informatie.

Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

¹¹ De gegevensuitvraag veronderstelde geen verdere verwerking/waardetoevoeging voor consumentenproducten.

Vierkantsverwaarding via export

Soortgelijk aan de 'vierkantsverwaarding' in de varkensvleesketen – waarbij de meest winstgevende delen van de varkensarkas vooral in het buitenland worden afgezet – sturen zuivelverwerkers de verschillende bestanddelen van melk (vet, eiwit/kaas, wei) zoveel mogelijk naar de markt met de hoogste opbrengstwaarde.

De hogere verkoopprijs van Nederlandse kaas als consumentenproduct in het buitenland (zie tabel hierboven) geeft aan dat een deel van de meerwaarde van melk buiten Nederland wordt gerealiseerd. Voor bijproducten van de kaasproductie, zoals weipoeder, kan op basis van de huidige gegevens niet worden vastgesteld of hiervoor een aparte duurzaamheidsmeerprijs wordt betaald. Indien dit niet het geval is, komt de opbrengst van deze bijproducten ten gunste van de reguliere marktwaarde en draagt hij niet bij aan de compensatie van de meerkosten van biologische of anderszins duurzame melkveehouders. Dit punt vergt nadere uitvraag bij de zuivelindustrie.

Vergoeding voor meerkosten

Uit de interviews en de enquête blijkt dat de duurzaamheidspremie die melkveehouders ontvangen de meerkosten bij sommige boeren volledig dekt en bij andere boeren niet. Zesenvertig procent van de respondenten met een On the way to PlanetProof-keurmerk gaf aan dat de kosten volledig of meer dan volledig vergoed worden (zie Figuur 4.4 van het Hoofdrapport). In de biologische melkveehouderij was dit slechts het geval voor een kwart van de respondenten. Alle melkveehouders met keurmerken gaven aan in 2024 een hogere prijs te hebben ontvangen voor melk met keurmerk dan voor melk zonder keurmerk; de daadwerkelijke hoogte van deze prijs bleek voor een aanzienlijk deel van de veehouders echter onvoldoende om de meerkosten volledig te compenseren.

De duurzaamheidspremies van de diverse verwerkers varieerden in 2025 aanzienlijk. FrieslandCampina handhaafde de On the way to PlanetProof-premie op het niveau van € 5 per 100 kg melk. Cono Kaasmakers verhoogde de Caring Dairy-premie per 2025 met € 1,50 naar maximaal € 6 per 100 kg, waarbij de drempelvoorwaarden voor deelname tegelijkertijd werden verlaagd om meer melkveehouders te laten instappen. Royal A-ware bood voor Beter voor Natuur & Boer-melk een premie van maximaal € 7,75 per 100 kg (inclusief toeslagen voor weidegang en kwaliteit). DOC Kaas hanteerde voor de Tuurlijk-stroom een premie van € 7 per 100 kg boerderijmelk.

Kosten en marges melk naar ketenschakel

Tabel 6.2 toont de kosten en opbrengsten per 100 liter melk voor 2024, uitgesplitst naar duurzaamheidsvariant. De kostprijzen voor biologische melk zijn het hoogst (€ 0,91 per liter), gevolgd door reguliere melk (€ 0,64) en On the way to PlanetProof (€ 0,61). De gemiddelde opbrengsten van biologische melkveehouders (€ 0,84 per liter) dekken de productiekosten niet: melkveehouders lijden gemiddeld een nettoverlies van € 0,06 per liter. Reguliere melkveehouders draaien quitte, terwijl producenten van On the way to PlanetProof-melk een zeer kleine positieve marge behalen (+€ 0,03 per liter).

Tabel 6.2 Kosten, nettomarges en prijzen naar schakel en productvariant, in euro per kg (2024)

		Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
Landbouw	Kosten	€ 0,64	€ 0,61	€ 0,91
	Nettomarge	€ -0,00	€ 0,03	€ -0,06
	Opbrengstprijs	€ 0,64	€ 0,64	€ 0,84
Industrie	Inkoopprijs	€ 0,61	€ 0,51	€ 0,71
	Overige kosten	€ 0,16	€ 0,17	€ 0,16
	Totale kosten	€ 0,77	€ 0,68	€ 0,87
	Nettomarge	€ -0,01	€ 0,00	€ -0,02
	Verkoopprijs	€ 0,76	€ 0,68	€ 0,85
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 0,98	€ 0,70	€ 0,85
	Overige kosten	€ 0,38	€ 0,26	€ 0,34
	Totale kosten	€ 1,36	€ 0,95	€ 1,19
	Nettomarge	€ 0,06	€ -0,00	€ 0,04
	Consumentenprijs	€ 1,42	€ 0,95	€ 1,23

De verkoopprijs van de leverancier en de inkoopprijs van de afnemer kunnen verschillen vanwege het gebruik van meerdere bronnen (Hoofdstuk 2). Alle prijzen zijn exclusief btw.

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven.

Binnen de zuivelindustrie zijn de nettomarges op alle melkvarianten klein of zeer klein. De inkoopprijs van biologische melk voor de industrie bedraagt € 0,71 per liter, terwijl de overige kosten € 0,16 per liter bedragen, wat resulteert in totale kosten van € 0,87 per liter en een gemiddelde verkoopprijs van € 0,85 per liter; de industrie realiseert daarmee een kleine negatieve nettomarge van -€ 0,02 per liter. Voor On the way to PlanetProof-melk en reguliere melk liggen de totale kosten op respectievelijk € 0,68 en € 0,77 per liter, tegenover verkoopprijzen van € 0,68 en € 0,76 per liter, wat uitmondt in een nulmarge voor On the way to PlanetProof-melkveehouders en een licht negatieve marge van -€ 0,01 per liter voor reguliere melkveehouders. Dit onderstreept de smalle marges en de sterke prijsdruk in de verwerkende industrie, mede door de beperkte ruimte om hogere kosten door te berekenen aan de detailhandel. De prijzen voor reguliere melk zijn hoger dan die voor anderszins duurzame melk. Dit heeft te maken met het feit dat het marktsegment reguliere melk klein is (10%) en een groot aantal premiumproducten telt, zoals boerenmelk, waardoor de knelpunten in dit segment vergelijkbaar zijn met die in andere sectoren.

Op retailniveau zijn de marges overwegend positief, maar verschillen de niveaus duidelijk tussen de diverse varianten. Voor biologische melk betaalt de supermarkt een inkoopprijs van € 0,85 per liter, terwijl de overige kosten € 0,34 per liter bedragen, resulterend in totale kosten van € 1,19 per liter en een consumentenprijs van € 1,23; de nettomarge voor retailers bedraagt daarmee € 0,04 per liter. On the way to PlanetProof-melk kent een inkoopprijs van € 0,70 en totale kosten van € 0,95 per liter, bij een consumentenprijs van eveneens € 0,95, wat resulteert in een marginaal negatieve nettomarge of een nettomarge van nagenoeg nul, terwijl de nettomarge op reguliere melk met een consumentenprijs van € 1,42 per liter en totale kosten van € 1,36 per liter uitkomt op circa € 0,06 per liter.

Bij consumptiemelk hebben biologische, anderszins duurzame en reguliere varianten grofweg een marktaandeel van respectievelijk 20%, 60% en 20%, met een relatief hoge concentratie (de vier grootste bedrijven nemen ongeveer 85% van het marktaandeel voor hun rekening). Hier speelt melk een rol als *traffic generator* in het supermarktschap, wat de prijsdruk richting de industrie en de primaire producent vergroot.

Het aandeel van melkveehouders in de consumenteneuro (brutomarge als aandeel van de consumentenprijs) ligt, uitgedrukt als percentage van de consumentenprijs, op 40% voor biologische melk, 55% voor anderszins duurzame melk en 53% voor biologische melk. Het relatief grote aandeel van biologische en anderszins duurzame melk weerspiegelt de hogere kostenniveaus in deze segmenten. Tegelijkertijd blijft de nettomarge van biologische veehouders negatief, wat aangeeft dat de hogere productiekosten slechts gedeeltelijk worden gecompenseerd door hogere opbrengstprijzen. Het aandeel van de industrie varieert van circa 8 tot 13% van de consumenteneuro, terwijl de brutomarge van de supermarkt tussen de 31 en 36% ligt en dus relatief vergelijkbaar is voor alle drie de varianten.

Kosten en marges kaas naar ketenschakel

Tabel 6.3 toont de prijzen, kosten en nettomarges per kilo kaas. Voor de veehouders is het beeld vergelijkbaar met dat van melk. Er is 10 liter melk nodig om 1 kg kaas te produceren. Alle bedragen komen overeen met die in Tabel 6.2, vermenigvuldigd met een factor 10.

Tabel 6.3 Kosten, nettomarges en prijzen voor kaas naar schakel en productvariant, in euro per kg (2024)

Schakel	Post	Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
Landbouw	Kosten	€ 6,41	€ 6,10	€ 9,07
	Nettomarge	€ -0,01	€ 0,33	€ -0,65
	Opbrengstprijs	€ 6,40	€ 6,43	€ 8,42
Industrie	Inkoopprijs	€ 5,71	€ 5,99	€ 7,91
	Overige kosten	€ 1,14	€ 0,87	€ 1,74
	Totale kosten	€ 6,86	€ 6,86	€ 9,66
	Nettomarge	€ 0,44	€ 0,38	€ 2,36
	Verkoopprijs	€ 7,30	€ 7,24	€ 12,02
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 7,49	€ 7,70	€ 12,09
	Overige kosten	€ 3,21	€ 3,00	€ 5,34
	Totale kosten	€ 10,70	€ 10,70	€ 17,43
	Nettomarge	€ 0,79	€ 0,14	€ 1,20
	Consumentenprijs	€ 11,49	€ 10,83	€ 18,63

De verkoopprijs van de leverancier en de inkoopprijs van de afnemer kunnen verschillen vanwege het gebruik van meerdere bronnen (Hoofdstuk 2). Alle prijzen zijn exclusief btw.

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven.

Op industrieel niveau zijn de nettomarges voor alle kaastypen positief. De inkoopprijs voor biologische kaas bedraagt € 7,91 per kg, terwijl de overige kosten € 1,74 per kg bedragen, wat resulteert in totale kosten van € 9,66 per kg en een verkoopprijs van € 12,02; de gemiddelde nettomarge van de zuivelindustrie op biologische kaas komt daarmee uit op € 2,36 per kg, wat overeenkomt met ongeveer 20 procent van de verkoopprijs van de industrie. Voor On the way to PlanetProof-kaas en reguliere kaas liggen de totale kosten op € 6,86 per kg, bij verkoopprijzen van respectievelijk € 7,24 en € 7,30 per kg; dit leidt tot nettomarges van € 0,38 (circa 5 procent) en € 0,44 (circa 6 procent) per kg. De bedrijfseconomische omstandigheden voor zuivelverwerkers, met name bedrijven met een sterk exportprofiel, worden bovendien beïnvloed door internationale schommelingen in kaasprijzen, energie- en verpakkingskosten en spanningen op de arbeidsmarkt, waardoor deze marges in de praktijk onder druk kunnen staan.

De detailhandel realiseert bij harde kaas de hoogste absolute nettomarges binnen de keten. Voor biologische kaas betaalt de supermarkt een inkoopprijs van € 12,09 per kg, terwijl de overige kosten € 5,34 per kg bedragen, wat resulteert in totale kosten van € 17,43 per kg en een consumentenprijs van € 18,63; de nettomarge bedraagt daarmee € 1,20 per kg, circa 6 procent van de verkoopprijs. On the way to PlanetProof-kaas genereert met een inkoopprijs van € 7,70, overige kosten van € 3,00 en een consumentenprijs van € 10,83 een nettomarge van € 0,14 per kg (ongeveer 1 procent), terwijl reguliere kaas met een consumentenprijs van € 11,49 en totale kosten van € 10,70 per kg een nettomarge van € 0,79 per kg realiseert (circa 7 procent). Dit illustreert dat de detailhandel substantieel profiteert van de bereidheid van consumenten om meer te betalen voor (met name) biologische kaas, terwijl de marges op anderszins duurzame kaas in relatieve termen bescheidener zijn. Biologische kaas heeft een klein marktaandeel van circa 3%, terwijl anderszins duurzame en reguliere kaas goed is voor respectievelijk 39% en 58% van de consumptie. Albert Heijn heeft in het biologische kaassegment een marktaandeel van circa 75% en de vier grootste retailers controleren samen meer dan 90% van de markt. Er is slechts één grote aanbieder van biologische kaas in Nederland. De retailsector realiseert op kaas hogere marges dan op melk, omdat kaas tegen lagere transportkosten in het buitenland gekocht kan worden en omdat consumenten waarschijnlijk een grotere gevoeligheid voor de prijs laten zien dan bij kaas en omdat de prijsconcurrentie tussen supermarkten om deze reden groter is. Zie Tabel 6.5 voor de margeverdeling per ketenschakel.

Bij reguliere en On the way to PlanetProof-kaas nemen melkveehouders in brutotermen een relatief groot deel van de consumenteneuro voor hun rekening (respectievelijk 52 en 56%), terwijl de brutomarge in de

biologische keten lager ligt (42%) en de nettomarge op bedrijfsniveau negatief is. De verwerkende industrie en de retailsector behalen daarentegen bij alle varianten positieve nettomarges, waarbij de industriële schakel in de biologische keten relatief hoge marges realiseert (23% van de consumenteneuro en een nettomarge van 20% van de verkoopprijs), terwijl de brutomarge van supermarkten zich tussen de 31 en 36% bevindt en daarmee in grote lijnen vergelijkbaar is voor alle varianten.

Verwerkers werken met een alternatief kostentoerekeningsmodel. In dit *partnership model* worden grondstofkosten voor kostprijs doorgelegd en worden toegevoegde-waardekosten een-op-een afgerekend via een *cost-plus* aanpak met volledige kosten transparantie. Dit model biedt relatief stabiele verhoudingen in de keten en vermindert de volatiliteit die bij marktgebaseerde prijsstelling optreedt. Het gaat hierbij om een individuele afspraak tussen een specifieke verwerker en diens toeleveranciers, geen sectorbreed gehanteerd model. Vergelijkbare *partnership*- of *cost-plus*-constructies komen in de zuivelketen slechts incidenteel voor.

6.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming

Duurzaamheidskeurmerken spelen een steeds grotere rol in de melk- en kaasketen, met On the way to PlanetProof, Beter voor Natuur & Boer en Biologisch als belangrijkste keurmerken. Tegelijkertijd laat de analyse van prijzen, kosten en marges zien dat de meerkosten van duurzaamheid in de praktijk slechts ten dele worden terugverdiend door de primaire producent, terwijl de verwerkende industrie en retailsector in meerdere segmenten positieve marges realiseren. In dit hoofdstuk wordt verkend welke motieven, belemmeringen, risico's en stimulansen melkveehouders ervaren met betrekking tot certificering, en welke structurele knelpunten de doorvertaling van meerkosten naar meerprijs beperken.

Beweegredenen voor het aanvragen van keurmerken

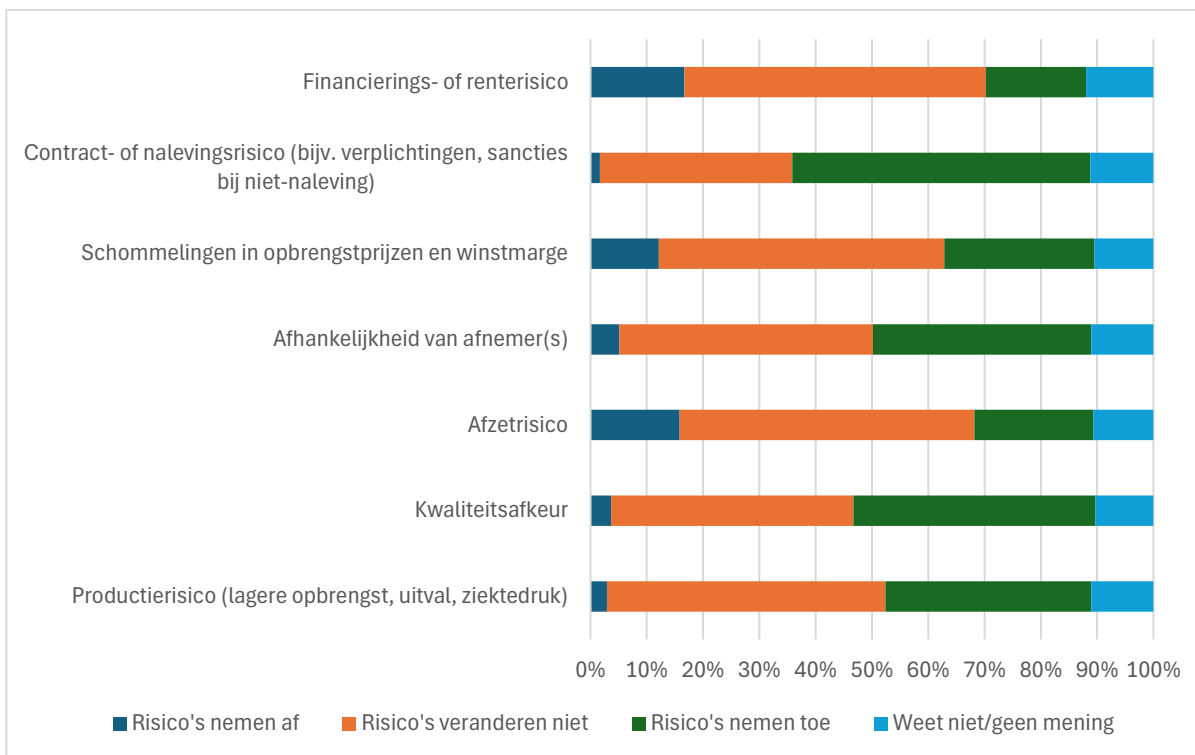
De belangrijkste beweegredenen voor melkveehouders om een keurmerk aan te vragen is het vooruitzicht op hogere opbrengstprijzen (76%). Hiernaast worden als redenen aangevoerd dat het keurmerk beter past bij de bedrijfsvoering (36%) en goed is voor het imago van het bedrijf (29%). Een minderheid noemt dierenwelzijn (12%) als primaire motivatie. Deze verdeling onderstreept dat duurzaamheid in de praktijk sterk verweven is met economische overwegingen. Voor veel bedrijven is certificering geen eerste keuze, maar een manier om het bedrijf toekomstbestendig te maken in markten waar afnemers en consumenten in toenemende mate waarde hechten aan onderscheidende kwaliteits- en duurzaamheidskenmerken. Zoals in § 6.2.1 en § 6.2.2 beschreven, vormen hogere consumentenprijzen voor biologische en anderszins duurzame melk en kaas in dat licht een belangrijke prikkel, maar garanderen ze niet automatisch kostendekkende marges voor melkveehouders.

Belemmeringen bij het invoeren van een keurmerk

Als belangrijkste belemmering noemen melkveehouders de administratie- en registratielast (39%). Beperkte toegang tot grond is voor 30% van de respondenten een obstakel, wat met name relevant is voor melkveebedrijven die moeten voldoen aan de eisen met betrekking tot weidegang en eigen eiwitproductie. Zowel eisen waaraan moeilijk voldaan kan worden als wachtlijsten om onder een keurmerk te mogen produceren worden door 18-25% van de respondenten als belemmerend ervaren. Een verwerker benadrukt dat de strenger geworden On the way to PlanetProof-eisen per 2025 de toetredingsdrempel verhogen, hoewel het programma ook nieuwe instappers probeert te faciliteren.

Keurmerken en risico's

Figuur 6.13 laat zien hoe melkveehouders de impact van keurmerken op verschillende bedrijfsrisico's beoordelen. Bij een deel van de risico's, zoals het productierisico en het risico op afwaardering, geeft een groot aandeel melkveehouders aan dat deze risico's door deelname aan een keurmerk afnemen. Voor andere risico's, waaronder het financierings- of renterisico en het contract- of nalevingsrisico, vindt de meerderheid dat de risico's per saldo niet veranderen, terwijl een kleinere groep juist een toename van het risico ziet. Ook voor het afzet- en prijschommelingrisico is het beeld gemengd: een deel ervaart risicoreductie, maar een aanzienlijk deel ziet geen verandering of zelfs een toename van het risico. Het aandeel 'weet niet/geen mening' blijft bij alle risicocategorieën beperkt.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 6.13 Impact keurmerken op risico's in melkveehouderij (2026) ($n = 545$). Antwoord op de vraag: 'Neemt volgens u dit risico toe of af, of blijft het gelijk?'

Dit onderdeel van het online onderzoek betrof redenen om een Nederlands keurmerk te voeren, factoren die de invoering van een Nederlands keurmerk belemmeren of vergemakkelijken, risico's, redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren, en redenen om te stoppen met een Nederlands keurmerk. Per onderwerp konden de respondenten maximaal vijf antwoorden aankruisen. Elk mogelijk antwoord (*item*) is een ja/nee-item.

Stimulansen voor certificering

Ondanks de genoemde belemmeringen ervaren veel melkveehouders ook concrete stimulansen om met keurmerken te werken. De belangrijkste beweegreden om met een keurmerk te starten, is ook hier financieel van aard: 32% noemt dit als top-stimulus voor toetreding. Daarnaast geeft 31% aan dat er geen specifieke factoren waren die de toetreding vergemakkelijktten; deze groep ziet deelname aan een certificeringsprogramma dus eerder als een autonome bedrijfsbeslissing dan als een reactie op externe stimulansen. Andere genoemde stimulansen, zoals rentekorting van de bank (10%) en ondersteuning door adviseurs of keurmerkinstanties, spelen een kleinere, maar niet verwaarloosbare rol.

Wanneer melkveehouders terugblikken op hun besluit om een keurmerk te voeren, noemen zij als voornaamste beweegreden 'hogere of stabielere opbrengstprijzen' (54%). Ook geven veel melkveehouders aan dat het beter past bij de eigen bedrijfsvoering (51%) en het imago van het bedrijf (48%), terwijl 34% aangeeft dat de productiemethode beter is voor het dierenwelzijn. Dit onderstreept het feit dat financiële prikkels en marktpositionering samen de belangrijkste motor vormen, waarbij intrinsieke motieven rond dierenwelzijn ook een sterke rol spelen.

Tegelijkertijd geven melkveehouders verschillende soorten belemmeringen aan: 26% vindt dat de meerprijs voor het product de extra kosten niet volledig dekt, 20% heeft moeite om administratie en registraties goed te organiseren en 15% ervaart beperkte toegang tot grond. Opvallend is dat 31% aangeeft geen belemmeringen te ervaren, wat erop wijst dat voor een groot deel van de bedrijven de drempels tot deelname relatief laag zijn.

Bij de groep die overweegt of heeft overwogen te stoppen met een keurmerk, spelen vooral te strenge eisen of eisen die in de toekomst strenger gaan worden (50%) en de meerprijs die de kosten onvoldoende dekt (49%) een rol. Daarnaast worden 'te veel administratie' (29%) en 'te veel arbeid nodig' (27%) vaak genoemd. Voor het ontbreken van buitenlandse keurmerken op Nederlandse melkveebedrijven is het beeld anders: 45% weet het niet of heeft geen mening, terwijl 18% wijst op een te lage winstmarge en respectievelijk 13% en 12% de geschiktheid en organiseerbaarheid van buitenlandse keurmerken in Nederland problematisch vindt.

Tabel 6.3 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (2026 a))

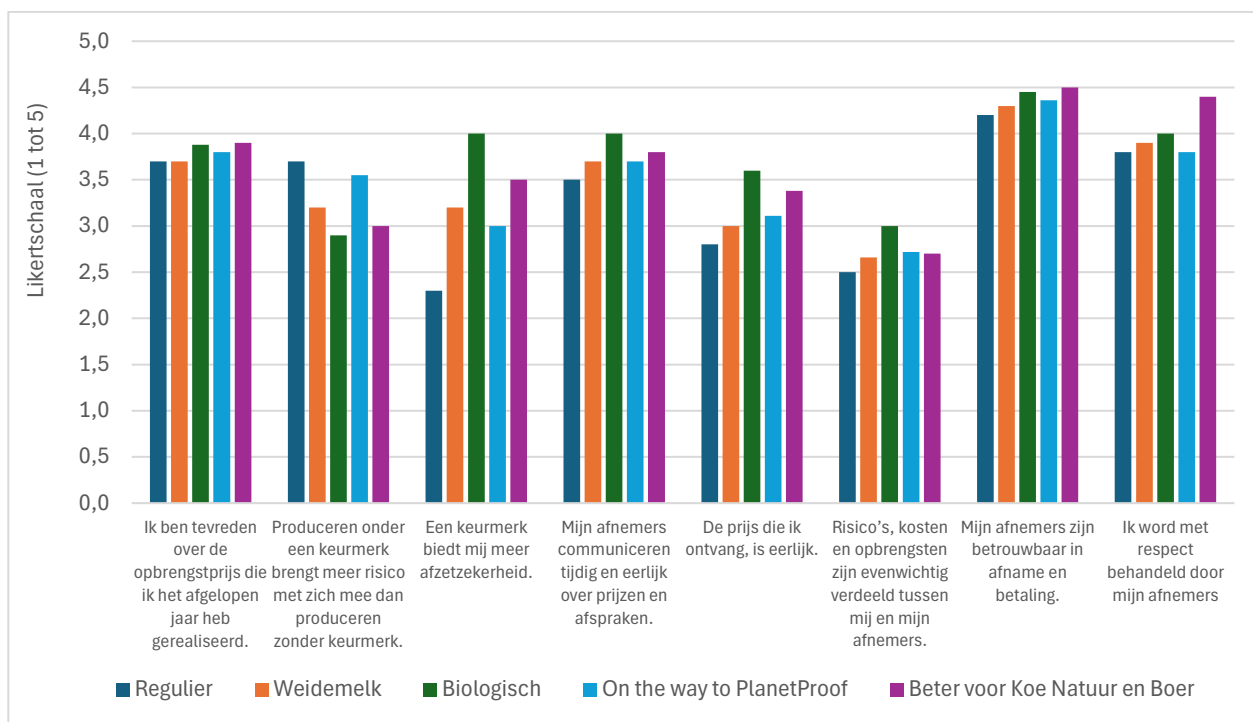
Top-4 beweegredenen (n = 438) Wat waren de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw product?	%
Hogere of stabielere opbrengstprijzen	54
Past beter bij mijn bedrijfsvoering	51
Beter voor het imago van mijn bedrijf	48
Het is beter voor het dierenwelzijn	34
Top-4 belemmeringen (n = 438) Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van keurmerk X voor uw product?	%
Ik ervaar geen belemmeringen	31
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	26
Het was lastig om de administratie en registraties goed te organiseren	20
Ik had beperkte toegang tot grond	15
Top-4 stimulansen (n = 438) Wat maakte het voor u gemakkelijker om uw product voor het eerst te laten certificeren onder keurmerk X?	%
Vergoeding extra kosten of hogere opbrengstprijzen	32
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	31
Weet niet / geen mening / niet van toepassing	11
Rentekorting van de bank	10
Top-4 redenen om te stoppen (n = 165) Wat waren de belangrijkste redenen om te overwegen te stoppen met het keurmerk X voor uw product?	%
Te strenge of in de toekomst nieuwe of strengere eisen	50
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	49
Te veel administratie	29
Te veel arbeid nodig	27
Top-4 redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren (n = 423) Wat zijn de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor uw product te voeren?	%
Weet niet/geen mening/niet van toepassing	45
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	18
Buitenlandse keurmerken zijn gericht op buitenlandse boeren en tuinders	13
Te lastig of te duur om certificering en audits voor buitenlandse keurmerken in Nederland te organiseren	12

a) Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.

Bron: online onderzoek (2026).

Percepties van handelsrelaties en prijsstelling

Figuur 6.14 toont hoe melkveehouders hun relatie met hun afnemers beoordelen op het gebied van communicatie, de eerlijkheid van prijsafspraken en de verdeling van risico's. Producenten met het keurmerk Beter voor Koe, Natuur & Boer en biologische boeren geven op vrijwel alle indicatoren een relatief hoge score, in het bijzonder op de transparantie van afspraken en eerlijke prijzen. Dit hangt samen met de relatief langlopende en transparante contracten en de duidelijkere meerprijs voor hun producten. De laagste scores betreffen de percepties met betrekking tot de eerlijke verdeling van risico's en kosten en de eerlijkheid van de prijs, met name bij On the way to PlanetProof-boeren. Dit sluit aan bij de bevinding dat de PlanetProof-premie voor een substantieel deel van deze veehouders de meerkosten niet volledig dekt.



Likert-schaal (1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens. Reguliere productie n = 81; Beter voor Koe, Natuur & Boer n = 16; Weidemelk n = 196. On the way to PlanetProof n = 37; biologische productie n = 49).
Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 6.14 Percepties in de melkveehouderij ten aanzien van de handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026).

De ketenrelatie in de biologische kaasketen bij Cono wordt gekenmerkt door relatieve stabiliteit en afgeslotenheid, met minder volatiele prijsbewegingen. Hierdoor genieten melkveehouders een betere bescherming, maar tegelijkertijd zijn de mogelijkheden om te profiteren van hoge marktprijzen ook beperkter. Een verwerker benadrukt dat het *cost-plus*-model met een retailer systematisch lagere prijsonzekerheid biedt voor alle schakels in vergelijking met reguliere marktgebaseerde modellen, maar dat de winst voor de leverancier afhankelijk blijft van de afgesproken marge en de efficiëntie van de bedrijfsvoering.

6.4 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?

Melk

De analyse laat zien dat de verdeling van kosten en marges in de keten sterk verschilt tussen melk en kaas en tussen reguliere producten, On the way to PlanetProof-producten en biologische varianten. Bij dagverse melk worden de hoogste kosten per eenheid product gemaakt in de biologische keten, terwijl de nettomarges van biologische melkveehouders structureel negatief blijven. Tegelijkertijd spelen de verwerkende industrie en de retailsector in alle varianten gemiddeld quitte of hebben licht positieve marges. In de reguliere melkketens zijn de marges over de hele keten smal: zowel melkveehouders als verwerkers draaien gemiddeld rond break-even of licht verlies, terwijl supermarkten een kleine maar structureel positieve nettomarge realiseren. In de PlanetProof-keten is de totale ketenwinst iets hoger en zijn de resultaten gunstiger voor melkveehouders dan bij de reguliere keten, maar blijven de marges in de verwerkende industrie zeer beperkt.

Kaas

Voor harde kaas is het beeld anders: hier zijn de totale ketenmarges bij alle varianten positief, met de hoogste absolute nettomarges in de detailhandel. Biologische kaas kent de hoogste consumenten prijzen en genereert relatief hoge marges in zowel de verwerkende industrie als de retailsector, terwijl melkveehouders per kg kaas verlies lijden door de hoge kostprijzen. Bij reguliere kaas en On the way to PlanetProof-kaas nemen melkveehouders een relatief groot deel van de consumenteneuro voor hun rekening in brutotermen (circa 52–56%), terwijl de industrie en vooral de retailsector in alle varianten positieve nettomarges realiseren. Per saldo profiteert de detailhandel in de kaasketen het meest van de bereidheid van consumenten om meer te betalen voor biologische en duurzame producten, terwijl de primaire producent juist in deze biologische en duurzame segmenten het grootste deel van de meerkosten draagt.

Tabel 6.4 Bruto- en nettomarges voor drie productvarianten in drie schakels voor consumptiemelk (2024)

		Brutomarge		Nettomarge
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel
Regulier	Landbouw	40%	€ 0,00	0%
	Industrie	21%	€ -0,00	-1%
	Supermarkten	39%	€ 0,06	4%
Anderszins duurzaam	Landbouw	55%	€ 0,03	5%
	Industrie	17%	€ 0,00	0%
	Supermarkten	28%	€ -0,00	0%
Biologisch	Landbouw	53%	€ -0,06	-8%
	Industrie	16%	€ -0,02	-2%
	Supermarkten	31%	€ 0,04	3%

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Tabel 6.5 Bruto- en nettomarges in drie productvarianten en drieketenschakels voor kaas (2024)

		Brutomarge	Nettomarge	
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel
Regulier	Landbouw	48%	€ -0,01	0%
	Industrie	16%	€ 0,44	6%
	Supermarkten	36%	€ 0,79	7%
Anderszins duurzaam	Landbouw	53%	€ 0,33	5%
	Industrie	16%	€ 0,38	5%
	Supermarkten	31%	€ -0,14	1%
Biologisch	Landbouw	37%	€ -0,65	-8%
	Industrie	27%	a)	a)
	Supermarkten	35%	€ 1,20	6%

a) Vertrouwelijk.

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

De importprijs van niet-biologische rauwe melk lag in 2025 onder de Nederlandse prijzen. De verkoopprijs van kaas voor de industrie was vergelijkbaar in Nederland en in het buitenland. Kaas als consumentenproduct werd in 2025 in Nederland tegen hogere verkoopprijzen afgezet dan in het buitenland. De binnenlandse markt voor kaas als consumentenproduct was in 2025 winstgevendder dan de buitenlandse markt voor zowel biologische als niet-biologische kaas.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?

De prijsvorming en het prijsverloop in de melk- en kaasketen worden in de eerste plaats bepaald door de internationale zuivelmarkten, veevoerprijzen en exportvraag, en in de periode 2022–2025 door de sterke schokken op de energie- en kunstmestmarkten na de Russische invasie in Oekraïne. Deze externe factoren leidden tot een scherpe stijging van de melk- en kaasprijzen in 2022-2023, gevolgd door een neerwaartse correctie en stabilisatie op een hoger niveau dan in 2022. De kosten voor mestafzet, arbeid en kapitaal bleven in dezelfde periode verhoogd, waardoor de kostprijs structureel hoger kwam te liggen. Voor biologische melk en kaas is het prijsverloop aanzienlijk stabielier dan voor de andere varianten dankzij de langjarige contracten die kenmerkend zijn voor de biologische keten.

Contractvormen en ketenorganisatie dicteren vervolgens hoe deze marktsignalen doorwerken in de verschillende segmenten. In de biologische melk- en kaasketen zorgen langjarige, relatief gesloten contractrelaties voor stabielere af-boerderijprijzen en minder prijsvolatiliteit. Tegelijkertijd beperken zij echter ook de ruimte om in prijspiekjaren volledig te profiteren van hoge marktprijzen. In de reguliere en On the way to PlanetProof-segmenten domineren kortere, meer marktgebaseerde contracten, wat tot grotere prijsvolatiliteit leidt. De hoge melkprijzen van 2022–2023 droegen bij aan een uitzonderlijk goed inkomensjaar, maar werden gevolgd door een periode waarin hogere kosten en lagere melkprijzen de marges opnieuw onder druk zetten. De detailhandel speelt bovendien een belangrijke rol in de uiteindelijke consumentenprijzen: prijsstijgingen aan de inkoopzijde worden doorgaans snel en grotendeels doorberekend aan de consument, terwijl prijsdalingen, met name bij kaas, vertraagd en slechts gedeeltelijk worden doorgegeven, wat wijst op een asymmetrische prijstransmissie. Zoals in § 6.1 toegelicht, geldt een vergelijkbare langjarige contractstructuur ook voor delen van de anderszins duurzame keten, zij het met een hogere frequentie van prijsherziening dan in de biologische keten.

Onderzoeksvraag 3: in hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

De resultaten laten zien dat de meerkosten van duurzaamheid voor melkveehouders slechts gedeeltelijk en ongelijkmatig worden gecompenseerd via meerprijzen, en dat de mate waarin dit gebeurt sterk verschilt per keurmerk. Voor het On the way to PlanetProof-keurmerk geeft 46% van de melkveehouders aan dat de ontvangen premie de meerkosten volledig of meer dan volledig dekt, terwijl dit bij biologische melkveehouders slechts voor circa 25% geldt. Tegelijkertijd ontvangt vrijwel iedere keurmerkhouder wel een hogere melkprijs dan voor niet-gecertificeerde melk. On the way to PlanetProof-bedrijven realiseren gemiddeld positieve nettomarges per 100 kg melk, terwijl reguliere bedrijven schommelen rond de nul en biologische bedrijven structureel verlies lijden.

In de verwerkende industrie en retailsector vertaalt duurzaamheid zich vaker in stabiele tot hogere marges, met name in de biologische segmenten. De hogere betalingsbereidheid van consumenten voor biologische en duurzame producten komt daardoor relatief sterk tot uitdrukking in de marges van de verwerkende industrie en de supermarkten, terwijl de primaire producent slechts een deel van de meerprijs ontvangt en vaak met een negatief saldo achterblijft. Premieverhogingen door verwerkers, zoals de verhoging van de Caring Dairy-premie of de relatief hoge premie in de Beter voor Natuur & Boer-keten, verbeteren de positie van sommige van de deelnemende boeren, maar compenseren de structureel hogere kostprijzen niet. Dit is een vrijwel onvermijdelijk kenmerk van naast elkaar bestaande onderscheidende melkstromen: het naast elkaar aanbieden van reguliere, anderszins duurzame en biologische melk impliceert per saldo een zekere afwaardering van een van deze stromen, en de uitdaging voor de keten is vooral om de biologische (of anderszins duurzame) melk binnen deze situatie zo hoog mogelijk te waarderen.

Voor anderszins duurzame melk geldt dat de meerkosten in 2024 de meerprijs dekten voor de gehele keten, maar dat supermarkten verlies leden op anderszins duurzame melk. Melk wordt gebruikt als klantentrekker en anderszins duurzame melk is de nieuwe standaardmelk in het schap. Voor biologische melk geldt dat de gehele keten verlies lijdt, maar melkveehouders in het bijzonder (Tabel 6.6). Voor biologische kaas geldt dat de zuivelindustrie en supermarkten winst maken: de meerprijs is groter dan de meerkosten. Voor anderszins duurzame producten bestond er geen meerprijs in 2024. Dit wordt deels verklaard door het gegeven dat anderszins duurzame kaas o.a. scherp geprijsde huismerken betreft.

Tabel 6.6 *Vershil tussen de meerprijzen en meerkosten van duurzamere consumptiemelk ten opzichte van de reguliere productvariant, in euro per kg (2024)*

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Vershil
Anderszins duurzaam	Landbouw	0,00	-0,03	0,03
	Industrie	-0,08	-0,10	0,02
	Supermarkten	-0,47	-0,28	-0,06
Biologisch	Landbouw	0,15	0,27	-0,12
	Industrie	0,09	0,10	-0,01
	Supermarkten	-0,19	-0,17	-0,02

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Tabel 6.7 *Vershil tussen de meerprijzen en meerkosten van duurzamere kaas ten opzichte van de reguliere productvariant, in euro per kg (2024)*

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Vershil
Anderszins duurzaam	Landbouw	0,06	-0,31	0,37
	Industrie	-0,06	0,00	-0,06
	Supermarkten	-0,66	0,00	-0,66
Biologisch	Landbouw	1,56	2,66	-1,10
	Industrie	nb	nb	nb
	Supermarkten	7,14	6,73	0,41

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en meerkosten voor één of meerdere schakels?

Het verschil tussen de meerkosten en meerprijs voor melkveehouders wordt verklaard door een combinatie van institutionele en marktgerelateerde factoren.

Ten eerste ontbreekt in de meeste ketens een expliciet en stabiel vergoedingsmechanisme waarin de meerkosten van duurzaamheid systematisch worden vergoed boven op de marktprijs. In On the way to PlanetProof-ketens wordt bijvoorbeeld verondersteld dat de meerkosten in de totale prijs zijn verdisconteerd, terwijl veehouders en verwerkers aangeven dat deze vergoeding in de praktijk vaak ontoereikend is.

Ten tweede leiden marktgebaseerde contracten en internationale prijsvolatiliteit ertoe dat opbrengstprijzen sterk schommelen, terwijl veel duurzaamheidskosten vast en meerjarig zijn. In jaren met lage melkprijzen worden keurmerkboeren dan relatief zwaar geraakt.

Ten derde ontwikkelde het aanbod van biologische melk zich de afgelopen jaren sneller dan de vraag, waardoor de opbrengstprijzen onder druk staan en de marges van biologische melkveehouders structureel negatief zijn, ondanks de hoge consumentenprijzen.

Ten vierde vormen administratieve en certificeringslasten, evenals aanvullende investeringen in bedrijfsvoering en grondgebondenheid, substantiële kosten, die zelden volledig worden vergoed en relatief zwaar drukken op kleinere bedrijven.

Tegen deze achtergrond neemt de detailhandel, vooral in het biologische segment, een dominante positie in de prijsvorming in: de hogere betalingsbereidheid van consumenten voor duurzame producten wordt slechts beperkt doorgeleid naar de primaire producent, terwijl de verwerkende industrie en de retailsector in vrijwel alle ketens positieve nettomarges behouden. Deze margedruk hangt direct samen met de dominante rol van de detailhandel in de prijsvorming.

Implicaties van melk versus kaas

De bevindingen wijzen erop dat melk- en kaasketens sterk verschillen in hun ruimte om kostenstijgingen en de meerkosten van verduurzaming in prijzen en marges op te vangen. Bij dagverse melk zijn de totale ketenmarges gemiddeld smal en liggen de resultaten op boerderijniveau, zeker bij biologische melkveehouders, structureel onder druk, terwijl de verwerkende industrie nauwelijks boven nul uitkomt en supermarkten slechts beperkte (maar wel stabiele) marges realiseren. In de kaasketens daarentegen zijn de totale ketenmarges aanzienlijk hoger en slaagt de keten er beter in om kostenstijgingen en duurzaamheidspremies in de consumentenprijs te verrekenen, met name in de biologische segmenten. Een belangrijke verklaring daarvoor is het feit dat kaas een duidelijker verwaardings- en rijpingsproces kent. Melk wordt omgezet in een product met langere houdbaarheid, extra bewerking en rijping, waardoor de toegevoegde waarde in de verwerkingsschakel groter is dan bij dagverse melk. Dit komt niet alleen tot uiting in hogere brutomarges; ook de nettomarges in de kaasketen liggen voor de verwerkende industrie en de retailsector structureel hoger dan de nettomarges op boerderijniveau (zie Tabel 6.4 en Tabel 6.5).

Voor de beoordeling van de prijsvorming en marges vanuit het mededingingsperspectief betekent dit dat dagverse melk vooral een vraagstuk van kostendruk en beperkte verdelingsruimte is, terwijl er bij kaas meer ruimte lijkt te bestaan voor onderhandelingen over een evenwichtiger verdeling van de marges tussen de schakels. Tegelijkertijd laten de data zien dat die extra ruimte bij kaas niet alleen voortkomt uit de hogere consumentenbereidheid om te betalen, maar ook uit de grotere toegevoegde waarde van verwerking, verpakking, rijping en merkpositionering. In het bijzonder roept de combinatie van negatieve nettomarges voor biologische melkveehouders en positieve marges voor de industrie en de retailsector bij biologische kaas de vraag op in hoeverre de hogere betalingsbereidheid van consumenten in dit segment voldoende transparant en proportioneel doorwerkt naar de primaire producent. De doorwerking is momenteel onvoldoende transparant en proportioneel, gegeven de structureel negatieve nettomarges bij de biologische melkveehouderij tegenover de positieve marges voor de industrie en retailsector in de biologische kaasketen.

7 Varkensvlees

7.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de varkensvleesketen centraal. Varkensvlees is wereldwijd een van de meest geconsumeerde vleessoorten, dat breed ingezet wordt in diverse keukens, van Aziatische roerbakgerechten tot traditionele Europese vleeswaren. Dit hoofdstuk richt zich op Nederlands vers varkensvlees. De vleeswarenindustrie wordt niet meegenomen in dit onderzoek.

Uit de vorige editie van de Agro-Nutri Monitor bleek dat de nettomarge (winst) voor varkenshouders over de periode 2021-2023 gemiddeld genomen negatief was voor alle varianten varkensvlees. Hierbij dient te worden opgemerkt dat grote en middelgrote vleesvarkensbedrijven door efficiëntere voerinkoop en lagere vaste kosten per kilo een aanzienlijk betere nettomarge behalen dan kleinere bedrijven. De vleesverwerkende industrie maakte over de periode 2021-2023 geen winst op biologisch varkensvlees, noch op Beter Leven 1-ster-varkensvlees. Op regulier vlees is de nettomarge voor verwerkers 1%. De supermarktketens hebben in de periode 2021-2023 gemiddeld genomen verlies geleden (-1%) op de verkoop van biologisch varkensvlees, maar wel relatief hoge nettomarges gehaald met de verkoop van Beter Leven 1-ster- en regulier varkensvlees: respectievelijk 6% en 10%.

In de varkensvleesketen spelen de volgende schakels een rol: de mengvoerindustrie, de primaire productie, de verwerkers, importeurs en exporteurs, en detailhandel en consumenten (zie Figuur 7.1). In de onderstaande tekst worden deze schakels uit de varkensvleesketen kort besproken.

Mengvoerindustrie

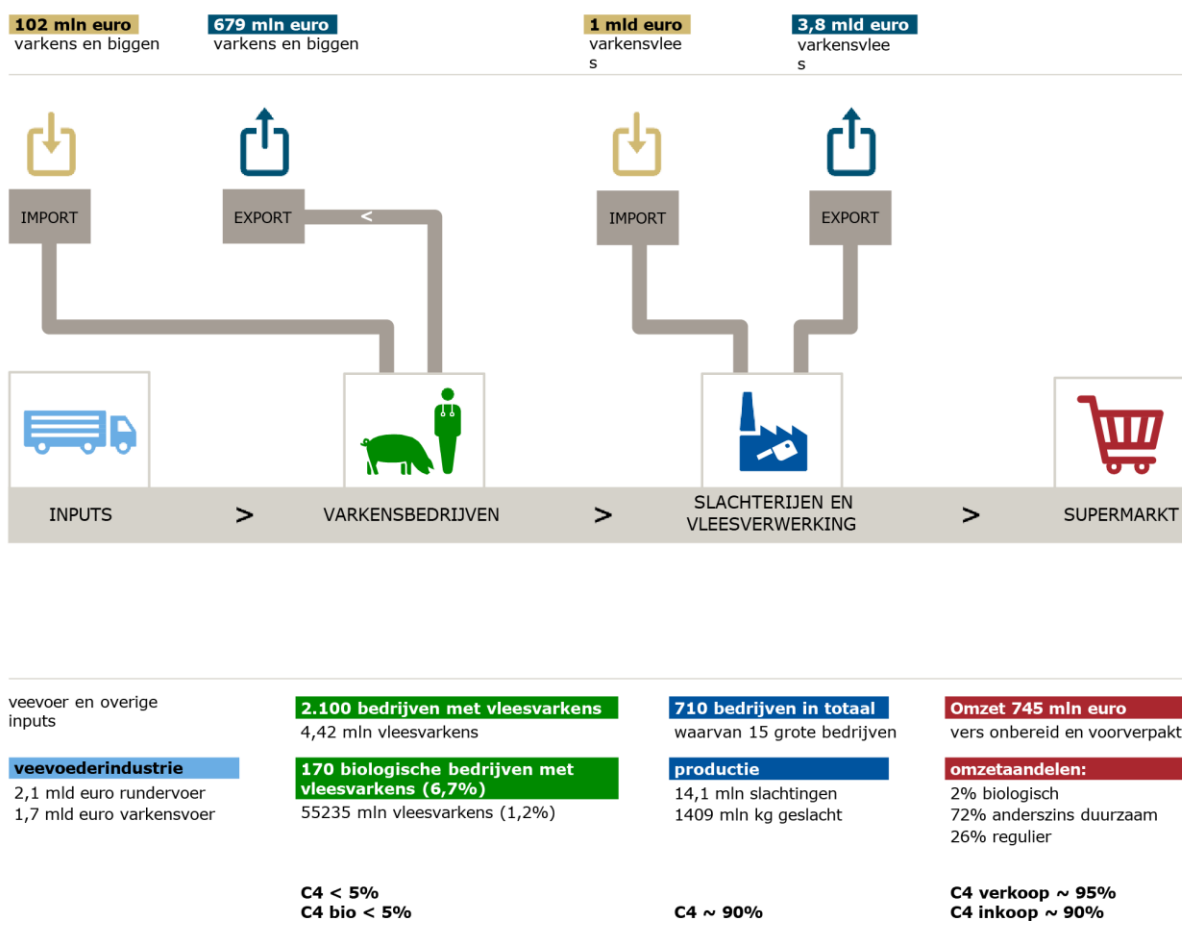
De productie van mengvoer voor de Nederlandse varkenshouderij daalde van 4,3 miljoen ton in 2023 naar circa 3,4 miljoen ton in 2025 (FEFAC/Nevedi). Volgens de jaarlijkse inventarisatie van de Circular Feed association (CfA) daalde de inzet van vochtrijk voer in de varkenshouderij met 3%, van 2,8 miljoen ton in 2023 naar 2,7 miljoen ton in 2024. Het gebruik van losse grondstoffen kwam neer op circa 1,02 miljoen ton in 2024. De grootste drie veevoerbedrijven (Agrifirm, ForFarmers en De Heus) hebben samen een marktaandeel van naar schatting 60%. Grondstoffen worden wereldwijd ingekocht, maar voornamelijk op Europees niveau.

Varkensvoer bestaat voor 73% uit mengvoer, voor 18% uit losse grondstoffen en voor 9% uit vochtrijke co-producten.¹² 'Mengvoer' is de verzamelnaam van droge diervoeders met verschillende ingrediënten. Hoewel er diverse grondstoffen zijn die geschikt zijn voor het produceren van varkensvoer, zien we een aantal producten vaak terugkomen in het varkensvoer. Zo bevat varkensvoer vaak granen. Ook vitaminen, enzymen en aminozuren worden vaak toegevoegd. Vochtrijke bijproducten uit de levensmiddelenindustrie zijn bijvoorbeeld aardappelschillen, gist, granen, citrusvruchten en plantaardige oliën. Ook worden er restproducten tot varkensvoer verwerkt, zoals brood en koekjes die afgekeurd zijn voor menselijke consumptie. Veel varkens krijgen ook brijvoer. Dit is een mengsel van mengvoer, bijproducten en water. Brijvoer is voordeliger dan droogvoer, maar vergt investeringen in een andere installatie.

¹² Vochtrijke co-producten bevatten logischerwijs veel water. Als deze volumes worden teruggerekend naar droge stof, sluiten de procentuele verhoudingen bij de absolute hoeveelheden aan.



Varkensvlees



C4 = gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven.

Bron: CBS Landbouwtelling, Internationale handel, Bedrijvendemografie; informatie van bedrijven.

Figuur 7.1 Nederlandse keten voor varkensvlees 2025.

Primaire productie en afzet

De primaire productie bestaat uit de zeugenhouderij en de vleesvarkenshouderij. Er zijn ook gesloten bedrijven die zowel biggen als vleesvarkens produceren. De Nederlandse varkenshouderij laat in 2025 een voortzetting zien van de eerder ingezette trend van krimp en schaalvergroting. Het aantal varkens is sinds 2000 met circa 24% gedaald, van 13,1 miljoen naar minder dan 10,0 miljoen dieren in 2025. Dit is een historisch dieptepunt en betekent dat de Nederlandse varkensstapel voor het eerst sinds 1979 onder de grens van 10 miljoen stuks is gedoken. De afname is vooral sinds 2020 versneld door beëindigingsregelingen. De daling is iets sterker zichtbaar bij de zeugen, waarvan de aantallen sinds 2020 met ongeveer 21% afnamen, dan bij de vleesvarkens, waarvan de aantallen in dezelfde periode met circa 17% terugliepen.

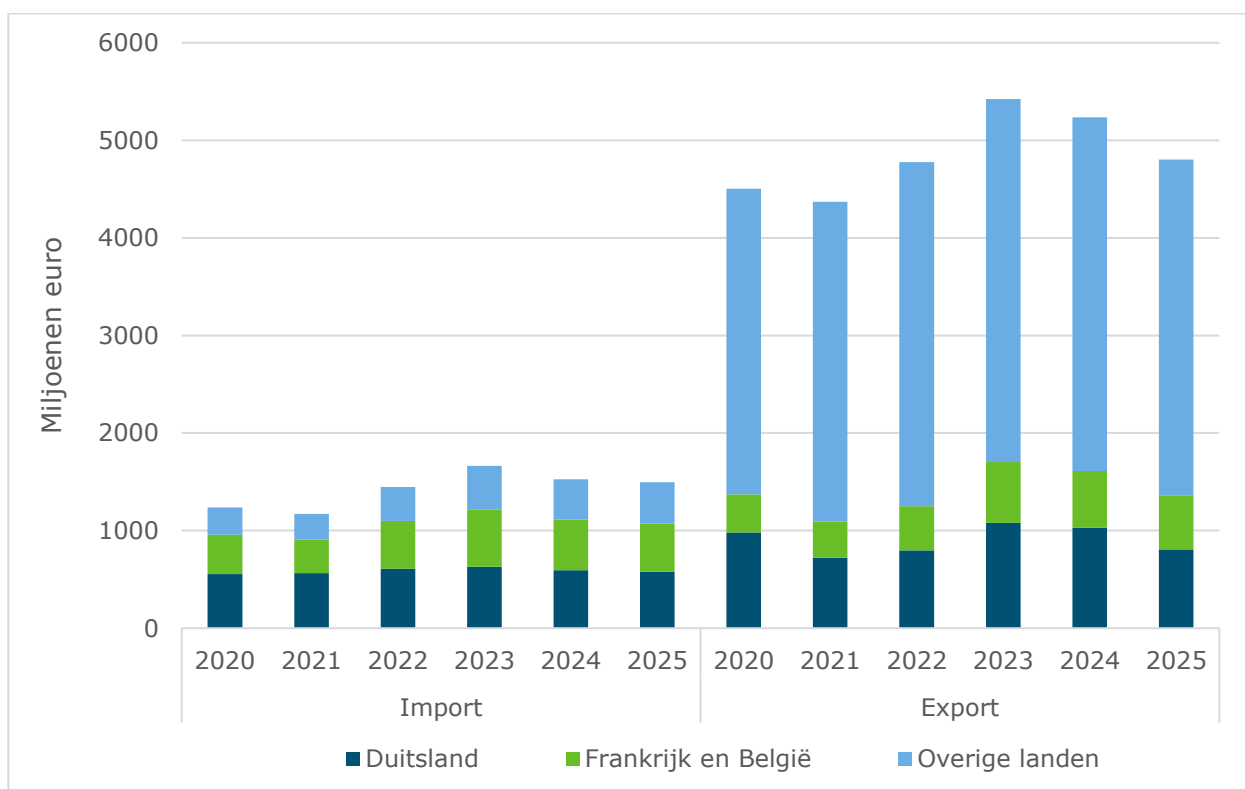
Het aantal bedrijven met vleesvarkens is sinds het begin van deze eeuw met ruim 80% gedaald, van 14.520 in 2000 naar ruim 2.500 in 2025, terwijl de gemiddelde bedrijfsomvang blijft toenemen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2025). Veruit het grootste deel van de varkens in Nederland wordt gehouden volgens reguliere wettelijke standaarden. Binnen de concepten is het Beter Leven-keurmerk (waarvan circa 37% onder het Beter Leven 1-ster-concept valt) veruit het grootste. In 2025 bedroeg het aandeel biologische varkensbedrijven ongeveer 1,2% van het totale aantal varkenshouderijen in Nederland. Ondanks een forse groei van ongeveer 75% in het aantal biologische varkensbedrijven in de afgelopen negen jaar, blijft het absolute marktaandeel van deze bedrijven binnen de totale veehouderij relatief klein.

Verwerking en handel

Het aantal varkensslachtingen in Nederland daalde in 2025 met 3,2 procent ten opzichte van 2024. Het gemiddelde slachtgewicht daalde in 2025 met 140 gram. In 2025 werden in de Nederlandse slachterijen in totaal ruim 14 miljoen varkens geslacht. Deze varkens hadden een gemiddeld slachtgewicht van bijna 100 kg. Ongeveer een kwart van de geslachte varkens waren Beter-Leven-varkens waarmee de Nederlandse supermarkten van vers varkensvlees en varkensvleesproducten worden voorzien. Het marktaandeel van het aantal geslachte biologische vleesvarkens was in 2025 circa 1,3 procent.

Ongeveer 90% van de varkensslachtingen in Nederland vindt plaats bij de grootste vier slachterijen. Vion Food Group slacht ongeveer de helft van de varkens in Nederland; de andere drie grote ondernemingen zijn Van Rooi Meat, Westfort en Compaxo. Nederlandse vleesvarkens worden zowel in binnenlandse als in Duitse slachterijen geslacht, terwijl ook Belgische en Duitse varkens in Nederland geslacht worden. Na de slacht worden de karkassen in de slachterij verwerkt, uitgebeend en in kleinere stukken gesneden. De kleinere stukken worden omgezet in vers vlees en andere producten, en worden daarna geleverd aan supermarktketens en andere afnemers.

De waarde van geïmporteerd varkensvlees vertoont over de periode 2020-2025 een stijging tot ruim € 1,42 miljard in 2025 (zie Figuur 7.2). Dit is circa € 20 miljoen minder dan de importwaarde van het voorgaande jaar, wat kan duiden op een dalende vraag. Het merendeel van de importwaarde wordt bepaald door de invoer van vers varkensvlees en levende varkens. Nederland importeert varkens en varkensvlees voornamelijk voor de internationale handel en specifieke verwerking. Hoewel Nederland veel meer varkensvlees produceert dan er in Nederland wordt geconsumeerd (een groot deel van het vlees gaat direct de grens over), is import essentieel voor de logistieke en economische positie van Nederland in de wereldwijde varkensvleesketen.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Internationale handel.

Figuur 7.2 Nederlandse import en export van varkens en varkensvlees, in miljoen euro (2021-2025).

De Nederlandse varkenssector is sterk afhankelijk van de export. De export varieert van hele en halve karkassen, schouders en hammen tot verder verwerkte producten. In 2025 was de exportwaarde circa € 4,74 miljard. In 2024 was dit nog € 5,23 miljard. Duitsland, Frankrijk en België zijn belangrijke afzetmarkten. De rest van het varkensvlees gaat naar andere landen. Export van de verschillende onderdelen van het varken is belangrijk, omdat Nederlandse consumenten maar een deel van het varken eten. In Nederland wordt varkensvlees vooral geconsumeerd in verwerkte vorm of als standaard vleesproduct. Populaire producten in Nederland zijn karbonade, spekblokjes, gehakt (vaak half-om-half met rund) en varkenshaas. In Azië (en met name China) eet men bijvoorbeeld varkensoren, darmen en gefrituurde varkenshuid, terwijl in de Verenigde Staten grote stukken varkensvlees zoals *spare ribs* en *pulled pork* (vaak gemaakt van de varkensschouder) populair zijn. Vierkantsverwaarding is daarom essentieel. Vierkantsverwaarding houdt in dat wordt geprobeerd alle onderdelen van het varken (zowel hoofd- als bijproducten) goed te verwaarden. Als bepaalde onderdelen van het varken niet of alleen tegen een lagere prijs kunnen worden verkocht, heeft dit effect op de totale waarde van het varken.

Varkensvlees met Beter Leven 1-ster-keurmerk komt soms terecht op de exportmarkt. Er is echter geen aparte buitenlandse markt voor varkensvlees dat wordt geproduceerd volgens de eisen van het keurmerk, waardoor duurzaam geproduceerd vlees bij export regelmatig wordt afgewaardeerd tot regulier vlees. Door dit proces van afwaardering kunnen de meerkosten die samenhangen met verduurzaming niet altijd worden terugverdiend. Dit laat zien dat verdere verduurzaming niet alleen afhankelijk is van investeringen op het primaire bedrijf, maar ook van voldoende marktvraag en afzetmogelijkheden voor duurzamere producten.

Biologisch varkensvlees wordt tegen relatief hoge prijzen in het buitenland afgezet: de verkoopprijzen zijn minstens 25% hoger dan die van regulier varkensvlees (zie Hoofdrapport). Dat geldt voor de kleine hoeveelheid die aan buitenlandse supermarkten afgezet wordt, maar ook voor de relatief grote hoeveelheid die aan de buitenlandse industrie verkocht wordt. Er worden relatief veel goedkope onderdelen van biologische varkens in Nederland verkocht (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De prijzen voor overig varkensvlees zijn beter vergelijkbaar tussen de Nederlandse en buitenlandse markten. De prijzen van onderdelen van varkens die aan de buitenlandse vleesindustrie afgezet worden waren in 2024 5 tot 25% hoger dan de prijzen van onderdelen van varkens die in Nederland afgezet werden. De prijzen van varkensvlees dat aan buitenlandse en Nederlandse supermarkten geleverd wordt, zijn vergelijkbaar.

Detailhandel en consumptie

De Nederlandse retailmarkt (dat wil zeggen het supermarktkanaal) voor varkensvlees is sterk geconcentreerd. Ruim driekwart van het varkensvlees bestemd voor de detailhandel wordt afgenomen door de vier grootste supermarktketens. Varkensvlees is een van de grootste categorieën in de versafdeling van supermarkten. Hoewel de hoeveelheid vlees die geconsumeerd wordt schommelt, blijft de supermarkt het belangrijkste afzetkanaal. De markt wordt sterk gedomineerd door vlees met het Beter Leven-keurmerk (met een aandeel van bijna 98,5% in vers varkensvlees), al blijft regulier vlees in acties (zoals varkenshaas) bestaan. Het marktaandeel van biologisch varkensvlees in de supermarkten is circa 2%. Het aanbod biologische producten in Nederlandse supermarktketens is sinds 2024 gedaald, ondanks de beloftes van supermarktketens en de overheid om het aanbod van biologische producten te stimuleren.

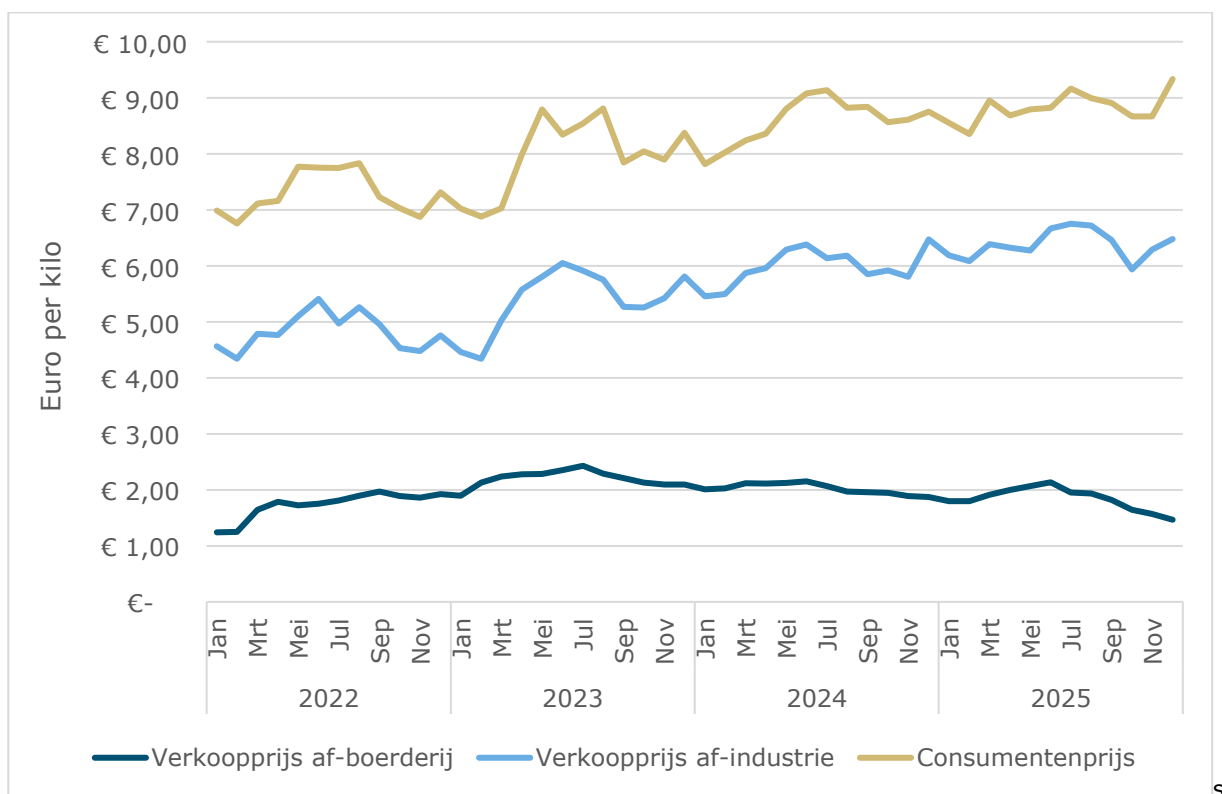
In Nederland werd in 2024 per hoofd van de bevolking 35,1 kg varkensvlees per jaar geconsumeerd, tegenover 36,1 kg in 2023. De totale vleesconsumptie in Nederland bestaat voor ruim 47% uit varkensvlees (Dagevos *et al.*, 2025).

7.2 Prijzen, kosten en marges

De prijs van varkensvlees wordt bepaald door vraag en aanbod. Hierbij speelt de varkenscyclus een cruciale rol. Als er een tekort is aan varkens, stijgt de prijs. Varkenshouders reageren hierop door meer zeugen te laten dekken om de productie op te schroeven. Omdat het fokken en grootbrengen van biggen ruim een jaar duurt, is er pas veel later een extra aanbod aan varkens. Dit leidt tot een overschot, waardoor de prijs weer keldert. Hierdoor krimpen boeren hun veestapel in, waarna de cyclus zich herhaalt. Het effect van het aanbod is door het jaar heen te zien in de prijsontwikkeling. De varkensvleesprijs kent een traditionele seizoenspiek in de late lente en vroege zomer (mei-juli). Deze piek wordt voornamelijk gedreven door het barbecueseizoen en de stijgende vraag naar barbecuevlees (zoals nekken en schouders) in Zuid-Europa. De Figuren 7.3-7.5 hebben betrekking op de Nederlandse varkensvleesketen.

Prijsverloop per schakel voor regulier varkensvlees

De verkoopprijs af-industrie en de consumentenprijs van regulier varkensvlees lieten in de periode 2022-2025 een stijgende lijn zien. De af-industrieprijs steeg geleidelijk door tot ruim € 6 per kg in 2025, terwijl de consumentenprijzen relatief stabiel bleven en opliepen van ongeveer € 7 per kg in 2022 naar ruim € 9 per kg eind 2025. De producentenprijzen stegen in 2022 en 2023 naar niveaus van rond de € 2,40 per kg door krapte op de markt, maar namen in 2024 en vooral in 2025 weer licht af, tot ongeveer € 1,50–€ 2,00 per kg, door een groter aanbod van varkens binnen de EU en een afname in fysieke exportvolumes.



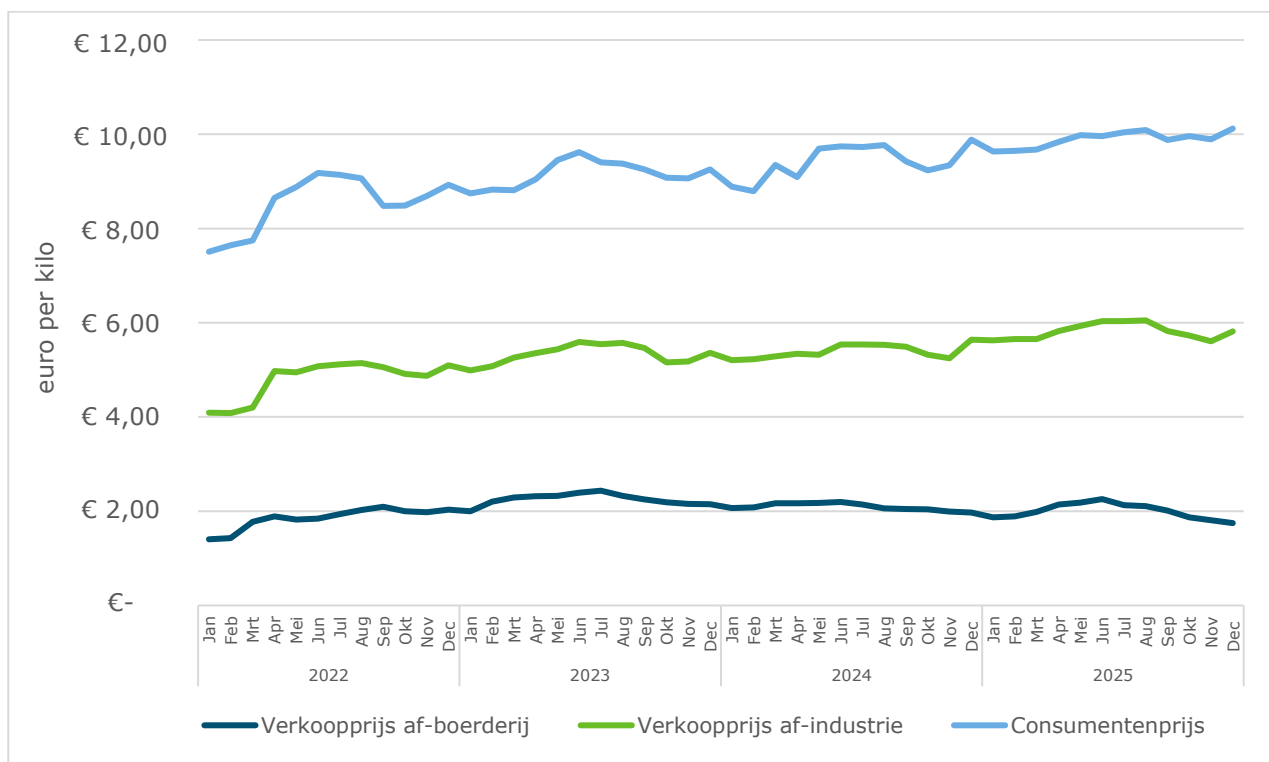
a) De categorie regulier varkensvlees in deze monitor is gebaseerd op de classificatie in de beschikbare retaildata. Hierdoor kan deze categorie ook producten bevatten waarvoor geen sluitende informatie over het toegepaste keurmerk beschikbaar is. De resultaten geven daarom inzicht in verschillen tussen de onderscheiden datacategorieën en niet noodzakelijkerwijs in het daadwerkelijke verschil tussen regulier en Beter Leven-varkensvlees in de Nederlandse supermarkt.

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.3 Prijzen van regulier varkensvlees a) per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

Prijsverloop per schakel voor anderszins duurzaam varkensvlees

De prijzen van varkensvlees met het Beter Leven-keurmerk (met name 1 ster) lieten in de periode 2022–2025 een relatief stabiele maar licht stijgende lijn zien (zie Figuur 7.4). De af-boerderijprijzen stegen van ongeveer € 1,40 per kg begin 2022 naar niveaus van rond de € 2,20–€ 2,40 per kg in 2023 en stabiliseerden daarna iets lager in 2024 en 2025. De piek in 2023 werd veroorzaakt door een hoge inflatie (die gepaard ging met oplopende mestkosten, hogere rentelasten en stijgende arbeidskosten) en krapte van het aantal varkens in de markt. De af-industrie- en consumentenprijzen namen geleidelijk toe, waarbij de consumentenprijzen opliepen van circa € 7,50 tot € 9,00 per kg in 2022 naar ongeveer € 10 per kg eind 2025. De af-industrieprijs en de consumentenprijs stegen sterker door structureel hogere ketenkosten, zoals de kosten voor verwerking en transport. De consumentenprijzen schommelden daarbij minder sterk dan de prijzen op producentenniveau.

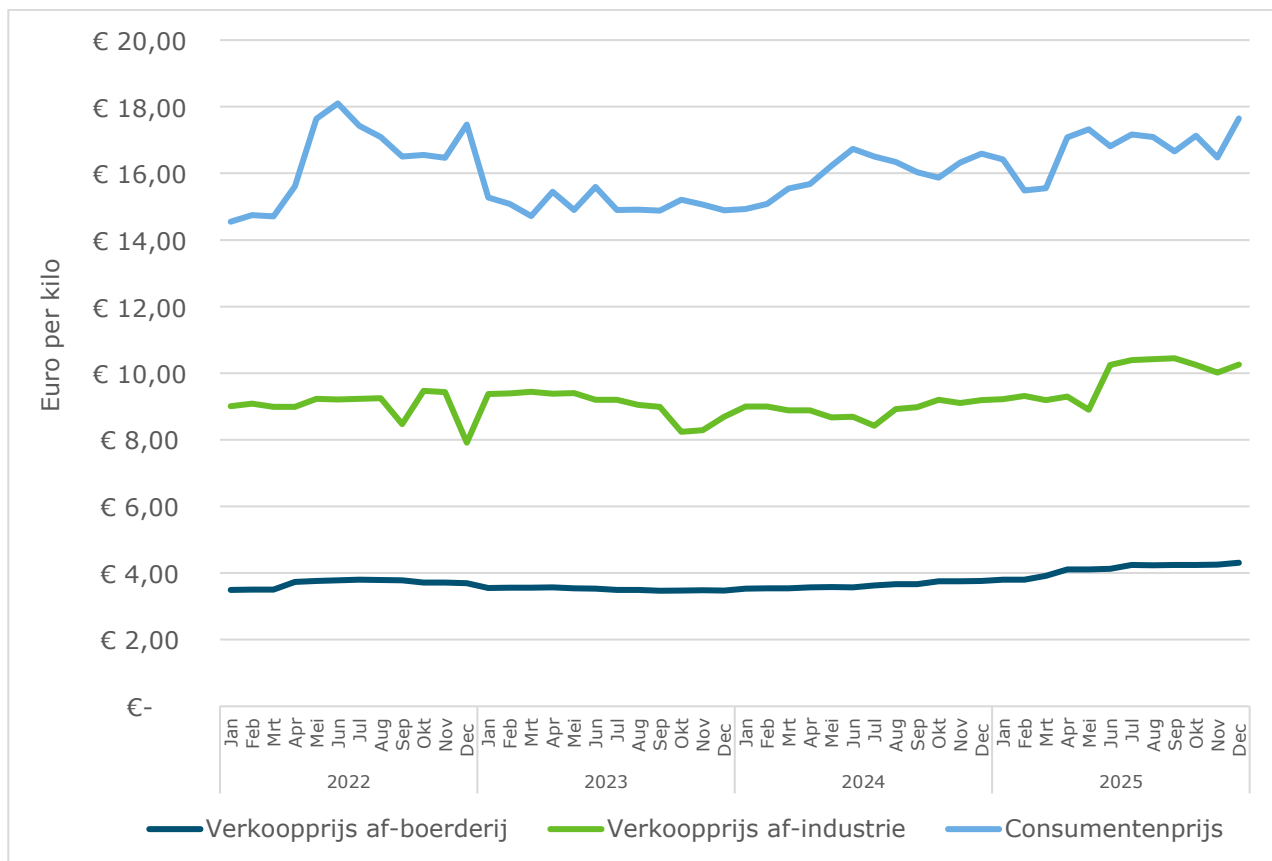


Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.4 Prijzen van Beter Leven-varkensvlees per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022–2025).

Prijsverloop per schakel voor biologisch varkensvlees

De prijzen van biologisch varkensvlees per ketenschakel, uitgedrukt in euro per kg geslacht gewicht, worden weergegeven voor de periode van januari 2022 tot november 2025 in Figuur 7.5. De prijzen van biologisch varkensvlees in de varkenshouderij lieten in de periode 2022–2025 een overwegend stijgende lijn zien, vooral af-boerderij en af-industrie. De af-boerderijprijzen stegen van ongeveer € 3,50 per kg in 2022 naar ruim € 4,30 per kg eind 2025, terwijl ook de af-industrieprijzen opliepen tot boven de € 10 per kg. Consumentenprijzen bleven gedurende de hele periode vrij stabiel en bewogen grotendeels tussen € 15 en € 18 per kg, ondanks de stijgende prijzen in de andere schakels van de keten. Dit wijst erop dat prijsveranderingen in de primaire sector en handel slechts gedeeltelijk worden doorgegeven aan de consumenten. Het prijsverloop van biologisch varkensvlees werd in de periode 2022–2025 sterk beïnvloed door een verstoring van de markt voor biologisch varkensvlees in 2022, veroorzaakt door overproductie van biologisch varkensvlees in Denemarken. Daarna is de productie van biologisch varkensvlees verkleind, terwijl anderzijds de vraag naar biologisch varkensvlees in Europa is toegenomen.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.5 Prijzen van biologisch varkensvlees per ketenschakel, in euro per kg, exclusief btw (2022-2025).

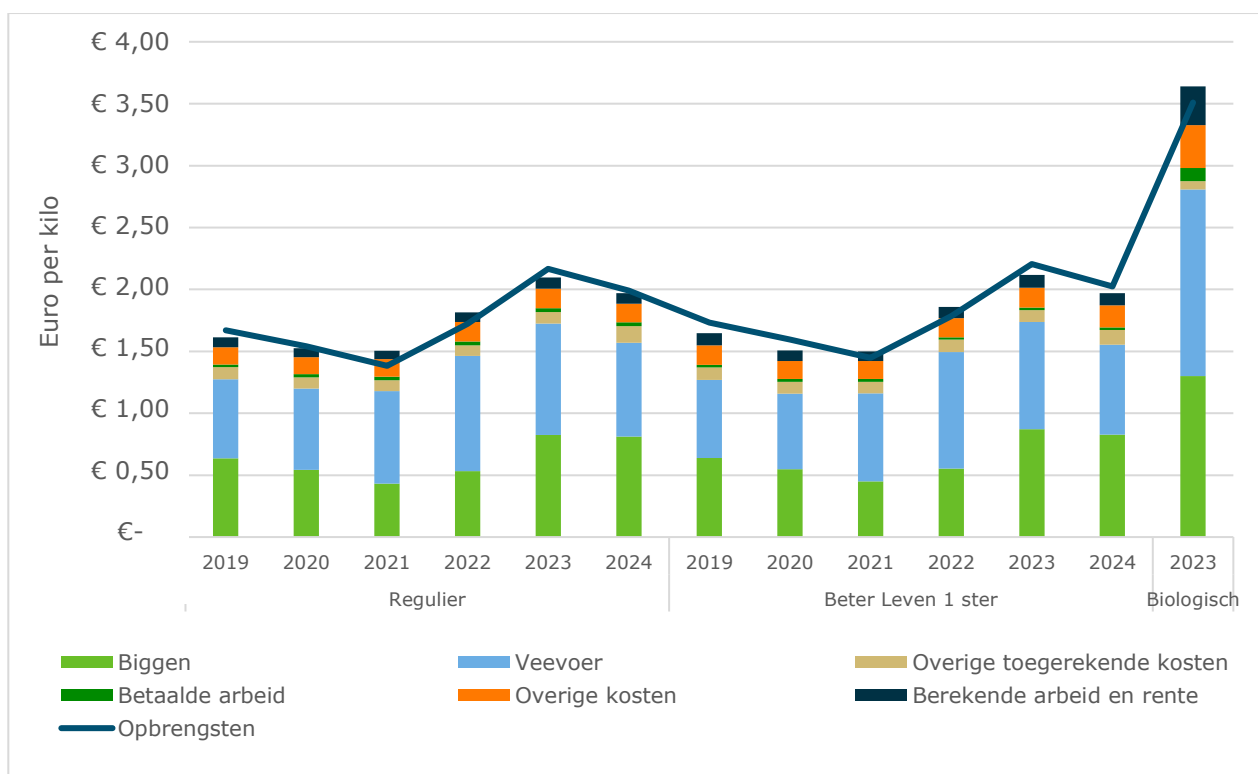
Over de gehele periode 2022-2025 laten de verschillende segmenten binnen de varkensvleesketen een stijgende prijsontwikkeling zien, vooral op af-industrie- en consumentenniveau. Biologisch varkensvlees kende structureel de hoogste prijzen, gevolgd door varkensvlees met het Beter Leven-keurmerk. De laagste prijsniveaus zijn zichtbaar bij regulier varkensvlees. Het prijsverschil tussen regulier, Beter Leven 1 ster en biologisch varkensvlees wordt voornamelijk veroorzaakt door strengere welzijnseisen, hogere voerkosten en lagere productieschalen. Hoe diervriendelijker en duurzamer het keurmerk, hoe meer tijd en ruimte de varkens nodig hebben, wat direct doorberekend wordt in de prijs. Op af-boerderijniveau waren de prijschommelingen groter dan bij consumentenprijzen, waarbij vooral in 2025 een lichte daling zichtbaar was in de prijs van regulier en Beter Leven-varkensvlees. Die werd met name veroorzaakt door een grotere varkensproductie in de EU en een stagnerende export. Af-industrie- en consumentenprijzen stegen de laatste jaren geleidelijk. De gestegen prijzen worden met name veroorzaakt door hogere energie-, transport- en arbeidskosten. Verwerkers en de retailsector berekenen stijgende kosten in de toeleveringsketen door in de uiteindelijke prijzen die door de consument betaald worden.

Kosten en nettomarges veehouders

De nettomarge op reguliere varkens is in 2024 met vier cent per kg afgenomen ten opzichte van de periode 2021-2023: van 8 naar 4 cent (zie Figuur 7.6). De opbrengstprijz nam af met 17,6 cent per kg, van € 2,18 per kg naar € 2,01. De kosten namen af van € 2,11 tot € 1,97. De kosten van veevoer namen met 14,1 cent af, de kosten van biggen daalden 2,7 cent, en de kosten voor mestafzet stegen met 3,7 cent.

Op basis van de gegevens die de onderzoekers ter beschikking stonden neemt de nettomarge op Beter Leven 1-ster-varkens in 2024 met vier cent per kg af ten opzichte van het voorgaande jaar; in dit geval van 9 naar 5 cent. Beter Leven 1-ster-producenten hebben een iets hogere nettomarge: +1 cent. De opbrengstprijs nam met 18,0 cent af, van € 2,20 naar € 2,02. De kosten namen af van € 2,12 per kg tot € 1,97 per kg. De opbrengstprijs voor Beter Leven 1-ster-varkens was in 2024 1 cent hoger dan voor reguliere varkens. De kosten voor beide varianten waren gelijk: € 1,97 per kg. Deze uitkomst betekent niet dat het Beter Leven 1-ster-keurmerk geen meerkosten met zich meebrengt. Uit aanvullende analyses blijkt dat verschillen in bedrijfsomvang, technische resultaten en opbrengsten een deel van deze meerkosten compenseren, waardoor de gemiddelde kosten van reguliere en Beter Leven 1-ster-bedrijven dicht bij elkaar liggen.¹³ De kosten van veevoer namen met 13,7 cent af, de kosten van biggen daalden 4,5 cent, en de kosten voor mestafzet stegen met 2,9 cent.

De kosten voor biologische varkens waren € 3,63 per kg in 2023, terwijl de opbrengstprijs € 3,51 bedroeg. De nettomarge was -13 cent per kg. De kostenverschillen ten opzichte van reguliere varkenshouders zitten primair in veevoer (+62 cent), biggen (+46 cent), berekende arbeid en rente (+22 cent) en vaste kosten (+19 cent).



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

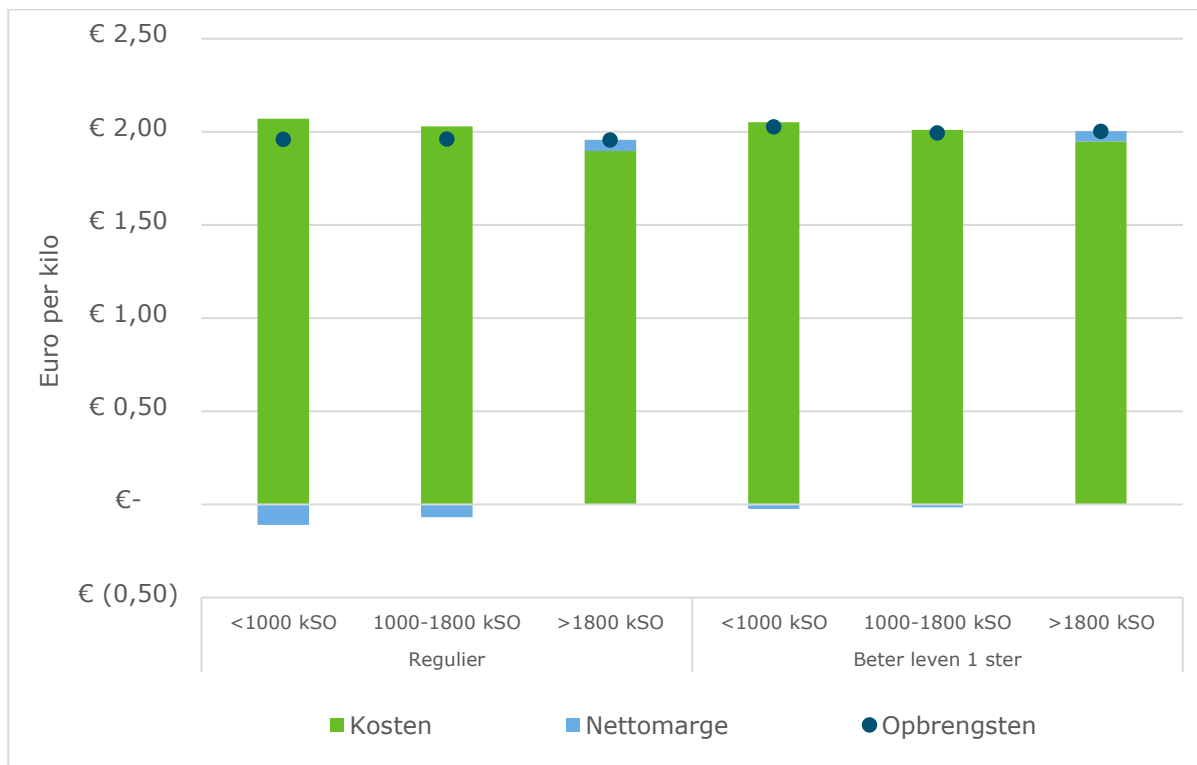
Figuur 7.6 Kosten en opbrengsten van varkensvlees per productvariant in de landbouw, in euro per kg (2019-2024).

¹³ Op basis van de resultaten uit het Bedrijveninformatienet (BIN) zijn de gemiddelde totale kosten van reguliere en Beter Leven 1-ster-bedrijven in 2024 vrijwel gelijk. Deze uitkomst betekent echter niet dat de productie onder het Beter Leven-keurmerk geen extra kosten met zich meebrengt. De eisen van het keurmerk, zoals meer leefruimte per dier en aanvullende dierenwelzijnsmaatregelen, leiden in principe tot hogere kosten per dierplaats en per kilogram geproduceerd vlees. Tegelijkertijd blijkt uit een aanvullende data-analyse van BIN-gegevens dat de Beter Leven 1-ster-bedrijven in het BIN gemiddeld beter presteren op verschillende technische en economische kengetallen. Deze voordelen compenseren een deel van de meerkosten, waardoor het kostenverschil in de gemiddelde bedrijfsresultaten nauwelijks zichtbaar is.

De impact van bedrijfsgrootte op de winstgevendheid

In de periode 2022-2024 genereerden kleine reguliere varkensbedrijven een nettomarge van -8 cent per kg, middelgrote reguliere bedrijven een verlies van 5 cent en grote reguliere bedrijven een winst van 6 cent (zie Figuur 7.7). De opbrengstprijzen verschillen maximaal 1 cent. De kosten voor biggen zijn 4 cent lager voor grote bedrijven dan voor kleine bedrijven en 3 cent lager voor middelgrote bedrijven. De kosten voor veevoer zijn 2 cent lager voor grote bedrijven. De kosten voor betaalde arbeid zijn voor grote bedrijven 4 tot 3 cent hoger dan voor respectievelijk kleine en middelgrote bedrijven. De kosten voor berekende arbeid zijn voor grote bedrijven 10 cent lager dan voor kleine bedrijven en 6 cent lager dan voor middelgrote bedrijven.

In de periode 2022-2024 hadden kleine Beter Leven 1-ster-bedrijven een nettomarge van -2 cent per kg, middelgrote Beter Leven-bedrijven een verlies van 1 cent, en grote Beter Leven-bedrijven een winst van 5 cent. De opbrengstprijzen van kleine producenten waren 3 tot 4 cent hoger dan voor middelgrote en grote bedrijven. De kosten voor biggen zijn 2 tot 3 cent lager voor grote en middelgrote bedrijven dan voor kleine bedrijven. De kosten voor veevoer zijn 4 cent lager voor grote bedrijven dan voor kleine bedrijven, en 2 cent lager dan voor middelgrote bedrijven. De kosten voor betaalde arbeid zijn voor grote bedrijven 3 tot 1 cent duurder dan voor respectievelijk kleine en middelgrote bedrijven. De kosten voor berekende arbeid zijn voor grote bedrijven 8 cent lager dan voor kleine bedrijven en 5 cent lager dan voor middelgrote bedrijven.

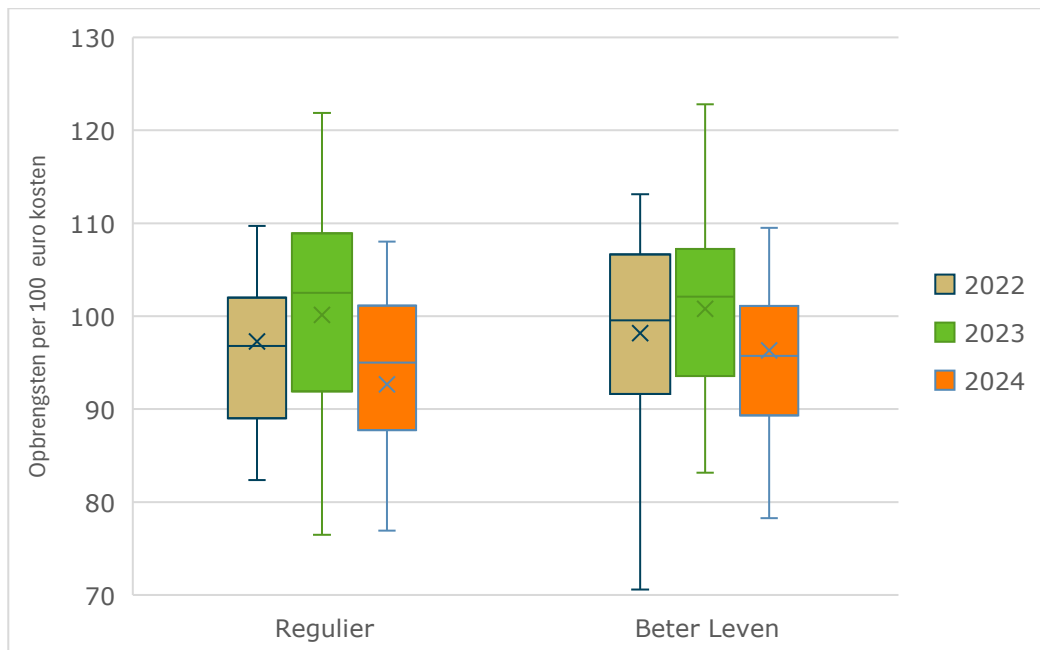


Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.7 Kosten en opbrengsten in de varkenshouderij naar bedrijfsomvang en duurzaamheidsvariant (gemiddelde 2022-2024).

Figuur 7.8 laat de spreiding in de verhouding tussen opbrengsten en kosten zien. Indien de opbrengsten en kosten aan elkaar gelijk zijn, is de verhouding 100%. Indien de opbrengsten hoger zijn dan de kosten, ligt het percentage boven de 100%, en indien de kosten hoger zijn dan de opbrengsten, ligt het percentage onder de 100%. De spreiding in inkomens is kleiner voor houders van Beter Leven 1-ster-varkens dan voor de reguliere en biologische varkenshouderij. Dit heeft deels te maken met het grote aantal observaties voor houders van reguliere varkens, maar ook met het feit dat houders van reguliere varkens minder gebonden zijn aan afnemers en vaker op de spotmarkt opereren dan houders van Beter Leven 1-ster-varkens.

In 2022 leden bijna alle reguliere en Beter Leven 1-ster-varkenshouders verlies. De helft van alle houders van reguliere varkens behaalde een positieve nettomarge in 2023 en 2024. Bijna driekwart van de Beter Leven 1-ster-varkenshouders maakte winst in 2023, en ruim de helft in 2024.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.8 Spreiding van de rentabiliteit in de vleesvarkensproductie, in euro opbrengsten per € 100 kosten (2022-2024).

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Percepties boeren met betrekking tot prijsvorming

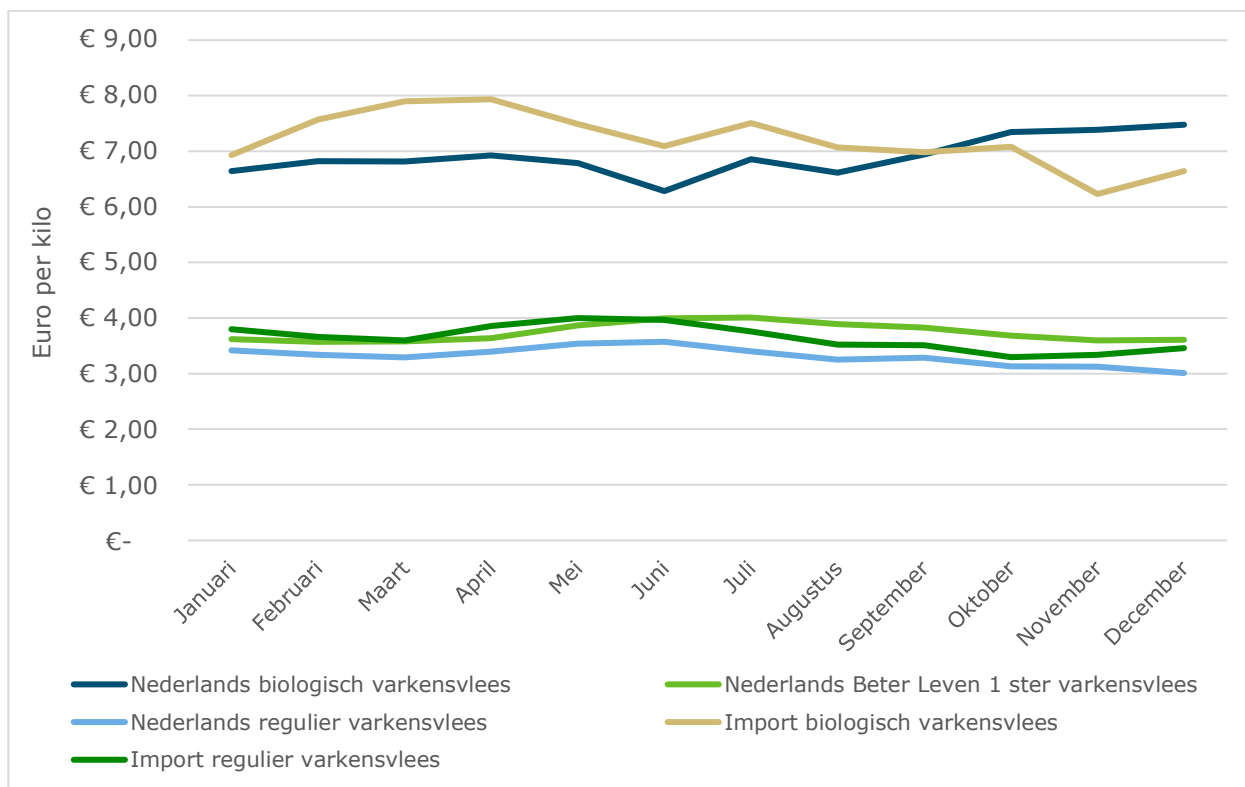
Het online onderzoek geeft geen eenduidig beeld over de vergoeding van de meerkosten in het Beter Leven 1-ster-concept. Volgens ruim 30% van de respondenten werd in 2025 een deel van de meerkosten voor de productie van vleesvarkens onder het Beter Leven 1-ster-keurmerk gedekt door een meerprijs. Het was voor hen echter niet duidelijk hoe groot dit deel precies was. Circa 20% van de respondenten gaf aan dat 100% of meer van de meerkosten wordt vergoed, terwijl ruim 10% aangeeft dat de meerkosten helemaal niet worden vergoed.

Het gebrek aan een eenduidig beeld over de vergoeding van de meerkosten wordt benadrukt in de interviews. Een mogelijke verklaring is dat de meerkosten verschillen van bedrijf tot bedrijf, waardoor een generieke meerprijs niet altijd de meerkosten dekt. Daarnaast worden momenteel meerdere kostprijsberekeningen naast elkaar gebruikt. Volgens de geïnterviewden leidt dit tot onduidelijkheid en strategisch gedrag binnen de keten. Omdat de marges in de varkenshouderij klein zijn, sturen varkenshouders en ketenpartijen (zoals slachterijen en voerleveranciers) via hun berekeningen aan op gunstigere inkoop- of verkoopprijzen. Dit leidt tot strategisch onderhandelingsgedrag over welke kosten wel of niet in de uitbetaling worden doorberekend. Meerdere geïnterviewden pleiten daarom voor één onafhankelijk kostprijsmodel dat als basis kan dienen voor prijsvorming en onderhandelingen in de keten.

Biologische varkenshouders geven in de online survey wat dat betreft een eenduidiger beeld over de vergoeding van de meerkosten. De meerderheid van de respondenten geeft aan dat 100% of meer van de meerkosten wordt vergoed. Een tweede groep respondenten weet niet precies welk percentage van de meerkosten wordt gedekt. De overige respondenten geven aan een vergoeding tussen de 50 en 99% van de meerkosten te krijgen. Geen van de respondenten in de groep biologische varkenshouders geeft aan dat minder dan 50% van de meerkosten wordt vergoed.

Import- en exportprijzen

Volgens de verstrekte gegevens werden er in 2025 weinig geïmporteerde varkens in Nederland geslacht. Een kwart van de aanvoer van slachterijen had een Beter Leven 1-ster-keurmerk en 70% betrof reguliere varkens. De Nederlandse varkensvleesindustrie kocht in 2025 een kwart van het vlees (karkassen, delen van varkens) in het buitenland in. Bij de inkoop van varkensvlees (karkassen of delen van varkens) door de Nederlandse varkensvleesindustrie speelt duurzaamheid een belangrijke rol. Hier is twee derde van de inkopen anderszins duurzaam. De slachterijen zijn geconcentreerd vanwege wetgeving op het terrein van dierenwelzijn en voedselveiligheid. Er zijn drie slachterijen die gegevens aangeleverd hebben. Er zijn te weinig data bekend om prijsgegevens te publiceren. De inkooprijzen van biologisch varkensvlees uit Nederland en biologisch varkensvlees uit het buitenland waren in 2025 vergelijkbaar. Geïmporteerd biologisch varkensvlees was in het begin van 2025 duurder dan Nederlands biologisch varkensvlees en in de laatste maanden van 2025 goedkoper (Figuur 7.9). De inkooprijzen van Nederlands anderszins duurzaam varkensvlees en geïmporteerd varkensvlees zijn vergelijkbaar. Nederlands regulier varkensvlees lijkt aanmerkelijk goedkoper dan geïmporteerd niet-biologisch varkensvlees. In januari-maart 2025 verschilden de prijzen van niet-biologisch varkensvlees uit Nederland en uit het buitenland niet veel. Vanaf april 2025 ontstond er een gat tussen Nederlands anderszins duurzaam varkensvlees en Nederlands regulier varkensvlees. De inkoopprijs van Beter Leven 1-ster-varkensvlees steeg in april, om later weer te dalen, terwijl de inkoopprijs van regulier varkensvlees vanaf mei daalde. De prijs van geïmporteerd overig varkensvlees schommelde tussen beide prijzen in.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 7.9 Inkooprijzen van varkensvlees door Nederlandse industrie naar herkomst en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2025).

Uit gegevens over de kosten en opbrengsten voor varkensvlees blijkt dat de binnenlandse markt voor de verkoop van varkensvlees als intermediair product net zo winstgevend was als de verkoop op een buitenlandse markt. De nettomarges waren in 2024 2,0% versus 1,5% voor niet-biologisch varkensvlees en 1,1% versus 0,7% voor biologisch varkensvlees. De verkoopprijzen waren in het buitenland gemiddeld wel hoger. Biologisch varkensvlees wordt tegen relatief hoge prijzen in het buitenland afgezet: de verkoopprijzen zijn daar minstens 50% hoger. Dat geldt voor de kleine hoeveelheid die aan buitenlandse supermarkten afgezet wordt, maar ook voor de relatief grote hoeveelheid die aan de buitenlandse industrie verkocht wordt. Er worden relatief veel goedkope onderdelen van biologische varkens in Nederland verkocht (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De prijzen van onderdelen van varkens die aan de buitenlandse vleesindustrie afgezet worden waren in 2025 10% lager dan de prijzen van anderszins duurzaam varkensvlees voor de Nederlandse markt, maar 50% hoger dan die van regulier varkensvlees voor de Nederlandse markt (Tabel 7.1). De prijzen van varkensvlees dat aan buitenlandse en Nederlandse supermarkten geleverd wordt, zijn vergelijkbaar met de prijzen voor de Nederlandse markt. Houd er rekening mee dat varkensvlees geen homogeen product is, noch als intermediair product, noch als consumentenproduct.

Tabel 7.1 Verkoopprijzen naar distributiekanaal, bestemming en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2025)

		Nederland	Export
Intermediair product	Biologisch	€ 4,39	€ 6,55
	Anderszins duurzaam	€ 2,69	nvt
	Regulier	€ 1,66	€ 2,43
Consumentenproduct	Biologisch	€ 9,76	€ 15,87
	Anderszins duurzaam	€ 5,81	
	Regulier	€ 6,42	€ 6,30 nvt

Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Kosten en nettomarges in de vleesvarkensketen

Tabel 7.2 toont de kosten, nettomarge en prijs per kg varkensvlees met een biologisch keurmerk, een anderszins duurzaam keurmerk (met name Beter Leven 1 ster) en regulier (zonder duurzaamheidskeurmerk). Op het niveau van het primaire bedrijf zijn de gemaakte kosten, de nettomarge en de verkoopprijs van regulier varkensvlees en varkensvlees met een Beter Leven 1-ster-keurmerk vergelijkbaar. Deze uitkomst betekent echter niet dat de productie volgens de eisen van het Beter Leven-keurmerk geen extra kosten met zich meebrengt. De keurmerkeisen leiden tot hogere kosten voor onder meer huisvesting, ruimtegebruik en arbeid. Dat deze meerkosten niet zichtbaar zijn in de gemiddelde bedrijfsresultaten hangt samen met verschillen in bedrijfsomvang, technische prestaties en bedrijfsvoering tussen reguliere en Beter Leven 1-ster-bedrijven.

Op verwerkingsniveau zijn de verschillen in kosten, nettomarge en prijzen tussen regulier varkensvlees, Beter Leven 1-ster-varkensvlees en biologisch varkensvlees groter, met name voor biologisch varkensvlees. De nettomarge op verwerkingsniveau is voor biologisch en regulier varkensvlees negatief. Dit werd in 2024 veroorzaakt door stijgende operationele kosten, overcapaciteit in slachterijen en een aanhoudend hoog Europees aanbod van varkens dat de opbrengstprijzen drukte.

De supermarkten hebben in 2024 gemiddeld genomen verlies gemaakt op de verkoop van biologisch varkensvlees, maar winst gemaakt met de verkoop van Beter Leven 1-ster- en regulier varkensvlees. De marges op biologisch varkensvlees stonden de afgelopen jaren zwaar onder druk door de exploderende kosten voor biologisch voer (zoals graan en soja), overschotten op de Europese markt (o.a. als gevolg van overproductie in Denemarken) en consumenten die tijdens een periode van hoge inflatie goedkopere alternatieven voor vlees kochten. Supermarkten kampen daarnaast met lagere omloopsnelheden en hogere derving (verspilling) van biologisch varkensvlees. Verder vinden supermarkten het lastig om biologisch varkensvlees in het schap te hebben. Er is één retailer die circa 80% van de verkoop van biologisch varkensvlees in handen heeft. Andere supermarkten (overwegen te) gaan stoppen met de verkoop van biologisch varkensvlees.

Tabel 7.2 Kosten, nettomarges en prijzen varkensvlees naar schakel en duurzaamheidsvariant, in euro per kg (2024 a))

		Reguliere producten	Anderszins duurzame producten b)	Biologische producten c)
Landbouw	Gemaakte kosten	€ 1,88	€ 1,87	
	Berekende kosten	€ 0,09	€ 0,10	
	Totale kosten	€ 1,97	€ 1,97	
	Nettomarge	€ 0,02	€ 0,05	
	Verkoopprijs	€ 1,99	€ 2,02	
Verwerking	Inkoopprijs	€ 4,64	€ 3,85	€ 7,65
	Overige kosten	€ 1,59	€ 1,42	€ 2,04
	Totale kosten	€ 6,23	€ 5,27	€ 9,69
	Nettomarge	€ -0,26	€ 0,12	€ -0,79
	Verkoopprijs	€ 5,97	€ 5,39	€ 8,90
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 6,21	€ 6,64	€ 11,82
	Overige kosten	€ 2,45	€ 2,59	€ 4,69
	Totale kosten	€ 8,66	€ 9,23	€ 16,51
	Nettomarge	€ 0,21	€ 0,21	€ -0,60
	Consumentenprijs	€ 8,87	€ 9,44	€ 15,91

a) Inkooprijzen en verkoopprijzen wijken van elkaar af omdat de gegevens afkomstig zijn uit verschillende bronnen (zie ook Hoofdstuk 2).

b) Onder 'anderszins duurzame producten' wordt in het geval van varkensvlees alleen Beter Leven 1-ster-varkensvlees verstaan.

c) De kosten, nettomarge en verkoopprijs voor biologische producten ontbreken voor het primaire bedrijf door een gebrek aan waarnemingen.

Bron: Bedrijveninformatienet (primaire bedrijf); informatie van bedrijven (verwerking en supermarkt). Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Meerkosten en meeropbrengsten

De interviews laten zien dat verduurzaming breed wordt ondersteund, maar tegelijkertijd onder grote economische en organisatorische druk staat. Het Beter Leven-keurmerk heeft zich ontwikkeld tot de dominante standaard binnen de Nederlandse retailsector en speelt een belangrijke rol in de verduurzaming van de sector, met name op het gebied van dierenwelzijn. Het onderscheidend vermogen van het keurmerk naar de consument toe neemt daardoor af. Uit verschillende interviews blijkt dat consumenten die op zoek zijn naar varkensvlees in de meeste gevallen uiteindelijk voor de goedkoopste optie kiezen, ondanks uitgesproken voorkeuren voor duurzaamheid en dierenwelzijn. Vooral bij prijsvechters ligt vaak nog varkensvlees in het schap dat niet voldoet aan de eisen van het Beter Leven-keurmerk. Er zijn echter ook supermarkten die alleen varkensvlees verkopen dat minimaal één ster van het Beter Leven-keurmerk draagt. Dit zorgt ervoor dat consumenten automatisch duurzamere keuzes maken.

De gemiddelde kostenresultaten uit het Bedrijveninformatienet, waarin slechts beperkte verschillen zichtbaar zijn tussen reguliere en Beter Leven 1-ster-bedrijven, zouden de indruk kunnen wekken dat er geen meerkosten zijn voor verduurzaming en dierenwelzijn. Geïnterviewden benadrukken echter dat de extra ruimte per dier, aanvullende managementmaatregelen en investeringen in dierenwelzijn wel degelijk tot hogere kosten leiden. De beperkte verschillen tussen de kosten van regulier varkensvlees en Beter Leven 1-ster-varkensvlees moeten daarom niet worden geïnterpreteerd als een aanwijzing dat verduurzaming kosteloos kan worden gerealiseerd, maar zijn eerder een gevolg van de heterogeniteit tussen bedrijven en het feit dat de beschikbare databronnen de afzonderlijke effecten van keurmerkeisen niet erg inzichtelijk kunnen maken. De categorie regulier varkensvlees in deze monitor is daarnaast gebaseerd op de classificatie in de beschikbare retaildata. Hierdoor kan deze categorie ook producten bevatten waarvoor geen sluitende informatie over het toegepaste keurmerk beschikbaar is. De resultaten geven inzicht in het verschil tussen regulier varkensvlees en Beter Leven 1-ster-varkensvlees zoals het nu is, maar uit deze cijfers kan niet afgeleid worden wat de meerkosten van omschakeling precies zijn, omdat de groepen bedrijven verschillen.

Zoals aangegeven, geven vrijwel alle geïnterviewden aan dat de extra kosten van dierenwelzijnsmaatregelen (waaronder meer ruimte per dier, vrijloopkraamhokken, intacte staarten en aanvullende managementmaatregelen) aanzienlijk zijn. Tegelijkertijd bestaat er volgens de geïnterviewden onvoldoende zekerheid dat deze meerkosten structureel worden vergoed via hogere marktprijzen. Hierbij dient de kanttekening te worden gemaakt dat varkenshouders die deelnemen aan concepten zoals het Beter Leven-keurmerk

https://www.google.com/url?sa=i&source=web&rct=j&url=https://beterleven.dierenbescherming.nl/zakelijk/deelnemen/bedrijfstypen/veehouderijen/varkens/&ved=2ahUKEwjUKI7VzZ-VAXVHxrsIHYwIKnYQy_kOegoIAAgACAICRAB&opi=89978449&cd&psig=AOvVaw3-cbLFI_11cQzRfU9wz067&ust=1782381236906000 een extra vergoeding ontvangen boven op de reguliere marktprijs. Meerdere geïnterviewden geven aan afzetzekerheid, langjarige contracten en commitment van ketenpartijen minstens zo belangrijk te vinden als de hoogte van de vergoeding zelf. Investerings in nieuwe stalsystemen worden vaak over vijftien tot twintig jaar afgeschreven, waardoor onzekerheid over toekomstige marktontwikkelingen een belangrijke belemmering vormt voor verdere verduurzaming. Tevens zorgt de voortdurende aanscherping van (welzijns)eisen zonder voldoende overgangstermijnen ervoor dat het vertrouwen en de investeringsbereidheid onder druk worden gezet. Een terugkerend thema in de interviews is dan ook het ontbreken van een stabiel en uniform verdienmodel voor verduurzaming.

Op het gebied van prijsvorming geldt dat de markt voor regulier varkensvlees grotendeels Europees en mondiaal wordt bepaald, terwijl Beter Leven en biologische concepten functioneren als aparte marktsegmenten. Tegelijkertijd blijft de sector sterk afhankelijk van exportstromen, waardoor duurzaam geproduceerd vlees bij export regelmatig wordt afgewaardeerd tot regulier vlees. Enkele supermarkten fungeren volgens de geïnterviewden vaak als prijsreferentie, terwijl discounters juist druk uitoefenen op de prijs. Verschillende geïnterviewden benadrukken dat de marges in de gehele keten relatief beperkt zijn, zowel voor varkenshouders als voor verwerkers en retailers. Dit sluit aan bij het beeld dat kan worden opgemaakt uit Tabel 7.2.

7.3 Knelpunten met betrekking tot verduurzaming

Uit de enquête over keurmerken blijkt dat een meerderheid van de varkenshouders die de vragenlijst hebben ingevuld (56%) geen keurmerk heeft. Dit wijst erop dat veel van de varkenshouders produceren voor de export. In dit onderdeel van het online onderzoek is ingegaan op redenen om een Nederlands keurmerk te voeren, factoren die het voeren van een Nederlands keurmerk belemmeren of vergemakkelijken, risico's, redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren, en redenen om te stoppen met een Nederlands keurmerk. Per onderwerp konden de respondenten maximaal vijf antwoorden aankruisen. Elk mogelijk antwoord (*item*) was een ja/nee-item. Bij de respondenten die wel een keurmerk hebben, is Beter Leven 1 ster de meest populaire optie (18%), gevolgd door biologisch (10%). Sommige respondenten (16%) hebben andere keurmerken. Niet alle varkenshouders hebben alle vragen ingevuld, vanwege de routing van de vragen. De vragen over beweegredenen, belemmeringen en stimulansen zijn beantwoord door 42 respondenten die tussen 2021 en 2025 een keurmerk hebben ingevoerd. De vragen over stoppen en buitenlandse keurmerken zijn ingevuld door respectievelijk 16 en 54 varkenshouders.

Beweegredenen voor de aanvraag van een keurmerk

De belangrijkste redenen waarom varkenshouders voor een keurmerk kiezen zijn divers (Tabel 7.2). 'Hogere opbrengstprijzen' (48%), 'passend bij de bedrijfsvoering' (45%), en 'beter voor dierenwelzijn' (45%) worden het vaakst genoemd. Ook 'beter voor het imago van het bedrijf' wordt vaak genoemd door de respondenten (40%).

Belemmeringen bij het voeren van een keurmerk

Uit de enquête blijken de belangrijkste belemmeringen bij het aansluiten bij een keurmerk de volgende te zijn: hoge investeringen (38%), omschakelperiode (periode met hoge kosten zonder extra opbrengsten) en onvoldoende dekking van de extra kosten (allebei 24%) (Tabel 7.2). Opvallend is dat 31% van de respondenten aangeeft geen belemmeringen te ervaren bij het voeren van een keurmerk.

Stimulansen voor certificering

Bij het proces van certificering helpt met name de vergoeding voor extra kosten (29%) (Tabel 7.2). Ook de afnamezekerheid (26%), transparante prijsafspraken (17%) en adviezen van keurmerkinstanties over certificering (17%) worden als helpend ervaren. Opvallend is dat 21% van de respondenten aangeeft dat er geen factoren waren die de toetreding vergemakkelijkten.

Redenen om te stoppen met het keurmerk

Respondenten die zijn gestopt met een keurmerk geven met name aan dat de meerprijs voor hun product de extra kosten niet volledig dekte (69%) en dat de huidige of toekomstige eisen te streng zijn (69%). Andere redenen om te stoppen zijn te hoge investeringen en/of kosten (56%), te veel administratie (25%) en het gebrek aan een hogere opbrengstprijs (25%). Het feit dat varkenshouders gestopt zijn vanwege toekomstige eisen sluit aan bij wat er in de interviews naar voren kwam. Veel ondernemers zijn bereid om te investeren in verdere verduurzaming, maar de bereidheid neemt af wanneer er onzekerheid ontstaat over de toekomstige afzet of de vergoeding van de gemaakte kosten. De extra kosten voor toekomstige, aanvullende dierenwelzijnsmaatregelen (zoals meer ruimte per dier, vrijloopkraamhokken, intacte staarten en aanvullende managementmaatregelen) zijn aanzienlijk. Investerings in deze maatregelen moeten vaak over een periode van vijftien tot twintig jaar worden terugverdiend. Ondernemers geven aan dat hiervoor meer zekerheid nodig is dan ze momenteel hebben.

Redenen om geen buitenlands keurmerk te hebben

De Nederlandse varkenshouderij is sterk afhankelijk van exportmarkten en vierkantsverwaarding. Een belangrijk deel van het varken wordt afgezet buiten Nederland. Voor deze afzet bestaat vaak geen aparte markt voor duurzaamheidsconcepten zoals Beter Leven. Hierdoor wordt duurzaam geproduceerd vlees bij export regelmatig afgewaardeerd tot regulier vlees. Dit beperkt de mogelijkheid om de meerkosten van verduurzaming over het gehele dier terug te verdienen. Uit het online onderzoek blijkt dat de meeste respondenten (35%) niet weten waarom ze geen buitenlands keurmerk hebben of hebben geen mening (zie Tabel 7.2). Andere redenen zijn een te lage winstmarge (20%), te veel administratie (17%) en het ontbreken van een meerprijs (17%).

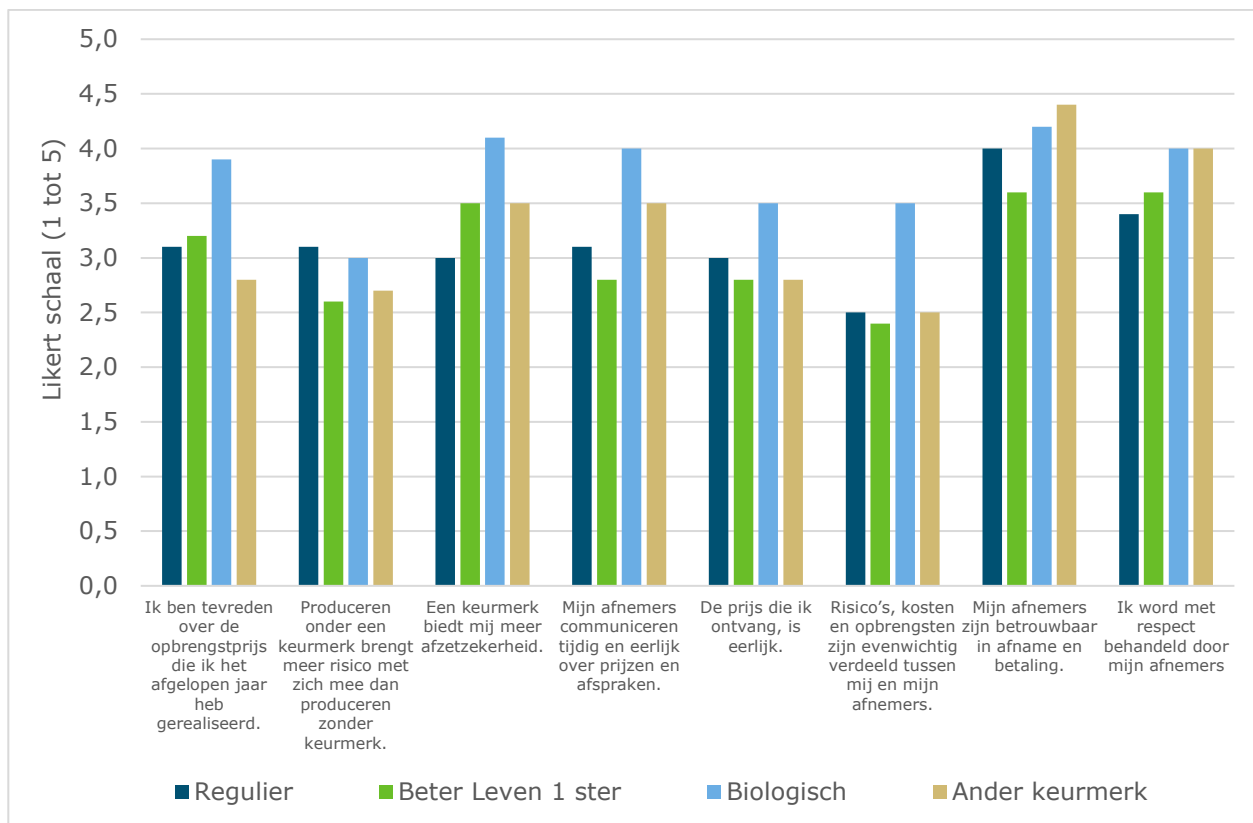
Tabel 7.3 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (varkenshouders) (2026, a))

Top-4 beweegredenen (n = 42) Wat waren de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw product?	%
Hogere of stabielere opbrengstprijzen	48
Past beter bij mijn bedrijfsvoering	45
Het is beter voor het dierenwelzijn	45
Beter voor het imago van mijn bedrijf	40
Top-4 belemmeringen (n = 42) Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van keurmerk X voor uw product?	%
Er waren hoge investeringen nodig om aan de eisen te voldoen	38
Ik ervaar geen belemmeringen	31
Tijdens de omschakelperiode maakte ik extra kosten, terwijl het product nog niet onder keurmerk en tegen een hogere opbrengstprijs verkocht kon worden	24
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	24
Top-4 stimulansen (n = 42) Wat maakte het gemakkelijker om uw product voor het eerst te laten certificeren onder keurmerk X?	%
Vergoeding van extra kosten of hogere opbrengstprijzen	29
Lange contractduur of afnamezekerheid	26
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	21
Transparante prijsafspraken	17
Adviezen van keurmerkinstanties over certificering	17
Top-4 redenen om te stoppen met het keurmerk (n = 16) Wat waren de belangrijkste redenen om (te overwegen) te stoppen met keurmerk X voor uw product?	%
De meerprijs dekte de extra kosten niet volledig	69
Te strenge eisen, of nieuwe, strengere eisen in de toekomst	69
Te hoge investeringen en/of kosten	56
Te veel administratie	25
Er was geen hogere opbrengstprijs	25
Top-4 redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren (n = 54) Wat zijn de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor uw product te voeren?	%
Weet niet / geen mening / niet van toepassing	35
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	20
Te veel administratie	17
De totale productie wordt niet altijd tegen een meerprijs afgezet	17

a) Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.

Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 7.10 toont de percepties die varkenshouders in de online survey weergaven over hun relatie met de afnemers, risico's en dergelijke. Op de meeste onderdelen gaven biologische varkenshouders de hoogste cijfers, met name met betrekking tot hun relatie met de afnemers. Reguliere varkenshouders gaven een hoger cijfer voor de stelling dat produceren onder een keurmerk meer risico's met zich meebrengt dan produceren zonder keurmerk. Verder vinden met name varkenshouders met een ander keurmerk dat afnemers betrouwbaar zijn in afname en betaling. Varkenshouders met de keurmerken biologisch en andere keurmerken gaven gemiddeld de hoogste score bij de stelling dat zij met respect worden behandeld door de afnemers.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 7.10 Percepties van varkenshouders ten aanzien van handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026). Gebaseerd op een serie stellingen met steeds als vraag: 'In hoeverre bent u het eens met de stelling?' Likert-schaal (1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens).

Reguliere productie $n = 45$; Beter Leven 1 ster $n = 14$; biologische productie $n = 8$; ander keurmerk $n = 13$.

7.4 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?

Het aandeel van de varkenshouders in de consumenteneuro verschilt naargelang de variant, variërend van 41% bij varkenshouders met het keurmerk Beter Leven 1 ster tot 52% bij varkenshouders van regulier varkensvlees (Tabel 7.3). In de verwerkende industrie is het aandeel in de consumenteneuro met 23% het hoogst bij Beter Leven 1-ster-varkensvlees en het laagst bij regulier varkensvlees (16%). Tegelijkertijd is het aandeel van de supermarkten in de consumenteneuro met 31% het laagst voor regulier varkensvlees en hoogst voor Beter Leven 1 ster (36%).

Over de gehele keten is de winst 38 cent per kg voor de variant met het keurmerk Beter Leven 1 ster, terwijl de reguliere keten (-3 cent per kg) en biologisch varkensvlees (-139 cent per kg) verlies lijden. Beter Leven 1-ster-varkensvlees is de enige categorie met een consistente winst in alle schakels van de keten. Biologisch varkensvlees levert nettoverlies op voor verwerkers en supermarkten.

Voor varkenshouders is de nettomarge (winst) in 2024 op regulier en Beter Leven 1-ster-varkensvlees gemiddeld genomen met respectievelijk 1% en 2% licht positief. De vleesverwerkende industrie maakt over de geanalyseerde periode verlies op biologisch en regulier varkensvlees. Op Beter Leven 1-ster-vlees is de nettomarge voor verwerkers 2%. De supermarkten hebben gemiddeld genomen verlies geleden (-4%) met de verkoop van biologisch varkensvlees, en een kleine winst gemaakt met de verkoop van regulier en Beter Leven 1-ster-varkensvlees (de nettomarge is in beide gevallen 2%).

Tabel 7.3 Bruto- en nettomarges voor drie productvarianten in drie schakels van de varkensvleesketen (2024)

		Brutomarge	Nettomarge	
		% consumentenprijs	€/kg	% verkoopprijs schakel
Regulier	Landbouw	52%	€ 0,02	1%
	Industrie	16%	€ -0,26	-4%
	Supermarkten	31%	€ 0,21	2%
Anderszins duurzaam	Landbouw	41%	€ 0,05	2%
	Industrie	23%	€ 0,12	2%
	Supermarkten	36%	€ 0,21	2%
Biologisch	Landbouw	48%		
	Industrie	17%	€ -0,79	-9%
	Supermarkten	35%	€ -0,60	-4%

Bron: Bedrijveninformatienet (primair bedrijf); informatie van bedrijven (verwerking en supermarkt). Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Geïmporteerd varkensvlees was in 2025 enigszins goedkoper dan Beter Leven-varkensvlees en duurder dan regulier varkensvlees. Geïmporteerd biologisch varkensvlees was in de meeste maanden duurder dan Nederlands biologisch varkensvlees. Varkensvlees dat in 2025 aan de buitenlandse industrie geleverd werd bracht meer op dan varkensvlees dat aan de Nederlandse industrie verkocht werd. Varkensvlees als consumentenproduct werd ook tegen relatief hoge prijzen in het buitenland afgezet, vergeleken met anderszins duurzaam vlees voor de Nederlandse markt. De buitenlandse markt was in 2025 winstgevender dan de Nederlandse markt bij de verkoop van varkensvlees aan de industrie.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzamere producten?

De prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw van varkensvlees worden grotendeels gestuurd door marktdynamiek, voerkosten en ketenafspraken. De prijs van biologisch en Beter Leven 1-ster-vlees is stabiel, maar ligt door strengere welzijnseisen, kleinere schaalvoordelen en hogere voerconversie aanzienlijk hoger dan bij regulier varkensvlees. Voerkosten zijn de grootste kostenpost (circa 60-70% van de productiekosten). Ook de voerconversie is bepalend voor de kostprijs per kilo vlees. Varkensvlees is duurzamer varianten vaak hoger. Duurzaam varkensvlees vereist meer stalruimte per varken, uitlooptmogelijkheden (Beter Leven-keurmerk) en strooisel. Dit leidt tot hogere afschrijvings- en arbeidskosten.

De reguliere varkensprijs volgt internationale marktnoteringen (zoals de Duitse ISN-prijs). De EU is afhankelijk van de export (vooral naar Azië), waardoor handelsrestricties en wereldwijde overschotten de prijzen sterk laten fluctueren. Duurzaam varkensvlees is vaak gebonden aan vaste ketenprijzen. Supermarktketens maken langetermijnafspraken met vaste leveranciers. Hierdoor is het prijsverloop in de winkel veel stabiel en minder conjunctuurgevoelig dan bij regulier varkensvlees.

De negatieve winstmarges in de varkenshouderij komen met name op het conto van de jaren 2021, 2022 en 2025, waarin de Nederlandse varkenshouderij te maken had met verstoringen in slachtcapaciteit, afzet en handel en de wereldwijde verspreiding van de Afrikaanse varkenspest. Dit zette de aanvoer van varkens uit het buitenland onder druk. In 2024 en 2025 daalden daarnaast de opbrengstprijzen voor vleesvarkens ten opzichte van de hoge niveaus in 2022 en 2023, terwijl de prijzen verderop in de keten relatief stabiel bleven. Hierdoor verslechterde de marge op primaire bedrijven, ondanks de daling van de voer- en biggenkosten. De negatieve marge op biologisch varkensvlees in de supermarkt is mogelijk ook een gevolg van productderving; de hoge inflatie van de afgelopen jaren kan hier het belang van productderving hebben doen toenemen, omdat de consument vaak voor de goedkopere varianten koos. De prijspremie voor biologisch varkensvlees is daarnaast veel hoger dan bij andere producten. Dit leidt tot een lagere vraag en maakt de kans op productbederf groter. Bij Beter Leven 1 ster is een kloof ontstaan tussen de consumentenprijs en de industrieprijs, ten gunste van de supermarkt.

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

De prijzen van biologische en reguliere varkens worden door de markt bepaald. Met betrekking tot het Beter Leven-keurmerk zijn er afspraken gemaakt over extra vergoedingen (boven op de reguliere marktprijs). De consument betaalt een meerprijs voor varkensvlees met het keurmerk Beter Leven 1 ster: € 9,44 per kg ten opzichte van € 8,87 voor regulier varkensvlees (Tabel 7.4). Tegenover deze meerprijs van 57 cent per kg staan op supermarktniveau 56 cent hogere kosten, waardoor de nettomarge vergelijkbaar is. Op verwerkingsniveau zijn zowel de kosten als de verkoopprijs van Beter Leven 1-ster-varkensvlees lager dan die van regulier varkensvlees, terwijl de nettomarge licht positief blijft.

Op het niveau van de primaire productie laten de gegevens uit het Bedrijveninformatienet vrijwel gelijke gemiddelde kosten zien voor reguliere en Beter Leven 1-ster-varkensbedrijven. Dit betekent echter niet dat de productie volgens de eisen van het Beter Leven-keurmerk geen meerkosten met zich meebrengt. Maatregelen zoals extra leefruimte en aanvullende dierenwelzijnseisen leiden tot hogere kosten. Uit aanvullende analyses blijkt dat veel Beter Leven 1-ster-bedrijven in het Bedrijveninformatienet verschillen van reguliere bedrijven. Dit komt onder andere tot uiting in een grotere schaal, betere technische prestaties (grotere groei, lagere uitval en/of betere voerconversie) en hogere opbrengstniveaus. Deze factoren kunnen de meerkosten van het keurmerk gedeeltelijk compenseren, waardoor deze in de gemiddelde bedrijfsresultaten nauwelijks zichtbaar zijn. De opbrengsten van Beter Leven 1-ster-varkensbedrijven liggen gemiddeld iets hoger, wat resulteert in een iets hogere nettomarge. De meerprijs die de boeren ontvangen compenseert deze kosten grotendeels: productiekosten worden bijvoorbeeld vergoed, maar de nieuwe investeringen die benodigd zijn om te voldoen aan de eisen niet.

Alle schakels in de biologische keten hebben een negatieve meerwinst ten opzichte van de schakels in een reguliere keten. De negatieve meerwinst is het grootst voor de supermarkt (-81 cent per kg) (Tabel 7.4). Varkenshouders zijn in het algemeen tevreden met de opbrengstprijs die zij ontvangen, maar de mate waarin de meerprijs de meerkosten van keurmerken dekt, varieert. Uit het online onderzoek blijkt dat biologische varkenshouders in het algemeen vaker vinden dat hun meerkosten volledig vergoed worden dan varkenshouders met Beter Leven 1-ster-varkens.

Tabel 7.4 *Verskil tussen meerprijs en meerkosten voor duurzamer varkensvlees ten opzichte van reguliere productvariant, in euro per kg (2024)*

Productvariant	Ketenschakel	Meerprijs	Meerkosten	Verskil
Anderszins duurzaam	Landbouw	0,03	0,00	0,03
	Industrie	-0,58	-0,96	0,38
	Supermarkten	0,57	0,57	0,00
Biologisch	Landbouw	3,01	nb	nb
	Industrie	2,93	3,46	-0,57
	Supermarkten	7,04	7,85	-0,81

nb = niet bekend.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en de meerkosten voor één of meerdere schakels?

Een belangrijk terugkerend thema in de interviews is het ontbreken van een stabiel en uniform verdienmodel voor verduurzaming. Vrijwel alle geïnterviewden geven aan dat de extra kosten van dierenwelzijnsmaatregelen (zoals meer ruimte per dier, vrijloopkraamhokken, intacte staarten en aanvullende managementmaatregelen) aanzienlijk zijn. Tegelijkertijd bestaat er volgens de sector onvoldoende zekerheid dat deze meerkosten structureel worden vergoed via hogere marktprijzen. Daarbij wordt regelmatig verwezen naar het ontbreken van één uniform kostprijsmodel binnen de varkenshouderij. Momenteel worden er meerdere kostprijsberekeningen naast elkaar gebruikt, wat volgens respondenten leidt tot onduidelijkheid over de daadwerkelijke meerkosten en ook tot strategisch gedrag binnen de keten. Ook wijzen geïnterviewden op het ontbreken van voldoende zekerheid over de vergoeding van toekomstige investeringen, waardoor ondernemers mogelijkterwijs terughoudend zijn met verdere verduurzaming.

De interviews laten daarnaast zien dat de discrepantie tussen meerkosten en meerprijs niet uitsluitend wordt veroorzaakt door kostprijsverschillen. Respondenten wijzen erop dat duurzaamheidsconcepten afhankelijk zijn van voldoende marktvraag, afzetzekerheid en langdurig commitment van ketenpartijen. Wanneer marktomstandigheden veranderen, exportmarkten onder druk staan of duurzaam geproduceerd vlees wordt afgewaardeerd tot regulier vlees, kunnen meerkosten niet altijd volledig worden terugverdiend. Hierdoor wordt verduurzaming door veel geïnterviewden niet alleen gezien als een technisch en kostprijsgerelateerd vraagstuk, maar nadrukkelijk ook als een marktvraagstuk. Het succes van duurzaamheidsconcepten hangt volgens hen uiteindelijk niet alleen af van de bereidheid van ondernemers om te investeren, maar ook van de zekerheid van voldoende en blijvende vraag vanuit de markt en een keten die de meerwaarde van verduurzaming structureel blijft erkennen en vergoeden.

8 Verse, bewerkte en verwerkte vollegrondsgroente

8.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de prijzen, kosten en marges voor vollegrondsgroenten onderzocht. Dit hoofdstuk beschrijft de keten voor vollegrondsgroenten voor alle vollegrondsgroenten tezamen. De analyse voor prijzen, kosten en marges is uitgevoerd voor drie gewassen: sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen.¹⁴ Deze drie soorten groente worden zowel vers, bewerkt als verwerkt verkocht. In dit hoofdstuk zijn verse vollegrondsgroenten onbewerkte producten die in de oorspronkelijke vorm verkocht worden, al dan niet verpakt. Bewerkte groenten worden gewassen, gesneden en geschild. Bewerkte groenten kunnen zonder verder voorbereiding gekookt, gebakken of geroerbakt worden. Verwerkte groenten worden geconserveerd in blik, glas of plastic, of worden diepgevroren. Verwerkte groenten zijn lang (maanden, jaren) houdbaar.

Veel bedrijven gaven aan dat de administratieve organisatie (boekhouding) geen onderscheid aan kon brengen tussen reguliere en anderszins duurzame groenten zonder tijdrovende koppelingen met andere gegevensbestanden. Deze bedrijven hebben de groenten of als regulier of als anderszins duurzaam geclassificeerd, ook al gaat het in beide gevallen om duurzaamheidsvarianten. De analyse betreft dus biologische versus niet-biologische producten. Vorig jaar onderzocht de monitor alleen de keten voor sperziebonen. Om de resultaten voor sperziebonen ook in deze monitor te kunnen volgen staan de resultaten voor sperziebonen apart, conform de afspraak met de opdrachtgever, in Bijlage 2.

De vollegrondsgroenten kunnen grofweg ingedeeld worden in de categorieën koolgewassen, knol- en wortelgewassen, bladgewassen, peulgewassen, ui-achtige gewassen, stengel- en stengelknolgewassen en kruiden. Voor dit onderzoek is voor de koolgewassen specifiek rode kool onderzocht, voor de knol- en wortelgewassen bos- en waspeen, en voor de peulgewassen sperziebonen. Er zijn vier schakels in de keten van vollegrondsgroenten: de primaire productie, de verwerkende industrie, de groothandel en de detailhandel, die achtereenvolgens behandeld worden.

Teelt en afzet

De tuinbouwmatige vollegrondsgroenteteelt in Nederland besloeg 25.970 hectare op 2.860 bedrijven in 2025 (CBS Statline, 2026). De belangrijke gewassen zijn spruitkool, asperges, sluitkool, prei, aardbeien, bloemkool, sla en broccoli. Groenten in de categorie akkerbouwgewassen besloegen in 2025 67.420 hectare op 5.760 bedrijven. De belangrijkste akkerbouwmatige teelten zijn ui, peen, stamslabonen en erwten. De meeste productie vindt plaats in de provincies Noord-Brabant, Limburg, Noord- en Zuid-Holland en Flevoland. Het merendeel van de vollegrondsgroenten wordt geteeld in de volle grond, zonder enige vorm van bedekking. Hierbij zorgen meerdere planttijdstippen voor een spreiding van de oogst over het seizoen. Er worden diverse methoden ingezet om vervroeging van de teelt mogelijk te maken, zoals bedekking met vliesdoek of plastic. Voor enkele gewassen, zoals sla, bloemkool, broccoli en prei, wordt gebruikgemaakt van meerdere teelten op hetzelfde (dubbelteelt)perceel in een seizoen. De tuinbouwmatige vollegrondsgroenteteelt vraagt meer arbeid, met name bij de oogst, dan de akkerbouwmatige groenteteelt. Het areaal aardbeien in de volle grond wordt kleiner; steeds meer van deze teelt vindt nu onder glas plaats (CBS, 2025e). Witloftrek in cellen wordt gerekend tot de vollegrondsgroenteteelt. De pennenteelt voor de witloftrek wordt in toenemende mate geteeld op akkerbouwbedrijven (Splinter, 2024).

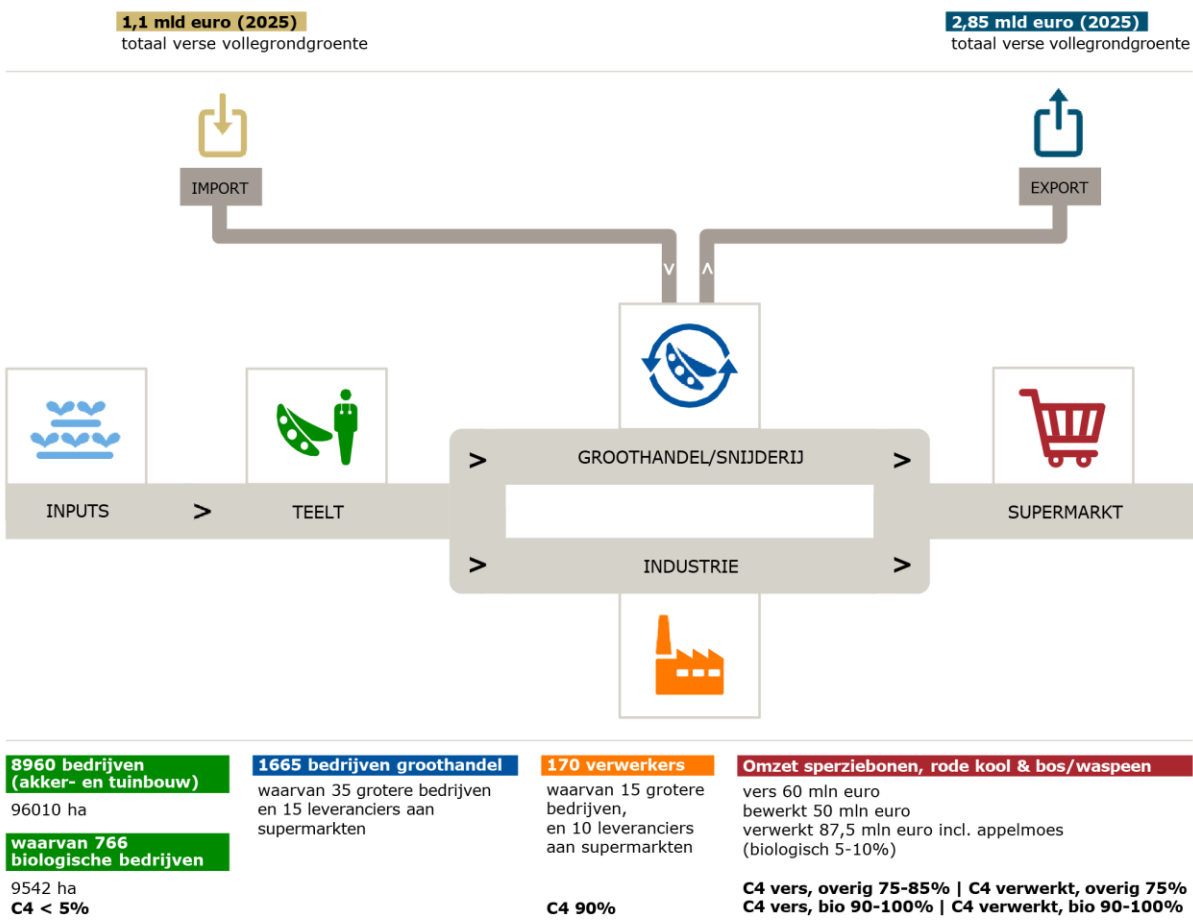
¹⁴ Er is gekozen voor bas- en waspeen en niet voor winterpeen om een zuivere vergelijking te kunnen maken tussen verse, bewerkte en verwerkte peen.

Rode kool

Er zijn meerdere koolsoorten die vallen onder deze groep, de *Brassica oleracea* met bloemkool en broccoli en de sluitkool met rode, witte en groene kool, spitskool en spruitkool. Rode kool is één-jaarlijkse koolteelt voor de versmarkt. Later in het seizoen worden er specifieke rassen geteeld voor de bewaring. Het totale areaal van rode kool in de open grond was 512 hectare in 2015 en steeg in 2025 naar 659 hectare (CBS Statline, Groenteteelt, oogst en teeltoppervlakte per groentesoort). In 2015 werd er 36 mln. kg rode kool geproduceerd. In 2025 steeg deze hoeveelheid naar 53 mln. kg. De meeste rode kool wordt geteeld in Noord-Holland (53%), gevolgd door Noord-Brabant (22%) en Flevoland (14%). De teelt is met zijn dichte structuur van bladeren over elkaar minder vatbaar voor plagendruk, waardoor er relatief weinig gewasbeschermingsmiddelen gebruikt worden. In de laatste jaren wordt door vraag vanuit de retailsector een deel van de teelt biologisch geproduceerd, ondanks een grotere variabiliteit en een kleinere kg-opbrengst. Het areaal biologische rode kool was in 2015 52 hectare (10%) en steeg in de jaren tot 2025 naar 156 hectare (24%) (CBS Statline 2026; Biologische landbouw; Gewassen, dieren, grondgebruik en arbeid).



Vollegrondgroente



C4 = gezamenlijk marktaandeel van de vier grootste bedrijven in de markt

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek; informatie van bedrijven.

Figuur 8.1 Nederlandse keten voor vollegrondgroente.

Wortels

Bij de groep knol- en wortelgewassen (zoals wortels) worden de ondergrondse delen van de planten geconsumeerd. De wortel is het oranje ondergrondse deel van de plant; peen is de wortel inclusief het loof. Er zijn drie typen peen. Bospeen is de wortel inclusief het loof; waspeen is een gewassen wortel zonder loof. De peen of winterpeen is een wat dikkere peen zonder loof, die veelal in stampot wordt verwerkt. Snackworteltjes, *baby carrots* of geschrapte wortels zijn allemaal namen voor hetzelfde product. Snackwortels zijn stukken winterpeen die gewassen en geschraapt zijn en worden veelal direct rauw geconsumeerd. Peen is beschikbaar in de kleuren oranje, geel en paars.

Het gezamenlijke areaal van bos- en waspeen in de open grond was 2.666 hectare in 2015 en is in 2025 gestegen naar 3.234 hectare. De productie van bos- en waspeen was in 2015 148 mln. kg en is in 2025 gestegen naar 178 mln. kg. De meeste bos- en waspeen wordt geteeld in Noord-Brabant (58%), gevolgd door Limburg (18%) en Flevoland (8%). Winterpeen wordt gerekend tot de akkerbouw en had in 2025 een areaal van 5.160 hectare en een productie van 372 mln. kg. Het gezamenlijke biologische areaal bos- en waspeen bedroeg in 2015 64 hectare (2,4%) en is in 2025 gestegen naar 60 hectare (1,9%).

Sperziebonen

Het gezamenlijke areaal van sperziebonen in de open grond was in 2015 3.020 hectare. In 2025 was dat aantal gestegen naar 3.991 hectare. De productie van sperziebonen was in 2015 34 mln. kg en steeg in 2025 naar 52 mln. kg. Het aantal telers en het areaal zijn meer dan verdubbeld sinds 2015. Momenteel telen 94 telers (14,5%) biologisch op 595 hectare (13,5%). Het areaal biologische sperziebonen was in 2025 drie keer zo groot als in 2015. Er waren in 2024 in Nederland acht telers met een Beter voor Natuur & Boer-keurmerk en 27 telers van On the way to PlanetProof-sperziebonen in de open grond (1.663 hectare). Verder was er in 2024 één On the way to PlanetProof-teler in het buitenland. Het areaal biologische stamsperziebonen bedroeg in 2015 37 hectare (1,2%) en steeg in de jaren tot 2025 naar 76 hectare (2%).

De afzet

Telers en producentenorganisaties (PO's)

In de vollegrondsgroenteteelt zijn vier telersverenigingen actief: OXIN Growers, The Greenery, ZON en Fossa Eugenia, plus een aantal private collectieven zoals Tolpoort Vegetables en AGF-Direct. De niet bij dit soort verenigingen aangesloten telers zetten zelf hun producten af, geclusterd of in opdracht van grotere telers. De laatste jaren hebben meer vollegrondstelers zich aangesloten bij zulke collectieven opdat zij zich op de teelt kunnen richten, terwijl de vereniging bredere toegang heeft tot afzetpartijen, commerciële slagkracht heeft en onderhandelt met afzetpartijen. De telersverenigingen bieden financiële zekerheid en toegang tot subsidies (SIG&F). Telersverenigingen zorgen voor een strategische mix van afzetkanalen om de gemiddelde opbrengstprijs over alle verkochte groenten te maximaliseren.

Relatie met afnemers

Vollegrondsgroenten worden veelal via contracten afgezet. Een klein deel van de productie wordt via vrije marktprijzen afgezet. Er is één telersvereniging die de veilingklok nog gebruikt voor de daghandel. De veilingklok is nog een referentiepunt voor de telersprijzen. De contracten omvatten seizoensafspraken over kwaliteit, kwantiteit, planning en soms prijs. Op de vrije markt bieden telers hun producten na de oogst aan, zonder afspraken vooraf. In de wintermaanden kunnen groenten geleverd worden door zuidelijke landen, zoals Spanje en Italië. De wisselmaanden in het voor- en najaar (april-mei en oktober-november) zijn perioden waarin de omschakeling plaatsvindt van Zuid-Europese producten naar Nederlandse producten, en vice versa. Nederlandse telers hebben ook zakelijke belangen in Zuid-Europese bedrijven, zodat ze door het hele jaar heen producten aan kunnen bieden en expertise kunnen uitwisselen.

De prijzen worden in de praktijk bepaald in overleg met de telers en afzetpartijen, met kostprijnschattingen, aandacht voor marktomstandigheden en langdurige relaties met een vertrouwensband. Een contractteelt met afgesproken hoeveelheden van het te leveren product biedt zekerheid en stabiliteit. De vrije markt is zeer volatiel, en bij schaarste zijn de prijzen hoog. Wanneer supermarktketens sturen op biologische productie en duurzaamheid accepteren zij deels hogere prijzen maar blijven wel scherp inkopen. De volumeverantwoordelijkheid ligt vaak bij de leverancier, ook bij onverwachte vraag.

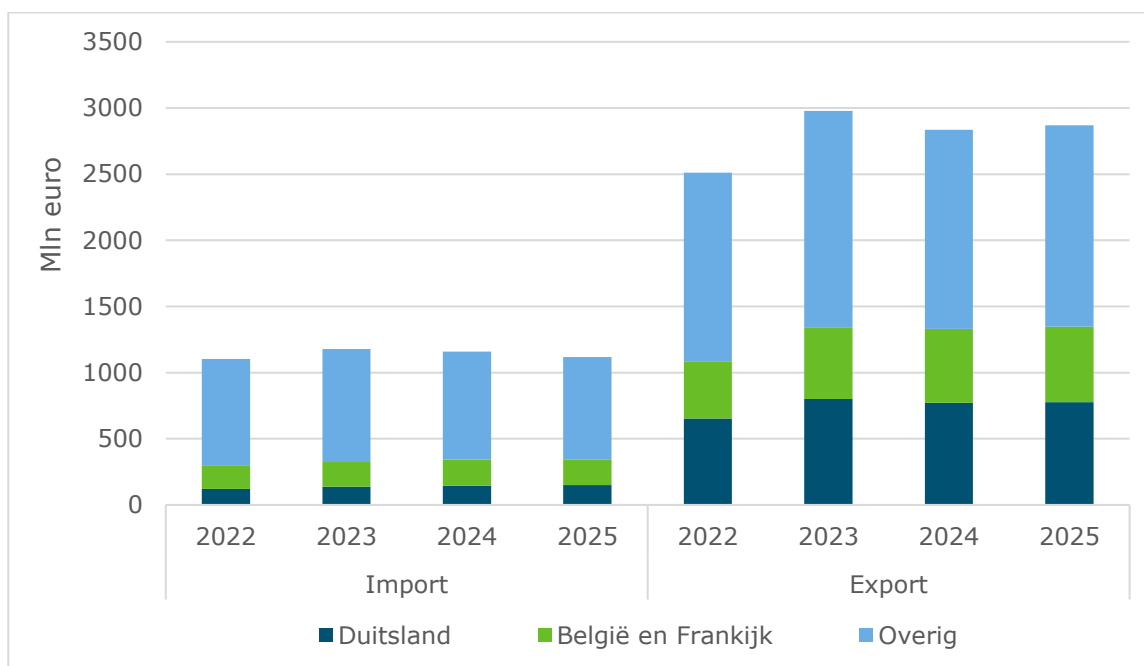
De teeltrisico's zijn groter voor duurzame(re) teelt. Om die reden heeft duurzame teelt een hogere verkoopprijs nodig dan reguliere teelt. Voor de afzetpartijen is de variabiliteit een reden om meer contractvolume te contracteren bij biologische teelt, om voldoende buffer te hebben. Als partijen een langetermijnrelatie met elkaar aangaan en elkaar vertrouwen, kunnen zij geschillen oplossen of de contractvoorwaarden aanpassen aan onvoorziene omstandigheden. Als er bijvoorbeeld veel geproduceerd wordt, zoals in 2025, kan er wellicht meer geleverd worden aan bijvoorbeeld een verwerker tegen een lagere contractprijs. De verwerker heeft dan een grotere eindvoorraad en hoeft in het volgende seizoen minder contractvolume te contracteren of minder volume bij te kopen. Over de jaren heen middelt zich dat dan uit.

8.2 Groothandel, groentesnijderijen en groenteverwerkende industrie

Groothandel

De groothandel bundelt goederenstromen uit binnen- en buitenland en verkoopt deze door aan afzetpartijen zoals gespecialiseerde groentewinkels, restaurants, non-profitorganisaties of andere partijen met verse-groenteconsumptie. De prijs speelt voor de groothandel een belangrijke rol. Door rechtstreekse contacten tussen telers en telersverenigingen enerzijds en eindafnemers anderzijds is er spanning in de relatie met groothandelaren en andere ketenschakels. Teeltbedrijven schalen op en voeren steeds meer activiteiten uit. De toegevoegde waarde van de groothandel neemt daardoor af. Er kan ook ketenverkorting plaatsvinden, waardoor er minder schakels zijn.

De export van verse vollegrondsgroenten bedroeg € 2,8 miljard in 2025, waarvan € 775 miljoen naar Duitsland ging en € 570 miljoen naar België en Frankrijk. De import bedroeg € 1,1 miljard, waarvan € 150 miljoen uit Duitsland en € 190 miljoen uit België en Frankrijk. De import van verwerkte groenten bedroeg € 350 miljoen en de export € 770 miljoen. Van de export ging ruim 50% naar Duitsland, België en Frankrijk. De export van verwerkte bonen is goed voor € 90 miljoen; de import van bonen voor € 55 miljoen.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Figuur 8.2 Import en export van verse groenten met uitzondering van glasgroenten, aardappelen, paddenstoelen en olijven, in miljoen euro (2022-2024).

Groentesnijderijen

Snijderijen zijn gebonden aan kwaliteitsafspraken met supermarkten. Zo moeten gesneden-groentenmixen voldoen aan de uitgebalanceerde samenstelling van groenten op basis van voedingswaarden. Er zijn twee momenten per jaar waarop de samenstelling van groentemixen bepaald wordt. Groentemixen zijn voor snijderijen van belang om leveringsafspraken met supermarkten te kunnen maken. Er zijn groenten die goed bewaard kunnen worden en dus jaarrond beschikbaar zijn, maar er zijn ook groenten die vers geoogst moeten worden, zoals sla of *leafy greens*. Deze komen uit kassen of *vertical farms* en zijn duurder dan vollegrondsgroente. Groente- en maaltijdpakketten die naast duurzame groenten ook niet-duurzame groenten of andere producten bevatten mogen geen duurzaamheidslogo hebben, omdat niet het gehele pakket duurzaam is.

Supermarkten geven klachten van consumenten door over schade aan het product of de aanwezigheid van insecten. Er is continu communicatie over wat wel en niet kan bij bewerkte groenten en er wordt in sommige ketens flexibel omgegaan met kwaliteitseisen. De snijderijen doen gezamenlijk onderzoek naar de mogelijkheden om in de groente aanwezige insecten uit te spoelen. Een snijderij kan gemakkelijker delen van groenten die aangetast zijn of een brandblaadje hebben wegsnijden. Wanneer de groenten in voldoende mate aanwezig zijn en dus goedkoop zijn, is weggooien van groenten een optie. Ook kunnen overtollige groenten gebruikt worden voor veevoer of vergisting. De markt voor bewerkte producten groeit in Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië, vanwege de vraag naar gemak. De vraag naar bewerkte groenten groeit ook in Duitsland. In Frankrijk en andere Zuid-Europese landen geven consumenten er echter de voorkeur aan hun groenten zelf te snijden.

Om aan de leveringsafspraken te voldoen heeft een snijderij een *sourcing model* met een risicoanalyse van de grondstofproducten en leveranciers die hij nodig heeft. Het model maakt zichtbaar wanneer een product niet beschikbaar is of niet beschikbaar kan zijn in een bepaalde tijd van het jaar. Om het risico van een gebrek aan grondstoffen te beperken, kan de snijderij overwegen producten te betrekken uit/van andere regio's, teeltgebieden en leveranciers. Producten die geïmporteerd worden, worden gesourcet via de tussenhandel. De focus van snijderijen is om een goed *sourcing model* op te stellen, met een goede spreiding en het hele jaar door samenwerking met leveranciers, om zo constante levering te kunnen garanderen.

Groenteverwerkende industrie

Fabrieksmatige verwerking van machinaal geoogste vollegrondsgroenten zoals peulgewassen en ook sluitkool die op akkerbouwmatige wijze zijn geteeld, verloopt veelal via contracten. De fabrieken willen zekerheid dat er kan worden geproduceerd en dat de producten op tijd geleverd worden, zodat de fabriek zo efficiënt en zo lang mogelijk kan verwerken. Primaire producenten krijgen een vooraf bepaalde prijs en daarmee een vastgesteld saldo, en zijn dus minder afhankelijk van het dagelijkse vraag-en-aanbodspel. De fabriek bepaalt de teeltwijze, het middelengebruik en het oogstmoment (vaak oogst de fabriek zelf). Peulgewassen voor de industrie worden geteeld op grotere percelen en dienen bereikbaar te zijn voor de oogstmachines, die 24 uur per dag doorwerken om de kwaliteit van het eindproduct te garanderen. Door verdamping nemen de versheid en knapperigheid van het product na de oogst af; de continue bulkverwerking zorgt voor kwaliteitsbehoud van grote hoeveelheden peulgewassen. De producten worden verwerkt in conserven en diepvriesgroenten.

8.3 Detailhandel en consument

De supermarktketens zijn dominant in de keten; zij bepalen de kwaliteitseisen en de borging van duurzaamheid via certificering. Zij sturen op prijzen en acties met kortingen. Een wijziging in de structuur van supermarkten kan grote impact hebben op de relaties en het inkoopgedrag, evenals nieuwe inkopers bij supermarkten. In het winkelschap is er steeds meer ruimte voor gemaksgroente, mits van constante kwaliteit en leveringszekerheid. De vraag naar gezonder voedsel uit zich in de groei van snackpeen. Supermarktketens bepalen door middel van onderlinge concurrentie de consumentenprijs en vertalen die door in de keten. Supermarktketens accepteren wel kleine beschadigingen aan het product, maar hebben hogere kwaliteitseisen dan voorgeschreven door het Kwaliteits-Controle-Bureau (KCB). Klachten van consumenten bepalen mede of de levering van beschadigde producten of de aanwezigheid van insecten acceptabel is. Sommige supermarkten hanteren een zerotolerancebeleid ten aanzien van insecten. Dat betekent dat er leveringsproblemen bij deze supermarkten kunnen zijn, omdat boeren de natuur niet geheel in de hand hebben en er natuurlijke kwaliteitsverschillen kunnen optreden. Het huidige kwaliteitssysteem wordt steeds moeilijker houdbaar, door klimaatverandering en omdat de strenge kwaliteitseisen en duurzaamheidseisen steeds moeilijker realiseerbaar zijn voor telers. Wanneer de producten via tussenpartijen aan de supermarkten geleverd worden, is het niet eenvoudig om rechtstreeks te communiceren over kwaliteitsaangelegenheden.

De omzet van sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen is € 150 miljoen (Tabel 8.1). Er wordt nauwelijks biologische bos- en waspeen aangeboden in Nederlandse supermarkten. Bij rode kool is het aandeel biologisch product 16%. Bewerkte bos- en waspeen heeft een omzetaandeel van meer dan 50%. Rode kool wordt vooral als verwerkt product verkocht (ruwweg 80%). Voor sperziebonen betreft de helft van de omzet verse, onbewerkte producten. Appelmoes wordt in dit hoofdstuk behandeld omdat het in de groente- en fruitverwerkende industrie en de supermarkt tot dezelfde categorie hoort.

Tabel 8.1 Consumentenaankopen in Nederlandse supermarkten

	Sperziebonen	Rode kool	Bos- en waspeen	Appelmoes
Omzet (mln. euro)	€ 81	€ 18	€ 51	€ 50
Biologisch	5%	16%	0%	3,5%
Niet-biologisch	95%	84%	100%	96,5%
Vers	50%	13%	34%	nvt
Bewerkt	27%	8%	56%	nvt
Verwerkt	23%	79%	10%	100%

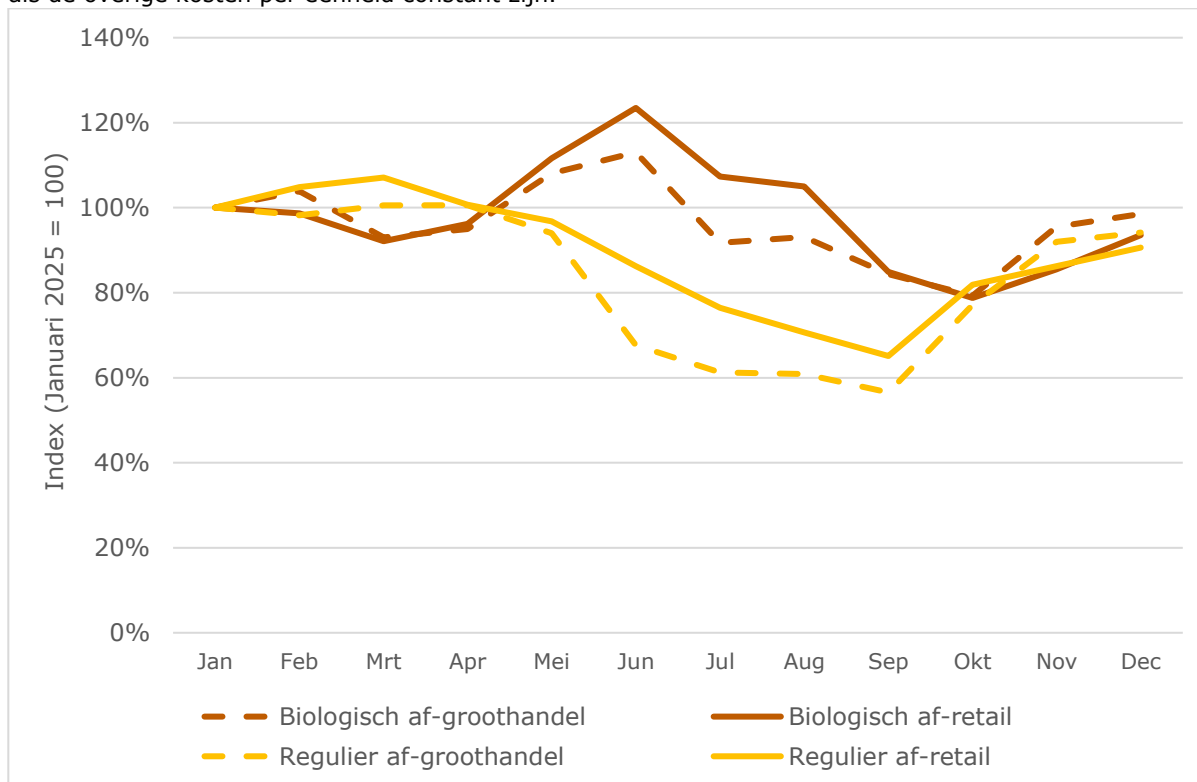
Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

8.4 Prijzen, kosten en marges

De analyse in deze paragraaf heeft betrekking op sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen. Onder het kopje 'verwerkte groenten' wordt ook appelmoes behandeld. Sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen zijn samengevoegd tot één categorie omdat zij bij de bewerkte en verwerkte producten tot dezelfde categorie horen bij snijderijen. Bos- en waspeen zijn geselecteerd om een zuivere vergelijking tussen verse, bewerkte en verwerkte peen te kunnen maken. Er is bij de opzet van het onderzoek voor gekozen om meerdere producten in de analyse mee te nemen. Dit vergroot het aantal waarnemingen en maakt het gemakkelijker om de nettomarge voor de verwerkende industrie en supermarkten te bepalen. Er is hierbij rekening gehouden met verschillen in het assortiment (*category*) producten: (1) verse groenten, (2) bewerkte groenten in het koelvak, en (3) verwerkte groenten en fruit in blik of glas of als bevroren product. De opzet in deze paragraaf wijkt af van die in de vorige hoofdstukken omdat de gegevens voor de genoemde groenten samengevoegd zijn en er indices geconstrueerd zijn. De prijsindices voor de drie groenten zijn bepaald op basis van de Laspeyres-prijsindex, waarbij de omzet over geheel 2025 het gewicht van de groente bepaalt.

Prijsverloop verse, onbewerkte groenten

Figuur 8.3 toont de af-groothandels- en consumentenprijzen voor verse, onbewerkte groenten. De figuur illustreert voor biologische vollegrondsgroenten het verschil tussen het Nederlandse seizoen en het importseizoen. Van april tot en met oktober betrekken Nederlandse supermarktketens hun vollegrondsgroenten uit Nederland; afhankelijk van het weer start de oogst eerder of later en eindigt hij eerder of later. Vanaf mei (wanneer de productie goed op gang komt) dalen de groothandels- en consumentenprijzen van niet-biologische groenten doordat het aanbod groot is. De consumentenprijzen daalden in 2025 procentueel iets minder dan de af-groothandelsprijzen, maar de consumentenprijzen zijn ook hoger dan de af-groothandelsprijzen. De brutomarge van de supermarkten is wellicht net iets hoger in het Nederlandse oogstseizoen dan in het importseizoen. De prijzen van biologische groenten nemen juist toe bij de start van het oogstseizoen in april. De consumentenprijzen stegen in 2025 harder dan de groothandelsprijzen. Omdat de consumentenprijzen bovendien hoger zijn dan de prijzen af-groothandel, lag de brutomarge in de zomer boven de brutomarge in het voorjaar en het najaar. Dit geldt ook voor de winst als de overige kosten per eenheid constant zijn.¹⁵



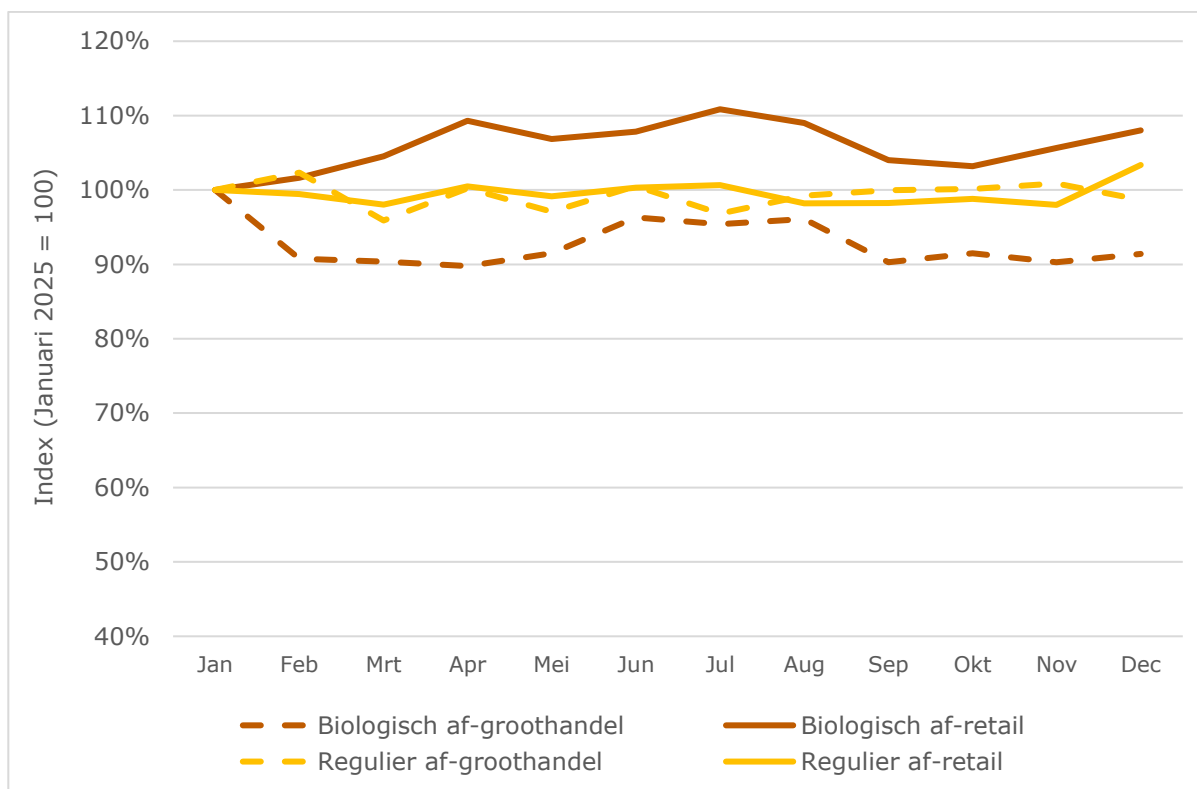
Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.3 Prijsindices voor verse, onbewerkte vollegrondsgroenten (sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen) (2025).

Bewerkte groenten

'Bewerkte groenten' zijn in dit rapport verse groenten die gewassen, gesneden, geschraapt en verpakt in het koelvak aangeboden worden. Figuur 8.4 laat zien dat de consumentenprijzen en de prijzen af-groothandel voor bewerkte niet-biologische groenten constant waren in 2025 en geen seizoenspatroon vertonen. Dit impliceert dat de brutomarge in de supermarkt min of meer constant was. De bewerkte groenten worden met lage winstmarges aan de consumenten verkocht. De gemakspullen moeten beschikbaar zijn tegen scherpe prijzen (informatie uit interviews). Voor biologische bewerkte groenten geldt dat de consumentenprijzen gestegen zijn in het voorjaar van 2025 en de af-groothandelsprijzen gedaald. De brutomarge in de supermarkt is dus toegenomen.

¹⁵ De brutomarge wordt gedefinieerd als het verschil tussen de verkoopprijs en de inkoopprijs. De verkoopprijs ligt boven de inkoopprijs. Als de verkoopprijs harder stijgt dan de inkoopprijs, neemt het verschil tussen beide prijzen (de brutomarge) toe.

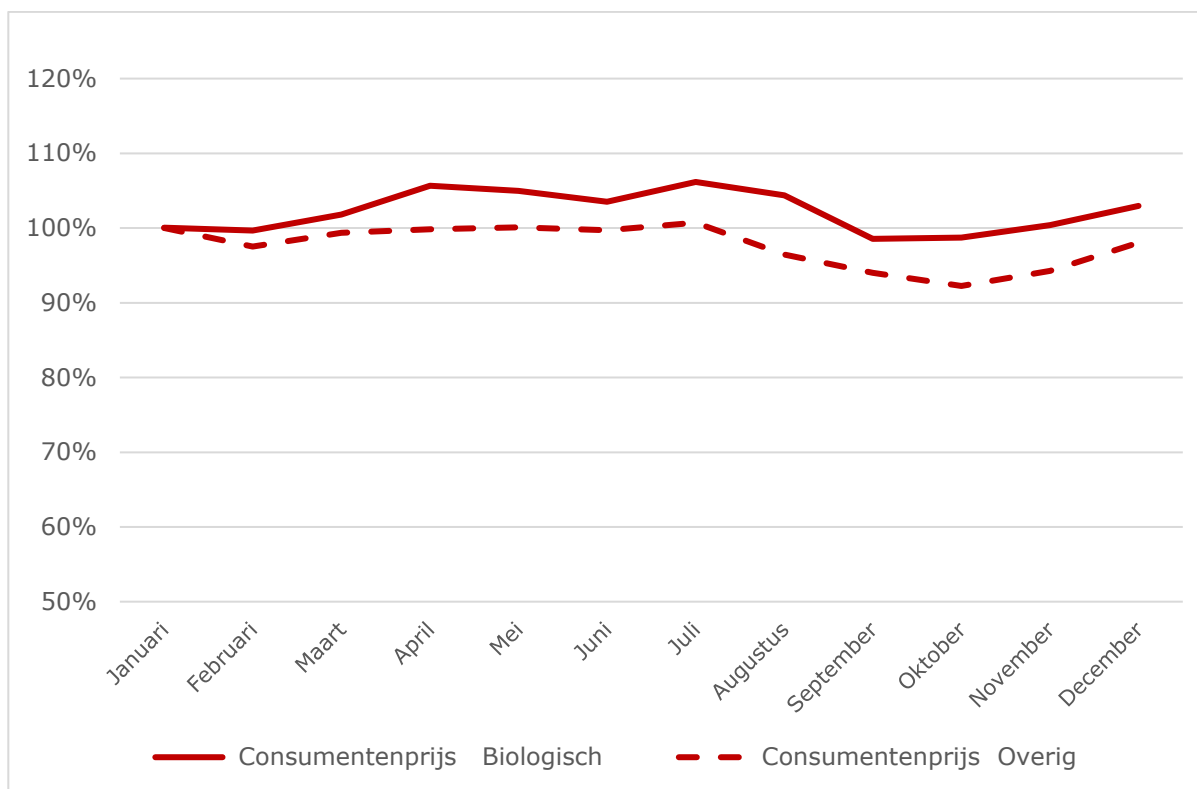


Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.4 Bewerkte groenten (sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen – gewassen, gesneden, geschild en verpakt) (2025).

Verwerkte groenten

Figuur 8.4 laat zien dat de consumentenprijzen van verwerkte biologische groenten licht gestegen zijn in 2025 en daarna weer zijn gedaald tot het niveau van begin 2025. De consumentenprijzen van niet-biologische verwerkte groenten zijn constant gebleven, en zijn in het najaar van 2025 gedaald.



Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.5 Prijzen verwerkte groenten (sperziebonen, rode kool, bos- en waspeen, appelmoes in blik, glas of bevroren) (2025).

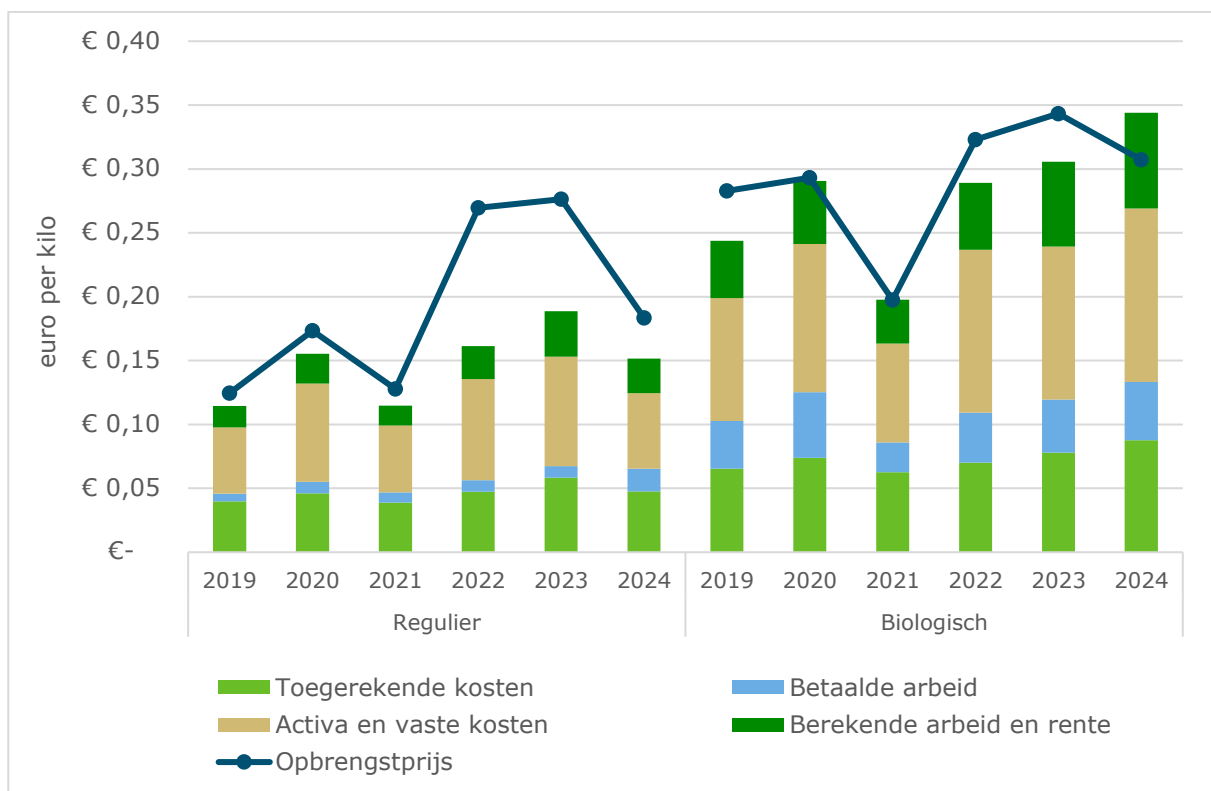
Kosten en opbrengsten per kilo product in de landbouw

Figuur 8.6 toont de opbrengsten en kosten per kilo product voor sperziebonen, wortels¹⁶ en rode kool. De samenstelling van de groep bedrijven in het Bedrijveninformatienet was vergelijkbaar met die van de periode 2019-2024.

De productie van zowel biologische groenten als niet-biologische groenten was winstgevend in de periode 2019-2024. De winst op niet-biologische producten was groter dan die op biologische producten. De winst in de biologische groenteteelt was negatief in 2024, omdat de opbrengstprijzen daalden ten opzichte van 2023, terwijl de kosten stegen. De nettomarge in de reguliere vollegrondsgroenteteelt is tussen 2023 en 2024 afgenomen van 8,8 tot 3,2 cent. De opbrengstprijzen zijn met 9,3 cent gedaald, en de kosten met 3,7 cent, waarvan de kosten van materiële activa daalden met 2,6 cent. De nettomarge op biologische vollegrondsgroenten is tussen 2023 en 2024 gedaald met 7,5 cent per kg, van 3,8 cent naar -3,7 cent. De opbrengstprijzen zijn met 3,6 cent per kg afgenomen, en de kosten met 3,8 cent toegenomen, waarvan 1,6 cent aan de kant van materiële activa. De kosten en opbrengsten van reguliere groenten lagen op een lager niveau dan bij de biologische teelt, waarbij de reguliere teelt wel winst genereerde en de biologische teelt in sommige jaren wel en in andere jaren niet (Figuur 8.6).

Het inkomen van alle biologische en niet-biologische vollegrondsgroentebedrijven in het Bedrijveninformatienet is volgens de gegevens in Agrimatie in de laatste vijftien jaar gestegen van € 13.600 in 2009 naar € 146.900 in 2024, onder andere door een toename in het areaal per bedrijf. Het inkomen van de vollegrondsgroentetelers groeit. Er wordt voldoende rendement en inkomen behaald uit de vollegrondsgroenteteelt (Wageningen Social & Economic Research, Agrimatie, 2026).

¹⁶ Inclusief winterpeen, om een vergelijking tussen reguliere en biologische producten mogelijk te maken.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.6 Kosten en opbrengsten van sperziebonen, wortels en rode kool, in euro per kg (2020-2024).

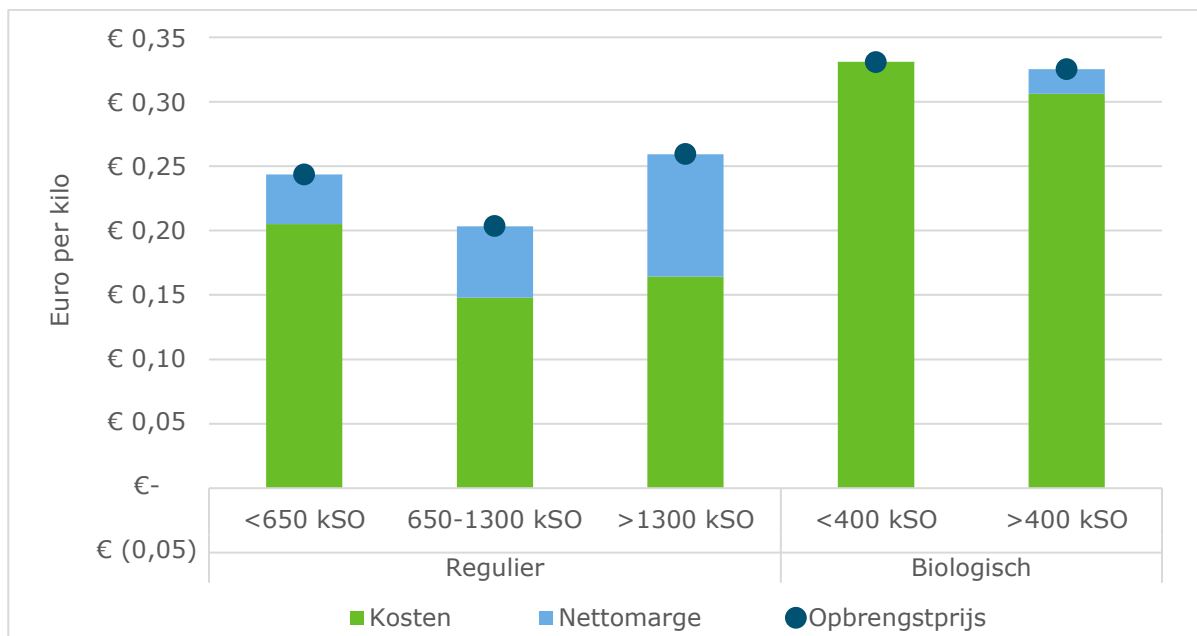
De teelt van vollegrondsgroente vergt een hoge arbeidsinzet. Volgens de geïnterviewden zijn de arbeidskosten in de laatste jaren sterk gestegen, onder andere omdat er meer arbeid ingezet wordt bij het spuiten van gewasbeschermingsmiddelen. Er is ook meer arbeid nodig voor het uitsorteren van kwaliteitscategorieën en gewashandelingen, omdat de toegestane gewasbeschermingsmiddelen en biostimulanten minder effectief zijn. Ook de kosten van energie zijn gestegen. De opbrengst per hectare neemt af, omdat er strengere regels zijn met betrekking tot drift, akkerranden en stikstofgift. Voor de kostenstijgingen bij de teelt is een prijsverhoging noodzakelijk. Naar schatting hadden de prijzen in 2025 ongeveer 12% hoger moeten zijn om gelijke tred te houden met de kostenstijgingen.

De benodigde prijsverhoging komt niet tot stand omdat supermarkten druk houden op de prijzen. Telers kunnen inzicht in de kostprijs geven aan de supermarkten, in de hoop dat er dan prijzen worden gesteld die hun kostprijs dekken, maar een open kostprijscalculatie vergt wel vertrouwen tussen leverancier en afnemer. De teler geeft immers ook inzicht in zijn winstmarge.

Kosten en opbrengsten naar grootte van teeltbedrijven

De rentabiliteit van producenten van vollegrondsgroenten is onder andere afhankelijk van de bedrijfsomvang (Figuur 8.7). Grote bedrijven maken relatief meer winst dan kleine bedrijven. De nettomarge voor grote bedrijven in de reguliere teelt is 9 cent per kg, versus 4 tot 6 cent voor kleine en middelgrote bedrijven. In de biologische teelt is de nettomarge 0 cent voor kleine bedrijven, versus 2 cent voor grote bedrijven (Figuur 8.7). De kosten voor kleine bedrijven in de reguliere teelt bedragen 21 cent per kg en 15-16 cent per kg voor middelgrote en grote bedrijven. In de biologische teelt bedragen de kosten 33 cent voor kleine bedrijven, versus 31 cent voor grote bedrijven. Het verschil in winstgevendheid heeft gevolgen voor de marktstructuur in de productie van vollegrondsgroenten.

Het areaal vollegrondsgroente was in 2000 68.370 hectare en is in de afgelopen 25 jaar met 40% gestegen, naar 96.100 hectare in 2025, terwijl het aantal bedrijven met 24% is gedaald, van 11.830 in 2000 naar 8.960 in 2025. De schaalvergroting is in volle gang (CBS Statline, Landbouwtelling, 2026).

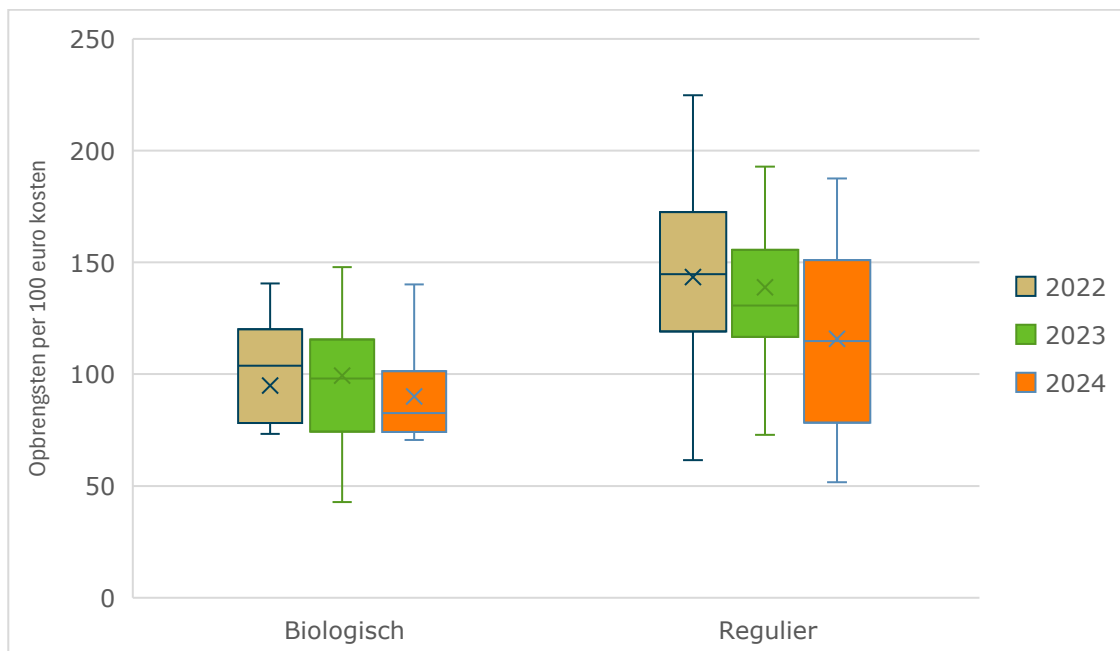


Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.7 Opbrengsten en kosten in landbouw voor sperziebonen, wortels en rode kool naar grootteklassen, in euro per kg (2022-2024).

Spreiding in verhouding tussen opbrengsten en kosten voor telers

Figuur 8.8 geeft de spreiding weer in de verhouding tussen opbrengsten en kosten (rentabiliteit) van vollegrondsgroentebedrijven, weergegeven in vier kwartielen per jaar. Hieruit blijkt dat de biologische sector onder druk stond in 2024. In 2022 en 2023 maakte de helft van de bedrijven winst op vollegrondsgroenten; in 2024 slechts een kwart. De reguliere productie is winstgevender. In 2022 en 2023 maakte meer dan driekwart van de bedrijven winst op vollegrondsgroenten; in 2024 nog altijd 60% van de bedrijven. Tegelijkertijd blijft de spreiding groot, wat aangeeft dat de verschillen tussen bedrijven aanzienlijk zijn. Dit kan samenhangen met verschillen tussen de producten die geteeld worden.



Bron: Bedrijveninformatienet. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 8.8 Spreiding van de rentabiliteit in de vollegrondsgroenteteelt (sperziebonen, wortels en rode kool), in opbrengsten per 100 euro kosten (2022-2024).

Elke figuur is een zogenaamde box-and-whisker plot. De onderste lijn van de plot (eerste kwartiel) geeft het kwart bedrijven aan met de laagste opbrengst/kostenverhouding. De doos bevat twee kwartielen met de tweede groep bedrijven met de laagste opbrengst/kostenverhouding en de derde groep. De bovenste lijn van de plot (vierde kwartiel) geeft het kwart bedrijven met de hoogste opbrengst/kostenverhouding aan. Het kruis geeft het gemiddelde weer.

Kosten en marges op vollegrondsgroenten in de groothandel en bij supermarkten

Tabel 8.2 wijkt af van vergelijkbare tabellen omdat er geen gebruik gemaakt is van de verkoopprijzen van het betrokken product. In dit hoofdstuk gaat het echter om drie producten. In de vorige hoofdstukken sloten de inkooprijzen en verkoopprijzen niet altijd op elkaar aan (zie ook Hoofdstuk 2). In dit hoofdstuk gaan wij er bij de berekeningen van de bruto- en nettomarges van uit dat de verkoopprijs van de leverancier gelijk is aan de inkoopprijs van de afnemer. Voor de landbouw gaan wij ervan uit dat de geselecteerde groente aan de industrie verkocht wordt. De lage verkoopprijzen in het Bedrijveninformatienet wijzen erop dat de groente voor de verwerking geproduceerd wordt.

Tabel 8.2 geeft voor 2024 de gemiddelde bruto- en nettomarges van de telers, groothandel en de supermarkt weer in het verse-groenten-, bewerkte-groenten- en verwerkte-groentensegment voor biologische en niet-biologische producten. De gemiddelde positieve marge van telers van biologische groenten is lager voor de drie afzetvormen dan van telers van reguliere groenten.

De groothandel behaalt voor biologische en niet-biologische producten een lage bruto- en nettomarge. De verwerkende industrie behaalt een hogere bruto- en nettomarge voor verwerkte producten.

Supermarkten leggen geld toe om verse vollegrondsgroenten aan te bieden. Biologische bewerkte en verwerkte groenten hebben beide een positieve marge, waarbij bewerkte groenten beter renderen dan verwerkte groenten. De inkoopkosten van verse groenten bedragen 70-85% van de verkoopprijs. Alleen voor biologische bewerkte groenten zijn de inkoopkosten 55% van de verkoopprijs. Deze ontwikkeling hangt samen met de hogere bruto- en nettomarge die supermarkten hier realiseerden. Een mogelijke verklaring is dat biologische gemakproducten in het koelvak luxeproducten zijn en tegen hoge nettomarges in het schap geplaatst worden. Niet-biologische bewerkte en verwerkte groenten hebben een negatieve marge. Het kost de supermarkten geld om deze aan te bieden.

Tabel 8.2 Bruto- en nettomarges in de keten van vollegrondsgroenten per productvariant (2024)

		Vers, onbewerkt		Bewerkt		Verwerkt	
		Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch
Landbouw	Kosten	65%	55%	33%	44%	37%	30%
	Nettomarge	-6%	11%	-3%	9%	-3%	6%
Groothandel	Inkoopkosten	59%	66%	30%	53%	34%	36%
	Overige Kosten	14%	13%	22%	24%	28%	34%
	Nettomarge	1%	4%	2%	2%	10%	6%
Supermarkt	Inkoopkosten	74%	83%	55%	79%	72%	76%
	Overige Kosten	28%	29%	29%	28%	27%	27%
	Nettomarge	-2%	-11%	16%	-8%	1%	-3%

Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

De verschillen in de bruto- en nettomarge tussen producten hangen samen met de prijsverschillen voor consumenten. In Tabel 8.3 worden de consumentenprijzen van alle productvarianten vergeleken met de consumentenprijs van verse, niet-biologische producten. Verwerkte sperziebonen zijn 15-30% goedkoper per kg dan de benchmark. Biologische onbewerkte sperziebonen zijn 22% duurder, en bewerking leidt tot een meerprijs van 36%. Voor rode kool zijn bewerkte producten per kg vijf keer zo duur als verse onbewerkte rode kool. Verwerkte producten zijn twee keer zo duur. Bewerkte worteltjes zijn twee keer zo duur. Verwerkte wortels kosten 50% meer.

De verschillen in Tabel 8.3 geven aan dat er verschillen in prijsvorming zijn tussen de betrokken producten. Gegeven de niveauverschillen, kunnen terdege prijsontwikkelingen geanalyseerd worden. Prijsontwikkelingen staan los van prijsniveaus. De verschillen in de prijsniveaus duiden op verschillen in kosten en/of winstgevendheid tussen enerzijds biologische en anderzijds niet-biologische producten en tussen de mate van bewerking en verwerking. Bij bos- en waspeen vindt er meer bewerking plaats dan bij sperziebonen en is de productderving groter. Voor verwerkte producten geldt dat verwerking in glas, blik of tot bevroren product kostenverschillen met zich meebrengt. Dit gold in de vorige editie van de monitor overigens ook voor sperziebonen alleen. Bij verwerkte bos- en waspeen is de productderving relatief groot. De kosten kunnen dus verschillen per product en afhangen van de mate van bewerking en verwerking. In dat opzicht kan aggregatie van gegevens ertoe leiden dat informatie 'verdwijnt'. Voor de bepaling van de nettomarges op het niveau van een bedrijfstak of een assortiment in de supermarkt (blik, glas en diepvries) is dat een minder groot probleem, want er is geen reden waarom de winstgevendheid tussen productvarianten hier dramatisch zou moeten verschillen.¹⁷

Tabel 8.3 Relatieve prijs a) ten opzichte van onbewerkte niet-biologische groenten (2024)

	Sperzieboon		Rode kool		Bos- en waspeen		Appelmoes	
	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch
Onbewerkt	122%	100%	132%	100%		100%		
Bewerkt		136%	518%	529%		198%		
Verwerkt	71%	85%	224%	192%	153%	144%	147%	100%

a) Om een voorbeeld te geven: de prijs van biologische verse onbewerkte sperziebonen is 22% hoger dan die van verse onbewerkte niet-biologische sperziebonen. De prijs voor verwerkte biologische sperziebonen is 29% lager.

Bron: informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

¹⁷ Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) aggregiert ook prijs- en inkomensstatistieken voor bedrijven voor productcategorieën zoals groente en fruit. Ook telt het CBS appels en peren bij elkaar op.

8.5 Knelpunten

Het online onderzoek geeft inzicht in de knelpunten die telers ervaren bij de invoering van een keurmerk. Dit onderdeel van het online onderzoek betrof redenen om een Nederlands keurmerk te voeren, factoren die de voering van een Nederlands keurmerk belemmeren of vergemakkelijken, risico's, redenen om geen buitenlands keurmerk te voeren, en redenen om te stoppen met een Nederlands keurmerk. Per onderwerp konden de respondenten maximaal vijf antwoorden aankruisen. Elk mogelijk antwoord (*item*) was een ja/nee-item. Aan het online onderzoek hebben 115 vollegrondsgroentetelers meegedaan (zie Tabel 8.4).

Motivatie

Volgens 63% van de respondenten zijn eisen van afnemers de belangrijkste reden om een keurmerk te voeren. Verder hoopt of verwacht 33% van de telers meer afzetmogelijkheden te hebben met een keurmerk. Een milieuvriendelijke manier van telen die past bij de bedrijfsvoering is een intrinsieke motiverende reden van telers om een keurmerk te voeren. De duurzaamheidseisen van supermarkten worden uiteindelijk bij de groentetelers neergelegd. De telers dienen duurzaamheid aan te tonen via een Biologisch, Beter voor Natuur & Boer- of On the way to PlanetProof-certificaat.

Belemmeringen

De grootste deceptie bij en belemmering voor het voeren van een keurmerk is dat er geen hogere opbrengstprijzen tegenover de inspanningen staat. Daarbij zijn de kosten van certificering hoog, en administratieve besommingen motiveren de telers niet echt om het keurmerk te behalen. Een deel (22%) van de telers ervoer geen belemmering bij het behalen van het keurmerk. Via subsidies krijgen de telers dan wel kosten vergoed, maar dat vergt wel tijd voor implementatie, registratie en audits.

Stimulansen

Opvallend is dat 34% van de respondenten aangeeft dat er helemaal geen stimulerende factoren zijn die de overstap naar een keurmerk versnellen. Een lange contractduur of afnamezekerheid (19%), anders (16%) of een financiële bijdrage in de certificering (12%) zou stimulerend werken.

Stoppen met het keurmerk

Zesenvertig van de 115 respondenten met een Nederlands duurzaamheidskeurmerk hebben overwogen te stoppen met het keurmerk. Belangrijke redenen hiervoor zijn te veel administratie (63% van de 46 respondenten), gebrek aan een hogere opbrengstprijz (63%) of de verwachting van strengere eisen in de toekomst (43%).

Buitenlands keurmerk

De belangrijkste redenen voor telers om geen buitenlands keurmerk te voeren zijn te veel administratie (38%), een lage winstmarge (33%), of de organisatie en kosten van certificering van buitenlandse keurmerken in Nederland (19%).

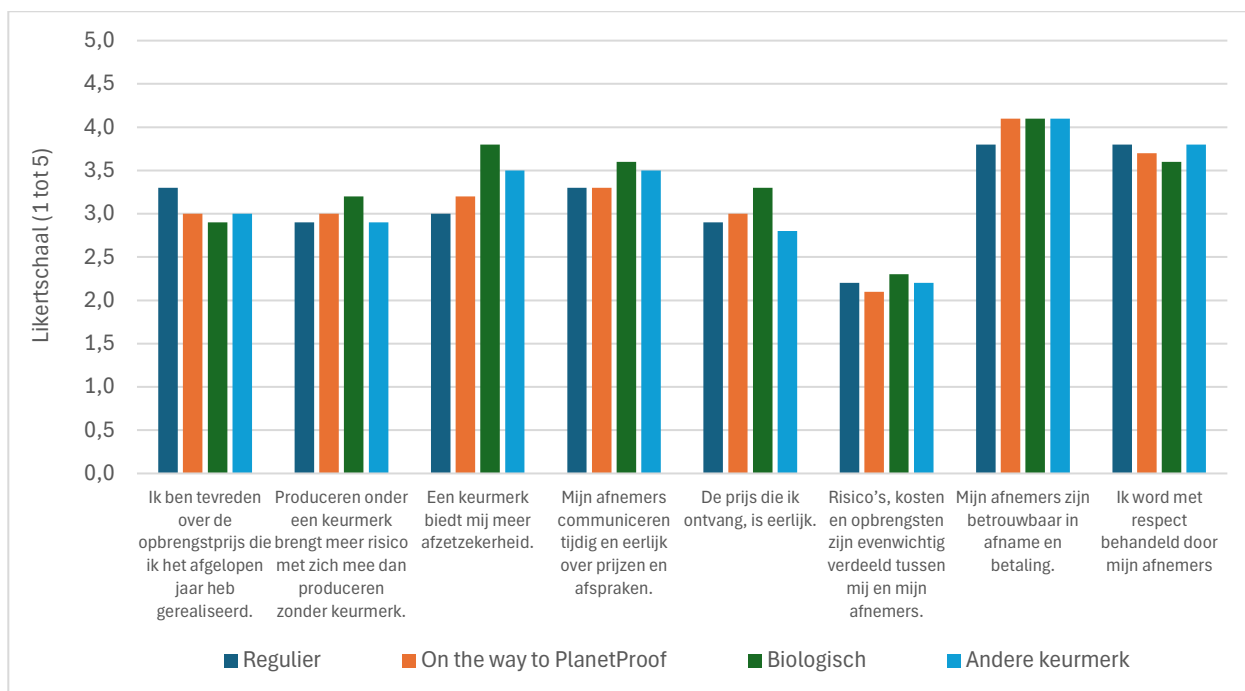
Tabel 8.4 Beweegredenen, belemmeringen en stimulansen voor het al dan niet voeren van een Nederlands of buitenlands keurmerk (vollegrondsgroentetelers) (2026)

Top-4 beweegredenen (n = 115) Wat waren de belangrijkste redenen om te kiezen voor keurmerk X voor uw product?	%
Afnemers stellen het keurmerk als eis	63
Vergroot de afzetmogelijkheden	33
De productie is milieuvriendelijker	23
Past beter bij mijn bedrijfsvoering	21
Top-4 belemmeringen (n = 115) Welke belemmeringen heeft u ervaren bij de invoering van keurmerk X voor uw product?	%
Er was geen hogere opbrengstprijz	45
De kosten van certificering waren hoog	37
Het was lastig om de administratie en registraties goed te organiseren	33
Ik ervaar geen belemmeringen	22
Top-4 stimulansen (n = 115) Wat maakte het gemakkelijker om uw product voor het eerst te laten certificeren onder keurmerk X?	%
Er waren geen factoren die de toetreding vergemakkelijkten	34
Lange contractduur of afnamezekerheid	19
Anders	16
Financiële bijdrage in certificerings- en/of controlekosten (audits)	12
Top-4 redenen om te stoppen (n = 46) Wat waren de belangrijkste redenen om te overwegen te stoppen met keurmerk X voor uw product?	%
Te veel administratie	63
Er was geen hogere opbrengstprijz	63
Te strenge eisen, of nieuwe of strengere eisen in de toekomst	43
Te veel arbeid nodig	30
Top-4 redenen voor geen buitenlands keurmerk (n = 129) Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om GEEN buitenlands keurmerk voor uw product te voeren?	%
Te veel administratie	38
Te lage winstmarge (geen toereikende meerprijs voor de meerkosten)	23
Te lastig of te duur om certificering en audits voor buitenlandse keurmerken in Nederland te organiseren	19

a) Bij alle gestelde vragen konden de respondenten maximaal vijf redenen kiezen.

Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 8.9 laat de percepties zien van telers met betrekking tot hun handelsrelatie met afnemers, risico's en prijsvorming. Een groot risico voor alle telers betreft de vraag of hun afnemers betrouwbaar zijn in relatie tot afname en betaling.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 8.9 Percepties van producenten van vollegrondsgroente (in akkerbouw en tuinbouw) ten aanzien van handelsrelaties met afnemers en prijsvorming (2026).

Likert-schaal van 1 = zeer mee oneens tot 5 = zeer mee eens.

Reguliere productie $n = 37$; biologische productie $n = 24$; On the way to PlanetProof $n = 32$; ander keurmerk $n = 39$.

8.6 Conclusies

Onderzoeksvraag 1: Hoe zijn de kosten en marges verdeeld tussen ketenpartijen voor reguliere en duurzamere productvarianten voor Nederlandse en geïmporteerde producten die in Nederland of in het buitenland afgezet worden?

Voor dit hoofdstuk zijn de prijzen, kosten en marges bepaald voor sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen. Er is een onderscheid gemaakt tussen verse onbewerkte, verse bewerkte en verwerkte groenten. In de categorie verwerkte producten is appelmoes ook meegenomen. Omdat er onvoldoende gegevens beschikbaar waren om op een verantwoorde wijze een onderscheid te maken tussen reguliere en anderszins duurzame producten is dat in dit hoofdstuk achterwege gelaten.

In de landbouw werden in 2024 gemiddeld genomen relatief grote positieve nettomarges behaald op reguliere vollegrondsgroenten. De nettomarges waren negatief voor biologische producten. Groothandelaren en snijderijen hebben lage nettomarges en zitten 'klem' tussen de kosten van bewerking en *handling* en stijgende telerprijzen. In de verwerkende industrie werden in 2024 gemiddeld hoge bruto- en nettomarges behaald. Merkproducenten waren in staat hoge winstmarges te behalen. De supermarkt wil graag verse groenten verkopen, koopt scherp in en legt daarbij geld toe op verse, onbewerkte groenten in het schap. Supermarkten hebben ook geen winstdoelstellingen op productbasis, maar op het niveau van een assortiment (informatie uit interviews). Supermarkten hebben wel een positieve nettomarge op biologische bewerkte groenten, maar dat is qua omzet slechts een kleine productstroom.

Tabel 8.5 Bruto- en nettomarges in keten van vollegrondsgroente (2024)

		Biologisch product			Overige producten		
		Brutomarge	Nettomarge		Brutomarge	Nettomarge	
		%	%	%	%	%	%
		consumenten- prijs	consumenten- prijs	verkoop- prijs	consumenten- prijs	consumenten- prijs	verkoop- prijs
Vers	Landbouw	59%	-6%	-10%	66%	11%	17%
	Groothandel	15%	1%	1%	17%	4%	5%
	Supermarkten	26%	-2%	-2%	17%	-11%	-11%
Bewerkt	Landbouw	31%	-3%	-10%	53%	9%	17%
	Groothandel	24%	2%	4%	26%	2%	3%
	Supermarkten	45%	16%	16%	20%	-8%	-8%
Verwerkt	Landbouw	37%	-3%	-10%	36%	6%	17%
	Industrie	38%	10%	13%	40%	6%	8%
	Supermarkten	27%	1%	1%	24%	-3%	-3%

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

De afzet van verwerkte groente in Nederland was in 2025 winstgevender dan de afzet van verwerkte groente in het buitenland.

Onderzoeksvraag 2: Welke factoren bepalen de prijsvorming, het prijsverloop en de kostenopbouw voor reguliere en duurzame(re) producten?

De opbrengstprijzen van vollegrondsgroenten waren hoog in 2022 en 2023 en laag in 2024. In 2024 was de productie van wortels groot in de EU (+8% ten opzichte van 2023). De productie steeg vooral in Nederland (+11%), België (+44%) en Italië (+17%) (Eurostat, 2026). De prijzen voor wortels waren in 2024 zeer laag. De Europese productie van verse bonen (-1%) en kool (-2%) was in 2024 vergelijkbaar met die van 2023. In Nederland was de productie van sperziebonen lager (-12%), evenals die van sluitkool (-4%) (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026). De ontwikkeling van de productie van biologische vollegrondsgroenten in Nederland was vergelijkbaar. De opbrengstprijzen lagen in de gehele periode boven de gemiddelde kosten voor niet-biologische vollegrondsgroenten, behalve voor biologische groenten in 2024. In de reguliere teelt daalden de gemiddelde kosten per kg product voor materiële activa tussen 2023 en 2024. In de biologische teelt stegen de kosten over de gehele linie (+3 cent per kg).

Voor de verwerkende industrie geldt dat de netto winstmarges sterk verschillen van bedrijf tot bedrijf. De bedrijven die hoge winstmarges behaalden in 2024, hadden dit te danken aan een sterke merkpositie en/of lage inkooprijzen voor wortels.

De brutomarges op biologische bewerkte groenten waren hoog in supermarkten in 2024, omdat supermarkten winst maken op deze productvariant. De nettomarges op verse groenten in supermarkten waren mede negatief omdat de derving groot is. Derving in de supermarkt is 4-8% voor verse onbewerkte producten en 0-8% voor verse bewerkte producten.

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre vertalen de meerkosten voor duurzaamheidsinspanningen zich in een betere meerprijs voor alle schakels?

Zoals eerder vermeld, zijn er vaste vergoedingen voor Beter voor Natuur & Boer-producten. Deze bedragen € 0,201 per kg voor sperziebonen, € 0,032 per kg voor rode kool en € 0,050 per kg voor bospeen (Stichting vBeter voor Natuur & Boer, 2025). Voor On the way to PlanetProof-producten is het onduidelijk of de belofte extra vergoeding door supermarkten de boeren daadwerkelijk bereikt. Niet alle groothandelaren zijn in staat de extra uitbetaling apart administratief te verantwoorden. Telers zouden graag een aparte extra vergoeding ontvangen. Geïnterviewde telers zijn van mening dat de keurmerken On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer op elkaar lijken en best geïntegreerd kunnen worden. Vollegrondsgroentetelers zijn volgens het online onderzoek van mening dat er geen verschil is tussen de prijzen die reguliere telers ontvangen en de prijzen die On the way to PlanetProof-telers ontvangen. Duurzame productie is een voorwaarde voor levering geworden.

Er zijn geen meerprijzen en meerkosten in euro's bepaald, omdat de gegevens betrekking hebben op drie of vier producten. Voor de biologische landbouw geldt dat de meerprijzen significant lager zijn dan de meerkosten (Hoofdrapport, Hoofdstuk 4). In het Hoofdrapport zijn de nettomarges voor alle drie of vier producten samen wel procentueel weergegeven.

Consumenten betalen 10 tot 30% meer voor biologische producten dan voor de niet-biologische tegenhanger (Tabel 8.3). Alleen voor biologische sperziebonen betalen ze minder. Dit laatste hangt wellicht samen met het prijsverschil tussen conserven en diepvriesproducten.

Onderzoeksvraag 4: Welke knelpunten verklaren de eventuele discrepantie tussen de meerprijs en de meerkosten voor één of meerdere schakels?

Net als bij appels en tomaten is er ook bij vollegrondsgroente geen transparantie over de manier waarop de meerprijs voor On the way to PlanetProof-producten uitbetaald wordt. Hier staat tegenover dat andere geïnterviewden erop wijzen dat anderszins duurzame producten zich niet onderscheiden van andere producten. Anderszins duurzame teelt is de nieuwe standaard, en anno 2026 zijn anderszins duurzaam geteelde producten volop beschikbaar, in die mate dat het voor afnemers niet vanzelfsprekend is dat zij hiervoor een meerprijs betalen.

Veel contracten in de groenteketen zijn rigide. De contracten zijn niet ingesteld op veranderingen in kosten. De teelt is erbij gebaat als een stijging van de inputprijzen of een daling van de opbrengst per hectare vertaald wordt in een aanpassing van de opbrengstprijs voor telers. Dit is des te meer van belang omdat er als gevolg van duurzaamheidsprogramma's minder gewasbeschermingsmiddelen gebruikt mogen worden. Dit verbod heeft een negatieve impact op de opbrengst per hectare en op de kwaliteit van het product als zich plantenziektes voordoen. Dit is vooral een probleem binnen de biologische landbouw. Ook klimaatverandering vergroot de kans op misoogsten en aantasting van de productkwaliteit. We gaan steeds vaker te maken krijgen met watertekorten; de landbouwsector is de eerste sector die met beregeningsverboden te maken heeft. Verder rukken ziekten en plagen op vanuit Zuid-Europa.

De versnippering van duurzaamheidskeurmerken werkt inefficiënt en kostenverhogend. De eisen die voor Beter voor Natuur & Boer- en On the way to PlanetProof-certificering aan de teelt gesteld worden, overlappen deels of zelfs volledig. De certificeringsprocedure dient echter wel twee keer uitgevoerd te worden, en de kosten voor certificering en voor de audits worden tweemaal gemaakt.

Om klachten van consumenten te vermijden worden producten met beschadigingen geweerd uit de schappen. Dit leidt tot strenge selectie op productkwaliteit door supermarkten en hoge derving bij supermarkten. Dit leidt tot een daling van de gemiddelde opbrengst in de keten, omdat dit een gewogen gemiddelde is van de prijs voor producten met en zonder beschadiging.

Supermarkten stellen ook rigide eisen aan de samenstelling van groentepakketten. Deze samenstelling mag niet aangepast worden, ook niet als de aanvoer van een ingrediënt tijdelijk tegenvalt. In dat geval dienen snijderijen hun ingrediënten van andere leveranciers uit Nederland of uit het buitenland te betrekken. Omdat buitenlandse leveranciers niet allen gecertificeerd zijn, mag het gehele groentepakket niet gecertificeerd worden als er in de mix gebruik wordt gemaakt van buitenlandse producten. On the way to PlanetProof certificeert echter wel degelijk buitenlandse leveranciers. Beter voor Natuur & Boer loopt in dit opzicht achter. Ditzelfde probleem doet zich voor als een supermarkt producten in Nederland en in het buitenland koopt en de productstromen niet volledig gescheiden zijn. De zwakste schakel bepaalt welk keurmerk gevoerd mag worden.

Literatuur en websites

Literatuur

- Berkhout, P. en R. Bergevoet (red.) (2026). Impactanalyse afsluiting Straat van Hormuz: Eerste analyse van de gevolgen voor de Nederlandse voedselvoorziening. Wageningen, Wageningen Social & Economic Research, rapport 2026-048 (*in press*).
- Bos, J.F.F.P., J.J. de Haan en W. Sukkel (2007). Energieverbruik, broeikasgasemissies en koolstofopslag: De biologische en gangbare landbouw vergeleken. Volledig rapport. Wageningen: Plant Research International.
- Bunte, F., Oosterkamp, E., Berkhout, P., Beldman, A., Benus, M., Bregman, C., Jukema, G., Pessers, R., Roskam, J., Smit, B., Splinter, G., Dolman, M., Hercegli, N., Jager, J., Logatcheva, K. en Wang, S. (2025). Agro-Nutri Monitor 2025 – Achtergrondrapport: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen (rapport 2025-101-2). Wageningen Social & Economic Research.
- Dagevos, H., Verhoog, D., Bondt, N. en Hoste, R. (2025). *Vleesconsumptie per hoofd van de bevolking in Nederland, 2005-2024*. (Nota / Wageningen Social & Economic Research; No. 2025-145). Wageningen Social & Economic Research. <https://edepot.wur.nl/701454>.
- Falkowski, J. (2017). 'The economic aspects of unfair trading practices: measurement and indicators', in: Di Marcantonio, F. en Ciaian P. (red.), *Unfair trading practices in the food supply chain: A literature review on methodologies, impacts and regulatory aspects*, JRC Technical reports.
- Federatie Vruchtgroenteorganisaties (FVO) (2025). True value in de glastuinbouw: Van kosten naar kansen. <https://www.calameo.com/read/0080967162895d8ce035f>.
- Galen, M. van, Jukema, G. en Van den Ham, A. (2022). Consumptie van zuivelproducten in Nederland. Wageningen Economic Research. <https://doi.org/10.18174/572860>.
- Galen, M. van, Baltussen, W., Gardebroek, K., Herceglić, N., Hoste, R., Ihle, R., Jager, J., Janssens, B., Jukema, G., Kornelis, M., Logatcheva, K., Oosterkamp, E., Roskam, J., Silvis, H. en Stokkers, R. (2020). Agro-Nutri Monitor 2020: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen en analyse belemmeringen voor verduurzaming. Wageningen: Wageningen Economic Research, rapport 2020-014. <https://doi.org/10.18174/528928>.
- Galen, M. van, Baltussen, W., Benus, M., Gardebroek, K., Herceglie, N., Hoste, R., Ihle, R., Jager, J., Janssens, B., Jukema, G., Kornelis, M., Kunz, M., Logatcheva, K., Oosterkamp, E., Roskam, J., Silvis, H. en Stokkers, R. (2021). Agro-Nutri Monitor 2021: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen en analyse belemmeringen voor verduurzaming. Wageningen: Wageningen Economic Research, rapport 2021-082. <https://doi.org/10.18174/549531>.
- Galen, M. van, Oosterkamp, E., Kornelis, M., Logatcheva, K., Benus, M., Janssens, B., Jukema, G., Roskam, J., Puttelaar, J. van den, Herceglić, N., Jager, J., Ihle, R. en Gardebroek, K. (2022). Agro-Nutri Monitor 2022 – Hoofdrapport: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen en aankoopmotieven van biologische producten. Wageningen: Wageningen Economic Research, rapport 2022-069. <https://doi.org/10.18174/572860>.
- Hoste, R. en Benus, A.M. (2023). Ontwikkeling van een kostprijsmethode voor BLK-varkenshouderij 2023-137: Voor gebruik binnen marktconcepten die aansluiten bij het Beter Leven keurmerk (1 ster), Wageningen Economic Research, <https://edepot.wur.nl/642483>.
- Janssens, S.R.M., A.B. Smit en R.W. van der Meer (2015). Exportpositie van de verse aardappel: Kansen voor de Nederlandse aardappelsector. Wageningen, LEI Wageningen University en Research, LEI Nota 2015-009.
- Jellema, A., Gosselink, I. en Ramaekers, P. (2023). Staat van Landbouw, Visserij, Natuur en Voedsel: Editie 2025. Rapport 2025-124.
- Koetzier, W., Brouwers, R. en Leppink, O. (2024). Basisboek bedrijfseconomie, Noordhoff.
- Logatcheva, K. en Herceglie, N. (2024). Monitor duurzaam voedsel: Consumentenbestedingen, 2025-134).
- Meulen, B.M.J. van der (2011). The anatomy of private food law. In: Meulen, B.M.J. van der (ed.), *Private food law: Governing food chains through contract law, self-regulation, private standards, audits and certification schemes*, Wageningen Academic Publishers.

- Morgan, R.M. en Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing* 58(3), 20-38.
- Nederlandse Aardappel Organisatie (NAO) (2004). Jaarverslag.
- Onwezen, M. C., Dwyer, L., Herceglíć, N., Kremer, F., Logatcheva, K., Van den Puttelaar, J., Verain, M. C. D. en Van Wonderen, D. (2026). Eiwitmonitor 2025: Inzicht in consumptie, determinanten van gedrag en aanbod van de Nederlandse eiwitbalans. (Wageningen Social & Economic Research, rapport 2026-014. Wageningen Social & Economic Research. <https://edepot.wur.nl/711222>.
- Scherer, F.M. en Ross, D. (1990). *Industrial market structure and economic performance*. Boston: Houghton-Mifflin, derde druk.
- Splinter, G. (2024). Plantaardige ketens in beeld. <https://edepot.wur.nl/494597>
- Tamm L., Smit A.B., Hospers M., Janssens S.R.M., Buurma J.S., Mølgaard J.-P., Lærke P.E., Hansen H.H., Hermans A., Bødker L., Bertrand C., Lambion J., Finckh M.R., Schüler Chr., Lammerts van Bueren E., Ruissen T., Nielsen, B.J., Solberg S., Speiser B., Wolfe M.S., Phillips S., Wilcoxon S.J. en Leifert C. (2004). Assessment of the socio-economic impact of Late Blight and state-of-the-art management in European Organic Potato Production Systems. Switzerland, FiBL.
- Tremblay, V.J. en Tremblay, C.H. (2012). *New perspectives on industrial organization: With contributions from behavioral economics and game theory*. New York: Springer.
- Williamson, O.E. (1989). Transaction cost economics, in Schmalensee, R., Willig, R.D. (eds.), *Handbook of Industrial Organization*. Amsterdam: Elsevier.

Websites

- aHealthyLife (2026). Wat is het verschil tussen wortel en peen? <https://www.ahealthylife.nl/wat-is-het-verschil-tussen-wortel-en-peen/>.
- Albert Heijn (2025). Beter voor Koe, Natuur & Boer. <https://www.ah.nl/over-ah/onze-missie/duurzaam/duurzame-ketens/zuivel>.
- Boerenbusiness (2024). Duurzaamheidspremies zuivel 2024. <https://www.boerenbusiness.nl>.
- CBS Prodcom (2026). <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/86280NED/table?dl=D5E83>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2025a). Bedrijvendemografie. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/86280NED/table?ts=1786537349633>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2025b). Gemiddelde consumentenprijzen in supermarkten voor 9 producten, 2021–2023 (Maatwerk 2025/11). <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/11/gemiddelde-consumentenprijzen-in-supermarkten-voor-9-producten-2021-2023>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2025c). Internationale handel: invoer en uitvoer naar goederengroep en land. StatLine. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/85440NED/table?ts=1786537469137>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2025d). Landbouwtelling 2025. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/81302ned/table?ts=1786537565891>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2025e). Oogst aardbeien in 15 jaar verdubbeld ondanks daling oppervlakte. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/32/oogst-aardbeien-in-15-jaar-verdubbeld-ondanks-daling-oppervlakte>.
- Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Junta de Andalucía - Datos básicos de Tomate ecológico. Campaña 2022/23. Observatorio de Precios y Mercados. <https://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio/servlet/FrontController?action=RecordContent&table=11114&element=4569032&subsector=&>.
- European Commission (2025). Agricultural markets in the organic sector - Agriculture and rural development. https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/sustainability-and-organic-farming/agricultural-markets-organic-sector_en.
- European Commission (2025). Tomato subgroup - Agriculture and rural development - European Commission, F&V market observatory tomato subgroup – 3 June 2025. https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/overviews/market-observatories/fruit-and-vegetables/tomato-subgroup_en.
- Feenstra, J. (2023). De plannen van PotatoNext: 'Dit is pas het begin'. Akker van het Noorden. <https://www.akkervanhetnoorden.nl/featured/de-plannen-van-potatonext-dit-is-pas-het-begin/>.
- FrieslandCampina (2026). Melkprijzen en toeslagen 2025. <http://www.frieslandcampina.com>.
- Groentenfruihuis (2026). Consumptie GroentenFruit Huis. <https://dashboard.groentenfruihuis.nl/files/14538/Groenten-en-fruit-consumptie-in-beeld-2025.pdf>.

Groentenieuws (2026). FVO neemt GreenlinQdata over. <https://www.agf.nl/article/9836729/fvo-neemt-greenlinqdata-over/>.

Nieuwe Oogst (2025). Melkprijzontwikkelingen 2025. <https://www.nieuweoogst.nl>.

Rabobank (2021). De hardfruitsector in 2030: goedkoop fruit telen is te duur, Rabobank Online artikel, <https://www.rabobank.nl/kennis/s011130332-de-hardfruitsector-in-2030-goedkoop-fruit-telen-is-te-duur>.

Rabobank (2026). Er is toekomst voor Nederlandse AGF-handelsbedrijven, maar ze moeten wel keuzes maken - Rabobank. <https://www.rabobank.nl/kennis/d011516496-er-is-toekomst-voor-nederlandse-agf-handelsbedrijven-maar-ze-moeten-wel-keuzes-maken>.

Rijksoverheid. Vermindering voedselverspilling. <https://www.rijksoverheid.nl/themas/klimaat-milieu-en-natuur/voeding/vermindering-voedselverspilling>.

Rougoor, C., Hees, E. en Van Vliet, J. (2024). Meerkosten On the way to PlanetProof, Onbewerkte AGF voor de versmarkt, CLM: 1180. [1180-CLMrapport-PlanetProof-meerkosten-def-april2024.pdf](https://www.clm.nl/wp-content/uploads/2024/07/1180-CLMrapport-PlanetProof-meerkosten-def-april2024.pdf)<https://www.clm.nl/wp-content/uploads/2024/07/1180-CLMrapport-PlanetProof-meerkosten-def-april2024.pdf>.

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) (2026). Biologische tomaten. <https://www.rvo.nl/onderwerpen/biologisch-ondernemen/productwijzer/tomaten>.

Topfresh (2026). Wortelen oranje/geel/paars. <https://topfresh.nl/product/#wortelen>.

Wageningen Social & Economic Research (2025). Agrimatie - informatie over de agrosector. <https://agrimatie.nl>.

Wageningen Social & Economic Research (2025). Bedrijfsresultaten en inkomens in de land- en tuinbouw. Agrimatie. <https://agrimatie.nl/SectorResultaat.aspx?themaID=2272&indicatorID=2046&subpubID=2232§orID=2245>.

Wageningen Social & Economic Research (2025). Inkomensraming 2025: Melkveehouderij. Agrimatie. <https://www.wur.nl/nl/nieuws/inkomensraming-wat-verdienden-boeren-en-tuinders-2025>.

Wageningen Social & Economic Research (2025). BINternet, land- en tuinbouw. Verlies- en winstrekening, Opengrondsgroententeelt. <https://agrimatie.nl/Binternet.aspx?ID=5&Bedrijfstype=1&SelectedJaren=2025%402024%402023%402022&GroteKlassen=Alle+bedrijven>.

Wageningen University & Research (2026). Plantaardige ketens in beeld. [plantaardige ketens in beeld-wageningen university and research 494597.pdf](https://www.wageningenur.nl/en/Plant-based-food-systems/Plant-based-food-systems-in-focus-494597.pdf).

ZuivelNL (2025). Zuivel in cijfers 2024. <https://www.zuivelnl.org/marktinformatie/zuivel-in-cijfers>.

ZuivelNL (2026, 31 maart). Wereldzuivelhandel Actueel januari-december 2025. <https://www.zuivelnl.org/nieuws/wereldzuivelhandel-actueel-januari-december-2025>.

Zuivelzicht (2026). Zuivel en eieren zijn onze belangrijkste exportproducten. <https://zuivelzicht.nl/nieuws/zuivel-en-eieren-zijn-onze-belangrijkste-exportproducten>, 22 januari 2026

Bijlage 1 Bedrijfseconomische begrippen

- **Brutomarge:** het verschil tussen de omzet en alle inkoopkosten. In dit rapport: het verschil tussen de verkoopprijs en de inkoopprijs. Voor producten uit de tuinbouw en de akkerbouw wordt de inkoopprijs gelijkgesteld aan nul.
- **Nettomarge:** het verschil tussen de omzet en de kosten uit bedrijfsvoering. In dit rapport worden het saldo van financiële betalingen (bijvoorbeeld rente) en incidenteel winst en verlies niet meegenomen in de nettomarge.
- **Toegevoegde waarde:** in de systematiek van de nationale rekeningen is de toegevoegde waarde gelijk aan de brutomarge. De toegevoegde waarde is de beloning voor werknemers en de verschaffers van kapitaal, zowel vreemd als eigen vermogen. De beloning voor arbeid en kapitaal is gelijk aan het verschil tussen opbrengsten en kosten. In de marketing en de organisatieleer is toegevoegde waarde minder scherp gedefinieerd. Waardetoevoeging betreft hier de som van de extra kosten en extra winst ten opzichte van een benchmarkproduct.
- **Opbrengsten:** de inkomsten van een bedrijf uit bedrijfsvoering, inclusief voorraadmutaties en subsidies. Incidentele inkomsten (verkoop van activa) vallen hierbuiten.
- **Omzet:** inkomsten uit de verkoop van goederen en diensten.
- **Kosten:** kosten worden toegerekend aan de verkochte goederen en diensten. Behalve de inkoopkosten gaat het hierbij om arbeidskosten en afschrijvingen. Het gaat om alle kosten die gemaakt worden voordat de winst voor rente en belastingen bepaald wordt.
- **Inkoopprijs:** de prijs die bedrijven betalen voor de ingekochte goederen en diensten. Deze worden gemeten inclusief btw (bruto) en exclusief btw (netto).¹⁸
- **Verkoopprijs:** de prijs die bedrijven ontvangen voor verkochte goederen en diensten. Deze wordt gemeten inclusief btw (bruto) en exclusief btw (netto).
- **Meerprijs:** het verschil tussen de verkoopprijs per eenheid van duurzame producten en de verkoopprijs per eenheid van reguliere producten.
- **Meerkosten:** het verschil tussen de kosten per eenheid van duurzame producten en de kosten per eenheid van reguliere producten.
- **Winst:** het verschil tussen de omzet en de kosten uit bedrijfsvoering. In het rapport gelijk aan de nettomarge. In jaarrekeningen worden financiële betalingen (rente) en inkomsten (winst uit deelnemingen) en incidentele betalingen en inkomsten ook verrekend.

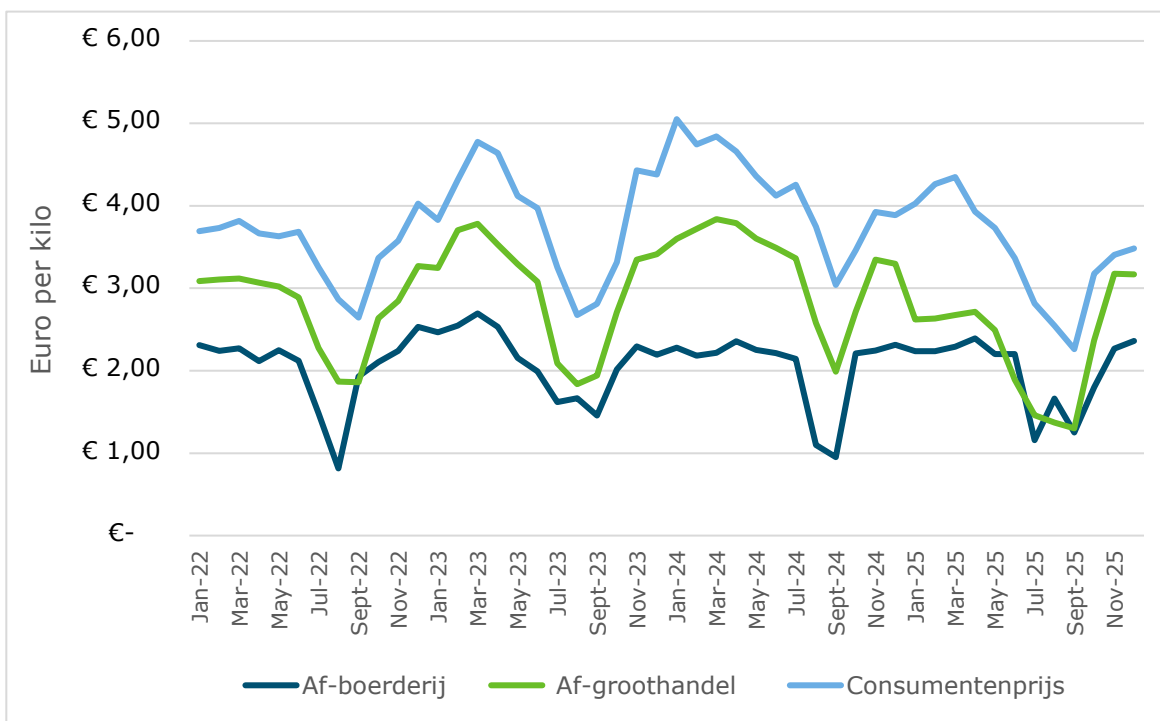
¹⁸ Let op: bruto en netto bij marges en bruto en netto bij prijzen zijn twee verschillende zaken.

Bijlage 2 Sperziebonen

Omwillen van de vergelijkbaarheid met de analyse in de vorige monitor worden de belangrijkste resultaten voor sperziebonen in deze bijlage kort beschreven.

B1.1 Prijzen

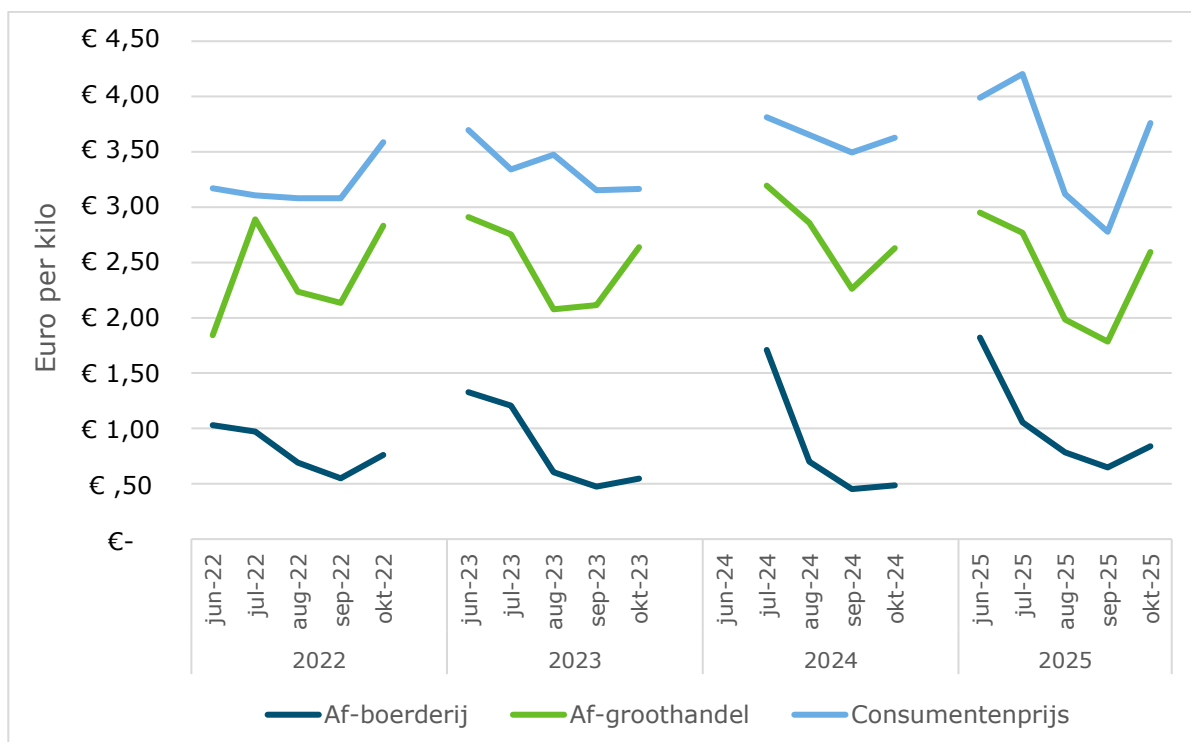
De consumentenprijzen en de af-groothandelsprijzen voor verse, onbewerkte reguliere sperziebonen waren in 2025 lager dan in 2023 en 2024, terwijl de inkooprijzen van de groothandel (af-boerderijprijzen) constant bleven (Figuur B1.1). De brutomarge in de groothandel was lager in 2025 dan in 2024. De onderhandelingspositie van Nederlandse boeren was relatief sterk in 2025, omdat het aanbod aan bonen relatief laag was in 2025. De Nederlandse productie van verse bonen was in 2025 14% lager dan in 2024, en de Europese productie was 4% lager (Eurostat, 2026). Reguliere sperziebonen zijn overigens doorgaans geïmporteerde sperziebonen.



Bron: informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur B1.1 Prijzen van reguliere verse sperziebonen (2022-2025).

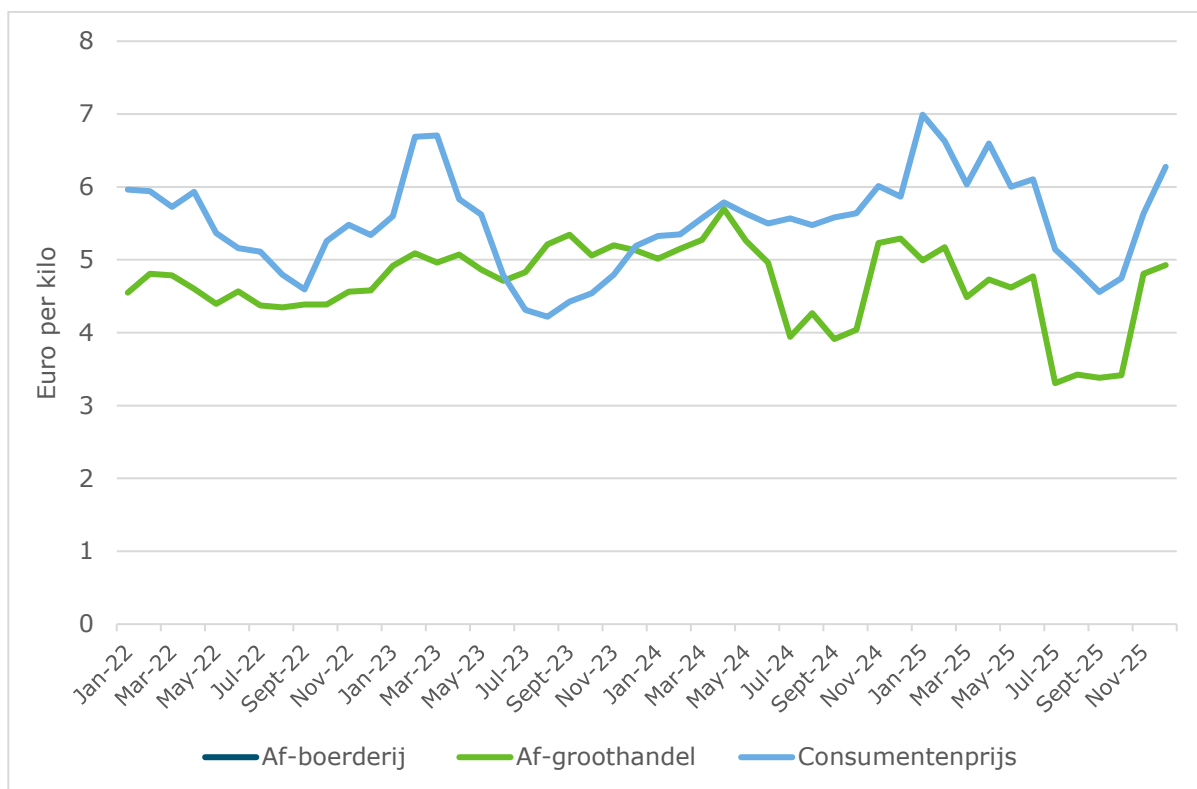
Figuur B1.2 toont de prijzen van verse anderszins duurzame sperziebonen voor de maanden juni tot en met oktober (het Nederlandse oogstseizoen). De consumentenprijs en de af-groothandelsprijs van anderszins duurzame verse sperziebonen waren in 2025 vergelijkbaar met de prijzen van 2024. Alle prijzen fluctueerden meer in 2025. De af-boerderijprijs was iets hoger. Het aanbod aan Nederlandse sperziebonen was in 2025 14% lager dan in 2024.



Bron: informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

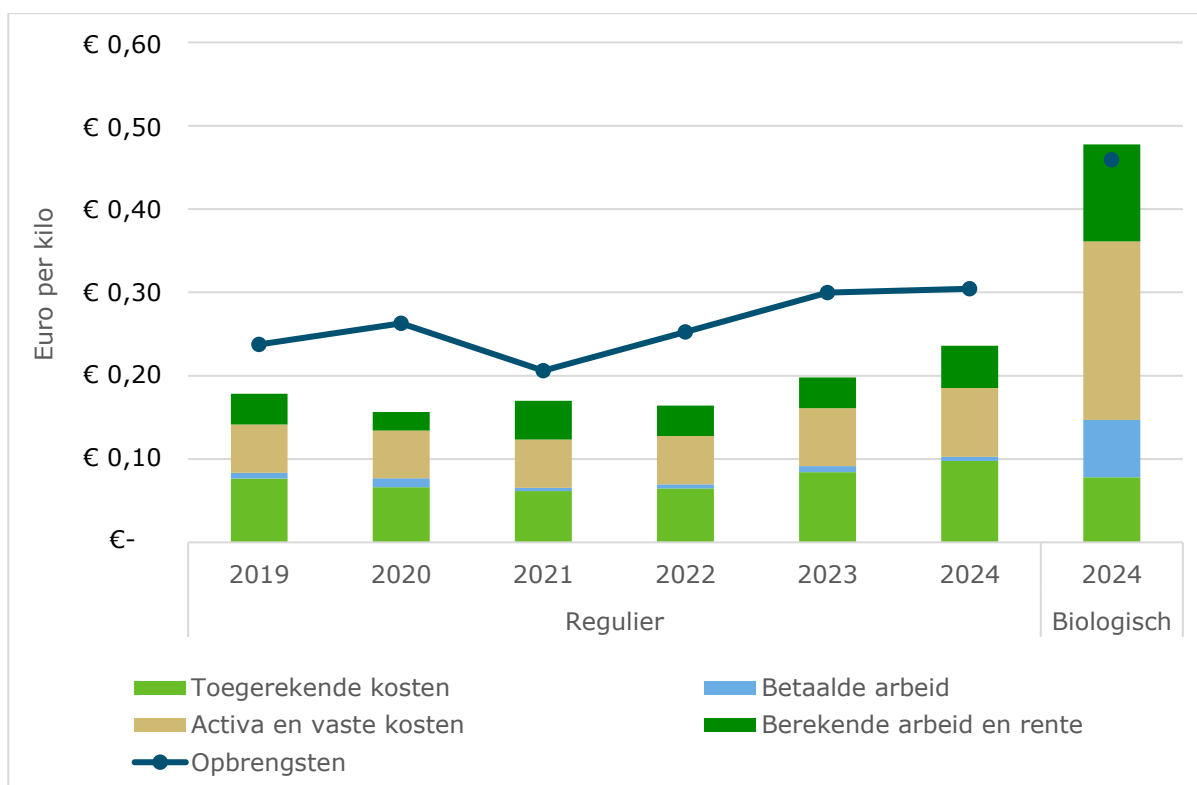
Figuur B1.2 Prijzen van anderszins duurzame verse sperziebonen (2022-2025).

De consumentenprijzen van verse biologische sperziebonen fluctueerden in 2025 meer dan in 2024 (Figuur B1.3). De prijzen waren hoger in het voorjaar en lager in het najaar. Het prijspatroon kwam overeen met dat van 2023. De af-groothandelsprijzen volgden in 2025 een vergelijkbaar patroon: ruwweg € 5,00 per kg in het voorjaar en € 3,50 euro per kg in de zomer. De brutomarge van supermarkten op biologische sperziebonen was na juli 2024 aanzienlijk hoger dan in de periode daarvoor. De af-boerderijprijzen van biologische sperziebonen voor 2025 hadden betrekking op een klein aantal bedrijven en zijn niet opgenomen in de afbeelding.



Bron: informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur B1.3 Prijzen van biologische verse sperziebonen (2022-2025).



Bron: Bedrijveninformatienet. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur B1.4 Kosten en opbrengsten van de teelt van sperziebonen.

Prijzen, kosten en marges in de landbouw

De productie van verse sperziebonen is nog altijd winstgevend (Figuur B1.4), zij het dat de kosten per kg in 2025 toenamen, terwijl de gemiddelde prijs constant bleef. De variabele kosten, de vaste kosten en de berekende kosten voor arbeid en kapitaal namen alle toe met 1,5 cent per kg. De nettomarge op biologische verse sperziebonen viel in 2024 net negatief uit. De vaste kosten voor de biologische teelt en de kosten voor betaalde en onbetaalde arbeid zijn relatief hoog in de biologische teelt. Alleen de variabele kosten (waaronder gewasbeschermingsmiddelen) zijn lager. Op biologische bedrijven zijn ook de kosten voor zowel betaalde als onbetaalde arbeid hoger.

De groothandel behaalt een nettomarge van 5% op reguliere verse sperziebonen, als percentage van de verkoopprijs (Tabel B1.1 en B1.2). Voor biologische verse sperziebonen en verwerkte sperziebonen zijn er te weinig gegevens beschikbaar om resultaten te kunnen publiceren. Supermarkten maken een tamelijk groot verlies op reguliere verse sperziebonen (48 cent per kg, 11%) en een minder groot verlies op biologische verse sperziebonen (16 cent per kg, 2%). De brutomarge in de supermarkt is verbeterd sinds de zomer van 2024 (Figuur B1.3). Supermarkten maakten in 2024 een klein verlies op reguliere verwerkte sperziebonen (-3%, 8 cent per kg) en maakten een bescheiden winst van 1% op biologische verwerkte sperziebonen.

Tabel B1.1 Prijzen, kosten en nettomarges in ketens voor verse en verwerkte sperziebonen (2024)

		Verse sperziebonen		Verwerkte sperziebonen	
		Regulier	Biologisch	Regulier	Biologisch
Landbouw	Gemaakte kosten	nb	nb	€ 0,18	€ 0,36
	Berekende kosten	nb	nb	€ 0,05	€ 0,12
	Totale kosten	nb	nb	€ 0,23	€ 0,48
	Nettomarge	nb	nb	€ 0,07	€ -0,02
	Verkoopprijs	nb	nb	€ 0,30	€ 0,46
Groothandel	Inkoopprijs	€ 2,34	nb	nb	nb
	Overige kosten	€ 0,45	nb	nb	nb
	Totale kosten	€ 2,79	nb	nb	nb
	Nettomarge	€ 0,13	nb	nb	nb
	Verkoopprijs	€ 2,92	nb	nb	nb
Supermarkt	Inkoopprijs	€ 3,51	€ 5,09	€ 1,90	€ 1,97
	Overige kosten	€ 1,22	€ 1,94	€ 0,71	€ 0,70
	Totale kosten	€ 4,73	€ 7,03	€ 2,61	€ 2,67
	Nettomarge	€ -0,48	€ -0,16	€ 0,03	€ -0,08
	Consumentenprijs	€ 4,25	€ 6,87	€ 2,64	€ 2,59

Bron: informatie van bedrijven; Bedrijveninformatienet. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Tabel B1.2 Bruto- en nettomarges voor verse en verwerkte sperziebonen

		Verse sperziebonen			Verwerkte sperziebonen		
		Brutomarge	Nettomarge	% verkoopprijs schakel	Brutomarge	Nettomarge	% verkoopprijs schakel
		% consumentenprijs	cent per kg		% consumentenprijs	cent per kg	
Regulier	Landbouw	nb	nb	nb	12%	€ 0,07	23%
	Groothandel	14%	€ 0,13	5%	nb	nb	nb
	Supermarkten	17%	€ -0,48	-11%	24%	€ -0,08	-3%
Biologisch	Landbouw	nb	nb	nb	17%	€ -0,02	-4%
	Groothandel	nb	nb	1%	nb	nb	nb
	Supermarkten	26%	€ -0,16	-2%	28%	€ 0,03	1%

Bron: informatie van bedrijven; Bedrijveninformatienet. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life



Wageningen Social & Economic Research
Postbus 88
6700 AB Wageningen
T 0317 48 48 88
E info.wser@wur.nl
wur.nl/social-and-economic-research

Rapport 2026-062-2



De missie van Wageningen University & Research (WUR) is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. WUR brengt onderwijs, fundamenteel en toegepast onderzoek en innovatie samen op het snijvlak van natuur, mens en voedsel.

WUR werkt aan oplossingen voor mondiale vraagstukken rond biodiversiteit, klimaat, duurzame voedselsystemen en gezondheid. De kracht van WUR ligt in de integrale aanpak: het verbinden van disciplines, het combineren van wetenschappelijke diepgang met praktische relevantie en het samenbrengen van wetenschap, beleid, bedrijfsleven en samenleving. Door de samenwerking tussen Wageningen University en Wageningen Research draagt WUR bij aan kennis, innovatie en impact, en aan de transities die nodig zijn voor een wereld in balans met de natuur.