

Benchmark Eiwittransitie 2024

Tussentijdse meting Superlijst Groen 2025

Hoe bevorderen supermarkten
de eiwittransitie?

Questionmark



Inleiding

In de transitie naar een duurzamer voedselstelsel spelen supermarkten een cruciale rol. Zo'n 70 procent van het voedsel dat Nederlanders dagelijks tot zich nemen, kopen ze in de supermarkt (Rabobank, 2022). Supermarkten hebben de mogelijkheid om een duurzaam voedingspatroon bij hun klanten te stimuleren. Daarvoor hoeft niemand veganist te worden; het helpt al als dierlijke producten een minder grote rol spelen in het voedselpatroon. De productie van dierlijke producten draagt relatief veel bij aan de oorzaken van de klimaatcrisis, verlies van biodiversiteit en -meer lokaal- de stikstofcrisis.

Aan de transitie naar meer plantaardig voedsel kunnen supermarkten bijdragen door de vanzelfsprekendheid van vlees en andere dierlijke producten in het voedingspatroon te verminderen. Met hun beleid en in hun assortimenten, aanbiedingen en winkelinrichting kunnen zij de consumptie van minder dierlijk en meer plantaardig bevorderen.

Over Benchmark Eiwittransitie

Benchmark Eiwittransitie is een tussentijdse meting op het onderwerp eiwittransitie als onderdeel van Superlijst Groen. Benchmark Eiwittransitie biedt supermarkten de mogelijkheid om tussen de tweejaarlijkse Superlijsten Groen in, hun inzet op het gebied van de eiwittransitie te vergelijken met die van hun concurrenten en om kennis te nemen van best practices en aanbevelingen ter verbetering. Deze Benchmark bevat géén eindranglijst met voorlopers, middenmoters en achterblijvers, zoals dat bij een complete Superlijst het geval is.

Wat is Superlijst?

Superlijst is een Europees doorlopend onderzoeksproject dat inzichtelijk maakt hoe supermarkten bijdragen aan gezonde, duurzame en eerlijke voedselproductie en consumptie. De supermarkten die in deze editie zijn meegenomen zijn Albert Heijn, Aldi, Dirk, Ekoplaza, Jumbo, Lidl en Plus. Deze supermarkten vertegenwoordigen ruim 80 procent van de Nederlandse markt.

Questionmark publiceerde de [vergelijkingscriteria](#) voor dit onderzoek op 19 juli 2024 (Questionmark, 2024a). De dataverzameling liep tussen 19 juli 2024 en 16 augustus 2024.

Leeswijzer

Supermarkten die op een specifieke indicator binnen het onderzoek goed presteren, markeren we met het icoon **dit telt** in de kantlijn.



Voor de compleetheit is er een [achtergrondrapport met de achterliggende data](#) (Questionmark, 2024b).

Inhoud

Samenvatting

Beweging naar meer plantaardige supermarkt komt langzaam maar zeker op gang 4

Doelen en rapportage

Alle grote supermarkten in Nederland streven naar 60 procent plantaardige eiwitten in 2030 6

Assortiment

Supermarkten verkleinen porties vlees 7

Aanbiedingen

Aanbiedingen sturen nog altijd op dierlijke eiwitten; Jumbo zet omslag in 9

Winkelinrichting

Supermarkten experimenteren volop om minder dierlijk te verkopen 12

Aanbevelingen

Stippel de route uit naar 2030 14

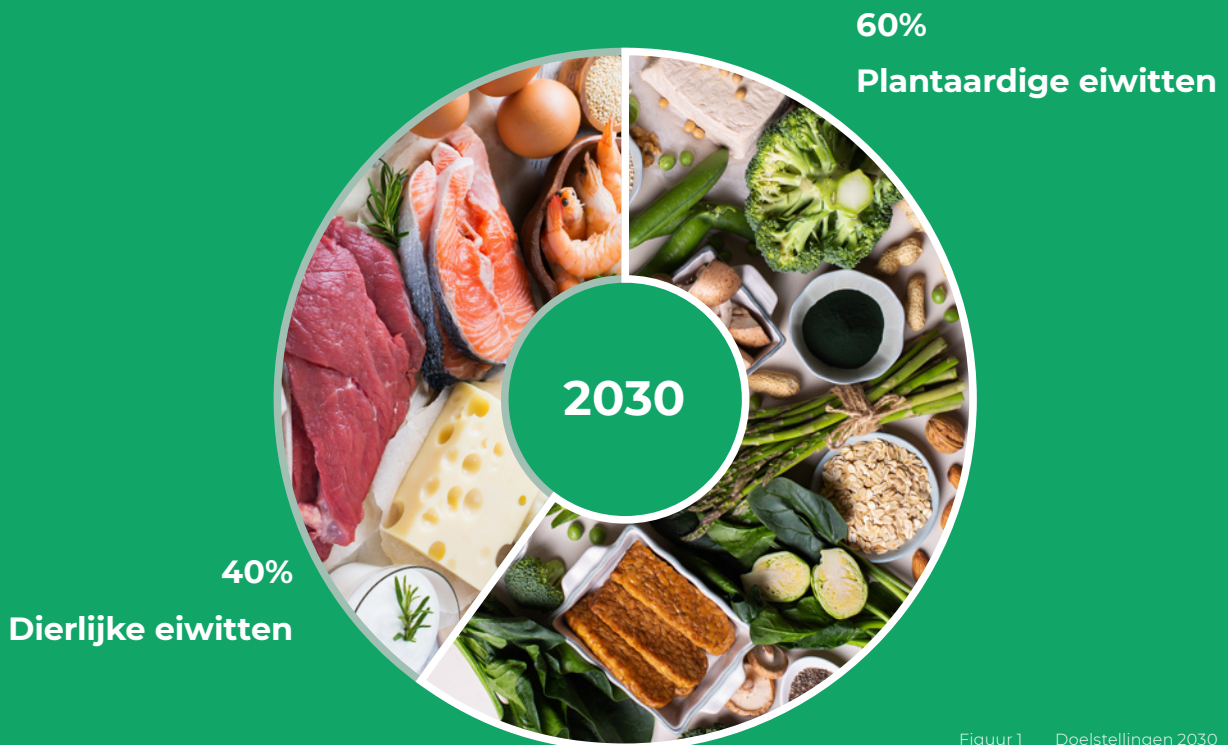
Supermarkt specifieke aanbevelingen 15

Referenties 18

Colofon 19

Beweging naar meer plantaardige supermarkt komt langzaam maar zeker op gang

Supermarkten zetten duidelijk in op meer plantaardig eten. Alle grote supermarkten streven ernaar om in 2030 maximaal 40 procent dierlijke eiwitten te verkopen - een wereldwijde primeur. Ze experimenteren met concrete maatregelen om dat doel te bereiken, bijvoorbeeld door de prijs van vleesvervangers gelijk te houden aan die van vlees en door vleesvervangers bij de vleesproducten in het schap te plaatsen. Echt ingrijpende maatregelen worden nog niet genomen; zo staan dierlijke producten nog prominent in de reclamefolders.



Figuur 1 Doelstellingen 2030

SAMENVATTING

Doelen en rapportage

Alle grote supermarkten in Nederland streven naar 60 procent plantaardige eiwitten in 2030

Sinds dit jaar committeren alle supermarkten zich aan het doel om 60 procent plantaardige eiwitten te verkopen in 2030. Ook rapporteren supermarkten jaarlijks, sinds 2023, het aandeel plantaardige eiwitten in de verkoop. De Nederlandse supermarkten zijn de eerste in de wereld die rapporteren en doelen stellen op de verschuiving van dierlijk naar plantaardig eiwit in de verkoop. Hiermee geven ze een zeer waardevol voorbeeld voor andere supermarkten wereldwijd.

Assortiment

Supermarkten verkleinen porties vlees, nog geen afname van kant-en-klaar met dierlijke eiwitten

Sinds 2021 is in de categorie voorgevormde vleesproducten (bijvoorbeeld hamburgers, gehaktballen) het aandeel kleine porties gegroeid en het aandeel grote porties gedaald. Op dit moment heeft ruim 20 procent van de vleesproducten een kleine portiegrootte (≤ 80 gram) en heeft bijna 80 procent een portiegrootte van groter dan 80 gram. In het schap van kant-en-klaar maaltijden is er nog niks veranderd sinds 2021. Nog altijd bevatten bijna negen van de tien maaltijden dierlijke eiwitten.

Aanbiedingen

Aanbiedingen sturen nog altijd op dierlijke eiwitten

Nog steeds bevat het overgrote deel (80 procent) van de eiwitrijke aanbiedingen dierlijke eiwitten, waarvan de helft vlees en vis. Jumbo is in 2024 als eerste supermarkt gestopt met prijsacties voor vers vlees; onder de normale prijs staat vlees nog wel in de folder. Lidl en Plus hebben sinds dit jaar beleid op minder dierlijke producten in hun reclamefolder. Supermarktfolders bevatten bijna de helft minder kortingkortingen voor dierlijke eiwitten dan in 2023.

Winkelvloer

Supermarkten experimenteren volop om minder dierlijk en meer plantaardig eten te verkopen

Sinds vorig jaar introduceren supermarkten verschillende initiatieven om de eiwittransitie te bevorderen. Zo hebben Aldi, Jumbo en Lidl in beleid vastgelegd dat plantaardige vervangers dezelfde prijs of een lagere prijs hebben dan de dierlijke optie. Ook Albert Heijn en Plus voeren waar mogelijk deze prijspariteit in praktijk in. Dirk, Jumbo, Lidl en Plus experimenteren met de plaatsing van vleesvervangers in het vleeschap.

Over Benchmark Eiwittransitie

Benchmark Eiwittransitie is een tussentijdse meting op het onderwerp eiwittransitie als onderdeel van Superlijst Groen, ondersteund door World Animal Protection NL en Natuur & Milieu. De Benchmark Eiwittransitie is een initiatief van denktank Questionmark.

In deze Benchmark kijkt Questionmark naar de stappen die supermarkten hebben gezet op het gebied van de eiwittransitie sinds Superlijst Groen 2023, en vooruitkijkend naar Superlijst Groen 2025.

DOELEN EN RAPPORTAGE

Alle grote supermarkten in Nederland streven naar 60 procent plantaardige eiwitten in 2030

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

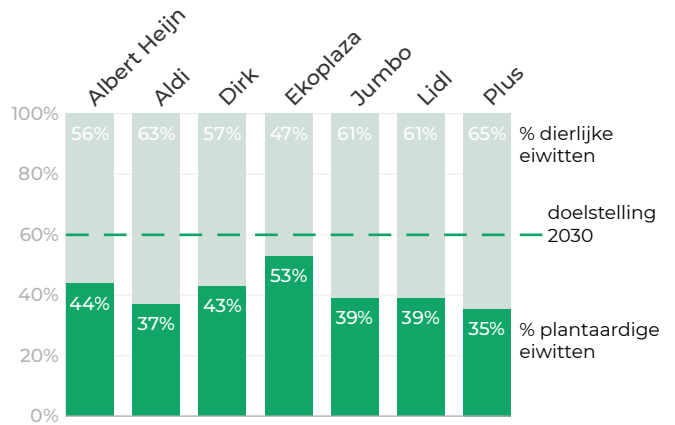
- Voor het eerst committeren alle grote supermarkten zich aan het doel om 60 procent plantaardige versus 40 procent dierlijke eiwitten te verkopen in 2030 en rapporteren zij de huidige eiwitverhouding.
- In 2023 was Albert Heijn de eerste supermarkt die een doelstelling zette van 60 procent plantaardig in 2030. Inmiddels hebben alle andere supermarkten, die zich eerder nog richtten op een verhouding van 50/50, hun doelstelling aangescherpt.

Supermarkten zetten sinds 2023 een ambitieuzere doelstelling op de eiwitverhouding (EN-1.1.1)

In Superlijst Groen 2023 was al te zien dat supermarkten met de introductie van de geharmoniseerde meetmethodiek [Eiweet](#) doelstellingen zetten op het aandeel plantaardige versus dierlijke eiwitten in de verkoop. Ook gaven bijna alle supermarkten al inzicht in de huidige status¹. **Plus** voegt zich met zijn rapportage sinds dit jaar bij de andere supermarkten (Plus, 2024). Sinds deze Benchmark rapporteert Albert Heijn ook volgens de Eiweet methodiek, in plaats van zijn eigen meetmethode (Albert Heijn, z.d.).

In Superlijst Groen 2023 was Albert Heijn de enige met een ambitieuzere doelstelling dan de andere supermarkten, die toen nog

Nederlandse supermarkten doelen op 60 procent plantaardige eiwitten in de verkoop



Figuur 2 Doelen en rapportage volgens [Eiweet](#) op het aandeel plantaardige eiwitten in de verkoop.

aansloten bij de 50/50 verhouding uitgesproken door het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN). Sindsdien hebben **alle supermarkten** hun doelstelling aangescherpt naar 60 procent plantaardig en 40 procent dierlijk in 2030. Deze 60/40 doelstelling is in lijn met The Planetary Health Diet, gepresenteerd door de EAT-Lancet commissie; een dieet dat zowel gezond is voor de mens als voor de planeet (EAT, 2019). Figuur 2 laat zien dat er op dit moment kleine verschillen zijn in het aandeel plantaardige eiwitten in de verkoop bij de verschillende supermarkten. Aldi en Plus liggen in hun huidige rapportage nog iets achter op de andere supermarkten op weg naar 60 procent plantaardig in 2030.



¹ De rapportage van de supermarkten over 2022 was een pilot meting, waarbij Green Protein Alliance en ProVeg geen toezicht hadden op de toepassing van de methodiek en een validatie van de rapportage ontbrak. In dit rapport gaan we daarom niet in op de eventuele veranderingen in het gerapporteerde aandeel plantaardige eiwitten tussen 2022 en 2023.

ASSORTIMENT

Supermarkten verkleinen porties vlees

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

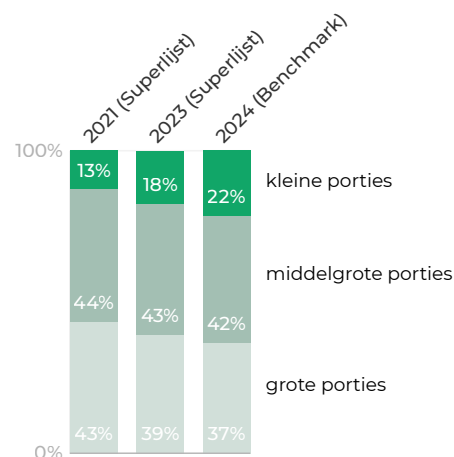
- Supermarkten zetten in op het verkleinen van de portiegroottes van voorgevormde vleesproducten (zoals hamburgers en gehaktballen), waarbij dit voor sommige supermarkten ook onderdeel is van het beleid. Sinds 2021 is het assortiment kleine vleesporties groter geworden (+9%) en het aandeel grote porties kleiner (-7%).
- Van de kant-en-klare maaltijden bevat nog ruim 88 procent dierlijke eiwitten. Hierin is geen daling te zien ten opzichte van 2023.
- Supermarkten introduceren verschillende nieuwe plantaardige maaltijden in het assortiment.

Supermarkten verkleinen portiegroottes vlees (EN-1.3.2)

Supermarkten zetten in op het verkleinen van de portiegroottes van vlees om zo de eiwittransitie te bevorderen. Op dit moment heeft ruim 20 procent van de vleesproducten een portie van 80 gram of kleiner. Daarmee heeft bijna 80 procent van de onderzochte vleesproducten een portiegrootte groter dan 80 gram. Sinds 2021 is al een trend te zien van een verkleining van de portiegroottes van vlees (zie figuur 3). Het aandeel kleine portiegroottes is sinds 2021 met bijna negen procent toegenomen en het aandeel grote portiegroottes met bijna zeven procent gedaald.

Ten opzichte van 2021 is vooral bij **Albert Heijn, Dirk, Jumbo en Lidl** een aanzienlijke daling van het aandeel portiegroottes groter dan 100

Verkleining portiegroottes vlees

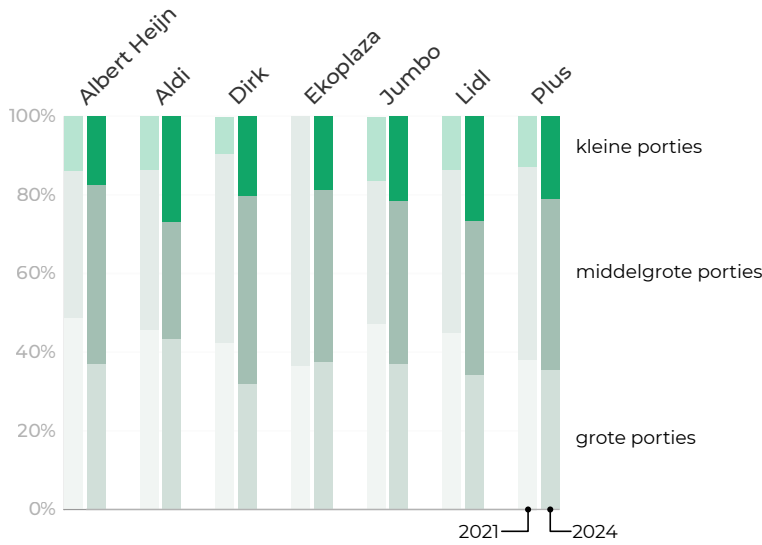


Figuur 3 Het aandeel verschillende portiegroottes van vlees in 2021, 2023 en 2024.

gram te zien. Met name bij **Aldi, Dirk, Ekoplaza en Lidl** is een groei te zien in het aandeel kleine portiegroottes (≤ 80 gram) (zie figuur 4). Aldi, Dirk en Plus hebben bovendien in hun beleid opgenomen te werken aan het verkleinen van de vleesporties (Aldi, z.d.; Dirk, 2024; Plus, z.d.). Zie onderstaande afbeeldingen voor een product met een kleine portiegrootte, en een product met een grote portiegrootte dat sinds 2023 geen onderdeel meer is van het assortiment.



Verkleining vleesporties sinds 2021 per supermarkt



Figuur 4 Het aandeel verschillende vleesporties in 2024 ten opzichte van 2021.

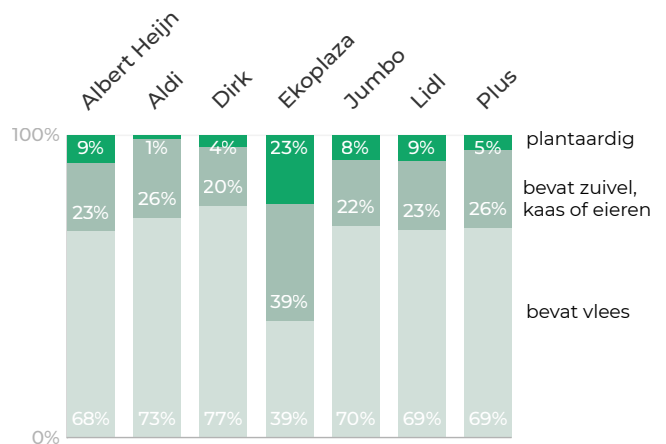


Figuur 5 Kleine portiegrootte (≤80 gram) in het assortiment, grote portiegrootte (>100 gram) er uit.

Bijna negen van de tien kant-en-klare maaltijden bevatten nog steeds dierlijke eiwitten (EN-1.2.1)

Het overgrote deel van de kant-en-klare maaltijden in de supermarkten, namelijk ruim 88 procent, bevat dierlijke eiwitten (vlees, vis, kaas, zuivel of eieren). Met name bij Aldi, Dirk en Plus is het lastig om te kiezen voor een volledig plantaardige maaltijd. Daar is respectievelijk slechts één, vier en vijf procent van de kant-en-klare maaltijden plantaardig (zie figuur 6). Sinds 2023 is in het aandeel kant-en-klare maaltijden met dierlijke eiwitten geen daling te zien. Wel zijn er verschillende voorbeelden te zien bij supermarkten van nieuwe plantaardige maaltijden die sinds 2023 aan het assortiment zijn toegevoegd; zie voor enkele voorbeelden hiervan onderstaande maaltijden.

Merendeel kant-en-klare maaltijden nog dierlijk



Figuur 6 Aandeel kant-en-klare maaltijden naar dierlijk eiwit, per supermarkt.

Figuur 7 Voorbeelden van nieuwe plantaardige maaltijden bij Albert Heijn, Lidl en Jumbo.



AANBIEDINGEN

Aanbiedingen sturen nog altijd op dierlijke eiwitten; Jumbo zet omslag in

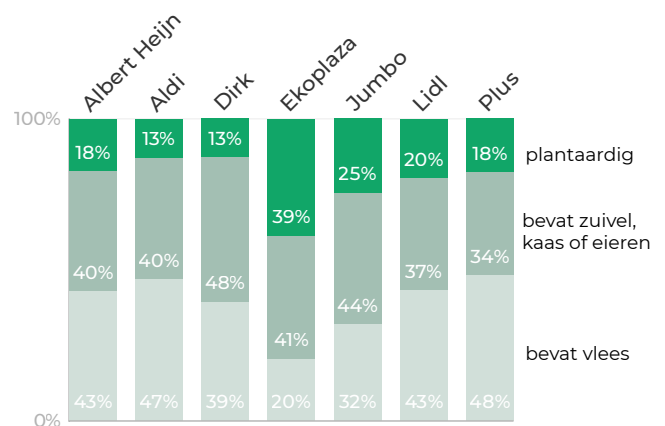
OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Meer dan 80 procent van de eiwitrijke producten in de aanbieding is dierlijk - onverminderd hoog ten opzichte van 2023.
- Jumbo is als eerste supermarkt gestopt met prijsacties voor vers vlees. Lidl en Plus hebben beleid op minder dierlijke producten in hun reclamefolder.
- Supermarkten bieden minder korting aan voor dierlijke eiwitten dan in 2023. In 2023 was dit bijna 23 procent, waar dit nu nog 14 procent is.

Overgrote deel van eiwitrijke producten in de aanbieding is nog steeds dierlijk (EN-1.3.1)

Gemiddeld is 81 procent van de eiwitrijke producten in de aanbieding van dierlijke oorsprong. Daarmee is de overige 19 procent van plantaardige oorsprong, daaronder vallen bijvoorbeeld peulvruchten, plantaardige vlees- of zuivelvervangers, noten en paddenstoelen. Sinds 2023 is er geen verbetering te zien: het aandeel plantaardige eiwitrijke producten in de aanbieding is sindsdien niet toegenomen. Gemiddeld is ruim 40 procent van de aanbiedingen voor vlees en vis. **Ekoplaza** heeft verreweg het laagste aandeel aanbiedingen voor vlees en vis, namelijk slechts 20 procent. Van de onderzochte aanbiedingen van Ekoplaza is bijna 39 procent plantaardig. **Jumbo** volgt met 32 procent aanbiedingen voor vlees en vis en 24 procent plantaardige aanbiedingen. Plus en Aldi hebben met meer dan 45 procent het

Dierlijke eiwitten dominant in aanbiedingen



Figuur 8 De verdeling van eiwitrijke aanbiedingen naar eiwitbron per supermarkt.

hoogste aandeel aanbiedingen voor vlees en vis (zie figuur 8).

Supermarkten leggen maatregelen om dierlijke promoties te verminderen vast in beleid

Jumbo is sinds eind mei 2024 als eerste supermarkt gestopt met prijsacties voor vers vlees (Jumbo, 2024b). Jumbo promoot nog wel vers vlees in de folder door vleesproducten te presenteren zonder kortingsactie (zie voorbeeld afbeelding); in de indicator van dit onderzoek geldt dat evenzeer als een promotie (zie kader 'Waarom zijn niet alle maatregelen zichtbaar in de score?').





Ondanks dat Plus het hoogste aandeel aanbiedingen voor vlees en vis heeft, heeft **Plus** toch stappen gezet sinds vorig jaar. Plus heeft in beleid vastgelegd dat er vanaf 2024 een kwart minder dierlijke aanbiedingen in de folder zullen staan dan in 2023 (Plus, 2024). In plaats daarvan voegt Plus extra plantaardige opties toe aan de promoties. In de aanbiedingen voor vlees en vis is dit beleid al terug te zien: het totaal aantal aanbiedingen voor vlees en vis is bij Plus met 24 procent afgenomen ten opzichte van 2023. Tot slot heeft ook Lidl nieuw beleid op de folder. **Lidl** brengt twee keer per jaar een volledig vleesvrije folder uit, waarin Lidl ook producten waar vlees een onderdeel van is (zoals maaltijdsalades en pizza's met vlees) vermijdt (Lidl, z.d.).



Minder kwantumkorting op eiwitrijke producten van dierlijke oorsprong dan in 2023 (EN-1.3.1)

Supermarkten bieden minder kwantumkorting op eiwitrijke aanbiedingen aan dan in 2023. In 2023 was gemiddeld ruim 21 procent van de aanbiedingen kwantumkorting, in 2024 is dat nog maar ruim 12 procent. **Dirk** legt sinds 2021 als enige supermarkt in beleid vast geen kwantumkorting meer aan te bieden (Dirk, 2024). In 2023 promoveerde Dirk nog enige producten met tijdelijke extra inhoud, maar dit jaar niet meer.



Jumbo laat sinds vorig jaar een aanzienlijke daling van 38 procent in het aandeel kwantumkorting zien: in 2023 was dit bijna 57 procent, waar dit nu nog maar zo'n 19 procent is. Ook bij **Lidl, Ekoplaza, Aldi en Plus** is het aandeel kwantumkorting op eiwitrijke aanbiedingen sinds 2023 aanzienlijk gedaald. Albert Heijn maakt nog verreweg het meest gebruik van kwantumkorting: 44 procent van de eiwitrijke aanbiedingen biedt Albert Heijn aan door middel van kwantumkorting.

Kwantumkorting op dierlijke producten

Een vermindering van het gebruik van kwantumkorting is ook terug te zien onder de dierlijke aanbiedingen: ook specifiek voor eiwitrijke producten van dierlijke oorsprong (vlees, vis, zuivel, kaas, eieren) is het aandeel



Figuur 9 'Elke dag' vleespromoties in de folder van Jumbo voor de reguliere prijs, nadat Jumbo is gestopt met prijsacties voor vers vlees.

aanbiedingen met kwantumkorting gedaald. In 2023 was bijna 23 procent van de dierlijke aanbiedingen nog kwantumkorting. Dit jaar is dit gedaald naar 14 procent. Vooral voor Jumbo geldt dat het aandeel dierlijke eiwitrijke producten met kwantumkorting sinds 2023 is gedaald, namelijk van bijna 52 procent naar 20 procent. Kwantumkortingen specifiek op vlees en vis zijn bij Jumbo gedaald van ruim 45 procent naar bijna 17 procent. Jumbo's beleid om te stoppen met aanbiedingen voor vers vlees, lijkt hier effect te hebben. Een vermindering van het gebruik van kwantumkorting is ook terug te zien onder de dierlijke aanbiedingen (zie figuur 10).

Waarom zijn niet alle maatregelen zichtbaar in de score?

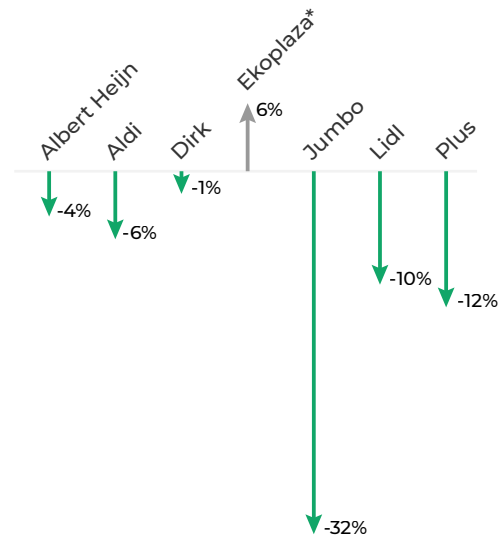
Niet alles wat supermarkten aan hun promotiebeleid veranderen, leidt tot een andere score op indicator EN-1.3.1. Dat zit zo. Deze indicator gaat over de promotie van producten die veel eiwitten bevatten. Dat kunnen dus bonen of noten zijn, maar ook vlees of zuivel. De indicator laat zien welk aandeel van die promoties dierlijk eiwit bevat, en welk aandeel alleen plantaardig eiwit. Promoties van producten die voor de eiwitname niet zo belangrijk zijn, bijvoorbeeld appels, frisdrank, courgette of beschuit, tellen helemaal niet mee - ook niet als plantaardig. Onder 'promoties' valt alles waar de supermarkt in de folder extra aandacht aan geeft. Dat kan zijn door een prijsactie, maar ook door het product met zijn normale prijs in de folder uit te lichten.

Jumbo is gestopt met prijsacties (tijdelijke prijsverlagingen) van vlees. Dat is een belangrijke stap, maar omdat in de folder nog wel vleesproducten staan (met hun normale prijs), is het effect (behalve op kwantumkorting) niet in de score te zien.

Lidl brengt twee keer per jaar een folder uit met geheel plantaardige producten. Ook dat is een belangrijke stap. Producten met (een beetje) dierlijk eiwit, die niet zo belangrijk zijn voor de eiwitname (bijvoorbeeld mayonaise) werden in deze indicator echter toch al niet meegenomen, dus die aanpassing is niet zichtbaar. Het feit dat de folder helemaal geen vlees-, vis- en zuivelproducten bevat, telt wel mee. Maar omdat de plantaardige folder maar twee keer per jaar uitkomt, valt dat effect weg in de meting.

Deze maatregelen van Lidl en Jumbo kunnen uiteindelijk wél zichtbaar worden in Superlijst, als ze daadwerkelijk leiden tot minder verkoop van dierlijke eiwitten. In dat geval is dat effect te zien in de rapportage van indicator EN-1.1.1.

Daling aandeel kwantumkorting met dierlijke eiwitten



Figuur 10 Daling aandeel dierlijke eiwitrijke producten met kwantumkorting tussen 2023 en 2024.

*Bij Ekoplaza stijgt het aandeel kwantumkortingen met dierlijke eiwitten met 6%



Figuur 11 Kwantumkorting op vlees bij Albert Heijn.

WINKELINRICHTING

Supermarkten experimenteren volop om minder dierlijk eten te verkopen

OPVALLENDSTE BEVINDINGEN

- Sinds vorig jaar introduceren supermarkten verschillende nieuwe initiatieven om de eiwittransitie te bevorderen.
- Aldi, Jumbo en Lidl verkopen plantaardige vervangers voor dezelfde prijs of een lagere prijs dan de dierlijke optie.
- Jumbo, Lidl en Dirk experimenteren met gemengde producten van vlees en peulvruchten.

Sinds dit jaar veel nieuwe maatregelen bij supermarkten om minder dierlijk en meer plantaardig te verkopen (EN-1.3.3)

Dit jaar zien we een verdere groei in maatregelen bij supermarkten om de transitie naar een meer plantaardig dieet te stimuleren. In 2023 zagen we al verschillende initiatieven bij onder andere **Ekoplaza**. Zo stelt Ekoplaza bijvoorbeeld dat 75 procent van de recepten vegetarisch is en het assortiment van vleesvervangers twee keer zo groot is als het vleesassortiment (Ekoplaza, 2023). **Lidl** plaatste in 2023 tijdens een pilot vleesvervangers naast de alternatieve vleesproducten in het schap (Lidl, z.d.). Dit jaar laten ook **Dirk, Jumbo en Plus** zien dat zij met de plaatsing van vleesvervangers in het vleeschap experimenteren (Lidl, z.d.; Plus, z.d.; Jumbo, 2024a). Bovendien zette **Albert Heijn** in 2023 al op ieder verspakket een tip om de maaltijd vegetarisch te maken (Albert Heijn, 2024). Ook **Jumbo en Plus** zetten sindsdien een vega-tip op de verspakketten (Jumbo,



Figuur 12 Verspakketten bij Lidl zijn standaard vegetarisch, zie bijvoorbeeld dit pakket voor een Piri piri maaltijd met vegetarische kipstukjes.

2024a; Plus, z.d.). **Lidl** gaat nog een stapje verder en heeft alle verspakketten standaard vegetarisch gemaakt (zie figuur 12) (Lidl, z.d.).

Daarnaast verkopen verschillende supermarkten plantaardige vervangers voor dezelfde prijs of een lagere prijs dan de dierlijke optie. Jumbo doet dit voor vleesvervangers (Jumbo, 2024c). Aldi doet dit voor alternatieven voor zowel vlees- als zuivelproducten (Aldi, z.d.). **Lidl** past deze maatregel toe op zo'n 30 basisproducten, waaronder vleesvervangers en zuivelvervangers (Lidl, z.d.). Ook Albert Heijn en Plus voeren voor plantaardige vervangers waar mogelijk een gelijke of lagere prijs dan de dierlijke variant, maar hebben dit niet vastgelegd in beleid. Jumbo zet zijn maatregel extra kracht bij door in 2023 grootverpakkingen van vegetarische kipstukjes (300 gram) en vegan vers



gehakt (500 gram) te introduceren (Jumbo, 2024a), en ook Lidl biedt in alle winkels vleesvervangers in een grotere verpakking aan (Lidl, z.d.).

Tot slot zetten supermarkten sinds dit jaar in op de ontwikkeling van gemengde producten met vlees en peulvruchten. **Jumbo** maakt onder andere grillburgers, spiesjes en barbecueworsten van vers vlees en veldbonen (Jumbo, 2024a). **Lidl** introduceert deels plantaardig gehakt, bestaande uit rundergehakt en erwteneiwit in de winkel (Lidl, z.d.). Bij Lidl is het gemengd gehakt lager geprijsd dan het 100 procent rundergehakt. Ook Dirk heeft na de onderzoeksperiode aangekondigd twee nieuwe producten in het assortiment te hebben opgenomen, namelijk hamburgers en gehakt, bestaande uit 60% vlees en 40% veld-erwten (Levensmiddelenkrant, 2024).



Figuur 13 Gemengd gehakt (rund en erwteneiwit) bij Lidl.

AANBEVELINGEN

Stippel de route uit naar 2030

Deze Benchmark Eiwittransitie heeft als doel inzicht te geven in waar supermarkten staan op de eiwittransitie in aanloop naar Superlijst Groen 2025 en welke best practices supermarkten kunnen inspireren in de *race to the top*.

Aanbevelingen voor alle supermarkten

Doelen en rapportage

→ **Vul de gestelde doelen in met een actieplan (EN-1.1.1).**

Dat plan beschrijft alle maatregelen die de supermarkt van plan is te nemen, met voor elke maatregel de verwachte bijdrage aan het doel. Het totaal van die verwachte effecten moet optellen tot het doel in 2030.

Aanbiedingen

→ **Verminder aanbiedingen voor dierlijke eiwitten (EN-1.3.1).**

Het overgrote deel, namelijk 81 procent, van de eiwitrijke producten in de aanbieding is nog steeds dierlijk. Zet scherpe maatregelen op het verminderen van aanbiedingen voor vlees, vis, kaas, eieren en zuivel in de wekelijkse folder, en leg deze maatregelen vast in beleid. Dat geldt ook voor promoties zonder prijsverlaging.

→ **Stop met het aanbieden van dierlijke eiwitten met kwantumkorting (EN-1.3.1).**

Kwantumkorting leidt aantoonbaar tot hogere consumptie van de categorie. Sinds 2023 is het aandeel kwantumkortingen op dierlijke eiwitten flink gedaald. Zet deze daling door en leg die ook in beleid vast.

Assortiment

→ **Zet de verkleining van de portiegroottes van vlees door (EN-1.3.2).**

Bij de meeste supermarkten is sinds 2021 een daling te zien van het aandeel grote portiegroottes (>100g) en een toename van het aandeel kleine portiegroottes (≤80g). Zet de verkleining van portiegroottes verder door en doe afstand van XXL vleesproducten.

→ **Verlaag het aandeel kant-en-klare maaltijden met dierlijke eiwitten (EN-1.2.1).**

Nog steeds bevat de aanzienlijke meerderheid van de kant-en-klare maaltijden dierlijke eiwitten. Ondanks dat er verschillende nieuwe plantaardige maaltijden in het assortiment te vinden zijn, is het aandeel plantaardig niet groter geworden. Zorg ervoor dat het aanbod aan maaltijden met dierlijke eiwitten aanzienlijk afneemt.

Winkelinrichting

→ **Leer van elkaars best practices en combineer ze (EN-1.3.3).**

Onderzoek toont aan dat een combinatie van maatregelen het meest effectief gedrag kan sturen. Houd het niet bij enkele maatregelen, maar experimenteer met verschillende maatregelen die kunnen bijdragen aan het behalen van de doelstelling 60 procent plantaardig in 2030. Leer hierbij van andere supermarkten en gebruik de maatregelen ter inspiratie.

Supermarkt specifieke aanbevelingen

Albert Heijn



→ Bied minder dierlijke producten aan met kwantumkorting (EN-1.3.1).

Kwantumkorting draagt aantoonbaar bij aan hogere consumptie. Albert Heijn biedt van alle supermarkten verreweg de meeste producten aan met kwantumkorting (44%). Om overconsumptie te verminderen en bij te blijven bij de andere supermarkten, adviseren we het gebruik van kwantumkorting aanzienlijk te verminderen. Focus daarbij op dierlijke producten.

→ Vergroot het aandeel vleesproducten met een kleine portiegrootte ($\leq 80g$) (EN-1.3.2).

Vergeleken met de andere supermarkten is bij Albert Heijn het aandeel kleine vleesporties het minst groot (18%). Focus bij het verkleinen van

portiegroottes van vlees naar porties van 80 gram of minder vooral op schnitzels en vinken. In die categorieën heeft de klant nu geen enkele optie voor een product met een kleine portiegrootte.

→ Bied in de maaltijd categorieën Hollandse maaltijden en Quiches een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).

Op dit moment hebben klanten van Albert Heijn geen optie voor een Hollandse maaltijd zonder vlees of vis en een quiche zonder zuivel, kaas en eieren. Zorg dat klanten in iedere maaltijd categorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

Aldi



→ Verminder het aandeel aanbiedingen voor dierlijke eiwitten (EN-1.3.1).

Aldi heeft, samen met Plus, wekelijks het grootste aandeel vlees- en visproducten in de aanbieding. Daarbij heeft Aldi een zeer klein aandeel aanbiedingen voor plantaardige eiwitbronnen. Verminder het aandeel aanbiedingen voor vlees en vis en vergroot daarentegen het aandeel aanbiedingen voor plantaardige eiwitten, zoals paddenstoelen, bonen en peulvruchten, en plantaardige vleesvervangers.

→ Verminder het aandeel vleesproducten met een grote portiegrootte ($>100g$) (EN-1.3.2).

Vergeleken met de andere supermarkten is bij Aldi het aandeel grote vleesporties het grootst

(43%). Focus bij het verkleinen van portiegroottes van vlees naar porties van minder dan 100 gram vooral op gehaktballen, schnitzels en vinken. In die categorieën heeft de klant nu geen enkele optie voor een product met een portiegrootte kleiner dan 100 gram.

→ Bied in alle maaltijd categorieën ten minste een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).

Op dit moment hebben klanten van Aldi geen optie voor een plantaardige kant-en-klare maaltijd in de categorieën soepen, maaltijdsalades, pastamaaltijden, pizza's en quiches. Zorg dat klanten in iedere maaltijd categorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

Dirk



→ **Verminder het aandeel aanbiedingen voor dierlijke eiwitten (EN-1.3.1).**

Dirk heeft, van alle supermarkten, wekelijks het grootste aandeel dierlijke eiwitten (vlees, vis, zuivel, kaas en eieren) in de aanbieding. Verminder het aandeel aanbiedingen voor dierlijke eiwitten en vergroot daarentegen het aandeel aanbiedingen voor plantaardige eiwitten, zoals paddenstoelen, bonen en peulvruchten, en plantaardige vleesvervangers.

→ **Bied in de maaltijd categorieën maaltijdsalades, pastamaaltijden en quiches ten minste een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).**

Op dit moment hebben klanten van Dirk geen

optie voor een plantaardige kant-en-klare maaltijd in de categorieën maaltijdsalades, pastamaaltijden en quiches. Zorg dat klanten in iedere maaltijd categorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

→ **Bied in iedere categorie van vleesproducten in elk geval een optie aan met een kleine portiegrootte (≤80g) (EN-1.3.2).**

Klanten van Dirk hebben in de categorieën gehaktballen, schnitzels en vinken geen optie voor een product met een kleine portiegrootte. Bied in iedere vleescategorie in elk geval de keuze voor een product met een portiegrootte van 80 gram of kleiner.

Ekoplaza



→ **Bied in de maaltijd categorieën Hollandse maaltijden en pastamaaltijden een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).**

Op dit moment hebben klanten van Ekoplaza geen optie voor een Hollandse maaltijd en pastamaaltijd zonder zuivel, kaas en eieren. Zorg dat klanten in iedere maaltijd categorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

→ **Bied in iedere categorie van vleesproducten in elk geval een optie aan met een kleine portiegrootte (≤80g) (EN-1.3.2).**

Klanten van Ekoplaza hebben in de categorieën burgers en vinken geen optie voor een product met een kleine portiegrootte.

Bied in iedere vleescategorie in elk geval de keuze voor een product met een portiegrootte van 80 gram of kleiner.

→ **Blijf experimenteren met maatregelen om het aandeel dierlijke eiwitten in consumptie terug te dringen (EN-1.3.3).**

Ekoplaza heeft in 2023 verschillende maatregelen opgezet om het aandeel dierlijke eiwitten in consumptie te verminderen. Ondertussen zien we dat andere supermarkten sindsdien veel zijn gaan experimenteren met maatregelen. Blijf met nieuwe maatregelen experimenteren en leer daarbij van de maatregelen van de andere supermarkten.

Jumbo



→ **Bied in de maaltijd categorieën Hollandse maaltijden en quiches een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).**

Op dit moment hebben klanten van Jumbo geen optie voor een Hollandse maaltijd en

quiche zonder zuivel, kaas en eieren. Zorg dat klanten in iedere maaltijd categorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

→ **Verminder het aantal vleesproducten in de folder (EN-1.3.1).**

Jumbo heeft als eerste supermarkt de stap gezet om geen prijsacties meer te geven voor vers vlees. Desondanks staan bij Jumbo nog wel vleesproducten in de folder, onder de reguliere prijs. Ook het plaatsen van producten onder de reguliere prijs is een vorm van promotie, waarbij het product tijdelijk onder de aandacht wordt gebracht. Verminder het aantal vleesproducten onder de reguliere prijs in de folder.

Lidl

→ **Verminder het aandeel aanbiedingen voor vlees en vis (EN-1.3.1).**

Na Plus en Aldi, heeft Lidl het grootste aandeel vlees- en visproducten in de aanbieding. Verminder het aandeel aanbiedingen voor vlees en vis, en vergroot daarentegen het aandeel aanbiedingen voor plantaardige eiwitten, zoals paddenstoelen, bonen en peulvruchten, en plantaardige vleesvervangers.

→ **Bied in iedere categorie van vleesproducten in elk geval een optie aan met een kleine portiegrootte (≤80g (EN-1.3.2)).**

Klanten van Lidl hebben in de categorieën



→ **Bied in iedere categorie van vleesproducten in elk geval een optie aan met een kleine portiegrootte (≤80g) (EN-1.3.2).**

Klanten van Jumbo hebben in de categorieën gehaktballen, schnitzels en vinken geen optie voor een product met een kleine portiegrootte. Bied in iedere vleescategorie in elk geval de keuze voor een product met een portiegrootte van 80 gram of kleiner.

gehaktballen, schnitzels en vinken geen optie voor een product met een kleine portiegrootte. Bied in iedere vleescategorie in elk geval de keuze voor een product met een portiegrootte van 80 gram of kleiner.

→ **Bied in de maaltijdcategorie quiches een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).**

Op dit moment hebben klanten van Lidl geen optie voor een quiche zonder zuivel, kaas en eieren. Zorg dat klanten in iedere maaltijdcategorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

Plus



→ **Verminder het aandeel aanbiedingen voor vlees en vis (EN-1.3.1).**

Plus heeft wekelijks het grootste aandeel vlees- en visproducten in de aanbieding. Verminder het aandeel aanbiedingen voor vlees en vis en vergroot daarentegen het aandeel aanbiedingen voor plantaardige eiwitten, zoals paddenstoelen, bonen en peulvruchten, en plantaardige vleesvervangers. De doelstelling die Plus heeft gezet is al terug te zien in de resultaten, maar om bij te blijven bij de andere supermarkten adviseren we om de doelstelling aan te scherpen.

→ **Bied in de maaltijdcategorieën pasta-maaltijden en quiches een plantaardige optie aan (EN-1.2.1).**

Op dit moment hebben klanten van Plus geen optie voor een pastamaaltijd en quiche zonder zuivel, kaas en eieren. Zorg dat klanten in iedere maaltijdcategorie in elk geval de keuze hebben voor een plantaardige maaltijd.

→ **Vergroot het aandeel vleesproducten met een kleine portiegrootte (≤80g) (EN-1.3.2).**

Verminder daarbij ook het aandeel vleesproducten met een grote portiegrootte (>100 gram). In de categorie schnitzels heeft de klant nu slechts een enkele optie voor een product met een kleine portiegrootte.

Referenties

Albert Heijn, 2024. 'Duurzaamheidsverslag 2023'. Albert Heijn. Albert Heijn. 2024. <https://duurzaamheidsverslag.ah.nl/2023/start>.

Aldi, z.d. 'Vegetarisch en plantaardig bij ALDI'. Aldi. Geraadpleegd 25 juli 2024. <https://www.aldi.nl/verantwoord/vegetarisch-en-plantaardig.html>.

Dirk, 2024. 'Duurzaamheidsverslag 2023'. De voorde-
ligste supermarkt van Nederland | Dirk. Dirk. 2024. <https://www.dirk.nl/meer/over-dirk/duurzaamheid>.

EAT, 2019. 'EAT-Lancet Commission Summary Report'. EAT. https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf.

Ekoplaza, 2023. 'Ekoplaza: Wij gaan voor Groen'. Ekoplaza. https://www.ekoplaza.nl/api/media/document/download/ekoplaza_-_wij_gaan_voor_groen.pdf.

Jumbo, 2024a. 'Eiwittransitie'. Eiwittransitie. Jumbo. 2024. <https://www.jumbo.com/nieuws/eiwittransitie/>.

Jumbo, 2024b. 'Jumbo stopt als eerste supermarktketen met vleespromoties'. Jumbo stopt als eerste supermarktketen met vleespromoties. Jumbo. 2024. <https://www.jumbo.com/nieuws/jumbo-stopt-als-eerste-supermarktketen-met-vleespromoties/>.

Jumbo, 2024c. 'Plantaardig: gevarieerd eten met plantaardige producten'. Jumbo. 2024. <https://www.jumbo.com/inspiratie/duurzame-boodschap/plantaardig>.

Levensmiddelenkrant, 2024. 'Dirk komt ook met hybridevlees'. Levensmiddelenkrant. 9 oktober 2024. <https://www.levensmiddelenkrant.nl/dirk-komt-ook-met-hybride-vlees?return=https%3A%2F%2Fwww.levensmiddelenkrant.nl%2F>

Lidl, z.d. 'Eiwittransitie'. Lidl. Geraadpleegd 25 juli 2024. <https://corporate.lidl.nl/duurzaamheid/klimaat-beschermen/eiwittransitie>.

Plus, 2024. 'PLUS Jaarverslag 2023'. Plus. https://downloads.ctfassets.net/s0lodsnpsez0rGsy-2rInSuPRJ6VzDg6b/05f3958b8e0c5dc23e2a8e-158cac8063/PLUS_Jaarverslag_2023_Cooperatie_PLUS_UA.pdf.

Plus, z.d. 'Eiwittransitie | PLUS'. PLUS Supermarkt. Plus. Geraadpleegd 25 juli 2024. <https://www.plus.nl/over-plus/duurzaamheid/eiwittransitie>.

Questionmark, 2024a. 'Benchmark Eiwittransitie 2024 Vergelijkingscriteria v1.0'. Gustaaf Haan, Willem van Engen-Cocquyt, Deborah Winkel, en Dore de Jong, juli. <https://www.thequestionmark.org/download/research-method-benchmark-protein-transition-nl-2024-v1.0.nl.pdf>.

Questionmark, 2024b. 'Benchmark Eiwittransitie 2024 Achtergrondrapport'. Questionmark, november. <https://www.thequestionmark.org/download/benchmark-protein-transition-report-background-data-nl-2024.nl.xlsx>.

Rabobank, 2022. 'Detailhandel food: veranderende consument vraagt meer creativiteit'. Rabobank. Rol, Martijn, en Marcel Lambregts. 2022. <https://www.rabobank.nl/kennis/s011087550-detailhandel-food-veranderende-consument-vraagt-meer-creativiteit>.

Colofon

Initiatief en uitvoering

Denktank Questionmark

Questionmark

Auteurs

Dore de Jong - Projectmanagement, methodologie, dataverzameling en analyse

Gustaaf Haan - Concept, methodologie en analyse

Willem van Engen-Cocquyt - Software en analyse

Ambre Charles - Dataverzameling en analyse

Angela Hekman - Dataverzameling

Tim van Kuppeveld - Dataverzameling

Directie

Charlotte Linnebank - Directeur Questionmark

Tekst en vormgeving

Puck Simons - Eindredactie

Klaas van der Veen - Vormgeving

Raad van Wetenschappers

dr. ir. Ellen van Kleef - Wageningen University

dr. Annet Roodenburg - HAS Hogeschool

prof. dr. ir. Jaap Seidell - Vrije Universiteit Amsterdam

Partners

De Benchmark Eiwittransitie is ondersteund door World Animal Protection NL en Natuur & Milieu.



**NATUUR
& MILIEU**

Financiële ondersteuning

Deze Benchmark Eiwittransitie wordt mede gefinancierd door Gieskes Strijbis, Turing Foundation, World Animal Protection NL en Stichting Questionmark.



GIESKES-STRIJBIS FONDS



Versie 1.0 - november 2024 - copyright: Stichting Questionmark
Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder voorwaarde van bronvermelding:

Questionmark (2024), Benchmark Eiwittransitie 2024:

Tussentijdse meting Eiwittransitie, Questionmark: Amsterdam.

<https://www.thequestionmark.org/download/benchmark-protein-transition-report-nl-2024-v1.0.nl.pdf>

Questionmark

Stichting Questionmark
info@thequestionmark.org
www.thequestionmark.org

Overhoeksplein 2
1031 KS Amsterdam
The Netherlands

Disclaimer

Questionmark betracht de grootst mogelijke zorgvuldigheid bij het verzamelen van informatie en het opstellen van publicaties. Analyses zijn veelal gebaseerd op data van derden. Questionmark kan de accuraatheid of compleetheid van de informatie in dit rapport niet garanderen. Aan de inhoud van dit rapport kunnen dan ook geen rechten worden ontleend. Questionmark aanvaardt uitdrukkelijk geen aansprakelijkheid voor informatie die door derden wordt gebruikt of gepubliceerd met verwijzing naar dit rapport.