

Agro-Nutri Monitor 2026 – Hoofdrapport

Monitor prijsvorming voedingsmiddelen

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



Agro-Nutri Monitor 2026 – Hoofdrapport

Monitor prijsvorming voedingsmiddelen

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
2026-062-1

Bunte, F., Vervelde, A-T., Benus, M., Bregman, C., Jager, J., Jukema, G. Pessers, R., Roskam, J., Smit, B. Splinter, G., Dieperink, D., Logatcheva, K., Schaap, M. 2026. *Agro-Nutri Monitor 2026 - Hoofdrapport; Monitor prijsvorming voedingsmiddelen*. Wageningen, Wageningen Social & Economic Research, Report 2026-062-1. 58 pp.; 9 fig.; 17 tab.; 20 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. Daarnaast analyseert het rapport de prijsdynamiek door de jaren heen. Deze monitor gaat uitgebreid in op de import en export van agrarische grondstoffen en voedingsmiddelen en test of er statistisch significante verschillen zijn in de rentabiliteit van landbouwbedrijven per duurzaamheidsvariant. De analyse wordt gecomplementeerd 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 those putting in the work. In addition, the report analyses price dynamics over the years. This year's monitor also analyses imports and exports of agricultural commodities and food products and tests whether there are statistically significant differences in farmer profitability for different sustainability standards. 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/10.18174/725270> 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 2026-062-1| Projectcode 2333100020

Foto omslag: Shutterstock

Inhoud

Woord vooraf	5
Samenvatting	6
S.1 Aanleiding, onderzoeksvragen en afbakening	6
S.2 Belangrijkste uitkomsten	7
S.3 Methodologie	12
1 Inleiding	13
1.1 Aanleiding en onderzoeksvragen	13
1.2 Productselectie	14
1.3 Leeswijzer	16
2 Methode	17
2.1 Onderzoeksmethode en data	17
2.2 Relatie tussen onderzoeksvragen en methode	18
3 Resultaten per product	20
3.1 Prijzen en winst op aardappelen onder druk in 2024	20
3.2 Winst op appels in teelt, verlies in supermarkt	22
3.3 Tomatenteelt winstgevend in 2024	23
3.4 Grote verschillen in winstgevendheid in zuivelketen	25
3.5 Winst op varkensvlees nam in 2024 af in gehele keten	27
3.6 Biologische vollegrondsgroenteteelt verliesgevend; niet-biologische teelt winstgevend	29
4 Algemene resultaten	31
4.1 Biologische productie heeft significant lagere rentabiliteit; anderszins duurzame productie van melk en varkens heeft significant hogere rentabiliteit	31
4.2 Percepties over verduurzaming	35
4.3 Import vult binnenlands aanbod aan	38
4.4 Binnenlandse en buitenlandse markten even winstgevend voor verse producten; verschillen bij verwerkte producten	39
4.5 Reële voedselprijzen gedaald	41
4.5.1 Reële consumentenprijzen voedsel gedaald met varkensvlees als grootste uitzondering	41
4.5.2 Prijspremies voor biologische producten 18-25%, voor varkensvlees zelfs 63%	42
4.6 Supermarkten en horeca kunnen verduurzaming stimuleren	43
5 Conclusies	48
Literatuur en websites	51
Bijlage 1 Aantal geïnterviewden	53
Bijlage 2 Sperziebonen	54
Bijlage 3 Productie per hectare in biologische teelt	56
Bijlage 4 Nettomarges	57

Woord vooraf

De agrarische sector en de daaraan verbonden voedingsmiddelenketens zijn de afgelopen jaren geconfronteerd met grote veranderingen in de macro-economische omgeving, in het bijzonder de stijging van de energie- en grondstofprijzen aan het begin van de jaren 2020. De inflatie is in de jaren 2024 en 2025 teruggelopen, maar nieuwe geopolitieke turbulentie in het Midden-Oosten brengt het risico met zich mee dat de inflatie weer oploopt. De landbouw staat nog steeds voor de opdracht de productie verder te verduurzamen. De landbouw en de daaraan verbonden voedselketens hebben hierbij te maken met een mogelijke stijging van de energie- en grondstofprijzen enerzijds en prijsbewuste consumenten wier koopkracht in de afgelopen jaren gedaald is anderzijds. Het onderwerp prijsvorming in relatie tot een duurzame ontwikkeling van de voedselproductie in Nederland blijft daarmee onverminderd actueel.

Wageningen Social & Economic Research heeft in opdracht van de Autoriteit Consument en Markt (ACM) al vier keer de prijsvorming in de agro-nutriketen gemonitord. Voor deze vijfde editie van de Agro-Nutri Monitor, die wederom in opdracht van de ACM is uitgevoerd, zijn prijzen en kosten in de keten gemonitord voor reguliere, biologische en anderszins duurzame producten. Daarnaast is vastgesteld welke belemmeringen en risico's boeren en tuinders ervaren bij verduurzaming.

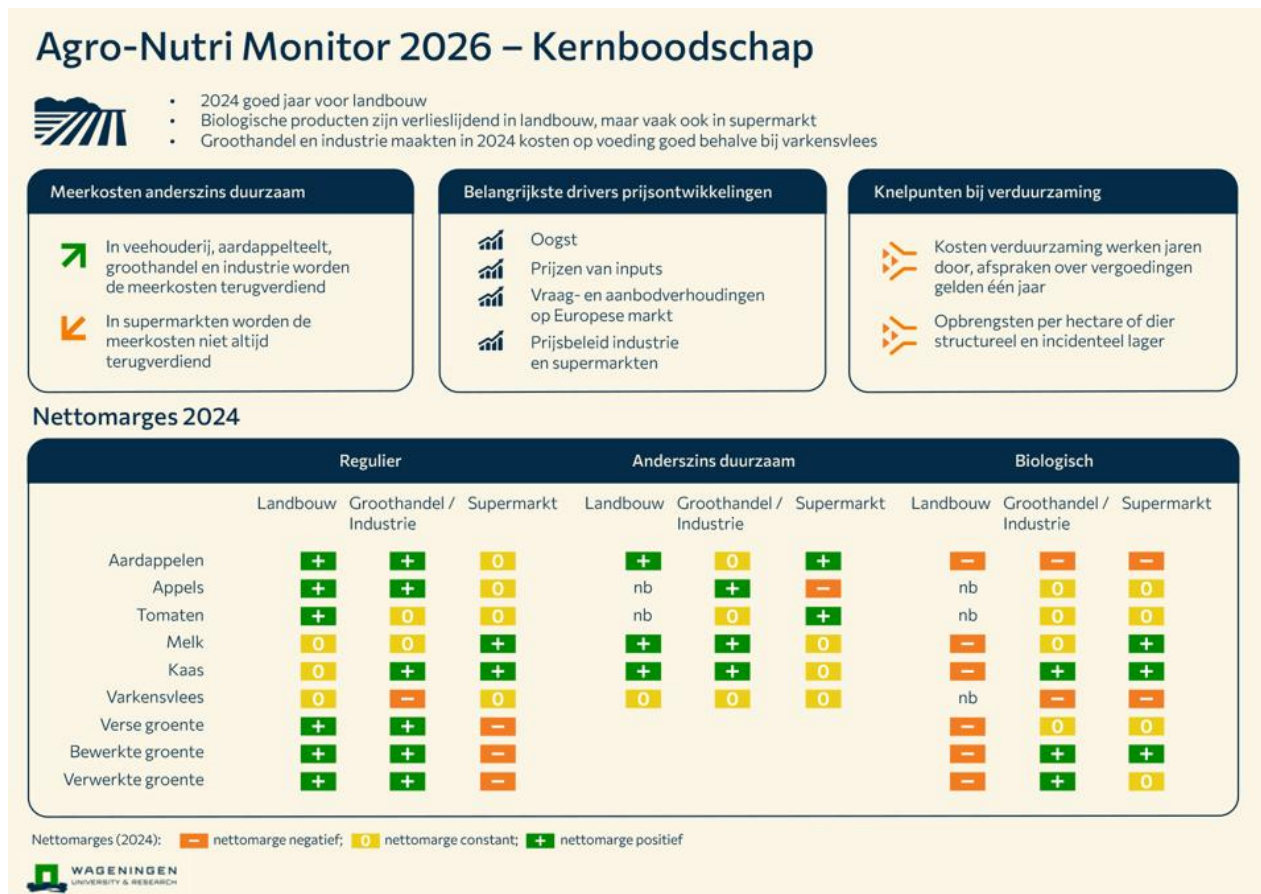
Aan het onderzoek is gewerkt door een team van onderzoekers van Wageningen Social & Economic Research. Ook dit jaar gaat veel dank uit naar de boeren en tuinders, groothandelaren, toeleveranciers, verwerkers en supermarkten, maar ook branche-, advies-, en keurmerkorganisaties die gegevens hebben aangeleverd over de prijzen en kosten van de gekozen producten, of meegewerkt hebben aan interviews. Zonder deze informatie is dit onderzoek niet mogelijk.

Daarnaast willen de onderzoekers graag Geelen Consultancy en het Centraal Bureau voor de Statistiek bedanken voor de input die zij hebben geleverd ten behoeve van het onderzoek. Het onderzoek is begeleid door het agro-nutriteam van de ACM en een begeleidingscommissie die door de opdrachtgever is ingesteld. De onderzoekers bedanken het team van de ACM en de leden van de begeleidingscommissie: prof. dr. Dennis Fok (Erasmus Universiteit Rotterdam), prof. dr. Marco Haan en prof. dr. Machiel Mulder (beiden Rijksuniversiteit Groningen) en prof. dr. ir. Kitty Koelemeijer (Nyenrode Business University) voor hun commentaar en suggesties.



Prof. J.C.M. (Hans) van Trijp
Instituutsmanager Wageningen Social & Economic Research
Wageningen University & Research

Samenvatting



S.1 Aanleiding, onderzoeksvragen en afbakening

Het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) wil de Nederlandse land- en tuinbouw verder verduurzamen, bij voorkeur verder dan de huidige wettelijke eisen. Het ministerie ondersteunt hiertoe de biologische landbouw, maar ook keurmerken als Beter Leven, On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer. Deze initiatieven kunnen alleen slagen als de meerkosten van deze initiatieven vergoed worden.

Om inzicht te krijgen in de prijsvorming in de voedselketen en in de verhouding tussen prijzen en kosten voor reguliere en duurzame(re) producten per jaar en door de jaren heen, heeft het ministerie aan de Autoriteit Consument en Markt (ACM) gevraagd om een monitor te ontwikkelen. Het doel van deze monitor is om te onderzoeken in hoeverre de prijsvorming grootschalige verduurzaming belemmert. Tussen 2019 en 2025 heeft dat geleid tot de publicatie van vier edities van de Agro-Nutri Monitor (Van Galen *et al.*, 2020; Van Galen *et al.*, 2021; Van Galen *et al.*, 2022; Bunte *et al.*, 2025). Dit is de vijfde editie van de monitor.

Deze vijfde monitor brengt wederom prijzen, kosten en marges in kaart voor landbouwproducten. Voor de huidige monitor is er gekozen voor zes landbouwproducten (gekoppeld aan negen consumentenproducten) voor verschillende schakels in de keten (Tabel S1). De monitor maakt hierbij onderscheid tussen reguliere producten, biologische producten en producten met een ander duurzaamheidskeurmerk. De vijfde editie van de monitor focust meer dan de vorige edities op mogelijke verklaringen voor de gevonden resultaten. Dit ziet u terug in de formulering van de hoofdonderzoeksvraag.

Hoofdonderzoeksvraag

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

Onderzoeksvragen:

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?
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?

Tabel S1 Productselectie

Landbouwproducten	Consumentenproducten
Aardappelen	Tafelaardappelen
Appels	Verse appels, appelmoes ^{a)}
Melk	Melk, kaas
Tomaten	Verse tomaten
Varkensvlees	Vers varkensvlees
Vollegrondsgroente	Verse, bewerkte en verwerkte vollegrondsgroente

^{a)} Appelmoes wordt ingedeeld bij de verwerkte vollegrondsgroente.

De analyse heeft betrekking op de agro-nutriketen, van de land- en tuinbouw tot aan de consument. We onderscheiden de ketenschakels landbouw, groothandel en supermarkt voor verse producten, en landbouw, industrie en supermarkt voor verwerkte producten. Er worden drie productvarianten onderscheiden: producten zonder duurzaamheidskeurmerk (reguliere producten), producten met een biologisch keurmerk en producten met een ander duurzaamheidskeurmerk (anderszins duurzame producten).

In de productkeuze zijn er enige verschillen ten opzichte van de vorige monitor. In tegenstelling tot vorig jaar is er niet alleen gekeken naar sperziebonen, maar naar sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen in drie verwerkingsvarianten (vers, verwerkt, bewerkt). Rode kool en bos- en waspeen zijn toegevoegd om voldoende waarnemingen te hebben voor het onderzoek. Appelmoes is ingedeeld bij de verwerkte groenten, omdat het door dezelfde bedrijven in de industrie geproduceerd wordt als verwerkte groenten en voor supermarkten tot dezelfde categorie behoort als verwerkte groenten. Er is dit jaar ook uitgebreid ingegaan op de import en export van de gekozen producten.

S.2 Belangrijkste uitkomsten

Meestal winst op reguliere producten in 2024

De productie van de onderzochte reguliere groente en fruit was winstgevend in 2024 (Figuur S1). De oogst van aardappelen en appels was relatief klein in Noord-Europa in 2024 en de opbrengstprijzen waren relatief hoog. De energiekosten in de tomatenteelt namen aanzienlijk af. De reguliere vleesvarkenshouderij en melkveehouderij draaiden quitte in 2024.

De groothandel, verwerkende industrie en supermarkten maakten in 2024 geen negatieve nettomarges op de onderzochte reguliere producten, behalve de varkensvleesverwerkende industrie, die verlies leed op reguliere en biologische producten. Kaas wordt door de zuivelindustrie en supermarkten gebruikt als winstmaker. Reguliere melk (zonder keurmerk) in het schap van de supermarkt bestaat voor een belangrijk deel uit dure nicheproducten. De groothandel profiteerde van de kleine oogst van tafelaardappelen en appels in Europa. Sommige bedrijven in de groenteverwerkende industrie hebben een sterke merkpositie of profiteerden van de lage inkooprijzen van vooral bos- en waspeen.

Meestal winst op anderszins duurzame producten in 2024 in land- en tuinbouw

De nettomarge op anderszins duurzame aardappelen, melk en varkens was in 2024 (licht) positief voor de telers en veehouders. Voor deze producten bestaan prijsafspraken over de vergoeding van de meerkosten van duurzaamheidsprogramma's, die ook nagekomen worden. Landbouwbedrijven die een niet-biologisch duurzaamheidskeurmerk voeren, zijn gemiddeld groter dan reguliere en biologische landbouwbedrijven. Grote landbouwbedrijven maken meer winst dan kleine landbouwbedrijven. In de groothandel en industrie wordt alleen verlies geleden in de varkensvleesindustrie. Supermarkten maakten in 2024 verlies op anderszins duurzame appels omdat de groothandelsrijzen hoog waren vanwege een kleine oogst in Noordwest-Europa.

Verlies op biologische producten in land- en tuinbouw in 2024

In de landbouw was de nettomarge op de onderzochte biologische producten negatief in 2024. De kasstroom op landbouwbedrijven is wel positief, maar die is niet voldoende om de kosten voor de eigen arbeid van de ondernemer te dekken. De groothandel en industrie maakten geen (groot) verlies op biologische producten, behalve op tafelaardappelen (groothandel). Supermarkten behaalden in 2024 zowel positieve als negatieve nettomarges op biologische producten.

Nettomarges in landbouw namen in 2024 af voor aardappelen en vollegrondsgroente, en namen toe voor appels en tomaten

De nettomarges op aardappelen en vollegrondsgroente voor land- en tuinbouwers zijn in 2024 afgenomen ten opzichte van het gemiddelde van de jaren 2021-2023 voor alle duurzaamheidsvarianten (zie Tabel S3). Voor reguliere en anderszins duurzame melk zijn de nettomarges gelijk gebleven en voor biologische melk zijn ze gedaald. Voor regulier varkensvlees zijn de nettomarges gestegen en voor anderszins duurzaam varkensvlees zijn ze gedaald. De nettomarges op (reguliere) tomaten en appels zijn toegenomen vanwege de daling in de energiekosten en de slechte appeloogst in de buurlanden.

In de groothandel en verwerkende industrie zijn de nettomarges op biologische producten in 2024 afgenomen of gelijk gebleven ten opzichte van het gemiddelde van de periode 2021-2023, behalve bij kaas. Bij de anderszins duurzame producten zijn de nettomarges op de meeste producten gelijk gebleven. Voor reguliere producten is er geen patroon waar te nemen.

De nettomarges van supermarkten zijn in 2024 afgenomen of gelijk gebleven ten opzichte van het gemiddelde van de periode 2021-2023. Alleen voor het snel krimpende marktsegment reguliere melk (met relatief veel premiumproducten) zijn de nettomarges met meer dan 2% toegenomen.

Tabel S2 Nettomarges per productvariant in 2024

	Regulier			Anderszins duurzaam			Biologisch		
	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt
Aardappelen	+	+	0	+	0	+	-	-	-
Appels	+	+	0	nb	+	-	nb	0	0
Tomaten	+	0	0	nb	0	+	nb	0	0
Melk	0	0	+	+	0	0	-	0	+
Kaas		+	+		+	0		+	+
Varkensvlees		-	0	0	0	0	nb	-	-
Verse groente	+	+	-				-	0	0
Bewerkte groente		+	-					+	+
Verwerkte groente		+	-					+	0

Nettomarges (2024) : - nettomarge negatief ; 0 nettomarge constant ; + nettomarge positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research. Opmaak: Martin Loquet.

Tabel S3 Ontwikkeling nettomarge per productvariant (2024) ten opzichte van gemiddelde 2021-2023

	Regulier			Anderszins duurzaam			Biologisch		
	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt
Aardappelen	↘	↗	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘
Appels	↗	↘	↘	nb	↘	↘	nb	↘	↘
Tomaten	↗	↘	↘	nb	↘		nb	↘	↗
Melk		↘	↗		↗	↘		↘	↘
Kaas	↘	↗	↘	↘	↗	↘	↘	↗	↘
Varkensvlees	↗	↘	↘	↗	↘	↘	nb	↘	↘
Vollegrondsgroente	↘						↘		

Voor groente zijn alleen gegevens over 2024 bekend en niet over 2021-2023. De ontwikkeling kan daar dus niet vastgesteld worden, met uitzondering van de landbouw. Voor groente hebben wij geen onderscheid kunnen maken tussen reguliere en anderszins duurzame producten.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research. Opmaak: Martin Loquet.

Tabel S4 Gemiddelde verhouding tussen meerprijs en meerkosten voor duurzamere productvarianten ten opzichte van reguliere productvariant (2024)

	Anderszins duurzaam			Biologisch		
	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt
Aardappelen	0	-	+	-	-	-
Appels	nb	0	-	nb	0	-
Tomaten	nb	0	+	nb	0	0
Melk	+	0	-	-	0	+
Kaas	+	0	-	-	+	+
Varkensvlees	+	+	0	nb	-	-

Meerprijs t.o.v. meerkosten: - meerprijs lager dan meerkosten 0 meerprijs gelijk aan meerkosten; + Meerprijs hoger dan meerkosten
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research. Opmaak: Martin Loquet.

Verhouding tussen meerprijzen en meerkosten in landbouw in 2024 positief voor anderszins duurzame producten en negatief voor biologische producten

In 2024 was de gemiddelde meerprijs van anderszins duurzame producten hoger dan de gemiddelde meerkosten voor aardappelen, melk en vleesvarkens (Tabel S4). Voor anderszins duurzame aardappelen was de meerprijs overigens gelijk aan de meerkosten voor de gehele periode 2022-2024.¹ Voor melk en vleesvarkens is het verschil tussen meerprijs en meerkosten statistisch significant.² In de biologische landbouw was de meerprijs juist significant lager dan de meerkosten voor deze drie producten en voor vollegrondsgroente. Er zijn geen kwantitatieve gegevens over de meerkosten een meerprijzen van appels en tomaten vanwege een gebrek aan gegevens. Kwalitatieve informatie over de productie van hardfruit en glasgroente duidt erop dat de telers van deze producten geen extra vergoeding voor de teelt van anderszins duurzame producten krijgen. Voor biologisch hardfruit en voor glasgroente geldt dat 90% van de telers een extra vergoeding krijgt en 20% de meerkosten volledig vergoed krijgt.

In de groothandel en verwerkende industrie zijn de meerprijs en meerkosten voor anderszins duurzame producten in evenwicht. In de varkensvleesverwerkende industrie is de meerprijs zelfs hoger dan de meerkosten. In de supermarkt is in 2024 geen patroon in de verhouding tussen meerkosten en meerprijs waar te nemen voor anderszins duurzame en biologische producten. Dit geldt ook voor de groothandel en verwerkende industrie waar het biologische producten betreft. Voor de meeste bedrijven vormen biologische producten een klein deel van het assortiment en de omzet.

Voor gemiddelde boer is prijsvorming bij verduurzaming geen knelpunt, maar verschillen in productiviteit en schaal vormen een aandachtspunt

Voor de onderzochte producten is volgens de financiële analyse voor de gemiddelde boer de meerprijs gelijk aan of groter dan de meerkosten voor anderszins duurzame producten, maar niet voor biologische producten. De gemiddelde boer bestaat echter niet. Er zijn verschillen in schaal, moderniteit en type ondernemerschap. Voor veel boeren zijn de meerkosten van verduurzaming wel degelijk groter dan de meerprijs die zij ontvangen voor zowel anderszins duurzame als biologische producten. Dit blijkt zowel uit de financiële analyse als uit het onlineonderzoek.

Veel boeren zien duurzaamheidskeurmerken als een risico. Duurzaamheidsmaatregelen kunnen leiden tot een lagere productie (misoogst) of producten die worden afgekeurd omdat ze niet voldoen aan de kwaliteitseisen. Bij de productie van aardappelen, groente en fruit wordt een verbod op gewasbeschermingsmiddelen als een probleem ervaren. Hieraan gekoppeld zijn er ook contract- en nalevingsrisico's. Een duurzaamheidskeurmerk vergroot de afhankelijkheid van afnemers, maar kan wel het afzetrisico verlagen, vanwege de binding met een afnemer.

Belangrijke knelpunten bij de prijsvorming van biologische producten zijn de hoge productiekosten per eenheid product. De kosten zijn hoog omdat de opbrengst per hectare of per koe in de biologische landbouw laag is en in de melkveehouderij minder snel groeit dan in de niet-biologische productie. In de plantaardige productie is het risico op een misoogst groter voor biologische producten dan voor niet-biologische producten. Biologische bedrijven zijn bovendien kleinschalig. Het rapport wijst erop dat de kosten voor kleine bedrijven groter zijn dan voor grote bedrijven. Dit leidt er mede toe dat de onderzochte biologische producten in de supermarkt 20-25% duurder zijn dan niet-biologische producten. Biologisch varkensvlees is zelfs 60% duurder in de supermarkt. De vraag naar biologische producten blijft o.a. om deze reden achter bij het aanbod. Voor anderszins duurzame producten geldt dat zij de nieuwe norm voor Nederlandse supermarkten zijn en het winkelschap domineren. Er zijn afspraken gemaakt over een vergoeding van de meerkosten van anderszins duurzame producten, maar de feitelijk vergoeding is niet altijd inzichtelijk. Producten met een duurzaamheidskeurmerk die niet aan Nederlandse supermarkten verkocht worden, worden tegen een lagere prijs in het buitenland of in een ander distributiekanaal afgezet.

¹ Voor anderszins duurzame melk en vleesvarkens was de meerprijs groter dan de meerkosten in de gehele periode 2022-2024.

² Volgens de t-test die op verschillen in gemiddelden toetst voor twee onafhankelijke steekproeven.

S.3 Methodologie

Voor de monitor zijn op verschillende wijzen gegevens verzameld. Wageningen Social & Economic Research heeft kwantitatieve gegevens verzameld over prijzen, kosten en opbrengsten uit drie bronnen: het Bedrijveninformatienet van Wageningen Social & Economic Research (gegevens voor de agrarische sector), het Centraal Bureau voor de Statistiek (consumentenprijzen), en data verschaft door bedrijven uit de keten op verzoek van de onderzoekers. Het Bedrijveninformatienet brengt onder meer de resultatenrekening in kaart voor een steekproef van bedrijven uit de land- en tuinbouw. Het Centraal Bureau voor de Statistiek heeft de beschikking over supermarktscannergegevens en heeft voor dit onderzoek maatwerk uitgevoerd om de wekelijkse consumentenprijzen van producten met biologische en niet-biologische keurmerken en overige producten in kaart te brengen. Bedrijven uit de keten is gevraagd inkoop- en verkoopprijzen, kosten en opbrengsten per duurzaamheidsvariant aan te leveren. Daarnaast zijn er interviews gehouden met bedrijven uit de landbouwsector, groothandel, industrie, supermarkten en branche- en keurmerkorganisaties, en ook is er een online vragenlijst uitgezet onder ruim 1.225 boeren en tuinders met betrekking tot hun beleving van prijsvorming en handelsrelaties in de keten.

In de analyse is vooral gebruikgemaakt van beschrijvende statistiek aan de hand van lijn- en staafdiagrammen en frequentietabellen.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding en onderzoeksvragen

Het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) zet in op verduurzaming van de Nederlandse voedselketen. Het ministerie ondersteunt daartoe initiatieven zoals biologische producten, maar ook producten met duurzaamheidskeurmerken als Beter Leven, On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer. Deze initiatieven stellen eisen aan de productie die verder gaan dan de huidige wet- en regelgeving en kunnen alleen succesvol zijn als de meerkosten van duurzame productie zich vertalen in hogere meeropbrengsten voor de actoren in de keten, in het bijzonder boeren.

Om inzicht te krijgen in de prijsvorming in de voedselketen en in de verhouding tussen prijzen en kosten voor reguliere en duurzame(re) producten, heeft het ministerie aan de Autoriteit Consument en Markt (ACM) gevraagd om een monitor te ontwikkelen. Tussen 2019 en 2025 heeft dat al geleid tot de publicatie van vier edities van de Agro-Nutri Monitor (Van Galen *et al.*, 2020; Van Galen *et al.*, 2021; Van Galen *et al.*, 2022; Bunte *et al.*, 2025).

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 onderscheid tussen reguliere producten, biologische producten en producten met een ander duurzaamheidskeurmerk (hierna 'anderszins duurzame producten' genoemd). In het buitenland worden nauwelijks anderszins duurzame producten verkocht. Voor de verkoop in het buitenland duiden wij reguliere en anderszins duurzame producten tezamen aan als 'niet-biologisch'. De monitor geeft een kwantitatief inzicht in de meerkosten en -opbrengsten van duurzame productvarianten voor zowel de primaire producent als andere schakels in de keten.

Ten opzichte van de vorige editie van de monitor zijn er enige veranderingen doorgevoerd in de huidige editie van de monitor:

- De inkooprijzen van Nederlandse producten worden vergeleken met de inkooprijzen van geïmporteerde producten;
- De verkoopprijzen en winst van de Nederlandse verwerkende industrie en groothandel voor de verkoop aan Nederlandse supermarkten worden vergeleken met die voor de verkoop aan het buitenland;
- Vorig jaar zijn sperziebonen meegenomen in de analyse bij de bepaling van prijzen, kosten en marges. Dit jaar worden naast sperziebonen ook bos- en waspeen en rode kool meegenomen. Dit vergroot het aantal observaties voor vollegrondsgroente en maakt het mogelijk om meer en meer robuuste gegevens te publiceren en conclusies te trekken die niet alleen betrekking hebben op sperziebonen. Naast verse, onbewerkte groente en verwerkte groente wordt dit jaar ook bewerkte groente meegenomen in de analyse;
- Er wordt een poging gedaan om de resultaten van de analyse in de vorige monitor en deze monitor beter te verklaren.

Onderzoeksvragen

Om het gewenste inzicht te krijgen in de prijsvorming in de voedselketen en ook in de verhouding tussen prijzen en kosten voor verschillende duurzaamheidsvarianten is de volgende hoofdonderzoeksvraag geformuleerd:

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

De hoofdonderzoeksvraag valt uiteen in de volgende onderzoeksvragen:

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?
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?

1.2 Productselectie

De producten die voor deze monitor zijn gekozen worden weergegeven in Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Productselectie

Landbouwproducten	Consumentenproducten
Aardappelen	Tafelaardappelen
Appels	Verse appels, appelmoes a)
Melk	Consumptiemelk en kaas
Tomaten	Verse tomaten
Varkens	Vers varkensvlees
Vollegrondsgroente	Verse, bewerkte en verwerkte vollegrondsgroente

a) Appelmoes wordt ingedeeld bij de verwerkte vollegrondsgroente.

De producten zijn geselecteerd op basis van een uitgebreide procedure die werd uitgevoerd voor de vorige monitor (zie Van Galen *et al.*, 2020, en Bunte *et al.*, 2025). De beschikbaarheid van drie productvarianten in de landbouw, groothandel, industrie en supermarkt en voldoende Nederlandse bedrijven in alle schakels vormen de twee belangrijkste criteria voor de productselectie. De beschikbaarheid van productvarianten is noodzakelijk om een vergelijking tussen de varianten te kunnen maken, en er dienen voldoende Nederlandse bedrijven te zijn om resultaten te mogen publiceren. Verder waren het belang van de producten in de landbouw en de consumptie een criterium, evenals de verdeling over de deelsectoren: zuivel; vlees; aardappelen, groente en fruit (akkerbouw, tuinbouw).

Productvarianten

Voor de kwantitatieve analyse van prijzen, kosten en marges worden drie varianten met elkaar vergeleken:

- Biologische producten.
- De bekendste duurzaamheidskeurmerken: Beter Leven 1 ster, Beter voor Natuur & Boer en On the way to PlanetProof (zie Kader 1.1 voor uitleg). Deze keurmerken worden in de rapportages aangeduid als 'anderszins duurzaam' of 'niet-biologische duurzaamheidskeurmerken'.
- Reguliere producten, dat wil zeggen producten zonder de bovengenoemde keurmerken.

Representativiteit van de sectoren

In Tabel 1.2 wordt het aantal bedrijven in de zes sectoren weergegeven. Samen vertegenwoordigen de bedrijven met deze zes landbouwproducten 49% van het totale aantal land- en tuinbouwbedrijven in Nederland³ en 55% van de outputwaarde van de voedingslandbouw, die wordt geschat op € 27 miljard in 2025.

³ Voor consumptieaardappelen en vollegrondsgroente is enige dubbeltelling mogelijk bij het aantal bedrijven.

Tabel 1.2 Representativiteit gekozen landbouwproducten in de vierde Agro-Nutri Monitor (2025)

	Aantal bedrijven	Aandeel in totaal aantal bedrijven (%)
Consumptieaardappelen a)	7.140	14,5%
Tomaten	175	0,4%
Appelen	910	1,9%
Melk b)	13.360	27,2%
Vleesvarkens	2.540	5,2%
Vollegrondsgroente	8.960	18,3%
Totaal land- en tuinbouw	49.080	100%

a) In de CBS Landbouwelling (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026c) wordt geen onderscheid gemaakt tussen tafelaardappelen en aardappelen voor de verwerkende industrie.

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

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Afbakening keten

Het onderzoek is gericht op producten die in Nederland worden geproduceerd, geconsumeerd en verhandeld. Een groot deel van de producten die in Nederland worden geproduceerd is bestemd voor de export, al dan niet via een verwerkingsstap in Nederland. De monitor besteedt daarom aandacht aan de export, maar ook aan de import. Nederlandse landbouwproducten zijn immers niet het gehele jaar beschikbaar en afnemers zijn ook vrij om elders in Europa of de wereld hun grondstoffen in te kopen. Het gaat daarbij om verse producten, maar ook om verwerkte producten (melk, kaas, varkensvlees en verwerkte groente en fruit). Het onderzoek omvat de schakels primaire productie, verwerkende industrie, groothandel en detailhandel (supermarkten). Voor de dierlijke producten wordt ook de veevoederindustrie meegenomen.

Kader 1.1 Duurzaamheidskeurmerken

Het **Beter Leven**-keurmerk van de Dierenbescherming is een label voor dierenwelzijn. Een groot deel van het Nederlandse verse vlees dat op de Nederlandse markt verkocht wordt, heeft een 1-, 2- of 3-sterrenkeurmerk van Beter Leven. Beter Leven 1 ster stelt eisen aan de groepsomvang waarin varkens leven, bewegingsvrijheid, extra leefoppervlak, het couperen van de staart, en afleidingsmateriaal. Uitloop naar buiten is niet verplicht. De eisen voor 2 of 3 sterren zijn strenger. Vers varkensvlees wordt in de meeste supermarkten nagenoeg alleen met een Beter Leven-keurmerk verkocht. In 2025 was 95% van de omzet van varkensvlees in de Nederlandse supermarkt duurzaam; dit betrof vooral Beter Leven 1 ster (Logatcheva en Herceglic, 2025). Sinds 2025 zijn de regels van het Beter Leven 1-ster-keurmerk aangescherpt.

On the way to PlanetProof is opgezet door de Stichting Milieukeur in 2017. Het keurmerk richt zich op groente en fruit, zuivel en eieren. Het keurmerk werkt zowel met concrete normen als met doelsturing. Boeren zijn dan vrij om te bepalen hoe zij het doel halen. Voor groente en fruit zijn er normen voor energie. De bodemkwaliteit moet minstens gelijk blijven. Er worden bedrijfsnatuurplannen opgesteld. Ziekten en plagen dienen bestreden te worden door achtereenvolgens preventie, niet-chemische middelen en vervolgens pas chemische middelen. Er worden eisen gesteld aan de hoeveelheid meststoffen en het waterverbruik. Voor zuivel zijn er eisen aan de broeikasgasuitstoot en de biodiversiteit, en verder zijn er maxima voor de uitstoot van ammoniak en stikstof. Er zijn ook eisen ten aanzien van dierenwelzijn, weidegang, diergezondheid, de kwaliteit van stallen, en specifieke eisen voor het welzijn van kalveren. De omzet van On the way to PlanetProof-producten in de Nederlandse supermarkt bedroeg € 850 miljoen in 2025 (Logatcheva en Herceglic, 2025).

Het keurmerk **Beter voor Natuur & Boer** is door Albert Heijn ontwikkeld als alternatief voor On the way to PlanetProof. Het keurmerk richt zich op milieuvriendelijkheid, in het bijzonder het terugdringen van de uitstoot van broeikasgassen, bestrijdingsmiddelen en het gebruik van kunstmest en water, met het oog op een betere bodemkwaliteit en grotere biodiversiteit. De eisen waaraan voldaan moet worden voor het keurmerk worden periodiek herzien, in overleg met onder andere boeren. Het keurmerk is ondergebracht in de Stichting Beter voor Natuur & Boer en staat open voor andere bedrijven die onder het keurmerk willen werken. In 2024 waren er 1.163 boeren die het keurmerk hadden.

1.3 Leeswijzer

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

Hoofdstuk 2 van dit Hoofdrapport vat de aanpak van het onderzoek samen. Hoofdstuk 3 vat de resultaten per product samen. Hoofdstuk 4 analyseert de resultaten in meer detail. Het toetst of verschillen in meerkosten en meerprijzen statistisch significant zijn. Het gaat in detail in op de verschillen tussen importprijzen en opbrengstprijzen in de Nederlandse landbouw, en op verschillen in verkoopprijzen en winstgevendheid tussen de Nederlandse markt en de exportmarkt. Verder besteedt de aandacht aan voedselinflatie en de rol van supermarkten en horeca bij verduurzaming. Hoofdstuk 5 sluit af met de algemene, product-overstijgende conclusies van het onderzoek.

Het Achtergrondrapport over de prijsvorming bevat zes producthoofdstukken. Hierin wordt de prijsvorming van de reguliere en duurzame varianten van de zes gekozen landbouwproducten afzonderlijk bekeken. Het Achtergrondrapport biedt een verdere toelichting bij de in het Hoofdrapport opgenomen bevindingen. Lezers wordt aanbevolen het Achtergrondrapport te raadplegen voor nadere details. Het Achtergrondrapport bevat ook de lijst van referenties, een begrippenlijst en enkele bijlagen waarnaar ook in dit Hoofdrapport wordt verwezen.

2 Methode

2.1 Onderzoeksmethode en data

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksmethode en de in het onderzoek gebruikte data kort toegelicht. De gegevens die voor de monitor gebruikt zijn, hebben een kwantitatief en kwalitatief karakter. De gebruikte gegevens en databronnen zijn de volgende:

- Een online vragenlijst die tussen december 2025 en februari 2026 onder boeren en tuinders is uitgezet door Geelen Consultancy (hierna 'online onderzoek' genoemd);
- Bedrijfsspecifieke data over inkoop- en verkoopprijzen, en kosten en nettomarges van telersverenigingen, groothandel, verwerking en detailhandel voor de zes geselecteerde producten en achterliggende ketens (hierna 'informatie van bedrijven' genoemd);
- 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 betrokkenen rondom de verschillende ketens (hierna 'interviews' genoemd) (Bijlage 1);
- Data 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 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026b);
- Data uit openbare bronnen met betrekking tot productie, internationale handel en aantallen bedrijven.

Dit hoofdstuk beschrijft beknopt de opzet van het online onderzoek onder boeren en tuinders, de gegevens uit het Bedrijveninformatienet, de bedrijfsgegevens en de interviews. Zie voor een uitgebreide beschrijving van de gegevens en de verzamelingsmethoden Hoofdstuk 2 van het Achtergrondrapport.

Online onderzoek onder boeren en tuinders

In de periode december 2025 – februari 2026 hebben 1.225 boeren en tuinders een online vragenlijst ingevuld. De vragenlijst bevatte vragen over:

1. de keurmerken die het bedrijf voert, in het bijzonder de redenen om een keurmerk te voeren, en de belemmeringen, risico's en stimulansen daarbij;
2. percepties over meerkosten, meeropbrengsten en prijzen⁴;
3. afnemers, leveranciers en contractvormen.

In het online onderzoek wordt expliciet onderscheid gemaakt tussen de keurmerken biologisch, Beter voor Natuur & Boer, Beter Leven 1 ster en On the way to PlanetProof. Boeren en tuinders konden ook aangeven of zij nog een ander keurmerk voeren. Er zijn dit jaar meer vragen gesteld aan boeren en tuinders die geen duurzaamheidskeurmerk voeren en/of een buitenlands duurzaamheidskeurmerk voeren.

Bedrijveninformatienet

Het Bedrijveninformatienet is een netwerk van ongeveer 1.500 land- en tuinbouwbedrijven. Uit het Informatienet zijn gegevens verzameld over opbrengsten en kosten naar kostensoort. Samen vormen de bedrijven een representatieve steekproef van de Nederlandse agrarische sector. 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, tomaten en vollegrondsgroente is het aantal waarnemingen zo klein dat er geen cijfers kunnen worden gepubliceerd. Voor de overige keurmerken (Beter Leven en On the way to PlanetProof) geldt dat er voldoende waarnemingen zijn voor aardappelen, melk en varkens, maar niet voor appels, tomaten en vollegrondsgroente.

⁴ Sommige vragen in het online onderzoek betroffen feiten, maar dan waren het wel de antwoorden die de respondenten in een kort tijdsbestek gaven.

Voor de analyse is ook gebruikgemaakt van een indeling in grootteklassen. Die indeling is gemaakt op basis van de omzet van bedrijven. Voor melkveehouderijen, varkenshouderijen en aardappelproducenten is een indeling in drie grootteklassen gemaakt. Voor appels is een tweedeling gemaakt.

Bedrijfsgegevens

Bij bedrijven in de groothandel, industrie of detailhandel 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 en Markt de volgende gegevens opgevraagd: maandelijkse gegevens over inkoop- en verkoopvolumes en inkoop- en verkoopwaarden, en jaarlijkse gegevens over opbrengsten, kosten en nettomarges. Dit jaar is hierbij een onderscheid gemaakt tussen import en Nederlands product en tussen verkoop aan Nederlandse supermarkten en export. Voor varkensvlees en kaas is ook een onderscheid gemaakt tussen de inkoop van landbouwproducten en al verwerkte producten en tussen de verkoop van intermediaire producten en consumentenproducten. Deze gegevens zijn door Wageningen Social & Economic Research verwerkt en geaggregeerd.

De data zijn zowel visueel als statistisch onderzocht om eventuele afwijkende waarnemingen te detecteren. Statistische detectie vond onder andere plaats door te kijken in hoeverre minima en maxima afwijken van gemiddelde waarden. De geaggregeerde cijfers zijn geverifieerd door ze te vergelijken met de consumentenprijzen die door het Centraal Bureau voor de Statistiek zijn samengesteld.

Interviews

Ten slotte zijn voor de beantwoording van de eerste twee onderzoeksvragen 31 interviews afgenomen (Bijlage 1) met ondernemers, belangenorganisaties, adviseurs, certificeringsinstanties en deskundigen uit de verschillende ketens. De geïnterviewden zijn zo geselecteerd dat alle schakels en productvarianten voor elk product vertegenwoordigd zijn. Waar mogelijk zijn ook zowel kleine als grote bedrijven geïnterviewd. De interviews waren bedoeld om informatie te verzamelen over mogelijke problemen in de prijsvorming en om de resultaten van het onderzoek te verifiëren.

Methode

In de analyse is vooral gebruikgemaakt van beschrijvende statistiek aan de hand van lijn- en staafdiagrammen en frequentie- en kruistabellen. Voor de verhouding tussen kosten en opbrengsten in de landbouw is gebruikgemaakt van t-testen om verschillen tussen gemiddelden te bepalen.

2.2 Relatie tussen onderzoeksvragen en methode

De onderzoeksvragen zijn als volgt getoetst.

Vraag 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 het onderzoek staan de begrippen brutomarge en nettomarge centraal.⁵ De brutomarge wordt in dit rapport gedefinieerd als het verschil tussen de verkoopprijs en de inkoopprijs. De nettomarge wordt gedefinieerd als het verschil tussen de verkoopprijs van een product en de kosten per eenheid product, met uitzondering van de financieringskosten. Bruto- en nettomarges worden bepaald op basis van door Wageningen Social & Economic Research verzamelde 'informatie van bedrijven' en gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek en het Bedrijveninformatienet. In de tuinbouw en de akkerbouw wordt geen inkoopprijs bepaald omdat dit de beginschakel in de keten is. De brutomarge wordt gevisualiseerd in lijngrafieken die de verkoopprijzen van elke schakel weergeven.

⁵ Bijlage 1 van het Achtergrondrapport bevat een begrippenlijst.

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

Op basis van de literatuurstudie en de expertinterviews worden de ontwikkelingen bij onderzoeksvraag 1 verklaard. De verklaring wordt niet gegeven in een aparte paragraaf, maar wordt in de analyse van de gegevens bij onderzoeksvraag 1 geïntegreerd.

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

Deze vraag gaat in op de deelvraag of de consument een meerprijs voor duurzamere producten betaalt en of de keten als geheel deze ontvangt. Dit wordt vastgesteld op basis van de CBS-gegevens (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026b) en de informatie van bedrijven. Er wordt ook nagegaan of er prijsafspraken gemaakt worden tussen supermarktketens en leveranciers/producenten over de vergoeding van meerkosten. Deze deelvraag wordt beantwoord op basis van *desk research* en interviews. De verhouding tussen meerprijs en meerkosten is bepaald in deelvraag 1. Het online onderzoek geeft aanvullende informatie over de perceptie van boeren en tuinders met betrekking tot de relatie tussen meerkosten en meerprijzen.

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

Knelpunten zijn geïdentificeerd in de gegevensanalyse, maar vooral in het online onderzoek en de interviews. Het online onderzoek betreft een enquête naar de percepties van primaire producenten over de prijsvorming van duurzame producten. Het online onderzoek en de interviews richtten zich onder andere op belemmeringen en knelpunten die deels aan prijsvorming en de relatie tussen meerkosten en meeropbrengsten van keurmerken gekoppeld zijn.

Tabel 2.1 vat samen welke informatie er gebruikt wordt per deelvraag.

Tabel 2.1 Gebruik informatiebronnen per deelvraag

Gegevensbron	Deelvraag 1: Bepaling kosten en marges	Deelvraag 2: Verklaringen	Deelvraag 3: Verhouding meerprijs en meerkosten	Deelvraag 4: Knelpunten
Bedrijveninformatienet	X		X	
Informatie van bedrijven	X		X	
CBS	X		X	
Online onderzoek		X	X	X
Interviews		X	X	X
Literatuur		X		X

3 Resultaten per product

3.1 Prijzen en winst op aardappelen onder druk in 2024

Nederlandse tafelaardappelen worden voornamelijk voor de Nederlandse markt geproduceerd. Als de oogst groot is, zoals in 2025, wordt het overaanbod geëxporteerd naar Afrikaanse landen. Tafelaardappelen worden alleen geïmporteerd om tijdelijke tekorten aan het eind van het oogstseizoen aan te vullen. Omdat het overaanbod in 2025 alle consumptieaardappelen betreft (inclusief frietaardappelen), vloeien de marktsegmenten in elkaar over, omdat bedrijven hun consumptieaardappelen af willen zetten tegen de hoogst mogelijke prijs.

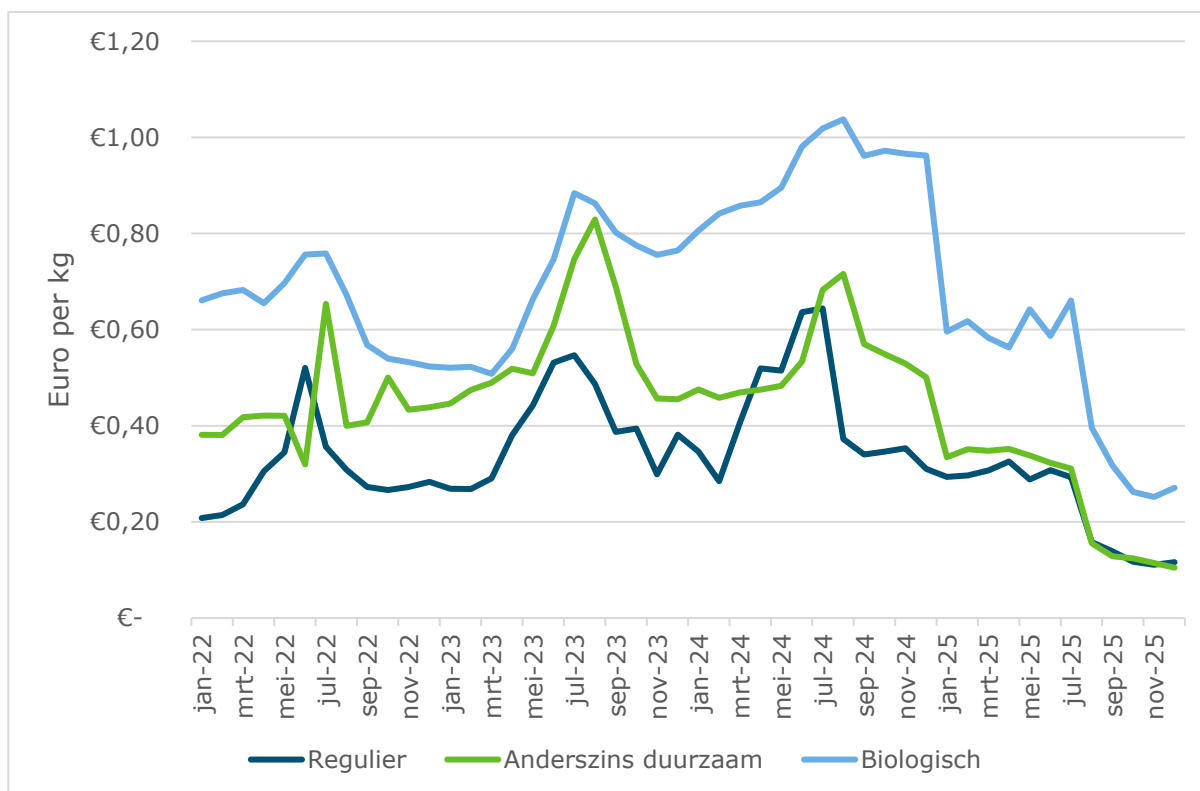
Tabel 3.1 Nettomarges in tafelaardappelketen in 2024

Ketenschakel 	Regulier	Anderszins duurzaam		Biologisch	
	Winst 2024	Winst 2024	Meerwinst t.o.v. regulier 2024	Winst 2024	Meerwinst t.o.v. regulier 2024
Landbouw	+	+	0	-	-
Groothandel	+	0	-	-	-
Supermarkt	0	+	+	-	-

Winst en meerwinst: - negatief; 0 nul; + positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Winst op aardappels nam in 2024 af in bijna gehele keten

De winst (nettomarge) in de tafelaardappelteelt was in 2024, voordat de prijzen sterk daalden in 2025, positief voor reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen. De winst was wel lager dan in 2023, toen de tafelaardappelprijzen zeer hoog waren (Tabel 3.1). Voor de vervolgschakels gold in 2024 dat zij hun kosten terugverdienden, maar dat de winst lager was dan in de periode 2021-2023, met uitzondering van de verkoop van reguliere tafelaardappelen in de groothandel. In de biologische keten daarentegen was de winst in 2024 in alle schakels negatief, en bovendien lager dan in de jaren 2021-2023. Hoofdstuk 4 laat zien dat biologische boeren significant minder verdienen dan boeren die reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen produceren. Ook het online onderzoek geeft aan dat niet alle biologische aardappeltelers hun meerkosten volledig vergoed krijgen.



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

Figuur 3.1 Af-boerderijprijzen van tafelaardappelen, in euro per kg (2022-2025).

Prijzontwikkeling van tafelaardappelen hangt vooral van de oogst af

De af-boerderijprijzen van tafelaardappelen waren relatief hoog in 2023 en 2024, vooral voor biologische tafelaardappelen (Figuur 3.1). De kosten van biologische tafelaardappelen zijn aanzienlijk toegenomen (+30 cent) – vooral de kosten van pootgoed, materiële activa en betaalde arbeid. De af-boerderijprijzen zijn in 2025 'ingestort'. De af-boerderijprijzen van biologische tafelaardappelen liggen boven die van anderszins duurzame tafelaardappelen, die op hun beurt weer boven de prijzen van reguliere tafelaardappelen liggen. De prijzen van reguliere tafelaardappelen piekten in 2022-2025 één maand voor de prijzen van anderszins duurzame tafelaardappelen. Het prijsverschil tussen reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen verdween in het najaar van 2025.

De prijsontwikkeling wordt voornamelijk bepaald door de aardappeloogst in Noord-Europa. Deze was klein in 2023 en 2024 en groot in 2025. De grote oogst van 2025 werd veroorzaakt door de groei van het areaal en de hoge opbrengst per hectare. Er werden in 2025 ook frietaardappelen als tafelaardappel verkocht. Ook de kosten van arbeid, bewaring, pootgoed, meststoffen en gewasbeschermingsmiddelen zijn gestegen. Dit zette de winstgevendheid in de keten onder druk.

Meerkosten biologische teelt worden niet terugverdiend, meerkosten anderszins duurzame teelt wel

In 2024 maakten boeren winst (nettomarge) op reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen. Boeren maakten verlies op biologische tafelaardappelen. De winst nam in 2024 wel in de gehele keten af, met uitzondering van de verkoop van reguliere tafelaardappelen door de groothandel. De meerkosten voor anderszins duurzame tafelaardappelen waren relatief hoog in 2024 (+7 cent). Voor Beter voor Natuur & Boer-tafelaardappelen werd een meerprijs van 9 cent betaald per kilo. Voor On the way to PlanetProof-producten wordt de meerprijs niet apart gespecificeerd en uitbetaald. Voor On the way to PlanetProof-tafelaardappelen ontvangen boeren een hogere prijs dan voor reguliere tafelaardappelen, maar die meerprijs dekt volgens 90% van de boeren (online onderzoek) de meerkosten vaak niet volledig. Meerprijzen voor tafelaardappelen staan anno 2025-2026 onder druk door overaanbod. De droogte in 2026 kan echter mogelijk tot een daling van de opbrengsten en een stijging van de aardappelprijzen leiden.

Knelpunt: vergoeding meerkosten niet altijd uitgekeerd

In tegenstelling tot Beter voor Natuur & Boer bestaat er geen expliciete meerprijs voor On the way to PlanetProof-tafelaardappelen. De eventuele meerprijs maakt deel uit van de uitbetaalprijs. Er zijn geen garanties dat er een meerprijs betaald wordt. Deze staat anno 2026 ook onder druk. De meerkosten worden gemaakt voor de gehele productie, maar in tijden van overaanbod wordt er geen meerprijs betaald voor de totale afzet. De gemiddelde opbrengsten voor anderszins duurzame tafelaardappelen staan dus onder druk. Telers ervaren keurmerken als risicovol, vooral met betrekking tot de opbrengst per hectare en de kwaliteit van de aardappelen. Deze zaken hangen mede samen met een verbod op gewasbeschermingsmiddelen. De administratieve lasten en kosten van certificering en audits worden ook als knelpunt gezien.

3.2 Winst op appels in teelt, verlies in supermarkt

Nederlandse appels worden voor de Nederlandse markt geproduceerd. Nederland is een netto-importeur van verse appels. Appelrassen die in Nederland geproduceerd worden (Elstar, Jonagold) vormen de basis van het schap in supermarkten. Nederland exporteert nauwelijks eigen appels; er vindt wel doorvoer plaats. Er is een grote variëteit aan buitenlandse rassen in de supermarkt te vinden die tegen premieprijzen verkocht worden.

Tabel 3.2 Nettomarges in appelketen in 2024

Ketenschakel 	Regulier	Anderszins duurzaam		Biologisch	
	Winst 2024	Winst 2024	Meer-winst t.o.v. regulier 2024	Winst 2024	Meer-winst t.o.v. regulier 2024
Landbouw	+				
Groothandel	+	+	0	0	0
Supermarkt	0	-	-	0	-

Winst en meerwinst: - negatief; 0 nul; + positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Winst nam in 2024 toe in appelteelt; supermarkten leden fors verlies op anderszins duurzame appels

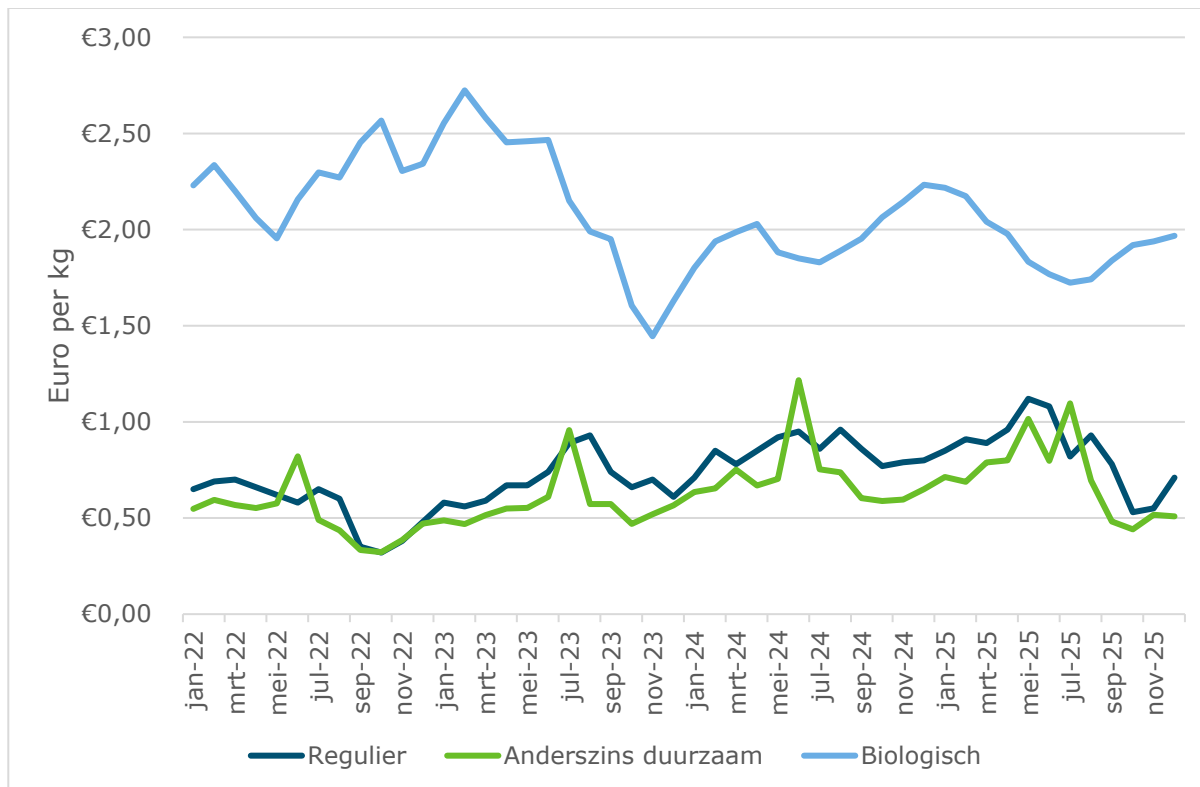
2024 was een goed jaar voor de appelteelt. De gemiddelde winst (nettomarge) nam toe (Tabel 3.2). De nettomarges in supermarkten stonden in 2024 echter onder druk. Appels spelen een belangrijke rol in het aantrekken van klanten. De marges stonden vooral onder druk voor anderszins duurzame appels, de goedkope, Nederlandse basis van het schap met appels in de supermarkt. Voor boeren was 2024 een winstgevend jaar. Kleinschalige fruitteelt is winstgevender dan grootschalige fruitteelt, omdat de arbeidskosten er lager zijn (Hoofdstuk 4, Achtergrondrapport). In 2025 was de brutomarge in supermarkten weer hersteld en nam het inkomen in de fruitproductie weer af. De groothandel behaalde in 2024 net als in de periode 2021-2023 positieve nettomarges.

Slechte appeloogst in buurlanden dreef in 2024 telersprijzen op

De af-boerderijprijzen van reguliere appels zijn in de periode 2022-2025 met 30 cent per kg gestegen en die van anderszins duurzame appels met 20 cent per kg, terwijl die voor biologische appels met 30 cent per kg gedaald zijn. Het prijsverschil tussen biologische en niet-biologische appels is aanzienlijk kleiner geworden. Reguliere appels werden in de periode 2022-2025 tegen hogere prijzen verkocht dan anderszins duurzame appels. De af-boerderijprijzen van appels lagen in 2024 15 cent boven die van voorgaande jaren vanwege een lage Europese productie. Het prijsniveau is afhankelijk van het aanbod van appels op de Europese markt, en ook van het seizoen. Appelprijzen zijn laag in het oogstseizoen en lopen gedurende de loop van het jaar op in verband met de bewaarkosten en een afname van de voorraden. Het is voor de gehele keten de kunst om voldoende aanbod aan Nederlandse appels beschikbaar te hebben voor het eind van het seizoen. De tenders die supermarkten organiseren voor leveranciers houden het prijsniveau in de keten laag. Het kost grote inspanningen voor de handelaren om op basis van een goede prijs-kwaliteitsverhouding een ‘vaste’ leverancier van één of een beperkt aantal producten voor een supermarkt te worden.

Geen kwantitatieve gegevens over meerkosten en meerprijzen verduurzaming appelteelt

Voor de appelteelt zijn er te weinig gegevens beschikbaar in het Bedrijveninformatienet om de verhouding tussen meerprijs en meerkosten kwantitatief vast te kunnen stellen (Tabel 3.2). Het online onderzoek wijst uit dat de meerkosten voor anderszins duurzame appels en peren in het geheel niet vergoed worden en dat de meerkosten van biologisch hardfruit deels vergoed worden. Voor de groothandel zijn meerkosten en meerprijs aan elkaar gelijk. Voor supermarkten waren de meerkosten van de duurzame varianten in 2024 groter dan de meerprijs.



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

Figuur 3.2 Af-boerderijprijzen van appels, in euro per kg (2022-2025).

Meerkosten On the way to PlanetProof-appels worden niet expliciet vergoed

De meerkosten van duurzame teelt worden in het Beter voor Natuur & Boer-programma expliciet vergoed. Dat is niet het geval in het On the way to PlanetProof-programma. Een deel van de biologische telers is van mening dat zij de gemaakte meerkosten niet volledig terugverdienen.

De certificeringskosten zijn hoog volgens telers, mede omdat er door verschillende afnemers meerdere certificaten en keurmerken gevraagd worden. Naast de B2C-keurmerken die dit rapport analyseert zijn er ook B2B-keurmerken van toepassing, zoals GlobalGAP. Beperkingen ten aanzien van gewasbeschermingsmiddelen bij duurzame teelten vergroten de risico's voor telers. Ze kunnen leiden tot uitval en kwaliteitsverlies en een daling van de fysieke opbrengsten en de gemiddelde opbrengstprijs.

3.3 Tomatenteelt winstgevend in 2024

Tomaten van Nederlandse bodem zijn voor ruim driekwart anderszins duurzaam, voor bijna 20% regulier en voor circa 2% biologisch geteeld. De Nederlandse tomatenketen is in tegenstelling tot de ketens voor tafelaardappelen en appels op de export gericht. Er worden reguliere tomaten geïmporteerd in de winter, wanneer de temperatuur in Nederland laag is en er weinig zonlicht is. Voor biologische tomaten is Nederland deels afhankelijk van de invoer van Spaanse biologische tomaten. Een deel van de tomatenimport (regulier en biologisch) wordt doorgevoerd. Anderszins duurzame tomaten worden voornamelijk in Nederland geproduceerd.

Groothandel en supermarkten maakten in 2024 *grosso modo* winst noch verlies op tomaten

De hoogste winst (nettomarge) in de Nederlandse tomatenketen wordt gemaakt in de landbouw en in de supermarkt (Tabel 3.3). De nettomarge in de tomatenteelt nam toe dankzij een daling van de energieprijzen. De opbrengstprijzen daalden in 2024 ook, maar niet in dezelfde mate. Supermarkten maken relatief meer winst op anderszins duurzame en biologische tomaten dan op reguliere tomaten De netto winstmarges in de groothandel zijn flinterdun (maximaal twee cent per kilo). Dit geldt voor de afzet in zowel Nederland als het buitenland, voor alle productvarianten. Driekwart van de tomatentelers maakt winst.

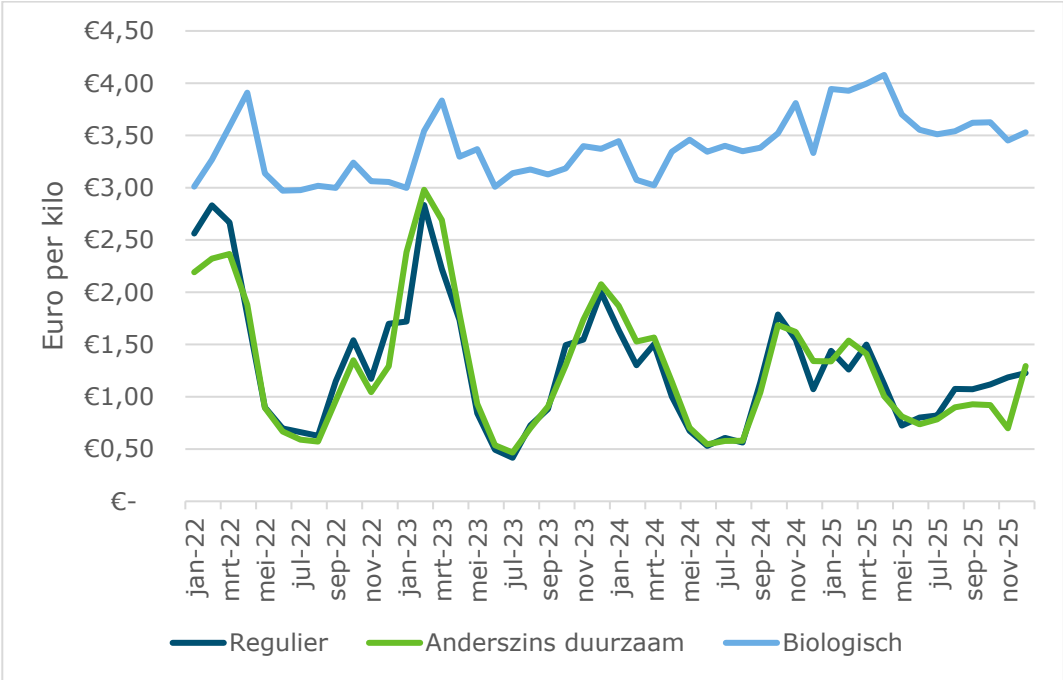
Tabel 3.3 Nettomarges in tomatenketen in 2024

Ketenschakel	Regulier		Anderszins duurzaam		Biologisch	
	Winst 2024		Winst 2024	Meer-winst t.o.v. regulier 2024	Winst 2024	Meer-winst t.o.v. regulier 2024
Landbouw	+					
Groothandel	0		0	0	0	0
Supermarkt	0		+	0	0	+

Winst en meerwinst: - negatief; 0 nul; + positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Daling energiekosten leidde tot winststijging in teelt in 2024

Er zijn geen grote verschillen in de prijzen van reguliere en anderszins duurzame tomaten (Figuur 3.3). De meerkosten van de Beter voor Natuur & Boer- en On the way to PlanetProof-programma’s zijn overigens maar 1 cent per kilo (Rougoo *et al.*, 2024; informatie van bedrijven). De af-boerderijprijzen van tomaten lagen in de winters van 2022 en 2023 boven de af-boerderijprijzen in de winters van 2024 en 2025. Het tomatenaanbod in de winters van 2022 en 2023 was kleiner, omdat tomatentelers de productie extensiveerden vanwege de hoge energiekosten. Het tomatenaanbod was ook laag door het *Tomato brown rugose fruit virus* (ToBRFV), dat de omvang van de oogst reduceerde. Deze ontwikkeling is in 2024 ‘gecorrigeerd’. Glastuinbouwbedrijven hebben de energiekosten gereduceerd door verdere energiebesparende maatregelen te nemen.



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

Figuur 3.3 Af-boerderijprijzen van tomaten, in euro per kg (2022-2025).

Meerkosten On the way to planetProof-tomaten worden niet vergoed, maar zijn wel relatief laag
Consumenten betalen een meerprijs voor duurzame producten. De meerprijs dekt de meerkosten van de supermarktketens. Hoewel er geen kosten en marges berekend konden worden voor anderszins duurzame en biologische tomaten op basis van het Bedrijveninformatienet, is het bekend dat er voor Beter voor Natuur & Boer-tomaten een meerprijs werd uitbetaald van 0,9 cent per kilo. Dit is een teken dat de meerkosten in de glastuinbouw laag zijn in verhouding tot die in de teelt in de opengrond (Rougoor *et al.*, 2024). In de opengrond worden er meer gewasbeschermingsmiddelen gebruikt, omdat de natuur er meer vrij spel heeft dan in de kas. Telers van glasgroente zijn van mening dat zij geen meerprijs ontvangen voor On the way to PlanetProof-tomaten.

Areaal anderszins duurzame productie groter dan Nederlandse vraag
Tomatentelers zien het On the way to PlanetProof-certificaat als een *licence to produce* waar productiekosten en administratieve lasten en kosten tegenover staan, maar geen meerprijs. De meerkosten zijn in de glastuinbouw overigens lager dan in de teelt in de opengrond. Het areaal On the way to PlanetProof is aanzienlijk groter dan nodig is voor de Nederlandse markt. Op dit deel van de afzet wordt naar verwachting geen meerprijs gerealiseerd. Telers zijn van mening dat duurzaamheidskeurmerken risico's met zich meebrengen zoals productieverlies, contractrisico's en afgekeurde producten vanwege een tekortschietende kwaliteit.

3.4 Grote verschillen in winstgevendheid in zuivelketen

De melkveehouderij is de belangrijkste deelsector van de Nederlandse landbouw. De melkveehouderij telde 13.360 bedrijven in 2025 en had een productiewaarde van € 8,3 miljard. Nederland heeft ook een grote zuivelindustrie. De zuivelketen is gericht op de export van vooral kaas. Andere belangrijke producten betreffen dagverse melk voor de Nederlandse markt en melkpoeder. Er worden ook zuivelproducten geïmporteerd, omdat er veel verschillende zuivelproducten zijn. Zo worden er bijvoorbeeld zowel consumentenproducten als halffabrikaten geïmporteerd.

Tabel 3.4 Nettomarges in de keten voor verse consumptiemelk en kaas in 2024

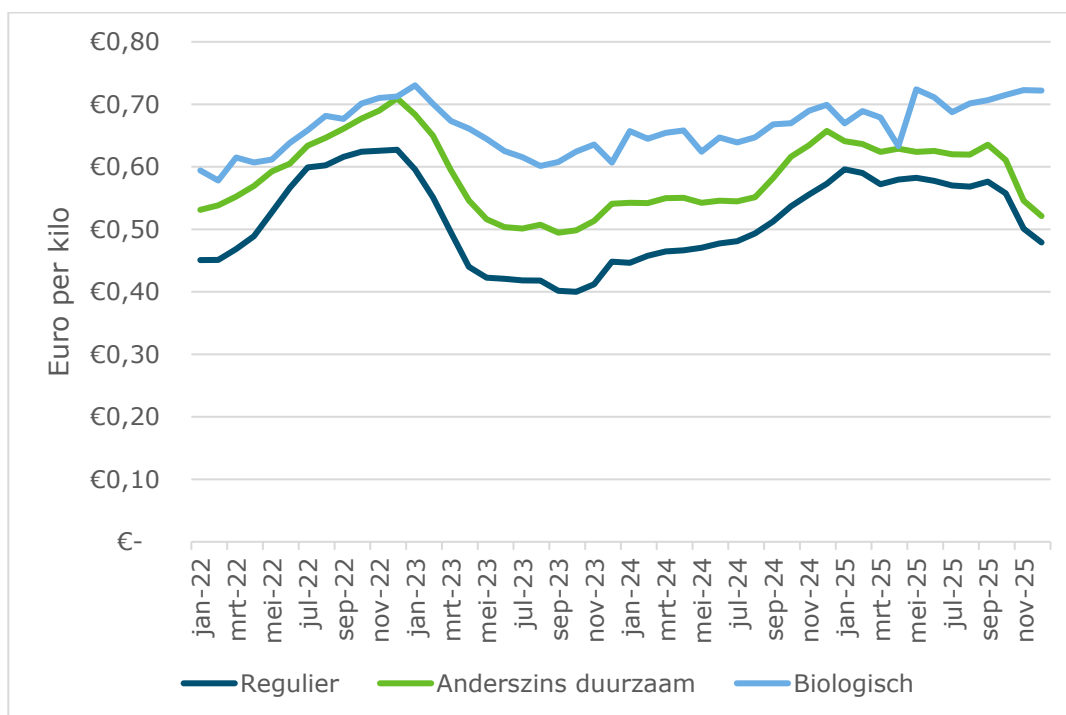
Ketenschakel	Regulier Winst 2024	Anderszins duurzaam Winst 2024	Meerwinst t.o.v. regulier 2024	Biologisch Winst 2024	Meerwinst t.o.v. regulier 2024
					
Landbouw	0	+	+	-	-
Consumptiemelk					
Industrie	0	0	0	0	0
Supermarkt	+	0	-	+	0
Kaas					
Industrie	+	+	0	+	+
Supermarkt	+	0	-	+	+

Winst en meerwinst: - negatief; 0 nul; + positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Biologische melkveehouderij leed verlies in 2024; anderszins duurzame melkveehouderij maakte winst
De nettomarge in de biologische melkveehouderij was in tegenstelling tot de nettomarge op reguliere en anderszins duurzame melk negatief in 2024; de nettomarge in de biologische landbouw bedroeg -8% (zie Achtergrondrapport). De nettomarge op reguliere en anderszins duurzame melk veranderde nauwelijks in 2024 ten opzichte van de periode 2021-2023. De nettomarge op biologische melk is afgenomen. In de

landbouw spelen schaalvoordelen een rol: kleine bedrijven maken minder winst dan grote bedrijven. De biologische melkveehouderij kent relatief veel kleine bedrijven. De spreiding in de financiële resultaten is groot. Verschillen in de financiële resultaten van het ene jaar op het andere zijn kleiner dan verschillen tussen bedrijven binnen een jaar. Reguliere bedrijven maken gemiddeld significant meer winst dan biologische bedrijven, en anderszins duurzame bedrijven maken op hun beurt gemiddeld significant meer winst dan reguliere bedrijven. Anderszins duurzame productie combineert een bescheiden meerprijs met beperkte meerkosten, terwijl bij biologische productie de meerprijs de aanzienlijk hogere productiekosten niet dekt.

De nettomarges in de verwerkende industrie en de supermarkt op dagverse consumptiemelk zijn lager dan die op harde kaas. Het verschil tussen melk en kaas hangt samen met de rol die beide producten in de supermarkt spelen. Melk wordt gebruikt om klanten te trekken, terwijl kaas fungeert als winstmaker. De zuivelindustrie speelde in 2024 quitte bij consumptiemelk, terwijl supermarkten winst maakten op reguliere en biologische melk (Tabel 3.4). Biologische melk is een premiumproduct, net als nicheproducten, die zonder duurzaamheidskeurmerk verkocht worden. Op anderszins duurzame melk maken supermarkten nauwelijks winst. Anderszins duurzame melk is een bulkproduct geworden dat deels onder het huismerk verkocht wordt. Voor biologische kaas worden er hoge winsten behaald in de industrie en in de supermarkt. Voor biologische kaas geldt dat er één grote verwerker is. Voor kaas geldt ook dat de industrie op de Nederlandse markt in 2024 hogere winsten behaalde dan op de buitenlandse markt (Hoofdstuk 4). De industrie heeft waarschijnlijk minder buitenlandse concurrentie in Nederland dan in het buitenland vanwege de voorkeur voor Nederlands product en ruilt een lagere winst op melk af met een hogere winst op kaas.



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

Figuur 3.4 Af-boerderijprijzen rauwe melk, in euro per kg (2022-2025).

Af-boerderijprijzen rauwe melk bleven in 2025 hoog

De af-boerderijprijzen van rauwe melk stegen in 2022 omdat de prijzen van energie, kunstmest en veevoer na de Russische inval in Oekraïne aanzienlijk stegen (Figuur 3.4). Vanaf januari 2023 daalden de af-boerderijprijzen weer, omdat de wereldexport harder groeide dan in de twee voorgaande jaren. Vanaf het najaar van 2024 namen de af-boerderijprijzen weer fors toe, om in het najaar van 2025 weer te dalen voor reguliere en anderszins duurzame rauwe melk. De prijs voor biologische melk fluctueerde in 2022-2025 minder dan die voor de twee andere productvarianten en is in het najaar van 2025 ook niet gedaald.

De stijging van de consumentenprijzen van melk en kaas was in de periode 2022-2023 groter dan op basis van een stijging van de af-boerderijprijzen verwacht mag worden. Deze stijging was onder andere het gevolg van een stijging van de arbeidskosten in supermarkten en de industrie. Supermarkten maakten in 2023 ook relatief veel winst.

De af-boerderijprijzen van biologische melk fluctueren minder dan die van anderszins duurzame en reguliere zuivel, omdat in de biologische keten meer langetermijnprijsafspraken gemaakt worden dan in de andere twee ketens. De hogere consumentenprijs voor kaas komt niet bij de boer terecht, maar blijft grotendeels hangen in de industrie en supermarktschakel. Er is één grote producent van biologische kaas in Nederland. Het marktaandeel biologisch in de consumentenomzet is groter bij melk dan bij kaas.

Verhouding tussen meerprijzen en meerkosten varieert in keten

De consument betaalt meer voor biologische kaas en melk dan voor niet-biologische kaas en melk. De boer ziet dit verschil in prijs echter niet terug. De consumentenprijs voor reguliere melk en kaas is hoger dan die voor anderszins duurzame melk en kaas. Het marktaandeel van reguliere melk in het schap van de supermarkt is kleiner dan 10% en betreft vooral premium melkproducten zoals melk van Zuivelhoeve, Den Eelder en Holland Jersey.⁶ Anderszins duurzame melk is de nieuwe standaard (*commodity*). Voor On the way to PlanetProof-melk en voor Beter voor Natuur & Boer-melk wordt een meerprijs betaald. De productie van anderszins duurzame melk wordt door de industrie gereguleerd. Er zijn ook andere duurzaamheidsprogramma's (Caring Dairy van Cono en Tuurlijk! van Jumbo). Volgens de antwoorden in het online onderzoek maken sommige boeren de meerkosten van duurzaamheidsprogramma's goed en andere boeren niet. Dit komt ook tot uitdrukking in de spreiding van de financiële resultaten in de landbouw. De zeer lage winstmarge voor de biologische melkveehouderij (-8% van de opbrengstprijz) kan verklaard worden door de manier waarop de kosten berekend worden. In de landbouwsector worden de kosten van eigen arbeid en kapitaal ook van de opbrengsten afgetrokken. Het gaat daarbij echter niet om uitgaven. De kasstroom (inkomsten min uitgaven) is nog altijd positief.

Afspraken vergoedingen verduurzaming hebben een kortere termijn dan nodige langetermijninvesteringen

De vergoeding voor On the way to PlanetProof-melk schiet volgens melkveehouders en de industrie tekort. De vergoedingen zijn niet stabiel, maar marktafhankelijk, en zijn niet volledig transparant. Er bestaat een spanning tussen het langetermijnkarakter van investeringen in duurzaamheid en de kortetermijnprijsfluctuaties voor vooral anderszins duurzame melk. De kosten van certificering zijn hoog.

3.5 Winst op varkensvlees nam in 2024 af in gehele keten

De varkenshouderij is de grootste producent van vlees in Nederland en varkensvlees is ook het meest gekochte vlees in Nederland. De Nederlandse varkensvleesketen is weliswaar gericht op de export, maar is ook verweven met de varkensvleesketen in België en Duitsland. Er vindt over en weer export plaats. De varkensvleesketen bestaat uit meerdere lagen. In de landbouw worden biggen geproduceerd en vervolgens gemest. In de industrie worden varkens geslacht en in delen gesneden. Voor supermarkten wordt het vlees uitgesneden en verpakt en soms ook bewerkt (paneren en dergelijke). De biologische varkensproductie is klein. Negentig procent van het varkensvlees dat aan Nederlandse supermarkten wordt verkocht, wordt onder het Beter Leven 1-ster-keurmerk aan Nederlandse supermarkten verkocht.

Keten voor varkensvlees draaide in 2024 gemiddeld quitte

De varkenshouderij speelde bij benadering quitte op vleesvarkens in 2024 (Tabel 3.5). Voor de biologische varkenshouderij zijn er te weinig gegevens om te publiceren. In 2023 werd er verlies geleden op biologisch varkensvlees. De winst daalde voor producenten van anderszins duurzame (Beter Leven-) vleesvarkens en steeg voor producenten van reguliere vleesvarkens. Producenten van Beter Leven 1-ster-vleesvarkens behalen wel een meerwinst in vergelijking met producenten van reguliere vleesvarkens. In 2021, 2022 en

⁶ Het aandeel reguliere melk in de landbouw is groter omdat er ook andere zuivelproducten geproduceerd worden, vooral voor de exportmarkt.

2025 waren de winstmarges in de varkenshouderij negatief vanwege verstoringen in de slachtcapaciteit, afzet en handel en de wereldwijde verspreiding van de Afrikaanse varkenspest.

In de biologische keten lijden supermarkten en de varkensvleesindustrie beiden verlies. Voor anderszins duurzaam en regulier varkensvlees worden in de gehele keten lage winstmarges behaald. Voor regulier varkensvlees wordt in de schakel industrie zelfs verlies geleden.

Tabel 3.5 Nettomarges in varkensvleesketen in 2024

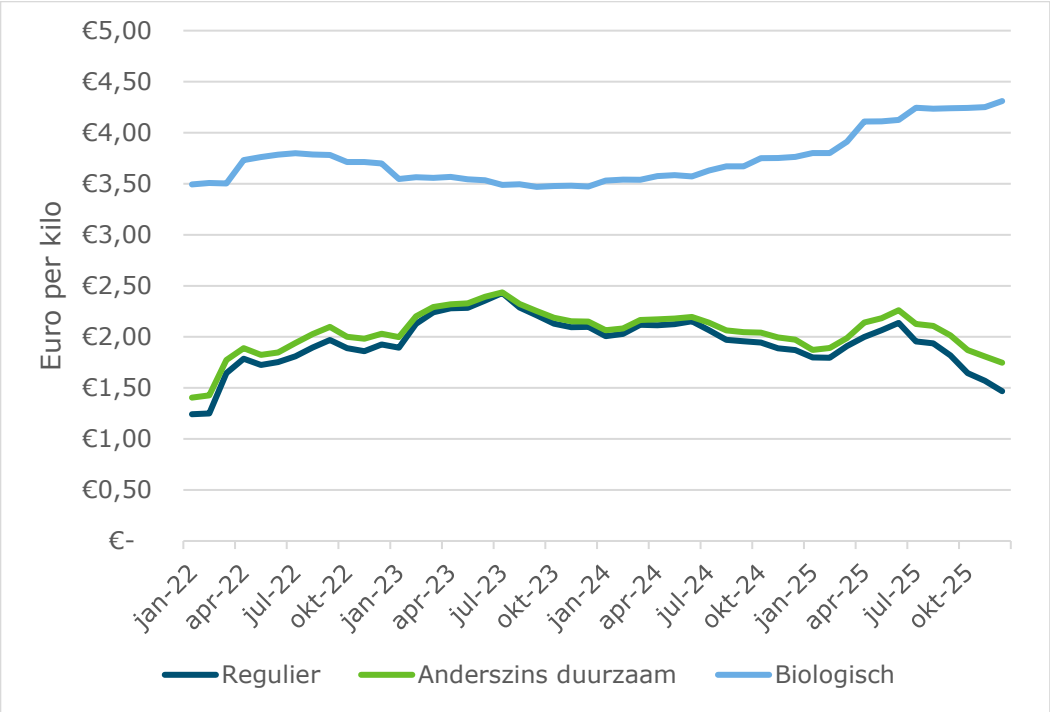
Ketenschakel	Regulier	Anderszins duurzaam	Biologisch
	Winst 2024	Winst 2024	Winst 2024
		Meerwinst t.o.v. regulier 2024	Meerwinst t.o.v. regulier 2024
Landbouw	0	0	nb
Industrie	-	0	-
Supermarkt	0	0	-

Winst en meerwinst: - negatief; 0 nul; + positief

Af-boerderijprijzen voor biologische varkens nemen toe; die voor niet-biologische varkens nemen af

De prijs van biologisch varkensvlees ligt door strengere welzijnseisen, minder schaalvoordelen en een hogere voerconversie⁷ boven de prijs van regulier en anderszins duurzaam varkensvlees. Biologisch varkensvlees vereist meer ruimte in de stal per varken, uitlooptmogelijkheden en strooisel. Dit leidt tot hogere afschrijvings- en arbeidskosten. Voerkosten zijn de grootste kostenpost (60-70%) in de vleesvarkenshouderij. De prijs voor anderszins duurzaam varkensvlees lag in 2022 en 2025 net boven die voor regulier varkensvlees.

Sinds juli 2023 daalt de af-boerderijprijs van niet-biologisch varkensvlees, terwijl de prijs van biologisch varkensvlees toeneemt. Hierdoor verslechterde de winstmarge op primaire bedrijven, ondanks de daling van de voer- en biggenkosten.



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

Figuur 3.5 Af-boerderijprijzen varkens, in euro per kg (2022-2025).

⁷ De hoeveelheid voer die nodig is om een dier een kilo in gewicht te laten toenemen.

In Nederland neemt de kloof tussen de af-boerderijprijs en de consumentenprijs voor alle varianten toe. De af-boerderijprijs daalt en de consumentenprijs stijgt, ook gecorrigeerd voor inflatie. De exportgeoriënteerde keten voor regulier varkensvlees volgt ontwikkelingen op internationale markten. Handelsrestricties en fluctuaties in vraag en aanbod kunnen de prijzen sterk laten fluctueren. In de keten voor duurzaam varkensvlees komen meer vaste ketenprijzen voor.

Meerprijzen groter dan meerkosten voor Beter Leven 1-ster-varkensvlees in landbouw en industrie; meerprijzen kleiner dan meerkosten voor biologisch varkensvlees in industrie en supermarkt

Consumenten betalen een meerprijs voor biologisch en Beter Leven 1-ster-varkensvlees. Voor biologisch varkensvlees bestaat er weliswaar een substantiële meerprijs, maar het assortiment en de vraag zijn te klein om het winkelschap te laten renderen. De consumentenvraag is mede klein omdat biologisch varkensvlees in de supermarkt 80% duurder is en omdat er geen compleet assortiment biologisch varkensvlees aangeboden wordt. De kleine vraag maakt de kans op productderving groter. Er zijn supermarkten die biologisch varkensvlees uit het schap nemen. Voor Beter Leven 1-ster-varkensvlees zijn afspraken gemaakt over de vergoeding van de meerkosten door slachterijen, maar er bestaat volgens de geïnterviewden wel onzekerheid over de vergoeding van de meerkosten. Veel biologische varkenshouders gaven in het online onderzoek aan dat de meerkosten volledig of meer dan volledig vergoed werden, al zijn er natuurlijk ook boeren die een andere mening toegedaan zijn (zie ook § 4.2).

Knelpunt: onzekerheid over vergoedingen voor verduurzaming voor varkenshouders

In de interviews kwam naar voren dat er geen stabiel en uniform verdienmodel voor verduurzaming is in de varkenshouderij, terwijl de meerkosten aanzienlijk zijn. Er bestaat ook onduidelijkheid over de meerkosten. Er zijn verschillende kostprijsberekeningen in omloop die tot verschillende resultaten komen. Afgezien van de kosten is ook de marktvraag een factor van belang. Als de marktvraag voor duurzaam varkensvlees daalt, wordt het vlees tegen lagere prijzen verkocht, als zijnde regulier varkensvlees. Dit leidt tot een daling van de gemiddelde opbrengsten. Er zijn ook onderdelen van anderszins duurzame en biologische varkens die als regulier vlees in het buitenland afgezet worden.

3.6 Biologische vollegrondsgroenteteelt verliesgevend; niet-biologische teelt winstgevend

Vollegrondsgroente wordt geteeld in de akkerbouw en de tuinbouw. In de akkerbouw is het teeltproces gemechaniseerd; in de tuinbouw wordt relatief veel handarbeid gebruikt. Er wordt een grote variëteit aan gewassen geproduceerd. Deze worden onbewerkt en bewerkt als versproduct afgezet of verwerkt en als conserven of diepvriesproduct verkocht. Anderszins duurzame en reguliere groenten worden in deze paragraaf samengenomen omdat veel supermarktketens dit onderscheid niet aan konden brengen voor verse producten en omdat er slechts één leverancier is van anderszins duurzame verwerkte producten. Bijlage 2 bevat een aparte analyse voor sperziebonen.

Groothandel en industrie speelden quitte of maakten winst in 2024 op alle varianten; supermarkten leden verlies op biologische vollegrondsgroente

Voor dit onderzoek zijn gegevens verzameld met betrekking tot sperziebonen, rode kool en bos- en waspeen. Gemiddeld genomen maakten reguliere bedrijven in de landbouw in 2024 winst op vollegrondsgroente, maar biologische bedrijven niet. Dit verschil is ook statistisch significant.

De nettomarges van groothandelaren en snijderijen waren relatief laag in 2024; de nettomarge van de verwerkende industrie was relatief hoog. Supermarkten maakten in 2024 verlies op niet-biologische vollegrondsgroente voor alle vormen van bewerking, en relatief veel winst op biologische bewerkte producten.

Tabel 3.6 *Nettomarges voor onbewerkte, bewerkte en verwerkte vollegrondsgroente (2024)*

Ketenschakel 	Onbewerkt		Bewerkt		Verwerkt	
	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch
Landbouw	+	-	+	-	+	-
Groothandel en industrie	+	0	+	+	+	+
Supermarkt	-	0	-	+	-	0

Winst en: - negatief; 0 nul; + positief

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

Ontwikkelingen prijzen, kosten en marges afhankelijk van oogst, seizoen, derving en aantal concurrenten

Voor versproducten hebben productie en prijzen een seizoenspatroon waarbij de Nederlandse productie groot is en de prijzen in de keten laag zijn tijdens het oogstseizoen (april tot en met oktober) en hoog tijdens het importseizoen (november tot en met maart). Voor bewerkte en verwerkte producten geldt dat consumentenprijzen en de prijzen af industrie en af groothandel niet fluctueren gedurende het jaar. Voor bewerkte en verwerkte producten worden jaarcontracten afgesloten waarin de verkoopprijzen vastgelegd worden. Winstmarges op sperziebonen en bewerkte groenten zijn laag in de supermarkt wegens derving, behalve op biologische bewerkte producten, omdat de betalingsbereidheid van de consument hier groot is. De groothandel in vollegrondsgroente behaalt positieve winstmarges omdat het aantal aanbieders klein is en deels gespecialiseerd in enkele soorten groente. Voor de industrie geldt dat er A-merkproducenten zijn, dat wil zeggen producenten met een goede reputatie, een grote naamsbekendheid en een hoge kwaliteit.

Meerprijzen afhankelijk van meerkosten

Consumenten betaalden in 2024 meer voor biologische producten, bewerkte producten en bij rode kool en bos- en waspeen ook voor verwerkte producten. De prijspremies voor biologische productie, bewerking of verwerking verschillen per product. De prijspremies zijn vooral het gevolg van een verschil in kosten. Op biologische bewerkte producten realiseren supermarkten relatief hoge winstmarges. Dit hangt samen met het gegeven dat het nicheproducten zijn die in kleine hoeveelheden tegen hoge prijzen verkocht worden.

Vergoeding voor On the way to PlanetProof-producten knelpunt

In tegenstelling tot bij Beter voor Natuur & Boer wordt bij On the way to PlanetProof de vergoeding van de meerkosten niet apart geadministreerd en is het op de eindafrekening die boeren ontvangen niet duidelijk of de uitbetaalprijs een vergoeding voor het duurzaamheidsprogramma omvat. Productie en verkoop kunnen tegenvallen door een verbod op gewasbeschermingsmiddelen en derving bij supermarkten. De veelheid aan keurmerken leidt ertoe dat boeren veel tijd en kosten kwijt zijn aan vaak vergelijkbare keurmerken. De opbrengstprijzen schommelen vanwege schommelingen in het areaal. Nederlandse telers zijn van mening dat er voor hen strengere duurzaamheidseisen gelden dan voor buitenlandse telers.

4 Algemene resultaten

Dit hoofdstuk zoomt in op een aantal afzonderlijke thema's die in de vorige edities van de monitor geen of minder aandacht kregen, maar wel enige verdieping rechtvaardigen. Paragraaf 4.1 gaat in op de vraag of de verschillen in kosten en opbrengsten tussen de productvarianten statistisch significant zijn of dat zij binnen de foutenmarge vallen. Paragraaf 4.2 gaat in op de percepties die boeren hebben ten aanzien van prijsvorming in relatie tot duurzaamheid. Deze paragraaf maakt o.a. een onderscheid tussen boeren met en zonder duurzaamheidskeurmerk en gaat in op de overwegingen van boeren om al dan niet een buitenlands keurmerk te voeren. Paragraaf 4.3 vergelijkt de inkooprijzen van geïmporteerde producten versus die van Nederlandse producten. Paragraaf 4.4 analyseert eventuele verschillen in verkoopprijzen en nettomarges bij verkoop in Nederland versus verkoop in het buitenland. Paragraaf 4.5 analyseert de ontwikkeling van voedselprijzen in de periode 2021-2025 tegen de achtergrond van de inflatie. Paragraaf 4.6 gaat in op de rol van supermarkten, horeca en de consument bij verduurzaming.

4.1 Biologische productie heeft significant lagere rentabiliteit; anderszins duurzame productie van melk en varkens heeft significant hogere rentabiliteit

In de Agro-Nutri Monitor van 2025 is geconstateerd dat de rentabiliteit in de biologische landbouw relatief laag is. In de huidige monitor is dit nader onderzocht. Tabel 4.1 gaat na of er significante verschillen zijn in de rentabiliteit van diverse keurmerken in de landbouwsector. Dit wordt gedaan voor een variabele die de verhouding aangeeft tussen opbrengsten en kosten. Als de verhouding tussen opbrengsten en kosten gemiddeld hoger is voor variant A dan voor variant B, dan wordt er op variant A gemiddeld meer winst gemaakt.

Gemiddeld verkochten reguliere melkveehouderijen in de periode 2022-2024 voor € 103 aan melk en andere producten voor elke € 100 aan kosten, en On the way to PlanetProof-bedrijven € 108,4 op elke € 100 kosten. Biologische bedrijven leden een verlies van € 6,6 op elke € 100 aan kosten. Tabel 4.1 geeft ook de standaardafwijkingen weer van de verhouding tussen kosten en opbrengsten.

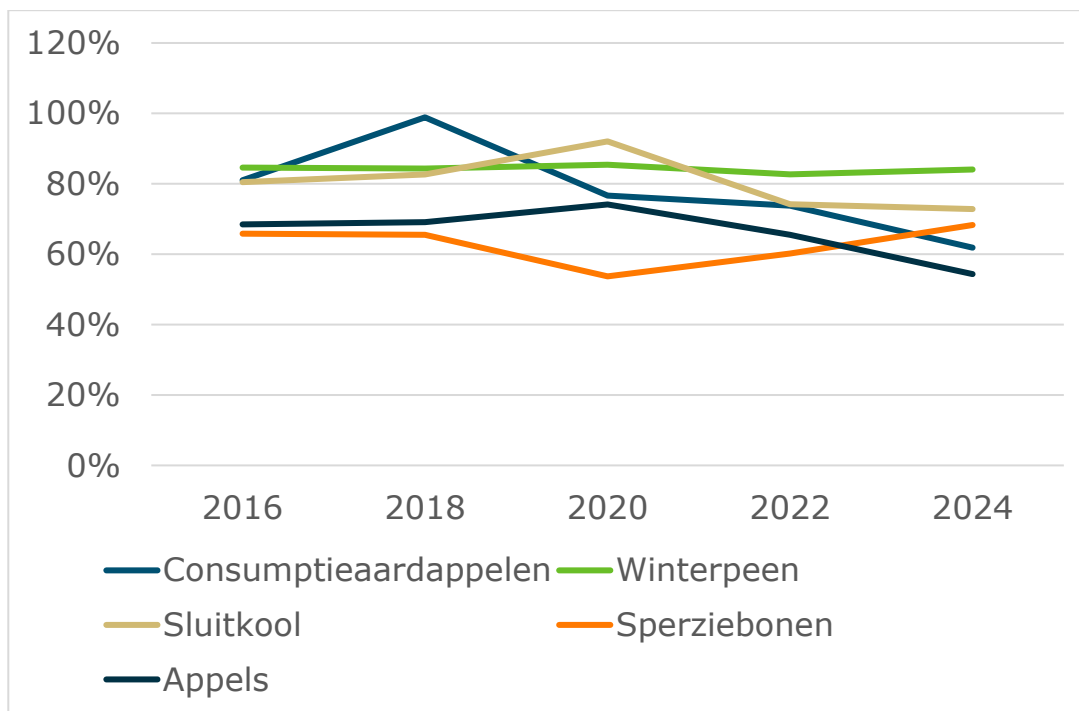
Voor de verhouding tussen kosten en opbrengsten is nagegaan of er een statistisch significant verschil bestaat tussen de duurzaamheidsvarianten. De gemiddelde opbrengst-kostenverhouding van de duurzame varianten is hiertoe vergeleken met die van de reguliere variant. Voor de biologische variant geldt dat de opbrengst-kostenverhouding significant lager is dan voor de reguliere variant voor melk, aardappelen en vollegrondsgroente. Voor vleesvarkens is de opbrengst-kostenverhouding ook lager, maar niet significant. Dit komt door het kleine aantal observaties voor biologische vleesvarkens. Voor On the way to PlanetProof-melk en Beter Leven 1-ster-varkens geldt dat de opbrengst-kostenverhouding significant beter is dan voor de reguliere variant. Bij aardappelen is de opbrengst-kostenverhouding voor On the way to PlanetProof en de reguliere variant nagenoeg gelijk.

De variantie in de kosten-opbrengstverhouding verschilt niet tussen de duurzaamheidsvarianten, behalve bij aardappelen. Dit blijkt uit een eventuele significantie bij de F-test. De variantie in de opbrengst-kostenverhouding is bij biologische aardappelen lager. Deze is dus stabielere dan bij reguliere aardappelen.

Verschillen in rentabiliteit tussen biologische en niet-biologische landbouw hangen samen met productiviteitsverschillen

De prijsvorming van biologische melk ten opzichte van niet-biologische melk wordt bemoeilijkt door verschillen in productiviteit, de melkproductie per koe, en de ontwikkeling hierin. De melkproductie per koe was in 2024 16% lager in de biologische melkveehouderij dan in de niet-biologische melkveehouderij (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2026; cijfers bewerkt door Wageningen Social & Economic Research). De productie per koe in de biologische melkveehouderij groeit ook niet, in tegenstelling tot de productie in de niet-biologische melkveehouderij. Tussen 2015 en 2024 is de biologische productie van melk per koe gedaald met 1 à 2 procent, terwijl de niet-biologische productie van melk per koe is gestegen met 7% (Centraal Bureau voor de Statistiek).⁸ De melkproductie per bedrijf is op biologische bedrijven met 14% toegenomen en op niet-biologische melkveehouderijen met 27%. Deze groei hangt samen met een groei van de veestapel met respectievelijk 15% en 20%. Als er geen productiviteitsgroei plaatsvindt op biologische bedrijven, zal de kloof in de prijzen tussen biologische en niet-biologische producten alleen maar toenemen.

Dit beeld is ook deels zichtbaar in de productie van aardappelen en vollegrondsgroente (Figuur 4.1 en Bijlage 3). De productie per hectare van biologische winterpeen is 15% lager dan die van niet-biologische winterpeen. De productie per hectare van biologische sperziebonen is 30-35% lager dan die van niet-biologische sperziebonen. De productie per hectare in de biologische teelt is in het algemeen 20-40% lager dan in de niet-biologische teelt (Bijlage 2). De gemiddelde productie per hectare van biologische appels, consumptieaardappelen en sluitkool (waaronder rode kool) was in de eerste helft van de jaren 2020 lager dan die van de jaren 2015-2020. De gegevens in Bijlage 1 laten zien dat deze afname samenhangt met het gegeven dat de biologische productie per hectare in een bepaald jaar laag uit kan vallen voor groente en fruit. Voor biologische appels was 2023 een relatief slecht jaar, en voor biologische consumptieaardappelen waren zowel 2023 als 2024 slechte jaren (Bijlage 1). Deze analyse geldt ook voor biologische bloemkool en spruitkool.



Figuur 4.1 Verhouding tussen productie per hectare in de biologische en niet-biologische landbouw, in %, driejaarlijks voortschrijdend gemiddelde (2016-2024). Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

⁸ CBS Landbouwteelt; CBS, Biologische plantaardige en dierlijke productie; nationaal; CBS, Melkaanvoer en zuivelproductie door zuivelfabrieken. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Tabel 4.1 Verschillen in verhouding tussen opbrengsten en kosten (2022-2024)

Statistieken	Melk			Varkens			
	Regulier	PlanetProof	Biologisch	Regulier	Beter Leven	Regulier 2023	Biologisch 2023
Gemiddelde	103,0	108,4	93,4	96,8	101,1	99,8	93,1
Standaardafwijking	18,9	16,5	17,1	13,6	8,8	12,6	12,1
Aantal observaties	739	83	96	145	90	53	10
F-test variantie		0,76	0,82		2,36		0,92
t-test voor gemiddelden		2,51*	-4,76**		-2,96**		-1,57
	Aardappelen			Vollegrondsgroente			
	Regulier	PlanetProof	Biologisch	Regulier			Biologisch
Gemiddelde	117,3	117,0	90,4	134,8			97,4
Standaardafwijking	38,4	30,3	22,2	39,3			24,5
Aantal observaties	295	34	43	92			46
F-test variantie		0,62	0,34**				0,39
t-test voor gemiddelden		-0,03	-6,62**				-6,85**

* significant op 5%; ** significant op 1%
Bron: Bedrijveninformatienet. Berekening: Wageningen Social & Economic Research.

De F-test toetst of de variantie in verhouding tussen kosten en opbrengsten gelijk is voor de productvarianten of significant verschilt. De F-test bepaalt de verhouding tussen de varianties $F = \frac{\text{variantie}_1}{\text{variantie}_2}$. Bij een F-waarde die afwijkt van één is de kans klein (1% of 5%) dat dit door toeval komt. Een kans kleiner dan 5% of 1% wordt als statistisch significant aangeduid. De t-test $t = \frac{\text{gemiddelde}_1 - \text{gemiddelde}_2}{\text{standaardfout}}$ toetst of er significante verschillen zijn in het gemiddelde van de verhouding tussen opbrengsten en kosten tussen productvariant 1 en 2. De t-test bepaalt het verschil in de gemiddelden, gecorrigeerd voor de standaardafwijking. De precieze definitie van de t-test hangt onder andere af van de vraag of de variantie verschilt voor beide productvarianten. Als de t-waarde in absolute zin afwijkt van nul, als de t-waarde in absolute zin 2,5 is of groter, dan is de kans klein (1% of 5%) dat dit door toeval komt. Dan is het verschil significant.

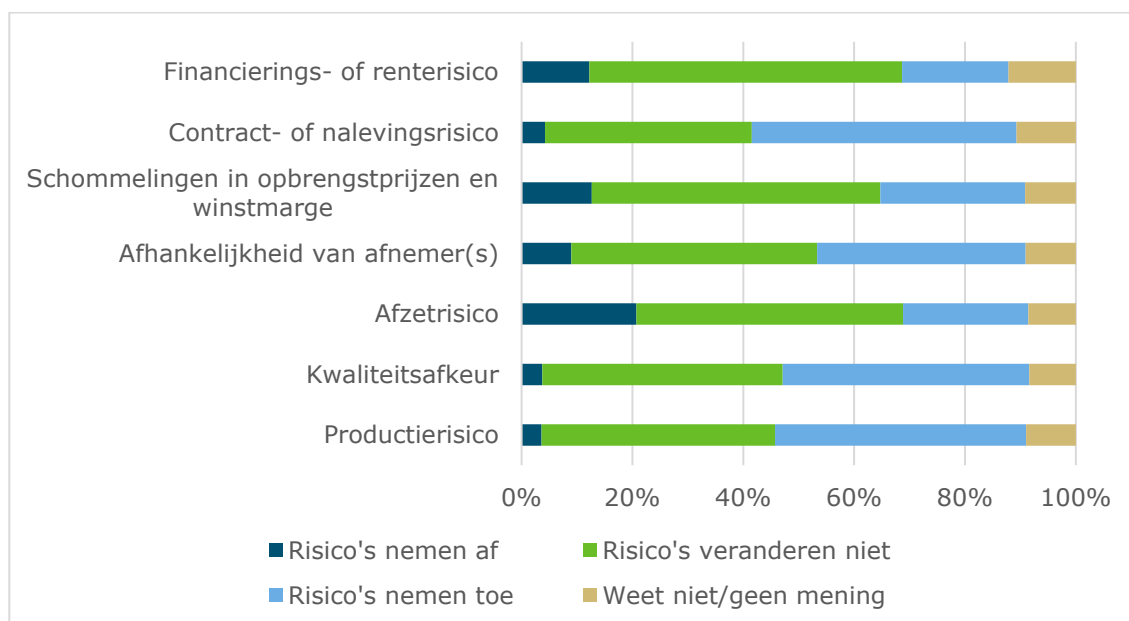
Voor biologische varkens zijn er alleen voldoende waarnemingen beschikbaar over 2023.

4.2 Percepties over verduurzaming

Deze paragraaf gaat in op de percepties die boeren hebben ten aanzien van prijsvorming in relatie tot duurzaamheid. Nieuwe aspecten ten opzichte van de vorige editie van de monitor zijn percepties ten aanzien van risico, de meningen van boeren met en zonder keurmerk, en de keuze voor (of afwijzing van) buitenlandse keurmerken.

Keurmerken zijn risicovol

Boeren zijn van mening dat verduurzaming via keurmerkprogramma's de risico's van bedrijfsvoering eerder doet toenemen dan doet afnemen. De grootste risico's doen zich volgens de respondenten voor bij contracten en naleving, afgekeurde producten vanwege een te lage kwaliteit en productierisico's. Risico's bij contracten en naleving betreffen verplichtingen en sancties. Productierisico's zijn een lagere opbrengst per hectare, uitval en ziekte. De reductie van het aantal gewasbeschermingsmiddelen dat gebruikt mag worden in de plantaardige productie leidt tot een toename van de gepercipieerde risico's. De risico's bij contracten en naleving, afgekeurde producten en productierisico's zijn aan elkaar gerelateerd. De afhankelijkheid van afnemers neemt toe als er een keurmerk gevoerd wordt, maar tegelijkertijd kan het voeren van een keurmerk ook een positieve uitwerking hebben op afzetzekerheid.



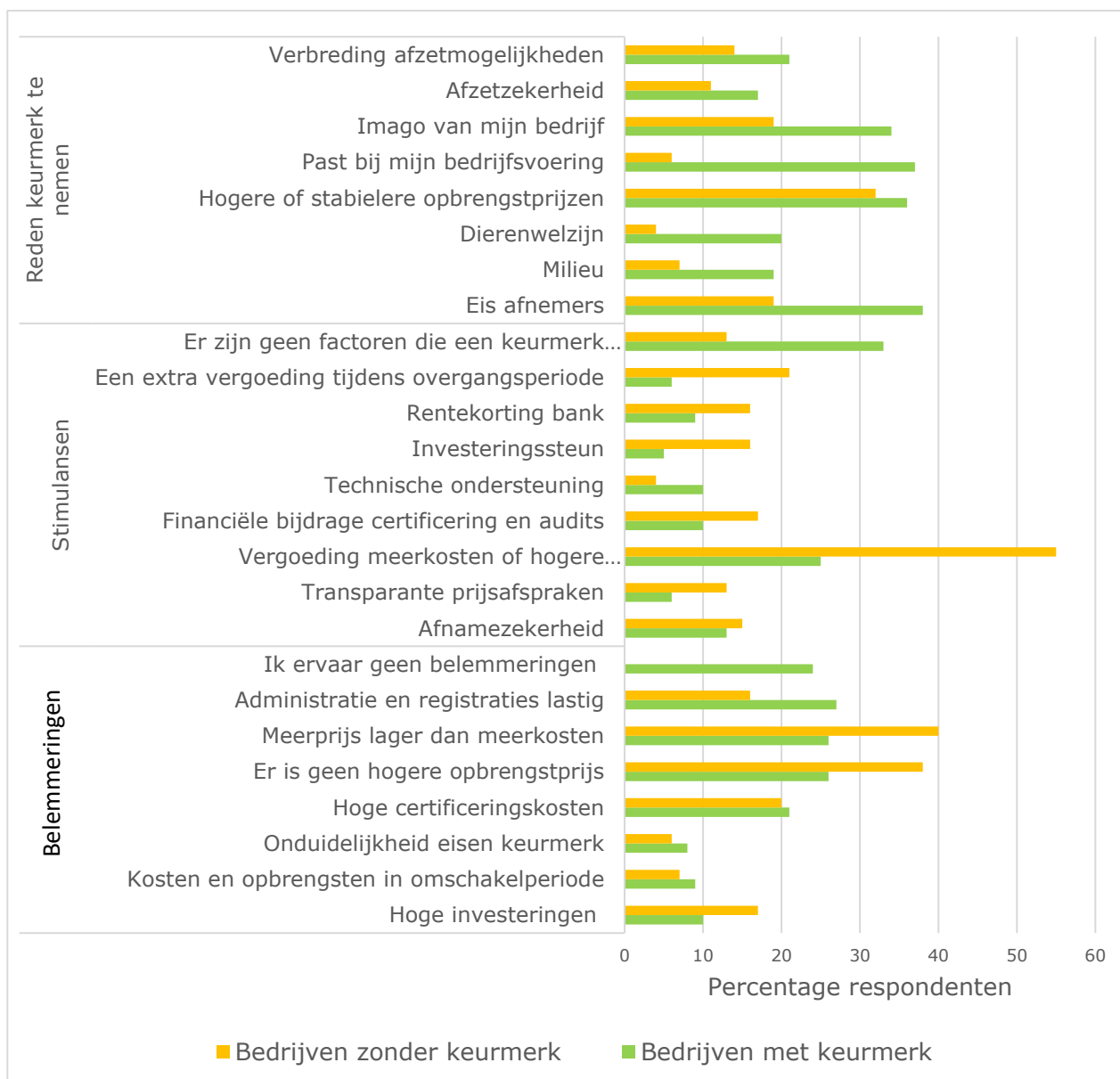
Bron: online onderzoek.

Figuur 4.2 Gepercipieerde risico's van keurmerken (2026) (alle productgroepen, $n = 1.225$).

Vraag in online onderzoek: 'Welke risico's nemen volgens u af en welke risico's nemen volgens u toe door productie onder een keurmerk voor uw product?'

Boeren zonder keurmerk laten zich leiden door financiële overwegingen

Er zijn verschillen in de percepties van boeren met en zonder keurmerk. De keuze voor een keurmerk hangt afgezien van de opbrengstprijz af van een intrinsieke motivatie (dierenwelzijn, milieu) en commerciële afwegingen (imago, wensen afnemers). Voor bedrijven die een keurmerk hebben zijn beide typen overwegingen van groter belang dan voor bedrijven die geen keurmerk voeren. Als het gaat om gepercipieerde belemmeringen en stimulansen, blijkt dat geld een belangrijkere stimulans is voor bedrijven die geen keurmerk voeren dan voor bedrijven die wel een keurmerk voeren. Een hoge opbrengstprijz of een hoge (en transparante) vergoeding van de meerkosten is voor beide groepen een grotere stimulans dan andere financiële prikkels, zoals investeringssteun en een rentekorting door de bank.



Bron: online onderzoek. Berekening: Wageningen Social & Economic Research.

Figuur 4.3 Redenen voor keuze voor keurmerk, stimulansen en belemmeringen (2026).

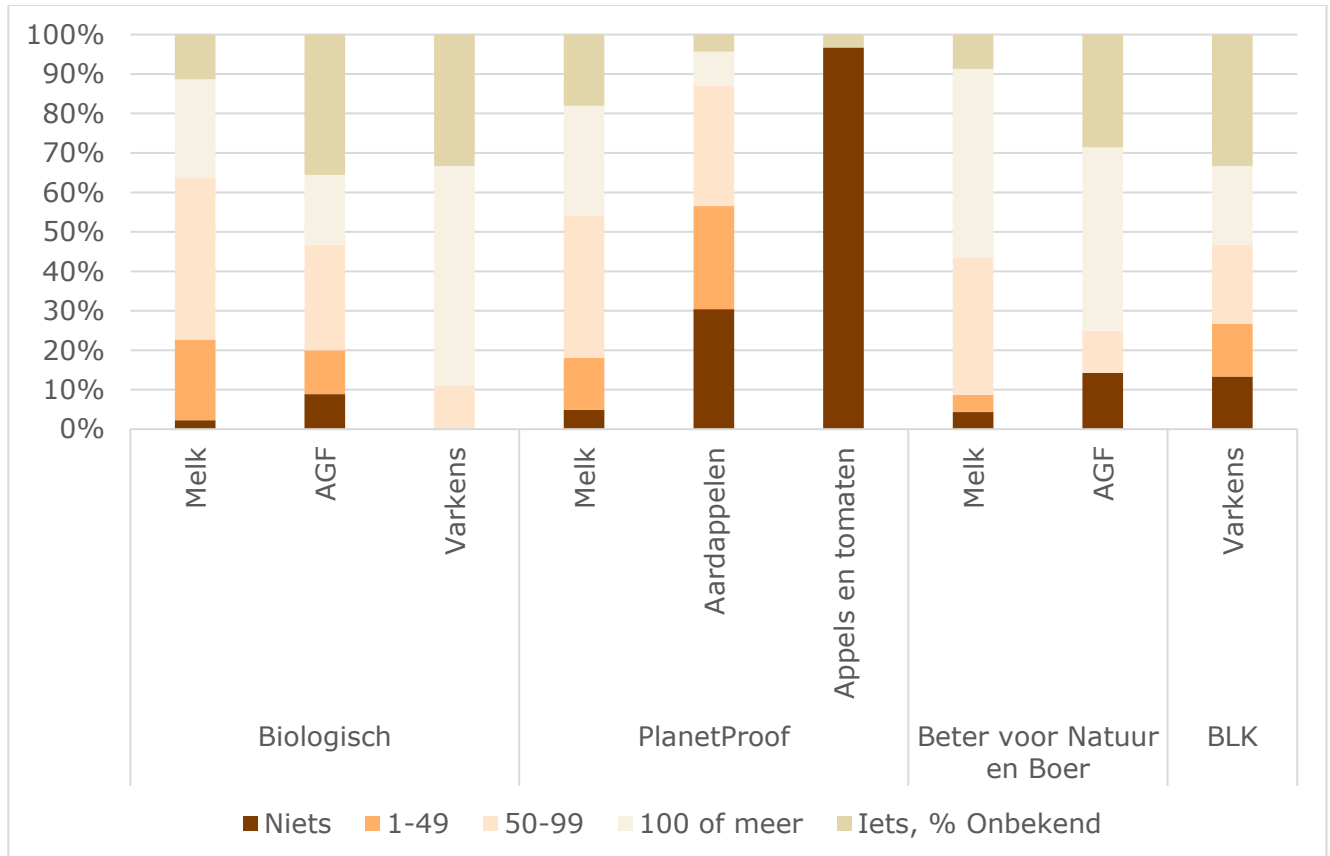
Boeren mochten maximaal vijf belemmeringen, vijf stimulansen en vijf beweegredenen aankruisen. Onder de respondenten bevonden zich 841 bedrijven met keurmerk en 341 bedrijven zonder keurmerk.

Vergoeding meerkosten afhankelijk van duurzaamheidsprogramma

De meeste boeren zijn van mening dat zij een meerprijs krijgen voor de meerkosten die zij maken in een duurzaamheidsprogramma. De uitzondering wordt gevormd door producenten van appels en tomaten in het On the Way to PlanetProof-programma (Figuur 4.4).⁹ Deze zijn bijna allemaal van mening dat zij geen enkele meerprijs ontvangen. Voor alle andere duurzaamheidsprogramma's geldt dat minstens de helft van alle varkensboeren en producenten van aardappelen en groente en fruit zegt 100% van de meerkosten vergoed te krijgen, of zelfs iets daarbovenop krijgen. Van de biologische varkenshouders krijgt 90% naar eigen zeggen minstens de meerkosten voor 100% vergoed. Dat percentage is iets lager bij biologische en On the Way to PlanetProof-melkveehouders (respectievelijk 35% en 45%). Het aandeel boeren dat hooguit de helft van de kosten vergoed krijgt, is maximaal 20% (Figuur 4.4).

⁹ In het online onderzoek is boeren de vraag gesteld of zij voor producten met een keurmerk een hogere prijs ontvangen dan voor een regulier product. Vervolgens werd de vraag gesteld in hoeverre de meerkosten van een duurzaamheidsprogramma door de meerprijs afgedekt worden, met welk percentage.

De beleving van boeren bij de vragen over de verhouding tussen meerkosten en meerprijs hangt samen met de perceptie over de totstandkoming van meerprijzen (online onderzoek). Biologische boeren zijn van mening dat de meerprijs bepaald wordt in onderhandeling met de afnemer of door de markt. Bij het Beter voor Natuur & Boer-programma wordt de meerprijs in onderhandeling tussen afnemer en leverancier bepaald. Volgens de uitkomsten van het online onderzoek bepaalt de afnemer de meerprijs in het On the way to PlanetProof-programma voor AGF-producten en melk. Bij melk is ook de keurmerkorganisatie betrokken bij het bepalen van de meerprijs.



Bron: online onderzoek (2026).

Figuur 4.4 Deel van de meerkosten van het duurzaamheidprogramma dat volgens ondervraagde boeren vergoed wordt.

Eén op zes boeren heeft een buitenlands keurmerk

Bijna 200 van de 1.225 geënquêteerde boeren hadden een buitenlands keurmerk. De belangrijkste redenen om een buitenlands keurmerk te nemen zijn eisen van de klant (11% van de respondenten), hogere opbrengstprijzen (20%), afzetzekerheid (11%) en verbreding van de afzetmogelijkheden (16%). Andere redenen (zoals milieu- of diervriendelijkheid en bedrijfsimago) spelen een veel kleinere rol (minder dan 55 van de respondenten). De meest gekozen keurmerken zijn GlobalGAP (41 antwoorden), bedrijfsprogramma's (25 antwoorden, bijvoorbeeld Tesco, Arla, Nestlé), landspecifieke eisen (13 antwoorden: Verenigde Staten, China, Duitsland) en VLOG¹⁰ (20 antwoorden). In combinatie met onder andere Tesco wordt verwezen naar Tesco Nurture, Q&S, Grasp en Leaf. Andere programma's betreffen biologische landbouw, gmo-vrije landbouw en Naturland.

¹⁰ Gen-tech-vrije melk.

4.3 Import vult binnenlands aanbod aan

Deze paragraaf gaat na wat het belang van importen is voor de toelevering aan Nederlandse voedselketens en hoe de prijzen van geïmporteerde producten zich verhouden tot de prijzen van Nederlandse landbouwproducten. De analyse maakt waar mogelijk een onderscheid tussen verschillende duurzaamheidsvarianten. Er is ook aan supermarkten gevraagd een uitsplitsing te maken naar binnenlandse en buitenlandse leveringen. Voor de meeste supermarktketens was deze vraag niet relevant, omdat zij niet zelf importeerden. Soms was het voor de supermarktketens ook moeilijk om de informatie uit de financiële administratie te halen. De gegevens in deze paragraaf en de volgende paragraaf zijn afkomstig van groothandelaren en de verwerkende industrie.

Tabel 4.2 Sourcing door groothandel en industrie naar product en duurzaamheidsvariant (2025)

Herkomst	Product-variant	Tafel-aard-appelen	Appels	Tomaten	Varkens	Rauwe melk	Kaas	Varkens	Varkens-vlees
Nederland	Biologisch	18%	2%	4%	3%	5%	3%	3%	2%
Nederland	Anderszins duurzaam	59%	40%	73%	25%	29%	2%	25%	66%
Nederland	Regulier	18%	26%	16%	70%	65%	58%	70%	7%
Import	Biologisch	1%	1%	< 1%	-	< 1%	< 1%	-	1%
Import	Overig	4%	31%	7%	2%	1%	38%	2%	24%

'Overig' betreft anderszins duurzaam en regulier. Merk op dat er slechts in beperkte mate anderszins duurzame producten geïmporteerd worden, omdat de keurmerken Nederlandse keurmerken voor de Nederlandse markt zijn.

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

Relatief groot aandeel import bij appels, kaas en varkensvlees

De Nederlandse groothandel en verwerkende industrie kopen voor meer dan 90% Nederlandse landbouwproducten in, met uitzondering van appels, waarvan 32% uit het buitenland komt (Tabel 4.2). Nederland is een netto-importeur van appels. De appelimport is ook groot omdat buitenlandse rassen een aanvulling zijn op het Nederlandse assortiment.

De Nederlandse industrie koopt wel een substantieel deel van de halffabrikatenkaas (38%) en varkensvlees (25%) in het buitenland in. Bij zuivel heeft een substantieel deel van de inkopen in Nederland zelf geen duurzaamheidskeurmerk, omdat de producten uiteindelijk geëxporteerd worden. Voor varkens geldt hetzelfde. Bij varkensvlees is het aandeel anderszins duurzaam groter, omdat dit leveringen betreft van slachterijen aan de overige vleesverwerkers. Het aantal slachterijen is klein door regelgeving ten aanzien van dierenwelzijn en milieubescherming.

Tabel 4.3 Inkooprijzen van groothandel en industrie naar land van herkomst en duurzaamheidsvariant, euro per kg, exclusief btw (2025)

Herkomst-land	Product-variant	Tafel-aard-appelen	Appels	Tomaten	Varkens	Varkens-vlees	Kaas	Melk
Nederland	Biologisch	€ 0,52	€ 2,16	€ 2,47	a)	€ 6,93	€ 7,74	€ 0,70
Nederland	Anderszins duurzaam	€ 0,24	€ 0,65	€ 1,22	a)	€ 3,74	€ 4,90	€ 0,61
Nederland	Regulier	€ 0,22	€ 0,51	€ 0,98	a)	€ 3,28	€ 2,80	€ 0,51
Import	Biologisch	€ 0,77	€ 1,32	€ 2,60	a)	€ 7,04	a)	a)
Import	Overig	€ 0,30	€ 1,25	€ 1,47	a)	€ 3,62	€ 3,37	€ 0,53

'Overig' betreft anderszins duurzaam en regulier. Merk op dat er slechts in beperkte mate anderszins duurzame producten geïmporteerd worden, omdat de keurmerken Nederlandse keurmerken voor de Nederlandse markt zijn.

a) Te weinig gegevens voor publicatie.

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

Importprijzen hoger dan verkoopprijzen Nederlandse landbouw

De inkooprijzen van Nederlandse en geïmporteerde biologische producten kunnen vanwege het beperkte volume alleen met enige voorzichtigheid met elkaar vergeleken worden (Tabel 4.3). De prijzen van geïmporteerde biologische producten zijn doorgaans lager dan die van Nederlandse biologische producten, behalve bij appels. Dit laatste wordt deels verklaard door verschillen in appelrassen. Buitenlandse biologische producten zijn goedkoper en worden mede om deze reden ingekocht. Buitenlandse biologische producten zijn goedkoper dan Nederlandse biologische producten omdat land in het buitenland goedkoper is en de biologische landbouw relatief veel land nodig heeft.

De inkooprijzen van niet-biologische importproducten zijn hoger dan die van Nederlandse reguliere producten. Nederlandse reguliere producten zijn goedkoper. Nederlandse anderszins duurzame zuivel en varkensvlees worden tegen hogere prijzen ingekocht dan niet-biologische importproducten. Nederlandse anderszins duurzame producten ontvangen dus een prijspremie ten opzichte van reguliere importproducten. Nederlandse anderszins duurzame AGF-producten worden op jaarbasis tegen een lagere prijs ingekocht dan niet-biologische importproducten. Dit hangt samen met verschillen in aanbod en prijs gedurende het seizoen.

4.4 Binnenlandse en buitenlandse markten even winstgevend voor verse producten; verschillen bij verwerkte producten

In deze paragraaf wordt de verkoop in Nederland vergeleken met de verkoop in het buitenland door een onderlinge vergelijking van verkoopprijzen en winstgevendheid voor de groothandel en de verwerkende industrie. Voor varkensvlees en kaas wordt hierbij een onderscheid gemaakt tussen verkoop aan supermarkten en verkoop aan de industrie. Consumptiemelk is niet meegenomen in de vergelijking, omdat het nauwelijks geëxporteerd wordt. Voor vollegrondsgroente waren er te weinig waarnemingen voor publicatie van de bevindingen.

Buitenlandse afzet meer dan 50% van de omzet, behalve bij tafelaardappelen en appels

De Nederlandse ketens van tafelaardappelen en appels zijn vooral op de Nederlandse markt gericht. Een vijfde van de tafelaardappelen wordt geëxporteerd en een kwart van de appels. Voor de overige producten (tomaten, varkensvlees en kaas) geldt dat minstens de helft van het aanbod geëxporteerd wordt. Voor varkensvlees geldt dat de verkoop in het buitenland leveringen aan de buitenlandse industrie betreft, en nauwelijks leveringen aan de supermarkt. Voor kaas is het aandeel buitenlandse supermarkten (+35%) in de export groter.

Binnen Nederland is het aandeel anderszins duurzame producten voor appels, tomaten en varkensvlees 90-100%. Bij kaas is dit de helft en bij tafelaardappelen 15%. Bij kaas is de verduurzaming minder gevorderd en bij tafelaardappelen gaat het om importproducten. Geïmporteerde producten hebben meestal geen anderszins duurzaam keurmerk. Bij het halffabrieksvarkensvlees (karkassen en onderdelen) betreft twee derde van de verkoop in Nederland Beter Leven 1-ster-vlees dat door andere vleesverwerkers verder bereid wordt. In het kaassegment vindt nauwelijks verkoop van anderszins duurzame producten aan de Nederlandse industrie plaats.

Het aandeel biologische producten in de totale verkopen is relatief groot voor AGF-producten (5-25%) en relatief klein voor dierlijke producten (0-3%).

Tabel 4.4 Afzetbestemmingen naar product en duurzaamheidsvariant (2025)

Afzetmarkt	Product-variant	Tafelaard-appelen	Appels	Tomaten	Varkens-vlees		Kaas	
					Industrie	Supermarkt	Industrie	Supermarkt
Nederland	Biologisch	16%	2%	3%	1%	< 1%	< 1%	< 1%
Nederland	Anderszins duurzaam	64%	63%	14%	15%	21%	1%	12%
Nederland	Regulier	11%	1%	4%	8%	1%	23%	12%
Nederland	Industrie		5%					
Export	Biologisch	4%	1%	< 1%	2%	< 1%	< 1%	< 1%
Export	Overig	4%	28%	78%	51%	< 1%	33%	19%
Totaal		100%	100%	100%	77%	23%	57%	42%

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

Tabel 4.5 en 4.6 geven informatie over de winstgevendheid van verkoop in het buitenland. Tabel 4.5 is gebaseerd op prijsstatistieken en Tabel 4.6 op de verlies- en winstrekeningen. Die gegevens in beide tabellen zijn niet direct aan elkaar gerelateerd.

Verkoopprijzen anderszins duurzame producten afgezet in Nederland liggen meestal boven verkoopprijzen export

Biologische appels en tomaten worden tegen hogere verkoopprijzen in Nederland verkocht dan in het buitenland. Voor de andere biologische producten hebben de gegevens betrekking op te weinig bedrijven om ze te kunnen publiceren. De verkoopprijzen van anderszins duurzame producten op de Nederlandse markt liggen altijd boven die van niet-biologische (overige) producten, behalve bij varkensvlees, maar daar gaat het om minder dan 1% van de omzet. Dit bevestigt dat export tegen lagere verkoopprijzen plaatsvindt dan verkoop onder een keurmerk in Nederland. Er is geen duidelijk patroon waar te nemen in de vergelijking van de verkoopprijzen van reguliere producten voor de Nederlandse markt en de verkoopprijzen van overige producten voor de exportmarkt. Soms waren ze hoger, en soms lager.

Tabel 4.5 Verkoopprijzen naar land van bestemming en duurzaamheidsvariant, in euro per kg, exclusief btw (2025)

Afzetmarkt	Product-variant	Tafelaard-appelen	Appels		Tomaten	Varkensvlees		Kaas	
			Industrie	Supermarkt		Industrie	Supermarkt	Industrie	Supermarkt
Nederlandse supermarkten	Biologisch	€ 0,80	a)	€ 2,65	€ 3,90	€ 4,40	€ 9,75	a)	a)
Nederlandse supermarkten	Anderszins duurzaam	€ 0,70	€ 0,35	€ 1,30	€ 1,50	€ 2,70	€ 5,80	€ 5,35	€ 8,15
Nederlandse supermarkten	Regulier	€ 0,50	€ 0,30	€ 1,00	€ 1,35	€ 1,65	€ 6,40	€ 5,05	€ 7,30
Export	Biologisch	a)	a)	€ 2,00	€ 2,75	a)	a)	a)	a)
Export	Overig	€ 0,55	a)	€ 1,30	€ 1,15	€ 2,45	€ 6,30	€ 5,25	€ 6,10

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

Binnenlandse en exportmarkt even winstgevend voor AGF; binnenlandse markt winstgevender voor kaas en verwerkte groente, en exportmarkt winstgevender voor varkensvlees

Wat verse producten betreft, zijn verkoop in Nederland en export in het algemeen even winstgevend. Alleen bij biologische tafelaardappelen en onbewerkte vollegrondsgroente was de nettomarge bij de binnenlandse verkoop hoger dan bij verkoop in het buitenland. Bij verwerkte producten zijn er vaker verschillen in de nettomarge bij de verkoop in Nederland versus verkoop in het buitenland. Bij varkens is de verkoop in het buitenland winstgevender. Dit is het enige product waarvoor in 2024 de buitenlandse afzet winstgevender was dan de binnenlandse afzet. Voor kaas en reguliere verwerkte groente is Nederland winstgevender. Dit kan samenhangen met een voorkeur voor Nederlandse producten bij supermarktketens en consumenten, en met de merkpositie van sommige voedselverwerkende bedrijven. Voor kaas vindt wellicht ook een uitruil plaats tussen kaas en consumptiemelk: winst op kaas versus verlies op consumptiemelk.

Tabel 4.6 Winstgevendheid (nettomarge) van de verkoop van consumentenproducten naar land van bestemming en duurzaamheidsvariant (2025)

Afzet-markt	Product-variant	Aard-appelen	Appels	Tomaten	Onbewerkte verse groente	Bewerkte verse groente	Varkens Vlees a)	Kaas	Verwerkte groente
Nederland	Biologisch	-4%	1%	0%	1%	4%	1%	b)	15%
	Regulier	6%	3%	1%	5%	3%	-1%	7%	8%
Export	Biologisch	-8%	0%	1%	b)	b)	1%	b)	b)
	Overig	4%	3%	2%	-1%	2%	2%	3%	1%

a) Voor varkens betreft het de verkoop van intermediaire producten.
b) Vertrouwelijk.
c) Als de nettomarge meer dan 2% hoger is bij verkoop in het buitenland in plaats van Nederland is het blokje groen gekleurd. Als de nettomarge meer dan 2% lager is bij verkoop in het buitenland in plaats van Nederland is het blokje oranje gekleurd.
Bron: informatie van bedrijven. Berekening: Wageningen Social & Economic Research.

4.5 Reële voedselprijzen gedaald

In 2022 liepen de prijzen van energie en voedsel wereldwijd op kort voor en na de inval van Rusland in Oekraïne. In 2026 zijn de prijzen van energie wederom toegenomen als gevolg van de oorlog tussen Israël, de Verenigde Staten en Iran en de oorlog in het Midden-Oosten. Het algemene beeld is dat voedselprijzen bijgedragen hebben aan de inflatie in Nederland, maar ook elders in de wereld. In deze paragraaf wordt de prijsontwikkeling van de onderzochte producten vergeleken met het algemene prijspeil voor consumentenproducten door de prijzen van de onderzochte producten te corrigeren voor inflatie. Door de echte (nominale) prijzen te corrigeren voor inflatie worden de zogenaamde reële prijzen bepaald.

4.5.1 Reële consumentenprijzen voedsel gedaald met varkensvlees als grootste uitzondering

Kort voor de inval van Rusland in Oekraïne liep de inflatie in Nederland op. De prijzen van energie, agrarische grondstoffen en voedingsproducten werden als aanjager van de inflatie aangewezen. In de periode 2021-2025 bedroeg de inflatie in Nederland 22% (cumulatief). De grootste prijsstijging deed zich voor in 2022 (+10%). Tabel 4.7 laat zien dat de consumentenprijzen over de gehele periode 2021-2025, gecorrigeerd voor inflatie, eerder gedaald zijn dan gestegen. Alleen voor kaas, reguliere tomaten en varkensvlees geldt dat de reële prijzen in 2025 gestegen zijn ten opzichte van 2021. In 2023 waren de consumentenprijzen (gecorrigeerd voor inflatie) voor bijna alle producten gestegen, met uitzondering van appels, biologische tomaten en reguliere tafelaardappelen, maar in 2025 is deze situatie dus gecorrigeerd. De reële consumentenprijzen van voedingsproducten nemen over het algemeen af.

De afzet van biologisch varkensvlees stagneerde in de periode 2021-2025. Dit kan samenhangen met het gegeven dat biologisch varkensvlees steeds duurder wordt ten opzichte van Beter Leven-varkensvlees, maar ook ten opzichte van andere voedingsproducten. Biologisch varkensvlees ligt niet bij alle supermarkten in het schap, en er zijn ook grote supermarktketens die biologisch varkensvlees uit de schappen willen halen.

Tabel 4.7 Consumentenprijsontwikkelingen per product, index gecorrigeerd voor inflatie (2021-2025)

Product	Productvariant	2021	2022	2023	2024	2025
Aardappelen	Biologisch	100%	102%	105%	108%	95%
	Anderszins duurzaam	100%	98%	107%	104%	90%
	Regulier	100%	100%	98%	95%	84%
Appels	Biologisch	100%	91%	82%	93%	92%
	Anderszins duurzaam	100%	83%	79%	87%	84%
	Regulier	100%	84%	83%	86%	90%
Kaas	Biologisch	100%	94%	100%	93%	91%
	Anderszins duurzaam	100%	106%	116%	106%	103%
	Regulier	100%	107%	118%	105%	106%
Melk	Biologisch	100%	103%	106%	96%	97%
	Anderszins duurzaam	100%	106%	107%	95%	93%
Sperziebonen, vers	Regulier	100%	98%	101%	99%	95%
Sperziebonen, verwerkt	Regulier	100%	99%	106%	96%	96%
Tomaten	Biologisch	100%	92%	85%	92%	89%
	Regulier	100%	107%	104%	115%	102%
Varkensvlees	Biologisch	100%	111%	116%	113%	118%
	Anderszins duurzaam	100%	100%	105%	103%	106%

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

4.5.2 Prijspremies voor biologische producten 18-25%, voor varkensvlees zelfs 63%

De prijspremie voor duurzame producten ten opzichte van de reguliere varianten loopt op tot bijna 90% voor varkensvlees als alle producten meegenomen worden om de gemiddelde prijs te bepalen (eenheidswaarde in Tabel 4.8). Een deel van het prijsverschil tussen biologische en niet-biologische producten kan verklaard worden door verschillen in de productsamenstelling van het biologische assortiment versus het reguliere assortiment. Vaste wegingsprijzen vergelijken groepen homogene producten, die bijvoorbeeld qua verpakkingshoeveelheid met elkaar overeenkomen. Voor aardappelen gaat het daarbij om verpakte vastkokende aardappelen (zakken van 2-3 kg of 3-4 kg). Eenheidswaarden houden geen rekening met kwaliteitsverschillen binnen een product: varkensvlees in de zomer (barbecueseizoen) is gelijk aan varkensvlees in december (Kerstmis).

Als de prijsverschillen voor vergelijkbare producten bepaald worden, is de prijspremie voor biologische producten 25% lager dan voor de referentieproductvariant, behalve bij biologische melk, waar het prijsverschil voor alle producten tezamen beperkt is. De prijspremie is dus lager als vergelijkbare producten met elkaar vergeleken worden. Hier staat tegenover dat vaste wegingsprijzen een deel van de markt wegdefinieren. De goedkope varianten zijn wel degelijk op de markt en bepalen mede de prijsconcurrentie. Alleen voor biologisch varkensvlees geldt dat de prijspremie voor vergelijkbare producten hoog blijft. De prijspremie is vergeleken voor relatief goedkope varkensvleesproducten zoals spek, slavinken, gehakt, worst en schouderkarbonades.

Tabel 4.8 Prijspremies (consumentenprijzen) voor biologische producten in supermarkt ten opzichte van referentieproducten in eenheidswaarden (unit values) en vaste wegingsprijzen (2025)

Product	Productvariant	Referentievariant	Eenheidswaarden	Vaste wegingsprijzen
Aardappelen	Biologisch	Regulier	43%	18%
Kaas	Biologisch	Regulier	44%	18%
Melk	Biologisch	Anderszins duurzaam	29%	25%
Varkensvlees	Biologisch	Anderszins duurzaam	88%	63%

Voor aardappelen is de vaste wegingsprijs bepaald voor verpakte vastkokende aardappelen van 2-3 kg en 3-4 kg. Voor kaas betreft het jonge kaas (gesneden, 150-300 gram), jongbelegen kaas (gesneden, 150-300 gram) en jongbelegen kaas (stuk, 300-500 gram). Voor melk betreft het volle melk (1 liter), karnemelk (1 liter), halfvolle melk (1 liter) en halfvolle melk (1 liter). Voor varkensvlees gaat het om half-om-half gehakt (200-350 gram), speklap (200-350 gram), overig spek (0-350 gram), slavinck (0-200 gram), schouderkarbonade (350-500 gram) en losse worst (0-200 gram). Als voorbeeld: voor aardappelen zijn biologische producten 44% duurder dan reguliere producten (referentie) als alle producten meegenomen worden, en 18% duurder als alleen vergelijkbare producten met elkaar vergeleken worden.

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek.

4.6 Supermarkten en horeca kunnen verduurzaming stimuleren

Supermarkten spelen een centrale rol in de keten

Supermarktketens spelen een centrale en sturende rol in de verduurzaming van de voedselketen, met name richting leveranciers en primaire producenten. Uit de interviews blijkt dat zij via keurmerken, contractafspraken en ketenprogramma's actief invloed uitoefenen op productiewijzen en duurzaamheidseisen. Dit gebeurt onder andere op aandrang van ngo's.

Allereerst fungeren supermarkten als poortwachter van duurzaamheidsstandaarden. Door minimumeisen te stellen voor afzet in de vorm van keurmerken als Beter Leven 1 ster, On the way to PlanetProof en Beter voor Natuur & Boer en door biologische producten in het assortiment op te nemen bepalen zij in hoge mate aan welke voorwaarden leveranciers en boeren moeten voldoen om toegang tot het schap te krijgen. Via deze duurzaamheidscertificeringen worden afspraken over dierenwelzijn, milieu-impact en/of het verdienvermogen van boeren vastgelegd en worden deze afspraken extern gecontroleerd. Supermarktorganisaties gebruiken (top)keurmerken als een praktische en schaalbare manier om duurzaamheidseisen in de gehele keten door te voeren.

Vaak organiseren supermarkten de keten via langdurige samenwerkingen en contracten. Hierbij worden meerjarige contracten afgesloten met leveranciers, waardoor investeringen in verduurzaming voor producenten minder risicovol worden. Onderdelen van deze meerjarige contracten zijn bijvoorbeeld afnamegaranties en volumeafspraken, zodat boeren weten waar ze op kunnen rekenen. Prijzen worden vaak op regelmatige basis opnieuw afgesproken, omdat seizoens-, weers- en marktomstandigheden hierbij een belangrijke rol spelen. Tegelijkertijd sturen supermarkten indirect op productie door hun vraag en assortimentssamenstelling, bijvoorbeeld door het uitbreiden van het aantal biologische of anderszins duurzaam gecertificeerde producten.

Op financieel vlak spelen supermarkten eveneens een belangrijke rol, maar deze rol is complex. De meerkosten van verduurzaming ontstaan vooral bij boeren en telers, en in veel gevallen is er geen direct contact tussen de supermarkten en de boer. De inkoop verloopt via telersverenigingen, coöperaties, groothandels en/of voedselverwerkers. Hierdoor kan er discussie ontstaan over de uitbetaling van de meerprijs. Stichting Milieukeur (SMK) erkent dit en heeft een gedetailleerde duurzaamheidsvergoeding uitgewerkt op basis van meerkosten per gewas. Veel supermarkten geven aan deze vergoeding te betalen (al dan niet als aparte vergoeding of onderdeel van de inkoopprijs), maar transparantie stopt verderop in de keten. De administratieve organisatie (boekhouding) is er niet bij alle bedrijven op ingericht om de duurzaamheidsvergoeding separaat te administreren. De fragmentatie van de keten maakt doorgeleiding van vergoedingen moeilijk zichtbaar. Groothandels, coöperaties en/of telersverenigingen zouden de meerprijs op een transparante manier moeten doorgeven aan de primaire producenten, maar dit blijkt in de praktijk vaak lastig. De Stichting Beter voor Natuur & Boer betaalt boeren achteraf direct uit, in plaats van de betaling via een keten aan bedrijven te laten verlopen.

Supermarktorganisaties geven aan dat zij de hogere inkooprijzen als gevolg van de meerprijs in veel gevallen niet (volledig) kunnen doorberekenen aan de consument, waardoor hun marges onder druk staan. Dit toont aan dat de invloed van de supermarktketens ook beperkingen kent. Zij zijn mede afhankelijk van consumentengedrag, internationale markten en sectorbrede samenwerking.

Supermarkten stimuleren consumenten tot duurzamer aankoopgedrag

Consumenten kopen ongeveer twee derde van al hun eten in de supermarkt en nemen aankoopbeslissingen veelal op basis van onbewust en routinematig gedrag. Slechts een klein deel van deze keuzes is het resultaat van actieve informatieverwerking. In de praktijk spelen gewoonten, tijdsdruk en de inrichting van de winkel een dominante rol. Factoren zoals schapindeling, zichtbaarheid op ooghoogte, promoties en de herkenbaarheid van huismerken beïnvloeden het koopgedrag sterk, vaak zonder dat de consument zich hiervan bewust is. Dit betekent dat supermarkten een belangrijke rol spelen in het stimuleren van duurzaam aankoopgedrag door de consument. Hiervoor zijn verschillende strategieën mogelijk, die hieronder worden toegelicht.

Supermarkten kunnen het aanbod van duurzame voedingsmiddelen vergroten door aanpassing van het assortiment

Zo kunnen supermarkten bijvoorbeeld hun biologische assortiment uitbreiden door te besluiten hun reguliere huismerkproducten te vervangen door duurzamere varianten of meer biologische niet-huismerkproducten in te kopen. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen het verbreden (meer biologische varianten per productcategorie) en verdiepen (uitbreiding naar nieuwe categorieën) van het biologische assortiment. In de afgelopen vijf jaar hebben de meeste (grote) Nederlandse supermarktketens deze strategie toegepast en is het aanbod van biologische producten uitgebreid. Een aantal supermarkten is zelfs verder gegaan door de 'vervangingsstrategie' toe te passen, waarbij voor een bepaalde productcategorie de reguliere variant volledig vervangen wordt door een duurzamere variant, zoals On the Way to PlanetProof, Beter Voor Natuur & Boer of biologisch. Soms wordt dit product voor dezelfde prijs als de reguliere variant aangeboden. Recentelijk zien we echter ook dat deze vervangingsstrategie lastig vol te houden is als de markt niet volgt. Zo verscheen in De Boerderij (mei 2026) een artikel over dagverse zuivel onder PLUS-huismerk, dat niet langer standaard biologisch aangeboden wordt. Er wordt een huismerkzuivelvariant onder het On the Way to PlanetProof-keurmerk naast geplaatst om 'marktconform' te blijven, aldus de supermarktketen. De hoop was dat andere supermarktketens zouden volgen, maar dat is niet gebeurd, en gezien de uitdagende economische tijd voor veel huishoudens ziet PLUS zich genoodzaakt om een goedkopere variant naast de biologische te plaatsen (De Boerderij, mei 2026).

Een andere strategie die supermarkten kunnen toepassen om duurzaam aankoopgedrag te stimuleren is het aanpassen van prijsbeleid en promoties

Supermarktketens geven in de interviews aan dat zij niet altijd de hogere kosten voor duurzamere producten doorberekenen in de verkoopprijs, maar in sommige gevallen de kosten (deels) voor eigen rekening nemen om de prijs voor de consument acceptabel te houden en het prijsverschil ten opzichte van de reguliere en/of anderszins duurzame variant niet te groot te maken (zie ook Bunte *et al.*, 2025). Een voorbeeld van aanpassing van het prijsbeleid is het (betaalde) premiumabonnement van Albert Heijn, waarmee klanten standaard 10% korting op biologische en Terra-producten ontvangen. Uit het voorbeeld van PLUS (zoals hierboven vermeld) blijkt dat prijsbeleid inzetten voor verduurzaming een lastige strategie kan zijn. Uit de Superlijst Groen 2025 (Question Mark, 2025) blijkt dat supermarkten promoties ook in toenemende mate inzetten om duurzamere keuzes te stimuleren, bijvoorbeeld door het beperken van vleesaanbiedingen, het promoten van plantaardige producten en het verkleinen van prijsverschillen met vlees. Tegelijkertijd bestaat het merendeel van de promoties nog steeds uit producten die in de basis minder duurzaam zijn doordat zij een hogere impact hebben op het milieu, zoals vlees en zuivel. Question Mark (2025) constateert dat de inzet van promoties voor verduurzaming vooral incidenteel en onvoldoende is om daadwerkelijk een structurele verschuiving in consumptie te realiseren.

Een derde strategie is *nudging* en het aanpassen van de winkelrichting of online winkelomgeving

Zo kunnen duurzame(re) artikelen op ooghoogte geplaatst worden of in een apart schap worden gepresenteerd in de winkel en online uitgelicht worden. Een andere optie is om alternatieve, duurzamere producten direct naast het reguliere product te plaatsen om zo de consument te verleiden een alternatief te kopen. Een voorbeeld hiervan is de pilot van Lidl, die werd uitgevoerd met behulp van Wageningen University & Research (WUR) en het World Resource Institute (WRI) (RTL Z, 2024). Tijdens een veldexperiment plaatste Lidl in zeventig Nederlandse supermarktwinkels vleesvervangers direct naast vleesproducten in het schap. De belangrijkste resultaten waren dat de aanpassing van de positie in het schap tot een hogere verkoop van vleesvervangers leidde en de verkoop van vleesproducten licht daalde, maar niet significant. Deze resultaten laten zien dat een betere zichtbaarheid op het moment van het primaire beslismoment consumenten kan 'nudgen' richting duurzamere alternatieven. Na afloop van het experiment heeft Lidl de vleesvervangers echter toch uit het schap met vleesproducten gehaald – een beslissing waarvoor het bedrijf geen verklaring heeft gegeven.

Tot slot kunnen kopers geïnformeerd worden door middel van communicatie op labels of schappen

Supermarkten kunnen via duidelijke communicatie in de vorm van een label/keurmerk of communicatie op het schap consumenten stimuleren om duurzamere keuzes te maken. Een vorm van communicatie die nu al veel toegepast wordt, is het gebruik van keurmerken die op de verpakking worden gepresenteerd en op die manier consumenten informeren over de duurzaamheidsspecificaties van het product (dierenwelzijn, milieu en/of sociale duurzaamheid). Daarnaast zijn er ook ontwikkelingen met betrekking tot milieu-impactlabels die over een breder scala van duurzaamheidsaspecten een totaalscore geven over de duurzaamheid van het product. Deze totaalscore wordt vaak aangegeven met een A-E-score, eventueel gecombineerd met een onderscheid in kleuren (zoals nu ook bij de Nutri-Score wordt gedaan). Het effect van dit type labels op het daadwerkelijke aankoopgedrag van de consument lijkt vooralsnog beperkt. Ze beïnvloeden vooral de houding en aankoopintenties van consumenten, maar de klassieke *intention-behaviour gap* (het verschil tussen wat mensen willen doen en wat ze daadwerkelijk doen) is ook hier zichtbaar. Dat blijkt uit een meta-analyse van Ding *et al.* (2025) (zie ook Van Galen *et al.*, 2021). De effectiviteit hangt sterk samen met het labelontwerp (kleurcode, eenvoudige score), vertrouwen (vanuit derde of overheidspartij) en consumentkenmerken (o.a. opleiding, mate van milieubewustzijn, politieke voorkeur).

Supermarkten zetten steeds vaker in op verduurzaming van hun voedselassortiment vanwege maatschappelijke druk, wetgeving, strategische profilering en consumentenvraag. Uit het Dashboard Duurzaamheid Supermarkten ([Home - Dashboard supermarkten](#)) blijkt dat er door Nederlandse supermarktketens doelen worden gesteld op onderwerpen zoals de eiwittransitie (verkoopaandeel van 60% plantaardige en 40% dierlijke eiwitten), omzetaandeel biologische voedselproducten en broeikasgasemissies. Daarnaast werd in de interviews genoemd dat supermarktorganisaties sturen op (top)-keurmerken omdat dit relatief gemakkelijke en betrouwbare meetinstrumenten zijn. Tegelijkertijd erkennen supermarktorganisaties de uitdaging van goede communicatie omtrent keurmerken. Door de verscheidenheid aan keurmerken is het niet altijd eenvoudig om de toegevoegde waarde van producten voorzien van een keurmerk goed over te brengen aan de consument. Ook blijkt uit onderzoek dat zelfs goede communicatie over duurzaamheidskenmerken niet in staat is de *intention-behaviour gap* te overbruggen. Daarom lijken de eerste drie genoemde strategieën effectiever te zijn: een groter en meer divers aanbod van duurzamere producten, eventueel in combinatie met de vervangingsstrategie, het aanpassen van het promotiebeleid en *nudging*. Zoals genoemd, blijkt in de praktijk echter dat dit lastig vol te houden is voor supermarkten als hun collega's niet volgen. De marges bij supermarkten zijn klein (2% in 2024, Centraal Bureau voor de Statistiek¹¹) en daarom is het behouden van marktaandeel cruciaal. Het belang van een gelijk speelveld wordt dan ook benadrukt. Dit geldt niet alleen voor de Nederlandse markt; ook afstemming op Europees niveau wordt genoemd. De sector geeft weliswaar aan gebaat te zijn bij een kleiner onderscheid tussen eisen van Nederlandse en buitenlandse keurmerken, maar steekt het eigen keurmerkbeleid wel nationaal in. Anderzijds wordt genoemd dat concurrentie op verduurzaming de sector scherp houdt en stappen in de juiste richting kan stimuleren.

¹¹ Centraal Bureau voor de Statistiek, Bedrijfsleven; arbeids- en financiële gegevens, per branche.

Kader 4.1 Betalingsbereidheid consument

Er is een spanningsveld tussen betalingsbereidheid en aankoopgedrag voor duurzamere voedselproducten

Consumenten tonen in toenemende mate interesse in duurzame voedselproducten, maar deze interesse vertaalt zich niet altijd in concreet koopgedrag. Uit internationaal meta-onderzoek blijkt dat consumenten gemiddeld bereid zijn om een prijsopslag van circa 30% te betalen voor producten met duurzame kenmerken (Le en Kallas, 2020). Deze betalingsbereidheid is echter sterk afhankelijk van factoren zoals productcategorie, type duurzaamheidskenmerk en de socio-demografische kenmerken van consumenten.

Tegelijkertijd laten studies zien dat de daadwerkelijke betalingsbereidheid in de praktijk vaak beperkt is. In experimenteel onderzoek uitgevoerd onder ruim 1.500 Nederlandse consumenten in de leeftijd van 18-75 jaar uit het LISS-panel van CentERdata geeft 35-45% van de consumenten aan bereid te zijn om extra te betalen voor een duurzamer alternatief, en deze groep accepteert doorgaans slechts een kleine meerprijs. Slechts een kleine subgroep (ongeveer 5%) is bereid om een substantieel hogere prijs te betalen. Deze groep wordt gekenmerkt door een relatief hoog milieubewustzijn en een lage prijsgevoeligheid (Elsen en Van den Akker, 2021). Dit wijst op een sterke heterogeniteit in consumentengedrag, waarbij duurzaamheid voor sommige consumenten een doorslaggevende factor is, maar voor de meeste consumenten ondergeschikt blijft aan prijs en andere productkenmerken.

De Agrifoodmonitor 2024 (Van Haaster-de Winter *et al.*) bevestigt dit beeld van een spanningsveld tussen een positieve houding ten aanzien van duurzamere voedselproducten enerzijds en het aankoopgedrag anderzijds. Nederlandse consumenten staan over het algemeen positief tegenover het idee om inspanningen van bedrijven in voedselketens op het gebied van duurzaamheid te belonen, zowel materieel als immaterieel. Toch blijft de bereidheid om daadwerkelijk meer te betalen relatief laag. Hoewel 57,5% van de consumenten een prijsstijging acceptabel vindt, gaat het in de meeste gevallen om een beperkte meerprijs van maximaal 5%. Dit bevestigt de constatering dat prijs een belangrijke drempel blijft, ondanks een positieve houding ten opzichte van duurzaamheid.

Prijs is niet altijd leidend; kennis, percepties en waarden spelen ook een belangrijke rol

Naast prijs spelen ook kennis, percepties en waarden een belangrijke rol. Factoren zoals betrokkenheid, vertrouwen en de reputatie van de sector blijken belangrijke determinanten van maatschappelijke waardering, en indirect ook van duurzaam aankoopgedrag. Consumenten blijken vaak onvoldoende bekend met de betekenis van duurzaamheidskeurmerken of staan wantrouwend tegenover duurzaamheidsbeweringen als deze onvoldoende duidelijk zijn onderbouwd. Dat vormt een barrière voor duurzame keuzes. Uit de Agrifoodmonitor (Van Haaster-de Winter *et al.*, 2025) blijkt dat consumenten zich nog maar beperkt bewust zijn van de vrijwillige duurzaamheidsinspanningen van bedrijven, terwijl juist dit bewustzijn een belangrijke voorspeller is van de bereidheid om deze inspanningen te belonen door het aankoopgedrag te veranderen. Informatievoorziening kan helpen, maar de impact hiervan blijkt in de praktijk toch beperkt, zeker wanneer de prijsverschillen groot blijven. Bovendien blijkt dat smaak en voedingsgewoontes ook belangrijke factoren zijn in de keuze van de consument.

Supermarkten benoemen het gebrek aan betalingsbereidheid van de consument als een belangrijk knelpunt

Supermarkten worstelen ook met de beperkte betalingsbereidheid van de consument voor duurzamere producten. Dit blijkt uit de interviews die met een aantal grote Nederlandse supermarktketens zijn gehouden. De geïnterviewden gaven aan dat supermarkten vaak niet in staat zijn om de meerkosten voor duurzamere producten (volledig) door te vertalen in de verkoopprijs van de producten in het schap. Zij nemen in dat geval lagere marges voor lief, maar uit recente nieuwsberichten blijkt dat dit voor de supermarkten ook niet altijd houdbaar is. Zo heeft PLUS haar strategie om de dagverse zuivel onder het PLUS-huismerk standaard biologisch aan te bieden zonder een hogere prijs te vragen teruggedraaid. PLUS biedt nu ook huismerkzuivel met het On the way to PlanetProof-keurmerk aan (De Boerderij, mei 2026). De reden die voor deze beslissing werd gegeven was dat het niet langer houdbaar was omdat concurrenten het voorbeeld niet volgden en klanten voordelige aankopen willen doen in verband met de uitdagende economische tijden. Eenzelfde voorbeeld zijn de vleesaanbiedingen van Jumbo. In mei 2024 kondigde Jumbo aan dat de supermarkt zou stoppen met promoties op vlees om daarmee de eiwittransitie te versnellen. Twee jaar later blijkt dat Jumbo dit niet kan volhouden als de concurrenten het voorbeeld niet volgen (De Boerderij, mei 2026). Supermarkten pleiten dan ook voor een gelijk speelveld op dit vlak en onderstrepen het belang van het stimuleren van de vraag, oftewel het aankoopgedrag van de consument.

Kader 4.2 Duurzaamheid in de horeca

Het aandeel duurzaam voedsel in de horeca en catering bedraagt 8%

Naast supermarkten (ca. 75-85% van het voedselvolumen) spelen horecagelegenheden (ca. 10-15% voedselvolumen) en cateringorganisaties (ca. 5-10% voedselvolumen) een belangrijke rol in de transitie naar een duurzamer voedselsysteem. Uit de Monitor Duurzaam Voedsel (Logatcheva en Herceglic, 2025) blijkt dat het aandeel duurzaam voedsel in de horeca en catering 8% bedraagt. Dit percentage is lager dan in de supermarkten, waar het op 27% ligt. De reden is dat communicatie over duurzaamheidsaspecten van voedsel in horeca en catering vaker een business-to-business-aangelegenheid is. In de horeca en catering worden producten minder vaak verpakt verkocht dan in de supermarkten, waardoor er vaak geen ruimte is om keurmerken aan te brengen op een product. Een andere reden is de beperkte datakwaliteit en -beschikbaarheid, waardoor het formuleren van en monitoren op duurzaamheidsdoelen in de horeca en catering complexer is.

Cateringorganisaties spelen een belangrijke rol in verduurzaming

Cateringorganisaties spelen evenwel een belangrijke rol in de verduurzaming van de sector, omdat dit vaak grote organisaties zijn met meerdere vestigingen. Zij formuleren steeds vaker expliciete duurzaamheidsambities en doelstellingen, zoals: (1) verhoging van het aandeel duurzaam gecertificeerde producten (keurmerken zoals biologisch, Fairtrade, Beter Leven, MSC/ASC voor vis, Rainforest Alliance, PlanetProof, etc.); (2) versnelling van de eiwittransitie naar een meer plantaardig dieet; (3) reductie van voedselverspilling en verpakkingsafval; (4) verlaging van CO₂-uitstoot (bijv. via klimaatneutrale menu-opties of compensatie), en (5) bevorderen van gezondheid (minder zout, suiker, verzadigd vet; meer groente, volkoren, etc. (Vervelde, 2025). Enkele grote cateraars publiceren jaarlijks duurzaamheidsrapportages of impact reports waarin ze hun voortgang op deze gebieden tonen, vaak gekoppeld aan op wetenschap gebaseerde doelstellingen of de eigen ESG-doelstellingen.

Bij horecagelegenheden verschilt het streven naar duurzaamheid van bedrijf tot bedrijf bij de verduurzaming van de maaltijden die zij aanbieden. De brancheorganisatie Koninklijke Horeca Nederland (KHN) moedigt haar leden aan tot duurzame bedrijfsvoering, maar concrete sectorbrede doelen zijn er vooralsnog niet.

Beperkte datakwaliteit en databeschikbaarheid vormen een belangrijk knelpunt in verduurzaming

De belangrijkste knelpunten die cateraars ervaren als het gaat om verduurzaming zijn als volgt: (1) de databeschikbaarheid is beperkt – veel benodigde duurzaamheidsdata zijn (nog) niet beschikbaar of onvolledig; (2) de kwaliteit en validiteit van de beschikbare data zijn vaak ontoereikend; (3) er ontbreken uniforme sectorbrede standaarden voor definities en meetmethoden; (4) er is sprake van gebrekkige samenwerking als het gaat om data-uitwisseling tussen ketenpartijen, en (5) er is nog geen borging en onafhankelijke controle van duurzame inkoopafspraken. Deze knelpunten staan transparantie over duurzaamheidsinspanningen in de weg, wat het risico op greenwashing vergroot of ten minste onzekerheid over de geloofwaardigheid van gerapporteerde prestaties geeft bij de cateraars zelf, maar ook bij hun opdrachtgevers.

De Rijksoverheid kan een belangrijke rol spelen in het aanjagen van verduurzaming binnen de cateringsector

De Rijksoverheid is een belangrijke opdrachtgever (denk aan alle ministeries, overheidskantoren, defensie, ziekenhuizen, scholen enz. met kantines) binnen de cateringsector en kan daardoor een belangrijke rol spelen in verduurzaming. De overheid hanteert sinds enkele jaren strengere duurzaamheidscriteria in haar aanbestedingen, onder de noemer Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI). CE Delft heeft in februari 2026 in opdracht van het ministerie van LNV een rapport uitgebracht met aanbevelingen voor het opzetten van een MVOI-monitor voor consumptieve dienstverlening (Graaff, 2026).

5 Conclusies

Nettomarges in landbouw in 2024 per saldo positief

De winstmarges (nettomarges) in de landbouw waren in 2024 positief voor reguliere en anderszins duurzame tafelaardappelen, appels, tomaten en vollegrondsgroente en aanzienlijk hoger dan die voor melk en varkensvlees. Schommelingen in de Europese productie (oogst) van aardappelen, groente en fruit verklaren deze ontwikkelingen voor een belangrijk deel. De zuivelprijzen stonden in 2024 onder druk, omdat het aanbod op de wereldhandel voor zuivel fors toenam. Verder hadden veranderingen in de inputprijzen een grote impact op kosten, prijzen en marges. Dit gold vooral voor de prijzen van energie, arbeid en veevoer.

De rentabiliteit in de biologische landbouw is gemiddeld genomen negatief en significant lager dan de rentabiliteit in de productie van reguliere en anderszins duurzame producten. Dit resultaat is onder andere te verklaren door het feit dat de monitor een vergoeding voor eigen arbeid en vermogen berekent. De vaste kosten per eenheid product van eigen arbeid en vermogen zijn hoger voor kleine bedrijven. In de biologische landbouw zijn relatief veel kleine bedrijven. De kasstroom (verschil tussen inkomsten en uitgaven) is wel positief op een gemiddeld biologisch landbouwbedrijf.

De prijzen van biologische producten ten opzichte van die van niet-biologische producten hangen op de lange termijn af van de productiviteitsontwikkeling in beide typen landbouw. In de biologische melkveehouderij neemt (in tegenstelling tot de niet-biologische melkveehouderij) de melkproductie per koe niet toe. De biologische melkveehouderij heeft een ander paradigma dan de niet-biologische melkveehouderij. Voor de biologische productie van aardappelen, groente en fruit geldt dat er meer 'misoogsten' plaatsvinden. De opbrengst per hectare fluctueert meer in de biologische landbouw. Deze productiviteitsverschillen betekenen dat biologische producten structureel en incidenteel duurder blijven en zetten een rem op de groei van de biologische landbouw.

De rentabiliteit van anderszins duurzame melk en varkens was in de periode 2022-2024 significant beter dan die voor reguliere melk en varkensvlees. Voor aardappelen geldt dat de rentabiliteit van anderszins duurzame en reguliere productie vergelijkbaar is. Voor de andere producten zijn er te weinig gegevens beschikbaar om een goede vergelijking te maken. Voor melk en varkens bepalen de afnemers mede hoeveel boeren onder keurmerk mogen leveren.

Voor Beter voor Natuur & Boer, Beter Leven en melk met een On the way to PlanetProof-keurmerk bestaan er afspraken over een vergoeding van de meerkosten. Voor Beter voor Natuur en Boer-producten betaalt de Stichting Beter voor Natuur & Boer een vergoeding voor de meerkosten direct aan boeren uit. Voor On the Way to PlanetProof-melk is de uitbetaling van de vergoeding ingepast in het uitbetalingsprogramma van Foqus Planet Sustainable van FrieslandCampina. Voor groente en fruit met een On the way to PlanetProof-keurmerk betalen supermarkten vergoedingen voor de meerkosten. De betrokken ketens hebben meerdere lagen tussenhandel en zijn meer gefragmenteerd dan de ketens voor melk, varkensvlees en tafelaardappelen. De financiële administratie van al deze bedrijven is er niet op ingericht de extra vergoeding apart te administreren. De uiteindelijke vergoeding van de meerprijs aan boeren is niet altijd inzichtelijk en het is dus ook niet duidelijk of de extra vergoeding de boer wel bereikt. Voor tafelaardappelen hebben de aardappelcoöperaties duurzaamheidsvergoedingen afgedwongen. Deze zijn tot en met 2024 gerealiseerd, maar in 2025 lukte dit niet vanwege het grote overaanbod aan aardappelen.

Volgens de ondervraagde boeren worden de meerkosten van duurzame varkens, melk en tafelaardappelen volledig of deels vergoed. Voor groente en fruit worden de meerkosten in het geheel niet vergoed. Boeren schatten de mate waarin de meerprijs de meerkosten vergoedt verschillend in. Dit hangt samen met verschillen in rentabiliteit tussen landbouwbedrijven.

Voor alle resultaten in de landbouw geldt dat de financiële resultaten tussen landbouwbedrijven binnen één jaar meer van elkaar verschillen dan het gemiddelde resultaat van het ene jaar op het andere (zie Achtergrondrapport). Er zijn structurele verschillen in de financiële prestaties van bedrijven door verschillen in omvang, maar ook door verschillen in bedrijfsvoering en ondernemerschap. Het Achtergrondrapport laat zien dat grote bedrijven meer winst maken dan kleine bedrijven, behalve bij appels. De belangrijkste verklaring hiervoor is de eigen arbeid. De kosten voor eigen arbeid zijn lager per kilogram product naarmate het bedrijf groter is. In de appelteelt maken vooral grote telers daarentegen gebruik van relatief veel betaalde arbeid.

Nettomarges in groothandel en industrie voor meeste producten niet negatief; in supermarkt verschillend van product tot product

De groothandel in aardappelen, groente en fruit maakte in 2024 net als in de periode 2021-2023 door de bank genomen winst noch verlies. De schakel is competitief en geeft veranderingen in de inkooprijzen door in veranderingen in de verkoopprijzen. Dienstverleners in de groothandel worden betaald voor de logistieke dienstverlening en zijn niet (of minder) gevoelig voor schommelingen in de inkoop- en verkoopprijzen.

De nettomarges in de industrie verschillen van bedrijf tot bedrijf en van product tot product. De meeste bedrijven maakten in 2024 beperkt winst. In de zuivelindustrie wordt winst gemaakt op kaas, maar nauwelijks op consumptiemelk. Kaas fungeert als *cash cow* en melk wordt gebruikt om klanten te trekken en te binden. Bedrijven in de zuivel- en groenteverwerkende industrie maakten meer winst als zij minder concurrenten hadden en/of A-merken waren.

In 2024 maakten supermarkten afwisselend winst en verlies op productniveau. In de interviews bevestigden supermarkten ook dat zij niet sturen op nettomarges op productniveau, laat staan op het niveau van een productvariant. Er bestaan winstdoelstellingen op het niveau van productgroepen, bijvoorbeeld verse aardappelen, groente en fruit of vers vlees.

Voor de groothandel, industrie en supermarkten geldt dat de arbeidskosten gestegen zijn tussen 2022 en 2024. De arbeidskosten zijn gestegen omdat het minimumloon opgetrokken is en omdat de inflatie in 2022 hoog was. De inflatie kan wederom toenemen, als de energieprijzen hoog blijven en de wereldvoedselproductie daalt, als er minder kunstmest beschikbaar is, energieprijzen hoog blijven en de wereldhandel verstoord blijft.

Er is in de monitor van dit jaar voor het eerst een vergelijking gemaakt tussen de winstgevendheid van de Nederlandse markt voor de groothandel en verwerkende industrie ten opzichte van de winstgevendheid van exportmarkten. In 2024 waren er geen verschillen in de opbrengstprijzen en nettomarges die de Nederlandse groothandel in AGF in Nederland realiseert en de opbrengstprijzen en nettomarges die in het buitenland gerealiseerd worden. Voor kaas waren de opbrengstprijzen en nettomarges in Nederland hoger dan die in het buitenland, en voor varkensvlees waren beide in Nederland juist lager dan die in het buitenland.

Biologische landbouw maakt meerkosten niet goed; anderszins duurzame landbouw maakt gemiddeld meerkosten goed, maar er zijn verschillen tussen boeren

Voor tafelaardappelen, melk en vleesvarkens is voor de gemiddelde boer de meerprijs gelijk aan of groter dan de meerkosten voor anderszins duurzame producten, maar niet voor biologische producten. Prijsvorming lijkt dus geen knelpunt voor anderszins duurzame producten, maar wel voor biologische producten. Er is een grote spreiding in de financiële resultaten. Voor veel boeren zijn de meerkosten echter groter dan de meerprijs bij zowel anderszins duurzame als biologische producten. Dit blijkt zowel uit de spreiding van de financiële resultaten voor tafelaardappelen, melk en vleesvarkens in het Bedrijveninformatienet als uit het online onderzoek. Ook voor appels, tomaten en vollegrondsgroente wijst het online onderzoek uit dat de meerkosten doorgaans niet vergoed worden bij anderszins duurzame en biologische producten. Boeren zijn wellicht gebaat bij maatwerk, waarbij de nadruk ligt op de haalbaarheid van duurzaamheidsmaatregelen voor individuele boeren, in combinatie met continue verbetering en extra vergoedingen die zich verhouden tot de meerkosten. Foqus Planet van FrieslandCampina is wellicht het beste voorbeeld in dit opzicht.

Boeren en tuinders zien productie onder keurmerk als een risico. Contract-, productie- en kwaliteitsrisico's nemen eerder toe dan af onder keurmerk. De producten moeten aan meer voorwaarden voldoen. Het risico dat de omvang en kwaliteit van de productie tegenvallen is groter, onder andere vanwege een toenemend verbod op gewasbeschermingsmiddelen. Alleen het afzetrisico neemt niet toe, omdat keurmerken toegang geven tot meerdere afnemers en distributiekanaalen. Voor boeren die geen duurzaamheidskeurmerk hebben zijn financiële prikkels doorslaggevend om tot een keurmerk over te gaan. Voor boeren met een duurzaamheidskeurmerk spelen intrinsieke motivatie voor duurzaamheidsaspecten (milieu en dierenwelzijn) en niet-financiële commerciële overwegingen (imago, wensen klant) ook een rol. De redenen voor het voeren van een buitenlands duurzaamheidskeurmerk komen overeen met de redenen voor het voeren van een Nederlands keurmerk.

Belangrijke knelpunten bij de prijsvorming van biologische producten zijn de hoge productiekosten per eenheid product. Dit leidt er mede toe dat de onderzochte biologische producten 20-25% duurder zijn in de supermarkt dan niet-biologische producten. Voor varkensvlees bedraagt het verschil zelfs 60%. De vraag naar biologische producten blijft onder andere om deze reden achter bij de vraag. Voor anderszins duurzame producten geldt dat zij wel de nieuwe norm voor Nederlandse supermarkten zijn en het winkelschap domineren. Er zijn afspraken over een vergoeding van de meerkosten van anderszins duurzame producten, maar de feitelijke vergoeding is niet altijd inzichtelijk. De prijsdruk in de supermarkt blijft groot. Gecorrigeerd voor inflatie zijn de voedselprijzen gedaald in de periode 2021-2026, met uitzondering van de prijzen voor (voornamelijk) varkensvlees.

Producten met een duurzaamheidskeurmerk die niet aan Nederlandse supermarkten verkocht worden, worden als regulier product tegen een lagere prijs in het buitenland of in een ander distributiekanaal afgezet. De cijfers in dit rapport ondersteunen dit. Er was in 2024 in het algemeen geen verschil tussen de winstgevendheid van de verkoop van producten in het buitenland en het binnenland. Sommige producten lijkten winstgevender te zijn wanneer ze in Nederland verkocht worden. Alleen voor varkensvlees was verkoop in het buitenland in 2024 winstgevender. Nederlandse groothandelaren en voedselverwerkers kopen voornamelijk Nederlandse producten, onder andere omdat geïmporteerde producten duurder zijn dan Nederlandse producten.

Een keurmerk vergt in de biologische landbouw, maar ook in de anderszins duurzame veehouderij, langetermijninvesteringen, zonder dat hier langetermijnprijsafspraken tegenover staan. Het invoeren van een keurmerk leidt dus tot een toename van de gemiddelde kosten over een groot aantal jaren, terwijl vergoedingen voor deelname aan het keurmerk of niet gegeven worden of een kortere periode betreffen.

De onderzochte anderszins duurzame keurmerken richten zich op Nederland. Een deel van de productie wordt echter in het buitenland afgezet tegen lagere prijzen, of in alternatieve distributiekanaalen in Nederland. Dit zet de gemiddelde opbrengstprijzen van duurzame producten onder druk. Bij appels en tafelaardappelen is dit te wijten aan een tijdelijk overaanbod in het geval van overproductie. Bij tomaten ligt dit aan het feit dat het areaal structureel groter is dan nodig om aan de Nederlandse vraag te voldoen. Bij varkensvlees hangt dit samen met schommelingen in vraag en aanbod. Dit probleem kan aangepakt worden als de eisen van Nederlandse en buitenlandse duurzaamheidskeurmerken op elkaar afgestemd worden of als wederzijdse erkenning van keurmerken eenvoudiger wordt.

De financiële kosten en administratieve lasten van certificering en audits worden als een belemmering ervaren. Deze kosten lopen op als boeren meerdere en deels vergelijkbare keurmerken hebben. Harmonisatie van keurmerken biedt hier uitkomst.

Literatuur en websites

- Bunte, F., Oosterkamp, E., Berkhout, P., Beldman, A., Benus, M., Bregman, C., Jukema, G., Pessers, R., Roskam, J., Smit, B., Splinter, G., Dolman, M., Hercegljic, N., Jager, J., Logatcheva, K., & Wang, S. (2025). *Agro-Nutri Monitor 2025 – Achtergrondrapport: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen* (Rapport 2025-101-2). Wageningen Social & Economic Research.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2026a). Biologische plantaardige en dierlijke productie; nationaal. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84075NED/table>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2026b). Gemiddelde consumentenprijzen in supermarkten voor 8 producten, 2024-2025. <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2026/25/gemiddelde-consumentenprijzen-in-supermarkten-voor-8-producten-2024-2025>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2026c). Landbouwtelling; gewassen, dieren, grondgebruik en arbeid op nationaal niveau. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/81302ned/table?ts=1788255058720>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2026d). Melkaanvoer en zuivelproductie door zuivelfabrieken. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/7425zuiv/table>.
- De Boerderij (mei 2026), *Dagverse zuivel Plus niet langer standaard biologisch*. 4 mei 2026.
- De Boerderij (maart 2026), Jumbo kreeg concurrenten niet mee en brengt vleespromoties terug. 19 maart 2026.
- Elsen, M. en Van den Akker, K. (2021). *Betalingsbereidheid van consumenten voor duurzame(re) producten*. Onderzoek in opdracht van de Autoriteit Consument & Markt (ACM).
- Galen, M. van, Baltussen, W., Gardebroek, K., Hercegljic, N., Hoste, R., Ihle, R., Jager, J., Janssens, B., Jukema, G., Kornelis, M., Logatcheva, K., Oosterkamp, E., Roskam, J., Silvis, H., & 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., Baltussen, W., Benus, M., Gardebroek, K., Hercegljic, N., Hoste, R., Ihle, R., Jager, J., Janssens, B., Jukema, G., Kornelis, M., Kunz, M., Logatcheva, K., Oosterkamp, E., Roskam, J., Silvis, H., & 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/10.18174/528928>.
- Galen, M. van, Oosterkamp, E., Kornelis, M., Logatcheva, K., Benus, M., Janssens, B., Jukema, G., Roskam, J., Puttelaar, J. van den, Hercegljic, N., Jager, J., Ihle, R., & Gardebroek, K. (2022). *Agro-Nutri Monitor 2022 – Hoofdrapport: Monitor prijsvorming voedingsmiddelen en aankoopmotieven van biologische producten*. Wageningen: Wageningen Economic Research, Rapport 2022-069.
- Graaff, L. de, Bijleveld, M., & Odenhoven, N. (2026). *Monitoringskader MVOI - consumptieve diensteverlening*. CE Delft. <https://ce.nl/publicaties/monitoringskader-mvoi-consumptieve-dienstverlening/>.
- Haaster-de Winter, M. van, Raaijmakers, I., Adema, H., & Dwyer, L. (2024). *Agrifood-monitor 2025*. Wageningen Social & Economic Research. <https://research.wur.nl/en/publications/agrifoodmonitor-2025-over-maatschappelijke-waardering-amp-voedsel/>.
- Horsting, A., Meer, R.W. van der, & Voskuilen, M.J. (2025). *Bedrijfsuitkomsten in de Nederlandse particuliere bosbouw over 2023*. Wageningen: Wageningen Social & Economic Research.
- Le, S. en Kallas, Z. (2021). Meta-analysis of consumers' willingness to pay for sustainable food products. *Appetite* 163.
- Logatcheva, K. en Hercegljic, N. (2025). *Monitor duurzaam voedsel 2024: Consumentenbestedingen*, 2025-134.
- Questionmark (2025). *Superlijst Groen 2025: Plannen duurzaamheid steeds beter, nog weinig resultaat voor klimaat en natuur*. Amsterdam: Questionmark.
- RTL Z (2024). *Lidl haalt vegavlees weer uit het vleesschap, ondanks geslaagde proef*. <https://www.rtl.nl/nieuws/rtl-z/artikel/5452104/lidl-vleesvervangers-weer-uit-vleesschap-wageningen-universiteit>.

Stichting Milieukeur (SMK) (2025). Stand van zaken: Duurzaamheidsvergoeding On the way to PlanetProof, 7 april 2025. Opgehaald van [Duurzaamheidsvergoeding On the way to PlanetProof - SMK](#).

Vervelde, A.-T. (2025). Verduurzaming van de cateringsector vraagt om uniforme dataverzameling en -rapportage en sectorafspraken over verantwoordelijkheden en borging: aanbevelingen voor een uniforme methode van rapportage en monitoring van de omzet in duurzamere producten in de contractcateringsector. Wageningen Social & Economic Research, rapport 1566.

Bijlage 1 Aantal geïnterviewden

Tabel B1.1 Verdeling respondenten interviews over producttypen en schakelss

	Veevoer	Landbouw	Landbouw & Groothandel of industrie	Groot-handel	Industrie incl. snijderijen	Super-markten	Advies	Overig
Aardappels		2			2		2	
Appels		2	2	1				
Tomaten				2		4		
Zuivel					4			
Varkensvlees	1	2					2	
Vollegrondsgroente			2	1	2			

Bijlage 2 Sperziebonen

Sperziebonen worden in Nederland in de zomer geteeld. In de overige maanden worden verse sperziebonen ingevoerd uit Afrika. Sperziebonen worden geteeld voor de versmarkt, maar ook voor de groenteverwerkende industrie. Sperziebonen worden geconserveerd in glas en blik en bevroren. Sperziebonen zijn net als aardappelen een van de meer winstgevende teelten binnen de akkerbouw.

Verdeling kosten en marges

De nettomarges op niet-biologische sperziebonen in de landbouw waren in 2024 net als in 2021-2023 zeer hoog (23% van de verkoopprijs). Voor 2024 hebben wij vast kunnen stellen dat de nettomarge op biologische sperziebonen negatief was in 2024, en lager dan in 2023. De nettomarges op zowel verse als verwerkte niet-biologische sperziebonen waren negatief in de supermarkt en lager dan in de periode 2021-2023. De groothandel maakte meer (positieve) winst op verse sperziebonen in 2024.

Tabel B2.1a Nettomarges in keten sperziebonen (2024)

	Verse sperziebonen		Verwerkte sperziebonen	
	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch
Landbouw			+	-
Groothandel	+	0		
Supermarkt	-	0	-	0

Nettomarges: - negatief; 0 nul; + positief
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

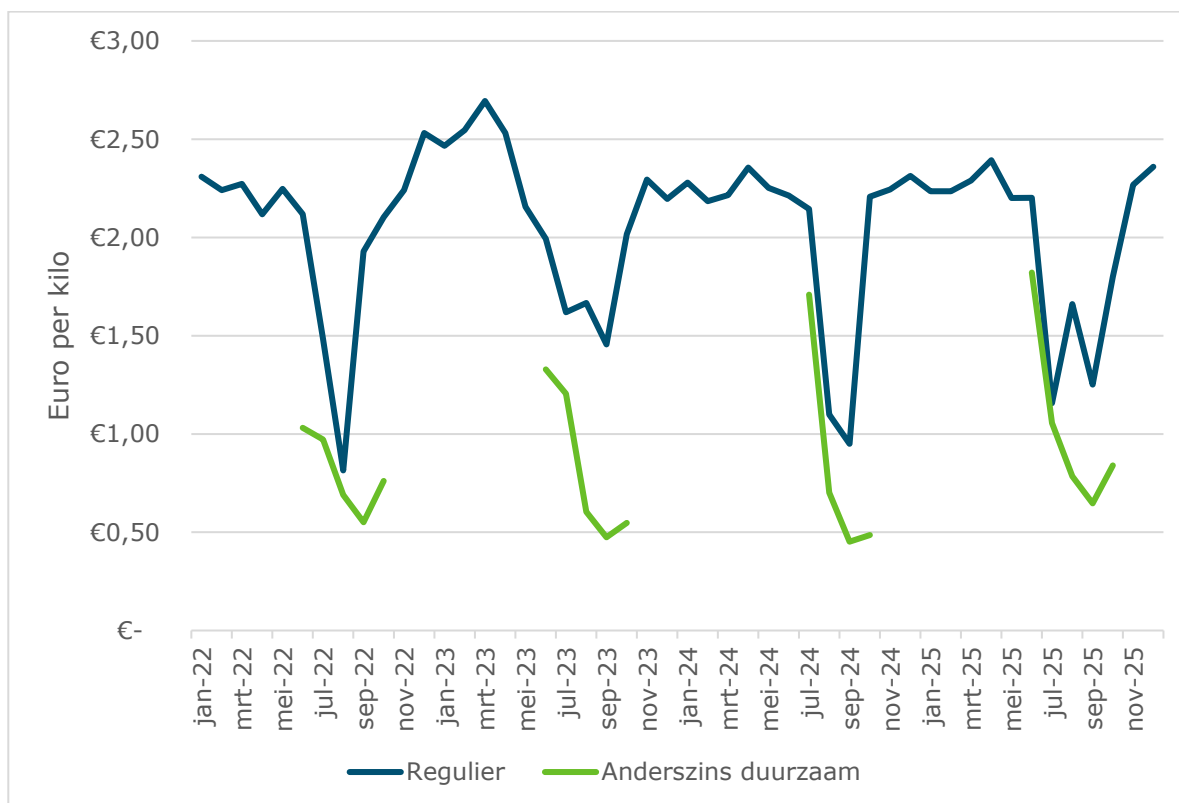
Tabel B2.1b Ontwikkeling in nettomarges in keten sperziebonen (2024 ten opzichte van gemiddelde 2021-2023)

	Verse sperziebonen		Verwerkte sperziebonen	
	Niet-biologisch	Biologisch	Niet-biologisch	Biologisch
Landbouw		↘	↗	↗
Groothandel	↗	↗		
Supermarkt	↘	↗	↘	↘

Ontwikkeling nettomarge: ↘ nettomarge gedaald; ↗ nettomarge constant; ↗ nettomarge gestegen.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Berekeningen: Wageningen Social & Economic Research.

Prijsontwikkelingen

De af-boerderijprijzen van verse sperziebonen laten een sterk seizoensmatig patroon zien, met lage prijzen in de nazomer (augustus-oktober). De af-boerderijprijzen van anderszins duurzame verse sperziebonen liggen onder die van reguliere verse sperziebonen. De prijsontwikkeling van reguliere verse sperziebonen verloopt in alle jaren min of meer hetzelfde. De af-boerderijprijzen van reguliere verse sperziebonen waren veertig cent hoger in 2023. De consumenten- en af-groothandelsprijzen van reguliere verse sperziebonen waren aanzienlijk lager in 2025. De af-boerderijprijzen van anderszins duurzame verse sperziebonen waren in de nazomer van 2025 20 cent hoger dan die van reguliere verse sperziebonen. De Nederlandse oogst van verse bonen was 14% lager in 2025 dan in 2024.



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

Figuur B2.1 Af-boerderijprijzen verse sperziebonen (2022-2025).

Verhouding meerprijs en meerkosten

De meerkosten van biologische productie vertaalden zich in 2024 niet in een meerprijs. Met betrekking tot de andere duurzaamheidsvarianten kunnen wij geen uitspraken doen.

Knelpunten

De knelpunten zijn net als in de vorige monitor geanalyseerd voor vollegrondsgroente en worden besproken in § 3.6.

Bijlage 3 Productie per hectare in biologische teelt

Tabel B3.1 Verhouding in de productie per hectare tussen biologische en niet-biologische teelt, in %

	2015	2016	2017	2018	2020	2021	2022	2023	2024
Consumptieaardappelen	88%	56%	99%	99%	84%	69%	88%	64%	60%
Winterpeen	89%	82%	83%	86%	82%	89%	74%	85%	83%
Bloemkool	92%	92%	79%	82%	88%	78%	80%	73%	63%
Sluitkool	87%	82%	72%	93%	92%	93%	62%	68%	78%
Spruitkool	69%	63%	73%	67%	68%	49%	80%	55%	80%
Stambonen	54%	61%	82%	49%	48%	59%	60%	61%	76%
Appels	71%	71%	64%	74%	74%	74%	74%	48%	61%

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Bijlage 4 Nettomarges

Tabel B4.1 *Nettomarges in Nederlandse voedselketens (% verkoopprijs schakel, 2024)*

		Tafel-aardappelen	Appels	Tomaten	Vollegronds-groente, vers a)	Vollegronds-groente, bewerkt a)	Vollegronds-groente, verwerkt a)	Melk	Kaas	Varkensvlees
Regulier	Landbouw	8%	17%	18%		17%		0%		1%
	Handel/industrie	6%	3%	0%	5%	3%	8%	-1%	6%	-4%
	Supermarkt	1%	-1%	2%	-11%	-8%	-3%	4%	7%	2%
Anderszins duurzaam	Landbouw	9%	nb	nb				5%		2%
	Handel/industrie	2%	3%	0%				0%	5%	2%
	Supermarkt	5%	-16%	3%				0%	1%	2%
Biologisch	Landbouw	-6%	nb	nb		-10%		-8%		nb
	Handel/industrie	-4%	1%	0%	1%	4%	13%	-2%	a)	-9%
	Supermarkt	-5%	-2%	2%	-2%	16%	1%	3%	6%	-4%

	< -2% van de verkoopprijs
	-2% ≤ ≤ 2% van de verkoopprijs
	> 2% van de verkoopprijs

De resultaten voor reguliere vollegrondsgroente betreffen ook anderszins duurzame vollegrondsgroente.
Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. Bewerking: Wageningen Social & Economic Research.

Tabel B4.2 Ontwikkeling nettomarge per productvariant, verandering als % van de verkoopprijs in 2024, ten opzichte van gemiddelde 2021-2023

	Regulier			Anderszins duurzaam			Biologisch			
	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	
Aardappelen	-16%	10%	-8%	-16%	-13%	-3%	-9%	-10%	-9%	
Appels	14%	1%	0%	Nb	0%	-12%	nb	0%	0%	
Tomaten	4%	-5%	-5%	Nb	0%	2%	nb	-4%	4%	
Melk	0%	1%	3%	2%	3%	-6%	-3%	-3%	-5%	
Kaas		3%	1%		4%	-9%		a)	-6%	
Varkensvlees	3%	-5%	-8%	3%	2%	-4%	nb	-9%	-3%	
Verse groente	-10%							-19%		
Bewerkte groente										
Verwerkte groente										

a) vertrouwelijk

< -2% van de verkoopprijs

-2% ≤ 2% van de verkoopprijs

> 2% van de verkoopprijs

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

Tabel B4.3 Verschil tussen meerprijs en meerkosten voor duurzamere productvarianten ten opzichte van reguliere productvariant, euro per kg (2024)

	Anderszins duurzaam			Biologisch		
	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt	Landbouw	Groothandel/ Industrie	Supermarkt
Aardappelen	€ 0,02	€ -0,03	€ 0,05	€ -0,06	€ -0,11	€ -0,11
Appels	nb	€ 0,00	€ -0,27	nb	€ -0,01	€ -0,07
Tomaten	nb	€ 0,00	€ 0,03	nb	€ -0,02	€ 0,06
Melk	€ 0,03	€ 0,02	€ -0,06	€ -0,11	€ -0,01	€ -0,02
Kaas a)	€ 0,33	€ -0,06	€ -0,66	€ -1,10	b)	€ 0,41
Varkensvlees	€ 0,03	€ 0,38	€ 0,00	nb	€ -0,57	-€ 0,81

a) Een kilo kaas wordt gemaakt van 10 liter melk.

b) Vertrouwelijk.

‘Nb’ = niet bekend.

< € -0,02 per kg van de verkoopprijs

€ -0,02 ≤ € 0,02 per kg van de verkoopprijs

> € 0,02 van de per kg verkoopprijs

Bron: Bedrijveninformatienet; informatie van bedrijven. 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 2026-062-1



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.