

## PERSBERICHT

# FSIN FOODMARKT OUTLOOK 2027: DE PRIJSBEWUSTE CONSUMENT ZET FOODSERVICE EN FOODRETAIL ONDER DRUK

Horaplantsoen 20  
6717 LT Ede  
Postbus 615, 6710 BP Ede  
Nederland

Telefoon +31 (0)88 730 48 00  
info@fsin.nl • www.fsin.nl

Ede, 8 oktober 2026 - De Nederlandse foodmarkt groeit in 2026 met 2,8% naar een totaalomzet van €81,4 miljard. Die omzetgroei vertelt echter maar een deel van het verhaal, want eronder schuilt een dramatisch verschil in volume. Dat is te lezen in de FSIN FoodMarkt Outlook 2027. In deze publicatie zet het FoodService Instituut Nederland de marktcijfers van 2026 op een rij en geeft het kennisinstituut een outlook voor 2027.

Van de 2,8% totale omzetgroei in 2026 komt 2,2% door prijsstijgingen en 0,6% door volumestijging. De omzet in Foodservice groeit dit jaar met 2,6%, in Foodretail is dat 2,9%. Minder rooskleurig zijn de volume cijfers eronder; Foodretail registreert nog een plus van 1,4%, terwijl Foodservice een volumedaling van 1,4% noteert.

Voor volgend jaar voorziet het FSIN een aanhoudend moeizame markt met een marginale volumegroei in Foodretail en blijvende volumedruk in Foodservice. Een verwachte omzetgroei van 3,6% in 2027 wordt primair gedreven door hogere consumentenprijzen. Het FSIN voorspelt een prijsontwikkeling van 3,5% in alle kanalen en zelfs 4,5% in Foodservice. Die percentages zijn substantieel hoger dan de verwachte inflatie van 2,7% in de Miljoenennota 2027.

### ETEN EN DRINKEN IN FOODSERVICE SINDS 2019 RELATIEF DUURDER DAN IN FOODRETAIL



Eten en drinken is sinds 2019 op totaalniveau circa 36% duurder geworden. De prijsafstand tussen Foodservice en Foodretail is de laatste jaren in relatieve zin toegenomen met een gemiddelde prijsstijging in Foodservice van ruim 40% en in Foodretail van bijna 35%. In het geval de foodinflatie langjarig 2% zou zijn geweest, dan zou eten en drinken in 2026 circa 15% duurder zijn geweest ten opzichte van 2019. In indexcijfers, 2019 = 100  
Bron CBS.

'Hoewel de seinen voor consumptiegroei op de lange termijn op groen staan, wacht ons een uitdagende markt in 2027', vertelt FSIN-directeur Patrick Bramer naar aanleiding van de bevindingen van het kennisinstituut. 'De belangrijkste verklaring daarvoor ligt bij de consument; die is niet afgehaakt, maar door prijsstijgingen en internationale onzekerheid wel kritischer geworden. In

*Foodretail zoekt hij naar goedkopere producten, aanbiedingen en voordeligere formules. In Foodservice is de afweging fundamenteeler: Ga ik eigenlijk wel? En als ik ga, is het bezoek me het geld wel waard?’*

*‘Onze FSIN FoodPulse van juli 2026 liet zien dat vooral de bezoekfrequentie buitenshuis daalt, maar dat de consument per bezoek wel meer uitgeeft. Het impulsbezoek staat weliswaar onder druk, maar het geplande genietmoment blijft overeind. De prijs-waardeperceptie van de consument is daarmee momenteel een van de belangrijkste vraagstukken voor Foodservice.’*

*‘2027 wordt een jaar waarin inspelen op gemak, kwaliteit, genieten en ontzorging nog belangrijker wordt om de consument te verleiden. Het horecabezoek moet het waard zijn, wat de markt competitiever maakt. Maar juist daarin liggen ook kansen’, is Bramer positief. ‘Ook in een markt die nauwelijks groeit, kunnen individuele bedrijven en marktsegmenten die in de smaak vallen bij de consument wél groeien. Dat vraagt wel om scherpere keuzes. Waarom kiest de consument voor een product, formule of locatie en niet voor een ander? Value for money betekent daarbij niet noodzakelijk goedkoop. Het gaat om relevante producten, onderscheidende concepten, echte gastvrijheid, gemak en ervaringen waarvoor de consument bereid is te betalen.’*

Het FSIN heeft de FoodMarkt Outlook 2027 samengesteld voor leden van het kennisinstituut. In de publicatie staan niet alleen de cijfers voor 2026 en 2027, ook worden veranderingen in de samenleving, factoren die van invloed zijn op consumentengedrag en uitvoerige kanaal- en segmentanalyses geschetst.

Deze publicatie maakt deel uit van het kennisaanbod van het FSIN. Voor FSIN-leden is de publicatie inbegrepen in het lidmaatschap. De FSIN FoodMarkt Outlook 2027 is ook afzonderlijk verkrijgbaar voor organisaties en professionals die (nog) geen lid zijn van het FSIN; voor €1.895 per exemplaar.

**- einde persbericht -**

## OVER HET FSIN

Het FoodService Instituut Nederland (FSIN) is hét onafhankelijke kennisinstituut voor de Nederlandse foodservicemarkt. Sinds 2003 onderzoekt en duidt het FSIN trends, consumentengedrag en marktontwikkelingen binnen de brede foodmarkt en vertaalt deze naar analyses, inzichten en toekomstvisies.

Het FSIN is een vereniging met bijna 250 aangesloten bedrijven, waaronder horecabedrijven, cateraars, retailers, grossiers, fabrikanten en andere organisaties uit de foodketen. Het FSIN-bestuur bestaat uit vertegenwoordigers van de leden.

Via [www.fsin.nl/kennisaanbod](http://www.fsin.nl/kennisaanbod) zijn FSIN-publicaties te bestellen. Hier staat ook een actueel overzicht van andere FSIN-publicaties en ons bredere kennisaanbod, waaronder onderzoek, evenementen, presentaties en maatwerk voor organisaties in de foodsector. De eerstvolgende uitgave van het FSIN is de FSIN FoodPulse voor Q3 2026, die eind oktober verschijnt.

### Noot voor de redactie

Voor een toelichting en/of een pdf van de FSIN FoodMarkt Outlook 2027 ter inzage (niet voor integrale publicatie) kunt u contact opnemen met:

Patrick Bramer  
Algemeen directeur FSIN  
06 51 26 17 69  
[patrick@thefoodresearchcompany.com](mailto:patrick@thefoodresearchcompany.com)