



Monitor Duurzaam Voedsel 2023

Consumentenbestedingen

Katja Logatcheva

De consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel zijn in 2023 met 14% gegroeid ten opzichte van 2022, de totale bestedingen aan voedsel met 11%. Het aandeel van duurzaam voedsel in de voedselbestedingen is ruim 19%. Inflatie (11%) en een toename in volume duurzaam voedsel van 3% en van alle voedsel van 1% spelen een belangrijke rol bij deze ontwikkelingen.

De *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* geeft een overzicht van de consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in Nederland over het jaar 2023. De gegevens zijn gebaseerd op de omzet van producten die zijn voorzien¹ van een duurzaamheidskeurmerk met onafhankelijke controle. Een deel van de bestedingen aan duurzaam voedsel betreft de bestedingen aan voedsel met een topkeurmerk. Topkeurmerken zijn beoordeeld door Milieu Centraal als koplopers onder de keurmerken op voeding.² In deze rapportage gaat het om de in Nederland geconsumeerde producten in de belangrijkste afzetkanalen voor duurzaam voedsel: *supermarkten*, *foodservice* en *speciaalzaken voor duurzame voeding*. Lees meer over de doelen van de monitor, de opzet van de meting en de gehanteerde definitie van 'duurzaam voedsel' in het hoofdstuk Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2023 aan het einde van deze rapportage. Bekijk de resultaten ook op [agrimatie.nl](https://www.agrimatie.nl).

- In 2023 is het aandeel van duurzaam voedsel in de totale voedselbestedingen in Nederland ruim 19%. De consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel zijn met 14% toegenomen ten opzichte van 2022. De bestedingen aan alle voedsel zijn met 11% toegenomen. Een groot deel van deze toename is te verklaren door de stijgende prijzen. Het volume van verkocht duurzaam voedsel is toegenomen met +3%. Deze toename is iets groter dan de toename in volume van alle voedsel (+1%).³

¹ Dat wil zeggen: zichtbaar voor consumenten (productverpakking) in detailhandelsoutlets of voor leveranciers en afnemers binnen de buitenhuishoudelijke sectoren zoals de horeca.

² Zie <https://keurmerkenwijzer.nl/wat-zijn-topkeurmerken>.

³ Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën en gedefleerde gegevens over supermarkten van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

- Het aandeel van duurzaam voedsel met een topkeurmerk² is 13% van de totale voedselbestedingen in 2023. In deze rapportage betreft dit de jaren 2022 en 2023 en de producten met minimaal één van de volgende keurmerken: *ASC*, *MSC*, *Rainforest Alliance*, *Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.
- De ontwikkeling van het aandeel van duurzaam voedsel in de totale bestedingen is in 2023 bij de afzonderlijke productgroepen wisselend. Het aandeel van producten met een keurmerk is gestegen bij *Vlees en vleeswaren* (van 30% naar 37%) en *Vis* (van 55% naar 56%). Bij *Vlees en vleeswaren* heeft dit te maken met een sterke groei in het aanbod van pluimveevlees en -vleeswaren met het *Beter Leven* keurmerk. Bij *Eieren* en *Zuivel* is het aandeel in de duurzame bestedingen gedaald (respectievelijk van 61% naar 57%, en van 22% naar 21%). Voor *Eieren* heeft dit mede te maken met de landelijke ophokplicht vanwege de vogelgriepuitbraak, waardoor minder producten met het *Vrije Uitloop* keurmerk beschikbaar waren op de markt.
- In alle afzonderlijke productgroepen zijn de bestedingen aan duurzaam voedsel in 2023 gestegen. De grootste stijging is zichtbaar bij *Vlees en vleeswaren* (32%) door meer aanbod van producten met een *Beter Leven* keurmerk.
- De bestedingen aan duurzaam voedsel in *supermarkten* in 2023 zijn 15% hoger dan in 2022. De totale voedselbestedingen in *supermarkten* zijn met 11% gestegen. Het volume van verkocht duurzaam voedsel is ten opzichte van ander voedsel toegenomen. De groei van het volume van duurzaam voedsel is ongeveer 4%, terwijl het volume van alle voedsel in *supermarkten* met 1% gekrompen is.⁴
- De *foodservice* laat in 2023 een groei zien in de bestedingen aan duurzaam en overig voedsel. De bestedingen aan duurzaam voedsel zijn met 13% gestegen, en de totale voedselbestedingen met 12% ten opzichte van 2022. Naast de prijzen is ook het volume van voedsel in de *foodservice* met ongeveer 4% gestegen.³
- *Speciaalzaken voor duurzame voeding* kennen een stijging van 7% in de bestedingen in 2023 ten opzichte van 2022. Deze stijging wordt meer dan volledig tenietgedaan doordat de prijzen gestegen zijn. De volumegroei in dit afzetkanaal is negatief (op ongeveer -4% geschat).
- De grootste procentuele stijging in de bestedingen in de gemeten verkoopkanalen is te zien bij producten met *Beter Leven* keurmerk (+26%). Dit heeft te maken met een sterke groei in het aanbod van pluimveevlees en -vleeswaren met dit keurmerk.
- *Beter Leven* (€ 4,3 mld. consumentenbestedingen) is in 2023 het grootste keurmerk in de bestedingen in de gemeten verkoopkanalen, gevolgd door *Rainforest Alliance* (€ 3,1 mld.) en *Biologisch* (€ 2,0 mld.). Naar schatting heeft de Nederlandse consument in 2023 nog enkele miljoenen euro's extra besteed aan duurzaam voedsel met het keurmerk *Biologisch* in de verkoopkanalen die niet meegenomen zijn in deze monitor, zoals winkels in buitenlandse voeding, ambulante handel, puur online handel, en voedingsspeciaalzaken als bakkerijen, slagerijen en delicatessenwinkels.

Aandeel duurzaam voedsel 19%, topkeurmerken 13%

De totale consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in de drie onderzochte verkoopkanalen bedroegen in 2023 bijna € 12,6 mld., een stijging van 14% ten opzichte van 2022 (tabel 1). De bestedingen aan alle voedsel in de bekeken afzetkanalen zijn minder hard gestegen, en wel met 11% naar € 65,2 mld. Het aandeel van duurzaam voedsel binnen de totale voedselbestedingen is 19%. Inflatie (11%) en een toename in het verkocht volume duurzaam voedsel spelen een belangrijke rol bij deze ontwikkelingen. Het volume van verkocht duurzaam voedsel is toegenomen met 3%, terwijl het volume van alle voedsel 1% is gestegen.⁵

⁴ Op basis van de gegevens van het CBS <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

⁵ Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën en gedefleerde gegevens over supermarkten van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

Het aandeel van de bestedingen aan duurzaam voedsel met een topkeurmerk is 13% van de totale voedselbestedingen in 2023 (tabel 1). Dit betreft producten met minimaal één van de volgende keurmerken: *ASC*, *MSC*, *Rainforest Alliance*, *Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

Tabel 1 Bestedingen aan voedsel en ontwikkeling in volume in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, mln. euro

	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)
Totale voedselbestedingen	58.768	65.210	11
Bestedingen aan duurzaam voedsel, w.v.	11.042	12.624	14
<i>Bestedingen aan topkeurmerken a)</i>	<i>8.060</i>	<i>8.798</i>	
Aandeel duurzaam voedsel in de voedselbestedingen (%)	19	19	
Aandeel topkeurmerken in de totale voedselbestedingen (%)	14	13	
Volume alle voedsel			1
Volume duurzaam voedsel			3

a) Dit betreft producten met keurmerken die als topkeurmerk zijn beoordeeld door Milieu Centraal: *ASC*, *MSC*, *Rainforest Alliance*, *Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

Grootste bestedingen aan *Beter Leven* en topkeurmerken *Rainforest Alliance* en *Biologisch*

In tabel 2 en figuur 1 is de verdeling van de consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel over de duurzaamheidskeurmerken weergegeven. De gegevens zijn gebaseerd op de omzet van producten die zijn voorzien van een duurzaamheidskeurmerk met onafhankelijke controle. Het keurmerk moet zichtbaar zijn voor consumenten (productverpakking) in detailhandelsoutlets of voor leveranciers binnen de buitenhuishoudelijke sectoren zoals de horeca. Niet alleen enkelvoudige, maar ook samengestelde producten met één of meer individueel gecertificeerde ingrediënten dragen een keurmerk. Als een artikel twee (of meerdere) keurmerken heeft, dan wordt de omzet van dat artikel in tabel 2 aan beide keurmerken toegerekend. In tabel 1 is dat niet het geval. Het totaal van de bestedingen aan duurzaam voedsel per keurmerk in tabel 2 is daardoor hoger dan het totaal aan bestedingen aan duurzaam voedsel in tabel 1.

Uit tabel 2 en figuur 1 blijkt dat *Beter Leven* (circa € 4,3 mld.), *Rainforest Alliance* (€ 3,1 mld.) en *Biologisch* (€ 2,0 mld.) de keurmerken zijn met de grootste bestedingen door consumenten. *Rainforest Alliance* en *Biologisch* zijn de grootste topkeurmerken.

De grootste stijging in de bestedingen in de bekeken verkoopkanalen is te zien bij producten met het keurmerk *Beter Leven* (+26%), voornamelijk door *Beter Leven 1 ster*. Dit heeft te maken met een sterke groei in het aanbod van pluimveevlees en -vleeswaren met dit keurmerk. Inmiddels wordt circa een derde van de bestedingen aan duurzaam voedsel aan producten met dit keurmerk gedaan.

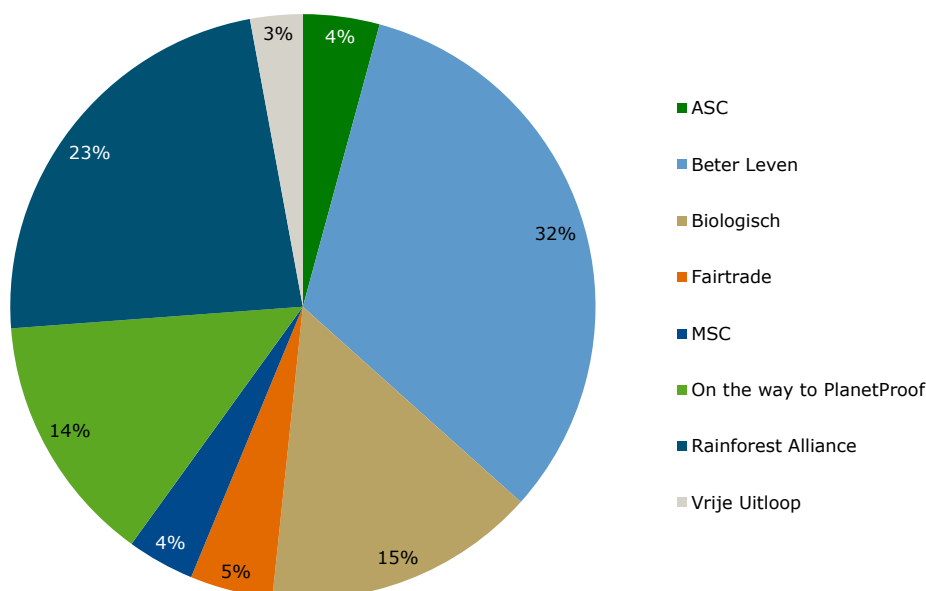
De uitgaven aan het keurmerk *SRP* zijn klein en daarmee betrouwbaar en niet apart in tabel 2 en figuur 1 opgenomen, maar maken wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding.

Tabel 2 Bestedingen aan duurzaam voedsel per keurmerk in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, mln. euro a) b)

Keurmerk	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)
ASC	518	561	8
Beter Leven w.v.	3.405	4.299	26
Beter Leven 1 ster	2.803	3.644	30
Beter Leven 2 sterren	343	374	9
Beter Leven 3 sterren	259	281	9
Biologisch	1.795	1.996	11
Fairtrade	540	607	12
MSC	469	494	5
On the way to PlanetProof	1.695	1.839	9
Rainforest Alliance c)	2.848	3.090	9
Vrije Uitloop	353	385	9

a) Een artikel kan meerdere keurmerken hebben. Het totaal van de keurmerken ligt daardoor hoger dan het totaal aan bestedingen aan duurzaam voedsel; b) Het keurmerk *SRP* is niet in deze tabel opgenomen, maar maakt wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding; c) *Rainforest Alliance* bestaat uit de keurmerken *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance*.

Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.



Figuur 1 Aandeel per keurmerk in de bestedingen aan duurzaam voedsel inclusief stapeling a) b) c) in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, 2023
a) Een artikel kan meerdere keurmerken hebben. Het totaal van de keurmerken ligt daardoor hoger dan het totaal aan bestedingen aan duurzaam voedsel; b) *Rainforest Alliance* bestaat uit de keurmerken *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance*; c) Het keurmerk *SRP* is niet in deze figuur weergegeven. Maar maakt wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding
Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

De afzet van voedsel met het keurmerk *Biologisch* in de verkoopkanalen die niet meegenomen zijn in deze monitor, zoals winkels in buitenlandse voeding, ambulante handel, puur online handel, en voedingsspeciaalzaken als bakkerijen, slagerijen en delicatessenwinkels bedraagt naar schatting enkele miljoenen euro's.⁶

⁶ De schatting is gemaakt op basis van een verkenning van assortimentssamenstellingen.

Box 1 Overzicht keurmerken

	<p>ASC is een standaard voor verantwoorde viskweek.⁷ In 2023 is voor € 561 mln. aan ASC-vis verkocht, een stijging van 8% ten opzichte van 2022. In de <i>supermarkten</i> is het aandeel van vis met dit keurmerk relatief hoog. Supermarkten streven ernaar dat alle verse en diepvries kweekvis in de schappen een ASC (of gelijkwaardig) keurmerk draagt.⁸</p>
	<p>Het <i>Beter Leven</i> keurmerk van de Dierenbescherming is een label over dierenwelzijn.⁹ Veel duurzame producten van dierlijke oorsprong, en vooral verse vleesproducten, dragen een 1-, 2- of 3-sterrenkeurmerk van <i>Beter Leven</i>. Met een omzet van € 4,3 mld. is <i>Beter Leven</i> het grootste keurmerk. Binnen de bestedingen aan duurzaam voedsel inclusief stapeling vertegenwoordigt <i>Beter Leven</i> circa 32% van de bestedingen. <i>Beter Leven</i> heeft in 2023 een stijging van 26% ten opzichte van 2022 laten zien, met name door de groei in pluimveevlees met dit keurmerk bij <i>supermarkten</i>. De meeste Nederlandse supermarkten zijn in 2023 overgegaan naar pluimveevlees met ten minste <i>Beter Leven 1 ster</i>. Vers varkensvlees wordt al in de meeste supermarkten nagenoeg alleen nog met dit keurmerk verkocht. Ook bij varkensvleeswaren, varkensvleesgerechten en eieren is het aandeel van producten met dit keurmerk hoog.</p>
	<p><i>Biologisch</i> is de enige vorm van duurzame landbouw en voedselproductie waarvoor in de Europese wetgeving normen zijn vastgesteld. Het woord <i>biologisch</i> is dan ook wettelijk beschermd. Binnen de bestedingen aan duurzaam voedsel inclusief stapeling vertegenwoordigt <i>biologisch</i> met een omzet van € 2,0 mld., circa 3% van de bestedingen. In 2023 is er ten opzichte van 2022 een stijging in de omzet aan biologische producten in de <i>foodservice</i> van 16% en in <i>supermarkten</i> van 11%, die groter of gelijk is aan de inflatie van 11%. De volumes zijn dus gelijk gebleven of gestegen. In de <i>speciaalzaken voor duurzame voeding</i> zijn de bestedingen met 7% gestegen, maar de volumes zijn gedaald. Als totaal zijn de bestedingen in de gemeten kanalen ten opzichte van 2022 met 11% gestegen. Voor een gedetailleerd overzicht van de bestedingen aan biologisch voedsel in de gemeten kanalen, zie bijlage 1. Op basis van additionele informatie, waaronder een verkenning van het assortiment, wordt geschat dat de omzet in de verkoopkanalen die in deze monitor buiten beschouwing zijn gelaten in 2023 enkele miljoenen euro's bedraagt.</p>
	<p><i>Fairtrade</i> richt zich op het helpen van boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden om een betere plek te verwerven in de handelsketen, zodat ze kunnen leven van hun werk en kunnen investeren in een duurzame toekomst.¹⁰ <i>Fairtrade</i> is zowel een keurmerk als een wereldwijde beweging. <i>Fairtrade</i> is een keurmerk dat harde financiële eisen stelt aan de betaling aan de boerencoöperaties en het premiecomité van arbeiders op plantages in de vorm van een <i>Fairtrade</i>-minimumprijs en -premie. De minimumprijs (garantieprijs) fungeert als vangnet. Als de wereldmarktprijs onder de minimumprijs duikt, dan is deze minimumprijs van kracht. De minimumprijs is gebaseerd op de kosten van duurzame productie. Daarnaast wordt er een vaste, niet-onderhandelbare ontwikkelingspremie (<i>Fairtrade</i>-premie) boven op de prijs betaald. In 2023 heeft <i>Fairtrade</i> een stijging van 12% laten zien in de bestedingen aan producten met dit keurmerk.</p>
	<p>Vis met <i>MSC</i>-keurmerk is afkomstig uit een gezond visbestand dat goed wordt beheerd en waarbij de visserij minimale schade toebrengt aan de natuurlijke leefomgeving van de vis.¹¹ Met name supermarkten streven ernaar dat alle verse en diepvries wild gevangen vis in de schappen een <i>MSC</i> (of gelijkwaardig) keurmerk draagt.¹² In 2023 is de omzet van vis met <i>MSC</i> met 5% gestegen ten opzichte van 2022.</p>
	<p><i>On the way to PlanetProof</i> is gebaseerd op een integrale benadering bij de verduurzaming van producten en diensten. Een gebalanceerde afweging tussen de verschillende duurzaamheidsthema's Energie en klimaat, Gewasbescherming, Bodem, Bemesting, Dierenwelzijn en -gezondheid, Biodiversiteit, Afval en materiaalgebruik en Water staat daarbij centraal.¹³ De eisen van <i>On the way to PlanetProof</i> hebben daarbij betrekking op de hele levenscyclus van plantaardige en dierlijke producten. Het keurmerk is geïntroduceerd in 2017 en is inmiddels te vinden op producten zoals aardappelen, uien, groente en fruit, kruiden, zuivel, eieren, en dranken. In 2023 zijn de consumentenbestedingen van producten met dit keurmerk gegroeid met 9% ten opzichte van 2022.</p>

⁷ www.asc-aqua.org.

⁸ <https://www.cbl.nl/onderwerpen/duurzame-dierlijke-ketens/>.

⁹ beterleven.dierenbescherming.nl.

¹⁰ <https://www.fairtradenederland.nl/app/uploads/2020/06/MH-jaarverslag-2019-incl.-wg-verklaring.pdf>.

¹¹ www.msc.org.

¹² <https://www.cbl.nl/onderwerpen/duurzame-dierlijke-ketens/>.

¹³ <https://www.planetproof.nl/wat-is-planetproof/>.

Box 1 Overzicht keurmerken

	<p><i>Rainforest Alliance</i> is een keurmerk dat eisen stelt op het gebied van milieu- en natuurbehoud, rechten voor arbeiders en arbeidsomstandigheden.¹⁴ In 2023 werd ruim € 3,1 mld. aan producten met dit keurmerk uitgegeven. Dit is een stijging van de bestedingen met 9% ten opzichte van 2022 in met name in koffie en thee, dranken en houdbare producten. Het <i>Rainforest Alliance</i>-keurmerk staat vaak op samengestelde producten, waarvan één bepaald ingrediënt, zoals bijvoorbeeld cacao, gecertificeerd is. Het keurmerk is in toenemende mate op producten te vinden die eerder het keurmerk <i>UTZ Certified</i> hebben gedragen. Begin 2018 is de <i>Rainforest Alliance</i> gefuseerd met <i>UTZ Certified</i>. Daarna is een nieuwe standaard ontwikkeld onder de naam <i>Rainforest Alliance</i> met een nieuw logo-ontwerp. Het <i>UTZ Certified</i>-logo en het oude <i>Rainforest Alliance</i>-logo worden uitgefaseerd. Beide keurmerken kunnen nog tot na 2023 op de verpakkingen staan. De bestedingen aan producten met <i>UTZ Certified</i> zijn meegenomen in de bestedingen van <i>Rainforest Alliance</i>.</p>
Vrije Uitloop	<p>Producten met <i>Vrije Uitloop</i> zijn producten van eieren. De benaming <i>Vrije Uitloop</i> is wettelijk geregeld in de Europese wetgeving.¹⁵ Een code 1 op het ei betekent dat je te maken hebt met een <i>Vrije Uitloop</i>-ei. In 2023 zijn de bestedingen aan producten met dit keurmerk met 9% gestegen ten opzichte van 2022. Desondanks was de beschikbaarheid van producten met <i>Vrije Uitloop</i> onder druk door de ophokplicht in 2022-2023.</p>
	<p><i>Sustainable Rice Platform (SRP)</i> is een keurmerk voor rijst.¹⁶ <i>SRP</i> bevordert de efficiëntie van het gebruik van hulpbronnen en de veerkracht tegen klimaatverandering bij rijstproductie. Een beperkt aantal rijstmerken draagt dit keurmerk in de Nederlandse retail. De uitgaven aan het keurmerk <i>SRP</i> zijn klein en daarmee vertrouwelijk en niet apart weergegeven, maar maken wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding in deze rapportage.</p>

Ontwikkeling aandeel duurzaam voedsel per productgroep wisselend

In alle productgroepen laten de producten met een keurmerk een groei in de bestedingen zien. Het aandeel van duurzaam voedsel in de totale bestedingen in 2023 is gemiddeld 19%, bij de afzonderlijke productgroepen is dit aandeel wisselend (tabel 3). In het jaar 2023 zijn prijzen van producten en diensten relatief sterk gestegen.¹⁷ Het totale volume van verkocht duurzaam voedsel is in 2023 toegenomen (+3%). Deze toename is iets groter dan de toename in verkocht volume van alle voedsel (+1%).¹⁸

- Het aandeel van producten met een keurmerk in de totale bestedingen aan die producten is tussen 2022 en 2023 gestegen bij de productgroepen *Vlees en vleeswaren* (van 30% naar 37%) en *Vis* (55% naar 56%). Bij *Vlees en vleeswaren* heeft dit te maken met een sterke groei in het aanbod van pluimveevlees en -vleeswaren met het *Beter Leven* keurmerk. Vooral in *supermarkten* is deze groei zichtbaar.
- Het aandeel van producten met een keurmerk in de totale bestedingen aan die producten is tussen 2022 en 2023 gedaald bij de productgroepen *Eieren* (van 61% naar 57%) en *Zuivel* (22% naar 21%). De producenten van *Vrije Uitloop*-eieren hebben in 2022-2023 te maken met een langdurige landelijke ophokplicht vanwege vogelgriep. Vanwege de regels voor *Vrije Uitloop* over een maximum aantal weken dat de kippen niet naar buiten kunnen zijn er minder eieren met dit keurmerk beschikbaar op de markt geweest.
- *Vlees en vleeswaren* (€ 2,9 mld., +32% ten opzichte van 2022), *Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig* (€ 2,2 mld., +12%) en *Zuivel* (€ 1,7 mld., +10%) zijn de productgroepen met het grootste aandeel in de bestedingen van consumenten aan duurzaam voedsel in 2023 (zie figuur 2 en tabel 3).

¹⁴ www.rainforest-alliance.org.

¹⁵ Zie Verordening (EG) nr. V589/2008. Naast bepalingen voor *Vrije Uitloop* bevat deze verordening bepalingen rondom andere houderijsystemen ('Kooieieren', 'Scharreleieren') met een verwijzing naar een aparte regelgeving voor biologisch.

¹⁶ <https://sustainableice.org/>.

¹⁷ Prijzen voor voedingsmiddelen in detailhandel en prijzen in de horeca kennen gemiddelde stijgingen tot 11%, zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/reeksen/tijd/consumentenprijzen> en <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-consumentenprijzen>.

¹⁸ Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën en gedefleerde gegevens over supermarkten van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

- Bij *Voeding, niet gespecificeerd*¹⁹ zijn de producten niet bekend in de basisdata. De ontwikkelingen kunnen jaarlijks schommelen.
- Het aandeel van producten met een topkeurmerk is 13% van de totale voedselbestedingen in 2023. Dit betreft producten met minimaal één van de volgende keurmerken: *ASC, MSC, Rainforest Alliance, Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren, Fairtrade, On the way to PlanetProof* en *SRP*.

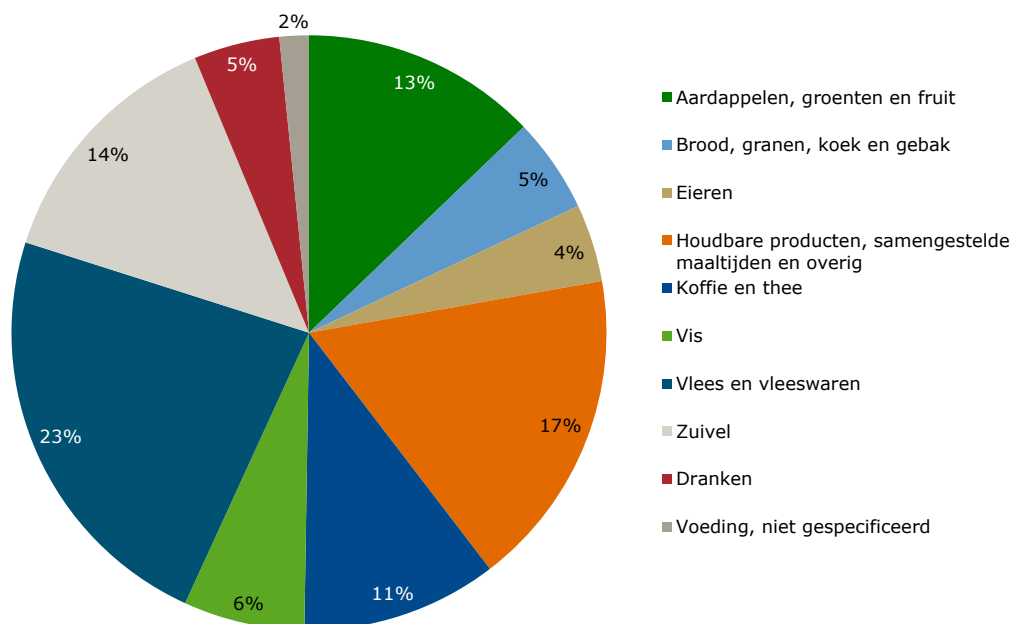
Tabel 3 Bestedingen aan duurzaam voedsel, topkeurmerken a), en ontwikkelingen in volume van duurzaam en alle voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, verdeeld over de productgroepen b)

Productgroep	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2022 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2023 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	1.476	1.620	10	14	14
Brood, granen, koek en gebak	542	651	20	9	9
Eieren	473	533	13	61	57
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	1.965	2.194	12	18	18
Koffie en thee	1.279	1.345	5	49	49
Vis	781	832	6	55	56
Vlees en vleeswaren	2.212	2.913	32	30	37
Zuivel	1.586	1.745	10	22	21
Dranken	549	589	7	7	7
Voeding, niet gespecificeerd	179	202	13	6	6
Duurzaam totaal, w.v.	11.042	12.624	14	19	19
<i>Topkeurmerken b)</i>	<i>8.060</i>	<i>8.798</i>		<i>14</i>	<i>13</i>
Volume duurzaam voedsel			1		
Volume alle voedsel			3		

a) Dit betreft producten met keurmerken die als topkeurmerk zijn beoordeeld door Milieu Centraal: *ASC, MSC, Rainforest Alliance, Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren, Fairtrade, On the way to PlanetProof* en *SRP*. b) Lees meer over de productindeling in hoofdstuk Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2023.

Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

¹⁹ Lees meer over de productindeling in het hoofdstuk Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2023.



Figuur 2 Aandeel per productgroep in de totale bestedingen aan duurzaam voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, 2023
Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

Bestedingen aan duurzaam voedsel per verkoopkanaal nemen toe, volumeontwikkelingen wisselend

Supermarkten, foodservice (horeca, catering, zorginstellingen, en recreatie) en speciaalzaken voor duurzame voeding zijn de belangrijkste afzetkanalen voor duurzame voeding in Nederland en zijn opgenomen in de monitor. Winkelketens die volledig gefocust zijn op de verkoop van duurzame producten zijn meegenomen in *speciaalzaken voor duurzame voeding*. Daarnaast vindt verkoop van duurzame producten plaats in een aantal andere afzetkanalen zoals buitenlandse levensmiddelenzaken, ambulante handel, puur online handel (dat wil zeggen zonder fysieke winkels), en voedingspeciaalzaken als bakkerijen, slagerijen en delicatessenwinkels.²⁰ Deze zijn in deze monitor buiten beschouwing gelaten.

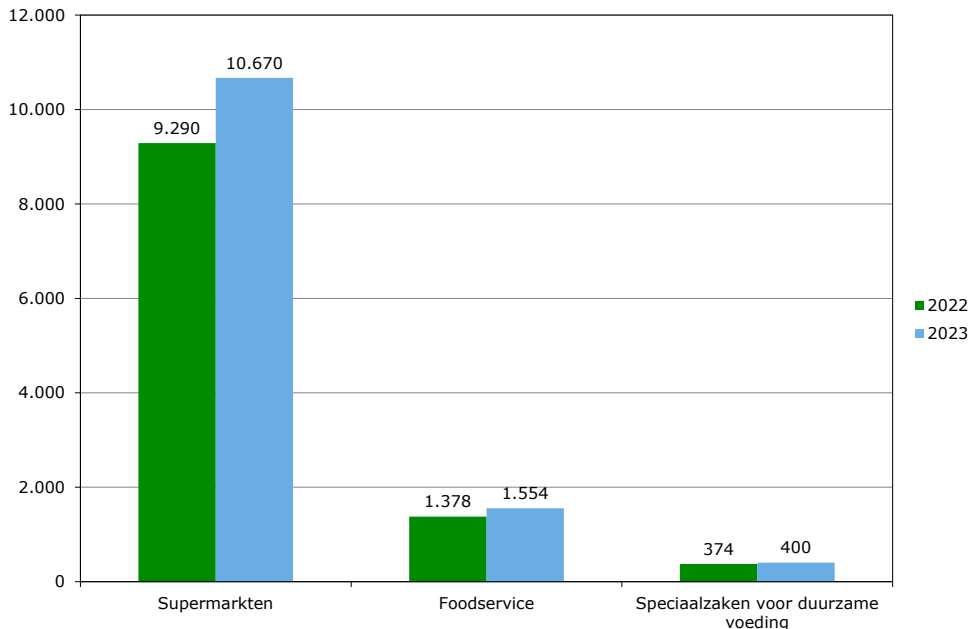
- In *supermarkten* zijn de bestedingen van consumenten aan duurzaam voedsel van 2022 naar 2023 met 15% gestegen naar € 10,7 mld. (figuur 3). Het aandeel van de bestedingen aan voedselproducten met een keurmerk in dit afzetkanaal is in dezelfde periode gegroeid van 24% naar 25% van alle voedselbestedingen. De totale voedselbestedingen zijn met 11% gestegen naar € 43,5 mld. Het volume van verkocht duurzaam voedsel is in *supermarkten* toegenomen ten opzichte van ander voedsel. De groei van het volume van duurzaam voedsel is ongeveer 4%, terwijl het volume van alle voedsel in *supermarkten* met 1% gekrompen is.²¹
- In de *foodservice* laten de bestedingen aan duurzaam voedsel in dezelfde periode een verder herstel zien met een stijging van 13% naar € 1,6 mld. De totale bestedingen aan voedsel in de *foodservice* zijn in deze periode met 12% gestegen. De *foodservice* heeft eveneens te maken met een relatief hoge inflatie.²² De volumegroei in dit verkoopkanaal is ongeveer 4% geweest.

²⁰ Samen goed voor ruim 10% omzet van eten en drinken in Nederland in een normaal jaar (schatting Wageningen Economic Research op basis van verschillende bronnen).

²¹ Op basis van de gegevens van het CBS <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

²² Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën en gedefleerde gegevens over supermarkten van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

- In *speciaalzaken voor duurzame voeding* zijn de bestedingen aan duurzaam voedsel tussen 2022 en 2023 met 7% gestegen naar € 400 mln. Dit zijn winkels waarin vooral voedingsmiddelen van biologische en biodynamische oorsprong worden verkocht. De afzet in dit kanaal is harder geraakt door de hoge inflatie dan in de andere gemeten kanalen. De omzetgroei wordt meer dan volledig tenietgedaan doordat de prijzen gestegen zijn. De daling in verkocht volume wordt op ongeveer 4% geschat.
- Voor verdere details zie de volgende secties.



Figuur 3 Bestedingen aan duurzaam voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding per kanaal, mln. euro

Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

Relatief meer duurzaam voedsel in supermarkten verkocht door sterke groei in pluimveevlees

In de *supermarkten* is het aandeel van producten met een keurmerk in de bestedingen licht gegroeid van 24% in 2022 naar 25% in 2023. Er is 15% meer uitgegeven aan duurzaam voedsel ten opzichte van 2022 (zie tabel 5). Evenals in 2022 is er in 2023 een relatief hoge inflatie voor voeding in *supermarkten* van 11% die ongeveer gelijk is aan de stijging in de totale voedselbestedingen.²³ Bij producten als aardappelen, brood, eieren, olie, (houdbare) vis en zuivel waren de prijsstijgingen enkele procenten hoger dan gemiddeld.²³ Ondanks de consumentenprijsstijgingen hebben *supermarkten* meer duurzaam voedsel in volume en omzet verkocht. De totale volumes van verkochte duurzame producten in *supermarkten* zijn gegroeid met 4%, terwijl in het totaal iets minder voedsel in volume is verkocht dan in 2022 (-1%).²³

De groei in duurzaam voedsel in *supermarkten* heeft voor een belangrijk deel te maken met een sterke groei in het aanbod van pluimveevlees en -vleeswaren met een *Beter Leven* keurmerk. De meeste Nederlandse *supermarkten* hebben als doel om vanaf 2023 alleen nog pluimveevlees met minimaal *Beter Leven 1 ster* te verkopen. Veel van deze *supermarkten* hebben eind 2023 aan dit doel kunnen voldoen. *Vlees en vleeswaren* is dan ook de productgroep met de grootste toename van het aandeel van voedsel met een keurmerk in de totale consumentenbestedingen, van 39% in

²³ Op basis van de gegevens van het CBS <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

2022 naar 49% in 2023 (zie tabel 6). Het volume van *Vlees en vleeswaren* met een keurmerk is in 2023 het meeste gegroeid, en wel met bijna een kwart, het volume duurzaam pluimveevlees is in 2023 verdubbeld.²³

Vis kent de grootste daling van het aandeel van voedsel met een keurmerk. Bij *Vis* is het aandeel van producten met een keurmerk in het meeste 2023 gedaald van 85% naar 81%. Ook het volume duurzame vis is gedaald, terwijl het volume van andere vis is gestegen.²³

Door de ontwikkelingen bij pluimveevlees zijn de bestedingen aan producten met *Beter Leven* in *supermarkten* met 27% het meest gestegen. De uitgaven aan het keurmerk *SRP* zijn heel klein en daarmee betrouwbaar en daardoor niet apart weergegeven in tabellen 4 en 5, maar maken wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding in *supermarkten*.

Tabel 4 Bestedingen aan duurzaam voedsel per keurmerk en productgroep in de supermarkten a) b) c), in mln. euro

	Totaal	Aardappelen, groenten en fruit	Brood, granen, koek en gebak	Eieren	Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	Koffie en thee	Vis	Vlees	Zuivel	Dranken	Voeding, niet gespecificeerd
2023											
ASC	471	392	.	.	.	17
Beter Leven, w.v.	4.095	.	.	483	713	.	.	2.706	39	.	110
<i>Beter Leven 1 ster</i>	3.487	.	.	301	556	.	.	2.468	.	.	105
<i>Beter Leven 2 sterren</i>	338	.	.	78	.	.	.	94	.	.	.
<i>Beter Leven 3 sterren</i>	270	.	.	103	.	.	.	144	.	.	.
Biologisch	1.280	360	82	92	177	65	15	138	251	88	11
Fairtrade	484	86	49	.	206	60	.	.	51	13	18
MSC	435	.	.	.	108	.	314	.	.	.	11
On the way to PlanetProof	1.741	732
Rainforest Alliance d)	2.401	355	.	.	589	683	.	.	.	175	.
Vrije Uitloop	361	.	21	94	213	2
2022											
ASC	454	379	.	.	.	16
Beter Leven, w.v.	3.234	.	.	429	613	.	.	2.021	29	.	101
<i>Beter Leven 1 ster</i>	2.667	.	.	260	474	.	.	1.792	.	.	94
<i>Beter Leven 2 sterren</i>	316	.	.	74	.	.	.	94	.	.	.
<i>Beter Leven 3 sterren</i>	251	.	.	95	.	.	.	135	.	.	.
Biologisch	1.149	312	64	85	173	58	12	131	225	79	11
Fairtrade	433	81	39	.	192	55	.	.	45	10	11
MSC	414	.	.	.	95	.	306	.	.	.	10
On the way to PlanetProof	1.608	688
Rainforest Alliance d)	2.209	309	.	.	530	670	.	.	.	173	.
Vrije Uitloop	328	.	20	88	186	2

‘.’ = het cijfer is onbekend, onvoldoende betrouwbaar of geheim.

- a) De bestedingen per keurmerk worden niet voor alle productgroepen getoond. Onder andere vanwege geheimhoudingsregels. Het totaal per keurmerk kan daardoor hoger zijn dan de som van de zichtbare productgroepen; b) Een artikel kan meerdere keurmerken hebben; het totaal van de keurmerken ligt daardoor hoger dan het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding; c) Het keurmerk *SRP* is niet in deze tabel opgenomen. Maar maakt wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding; d) *Rainforest Alliance* bestaat uit de keurmerken *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance*.

Bron: data CBS/Wageningen Economic Research; bewerking Wageningen Economic Research.

Tabel 5 Ontwikkelingen van 2022 naar 2023 in bestedingen aan duurzaam voedsel per keurmerk en productgroep in de supermarkten a); c), in %

	Totaal	Aardappelen, groenten en fruit	Brood, granen, koek en gebak	Eieren	Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	Koffie en thee	Vis	Vlees	Zuivel	Dranken	Voeding, niet gespecificeerd
Totaal werkelijke bestedingen aan duurzaam voedsel	15	10	20	13	12	3	4	34	9	5	13
ASC	4	3	.	.	.	4
Beter Leven	27	.	.	13	16	.	.	34	36	.	9
Biologisch	11	15	29	9	2	12	22	6	12	11	5
Fairtrade	12	7	27	.	8	9	.	.	13	26	64
MSC	5	.	.	.	13	.	3	.	.	.	9
On the way to PlanetProof	8	6
Rainforest Alliance b)	9	15	.	.	11	2	.	.	.	1	.
Vrije Uitloop	10	.	6	6	15	0

a) Het keurmerk *SRP* is niet in deze tabel opgenomen. Maar maakt wel onderdeel uit van het totaal aan bestedingen aan duurzame voeding; b) Rainforest Alliance bestaat uit de keurmerken UTZ Certified en Rainforest Alliance; c) ontwikkelingen zijn berekend op basis van onafgeronde cijfers.

Bron: data CBS/Wageningen Economic Research; bewerking Wageningen Economic Research.

Tabel 6 Bestedingen aan voedsel in supermarkten en ontwikkelingen in volume, verdeeld over de productgroepen

	Bestedingen 2022 (mln. euro)		Bestedingen 2023 (mln. euro)		Ontwikkeling bestedingen 2022-2023 (%)		Aandeel duurzaam in de totale bestedingen per productgroep (%)		Ontwikkeling volume 2022-2023 (%)	
	Totaal	Duurzaam	Totaal	Duurzaam	Totaal	Duurzaam	2022	2023	Totaal	Duurzaam
Totaal	39.361	9.290	43.499	10.670	11	15	24	25	-1	4
Aardappelen, groenten en fruit	7.810	1.395	8.605	1.532	10	10	18	18	0	0
w.v.										
<i>vers fruit</i>	2.167	460	2.287	522						
<i>verse groenten</i>	2.674	590	2.969	640						
<i>aardappelen en aardappelproducten</i>	1.310	149	1.619	158						
<i>conserven/diepvriesgroenten en fruit</i>	1.660	195	1.730	213						
Brood, granen, koek en gebak	4.424	430	5.214	517	18	20	10	10	1	3
Eieren	493	438	565	495	14	13	89	88	-1	-2
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	6.609	1.752	7.559	1.956	14	12	27	26	1	-1
w.v.										
<i>snoep, chocola en zoet broodbeleg</i>	1.628	478	1.919	543						
<i>kant-en-klaar- en diepvriesmaaltijden</i>	2.091	619	2.449	731						
<i>deegwaren</i>	266	39	320	47						
<i>oliën en sauzen</i>	1.017	149	1.227	171						
<i>overig</i>	1.606	467	1.645	465						
Koffie en thee	1.192	752	1.257	774	5	3	63	62	-2	-4
w.v.										
<i>koffie en cacao(poeder)</i>	1.029	603	1.081	616						
<i>thee</i>	164	149	176	158						
Vis	800	678	863	702	8	4	85	81	-5	-8
w.v.										
<i>verse vis en diepvriesvis en schaal- en schelpdieren</i>	417	360	441	359						
<i>houdbare vis (conserven)</i>	383	318	422	343						
Vlees en vleeswaren	5.160	2.034	5.547	2.718	8	34	39	49	-1	23
w.v.										
<i>rundvlees</i>	868	127	938	128						
<i>varkensvlees</i>	454	424	523	523						
<i>pluimvee</i>	977	378	1.082	839						
<i>vleeswaren en vleesgerechten</i>	1.955	811	1.959	898						
<i>overig vlees</i>	905	293	1.045	331						
Zuivel	5.668	1.358	6.300	1.485	11	9	24	24	-1	-2
w.v.										
<i>melk</i>	798	391	856	407						
<i>yoghurt, room, desserts en overige melkproducten</i>	1.892	664	2.123	737						
<i>kaas</i>	2.264	232	2.609	269						
<i>boter en margarine en dergelijke</i>	714	71	713	72						
Dranken	6.185	275	6.413	288	4	5	4	4	-4	-4
w.v.										
<i>mineraalwater, frisdrank en sappen</i>	2.694	208	2.816	218						
<i>bier en wijn</i>	3.491	68	3.597	70						
Voeding, niet gespecificeerd	1.020	179	1.177	202			18	17		

Ook in *supermarkten* betreft een deel van de bestedingen aan duurzaam voedsel de bestedingen aan voedsel met een topkeurmerk. Het aandeel van de duurzame bestedingen aan topkeurmerken in de totale bestedingen aan voedsel in *supermarkten* bedraagt 16%, zie tabel 7. Dit aandeel varieert tussen de productgroepen. Bij *Vis* en *Koffie en thee* is dit aandeel het grootst, bij *Vlees en vleeswaren* en *Dranken* het laagst.

Tabel 7 Bestedingen aan duurzaam voedsel met een topkeurmerk in supermarkten, verdeeld over de productgroepen a)

	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Aandeel duurzaam in de totale bestedingen per productgroep 2022 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2023 (%)
Totaal	6.475	7.032	16	16
w.v.				
Aardappelen, groenten en fruit	1.362	1.500	17	17
Brood, granen, koek en gebak	401	488	9	9
Eieren	176	188	36	33
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	1.164	1.276	18	17
Koffie en thee	752	774	63	62
Vis	678	702	85	81
Vlees en vleeswaren	232	240	4	4
Zuivel	1.353	1.481	24	24
Dranken	273	288	4	4
Voeding, niet gespecificeerd	84	96	8	8

a) Dit betreft producten met keurmerken die als topkeurmerk zijn beoordeeld door Milieu Centraal: *ASC, MSC, Rainforest Alliance, Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren, Fairtrade, On the way to PlanetProof* en *SRP*.

Bron: data CBS/Wageningen Economic Research; bewerking Wageningen Economic Research.

Meer duurzame producten in de foodservice

In de *foodservice* is communicatie over duurzaamheidsaspecten van voedsel vaker een business-to-business aangelegenheid dan in de supermarkten. Producten worden namelijk vaak vlak voordat ze aan consumenten verkocht worden ter plekke van verpakking ontdaan, bewerkt of uit verschillende ingrediënten gemaakt. In het jaar 2023 heeft de *foodservice* met 13% groei een verdere groei in de bestedingen aan duurzaam voedsel laten zien ten opzichte van 2022 (tabel 8). De totale voedselomzetstijging in de *foodservice* is met 12% iets lager geweest. Ook in dit afzetkanaal zijn in 2023 prijsstijgingen waargenomen variërend van 4% tot 11% afhankelijk van de deelsector.¹⁷ De volumegroei in de *foodservice* is met naar schatting 4% positief geweest. Of er verschillen zijn in de volumegroei duurzaam en overig voedsel is niet bekend.

De stijging in de bestedingen aan zowel duurzaam als alle voedsel is in alle productgroepen zichtbaar, maar is niet altijd evenredig. Het aandeel duurzaam voedsel in de totale foodservicebestedingen is 7%. De ontwikkelingen van dit aandeel verschillen tussen productgroepen. Het aandeel duurzaam voedsel is gestegen bij *Vis* (van 17% naar 21%), *Vlees en vleeswaren* (van 6% naar 7%), en bij *Brood, granen, koek en gebak* (van 4% naar 5%). Bij *Eieren*

is dit aandeel gedaald van 10% naar 8%. Ook in de *foodservice* zijn minder eieren met een keurmerk beschikbaar geweest door vogelgriep.

Het aandeel van topkeurmerken in de bestedingen aan voedsel in de *foodservice* is 6% (tabel 8).

Tabel 8 Bestedingen aan duurzaam voedsel verdeeld over de producten, voedsel met een topkeurmerk a), totale voedselbestedingen, en ontwikkeling in volume alle voedsel in de *foodservice*, mln. euro

	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2022 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2023 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	16	19	18	1	1
Brood, granen, koek en gebak	77	97	26	4	5
Eieren	27	30	11	10	8
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	132	152	15	3	3
Koffie en thee	510	553	8	37	37
Vis	103	130	26	17	21
Vlees en vleeswaren	136	148	9	6	7
Zuivel	182	207	14	11	11
Dranken	195	218	12	9	9
Voeding, niet gespecificeerd	0	0			
Duurzaam totaal, w.v.	1.378	1.554	13	7	7
<i>Topkeurmerken a)</i>	<i>1.210</i>	<i>1.366</i>		6	6
Totale voedselbestedingen	19.033	21.310	12		
Volume alle voedsel			4		

a) Dit betreft producten met keurmerken die als topkeurmerk zijn beoordeeld door Milieu Centraal: *ASC, MSC, Rainforest Alliance, Biologisch* (inclusief EKO en Demeter, bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

Bron: data Foodstep; bewerking en berekening Wageningen Economic Research. De schatting van het volume is berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen van het CBS. Zie <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?dl=A814B>.

Alle deelsectoren van de *foodservice* laten een stijging in de consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in 2023 zien (tabel 9). In de zorginstellingen is deze stijging het grootst.

Tabel 9 Bestedingen aan duurzaam voedsel in de *foodservice* per verkoopkanaal, mln. euro

Verkoopkanaal in de <i>foodservice</i>	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)
Catering (zelf- en contractcatering)	256	293	14
Gemak (cafeteria, lunchrooms)	137	158	15
Recreatie (café, zalen, strand, sport, recreatie)	219	244	11
Restaurants en hotels	602	666	11
Zorginstellingen	163	193	18
Totaal	1.378	1.554	13

Bron: data Foodstep; bewerking Wageningen Economic Research.

Hogere bestedingen in speciaalzaken voor duurzame voeding, afzet onder druk

Speciaalzaken voor duurzame voeding zijn winkels waarin vooral voedingsmiddelen van biologische en biodynamische oorsprong worden verkocht. Keurmerken voor biologisch en biodynamisch (*EKO*, *Biologisch* en *Demeter*) zijn topkeurmerken van Milieu Centraal. In deze rapportage worden keurmerken *EKO* en *Demeter* niet apart bekeken; deze vallen onder *Biologisch*. In 2023 zijn de bestedingen in dit kanaal zijn met 7% gestegen (tabel 10). Het volume van verkochte producten is naar schatting met 4% gedaald. De stijging in omzet wordt meer dan volledig tenietgedaan door de inflatie. De biologische speciaalzaak heeft moeite om haar positie vast te houden, met als voornaamste redenen de concurrentie op biologisch van andere afzetkanalen en het vaak goedkopere niet-biologische voedsel.

De bestedingen in de productgroepen *Zuivel* (+12%) en *Vlees en vleeswaren* (+10%) zijn het meest gestegen, die in *Koffie en thee* het minst (+2%).

Tabel 10 Bestedingen aan duurzaam voedsel en ontwikkeling in volume in speciaalzaken voor duurzame voeding per productgroep, mln. euro

Productgroep	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	65	69	6
Brood, granen, koek en gebak	35	37	6
Eieren	8	8	7
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	81	85	5
Koffie en thee	17	18	2
Vis	0	0	7
Vlees en vleeswaren	43	47	10
Zuivel	47	53	12
Dranken	79	83	6
Voeding, niet gespecificeerd	0	0	
Totaal	374	400	7
Volume totaal			-4

Bron: data Bionext; bewerking en berekening Wageningen Economic Research. De schatting van het volume is berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor voedsel in supermarkten van het CBS, zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

Over de Monitor Duurzaam Voedsel 2023

De *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* is samengesteld in opdracht van het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN). Het ministerie van LVVN wil inzicht in de verduurzaming van voedselketens in Nederland. Om dit inzicht te verkrijgen, is gekozen voor een monitor die geïntegreerde informatie bevat over de stand van zaken en de ontwikkeling van consumptie van duurzaam voedsel op de Nederlandse markt.

Duurzaam voedsel wordt in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* gedefinieerd als voedsel waarbij tijdens de productie en verwerking meer rekening is gehouden met milieu, dierenwelzijn en/of sociale aspecten dan wettelijk verplicht is. Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* zijn de consumentenbestedingen aan voedingsmiddelen die door consumenten op één of meer aspecten als duurzaam kunnen worden herkend als uitgangspunt genomen. De herkenbaarheid is gebaseerd op keurmerken met onafhankelijke controle. Deze invalshoek is mede gekozen omwille van de

meetbaarheid. Keurmerken moeten zichtbaar zijn voor consumenten (productverpakking) in detailhandelsoutlets of voor leveranciers binnen de buitenhuishoudelijke sectoren zoals de horeca. Foodserviceproducten worden vlak voordat ze aan consumenten verkocht vaak ter plekke van verpakking ontdaan, bewerkt of uit verschillende ingrediënten gemaakt. Daarom is specifiek voor *foodservice* de herkenbaarheid voor leveranciers en afnemers gekozen als uitgangspunt.

In het onderzoek wordt naar de artikelen gekeken die aangeboden worden aan de consument (en niet bijvoorbeeld de grondstoffenmarkt). Consumentenartikelen die van gecertificeerde grondstoffen gemaakt zijn mogen, mits voldaan wordt aan de regels van de betreffende keurmerkhouder, een keurmerk dragen. Het kan echter zo zijn dat sommige van deze artikelen (in één van de periodes) op de consumentenmarkt zonder een zichtbaar keurmerk worden verkocht. Omdat consumenten deze artikelen niet als duurzaam kunnen herkennen, en dus waarschijnlijk als producten zonder een keurmerk zien, tellen deze niet mee in de bestedingen aan duurzaam voedsel.

De *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* doet niet volledig recht aan alle duurzame inspanningen van partijen in de voedselvoorzieningsketen. Zo worden inspanningen die zich niet zichtbaar zijn in een keurmerk niet meegenomen. Alleen keurmerken met onafhankelijke controle zijn meegenomen, wat betekent dat keurmerken zonder onafhankelijke controle niet zijn meegenomen. *Duurzaam* is een begrip dat met de nodige relativering gehanteerd moet worden. Het is feitelijk juist om te spreken van verondersteld duurzamer voedsel, om aan te geven dat het om initiatieven gaat die beogen productie duurzamer te maken. Verduurzaming van voedsel is een proces van continue verbetering in productieprocessen en -ketens, waarbinnen keurmerken een instrument zijn om bepaalde duurzaamheidscriteria te borgen en te tonen.

Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2023

Keurmerken

Bij de meting zijn de bestedingengegevens verzameld voor gelabelde producten. Dat zijn producten voorzien van een logo van een keurmerk met onafhankelijke controle. De gemeten keurmerken zijn *ASC*, *Biologisch*, *Beter Leven*, *Fairtrade*, *MSC*, *On the way to PlanetProof*, *Rainforest Alliance*, *SRP*, *UTZ Certified* en *Vrije Uitloop*. Er is niet apart gekeken naar keurmerken *EKO* en *Demeter*, maar producten met deze keurmerken dragen ook het bekeken keurmerk *Biologisch*. In 2018 is de nieuwe naam *On the way to PlanetProof* geïntroduceerd voor het keurmerk *Milieukeur*. Sindsdien wordt er niet meer apart over *Milieukeur* gerapporteerd. Keurmerken *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance* zijn in 2018 samengegaan en hebben in 2020 een nieuw *Rainforest Alliance* certificeringsprogramma geïntroduceerd. Het keurmerk *UTZ Certified* wordt uitgefaseerd. Bestedingen aan producten met *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance* worden in deze rapportage samengevoegd in de bestedingen aan *Rainforest Alliance*.

Een deel van de gemeten keurmerken zijn ook topkeurmerken. Dat zijn keurmerken die in 2022 door Milieu Centraal zijn beoordeeld als koplopers onder de keurmerken op voeding.²⁴ Voor de Monitor Duurzaam Voedsel 2023 is apart naar de omzet van producten met deze topkeurmerken gekeken. Voor de jaren 2022 en 2023 betreft dit producten met minimaal één van de volgende keurmerken: *ASC*, *MSC*, *Rainforest Alliance*, *Biologisch* (inclusief *EKO* en *Demeter*, *bestedingen aan biologische tropische producten zijn in deze rapportage meegenomen*), *Beter Leven 1 ster* (alleen voor zuivel), *2 sterren* en *3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

Gemeten verkoopkanalen

Alle cijfers in de tabellen en figuren over de bestedingen per verkoopkanaal, per keurmerk en per productgroep zijn gebaseerd op de meting in de belangrijkste verkoopkanalen voor duurzame voeding: *supermarkten*, *foodservice* (horeca, catering, zorginstellingen, onderweg en recreatie) en *speciaalzaken voor duurzame voeding*. In deze drie kanalen wordt veruit het meeste aan duurzaam en overig voedsel besteed. Een aantal andere verkoopkanalen, zoals buitenlandse levensmiddelenzaken, ambulante handel, puur online handel (dat wil zeggen zonder fysieke

²⁴ Zie ook <https://keurmerkenwijzer.nl/wat-zijn-topkeurmerken>

winkels), en voedingspecialzaken als bakkerijen, slagerijen en delicatessenwinkels zijn niet meegenomen in de monitor. Deze maken normaal naar schatting ongeveer 10% uit van alle verkopen van eten en drinken in Nederland (een schatting gebaseerd op diverse bronnen). Het aandeel van duurzaam voedsel binnen de verkoopkanalen die in de monitor niet zijn meegenomen is onbekend. Doordat een deel van de verkopen in de ontbrekende kanalen niet in de berekeningen is meegenomen, liggen de werkelijke totale bestedingen aan duurzaam en overig voedsel in Nederland hoger. De totale bestedingen aan alle voedsel in Nederland in 2023 waren naar schatting ruim 70 mld. euro. Dat is inclusief de in de monitor ontbrekende afzetkanalen.

Productgroepen

De in kaart gebrachte productgroepen zijn: *Aardappelen, groenten en fruit; Brood, granen, koek en gebak; Eieren; Houdbare producten; samengestelde maaltijden en overig; Koffie en thee; Vis; Vlees en vleeswaren; Zuivel; Dranken; Voeding, niet gespecificeerd* (na 2018). Deze productgroepen zijn gebaseerd op de 'Classification of Individual Consumption according to Purpose' (COICOP), een classificatie van consumptieve uitgaven die wordt beheerd door de Verenigde Naties. De basisdata voor *supermarkten* zijn afkomstig van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)²⁵ en zijn gestructureerd volgens de COICOP, zie bijlage 2.

De basisdata voor de *foodservice* en *specialzaken voor duurzame voeding* zijn niet helemaal gestructureerd volgens de COICOP. Deze data zijn waar nodig aangepast aan een vergelijkbare indeling als bij *supermarkten*. In de edities van de *Monitor Duurzaam Voedsel* van vóór 2014 is de COICOP-indeling niet toegepast.

Voeding, niet gespecificeerd betreft de omzet van artikelen die niet (automatisch) aan een productgroep kunnen worden gekoppeld. Bij *supermarkten* heeft iedere supermarktketen een eigen classificatie van producten die aangeeft tot welke productgroep een EAN²⁶ behoort. Het CBS tracht de relatie tussen de supermarkt-specifieke classificatie en de COICOP-indeling vast te leggen. In een aantal gevallen is een artikel uit de supermarkt-specifieke classificatie niet koppelbaar aan de COICOP. In die gevallen wordt ten behoeve van deze rapportage wel het eventuele keurmerk op artikelniveau bepaald, maar is de juiste productgroep van deze (duurzame) artikelen onzeker, en vallen zij onder *Voeding, niet gespecificeerd*. In de *foodservice* zijn van een aantal kleine afzetkanalen geen specificaties van de totaalomzetten naar productgroepen bekend. Deze omzetten worden eveneens niet aan een COICOP gekoppeld en vallen onder *Voeding, niet gespecificeerd*.

Meting in supermarkten

Afbakening supermarkten

De kwantitatieve gegevens betreffen de totale bestedingen aan (duurzame) voeding in de Nederlandse supermarkten. *Supermarkten* zijn hierbij gedefinieerd als alle bedrijven die vallen onder code 4711 van de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) van het CBS.

De weergegeven bestedingen in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* in het supermarktkanaal betreft de totale bestedingen van (duurzaam) voedsel in *supermarkten*. In de edities van de *Monitor Duurzaam Voedsel 2014-2018* representeerden de data van de supermarktverkopen ongeveer twee derde van de totale bestedingen aan voedsel in *supermarkten*.

²⁵ <https://www.cbs.nl/>

²⁶ 'European Article Numbering', ook bekend als 'streepjescode'.

Methode

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* wordt ten eerste gebruikgemaakt van de CBS/Wageningen Economic Research-database, die samengesteld is voor dit onderzoek. In deze database is een koppeling gemaakt tussen transactiedata (omzetdata per artikel/EAN) afkomstig van het CBS en de informatie over duurzaamheidskeurmerken en -logo's op individuele producten (product/EAN-keurmerk-informatie) afkomstig van Wageningen Economic Research. Zowel omzet- als keurmerk-informatie is in de CBS/Wageningen Economic Research-database gekoppeld aan de EAN-codes. Ten tweede wordt gebruikgemaakt van de gegevens uit de kortetermijnstatistiek en productiestatistieken van het CBS. Van tijd tot tijd kan het voorkomen dat er producten verschuiven van de ene naar de andere COICOP-code. De oorzaak van een dergelijke verschuiving kan een fout zijn in de indeling in de basisdatabron, een wijziging bij de berichtgevers of een aanpassing in de indeling door Eurostat en het CBS. Voor de verandering in samenstelling van de productgroepen door een dergelijke verschuiving wordt niet gecorrigeerd. De verschuivingen zijn meestal beperkt ten opzichte van de bestedingen binnen een productgroep.

Omzetinformatie per product/EAN is afkomstig uit de kassascans die supermarktformules aanleveren aan het CBS. Wageningen Economic Research verzamelt product/EAN-keurmerk-informatie door gebruik te maken van kennis over producten en keurmerken uit de vorige edities en informatie van Innova Market Insights,²⁷ winkelbezoeken, internetpagina's en webshops van individuele supermarkten, gegevens van keurmerkorganisaties en andere beschikbare informatie. Bij het koppelen van gegevens zijn niet alle producten met een keurmerk terug te vinden in de omzetdata per product/EAN van het CBS. Andersom zijn in deze data producten te vinden die als duurzaam kunnen worden aangemerkt, maar die niet opgenomen zijn in de te koppelen productkeurmerklijsten van Wageningen Economic Research. Vaak gaat het om producten zonder een bekende en/of standaard EAN-code (vooral (koel)verse, waaronder niet-verpakte, producten van variabel gewicht binnen de productgroepen *Aardappelen, groente en fruit, Vis, Vlees en vleeswaren* en *Zuivel* (met name kaas)). Hier is voor gecorrigeerd door producten toe te voegen aan de database waarvan uit de naam of omschrijving blijkt dat ze een keurmerk hebben. Dat gebeurt door in de artikelomschrijvingen te zoeken op een set termen, waaronder de namen van diverse keurmerken en productlijnen. Bij de hierbij gevonden artikelen is vervolgens individueel gecontroleerd of deze daadwerkelijk duurzaam zijn.

Door sommige supermarktketens wordt voor bepaalde productgroepen, die herleidbaar zijn tot een bepaalde COICOP, gestreefd naar een volledig gecertificeerd assortiment binnen die groep. De meeste artikelen uit de betreffende productgroepen dragen in deze supermarktketens in de praktijk één bepaald keurmerk. Een kleiner aantal artikelen in deze groep heeft géén of een ander keurmerk. Hier wordt rekening mee gehouden bij het koppelen van keurmerk-informatie in de database. Bijvoorbeeld, bij een groot aantal winkelformules draagt bijna het volledige assortiment van vers varkensvlees een *Beter Leven* keurmerk. Daarnaast liggen er een aantal biologische en enkele varkensvleesproducten zonder een keurmerk in het schap. In de database worden alle artikelen uit de COICOP voor vers varkensvlees voor de betreffende winkels aangemerkt als gecertificeerd met *Beter Leven*, met uitzondering van de gevonden biologische producten.

Het gebruik van de CBS/Wageningen Economic Research-database levert relevante informatie voor een groot deel van de Nederlandse populatie van supermarkten. Om tot een benadering van de gehele populatie te komen, zijn de resultaten uit de bovenstaande stap aangesloten op de kortetermijnstatistiek detailhandel. De kortetermijnstatistiek bevat de totale omzetcijfers van voedingsmiddelen in alle supermarkten, maar kent geen nadere verbijzondering van die omzet naar producten en keurmerken. De bestedingen aan duurzaam voedsel van berichtgevers in de transactiedata zijn opgehoogd naar hun voedingsmiddelenomzetcijfers volgens de kortetermijnstatistiek. De supermarkten en supermarktketens die wel onderdeel uitmaken van SBI-code 4711, maar die geen onderdeel uitmaken van de transactiedata, zijn door het CBS en Wageningen Economic Research in groepen met specifieke kenmerken verdeeld. Voor de bestedingen in deze supermarkten en supermarktketens is een op elke productgroep toegesneden ramingsmethode ingezet voor het bepalen van de totale bestedingen per COICOP-productgroep en

²⁷ <https://www.innovamarketinsights.com/>

de duurzaamheidsaandelen hierbinnen. De ramingsmethoden maken niet alleen gebruik van de bekende gegevens van berichtgevers in de transactiedata, maar ook van marktkennis vanuit Wageningen Economic Research en van de productspecificaties van andere berichtgevers in de productiestatistieken van het CBS.

Meting in de foodservice

De geaggregeerde data voor het berekenen van de bestedingen aan voedsel met een keurmerk in de *foodservice* is samengesteld door het marktonderzoeksbureau Foodstep.²⁸ Foodstep baseert haar marktmeting op een database met verkoopgegevens van leveranciers binnen de sector: 'PS in Foodservice.'²⁹ Keurmerken worden aan producten toegekend met algoritmes op basis van tags en merknamen. Uit de database worden de omzetgegevens voor producten met een keurmerk geselecteerd. Daar waar de gegevens niet volledig zijn, wordt opgehoogd naar het totaal door gebruik te maken van informatie van de leveranciers in de *foodservice*. Foodstep maakt gebruik van informatie over marges per product om de totale consumentenbestedingen te berekenen. Wageningen Economic Research structureert de opgeleverde data voor de rapportage zodat de vergelijkbaarheid met andere kanalen mogelijk is.

Meting in speciaalzaken voor duurzame voeding

De geaggregeerde data voor het berekenen van de bestedingen aan voedsel in *speciaalzaken voor duurzame voeding* zijn samengesteld door de ketenorganisatie Bionext.³⁰ De cijfers zijn gebaseerd op gegevens van de Centrale Winkel Automatisering (CWA B.V.) voor aangesloten winkeliers en leveranciers van natuurvoedings- en reformwinkels. Daarnaast is door Bionext gebruikgemaakt van andere informatie voor een aantal ontbrekende speciaalzaken. Nagenoeg alle speciaalzaken voor duurzame voeding vallen onder SBI-code 47292. Wageningen Economic Research structureert de opgeleverde data voor de rapportage zodat de vergelijkbaarheid met andere kanalen mogelijk is.

Ontwikkeling in volumes

Voor de berekening van de ontwikkeling van prijzen en volumes van voedsel in supermarkten is gebruik gemaakt van de gedefleerde omzetgegevens per productgroep van het CBS.³¹ Voor de schatting van de ontwikkeling van volumes voedsel in speciaalzaken duurzame voeding is gebruik gemaakt van de berekende ontwikkeling van prijzen in supermarkten. Voor de schatting van de ontwikkeling van volumes voedsel in de foodservice is gebruik gemaakt van de Consumentenprijsindex van het CBS voor bestedingscategorie Restaurants en hotels (110000).³² De ontwikkeling in het totale voedselvolumen is berekend op basis van de gegevens over de afzonderlijke verkoopkanalen.

Wijzigingen ten opzichte van het voorgaande jaar

Keurmerken

Er zijn geen wijzigingen in de set van keurmerken geweest in deze editie van de Monitor Duurzaam Voedsel. Wel is in deze editie apart naar de omzet van producten met topkeurmerken gekeken.

Wijzigingen meetmethode algemeen

Bij een nieuwe meting kunnen verschuivingen optreden in de cijfers van het vergelijkingsjaar. Voor 2023 is het vergelijkingsjaar 2022. De in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* gepresenteerde cijfers over het verslagjaar 2022 kunnen op sommige plaatsen afwijken van de cijfers in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2022*. Deze wijzigingen worden veroorzaakt door correcties of aanvullingen op de brongegevens die na de oplevering van de eerdere rapportage nog zijn doorgevoerd. Een aantal gebruikte databestanden voor het voorgaande jaar zijn tijdens het maken van de monitor nog niet definitief. Daarnaast kan jaarlijks een kleine wijziging van de methode voor

²⁸ www.foodstep.com.

²⁹ <https://psinfoodservice.nl>.

³⁰ www.bionext.nl.

³¹ <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2023>

³² <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?dl=A814B>.

het matchen van keurmerkinformatie met individuele producten in de brondata voor alle verkoopkanalen doorgevoerd worden, bijvoorbeeld door het toevoegen van nieuwe zoekreeksen.

Supermarkten

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* is door het CBS in samenspraak met Wageningen Economic Research onderhoud gepleegd aan de methode voor het bouwen van cumulatieve database van duurzame artikelen. Dit omvat 1) het rationaliseren en stroomlijnen van het technische proces voor uitzonderingen en regels voor bijvoorbeeld gewichtsartikelen en artikelen met in-store codes, regels voor introductie en toekennen van een keurmerk, en automatiseren van onderscheid in sterren Beter Leven, en 2) het actualiseren van de veronderstellingen voor bijvoorbeeld aandelen duurzaam voedsel in gegevens buiten de transactiedata, voor niet-ingedeelde artikelen, en een check van aansluiting van bedrijven bij de relevante economische activiteit SBI 4711.

De gegevens voor het jaar 2022 zijn opnieuw berekend. Voor een aantal datapunten voor *supermarkten* zijn er zichtbare en onzichtbare verschillen tussen het jaar 2022 zoals eerder gerapporteerd en de herberekening voor deze editie. Deze hebben vooral te maken met verschuivingen als gevolg van de COICOP-correcties, correcties in de brondata met omzetten (transactiedata, kortetermijnstatistiek en productiestatistiek) en correcties in de lijsten van product-keurmerkcombinaties mede als gevolg van onderhoud van de methode.

Foodservice

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* heeft Foodstep geen significante wijzigingen in de aanpak en opwerking van de data voor de *foodservice* doorgevoerd. Wel zijn de gegevens voor het jaar 2022 opnieuw berekend. Er zijn verschillen tussen het jaar 2022 zoals eerder gerapporteerd en de herberekening voor deze editie. Dit heeft vooral te maken met de wijzigingen en correcties in het toekennen van een keurmerk aan producten in de 'PS in Foodservice' database. Voorbeelden van de aanpassing voor 2023 is het toevoegen van de ontbrekende gegevens voor producten met een *Rainforest Alliance* keurmerk in de 'PS in Foodservice.'

Speciaalzaken voor duurzame voeding

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* zijn geen wijzigingen in de aanpak en opwerking van de data doorgevoerd.

Ontwikkeling in volumes

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023* zijn voor de bekeken verkoopkanalen en het totaal de ontwikkelingen in volumes toegevoegd.

Afrondingsverschillen

De berekeningen zijn gemaakt met niet-afgeronde cijfers, terwijl afgeronde getallen worden gerapporteerd. Hierdoor kan in deze rapportage door afrondingsverschillen het vermelde totaal ongelijk zijn aan de som van de componenten. Ook kunnen hierdoor de berekende of geschatte procentuele verschillen tussen de jaren anders uitvallen dan met de afgeronde cijfers.

Bijlage 1 Bestedingen aan biologisch voedsel

Tabel B1.1 Bestedingen aan biologisch voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, verdeeld over de producten, mln. euro

Productgroep	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2022 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2023 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	393	447	14	4	4
Brood, granen, koek en gebak	151	181	20	2	2
Eieren	96	106	11	12	11
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	282	290	3	3	2
Koffie en thee	156	182	17	6	7
Vis	12	15	22	1	1
Vlees en vleeswaren	176	189	7	2	2
Zuivel	313	354	13	4	4
Dranken	206	222	8	2	2
Voeding, niet gespecificeerd	11	11	5	0	0
Totaal	1.795	1.996	11	3	3

Bron: data CBS, Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

Tabel B1.2 Bestedingen aan biologisch voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, verdeeld over het type verkoopkanaal, in mln. euro

Productgroep	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)	Aandeel in de voedselbestedingen 2022 (%)	Aandeel in de voedselbestedingen 2023 (%)
Supermarkten	1.149	1.280	11	3	3
Foodservice	272	316	16	1	1
Speciaalzaken voor duurzame voeding	374	400	7	~100	~100
Totaal	1.795	1.996	11	3	3

Bron: data CBS/Wageningen Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Economic Research.

Tabel B1.3 Bestedingen aan biologisch voedsel in de foodservice, verdeeld over de verkoopkanalen, in mln. euro

Verkoopkanaal in de foodservice	Bestedingen 2022 (mln. euro)	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Ontwikkeling 2022-2023 (%)
Catering (zelf- en contractcatering)	49	60	22
Gemak (cafeteria, lunchrooms)	43	52	21
Recreatie (café, zalen, strand, sport, recreatie)	41	42	2
Restaurants en hotels	128	150	18
Zorginstellingen	12	13	9
Totaal	272	316	16

Bron: data Foodstep; bewerking Wageningen Economic Research.

Bijlage 2 COICOP's per productgroep

Tabel B2.1 COICOP's per productgroep

Productgroep	COICOP 2018
Aardappelen, groenten en fruit	
w.v.	
vers fruit	01161
verse groenten	01171
aardappelen en aardappelproducten	01174, 01175
conserven/diepvries groenten en fruit	01163, 01164, 01172, 01173
Brood, granen, koek en gebak	01112, 01113, 01114, 01117, 01118
Eieren	01147
Houdbare producten (DKW), samengestelde maaltijden en overig	
w.v.	
snoep, chocola en zoet broodbeleg	01182, 01183, 01184
kant-en-klaar- en diepvriesmaaltijden	01115, 01194
deegwaren	01116
oliën en sauzen	01153, 01154, 01191
overig	01111, 01181, 01185, 01186, 01192, 01193, 01199
Koffie en thee	
w.v.	
koffie en cacao	01211, 01213
thee	01212
Vis	
w.v.	
verse vis, diepvriesvis en schaal- en schelpdieren	01131, 01132, 01133
houdbare vis	01135, 01136
Vlees	
w.v.	
rundvlees	01121
varkensvlees	01122
pluimvee	01124
vleeswaren en vleesgerechten	01127
overig vlees	01123, 01125, 01128
Zuivel	
w.v.	
melk	01141, 01142, 01143
yoghurt, room, desserts en overige melkproducten	01144, 01146
kaas	01145
boter en margarine e.d.	011510, 01152
Dranken	
w.v.	
mineraalwater, frisdrank en sappen	01221, 01222, 01223
bier en wijn	02111, 02112, 02121, 02123, 02131, 02132, 02133

Bron: CBS.

Meer informatie

Katja Logatcheva, onderzoeker markten en waardeketens
T +31 (0)70 335 81 56
E katja.logatcheva@wur.nl
www.wur.nl/economic-research

2024-110