Cijfers tonen aan dat de plantaardige ‘eiwittransitie’ op zijn retour is

Posted on 22 januari 2026 by Calvin Schukkink

Het was een enorme campagne en een groot succes: de eiwittransitie, de beweging om onze eiwitten niet voornamelijk te halen uit vlees, maar uit vleesvervangers en plantaardig voedsel. In een paar jaar tijd groeide de plantaardige voedingsmarkt flink en zette zij druk op de dierlijke voedingssector. De meest recente cijfers laten zien dat die eiwittransitie toch niet zo houdbaar is als beleidsmakers en producenten hadden gehoopt.

Succesvol begin plantaardige markt

Vanaf 2010 begon de plantaardige vleesvervangersmarkt in Nederland aan populariteit te winnen. In dat jaar werd *De Vegetarische Slager* opgericht, de eerste grote speler die de trend van vleesvervangers in gang zette – althans, die succesvol inspeelde op de politieke trend om alles wat ‘vervuilend’ zou zijn uit te bannen. De Vegetarische Slager produceerde plantaardige producten die de smaak en structuur van vlees nabootsten. Deze producten kwamen al snel in de grote Nederlandse supermarkten terecht, en vanaf 2019 verkocht het bedrijf, dat het jaar ervoor werd

overgenomen door Unilever, zijn producten bij ruim vierduizend verkooppunten in 17 landen.

De groei van de plantaardige vleesvervangermarkt accelereerde vanaf 2019. In Europa ging dat gepaard met een pro-klimaatcampagne. Het thema 'eiwittransitie' dook op in media en politiek, en consumenten werden actief benaderd met informatie over de klimaatimpact van vlees, de gezondheidseffecten, dierenwelzijn en meer. Nederlanders kochten in 2019 voor zo'n €170 miljoen aan vleesvervangers – twee keer zoveel als in 2015. In 2023 bereikte de totale omzet van plantaardige voeding in Nederland een piek van €309 miljoen.

Naast grote ondernemingen die vleesvervangers produceerden, zoals Vivera, de Vegetarische Slager (die in 2025 is overgenomen door Vivera) en Schouten Europe, experimenteerden Nederlandse supermarkten zelf met plantaardige of 'hybride' producten om de dierlijke producten langzaamaan uit te faseren. Het doel van minstens vijftig procent plantaardige eiwitconsumptie in 2030 leek een gelopen race.

Succes plantaardig toch niet zo duurzaam als verwacht

Na een flinke tijd in de lift te hebben gezeten, laten nieuwe cijfers zien dat de verkoop van vrijwel al het plantaardige voedsel in Nederland pijnlijk is gedaald. Dat wordt het meest zichtbaar in een rapport van het *Good Food Institue (GFI) Europe*, dat in juni 2025 een onderzoek publiceerde naar de plantaardige voedselmarkt in Nederland tussen 2022-2024. De totale jaarlijkse verkoopwaarde van plantaardige voedingsmiddelen in vijf categorieën (plantaardig vlees, melk en andere dranken, yoghurt en room) daalde tussen 2022 en 2024 met 4,8 procent. Het totaal aantal jaarlijks verkochte eenheden, wederom in alle vijf de categorieën samen, daalde in twee jaar tijd met 9,3 procent.

Plantaardig vlees minder in trek

Met name het plantaardig vlees wordt flink minder aangeschaft: waar in 2022 een totale omzet van ruim €149 miljoen werd behaald, is dat in 2024 nog maar €135 miljoen. Een omzetverlies van €14 miljoen in twee jaar tijd. Men consumeert een stuk minder plantaardig vlees dan de jaren ervoor.

Aan de prijsstijgingen kan dat niet liggen: de gemiddelde prijs van plantaardig vlees is tussen 2022 en 2023 iets gestegen, maar weer gedaald tussen 2023 en 2024. Maar de verkoop is sterker gedaald dan de prijs. De onderzoekers concluderen zelf ook dat de daling van de verkoop van plantaardige vleesvervangers meer oorzaken heeft dan alleen de prijs. Zo zegt auteur Helen Breewood: 'However, price is not the only factor. As demand for plant-based meat is dropping despite it becoming more affordable relative to animal-based meat.'

Dierlijk doet het beter

Ook plantaardige melk en andere dranken, kaas, yoghurt en room deden het aanzienlijk minder goed in 2024 dan in 2022 en 2023. In diezelfde tijd leden dierlijke producten, mede vanwege inflatie, ook omzetverlies, maar veel minder dan de plantaardige producten. Het GFI schrijft: 'Among four categories for which sales volume data was available, the animal-based equivalent outperformed the plant-based products for meat, milk and drinks, and cream between 2023 and 2024.'

Dat de consumptie van dierlijke producten, en in het bijzonder vlees in dezelfde tijd vrijwel stabiel is gebleven, is des te opmerkelijker. Juist de prijs van rundvlees is de afgelopen jaren namelijk flink gestegen. Dat heeft verschillende oorzaken, maar de meest recente factor is de afschaffing van het verlaagde btw-tarief op agrarische producten en diensten, waardoor boeren meer moeten betalen voor vee (rundvee, schapen, geiten, varkens en ook paarden) en goederen als peulvruchten en granen. Desondanks is de daling van de verkoop en consumptie van vleesvervangers sterker en duidelijker dan de daling in vleesconsumptie.

De toekomst ziet er niet rooskleurig uit voor de plantaardige (eiwit)transitie. De grote internationale producent van plantaardig vlees Beyond Meat, dat ook plantaardige producten levert in Nederland, meldde dat hun omzet in de eerste 9 maanden van 2025 sterk is gedaald – het bedrijf boekte in het derde kwartaal van 2025 een nettoverlies van $110 miljoen. Daarnaast is hun aandelenkoers dramatisch ingestort: waar een aandeel in 2019 nog $240 waard was, is dat nu ongeveer $1. Een verlies van meer dan 99% van de beurswaarde.

Food Navigator Europe schreef in juli 2025 dat de plantaardige sector 'geen gemakkelijke rit' heeft gehad in de laatste jaren. 'Na de astronomische opkomst van alternatief vlees en zuivel, hebben beide categorieën een flinke klap gekregen. We zien dalende verkoopcijfers, een gebrek aan investeringen, een stigma op ultra

bewerkt eten en faillissementen bij een aantal bedrijven.'

Puur plantaardig verdwijnt uit horeca

In de Nederlandse horeca is de plantaardige trend eveneens op zijn retour. Het aantal puur vegetarische en veganrestaurants neemt af, zo blijkt uit cijfers van de Kamer van Koophandel en het vegetarisch platform Happy Cow. Het aantal restaurants dat in de bedrijfsomschrijving 'vegetarisch' of 'vegan' heeft staan, is afgenomen van ruim 120 in 2022 naar ca. 100 in 2025. Daarnaast gaan restaurants die voorheen volledig vegetarisch of veganistisch waren over tot het (beperkt) aanbieden van vlees en vis. Een voorbeeld is restaurantketen Vegitalian, dat naar eigen zeggen merkte dat 'uitsluitend vegetarisch serveren niet meer werkte'. Tegelijkertijd serveren veel 'gewone' restaurants meer veganistische of vegetarische opties, wat mede bijdraagt aan het verlies van de puur plantaardige restaurants.

Eiwittransitie lijkt op macrobiotiek

De trend van volledig plantaardig lijkt qua verloop steeds meer op die van de macrobiotiek: een voedings- en gezondheidsleer die in de 19de eeuw is ontwikkeld door de Duitsers Christoph Wilhelm Hufeland en Theodor Hahn, maar pas doorbrak in de hippietijd van de jaren '60 en '70. De leer van de macrobiotiek is gebaseerd op de 'wetten van de natuur', de wetten vanyin en yang, en was hoofdzakelijk veganistisch. Het beste dieet zou volgens de macrobiotiek zijn: 50-60% granen, 20-25% groenten, 12% peulvruchten, 6% soep en 7% andere producten.

Hoewel macrobiotisch eten nooit écht mainstream was, had het een tijd van sterke groei. De macrobiotiek verloor vanaf 1985 aan populariteit, mede omdat het moeilijk vol te houden was en de gezondheidsclaims ervan niet werden bevestigd door medisch onderzoek. Daarnaast was het dieet niet bepaald gezond. Net als het veganistische dieet van tegenwoordig mist het macrobiotische dieet vitamine B12, en bevat het te weinig eiwitten, omega-3, vitamine B2, vitamine D, calcium, zink, ijzer en jodium.

Geen levensstijl, maar korte trend

Het idee van (volledig) plantaardig eten kon wortel schieten omdat het kon meeliften op de agenda van klimaatneutraliteit; van *net zero*, zoals dat wordt genoemd. Het idee was helder: in Nederland moest minstens de helft van de genuttigde eiwitten plantaardig zijn. Supermarkten, bedrijven en horecaondernemingen grepen deze politieke wens aan om de Nederlandse consument over te halen tot nieuwe manieren van eten, en het was zeker populair. De meest recente cijfers laten echter zien dat volledig plantaardig voedsel geen duurzame levensstijl is voor de consument. Het is niet meer dan een trend gebleken. Een trend die op zijn retour is.

Wynia's Week *brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week,* ***156 keer per jaar****, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze donateurs maken dat mogelijk. Doet u (weer) mee? Hartelijk dank!*