

Factsheet foldermonitor: vlees en zuivel

Behorend bij persbericht: Aantal volumestunts met vlees fors toegenomen
November 2023

Volumestunts versus single kortingen

Volumestunts zijn aanbiedingen waarbij de klant meerdere verpakkingen moet kopen om gebruik te kunnen maken van de korting. Denk aan '2 halen 1 betalen', '3 voor de prijs van 2' en andere stapelkortingen. Dit in tegenstelling tot single kortingen, zoals 'van-voor-aanbiedingen' of '25% korting', waarbij de korting ook voor een enkele verpakking geldt.¹

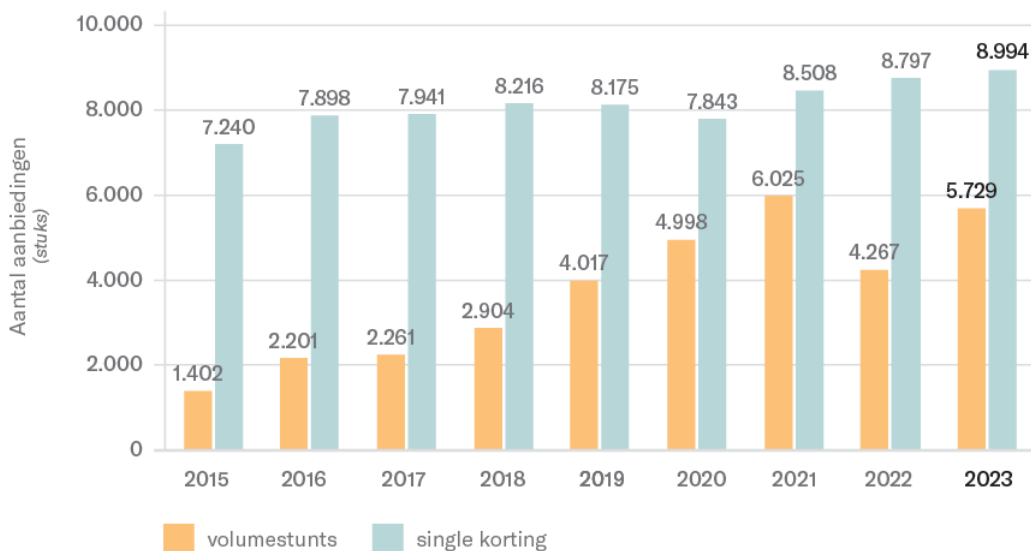
Van volumestunts is bekend dat zij de consumptie het meest opdrijven. In verschillende landen zijn al maatregelen getroffen om dit soort aanbiedingen aan banden te leggen.²

Dierlijk vlees

Het aantal volumestunts met vlees is sinds 2015 fors toegenomen (Figuur 1). Er zijn in 2023 vier keer meer volumestunts met vlees dan in 2015. Het aantal vleesstunts waarbij de korting ook geldt voor een enkele verpakking is ook toegenomen (Figuur 1), maar een stuk minder hard. Het aandeel volumestunts met vlees is sinds 2015 dan ook fors toegenomen, van 16 naar 39 procent (Figuur 2).

Vlees

aantal stunts, kwartaal 1 t/m 3



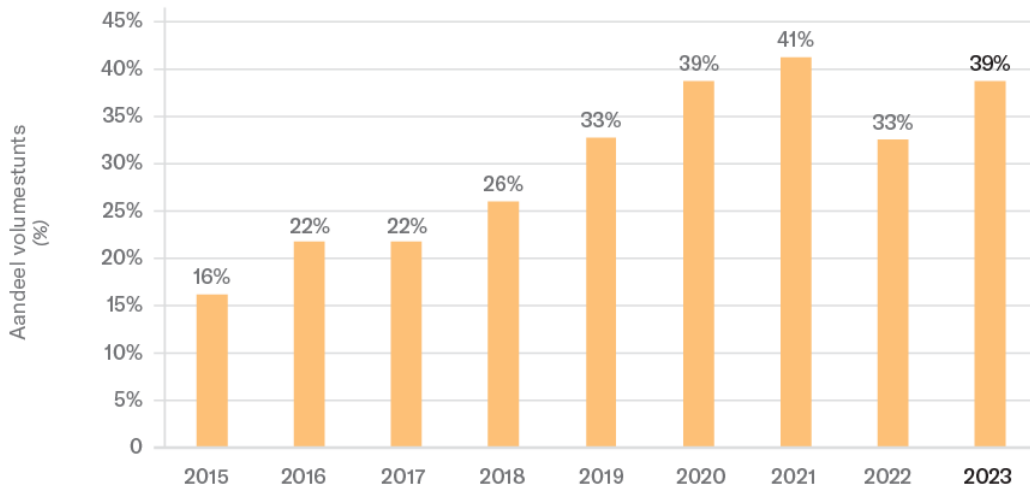
Figuur 1: Aantal stunts met dierlijk vlees voor zowel volumestunts als aanbiedingen die gelden voor een enkele verpakking (single korting). De cijfers gaan over de eerste drie kwartalen van de weergegeven jaren.

¹ Onder de single kortingen tellen wij ook de promotie van producten waar niet per se sprake is van een prijsdaling. Bijvoorbeeld wanneer in de folder een nieuw product of het Kerstassortiment wordt aangeprezen.

² https://thequestionmark2.cdn.prismic.io/thequestionmark2/d5699625-87aa-4864-b4eb-a50a9514aece_Whitepaper+voedselpromotie+en+overconsumptie.pdf

Vlees

aandeel volumestunts, kwartaal 1 t/m 3



Figuur 2: Het aandeel volumestunts als percentage van het totaal aantal stunts met dierlijk vlees (volume + single aanbiedingen). De cijfers gaan over de eerste drie kwartalen van de weergegeven jaren.

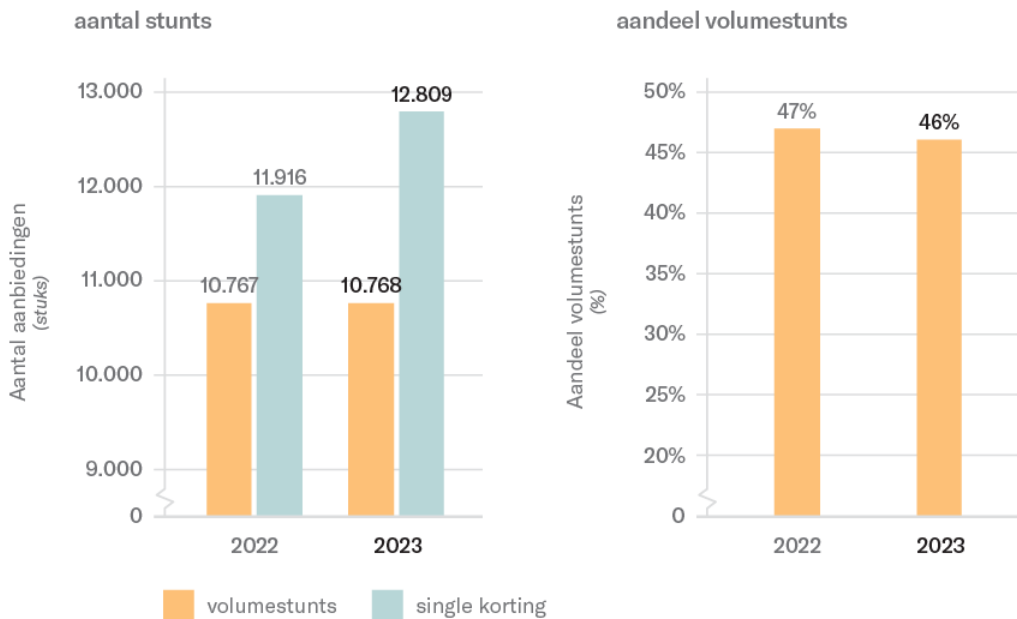
Dierlijke zuivel

Wakker Dier houdt de zuivelaanbiedingen bij sinds 2022 (zie Methode), daarom is er voor zuivel nog geen lange termijn ontwikkeling te zien.

In figuur 3 (links) is te zien dat het aantal volume-aanbiedingen voor dierlijke zuivel in de eerste drie kwartalen van 2022 en 2023 even hoog lag. Het aantal aanbiedingen voor een enkele verpakking steeg wel (Figuur 3, links). Het percentage zuivelaanbiedingen dat een volumestunt is, ligt in deze periodes ongeveer even hoog: 46-47 procent van de aanbiedingen voor dierlijke zuivel is een volumestunt (Figuur 3, rechts).

Zuivel

kwartaal 1 t/m 3



Figuur 3: Aantallen en aandelen (volume)stunts met dierlijke zuivel. Alle cijfers gaan over de eerste drie kwartalen van de weergegeven jaren. Links: het absolute aantal volumestunts en aanbiedingen die gelden voor een enkele verpakking (single-stunts). Rechts: het aandeel volumestunts als percentage van het totaal aantal zuivelstunts in.

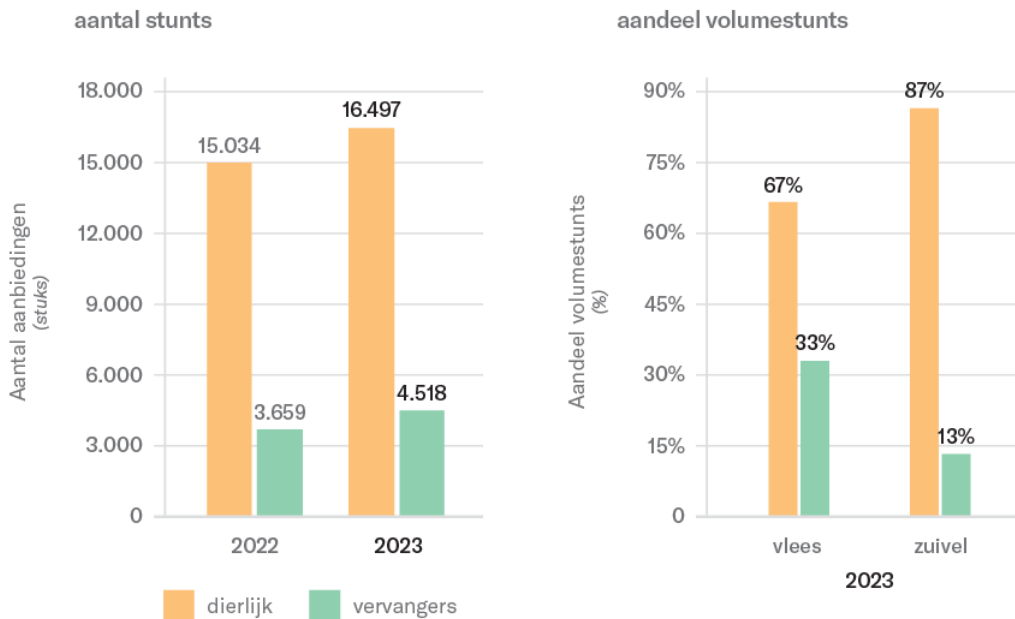
Dierlijk versus vervangers

Het aantal volume-aanbiedingen voor dierlijk vlees plus dierlijke zuivel overtreft het aantal volume-aanbiedingen voor hun vervangers vele malen (Figuur 4, links). Zo'n tachtig procent van alle volumestunts is voor een dierlijk product (niet weergegeven in figuur). Hierbij is wel een duidelijk verschil te zien tussen vlees en zuivelproducten. Bij zuivel is bijna 87 procent van de volumeaanbiedingen voor een dierlijke variant, bij vlees is dat 67 procent (Figuur 4, rechts).

Ook bij de single stunts zijn de dierlijke aanbiedingen in de meerderheid. In de eerste drie kwartalen van 2023 was 88 procent van de single stunts voor een dierlijk product.

Dierlijk versus vervangers

kwartaal 1 t/m 3



Figuur 4: De cijfers gaan over de eerste drie kwartalen van de weergegeven jaren. Links: Aantallen (volume)stunts met dierlijke producten (vlees + zuivel) versus hun vervangers (vlees + zuivel). Rechts: Aandelen (volume)stunts van dierlijke producten versus hun vervangers, hier opgesplitst in vlees en zuivel.

Methode

Foldermonitor

Wakker Dier registreert de aanbiedingen voor vlees(waren), zuivel en hun vervangers uit de aanbiedingsfolders van twaalf supermarktketens. Van elke aanbieding wordt sindsdien een veelvoud aan gegevens bijgehouden, waaronder of het product wel of niet een onafhankelijk dierenwelzijnskeurmerk draagt en of de aanbieding geldt voor één verpakking of dat er meerdere verpakkingen gekocht moeten worden om korting te krijgen. De aanbiedingen worden genoteerd op SKU-niveau. Dit betekent dat een aanbieding die geldt voor twee verschillende smaakvarianten (bijvoorbeeld vanille- en chocoladevla) als twee aanbiedingen telt.

Supermarkten

De folders van de volgende twaalf supermarktketens worden in deze monitor gevolgd: Albert Heijn, Aldi, Coop, Dekamarkt, Dirk, Hoogvliet, Jumbo, Lidl, Picnic, Plus, Spar en Vomar.

Producten: vlees

In deze factsheet is er geen onderscheid gemaakt tussen vlees en vleeswaren (inclusief tapas). Waar wordt gesproken over 'vleesaanbiedingen' wordt dus bedoeld: de aanbiedingen voor vlees én vleeswaren. Voor de vleesvervangers geldt hetzelfde: zowel de vegetarische hamburgers als de vegetarische salamiplakjes worden meegeteld.

Producten: zuivel

Er wordt een veelvoud aan zuivelproducten meegenomen, zowel in dierlijke als plantaardige uitvoering. Denk aan bijvoorbeeld melk (inclusief houdbare melk), (drink)yoghurt, kwark, desserts (van mousse tot pap), (smeer)kaas, boter, (zure) room, baby/peutervoeding (bijvoorbeeld melkpoeder en baby-papjes) en tapas (zoals een mix van feta en zongedroogde tomaatjes of dadels gevuld met roomkaas). Deegwaren (zoals kaasbroodjes en -stengels) worden níet meegenomen.

Periode

In deze factsheet worden de gegevens van de eerste drie kwartalen van verschillende jaren met elkaar vergeleken. De aanbiedingen voor vlees(waren) en hun vervangers worden al langere tijd bijgehouden. Voor deze aanbiedingen kan terugkijken worden tot 2015. De aanbiedingen voor zuivel en zuivelvervangers worden sinds januari 2022 bijgehouden; voor deze aanbiedingen kan daarom minder ver teruggekeken worden.