

Waarom stijgen voedselprijzen? Prijsvorming en de supermarkt

Voedselprijzen zijn grofweg opgebouwd uit de inkoopprijs, de operationele kosten van de supermarkt en de uiteindelijke marges en fiscale maatregelen. Binnen deze onderdelen is er sprake van kostenstijgingen door marktomstandigheden en door beleidskeuzes zoals verduurzaming en belastingen. Supermarkten willen stijgingen van de kosten zo min mogelijk doorberekenen aan de consument. De politiek kan hierin ondersteunen door beleidskeuzes en belastingmaatregelen te toetsen op koopkrachteffecten en door handelsbarrières binnen de interne markt actief tegen te gaan.

Supermarkten voelen de grote verantwoordelijkheid om boodschappen betaalbaar te houden voor iedereen. We begrijpen heel goed dat consumenten de stijgende voedselprijzen direct in hun portemonnee voelen en dat dit kan leiden tot zorgen en onzekerheid, zeker bij huishoudens met lagere of middeninkomens. Daarom zet de branche zich elke dag in om kosten te besparen en prijsverhogingen zoveel mogelijk te beperken, zodat boodschappen betaalbaar blijven voor iedereen.

Hoewel consumenten de effecten van hogere voedselprijzen ervaren, blijkt uit macro-economische analyses dat voedselprijzen slechts een deel vormen van het totale inflatiebeeld. In de [Kamerbrief](#) over inflatie werd benadrukt dat vooral de diensteninflatie, zowel inclusief als exclusief huisvestingskosten, een aanzienlijke rol speelt. Ook indirecte belastingen, zoals accijnzen op tabak, en de energiekosten dragen hier stevig aan bij. De brief stelde dat de ontwikkeling van voedselprijzen, exclusief belastingen, juist een bescheiden effect had op het inflatieverschil. Het [Centraal Planbureau](#) concludeerde in 2024 dat de invloed van voedselprijzen op de inflatie in 2023 zelfs negatief was. In de jaren daarvoor (2021 en 2022) was de bijdrage nog licht positief, maar statistisch gezien verwaarloosbaar. Ook [ING](#) stelde dit jaar vast dat voedselprijzen allang niet meer de motor zijn achter de hoge inflatie. Hoewel voedselprijzen onderdeel uitmaken van het bredere inflatiebeeld, is hun impact tegenwoordig dus beperkt.

Inkoopprijs gestegen door marktomstandigheden en territoriale leveringsbeperkingen

De inkoopprijs van levensmiddelen hangt af van eerdere schakels in de voedselketen. Grondstoffen prijzen, energieprijzen en productie-, loon- en transportkosten beïnvloeden de prijs, net als inflatie. Marktomstandigheden, waaronder klimaat en geopolitiek, spelen eveneens een rol: misoogsten en conflicten zoals de oorlog in Oekraïne dreeven de prijzen op van onder meer tarwe, koffie en zonnebloemolie. Ook aanbodproblemen bij primaire producenten beïnvloeden de prijs. Zo leidt een wereldwijde afname van rundvleesproductie tot hogere prijzen.

Als branche zetten we ons in voor verduurzaming door duurzaamheidsinitiatieven in de keten, zoals langetermijncontracten met boeren en de invoering van de Beter Leven 1 Ster-kip en -varken. Deze stappen dragen bij aan een duurzamere toekomst, al brengen ze ook extra kosten met zich mee. Diverse kosten die de supermarkten niet één-op-één aan consumenten doorberekenen. Maar deels doorberekenen is onvermijdelijk, aangezien supermarkten niet alle kosten zelf kunnen opvangen.

De Tweede Kamer heeft de regering verzocht om op te treden tegen territoriale leveringsbeperkingen (TLB's). Een positieve ontwikkeling. Nederlandse supermarkten betalen meer voor A-merkproducten door TLB's, die verhinderen om goedkopere producten uit het buitenland in te kopen. Supermarkten pleiten daarom voor een Europees verbod op TLB's. Digitale oplossingen, zoals QR-codes op etiketten, helpen deels, maar alleen een breed verbod kan de markt echt openbreken en voedsel betaalbaarder maken.



Operationele kosten gestegen

Naast inkoopkosten bepalen ook operationele uitgaven zoals energie, personeel en huren de voedselprijzen. Deze kosten zijn de afgelopen jaren flink gestegen en hebben de inflatie aangewakkerd. Ook hogere energieprijzen en duurdere winkelpanden wegen zwaar mee in de bedrijfskosten van supermarkten. Loonkosten vormen daarnaast een belangrijke factor. Door verhogingen van het minimumloon, inclusief de invoering van het minimumuurloon, stegen de loonkosten voor supermarkten aanzienlijk. Volgens de [Kamerbrief](#) stijgen lonen in Nederland sneller dan in andere eurolanden, wat bijdraagt aan de inflatie.

Competitief supermarktlandschap en fiscale maatregelen

Supermarkten werken met marges van gemiddeld 2 à 3 procent. Door deze lage marges voelen consumenten prijsstijgingen direct, maar profiteren zij ook van eventuele kostenverlagingen. Hoewel supermarkten voortdurend investeren in efficiëntie en kostenbesparing, hebben ze beperkte invloed op prijsontwikkelingen. Veel kosten, zoals stijgende inkooprijzen, energie- en loonkosten en belastingen, liggen buiten hun controle. Ook fiscale maatregelen hebben invloed op de prijzen. Denk aan milieueffingen (waaronder de aangekondigde plasticheffing in het regeerakkoord), het statiegeld, en natuurlijk de btw en accijnzen op levensmiddelen. Ook verschillen deze tarieven van die in onze buurlanden.

Wat kunnen de supermarkt en de politiek doen?

De stijgende voedselprijzen zijn dus het resultaat van een complexe mix van factoren: inflatie, marktontwikkelingen, duurzaamheidsmaatregelen en overheidsbeleid. Hoewel supermarkten de verkoopprijs bepalen, hebben zij weinig invloed op veel van de onderliggende kostenstijgingen zoals duurdere grondstoffen, energie, lonen en belastingen. De supermarkt- en foodservicebranche adviseert daarom:

Toets beleidskeuzes structureel op hun effect op de koopkracht van de consument

Voedselprijzen raken consumenten direct. Beleidsmaatregelen op het gebied van belastingen, arbeidsmarkt, duurzaamheid en handel hebben vaak onbedoelde prijsverhogende effecten. Toets daarom bij iedere beleidskeuze structureel het effect op de voedselprijs en de koopkracht van huishoudens, in het bijzonder bij lage- en middeninkomens. Maak deze toets onderdeel van de reguliere beleidsvoorbereiding en impactanalyses, vergelijkbaar met milieutoetsen of regeldrukmetingen. Zo wordt voorkomen dat stapeling van maatregelen boodschappen doen onnodig duur maakt. Een toets draagt bij aan betaalbaarheid, vertrouwen in beleid én een evenwichtige verduurzaming van de voedselketen.

Supermarkten beseffen hoe belangrijk betaalbare boodschappen zijn voor consumenten. Daarom streeft de branche er voortdurend naar om prijsverhogingen te beperken. Dit is een logisch gevolg van de marktordening van het supermarktlandschap, waar supermarkten elke dag concurreren om de gunst van dezelfde klanten. Dat leidt ertoe dat supermarkten onder meer zoveel mogelijk investeren in efficiëntie en inkoop in andere EU-landen om kosten te besparen waar mogelijk.