



Monitor Duurzaam Voedsel 2024

Consumentenbestedingen

Katja Logatcheva en Nera Herceglic

De consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel zijn in 2024 met 4% gestegen ten opzichte van 2023, wat in lijn is met de groei van de totale voedselbestedingen. Het aandeel van duurzaam voedsel in de totale voedseluitgaven bleef stabiel op 21%. Deze ontwikkeling is het resultaat van een stijging in zowel de prijzen als het volume van zowel duurzaam als overig voedsel. Biologisch voedsel laat een relatief sterke groei zien, mede dankzij een sterke toename van de omzet in speciaalzaken voor duurzame voeding (15%) en supermarkten (12%).

De *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* geeft een overzicht van de consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in Nederland over het jaar 2024. 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 (beoordeling 2022).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 2024 aan het einde van deze rapportage. Bekijk de resultaten ook op agrimatie.nl.

- In 2024 is het aandeel van duurzaam voedsel in de totale voedselbestedingen in Nederland circa 21%. De consumentenbestedingen aan zowel duurzaam als aan alle voedsel zijn met 4% toegenomen ten opzichte van 2023. Deze toename is te verklaren door enerzijds een toename van het verkochte volume, voor duurzaam voedsel is dit 1% en voor alle voedsel afgerond is dit 0%, en anderzijds een stijging van de prijzen (2-5% per afzetkanaal).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://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?ts=1752132989264> en <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

- Het aandeel van duurzaam voedsel met een topkeurmerk² is 14% van de totale voedselbestedingen in 2024. In deze rapportage betreft dit de jaren 2023 en 2024 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 2024 bij de afzonderlijke productgroepen wisselend. Het aandeel van producten met een keurmerk is gestegen bij *Vis* (van 59% naar 62%), *Eieren* (van 61% naar 64%) en *Vlees en vleeswaren* (van 44% naar 46%). Bij *Zuivel* is het aandeel in de duurzame bestedingen gedaald (van 21% naar 20%).
- In bijna alle afzonderlijke productgroepen zijn de bestedingen aan duurzaam voedsel in 2024 gestegen. De grootste stijging is zichtbaar bij *Dranken* (14%) door meer niet-alcoholische dranken met een keurmerk in de retail. Bij *Zuivel* (-6%) zijn de bestedingen aan duurzaam voedsel gedaald.
- De bestedingen aan duurzaam voedsel in *supermarkten* in 2024 zijn 4% hoger dan in 2023. De totale voedselbestedingen in *supermarkten* zijn eveneens met 4% gestegen. De ontwikkelingen van het volume van duurzaam voedsel en van alle voedsel in *supermarkten* zijn met circa 2% nagenoeg gelijk.⁴
- De *foodservice* laat in 2024 een voorzichtige groei van bijna 1% zien in de bestedingen aan duurzaam voedsel ten opzichte van 2023. De bestedingen aan alle voedsel in de *foodservice* zijn met 4% gestegen. Deze stijging komt vooral door de stijgingen van de prijzen in dit afzetkanaal. Het volume van alle voedsel is naar schatting met circa 2% gedaald.
- *Speciaalzaken voor duurzame voeding* kennen een relatief sterke stijging van 15% in de bestedingen in 2024 ten opzichte van 2023. Ook de volumegroei is in dit afzetkanaal relatief sterk en wordt op ruim 12% geschat. De toegenomen populariteit van dit verkoopkanaal ligt ten grondslag aan deze ontwikkelingen.
- De grootste procentuele stijging in de bestedingen in de gemeten verkoopkanalen is te zien bij producten met keurmerken *Biologisch* (12%) en *Fairtrade* (10%).
- *Beter Leven* (€ 5,3 mld. consumentenbestedingen) is in 2024 het grootste keurmerk in de bestedingen in de gemeten verkoopkanalen, gevolgd door *Rainforest Alliance* (€ 3,3 mld.) en *Biologisch* (€ 2,2 mld.). Naar schatting heeft de Nederlandse consument in 2024 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 21%, topkeurmerken 14%

De totale consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in de drie onderzochte verkoopkanalen bedroegen in 2024 bijna € 14,3 mld., een stijging van 4% ten opzichte van 2023 (tabel 1). Ook de uitgaven aan voedsel in het algemeen binnen deze verkoopkanalen zijn met 4% gestegen, tot € 68,1 mld. Het aandeel van duurzaam voedsel in de totale voedselbestedingen bedraagt daarmee 21%. Zowel de prijsstijging (variërend van 2% tot 6% per verkoopkanaal) als de toename in het verkochte volume duurzaam voedsel speelt een belangrijke rol in deze ontwikkeling. Het volume duurzaam verkocht voedsel steeg met 1%, terwijl het totale verkochte voedselvolume gelijk bleef.⁵

In 2024 bedroeg het aandeel van de bestedingen aan duurzaam voedsel met een topkeurmerk 14% van de totale voedselbestedingen (tabel 1). Het gaat hierbij om producten die ten minste één van de volgende keurmerken dragen: *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 en 3 sterren*, *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

⁴ Op basis van de gegevens van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

⁵ Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën in de *foodservice* en gedefleerde (voor inflatie gecorrigeerde) gegevens over *supermarkten* van het CBS.

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

	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)
Totale voedselbestedingen	65.260	68.052	4
Bestedingen aan duurzaam voedsel, w.v.	13.789	14.298	4
Bestedingen aan topkeurmerken a)	9.243	9.566	
Aandeel duurzaam voedsel in de voedselbestedingen (%)	21	21	
Aandeel topkeurmerken in de totale voedselbestedingen (%)	14	14	
Volume alle voedsel			0
Volume duurzaam voedsel			1

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 € 5,3 mld.), *Rainforest Alliance* (€ 3,3 mld.) en *Biologisch* (€ 2,2 mld.) de keurmerken zijn met de grootste bestedingen door consumenten. *Rainforest Alliance* en *Biologisch* zijn de grootste topkeurmerken.

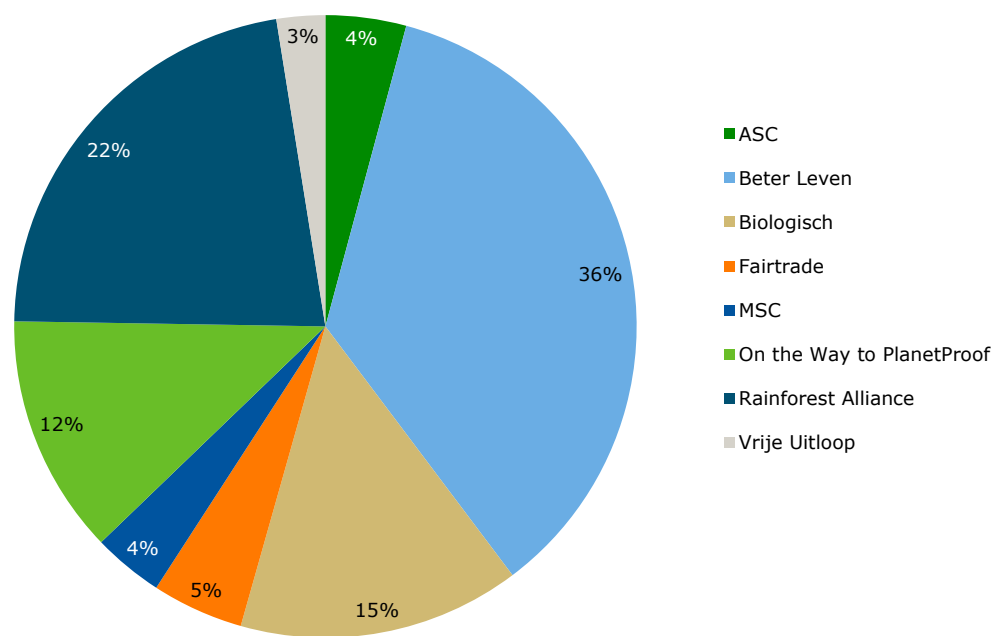
De grootste procentuele stijging in de bestedingen in de gemeten verkoopkanalen is te zien bij producten met keurmerken *Biologisch* en *Fairtrade* (beide met circa 10%). De groei van *Biologisch* vindt vooral in de retail plaats. *Fairtrade* groeit zowel in de supermarkten als in de foodservice.

De uitgaven aan het keurmerk *SRP* zijn klein en daarmee vertrouwelijk 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 a) b)

Keurmerk	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)
ASC	595	630	6
Beter Leven w.v.	5.113	5.344	5
Beter Leven 1 ster	4.382	4.590	5
Beter Leven 2 sterren	456	448	-2
Beter Leven 3 sterren	275	306	11
Biologisch	1.997	2.203	10
Fairtrade	650	716	10
MSC	535	551	3
On the way to PlanetProof	1.922	1.872	-3
Rainforest Alliance c)	3.269	3.339	2
Vrije Uitloop	398	380	-4

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 Social & Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Social & Economic Research.



Figuur 1 Aandeel per keurmerk in de bestedingen aan duurzaam voedsel inclusief stapeling in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, 2024 a), b), c)
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 Social & Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Social & 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

	ASC is een standaard voor verantwoorde viskweek.⁷ In 2024 is voor € 630 mln. aan ASC-vis verkocht, een stijging van 6% ten opzichte van 2023. In de <i>supermarkten</i> is het aandeel van vis met dit keurmerk relatief hoog. Supermarkten streven ernaar dat alle verse en diepvrieskweekvis in de schappen een ASC (of gelijkwaardig) keurmerk draagt.⁸
  	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 € 5,3 mld. is <i>Beter Leven</i> het grootste keurmerk. Binnen de bestedingen aan duurzaam voedsel inclusief stapeling vertegenwoordigt <i>Beter Leven</i> circa 36% van de bestedingen. <i>Beter Leven</i> heeft in 2024 een stijging van 5% ten opzichte van 2023 laten zien, met name door de groei in pluimveevlees met dit keurmerk bij <i>supermarkten</i>. In 2023 streefden de meeste Nederlandse supermarkten ernaar om uitsluitend pluimveevlees met minimaal één <i>Beter Leven</i>-ster aan te bieden. Sinds 2024 hebben de supermarkten dit doel definitief kunnen realiseren. Vers en verwerkt varkensvlees wordt al in de meeste supermarkten nagenoeg alleen nog met dit keurmerk verkocht.
	<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 € 2,2 mld., ruim 3% van de bestedingen. In 2024 is er ten opzichte van 2023 een relatief sterke stijging in de omzet van biologische producten in de speciaalzaken voor duurzame voeding (15%) en <i>supermarkten</i> (12%). Bij een inflatie op voeding van circa 2% in de retail, betekent dit een relatief sterke groei van de afzetvolumes. De bestedingen in de gemeten kanalen samen zijn ten opzichte van 2023 met 10% 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 2024 enkele miljoenen euro's bedraagt.
	<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 2024 zijn de bestedingen aan producten met <i>Fairtrade</i> met 10% gestegen ten opzichte van 2023.
	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 2024 is de omzet van vis met <i>MSC</i> met 3% gestegen ten opzichte van 2023.
	<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 2024 zijn de consumentenbestedingen van producten met dit keurmerk met 3% gedaald ten opzichte van 2023.

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

	<i>Rainforest Alliance</i> is een keurmerk dat eisen stelt op het gebied van milieu- en natuurbehoud, rechten voor arbeiders en arbeidsomstandigheden.¹⁴ In 2024 werd ruim € 3,3 mld. aan producten met dit keurmerk uitgegeven. Dit is een stijging van de bestedingen met 2% ten opzichte van 2023. 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>.
Vrije Uitloop	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 2024 zijn de bestedingen aan producten met dit keurmerk met 4% gedaald ten opzichte van 2023.
	<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.

Ontwikkeling aandeel duurzaam voedsel per productgroep vooral positief

In bijna alle productgroepen laten producten met een keurmerk een stijging in de bestedingen zien. Het aandeel van duurzaam voedsel in de totale voedselbestedingen bedroeg in 2024 gemiddeld 21%, al varieert dit aandeel per productgroep (zie tabel 3). In datzelfde jaar stegen de prijzen van voedsel minder sterk dan in voorgaande jaren.¹⁷ Het totale volume van verkocht duurzaam voedsel nam toe met 1%, terwijl het totale volume voedselverkoop gelijk bleef (0%).¹⁸ Belangrijkste ontwikkelingen tussen 2023 en 2024:

- Het aandeel van producten met een keurmerk in de totale bestedingen aan die productgroepen steeg het meest bij *Vis* (van 59% naar 62%) en *Eieren* (van 61% naar 64%). Bij *Zuivel* daalde dit aandeel licht, van 21% naar 20%.
- De productgroepen met de hoogste consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in 2024 zijn:
 - *Vlees en vleeswaren*: € 3,9 mld. (+7% ten opzichte van 2023)
 - *Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig*: € 2,4 mld. (+5%)
 - *Zuivel*: € 1,7 mld. (-6%) (zie figuur 2 en tabel 3)
- Binnen de categorie *Voeding, niet gespecificeerd* ontbreken productdetails in de basisdata.¹⁹ Ontwikkelingen in deze categorie kunnen daarom per jaar sterk fluctueren.
- Het aandeel van producten met een topkeurmerk in de totale voedselbestedingen bedroeg 14% in 2024. Dit betreft producten met ten minste één van de volgende keurmerken: *ASC*, *MSC*, *Rainforest Alliance*, *Biologisch* (inclusief *EKO* en *Demeter*; ook biologische tropische producten zijn meegerekend), *Beter Leven* (1 ster voor zuivel, 2 en 3 sterren), *Fairtrade*, *On the way to PlanetProof* en *SRP*.

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 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/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

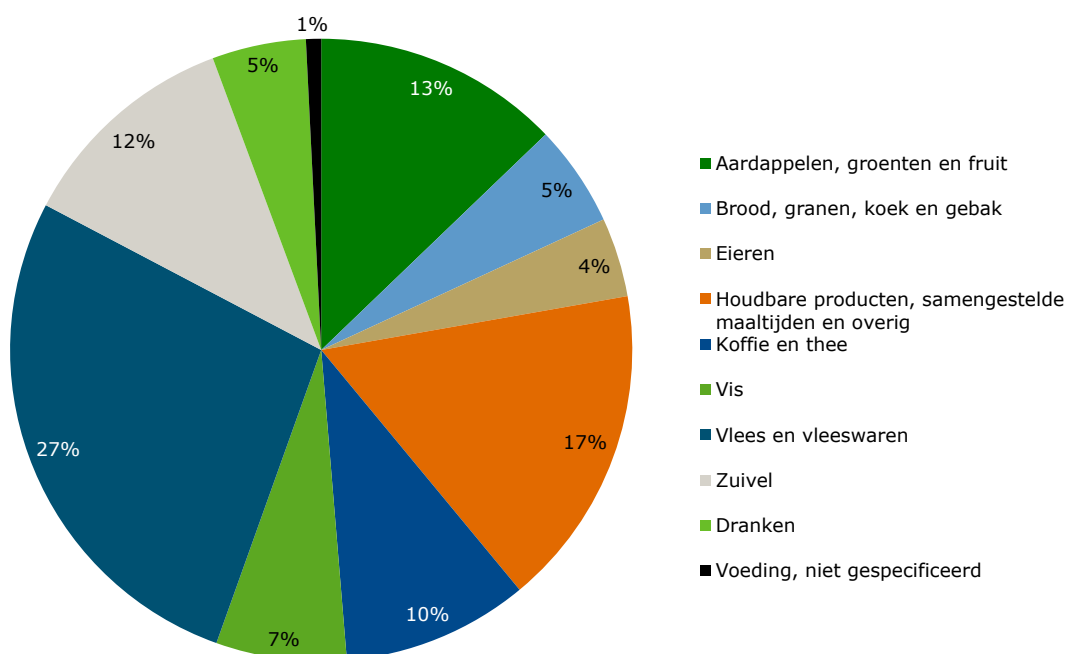
¹⁹ Lees meer over de productindeling in het hoofdstuk Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2024.

Tabel 3 Bestedingen aan duurzaam voedsel en aandeel in bestedingen in alle voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding verdeeld over de productgroepen

Productgroep	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2023 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2024 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	1.733	1.834	6	14	15
Brood, granen, koek en gebak	730	756	3	10	10
Eieren	569	589	3	61	64
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	2.272	2.397	5	18	18
Koffie en thee	1.382	1.385	0	50	50
Vis	918	970	6	59	62
Vlees en vleeswaren	3.648	3.893	7	44	46
Zuivel	1.769	1.663	-6	21	20
Dranken	613	697	14	7	7
Voeding, niet gespecificeerd	155	112	-27	6	3
Duurzaam totaal, w.v.	13.789	14.298	4	21	21

a) Lees meer over de productindeling in hoofdstuk Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2024.

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



Figuur 2 Aandeel per productgroep in de totale bestedingen aan duurzaam voedsel in Nederlandse supermarkten, foodservice en speciaalzaken voor duurzame voeding, 2024
Bron: data CBS, Wageningen Social & Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Social & Economic Research.

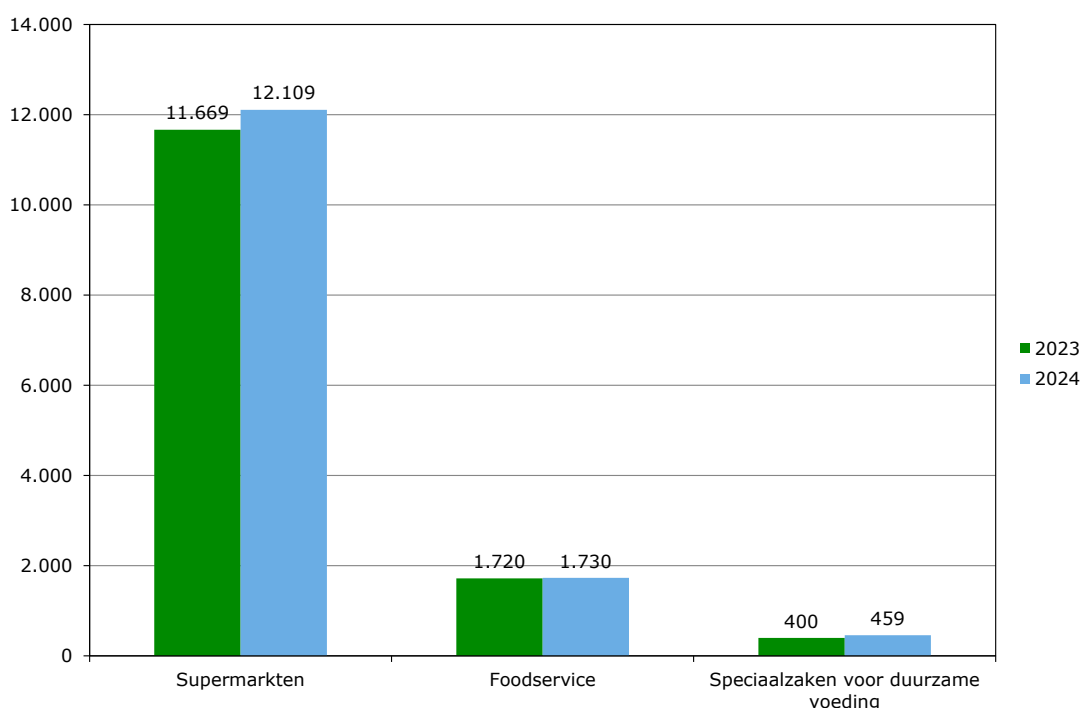
Bestedingen aan duurzaam voedsel per verkoopkanaal nemen toe

Supermarkten, foodservice (zoals horeca, catering, zorginstellingen en recreatie) en *speciaalzaken voor duurzame voeding* vormen de belangrijkste afzetkanalen voor duurzame voeding in Nederland en zijn opgenomen in deze monitor. Winkelketens die zich volledig richten op de verkoop van duurzame producten vallen onder de categorie *speciaalzaken voor duurzame voeding*.

Daarnaast vindt de verkoop van duurzame producten ook plaats via andere kanalen, zoals buitenlandse levensmiddelenzaken, ambulante handel, puur online handel (zonder fysieke winkels), en voedingsspeciaalzaken zoals bakkerijen, slagerijen en delicatessenwinkels.²⁰ Deze afzetkanalen zijn in deze monitor buiten beschouwing gelaten.

- In *supermarkten* zijn de bestedingen van consumenten aan duurzaam voedsel van 2023 naar 2024 met 4% gestegen naar € 12,1 mld. (figuur 3). Het aandeel van producten met een keurmerk in de totale voedselbestedingen is stabiel gebleven met 27%. Ook de totale voedselbestedingen stegen met 4% naar € 45,4 mld. Het volume van verkocht duurzaam voedsel groeide met ongeveer 2%, gelijk aan de volumegroei van de totale voedselafzet in dit kanaal.²¹
- In de *foodservice* stegen de bestedingen aan duurzaam voedsel met 1% naar €1,7 mld. De totale voedselbestedingen in dit kanaal namen met 4% toe. Tegelijkertijd werden prijsstijgingen van gemiddeld 5% gemeten,²² terwijl het verkochte volume met circa 2% daalde.
- In *speciaalzaken voor duurzame voeding* stegen de bestedingen aan duurzaam voedsel tussen 2023 en 2024 met 15%, tot € 459 mln. de grootste procentuele stijging van de drie verkoopkanalen. Deze speciaalzaken verkopen voornamelijk biologische en biodynamische voedingsmiddelen. De toenemende populariteit van dit afzetkanaal ligt aan de basis van deze groei.

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 Social & Economic Research, Foodstep, Bionext; bewerking Wageningen Social & Economic Research.

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. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

²² Berekend op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen voor verschillende bestedingscategorieën van het CBS. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?dl=A814B>

Meer duurzaam voedsel verkocht in supermarkten, vooral door pluimveevlees met keurmerk, biologisch groeit sterkst

In *supermarkten* bedroeg het aandeel van producten met een keurmerk in de totale bestedingen 27% in zowel 2023 als 2024. Er is 4% meer uitgegeven aan duurzaam voedsel ten opzichte van 2023 (zie tabel 4 en 5). De gemiddelde prijsstijging van voedingsmiddelen in supermarkten lag in 2024 rond de 2%.²³ Dit betekent dat er in volume ongeveer 2% meer duurzaam voedsel is verkocht. Deze volumegroei is in lijn met de algemene groei van het voedselvolumen in supermarkten.²³

Een belangrijk deel van de groei in duurzaam voedsel komt voort uit de toename van het aanbod en de verkoop van pluimveevlees en -vleeswaren met een *Beter Leven*-keurmerk. De meeste Nederlandse supermarkten streefden ernaar om vanaf 2023 uitsluitend pluimveevlees met minimaal één *Beter Leven*-ster aan te bieden. Sinds 2024 hebben de supermarkten dit doel definitief kunnen realiseren.

Vlees en vleeswaren vormen de productgroep met de op één na grootste stijging van het keurmerkaandeel in de totale consumentenbestedingen: van 60% in 2023 naar 63% in 2024 (zie tabel 6). De grootste relatieve toename vond echter plaats in de productgroepen *Dranken* en *Brood, granen, koek en gebak*. Desondanks blijft het aandeel duurzaam voedsel binnen deze categorieën het laagst van alle productgroepen, respectievelijk 5% en 12%.

Binnen de productgroep *Vlees en vleeswaren* is het volume van producten met een keurmerk in 2024 het sterkst gegroeid. Dit komt met name door de forse toename van het volume duurzaam pluimveevlees, dat met ruim 35% groeide.²³

Daarentegen kende de productgroep *Zuivel* de grootste relatieve daling in het aandeel van producten met een keurmerk. In 2024 daalde dit aandeel van 24% naar 22%.

De uitgaven aan biologische producten zijn in *supermarkten* het sterkst gestegen, met een groei van 12% (tabel 5).

De uitgaven aan producten met het *SRP*-keurmerk zijn zeer klein en daarom vertrouwelijk. Deze cijfers zijn niet apart weergegeven in tabellen 4 en 5, maar maken wel deel uit van de totale bestedingen aan duurzame voeding in *supermarkten* in tabel 6.

²³ Op basis van de gegevens van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

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

	Totaal	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
2024										
ASC	488	.	.	.	.	.	414	.	.	.
Beter Leven, w.v.	5.085	.	.	515	764	.	.	3.650	32	73
<i>Beter Leven 1 ster</i>	4.398	.	.	307	553	.	.	3.415	.	65
<i>Beter Leven 2 sterren</i>	395	.	.	101	.	.	.	80	.	.
<i>Beter Leven 3 sterren</i>	292	.	.	108	.	.	.	154	.	.
Biologisch	1.449	437	90	101	199	77	25	151	253	105
Fairtrade	582	90	79	.	287	60	.	.	43	16
MSC	464	.	.	.	114	.	346	.	.	.
On the way to PlanetProof	1.771	851	.	.	.	.	.	.	.	.
Rainforest Alliance d)	2.590	392	.	.	620	704	.	.	.	218
Vrije Uitloop	360	.	21	104	216	.	.	.	.	.
2023										
ASC	483	.	.	.	.	.	415	.	.	.
Beter Leven, w.v.	4.849	.	.	506	760	.	.	3.402	36	92
<i>Beter Leven 1 ster</i>	4.183	.	.	314	563	.	.	3.157	.	87
<i>Beter Leven 2 sterren</i>	404	.	.	89	.	.	.	104	.	.
<i>Beter Leven 3 sterren</i>	262	.	.	103	.	.	.	140	.	.
Biologisch	1.295	372	88	92	175	68	15	137	250	91
Fairtrade	529	89	76	.	214	61	.	.	51	13
MSC	457	.	.	.	112	.	339	.	.	.
On the way to PlanetProof	1.805	816	.	.	.	.	.	.	.	.
Rainforest Alliance d)	2.516	367	.	.	608	696	.	.	.	191
Vrije Uitloop	375	.	21	101	221	.	.	.	.	.

'.' = het cijfer is onbekend, onvoldoende betrouwbaar of geheim of het keurmerk is niet relevant voor de productgroep.

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 Social & Economic Research; bewerking Wageningen Social & Economic Research.

Tabel 5 Ontwikkelingen van 2023 naar 2024 in bestedingen aan duurzaam voedsel per keurmerk en productgroep in de supermarkten, in % a), c)

	Totaal	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
Totaal werkelijke bestedingen aan duurzaam voedsel	4	5	6	3	6	2	2	7	-6	13	- 27
ASC	1	.	.	.	.	.	0	.	.	.	.
Beter Leven	5	.	.	2	1	.	.	7	-10	.	-20
Biologisch	12	18	3	10	14	13	70	11	2	16	18
Fairtrade	10	1	4	.	34	-1	.	.	-15	26	.
MSC	2	.	.	.	1	.	2	.	.	.	.
On the way to PlanetProof	-2	4	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Rainforest Alliance b)	3	7	.	.	2	1	.	.	.	14	.
Vrije Uitloop	-4	.	-1	3	-2	.	.	.	.	.	.

‘.’ = het cijfer is onbekend, onvoldoende betrouwbaar of geheim of het keurmerk is niet relevant voor de productgroep.

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 Social & Economic Research; bewerking Wageningen Social & Economic Research.

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

	Bestedingen 2023 (mln. euro)		Bestedingen 2024 (mln. euro)		Ontwikkeling bestedingen 2023-2024 (%)		Aandeel duurzaam in de totale bestedingen per productgroep (%)		Ontwikkeling volume 2023-2024 (%)	
	Totaal	Duurzaam	Totaal	Duurzaam	Totaal	Duurzaam	2023	2024	Totaal	Duurzaam
Totaal	43.557	11.669	45.417	12.109	4	4	27	27	2	2
Aardappelen, groenten en fruit	8.638	1.643	8.992	1.732	4	5	19	19	2	4
w.v.										
<i>vers fruit</i>	2.274	544	2.383	577						
<i>verse groenten</i>	3.069	694	3.192	746						
<i>aardappelen en aardappelproducten</i>	1.648	167	1.693	157						
<i>conserven/diepvriesgroenten en fruit</i>	1.646	239	1.724	253						
Brood, granen, koek en gebak	5.233	584	5.202	618	-1	6	11	12	-2	5
Eieren	564	518	581	531	3	3	92	91	7	6
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	7.581	2.016	7.977	2.143	5	6	27	27	3	4
w.v.										
<i>snoep, chocola en zoet broodbeleg</i>	1.913	561	2.106	615						
<i>kant-en-klaar- en diepvriesmaaltijden</i>	2.441	741	2.515	744						
<i>deegwaren</i>	335	50	298	50						
<i>oliën en sauzen</i>	1.270	184	1.322	207						
<i>overig</i>	1.622	480	1.737	526						
Koffie en thee	1.257	782	1.287	795	2	2	62	62	2	1
w.v.										
<i>koffie en cacao(poeder)</i>	1.079	620	1.100	628						
<i>thee</i>	179	162	186	167						
Vis	902	754	934	769	4	2	84	82	2	1
w.v.										
<i>verse vis en diepvriesvis en schaal- en schelpdieren</i>	472	403	496	405						
<i>houdbare vis (conserven)</i>	430	350	438	363						
Vlees en vleeswaren	5.669	3.414	5.777	3.658	2	7	60	63	1	6
w.v.										
<i>rundvlees</i>	950	132	881	119						
<i>varkensvlees</i>	576	535	586	529						
<i>pluimvee</i>	1.112	880	1.301	1.184						
<i>vleeswaren en vleesgerechten</i>	1.997	1.455	1.945	1.433						
<i>overig vlees</i>	1.034	412	1.064	393						
Zuivel	6.334	1.500	6.336	1.407	0	-6	24	22	2	-4
w.v.										
<i>melk</i>	843	406	792	381						
<i>yoghurt, room, desserts en overige melkproducten</i>	2.157	763	2.188	712						
<i>kaas</i>	2.621	254	2.639	234						
<i>boter en margarine en dergelijke</i>	713	77	717	80						
Dranken	6.427	303	6.881	343	7	13	5	5	-2	4
w.v.										
<i>mineraalwater, frisdrank en sappen</i>	2.835	223	3.309	261						
<i>bier en wijn</i>	3.592	80	3.572	82						
Voeding, niet gespecificeerd	952	155	1.450	112			16	8		

Bron: data CBS/Wageningen Social & Economic Research; bewerking en berekening Wageningen Social & Economic Research. De Bron: data CBS/Wageningen Social & Economic Research; bewerking en berekening Wageningen Social & Economic Research. De ontwikkeling in volumes is berekend op basis van de gedefleerde gegevens van het CBS. Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

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 17%, 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 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Aandeel duurzaam in de totale bestedingen per productgroep 2023 (%)	Aandeel in de totale bestedingen per productgroep 2024 (%)
Totaal	7.360	7.601	17	17
w.v.				
Aardappelen, groenten en fruit	1.610	1.713	19	19
Brood, granen, koek en gebak	557	585	11	11
Eieren	199	220	35	38
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	1.351	1.488	18	19
Koffie en thee	782	795	62	62
Vis	753	768	84	82
Vlees en vleeswaren	247	239	4	4
Zuivel	1.496	1.403	24	22
Dranken	298	343	5	5
Voeding, niet gespecificeerd	68	47	7	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*.

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

Meer omzet maar minder volume 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 2024 heeft de *foodservice* een relatief beperkte groei van 1% in de bestedingen aan duurzaam voedsel laten zien ten opzichte van 2023 (tabel 8). De totale voedselomzetstijging in de *foodservice* is met 4% iets hoger geweest. In dit afzetkanaal waren prijsstijgingen in 2024 gemiddeld 5-6%, afhankelijk van de deelsector.²⁴ Het volume is in de *foodservice* met naar schatting 2% gedaald. Of er verschillen zijn in de volumegroei duurzaam en overig voedsel is niet bekend.

De totale bestedingen in dit verkoopkanaal aan duurzame producten en aan alle producten zijn gestegen, maar er zijn grote verschillen tussen productgroepen. Dit varieerde met een 11% afname bij brood, granen, koek en gebak tot en toename van 23% bij Vis.

²⁴ Op basis van de gegevens over prijsontwikkelingen van het CBS. Zie [StatLine - Consumentenprijzen; prijsindex 2015=100](#)

Het aandeel duurzaam voedsel in de totale foodservicebestedingen is 8%. De ontwikkelingen van dit aandeel verschillen tussen de productgroepen. Het aandeel duurzaam voedsel is gestegen bij *Vis* (van 25% naar 32%) en *Eieren* (van 12% naar 14%). Bij andere productgroepen is dit aandeel gelijk gebleven of gedaald.

Het aandeel van topkeurmerken in de bestedingen aan voedsel in de *foodservice* is 7% (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

	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2023 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2024 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	21	19	-10	1	1
Brood, granen, koek en gebak	110	97	-11	5	4
Eieren	42	48	13	12	14
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	170	154	-10	3	3
Koffie en thee	582	570	-2	40	40
Vis	164	202	23	25	32
Vlees en vleeswaren	187	186	-1	7	7
Zuivel	217	199	-8	12	11
Dranken	227	256	13	9	9
Voeding, niet gespecificeerd	0	0		0	0
Duurzaam totaal, w.v.	1.720	1.730	1	8	8
<i>Topkeurmerken a)</i>	<i>1.483</i>	<i>1.506</i>		<i>7</i>	<i>7</i>
Totale voedselbestedingen	21.303	22.177	4		
Volume alle voedsel			-2		

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 Social & 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>.

De meeste deelsectoren van de *foodservice* zijn de consumentenbestedingen aan duurzaam voedsel in 2024 gelijk gebleven of gestegen (tabel 9). In cafetaria's en lunchrooms (*Gemak*) zijn deze bestedingen gedaald.

Tabel 9 Bestedingen aan duurzaam voedsel in de foodservice per verkoopkanaal

Verkoopkanaal in de foodservice	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)
Catering (zelf- en contractcatering)	319	322	1
Gemak (cafetaria, lunchrooms)	175	163	-7
Recreatie (café, zalen, strand, sport, recreatie)	291	305	5
Restaurants en hotels	730	728	0
Zorginstellingen	205	213	4
Totaal	1.720	1.730	1

Bron: data Foodstep; bewerking Wageningen Social & Economic Research.

Speciaalzaken voor duurzame voeding groeien fors

Speciaalzaken voor duurzame voeding verkopen voornamelijk voedingsmiddelen van biologische en biodynamische oorsprong. De bijbehorende keurmerken – *Biologisch*, *EKO* en *Demeter* – worden door Milieu Centraal beoordeeld als topkeurmerken (beoordeling 2022). In deze rapportage worden *EKO* en *Demeter* niet afzonderlijk geanalyseerd; zij vallen onder de overkoepelende categorie *Biologisch*. In 2024 zijn de bestedingen in dit verkoopkanaal met 15% toegenomen (zie tabel 10). De sterkste groei vond plaats in de productgroepen *Aardappelen, groenten en fruit* met 20%, en *Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig* en *Dranken*, beide met +18%. De groei in de categorie *Vlees en vleeswaren* bleef met +5% duidelijk achter.

Het totale verkochte volume aan voedsel in dit kanaal is naar schatting met 12% gestegen, wat betekent dat de voedselverkoop in *speciaalzaken voor duurzame voeding* harder groeiden dan andere verkoopkanalen. Deze ontwikkeling hangt samen met de toegenomen populariteit van biologische speciaalzaken in 2024. Volgens Bionext, de ketenorganisatie voor biologische landbouw en voeding, zijn hier verschillende factoren voor verantwoordelijk: een toename van het aantal bezoekers, een groei in het aantal volledig biologische speciaalzaken en een stijgende online verkoop via webshops van bestaande winkels.

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

Productgroep	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	69	82	20
Brood, granen, koek en gebak	37	40	10
Eieren	8	9	12
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	85	101	18
Koffie en thee	18	21	16
Vis	0	0	12
Vlees en vleeswaren	47	49	5
Zuivel	53	57	9
Dranken	83	99	18
Voeding, niet gespecificeerd	0	0	0
Totaal	400	459	15
Volume totaal			12

Bron: data Bionext; bewerking en berekening Wageningen Social & 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/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

Over de Monitor Duurzaam Voedsel 2024

De *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* is opgesteld in opdracht van het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN). Het doel van het ministerie is om inzicht te krijgen in de voortgang van de verduurzaming van voedselketens in Nederland. Om dit te bereiken, is gekozen voor een monitor die geïntegreerde informatie biedt over de stand van zaken en de ontwikkelingen in de consumptie van duurzaam voedsel op de Nederlandse markt.

In deze monitor wordt *duurzaam voedsel* gedefinieerd als voedsel waarbij bij de productie en verwerking meer rekening is gehouden met het milieu, dierenwelzijn en/of sociale aspecten dan wettelijk verplicht is.

Voor de analyse zijn de consumentenbestedingen aan voedingsmiddelen genomen die op één of meer aspecten als duurzaam herkenbaar zijn voor consumenten of afnemers. Die herkenbaarheid is gebaseerd op keurmerken met onafhankelijke controle. Deze benadering is gekozen vanwege de objectieve meetbaarheid: keurmerken zijn zichtbaar op de verpakking in de detailhandel of traceerbaar binnen de foodservicesector, zoals horeca en catering.

In de foodservicesector worden producten vaak verwerkt of herverpakt voordat ze aan de consument worden aangeboden. Daarom is voor dit kanaal niet de zichtbaarheid voor de eindgebruiker, maar de herkenbaarheid voor leveranciers en professionele afnemers als uitgangspunt genomen.

De monitor richt zich uitsluitend op eindproducten die aan consumenten worden verkocht, en dus niet op grondstoffen. Alleen die consumentenartikelen die daadwerkelijk een zichtbaar en geldig keurmerk dragen, worden meegeteld. Artikelen die wél uit gecertificeerde grondstoffen bestaan, maar zonder zichtbaar keurmerk aan consumenten worden aangeboden, worden niet meegenomen in de berekeningen. De reden hiervoor is dat deze producten voor de consument niet herkenbaar zijn als duurzaam, en daarom niet bijdragen aan het beeld van duurzaam consumptiegedrag.

Het is belangrijk om te benadrukken dat de *Monitor Duurzaam Voedsel* niet alle duurzame inspanningen binnen de voedselketen zichtbaar maakt. Inspanningen die niet tot uiting komen in een keurmerk, bijvoorbeeld interne verduurzamingstrajecten bij bedrijven, blijven buiten beschouwing. Bovendien zijn alleen keurmerken met onafhankelijke controle meegenomen; zelfverklaarde of interne keurmerken zonder externe toetsing zijn uitgesloten.

Tot slot is het belangrijk het begrip 'duurzaam voedsel' met enige nuance te hanteren. In feite gaat het om 'verondersteld duurzamer' voedsel: producten waarvan wordt aangenomen dat ze bijdragen aan verduurzaming, op basis van vastgelegde criteria binnen een keurmerk. Verduurzaming is een continu proces van verbetering in productiemethoden en agrarische ketens. Keurmerken spelen daarin een rol als meetbaar instrument om duurzaamheidsinspanningen te borgen en zichtbaar te maken.

Opzet Monitor Duurzaam Voedsel 2024

Keurmerken

Voor de meting zijn bestedingsgegevens verzameld van producten die voorzien zijn van een keurmerklogo met onafhankelijke controle. Het gaat om de volgende keurmerken: *ASC*, *Biologisch*, *Beter Leven*, *Fairtrade*, *MSC*, *On the way to PlanetProof*, *Rainforest Alliance*, *SRP* en *Vrije Uitloop*. De keurmerken *EKO* en *Demeter* zijn niet afzonderlijk geanalyseerd, omdat producten met deze keurmerken ook het keurmerk *Biologisch* dragen, dat wel wordt meegenomen in de monitor.

In 2018 is de nieuwe naam *On the way to PlanetProof* geïntroduceerd voor het keurmerk *Milieukeur*. Sindsdien wordt niet meer apart over *Milieukeur* gerapporteerd. Ook zijn in 2018 de keurmerken *UTZ Certified* en *Rainforest Alliance* samengevoegd. In 2020 is er een nieuw certificeringsprogramma gelanceerd onder de naam *Rainforest Alliance*, het keurmerk *UTZ Certified* wordt uitgefaseerd. Beide keurmerken kunnen nog tot na 2023 op de verpakkingen staan. De bestedingen aan producten met *UTZ Certified* zijn meegenomen in de bestedingen van *Rainforest Alliance*.

Een deel van de opgenomen keurmerken is door Milieu Centraal erkend als topkeurmerk.²⁵ In de Monitor Duurzaam Voedsel 2023 is voor het eerst afzonderlijk gekeken naar de omzet van producten met een topkeurmerk. Dit zijn keurmerken die in de 2022 beoordeling van Milieu Centraal zijn aangemerkt als koplopers op het gebied van duurzaamheid. Deze beoordeling geldt ook voor 2023 en 2024, de jaren waarop deze editie van de monitor betrekking heeft.

²⁵ Zie ook <https://keurmerkenwijzer.nl/wat-zijn-topkeurmerken>

Producten met minimaal één van de volgende keurmerken worden gerekend tot de topkeurmerkcategorie: *ASC, MSC, Rainforest Alliance, Biologisch* (inclusief *EKO* en *Demeter*; bestedingen aan biologische tropische producten zijn meegenomen), *Beter Leven* (1 ster bij zuivel, 2 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 winkels), en voedingsspeciaalzaken 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 2024 waren naar schatting bijna 75 mld. euro. Dat is inclusief de in de monitor ontbrekende afzetkanalen.

Afbakening 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)²⁶ en zijn gestructureerd volgens de COICOP, zie bijlage 2.

De basisdata voor de *foodservice* en *speciaalzaken 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 EAN²⁷ 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.

²⁶ <https://www.cbs.nl/>

²⁷ 'European Article Numbering', ook bekend als 'streepjescode'.

De weergegeven bestedingen in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* 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 supermarktverkoop ongeveer twee derde van de totale bestedingen aan voedsel in *supermarkten*.

Methode

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* wordt in de eerste plaats gebruikgemaakt van de CBS/Wageningen Social & Economic Research-database, die speciaal voor dit onderzoek is samengesteld. In deze database zijn transactiedata (omzetgegevens per artikel/EAN) van het CBS gekoppeld aan informatie over duurzaamheidskeurmerken en -logo's op productniveau (EAN-keurmerkinformatie) afkomstig van Wageningen Social & Economic Research. Zowel de omzetgegevens als de keurmerkinformatie zijn in deze database gekoppeld aan EAN-codes.

Daarnaast wordt gebruikgemaakt van gegevens uit de kortetermijnstatistiek en de productiestatistiek van het CBS. Het kan voorkomen dat producten verschuiven van de ene naar een andere COICOP-code. Oorzaken van dergelijke verschuivingen kunnen onder meer zijn: een fout in de indeling in de oorspronkelijke databron, een wijziging bij de berichtgevers of een aanpassing in de classificatie door Eurostat of het CBS. Veranderingen in de samenstelling van productgroepen als gevolg van deze verschuivingen worden niet gecorrigeerd. In de meeste gevallen zijn deze verschuivingen gering ten opzichte van de totale bestedingen binnen een productgroep.

De omzetinformatie per product/EAN is afkomstig uit kassascangegegevens die door supermarktformules aan het CBS worden aangeleverd. Wageningen Social & Economic Research verzamelt product/EAN-keurmerkinformatie op basis van kennis uit eerdere edities van het onderzoek, aangevuld met informatie van Innova Market Insights,²⁸ winkelbezoeken, websites en webshops van supermarkten, gegevens van keurmerkorganisaties en andere beschikbare bronnen. Bij het koppelen van deze gegevens, zijn niet alle producten met een keurmerk terug te vinden in de omzetdata per product/EAN van het CBS. Omgekeerd bevatten de CBS-data ook producten die als duurzaam kunnen worden aangemerkt, maar die niet zijn opgenomen in de keurmerklijsten van Wageningen Social & Economic Research. Dit betreft veelal producten zonder een bekende en/of standaard EAN-code — voornamelijk (koel)verse, niet-verpakte producten van variabel gewicht binnen de productgroepen *Aardappelen, groenten en fruit; Vis; Vlees en vleeswaren; en Zuivel* (met name kaas).

Om hiervoor te corrigeren, zijn aanvullende producten aan de database toegevoegd waarvan op basis van de naam of omschrijving kon worden vastgesteld dat ze een keurmerk dragen. Dit gebeurt door in de artikelomschrijvingen te zoeken naar een set termen, waaronder namen van verschillende keurmerken en productlijnen. De op basis hiervan gevonden artikelen zijn vervolgens individueel beoordeeld op hun relevantie voor het onderzoek.

Veel supermarktketens streven binnen bepaalde productgroepen, die herleidbaar zijn tot specifieke COICOP-categorieën, naar een volledig gecertificeerd assortiment. Binnen een aantal van deze productgroepen hebben de meeste artikelen één specifiek keurmerk. Een kleiner deel van de artikelen heeft geen keurmerk of een ander keurmerk. Met deze situatie wordt rekening gehouden bij het koppelen van keurmerkinformatie in de database. Zo draagt bijvoorbeeld binnen veel winkelformules vrijwel het gehele assortiment varkensvlees en pluimveevlees het *Beter Leven*-keurmerk. Daarnaast zijn er ook enkele producten in deze categorieën die het *Biologisch* keurmerk hebben of helemaal geen keurmerk dragen (de uitzonderingen). In de database worden alle artikelen binnen de COICOP-categorieën voor vers (vanaf 2015) en verwerkt (vanaf 2023) varkensvlees en pluimveevlees (vanaf 2024) aangemerkt als gecertificeerd met het *Beter Leven*-keurmerk, met uitzondering van de artikelen die als *Biologisch* zijn geïdentificeerd of geen keurmerk dragen.

²⁸ <https://www.innovamarketinsights.com/>

Het gebruik van de CBS/Wageningen Social & Economic Research-database levert waardevolle informatie op over een groot deel van de Nederlandse supermarktpopulatie. Om een representatieve benadering van de volledige populatie te verkrijgen, zijn de resultaten uit de bovenstaande stap gekoppeld aan de kortetermijnstatistiek van de detailhandel. Deze statistiek bevat gegevens over de totale omzet van voedingsmiddelen in alle supermarkten, maar biedt geen verdere uitsplitsing naar specifieke producten of keurmerken.

De bestedingen aan duurzaam voedsel van respondenten in de transactiedata zijn opgehoogd op basis van hun voedingsmiddelenomzet volgens de kortetermijnstatistiek. CBS en Wageningen Social & Economic Research hebben supermarkten en supermarktketens die wel onder SBI-code 4711 vallen, maar niet in de transactiedata zijn opgenomen, onderverdeeld in groepen met specifieke kenmerken.

Voor de bepaling van de bestedingen in deze supermarkten is per productgroep een specifieke ramingsmethode toegepast. Daarmee zijn de totale bestedingen per COICOP-productgroep en de duurzaamheidsaandelen binnen die groepen geschat. Bij deze ramingen is niet alleen gebruikgemaakt van de bekende gegevens uit de transactiedata, maar ook van marktkennis van Wageningen Social & Economic Research en van productspecificaties van andere respondenten uit de productiestatistieken van het CBS.

Meting in de foodservice

De geaggregeerde data voor het berekenen van de bestedingen aan voedsel met een keurmerk binnen de *foodservice* is samengesteld door marktonderzoeksbureau Foodstep.²⁹ Deze marktmeting is gebaseerd op een database met verkoopgegevens van leveranciers binnen de sector: 'PS in Foodservice'.³⁰

Keurmerken worden aan producten gekoppeld met behulp van algoritmes, op basis van tags en merknamen. Op basis hiervan worden de omzetgegevens van producten met een keurmerk uit de database geselecteerd. In gevallen waarin de gegevens onvolledig zijn, worden deze opgehoogd tot het totaalniveau met behulp van aanvullende informatie van leveranciers binnen de *foodservice*. Voor het berekenen van de totale consumentenbestedingen maakt Foodstep gebruik van informatie over marges per product. De opgeleverde data worden vervolgens door Wageningen Social & Economic Research gestructureerd, zodat deze vergelijkbaar is met gegevens uit andere afzetkanalen.

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.³¹ De cijfers zijn gebaseerd op gegevens van de Centrale Winkel Automatisering (CWA B.V.), die verkoopinformatie levert van aangesloten natuurvoedings- en reformwinkels. Daarnaast heeft Bionext aanvullende informatie gebruikt om ontbrekende gegevens van enkele speciaalzaken aan te vullen. Vrijwel alle *speciaalzaken voor duurzame voeding* vallen onder SBI-code 47292. De opgeleverde data worden door Wageningen Social & Economic Research gestructureerd voor rapportagedoeleinden, zodat deze vergelijkbaar zijn met gegevens uit andere verkoopkanalen.

Ontwikkeling in volumes

Voor het berekenen van de ontwikkeling van prijzen en volumes van voedsel in *supermarkten* is gebruikgemaakt van de gedefleerde omzetgegevens per productgroep van het CBS.³² Voor de schatting van de volumegroei van voedselverkoop in speciaalzaken voor duurzame voeding is de prijsontwikkeling in supermarkten als uitgangspunt genomen. De ontwikkeling van voedselvolumes binnen de *foodservice* is geschat op basis van de consumentenprijsindex (CPI) van het CBS voor de

²⁹ www.foodstep.com.

³⁰ <https://psinfoodservice.nl>.

³¹ www.bionext.nl.

³² <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/37/bestedingen-aan-voedsel-met-een-duurzaamheidskeurmerk-2024>

bestedingscategorie 'Restaurants en hotels' (categorie 110000).³³ De ontwikkeling van het totale voedselvolumen is vervolgens berekend op basis van de gegevens uit de afzonderlijke verkoopkanalen.

Wijzigingen ten opzichte van het voorgaande jaar

Keurmerken

Er zijn geen wijzigingen in de set van (top)keurmerken geweest in deze editie van de Monitor Duurzaam Voedsel.

Wijzigingen meetmethode algemeen

Bij een nieuwe meting kunnen verschuivingen optreden in de cijfers van het vergelijkingsjaar. Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* is het vergelijkingsjaar 2023. De gepresenteerde cijfers over verslagjaar 2023 kunnen op bepaalde punten afwijken van de cijfers in de *Monitor Duurzaam Voedsel 2023*. Deze verschillen worden veroorzaakt door correcties of aanvullingen op de brongegevens die na de publicatie van de eerdere rapportage zijn doorgevoerd. Sommige databestanden over het voorgaande jaar waren ten tijde van de vorige monitor nog niet definitief beschikbaar. Daarnaast kunnen jaarlijks kleine aanpassingen worden gedaan in de methode waarmee keurmerkinformatie wordt gekoppeld aan individuele producten in de brondata van alle verkoopkanalen, bijvoorbeeld door het toevoegen of actualiseren van zoekreeksen.

Supermarkten

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* zijn de gegevens voor het jaar 2023 opnieuw berekend. Er zijn geen methodologische wijzigingen doorgevoerd in de opwerking van de gegevens voor supermarkten door Wageningen Social & Economic Research en het CBS, met uitzondering van de onderstaande aanpassingen:

- Structurele aanpassing in de koppeling van keurmerk- en productinformatie bij vleesproducten
- Gezien het feit dat vrijwel het gehele assortiment varkensvlees en pluimveevlees in supermarkten het *Beter Leven*-keurmerk draagt, zijn vanaf deze editie de volgende keuzes structureel doorgevoerd:
 - *Nieuwe aanpak bij pluimveevlees*
Binnen de relevante COICOP-categorieën worden alle artikelen vanaf 2024 standaard aangemerkt met het *Beter Leven*-keurmerk (1 ster), tenzij een artikel aantoonbaar een ander keurmerk heeft of geen keurmerk draagt. Deze keuze sluit aan bij de ontwikkeling waarbij het assortiment grotendeels uit *Beter Leven* 1 ster-producten is gaan bestaan.
 - *Aanpassing bij verwerkt varkensvlees*
Voor de relevante COICOP-categorieën zijn alle artikelen vanaf verslagjaar 2023 in deze editie van de monitor aangemerkt met 1 ster *Beter Leven*, tenzij een ander of geen keurmerk van toepassing is. Deze keuze vervangt de eerdere aanpak waarbij producten individueel aan een keurmerk werden gekoppeld. Aangezien ook in eerdere jaren het grootste deel van het assortiment al een *Beter Leven* 1 ster-keurmerk droeg, leidt deze aangepaste methode tot een correctere weergave van de bijbehorende omzetten. Deze aanpassing heeft merkbare gevolgen voor de uitkomsten ten opzichte van eerdere edities van de monitor.
- Overige verschillen in cijfers voor 2023
- Voor enkele datapunten in de supermarktketen zijn daarnaast kleine verschillen ontstaan tussen de eerder gerapporteerde cijfers over 2023 en de herberekende cijfers in deze editie van de monitor. Deze verschillen zijn het gevolg van:
 - correcties in de COICOP-indelingen
 - updates in de onderliggende brondata (zoals transactiedata, kortetermijnstatistiek en productiestatistiek)
 - aanpassingen in de lijsten met product-keurmerkcombinaties.

³³ <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?dl=A814B>.

Foodservice

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* heeft Foodstep geen significante wijzigingen in de aanpak en opwerking van de data voor de *foodservice* doorgevoerd. Wel zijn de gegevens voor het jaar 2023 opnieuw berekend. Er zijn verschillen tussen het jaar 2023 zoals eerder gerapporteerd en de herberekening voor deze editie, de bestedingen aan duurzaam voedsel vallen nu iets hoger uit. Dit heeft vooral te maken met het vernieuwen van de steekproef en toevoegen van nieuwe bronnen, en de wijzigingen en correcties in het toekennen van een keurmerk aan producten in de 'PS in Foodservice' database.

Speciaalzaken voor duurzame voeding

Voor de *Monitor Duurzaam Voedsel 2024* zijn geen wijzigingen in de aanpak en opwerking van de data doorgevoerd.

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

Productgroep	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2023 (%)	Aandeel in de bestedingen per productgroep 2024 (%)
Aardappelen, groenten en fruit	459	535	17	4	4
Brood, granen, koek en gebak	185	180	-3	2	2
Eieren	106	118	12	11	13
Houdbare producten, samengestelde maaltijden en overig	288	326	13	2	2
Koffie en thee	176	189	8	6	7
Vis	15	25	68	1	2
Vlees en vleeswaren	187	203	9	2	2
Zuivel	351	363	3	4	4
Dranken	222	253	14	2	3
Voeding, niet gespecificeerd	9	10	18	0	0
Totaal	1.997	2.203	10	3	3

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

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

Productgroep	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)	Aandeel in de voedsel- bestedingen 2023 (%)	Aandeel in de voedsel- bestedingen 2024 (%)
Supermarkten	1.295	1.449	12	3	3
Foodservice	301	296	-2	1	1
Speciaalzaken voor duurzame voeding	400	459	15	~100	~100
Totaal	1.997	2.203	10	3	3

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

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

Verkoopkanaal in de foodservice	Bestedingen 2023 (mln. euro)	Bestedingen 2024 (mln. euro)	Ontwikkeling 2023-2024 (%)
Catering (zelf- en contractcatering)	59	62	5
Gemak (cafeteria, lunchrooms)	51	40	-23
Recreatie (café, zalen, strand, sport, recreatie)	35	33	-6
Restaurants en hotels	144	148	3
Zorginstellingen	13	13	3
Totaal	301	296	-2

Bron: data Foodstep; bewerking Wageningen Social & 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	01162,01163,01164,01172,01173
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	01131,01132,01133,01134
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.	01151,01152
Dranken	
w.v.	
mineraalwater, frisdrank en sappen	01221,01222,01223
bier en wijn	02111,02112,02121,02122,02123,02124,02131,02132,02133

Meer informatie

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

2025-134