

Factsheet prijsanalyse eiwitrijke producten

Bijlage bij het persbericht "Eiwitrijke producten 24 procent duurder"
Februari 2025

Prijsvergelijking

Wakker Dier analyseerde de verkoopprijzen van producten die bij supermarktketens Albert Heijn, Jumbo en Plus worden aangeprezen om hun eiwitten. En vond in totaal 803 producten die op de voorzijde van het product claims bevatten over 'eiwit' of 'proteïne'. In 264 gevallen kon de kiloprijs van een eiwitrijk product worden vergeleken met die van een vergelijkbaar product zonder eiwitaanduiding op de voorkant van de verpakking. Omdat de prijs van een product ook verschilt per merk en per winkelketen waar het wordt verkocht, zijn alleen producten vergeleken van hetzelfde merk en bij dezelfde supermarkt.

De kiloprijs van de producten met eiwitmarketing op de voorzijde van de verpakking bleek **gemiddeld 24 procent duurder** dan de producten zonder deze marketing.

Vooraf zuivel

De meeste eiwitrijke producten (45,2 procent) vallen in de categorie zuivel, met producten als toetjes, kaas en zuivel dranken (Tabel 1). De op een na grootste categorie (22,4 procent) bestaat uit snacks, waaronder chips, koekjes en snoeprepen.

Tabel 1. Het aandeel van productcategorieën in het aanbod van 'eiwitrijke' producten

| productcategorie | aandeel |
|-------------------------------|---------|
| zuivel | 45,2% |
| snacks | 22,4% |
| vis, vlees en vleesvervangers | 16,0% |
| ontbijt | 6,0% |
| eiwitpoeder | 4,4% |
| maaltijden | 3,3% |
| zuivelvervangers | 2,1% |
| overig | 0,6% |

Ongezonder

Om te onderzoeken in hoeverre 'eiwitrijke' supermarktproducten gezond zijn, heeft Wakker Dier met de 'Kies ik gezond'-app van het Voedingscentrum¹ gekeken welk aandeel van deze producten in de Schijf van Vijf staan. In totaal viel **65 procent** van de producten buiten de Schijf van Vijf, omdat ze weinig vezels of te veel suiker, zout of verzadigd vet bevatten. Het veelvuldig eten van producten buiten de Schijf van Vijf zorgt ervoor dat je veel van deze ongezonde voedingsstoffen binnenkrijgt.

Ook om andere redenen is overconsumptie ongezond: de meeste Nederlanders eten momenteel meer dierlijke, eiwitrijke producten dan goed voor hen is. Zo verhoogt de consumptie van veel bewerkt vlees de kans op kanker, diabetes en beroertes. Ook een overconsumptie van eiwit in

¹ <https://www.voedingscentrum.nl/nl/thema/apps-en-tools-voedingscentrum/kies-ik-gezond.aspx>

het algemeen is niet gezond: een overschot van eiwitten **slaat het lichaam op als vet**.^{2,3} Een eiwittekort is in Nederland zeldzaam.

Wie voldoende calorieën eet, krijgt via de voeding automatisch ook voldoende eiwitten binnen.⁴ Het consumeren van verrijkte eiwitproducten is daarom overbodig. Dit geldt ook voor mensen die regelmatig sporten. Het Voedingscentrum schrijft op zijn website: “De meeste mensen krijgen voldoende eiwit binnen. Het is voor de meeste mensen dan ook niet nodig om producten met extra eiwit te nemen. [...] Door de claim eiwitrijk of door proteïne in de naam te zetten lijkt een product misschien een gezonde keuze. Maar veel van deze producten staan niet in de Schijf van Vijf. Ze bevatten bijvoorbeeld toegevoegd suiker of chocolade.”⁵

Transitie naar plantaardig

Op dit moment is ongeveer 40 procent van de eiwitten die supermarkten verkopen plantaardig. Elf (online-)supermarkten hebben de doelstelling van Wakker Dier omarmd voor een ambitieuze eiwittransitie. Dit zijn Albert Heijn, Aldi, Crisp, Dirk, Ekoplaza, Jumbo, Lidl, Odin, Picnic, Plus en Spar. Zij gaan voor een verkoop van minimaal 50 procent plantaardige eiwitten in 2025 en minimaal 60 procent plantaardig in 2030. De overige supermarkten hebben een overheidsdoelstelling van 50 procent plantaardige eiwitten in 2030.

Om deze doelstellingen te kunnen halen, zullen supermarkten minder dierlijke eiwitten – zoals vlees, vis en zuivel – moeten verkopen. Gezien het grote aandeel van zuivelproducten in het ‘eiwitrijke’ schap, werken zij deze eiwittransitie echter juist tegen door met marketing de verkoop van eiwitrijke producten te stimuleren.

Eiwitmarketing

Vaak wordt de hoeveelheid eiwit in producten verhoogd door toevoeging van zuivel ingrediënten, in de vorm van ‘wei’ of ‘melkpoeder’, ook wel aangeduid als ‘melkeiwit’. Wei is een restproduct dat ontstaat bij de productie van kaas en heeft een marktwaarde van €0,88 per kilo.⁶ Magere melkpoeder is een restproduct van onder andere boter en heeft een marktwaarde van €2,55 per kilo. Een paar gram eiwitpoeder kost daarmee **minder dan 1 eurocent** en voor producenten en supermarkten is dit verwaarloosbaar voor de kostprijs. Toch verhogen zij de prijzen voor producten met eiwitmarketing gemiddeld met 24 procent.

Slopmelk

Wakker Dier wil dat slopmelk – koemelk zonder goed welzijnskeurmerk – verdwijnt uit de supermarkt. De organisatie vindt dat zuivel minimaal moet voldoen aan de eisen van één Beter Leven-ster van de Dierenbescherming of het keurmerk Nederlands biologisch (EKO). Het Beter Leven keurmerk stelt concrete eisen aan ruimte en comfort in de stal. Het Nederlandse biologisch keurmerk vereist onder andere dat de koeien veel in de wei komen.

Op dit moment draagt minder dan tien procent van de zuivel in de supermarkten een van deze keurmerken. Bij de onderzochte ‘eiwitrijke’ zuivelproducten ligt dit echter nog lager: **minder dan 1 procent** draagt het keurmerk biologisch of Beter Leven. De overige 99 procent van de zuivel betreft dus slopmelk.

2

<https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/eiwitten.aspx#:~:text=De%20rest%20woord%20gebruikt%20als%20energie%20of%20omgezet%20in%20glucose%20of%20opgeslagen%20als%20vet.>

³ <https://www.gezondheidsnet.nl/spieren-en-gewrichten/kun-je-ook-te-veel-eiwitten-binnenkrijgen>

⁴ <https://www.metronieuws.nl/lifestyle/fit-gezond/2024/11/eiwitten-proteine/>

⁵ <https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/gezonde-voeding-en-voedingsstoffen/heb-je-producten-met-extra-eiwit-nodig.aspx>

⁶ <https://www.zuivelnl.org/marktinformatie/zuivelnoteringen>