

Oktober 2025

Markteffect Vleesvervangersmonitor – 5^e editie Nederland

Florian Bijnen
Bram van Hoof
Patrick Evers

Markteffect

Markteffect Vleesvervangers Monitor – 5^e meting

De markt voor vleesvervangers is de laatste jaren veranderd. Steeds meer consumenten zijn zich bewust van de impact van hun voedselkeuzes, zowel op hun gezondheid als op het milieu. Deze verschuiving in bewustzijn heeft geleid tot een grotere vraag naar plantaardige alternatieven die zowel qua smaak als prijs concurreren met vleesproducten. Consumenten zouden namelijk vaker alternatieven kiezen als deze minstens even goed smaken en even goedkoop zijn als vlees. Ook voedingswaarden zijn belangrijk in de overweging om vaker alternatieven te kiezen.

Om de dynamiek van deze markt in kaart te brengen, voert Markteffect al meerdere jaren onderzoek uit naar de trends, het gedrag en de verwachtingen van consumenten, en de naamsbekendheid van vleesvervangers. Onze Vleesvervangers Monitor biedt bedrijven waardevolle inzichten om strategische beslissingen te ondersteunen en op nieuwe onderwerpen (zoals kweekvlees en vegetarische borrelhapjes) in te spelen.

Benieuwd naar alle inzichten van deze editie? Of heb je vragen, opmerkingen of suggesties voor toekomstige metingen? Ik hoor het graag!

Veel leesplezier gewenst!

Bram van Hoof
Client Consultant
T: 06 43 40 51 80
E: b.vanhoof@markteffect.nl

Hoofdstuk

Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording



Onderzoeksvraag

Het monitoren van ontwikkelingen in vleesconsumptie, consumentengedrag en naamsbekendheid m.b.t. vleesvervangers

Subvragen

Wat zijn trends en ontwikkelingen omtrent vleesvervangers?

Hoe ziet het consumentengedrag omtrent vleesvervangers eruit en wat zijn de ontwikkelingen hierin?

Hoe ontwikkelt de naamsbekendheid van de aanbieders van vleesvervangers zich?



Doelgroep

n= 2.042

Nederlanders van 18 jaar of ouder die (mede)verantwoordelijk zijn voor de dagelijkse boodschappen.

Toelichting

De data zijn gewogen naar een nationaal representatieve verdeling op basis van leeftijd, geslacht en regio.

Met deze steekproef is de foutmarge 2%. Dit betekent dat als een resultaat in het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen de 48% en 52% ligt.



Methode

Kwantitatief online onderzoek

Toelichting

De data is verzameld via het onderzoekspanel van Markteffect.



Dataverzameling

1 t/m 26 september 2025

Toelichting

De vragenlijst bestond uit 30 vragen (inclusief screenings- en achtergrondvragen)

De gemiddelde invultijd bedroeg 19 minuten.

Leeswijzer



Weergave significante verschillen

Wanneer er sprake is van een significant verschil dan wordt deze aan de rechterkant van de pagina weergegeven. De groep(en) die lichtgroen weergegeven worden, scoren significant hoger in vergelijking met groep(en) die donkergroen worden weergegeven. Zie het voorbeeld hiernaast.

Dit betekent in dit geval dat er significant meer mannen dan vrouwen het ergens mee eens zijn of een bepaalde voorkeur hebben voor iets.

Bij meer dan twee subgroepen, is het mogelijk dat verschillen niet van toepassing zijn op alle groepen. In dat geval worden de groepen waar géén sprake is van een significant verschil, niet weergegeven.

Hieronder is een lijst weergegeven van de icoontjes die de verschillende achtergrondkenmerken representeren.



Geslacht



Leeftijd



Category user*



Supermarkt



Opleiding



Inkomen



Regio

Meest bepalende achtergrondkenmerken



Geslacht

Man

Vrouw

20%

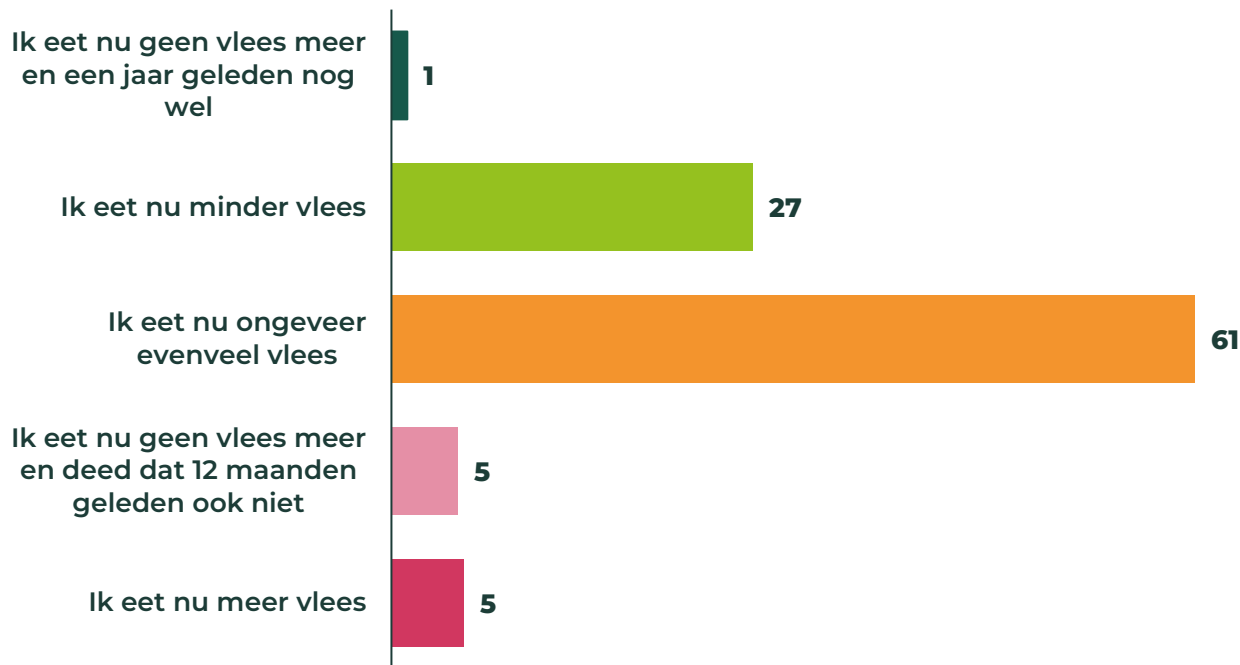
14%

Hoofdstuk

Trends & ontwikkelingen

Meer dan de helft van de Nederlanders eet nu ongeveer evenveel vlees als vorig jaar, toch eet een kwart van de Nederlanders nu minder vlees

Eetgedrag vlees (%)

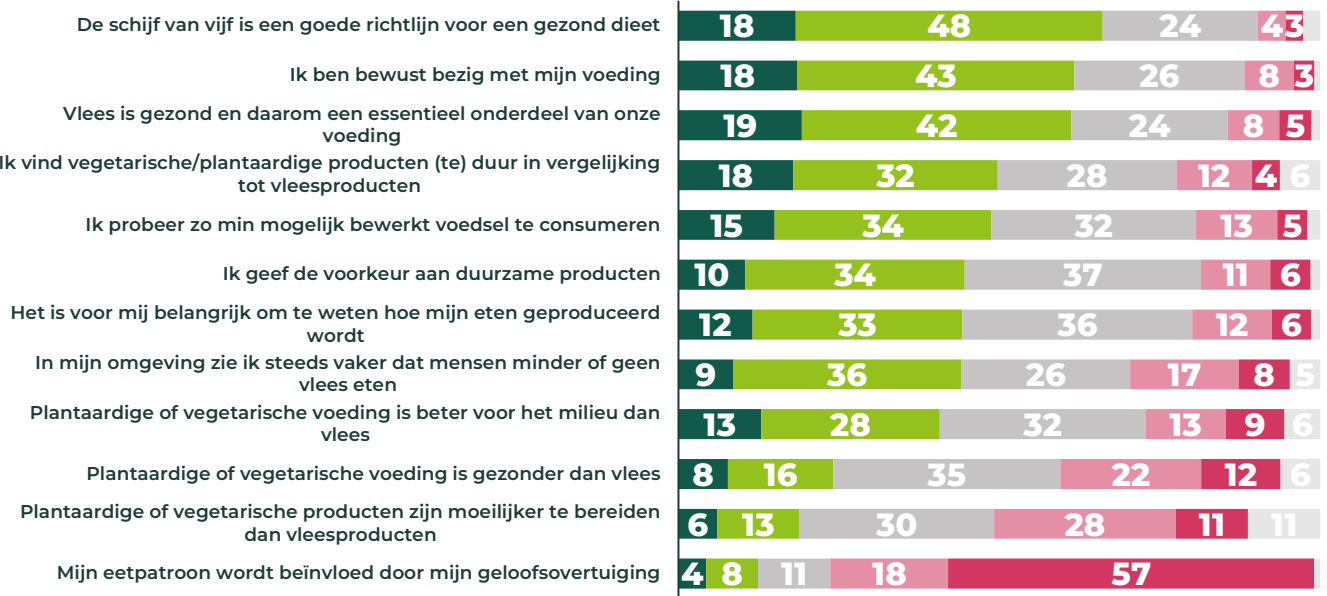


Meest bepalende achtergrondkenmerken

Ik eet nu meer vlees		
	18-34 jaar	12
	35-54 jaar	5
	55 jaar en ouder	1
Ik eet nu ongeveer evenveel vlees		
	18-34 jaar	53
	35-54 jaar	65
	55 jaar en ouder	62
Ik eet nu minder vlees		
	Wel	41
	Niet	15

De helft van de consumenten vindt vegetarische of plantaardige producten te duur in vergelijking tot vleesproducten

Stellingen voeding (%)

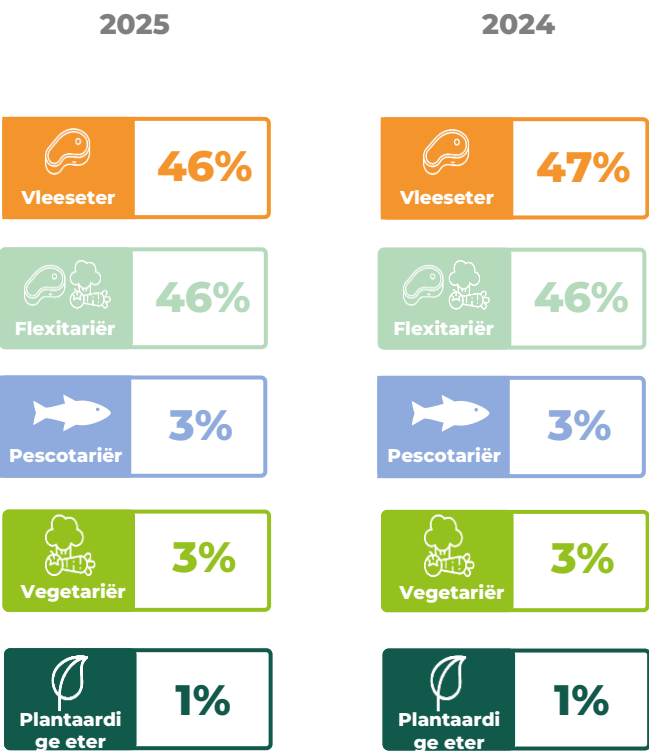
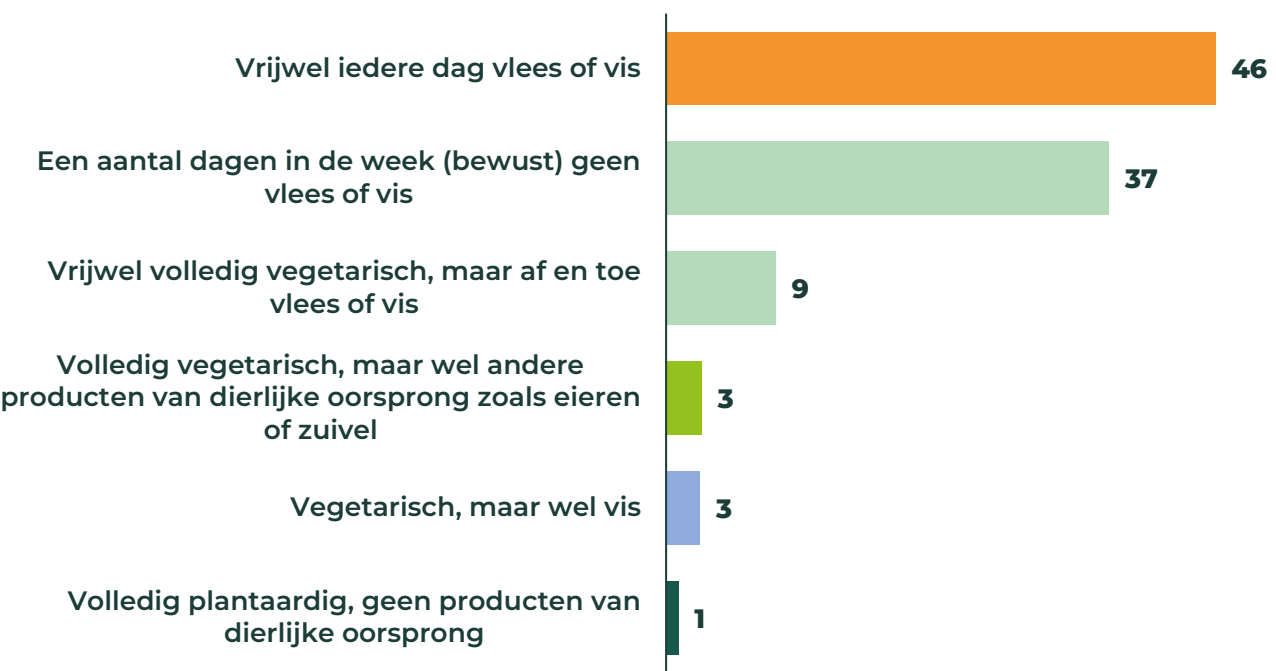


Top 2 box	Top 2 box 2024
% (Helemaal) mee eens	% (Helemaal) mee eens
66	63
62	62
61	61
50	52
49	47
45	43
44	46
44	43
41	41
24	27
19	20
12	14

■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Mee oneens ■ Helemaal mee oneens ■ Weet ik niet

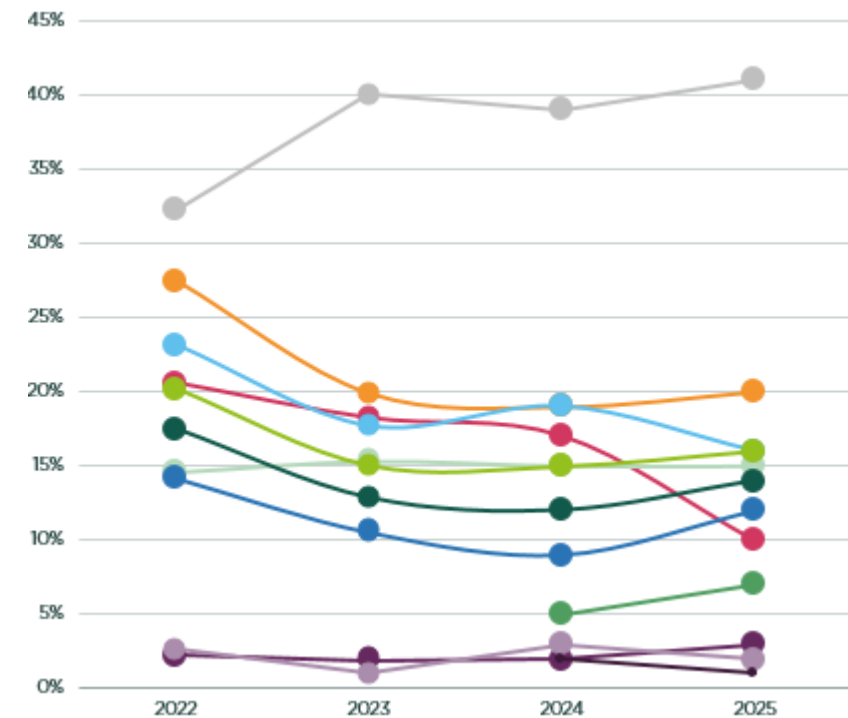
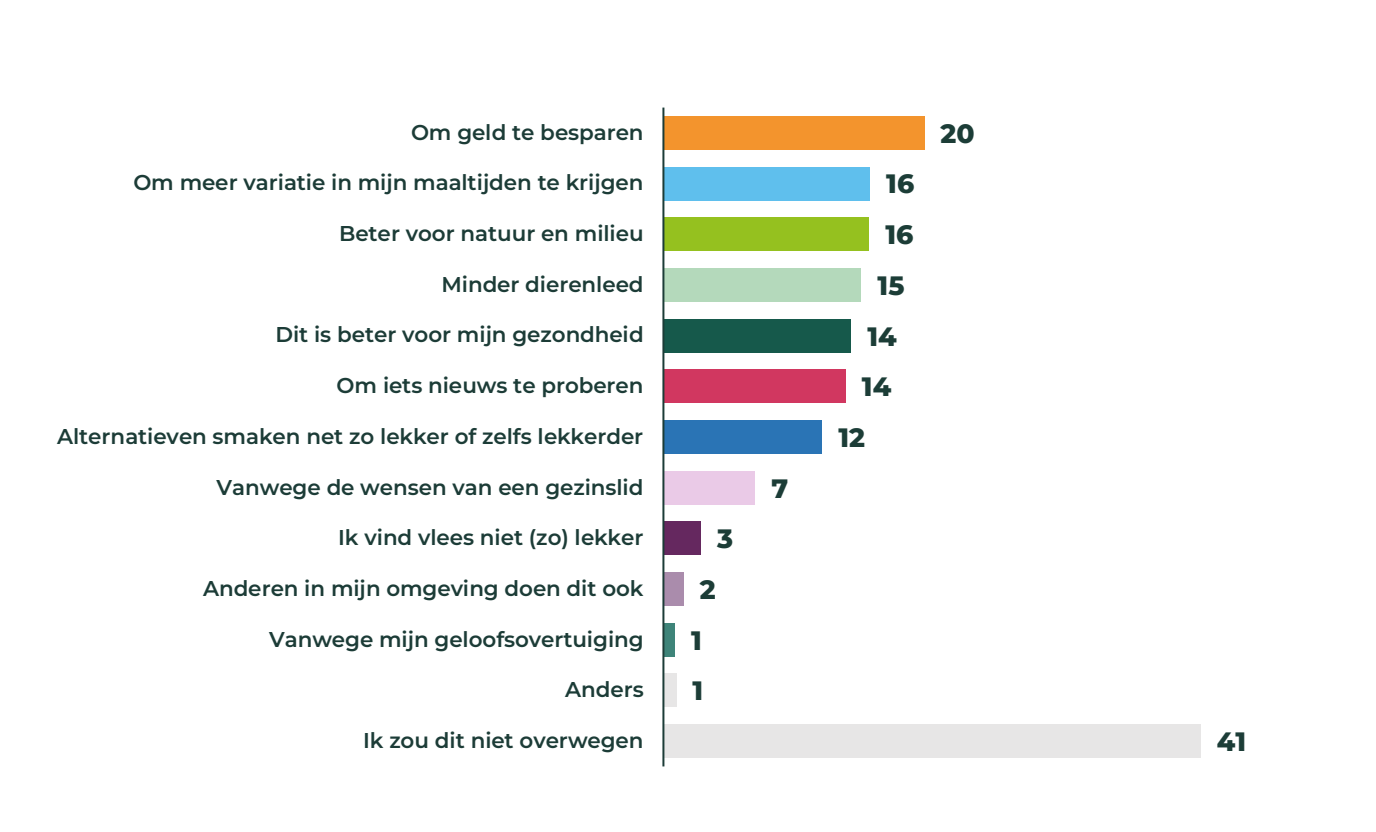
Het aandeel van de grootste groepen, vleeseters en flexitariërs, is hetzelfde als vorig jaar

Eetpatroon (%)



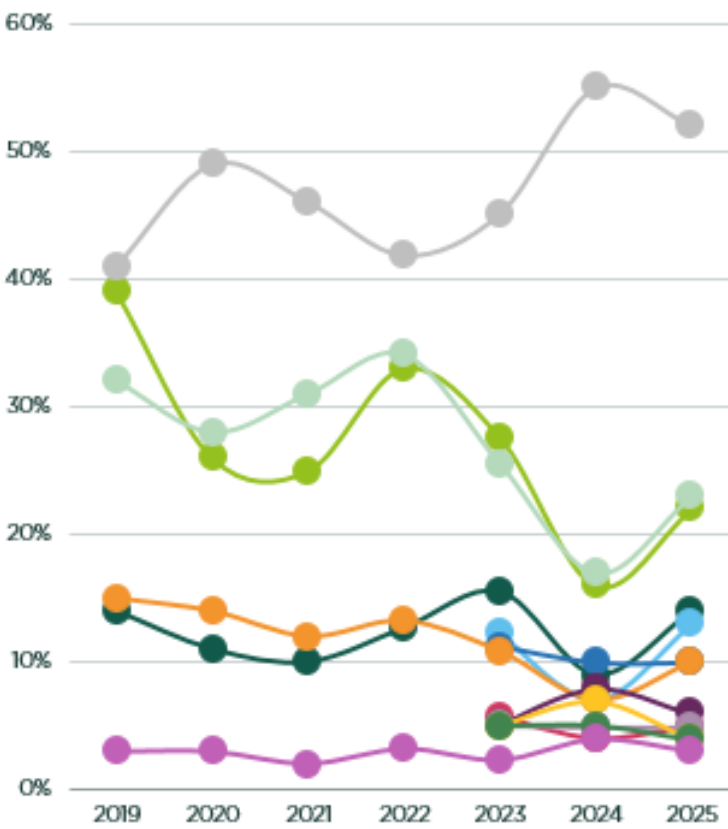
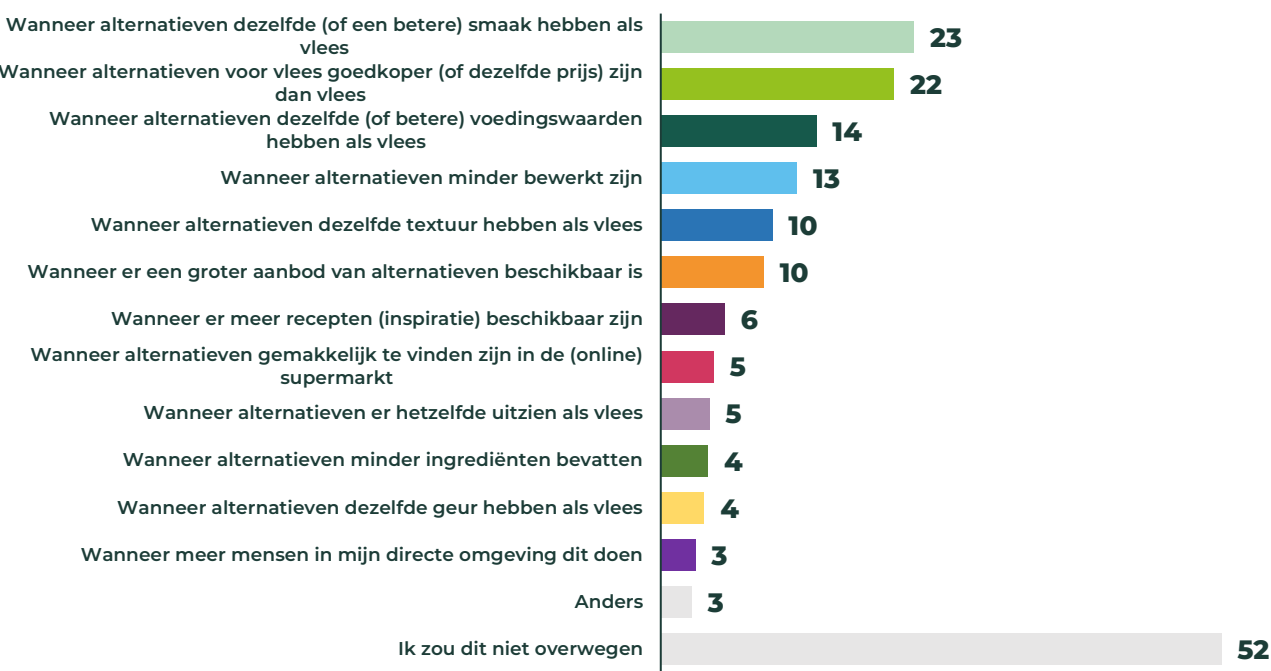
Motivaties voor vleeseters om (soms) geen vlees te eten zouden vooral financieel van aard zijn, al geeft de meerderheid aan dat (soms) geen vlees eten überhaupt niet wordt overwogen

Motivaties van vleeseters om (soms) geen vlees te eten (%)



Wanneer vleesvervangers dezelfde smaak en/of prijs zouden hebben als vlees, zou een deel van de vleeseters overwegen hier wel voor te kiezen

Motivaties om vaker voor een alternatief voor vlees of vis te kiezen (%)



Consumenten tot 35 jaar geven vaker aan nu meer vleesvervangers te eten, waar 35-plussers vaker aangeven (nog steeds) geen vleesvervangers te eten

Eetgedrag vleesvervangers t.o.v. 12 maanden geleden (%)



Meest bepalende achtergrondkenmerken

Ik eet nu geen vleesvervangers en deed dat 12 maanden geleden ook niet

18-34 jaar	24
35-54 jaar	37
55 jaar en ouder	49

Ik eet nu meer vleesvervangers

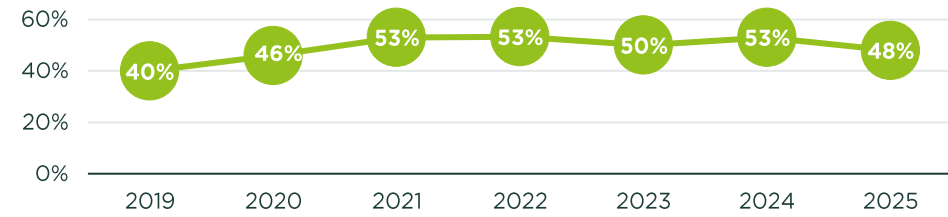
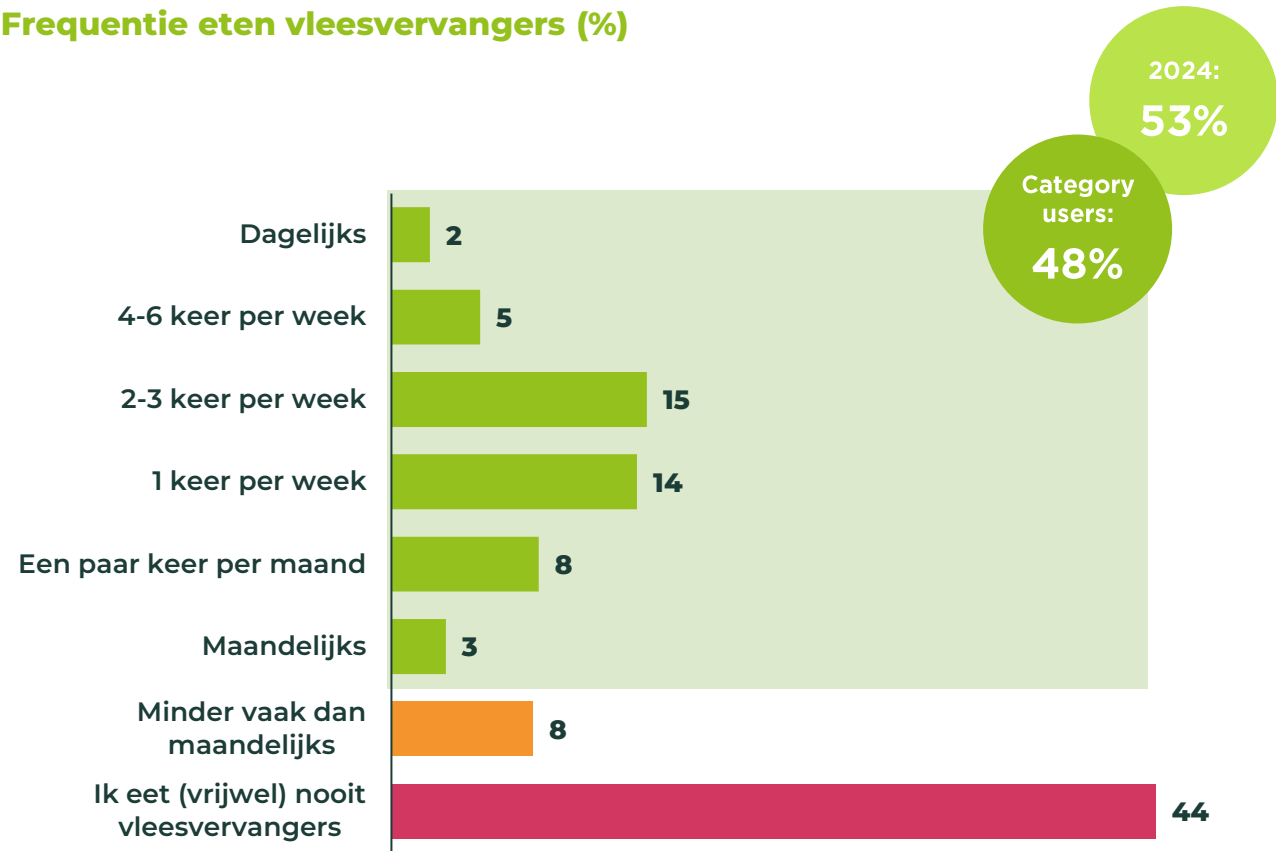
18-34 jaar	16
35-54 jaar	9
55 jaar en ouder	9

Ik eet nu geen vleesvervangers en deed dat 12 maanden geleden ook niet

Albert Heijn	31
Jumbo	49
Superunie	43

Het aandeel consumenten dat maandelijks of vaker vleesvervangers eet, lijkt te dalen ten opzichte van een jaar geleden

Frequentie eten vleesvervangers (%)

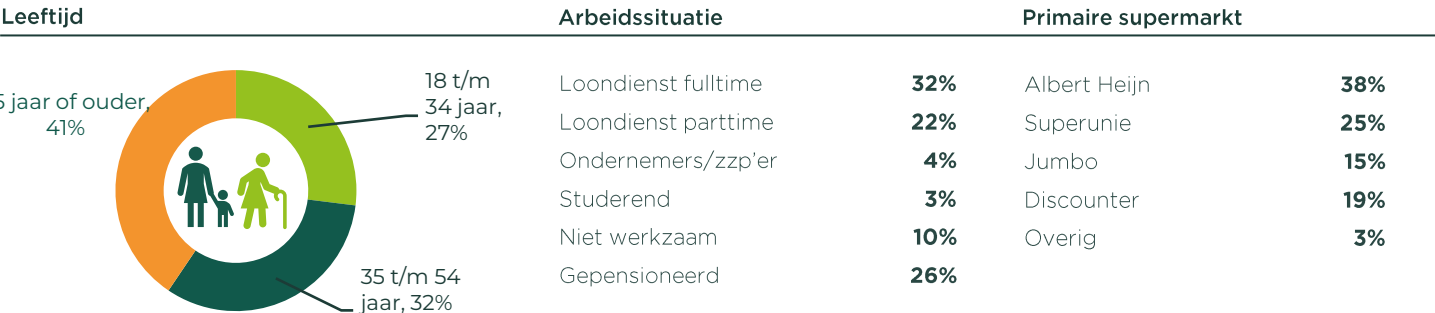
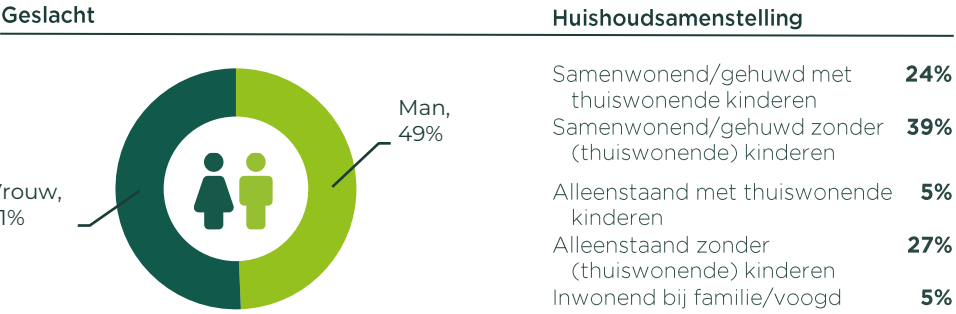


Hoofdstuk

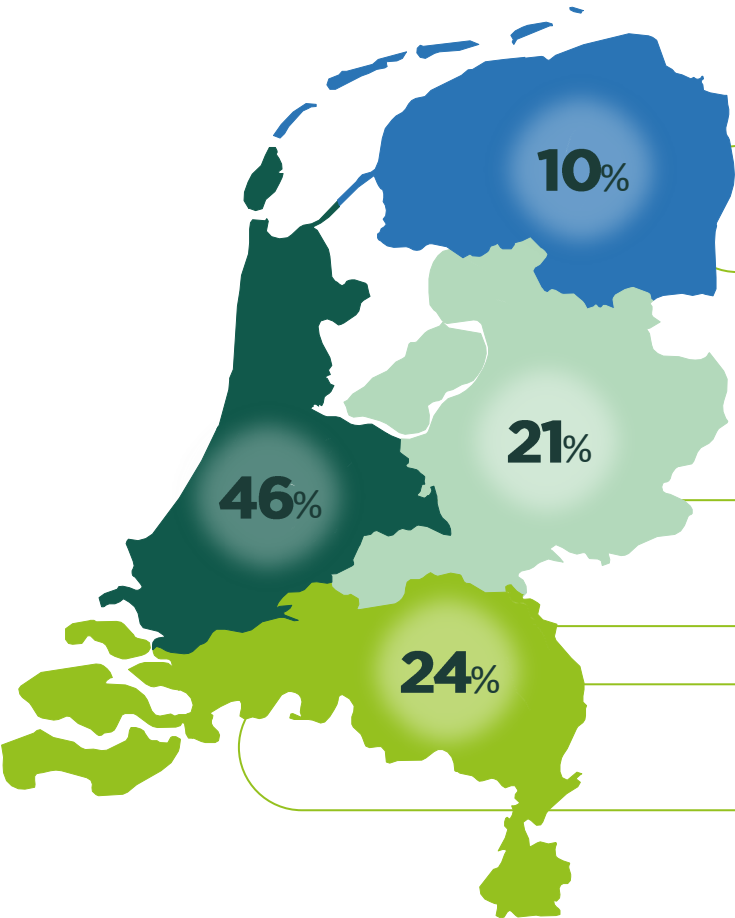
Profiel steekproef

Achtergrondkenmerken

Let op!
Door afronding kan het voorkomen dat percentages optellen tot 99% of 101%.



Opleiding		Inkomen	
Laag opgeleid	17%	Beneden modaal	36%
Midden opgeleid	37%	Modaal	29%
Hoog opgeleid	46%	Boven modaal	28%



Hoofdstuk

Colofon

Colofon



Florian Bijnen
Research Expert
06-35602166
f.bijnen@markteffect.nl



Bram van Hoof
Client consultant
06-43405180
b.vanhoof@markteffect.nl



Patrick Evers
Client consultant
06-53689150
p.evers@markteffect.nl



Markteffect B.V.
markteffect.nl

Locatie Eindhoven
Schimmelt 46
5611 ZX Eindhoven

+31 40 239 22 90

Locatie Amsterdam
Herengracht 454
1017 CA Amsterdam

+31 20 770 75 79

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief te behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuratesse en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.