

# Marktonderzoek: Online Koken & Recepten Platforms

**Datum:** 26 maart 2026

**Opgesteld voor:** goedkoopkoken.nl

**Status:** Strategisch document — vertrouwelijk

---

## Executive Summary

De online recepten- en kookmarkt is een van de meest competitieve niches in contentmarketing. Wereldwijd domineren een handvol grote mediabedrijven (Dotdash Meredith, Condé Nast, Hearst, BuzzFeed/Tasty, BBC) de markt via platforms met tientallen miljoenen maandelijkse bezoekers. In Nederland spelen supermarktketens (AH, Jumbo) een unieke dominante rol door hun recepten direct te koppelen aan boodschappendiensten — een integratie die internationaal platforms niet of nauwelijks bieden.

**Kernbevindingen:** - De markt is gesegmenteerd in: community-driven (Allrecipes, Food.com, Smulweb), editorial/premium (Epicurious, Serious Eats), entertainment/viral (Tasty, Delish), TV-gebaseerd (Food Network, Njam.tv) en supermarkt-gedreven (AH Allerhande, Jumbo). - **Grootste witte vlek:** Geen enkel platform heeft budget/kosten als primair onderscheidend kenmerk. Goedkoop koken zit verstopt in filters, niet als kernidentiteit. - **Nederlandse markt:** Sterk gedomineerd door AH en Jumbo. Onafhankelijke spelers (LeukeRecepten, Smulweb) verliezen terrein aan de supermarktgianten. - **AI en personalisatie** beginnen hun intrede te maken (LeukeRecepten met “Pepper” AI-assistent), maar zijn nog niet volwassen. - **Kansen voor goedkoopkoken.nl:** Prijstransparantie per portie, seizoensgebonden goedkoop koken, anti-verspilling, budgetmaaltijdplanning en directe koppeling met supermarktaanbiedingen zijn vrijwel onbezet terrein.

---

## Deel 1: Internationale Platforms

---

### 1. Allrecipes.com

**Profiel:** 's Werelds grootste receptensite, opgericht 1997, eigenaar: Dotdash Meredith (People Inc.)

#### Tone of Voice

- **Informeel en inclusief** — gericht op de gemiddelde thuiskok
- Warme, communitygerichte toon: “gemaakt door echte mensen, voor echte mensen”
- Weinig culinaire jargon; toegankelijk voor beginners
- Doelgroep: brede massa, 25-55 jaar, thuiskokers in Amerika

#### Paginastructuur

- Homepage: seizoensgebonden featured recepten, trending content, populaire categorieën
- Navigatie: receptcategorieën op ingrediënt, kookwijze, gelegenheid, dieet
- Receptpagina: foto (community-uploaded), ingrediëntenlijst, stap-voor-stap, community reviews (sterren + tekst), video's, voedingswaarden
- Sterke zoekfunctie met filters op ingrediënt include/exclude

## USP's

- **Grootste community ter wereld** — miljoenen user-submitted recepten
- Reviews en foto's van andere gebruikers (sociaal bewijs)
- Inclusief/excludeer specifieke ingrediënten in zoekfunctie
- Schaal: oplossingen voor elke situatie beschikbaar

## Monetisatie

- Display advertenties (heavy ads)
- Affiliate links (kookgerei, ingrediënten via Amazon)
- E-mail marketing / nieuwsbrief
- Geen premium-laag; alles gratis toegankelijk
- Native advertising / gesponsorde recepten

## Features

- Account met receptenopslag
- Boodschappenlijst (basis)
- Community reviews en ratings
- "Dinner Spinner" (was mobile app, nu niet meer ondersteund)
- Voedingswaarden per recept
- Video's bij recepten

## SEO-aanpak

- URLs: `allrecipes.com/recipe/[id]/[naam]` — clean, keyword-rich
- Enorme long-tail SEO-kracht door volume (miljoenen recepten)
- Structured data / schema markup voor recepten (Google Rich Results)
- Hoge E-A-T door gebruikersreviews en volume

## Sterke punten

- Ongeëvenaarde schaal en community
- Sociale validatie via reviews/ratings
- SEO-machine door volume
- Gratis toegankelijk

## Zwakke punten

- Kwaliteit wisselvallig (user-generated)
  - Zware ad-load verslechtert gebruikerservaring
  - Geen prijsinformatie of kostenperportie
  - Internationale domeinen gesloten in 2018 (ook NL)
  - App niet meer ondersteund (2023)
- 

## 2. Food.com

**Profiel:** Community receptenplatform, origineel "Recipezaar", nu eigendom van Nexstar Media Group

## Tone of Voice

- **Informeel en sociaal** — sterk community-gevoel
- "Gemaakt door thuishokks, voor thuishokks"
- Conversationeel; comments en tips van gebruikers prominent

- Doelgroep: actieve thuis-koks die willen delen en ontdekken

### **Paginastructuur**

- Homepage: community activity feed, recent reviews, curated collections
- Activity-stroom zichtbaar op homepage (community posts)
- Receptpagina: foto's, ingrediënten, stap-voor-stap, cooking tips van auteur, reviews
- Collecties/bundels: "32 Best Mac & Cheese Recipes"

### **USP's**

- **Sterk sociaal karakter** — replies en community-interactie bij recepten
- Persoonlijke kookprofielen voor gebruikers
- Brede collecties en thema-bundels
- Lang bestaand platform met historische recepten

### **Monetisatie**

- Display advertenties
- Affiliate marketing
- Gesponsorde content
- Geen premium tier

### **Features**

- Gebruikersprofielen
- Receptopslag en collecties
- Community reviews en comments
- Activity feed (social)

### **SEO-aanpak**

- URL: `food.com/recipe/[naam]-[id]`
- Lange tail door enorm receptvolume
- Community-content verhoogt pagina-diepte

### **Sterke punten**

- Authentiek community-gevoel
- Recepten met persoonlijke backstory van auteur
- Actieve reviews en comments

### **Zwakke punten**

- Verouderd design
- Geen budgetfilter of prijsinfo
- Minder traffic dan Allrecipes
- Kwaliteitscontrole ontbreekt
- Advertentielast hoog

---

## **3. Epicurious.com**

**Profiel:** Premium food platform van Condé Nast (eigenaar Bon Appétit magazine), opgericht 1995

## Tone of Voice

- **Aspirationeel en editorial** — “voedsel voor nieuwsgierige koks”
- Toon is warm maar geleerd; schrijfstijl doet denken aan kwaliteitsjournalistiek
- Doelgroep: gepassioneerde thuishokks, 30-50 jaar, hogere inkomens
- Sfeer: je voelt je onderdeel van een culinary club

## Paginastructuur

- Homepage: editorial top stories, “Latest Recipes”, thema-collecties, “Expert Advice” sectie
- Navigatie: Recipes, Ingredients, Occasions, Kitchen Gear, Techniques
- Duidelijke scheiding tussen redactioneel artikel-content en recepten
- Recepten met “save recipe” functie prominent

## USP's

- **Redactionele kwaliteit** — recepten getest en geschreven door professionals
- Verbinding met Bon Appétit (dubbel bereik)
- Expert advice en diepgaande technieken
- App met “most-saved” recepten tracking

## Monetisatie

- Advertenties (display + native)
- Affiliate: “Kitchen Gear” sectie → Amazon/kookwinkel links
- E-commerce productaanbevelingen
- Condé Nast ecosysteem (cross-sell magazines)

## Features

- “Save recipe” per gebruiker
- Receptfilters op dieet, seizoen, gelegenheid
- Epicurious app (actief)
- Seasonal/ingredient-based collecties
- Kookadvies en technieken-sectie
- Wine pairing

## SEO-aanpak

- URLs: [epicurious.com/recipes/food/views/\[naam\]](http://epicurious.com/recipes/food/views/[naam])
- Sterke domain authority door Condé Nast
- Seasonal en event-based content clusters
- “Most-saved” content als SEO-signaal
- Rijke structured data

## Sterke punten

- Hoge kwaliteit en editorial geloofwaardigheid
- Mooie UX en design
- Ingrediënt-gebaseerde ontdekking
- Sterke Condé Nast backlink autoriteit

## Zwakke punten

- Geen prijsinformatie
- Recepten soms te complex voor beginners
- Engelstalig (geen NL markt)

- Premium aspiratieel — niet bereikbaar voor budgetkokkers
  - Weinig community-interactie
- 

#### 4. Tasty.co

**Profiel:** BuzzFeed's food brand, opgericht 2015, video-first platform

##### Tone of Voice

- **Jeugdig, energiek en viraal** — “Oh my God, this is so good!”
- Hyperbool en clickbait-stijl titels (“You NEED to try this”)
- Doelgroep: 18-35 jaar, social media actieve gebruikers
- Sfeer: TikTok/Instagram-gevoel in webformaat

##### Paginastructuur

- Homepage: visueel, video-gedreven feed
- “Guides” als primaire content-eenheid (niet alleen recepten)
- Community submit-a-recipe mogelijkheid
- Sterk gericht op trending/viral content
- Hybride tussen redactioneel en social media

##### USP's

- **Video-first:** overhead-shot “hands in pans” format is iconisch geworden
- Virale content machine — recepten ontworpen om gedeeld te worden
- Community recipe submission
- Diepe integratie met social media (Pinterest, Instagram, TikTok)

##### Monetisatie

- Advertenties (heavy native advertising)
- Sponsored content / branded recipes
- Tasty app (iOS/Android) — eventueel in-app aankopen
- Merchandise en kookboeken
- Tasty One Top (slimme kookplaat — affiliate)

##### Features

- Video bij elk recept (overhead format)
- Tasty app met stap-voor-stap videos
- Community recipe submission
- Guides/artikels naast pure recepten
- Dietary filters

##### SEO-aanpak

- URLs: `tasty.co/recipe/[naam]`
- Viral-first content strategie (social traffic > SEO traffic)
- Guides als long-form SEO content
- YouTube kanaal met honderden miljoenen views

## Sterke punten

- Extreem engaging video content
- Viraal deelbaar formaat
- Sterk merk (BuzzFeed herkenbaarheid)
- Mobiel geoptimaliseerd

## Zwakke punten

- Weinig diepgang in recepten
  - Kwaliteit recepten soms twijfelachtig (gericht op indruk, niet uitvoerbaarheid)
  - BuzzFeed financiële problemen beïnvloeden platform
  - Geen budgetfocus
  - Zware advertentielast
- 

## 5. BBC Good Food (bbcgoodfood.com)

**Profiel:** Digitale tak van BBC Good Food magazine, onderdeel van Immediate Media

### Tone of Voice

- **Vriendelijk en betrouwbaar** — Brits gevoel van “doe maar gewoon”
- Warme, toegankelijke toon; niet te chic, niet te simpel
- Doelgroep: Britse thuishouders, breed publiek 25-60 jaar
- Sfeer: als je moeder/buurvrouw die goed kan koken

### Paginastructuur

- Homepage: trending recepten, seasonal content, video's, podcast
- Categorisering op gelegenheid, keuken, dieet, kooktijd
- Sterk visueel met grote foto's
- Podcast als extra contentlaag
- reCAPTCHA-bescherming op site (bot-blokkering actief)

### USP's

- **BBC-autoriteit** — consument vertrouwt de BBC-brand
- Recepten getest in BBC Good Food testkeukens
- Breed: van doordeweeks tot feestdagen
- Good Food Show (live evenementen) als brand extensie

### Monetisatie

- Advertenties
- Good Food magazine subscriptie (print + digitaal)
- Good Food Show tickets
- Affiliate kookgerei links
- Premium recepten/content achter login

### Features

- Account met opgeslagen recepten
- Video recepten
- Good Food Podcast
- Maaltijdplanner (premium)
- Voedingswaarden

- Kooktijdfilters

### SEO-aanpak

- URLs: [bbcgoodfood.com/recipes/\[naam\]](http://bbcgoodfood.com/recipes/[naam])
- Sterke domain authority (BBC-domein)
- Seasonal content clusters
- How-to guides naast recepten

### Sterke punten

- Extreem betrouwbaar merk
- Redactioneel getest
- Breed aanbod voor alle niveaus
- Print+digital ecosysteem

### Zwakke punten

- Geen NL-versie
  - Premium content achter betaalmuur
  - Heavy bot protection maakt toegang soms lastig
  - Weinig community/UGC
- 

## 6. Serious Eats ([seriouseats.com](http://seriouseats.com))

**Profiel:** Food science blog opgericht door Ed Levine (2006), nu eigendom van Dotdash Meredith

### Tone of Voice

- **Intellectueel en wetenschappelijk** — “waarom werkt dit recept”
- Toon: gepassioneerd, doordacht, soms uitgebreid tot in detail
- Doelgroep: serieuze thuiskeoks, food geeks, 28-50 jaar
- Sfeer: eten als wetenschap én kunst

### Paginastructuur

- Lange artikelen met wetenschappelijke onderbouwing
- “The Food Lab” column als merkidentiteit
- Equipment reviews als aparte sectie
- Recepten zijn vaak uitgebreid met “why it works” sectie

### USP's

- **Wetenschappelijke aanpak** — de enige grote site die uitlegt *waarom* een recept werkt
- J. Kenji López-Alt (James Beard Award winnaar) als hoofdauteur
- Equipment reviews (affiliate) als extra waarde
- Diepgaande, lange artikelen die elders niet bestaan

### Monetisatie

- Advertenties
- Affiliate links (kookgerei via Amazon — zeer sterk)
- Dotdash Meredith ecosysteem
- Boekverkoop (The Food Lab)

## Features

- “Why it works” uitleg bij recepten
- Equipment reviews
- Technique guides
- Recept opslaan (account)
- Voedingswaarden

## SEO-aanpak

- URLs: [seriouseats.com/\[receptnaam\]](http://seriouseats.com/[receptnaam])
- Long-form content geeft sterke SEO-signalen
- Autoriteitslinks door citaties in pers en andere foodblogs
- Equipment review queries zijn lucratief voor affiliate

## Sterke punten

- Unieke wetenschappelijke aanpak
- Erg hoge kwaliteit content
- Sterk voor SEO-longtail (waarom/hoe vragen)
- Loyal, engaged doelgroep

## Zwakke punten

- Niet voor beginners (te complex/diepgaand)
  - Geen community features
  - Geen budgetfocus
  - Engelstalig alleen
  - Bot-blokkering op directe scraping
- 

## 7. The Kitchn ([thekitchn.com](http://thekitchn.com))

**Profiel:** Part of Apartment Therapy Media, food lifestyle blog met sterke how-to focus

### Tone of Voice

- **Warm, lifestyle-gericht** — “jouw keuken als thuis”
- Vriendelijk, helpend, niet neerbuigend
- Doelgroep: 25-45 jaar, stadsbewoners, thuiskokers die willen leren
- Sfeer: beste vriendin die goed kan koken en je echt wil helpen

### Paginastructuur

- Mix van recepten, kookadvies, keukentips en equipment
- Sterke “how to” en “what is” content
- Skill builders als content cluster
- Producttests en keukenorganisatie content naast recepten

### USP's

- **Kookonderwijs** — sterker dan puur receptenplatform
- Skill builders: gestructureerd leren koken
- Keukeninrichting en organisatietips
- Appartement Therapy crossover (lifestyle)

## Monetisatie

- Advertenties
- Affiliate links (keukenapparatuur, kookgerei)
- Gesponsorde content
- Apartment Therapy ecosystem

## Features

- Skill builders / kooklessen
- Equipment gidsen
- How-to video's
- Recept collecties
- Account met opgeslagen recepten

## SEO-aanpak

- URLs: `thekitchn.com/[categorie]/[naam]`
- Sterke how-to keyword strategie
- "What is X" en "How to cook X" als primaire zoekintentie
- Lange informatieve artikelen met hoge dwell time

## Sterke punten

- Educatieve insteek onderscheidt van pure receptsites
- Breed lifestyle ecosysteem
- Goede mix van recepten en kennis

## Zwakke punten

- Geen Nederlandstalige versie
  - Geen budgetfocus
  - Bot-bescherming blokkeert toegang
  - Versnipperde identiteit (te breed)
- 

## 8. Delish.com

**Profiel:** Hearst Digital Media food brand, combinatie van recepten en food entertainment

### Tone of Voice

- **Enthousiast en visueel** — "dit wil je MAKEN"
- Toon: jong, energiek, clickbait-elementen maar minder dan Tasty
- Doelgroep: 25-40 jaar, social media actief
- Sfeer: food magazine online met Instagram-energie

### Paginastructuur

- Editorial homepage met "The Latest" sectie
- Sterk visuele presentatie, grote foto's
- "Meet Our Team" sectie — persoonlijkheid benadrukken
- Newsletter signup prominent
- Advertenties zichtbaar al op homepage ("Advertisement - Continue Reading Below")

## USP's

- Hearst media autoriteit en stijl
- Mix van recepten en food news/entertainment
- Persoonlijk team met gezichten (vertrouwen)
- Sterk op party food en feestelijke gerechten

## Monetisatie

- Zeer zware display advertentielast (3x "Advertisement - Continue Reading Below" op homepage)
- Affiliate links
- Hearst magazine ecosysteem
- Newsletter marketing

## Features

- Video recepten
- Newsletter
- Social sharing
- Categorisering op gelegenheid/seizoen

## SEO-aanpak

- URLs: [delish.com/cooking/recipe-ideas/\[naam\]](https://delish.com/cooking/recipe-ideas/[naam])
- Seasonal en trending content clusters
- Listicle-formaat voor hoge CTR

## Sterke punten

- Sterk visueel merk
- Goede seasonal content
- Hearst media autoriteit

## Zwakke punten

- Extreem hoge advertentiedensiteit
  - Geen community features
  - Weinig educatieve diepgang
  - Geen budgetfocus
- 

## 9. Simply Recipes (simplyrecipes.com)

**Profiel:** Opgericht door Elise Bauer in 2003, gekocht door Dotdash Meredith (2020)

### Tone of Voice

- **Vriendelijk en persoonlijk** — origineel familie-recepten-blog gevoel
- Warme toon, "deze recepten maken we thuis"
- Doelgroep: thuishoukers alle leeftijden die betrouwbare dagelijkse recepten zoeken
- Sfeer: betrouwbare familiesite

## **Paginastructuur**

- Receptgericht met stap-voor-stap instructies
- “Why this recipe works” uitleg (soortgelijk aan Serious Eats, minder wetenschappelijk)
- Persoonlijke noot van auteur bij recepten
- Duidelijke ingredient en instruction layout

## **USP's**

- Betrouwbaarheid en eenvoud
- Origineel familierecept-karakter (nu geschaald)
- Goed getest, praktische recepten
- Dotdash SEO kracht

## **Monetisatie**

- Advertenties
- Affiliate links
- Dotdash Meredith ecosysteem

## **Features**

- Recept opslaan
- Voedingswaarden
- Print-vriendelijke versie
- Schaalbaarheidsfunctie (portie aanpassen)

## **SEO-aanpak**

- URLs: `simplyrecipes.com/[naam]-recept` (schoon)
- Lange, informatieve receptpagina's
- Dotdash SEO infrastructuur

## **Sterke punten**

- Betrouwbaar en eenvoudig
- Portiescaler aanwezig
- Persoonlijk gevoel

## **Zwakke punten**

- Geen budgetinfo
  - Karakterverlies door Dotdash overname (was persoonlijker)
  - Minder onderscheidend dan vroeger
  - Bot-bescherming
- 

## **10. Food Network (foodnetwork.com)**

**Profiel:** Digitale tak van Food Network TV-kanaal (Warner Bros. Discovery), het grootste food TV-netwerk ter wereld

## **Tone of Voice**

- **Entertainend en celebrity-gedreven** — “kook als Ina Garten”
- Toon: warm maar aspirationeel, TV-show personality
- Doelgroep: fans van Food Network shows, 35-65 jaar
- Sfeer: backstage bij je favoriete TV-chef

## **Paginastructuur**

- Sterk gekoppeld aan TV-shows en celebrity chefs
- Recepten gekoppeld aan shows (Bobby Flay, Ina Garten, etc.)
- Show-gidsen, contest-content
- TV-programmagids geïntegreerd

## **USP's**

- **Celebrity chef recepten** — Ina Garten, Bobby Flay, Giada de Laurentiis, etc.
- TV-show content als extra laag
- Food Network Kitchens app (step-by-step video)
- Meest herkenbare food brand in Amerika

## **Monetisatie**

- Advertenties (groot bereik)
- Food Network Kitchens premium app (abonnement)
- TV-reclame-ecosysteem
- Merchandise en kookboeken celebrity chefs

## **Features**

- Food Network Kitchens app (premium)
- Video's van TV-shows
- Chef-profielen
- Show-gidsen
- Recepten per chef filteren

## **SEO-aanpak**

- Sterke brand searches (naam celebrity chef)
- TV-show gerelateerde content
- Enorme domain authority

## **Sterke punten**

- Onovertroffen celebrity factor
- TV + web synergy
- Vertrouwd en iconisch merk
- Enorm contentvolume

## **Zwakke punten**

- Access Denied voor directe toegang
- Recepten soms duur/complex
- Gericht op entertainment, niet op praktische thuis-koks
- Geen budgetfocus

## Deel 2: Nederlandse Platforms

---

### 11. AH Allerhande (ah.nl/allerhande)

**Profiel:** Receptenplatform van Albert Heijn (Ahold Delhaize), grootste supermarktreceptensite van Nederland

#### Tone of Voice

- **Warm en huiselijk** — “dagelijkse food inspiratie”
- Toon: inclusief, niet te chic, iedereen moet het kunnen
- Doelgroep: AH-klanten, gezinnen, thuiskokers die snel willen weten wat ze vanavond eten
- Sfeer: AH als trusted food partner in het leven

#### Paginastructuur

- Maaltijdplanner prominent op homepage
- “Nu populair” en “Doordeweeks” als navigatieaankers
- Koppeling met AH app voor boodschappen
- Recepten gepresenteerd met portieaanduiding (“berekend o.b.v. 4 personen”)
- Seizoensgebonden content (nu: paasrecepten)

#### USP's

- **Directe koppeling aan AH supermarkt** — van recept naar boodschappenlijst naar bestelling
- Maaltijdplanner geïntegreerd in AH app
- Ingrediënten direct beschikbaar via bezorgdienst
- Vertrouwen van het AH-merk
- Prijsindicatie via productkoppeling (indirect)

#### Monetisatie

- Geen directe advertenties — businessmodel is klantretentie voor AH supermarkt
- Cross-sell: ingrediënten kopen via ah.nl
- AH-merken promoten via recepten (huismerken)
- Data: koopgedrag en eetpatroondata van gebruikers

#### Features

- **Mijn Maaltijdplanner** (weekplanning)
- Boodschappenlijst generatie
- AH-app integratie (Koken tab)
- Allerhande magazine (print + digitaal)
- Account met favorieten
- Voedingswaarden

#### SEO-aanpak

- URLs: ah.nl/allerhande/recept/[id]/[naam]
- Enorme domain authority van ah.nl
- Seizoen- en gelegenheidsgebonden content
- “Wat eten we vanavond” als primaire zoekvraag

## Sterke punten

- Perfecte integratie van recept → boodschappen → bezorging
- AH-merkvertrouwen
- Maaltijdplanner is marktleider in NL
- App integratie uitstekend
- Bereik via AH-klanten (vrijwel heel Nederland)

## Zwakke punten

- Recepten gericht op AH-producten (niet neutraal)
  - Geen onafhankelijk budgetadvies
  - Community-interactie beperkt
  - Weinig diepgang of educatieve inhoud
  - Prijsvergelijking met andere supermarkten ontbreekt
- 

## 12. Jumbo Recepten ([jumbo.com/recepten](https://jumbo.com/recepten))

**Profiel:** Receptenplatform van Jumbo supermarkten, sterk gepositioneerd op volume en diversiteit

### Tone of Voice

- **Enthousiast en toegankelijk** — “ontdek de wereld van smaak”
- Toon: warm, gezinsgericht, uitnodigend
- Doelgroep: Jumbo-klanten, gezinnen, thuishoude die gevarieerd willen koken
- Sfeer: supermarkt als culinaire gids voor de hele wereld

### Paginastructuur

- “Op zoek naar Recept-inspiratie?” als opening
- Paas/seizoensgebonden content prominent
- “Wat eten we vandaag?” weekmenu (ma t/m vr)
- Recepten met directe ingrediëntlijst zichtbaar
- “Recepten Wereld” met 30.000 wereldse recepten
- FAQ sectie over eten en gerechten
- Recepten categorisering: wereldkeukens (20+ landen)

### USP's

- **30.000 recepten uit 20+ landen** — meest uitgebreid qua wereldkeukens
- “Wat eten we?” weekmenu elke week vernieuwd (incl. vegetarische variant)
- Directe koppeling aan Jumbo supermarkt/bezorging
- Volume: 15.000+ recepten claim

### Monetisatie

- Zelfde model als AH: klantretentie
- Ingredient cross-sell naar Jumbo.com
- Jumbo huismerken promoten via recepten

### Features

- Weekmenu (dagelijks bijgewerkt)
- Ingredient-gebaseerde zoekopdrachten
- Bereidingswijze stap-voor-stap
- Vega alternatieven bij elk weekmenu

- Filtermogelijkheden

### SEO-aanpak

- URLs: `jumbo.com/recepten/[categorie]/[naam]`
- Jumbo.com domeinautoriteit
- Seizoen en gelegenheidsgebonden landingspagina's (pasen, kerst)
- Weekmenu als terugkerend SEO-anker

### Sterke punten

- Groot en divers receptenaanbod (30.000+)
- Weekmenu feature is direct antwoord op "wat eten we?"
- Vega-alternatieven standaard aangeboden
- Wereldkeukens als onderscheidend kenmerk

### Zwakke punten

- Geen budgetfocus (kosten per portie ontbreken)
  - Beperkte community-features
  - Minder geavanceerde app vs AH
  - Minder merkpersoonlijkheid dan AH Allerhande
- 

## 13. LeukeRecepten.nl

**Profiel:** Onafhankelijk Nederlands receptenplatform, persoonlijk blog gegroeid tot volwassen site

### Tone of Voice

- **Gezellig en persoonlijk** — "leuk en lekker, gewoon thuis"
- Toon: warm, persoonlijk, alsof je praat met een enthousiaste kok die je kent
- Doelgroep: Nederlandse thuishokks, 25-55 jaar, breed publiek
- Sfeer: gezellig kookblog met hart voor de Nederlandse thuishokk

### Paginastructuur

- "Waar heb jij zin in?" als interactieve opening
- Nieuwste recepten en blogs gecombineerd
- Paas/seizoensthema's prominent
- Kookboek promotie geïntegreerd
- "Vind jouw recept" als navigatiehulp
- Trotse partner van Cook and Sizzle vermeld

### USP's

- **AI-assistent "Pepper"** — innovatief voor NL markt
- Persoonlijke collecties voor ingelogde gebruikers
- Kookboek (hardcover, €24,99) als merkextensie
- Blogformaat geeft meer persoonlijkheid dan supermarktsites
- Gratis account met extra's (notities, favorieten, personalisatie)

## Monetisatie

- Advertenties (display)
- Kookboekverkoop (€24,99)
- Affiliate links (Cook and Sizzle partnerschap)
- Sponsored content

## Features

- Gratis account
- Favorieten en eigen collecties
- Persoonlijke notities bij recepten
- AI-assistent Pepper
- Personalisatie op basis van voorkeuren
- Kookboek (eigen uitgave)

## SEO-aanpak

- Nederlandstalige long-tail SEO sterk
- Blog-content naast recepten (meer indexeerbare pagina's)
- "Leuke en makkelijke gerechten" als brand SEO-anker

## Sterke punten

- Meest persoonlijke NL platform
- AI-assistent innovatief (voorloper)
- Kookboek als tastbare merkuitbreiding
- Actieve blog content

## Zwakke punten

- Geen budgetfocus
  - Kleinere schaal vs AH/Jumbo
  - Geen maaltijdplanner
  - Geen koppeling aan supermarktprijzen
  - Community beperkt
- 

## 14. Smulweb.nl

**Profiel:** Oudste Nederlandse recepten-community, opgericht begin jaren 2000, vergelijkbaar met Food.com voor NL

*(NB: DNS-lookup gefaald tijdens onderzoek — analyse op basis van bekende platformkarakteristieken)*

## Tone of Voice

- **Communitygedreven en informeel** — "recepten van en voor Nederlanders"
- Toon: huiselijk, no-nonsense, direct
- Doelgroep: brede Nederlandse thuishouders, loyale community
- Sfeer: oud-Hollandse kookclub online

## Paginastructuur

- Community-gedreven homepage met recente toevoegingen
- Gebruikersprofielen met hun recepten
- Beoordelingssysteem door community

- Categorisering op ingrediënt, keuken, kooktijd

### USP's

- **Langste traditie in NL** — loyale gebruikersbasis
- Authentieke Nederlandse recepten van echte thuishokks
- Community reviews en ratings
- Grootste NL-talige UGC receptendatabase

### Monetisatie

- Display advertenties
- Affiliate links
- Eventueel premium functies

### Features

- Gebruikersprofielen
- Reviews en ratings
- Receptopslag
- Community interactie

### SEO-aanpak

- Lange tail NL-talige recepten
- User-generated content volume
- Oudere, vertrouwde domein

### Sterke punten

- Authentieke Nederlandse community
- Loyale, terugkerende gebruikers
- Historische receptendatabank

### Zwakke punten

- Verouderd platform en design
- Geen moderne features (AI, maaltijdplanner)
- Verliest terrein aan AH/Jumbo
- Geen budgetfocus
- DNS-problemen suggereren technische problemen

---

## 15. Njam.tv

**Profiel:** Belgisch culinair TV-kanaal met online platform, “proef de goesting” (Vlaamse slogan)

### Tone of Voice

- **Warm en Vlaams** — “goesting” (zin hebben) als kernconcept
- Toon: gezellig, Belgisch-charmant, inclusief
- Doelgroep: Belgische (Vlaamse) thuishokks, breed publiek
- Sfeer: Belgisch gezelligheidsgevoel rondom eten

## Paginastructuur

- Account vereist om recepten op te slaan (login/signup wall)
- “Valt deze in de smaak?” als engagement call-to-action
- Favorieten voor ingelogde gebruikers
- TV-programma content gekoppeld

## USP's

- **TV-kanaal gekoppeld** — content van Njam.tv programma's
- Vlaamse/Belgische receptcultuur als niche
- “Goesting” concept — eten als beleving
- Account als engagement mechanic

## Monetisatie

- TV-reclame-inkomsten
- Advertenties op website
- Premium account (eventueel)
- Sponsored content via TV-programma's

## Features

- Account met favorieten
- TV-programma recepten
- Video's gekoppeld aan shows
- Seizoensgebonden content

## SEO-aanpak

- Vlaamse/Belgische zoekterms
- TV-show namen als branded SEO
- Recepten gekoppeld aan populaire programma's

## Sterke punten

- Uniek TV + web model
- Sterk Belgisch merkidentiteit
- Video-rijke content via TV-shows

## Zwakke punten

- Login wall schrikt nieuwe gebruikers af
- Beperkt tot Belgische markt
- Geen budgetfocus
- Geen maaltijdplanner
- Beperkte SEO-kracht buiten België

---

## Deel 3: Vergelijkingstabel

Platform	Land	Toon	UGC	Video	Maaltijdplanner	Budget-focus	Account	AI	Boodschappenlijst	SEO-kanalen	Monetisatie
<b>Allrecipes</b>		Informeel	Stroom	Community					Basis		Ads + Affiliate

Platform	Land	Toon	UGC	Video	Maaltijdplan	Budget- fluoriser	Account AI	Boodschappenlijst	SEO- rankings	Monetisatie primair
<b>Food.com</b>	US	Informeel/Sociaal	Sociaal							Ads
<b>Epicurious</b>	US	Aspirationeel								Ads + Affiliate
<b>Tasty</b>	VS	Jeugdige/Viraal		Sterk						Ads + Sponsored
<b>BBC Good Food</b>	VK	Warm/Betrouwbaar			Premium					Ads + Magazine
<b>Serious Eats</b>	VS	Wetenschappelijk								Ads + Affiliate
<b>The Kitchn</b>	VS	Educatief/Lifestyle								Ads + Affiliate
<b>Delish</b>	VS	Enthousiast/Visueel								Ads (heavy)
<b>Simply Recipes</b>	VS	Vriendelijk/Betrouwbaar								Ads + Affiliate
<b>Food Network</b>	VS	Celebrity/Entertainment		Sterk						Ads + Premium app
<b>AH Allerhande</b>	NL	Warm/Huiselijk			<b>Sterk</b>	Indirect			<b>Sterk</b>	Supermarkt cross-sell
<b>Jumbo Recepten</b>	NL	Enthousiast/Divers			Weekmenu	Indirect				Supermarkt cross-sell
<b>Leuke Recepten</b>	NL	Persoonlijk/Gezellig					Pepper			Ads + Kookboek
<b>Smulweb</b>	NL	Communitygedreven								Ads
<b>Njam.tv</b>	BE	Warm/Vlaams		TV						TV Ads
<b>goedkoopkoken.nl</b>	NL	Tal bepalen	?	?	<b>Kans</b>	** KERN**	?	<b>Kans</b>	<b>Kans</b>	?

## Deel 4: Witte Vlekken in de Markt — Kansen voor goedkoopkoken.nl

### 4.1 De Grote Onbezette Positie: Budgetkoken als Kernidentiteit

**Geen enkele speler — internationaal noch Nederlands — heeft budget als primaire belofte.**

- AH Allerhande en Jumbo linken ingrediënten aan hun eigen (niet altijd goedkoopste) assortiment
- Internationale platformen noemen prijs/portiekosten nergens op de receptpagina
- “Goedkoop koken” zit verstopt in filters, niet als merkidentiteit
- **Conclusie: De budgetkokker heeft geen thuis op het web**

### 4.2 Identificeerde Witte Vlekken

**1. Kosten-per-portie transparantie** Geen enkel platform toont wat een maaltijd kost per persoon. Dit is de meest concrete waarde die goedkoopkoken.nl kan bieden.

**2. Supermarktaanbieding-integratie** Recepten automatisch aanpassen aan wat deze week in de aanbieding is bij AH, Jumbo, Lidl, Aldi. Niemand doet dit.

**3. Anti-verspilling als kookfilosofie** “Wat doe ik met restjes?” is een massale zoekvraag. Combineren met budgetfocus is een krachtige USP.

**4. Inflatie-bewust koken** In de context van stijgende voedselprijzen (2022-2026) is er enorme behoefte aan een platform dat actief met je meedenkt over kosten. Niemand speelt hierop in.

**5. Budget-maaltijdplanner** AH en Jumbo hebben maaltijdplanners, maar die zijn niet budgetgericht. Een weekplanning voor €50/gezin (4p) is onbezet terrein.

**6. Seizoensgebonden goedkoop koken** Lente/zomer/herfst/winter-groenten zijn goedkoper in seizoen. Geen platform koppelt seizoenaliteit expliciet aan prijs.

**7. Diepvriezer en voorraadkast koken** “Wat kan ik maken met wat ik al heb?” — een ingredient-based recipe finder gecombineerd met budgetadvies ontbreekt volledig.

**8. Sociaal bewijs van goedkoop koken** “Dit recept kost slechts €1,20 per persoon” als UGC/community-element. Vergelijkbaar met Allrecipes-reviews maar met prijsfocus.

---

## Deel 5: Top 10 Aanbevelingen voor goedkoopkoken.nl

### Aanbeveling 1: Maak kosten-per-portie het #1 feature

**Wat:** Toon bij elk recept de kosten per persoon, gebaseerd op gemiddelde supermarktprijzen.

**Waarom:** Geen enkel platform doet dit. Het is de meest directe invulling van de belofte “goedkoop koken”.

**Hoe:** Koppel receptingrediënten aan een prijsdatabase (Supermarktscanner.nl API of handmatig onderhouden). Update maandelijks.

**Impact:** Hoog — directe differentiatie, sterke SEO (“goedkope recepten”, “recepten voor €2 per persoon”)

### Aanbeveling 2: Positioneer je als de anti-supermarkt-site

**Wat:** Vergelijk actief welke ingrediënten goedkoper zijn bij Lidl/Aldi vs AH/Jumbo.

**Waarom:** AH en Jumbo zijn de dominante NL-platformen maar verdienen aan hun eigen producten. goedkoopkoken.nl kan de onafhankelijke waakhond zijn.

**Hoe:** “Dit recept bij AH: €8,40 | Bij Aldi: €5,20” — simpele vergelijking.

**Impact:** Hoog — press coverage, loyaliteit, duidelijk onderscheid

### Aanbeveling 3: Bouw een Budget-Maaltijdplanner

**Wat:** Weekplanning met budget als stuurfactor (“plan een week eten voor max €60 voor 4 personen”).

**Waarom:** AH en Jumbo hebben maaltijdplanners, maar niet budgetgericht. Dit is de grootste feature-gap in NL.

**Hoe:** Simpele tool: stel budget in → krijg weekmenu → genereer boodschappenlijst met totaalprijs.

**Impact:** Zeer hoog — hoge engagement, terugkerend gebruik, app-waardige feature

### Aanbeveling 4: Maak anti-verspilling een pijler

**Wat:** Sectie “Wat doe ik met mijn restjes?” + recepten die bewust voedselverspilling verminderen.

**Waarom:** “Restjes recepten” heeft hoog zoekvolume. Combineert ethische waarde (duurzaamheid) met financiële waarde.

**Hoe:** “Gebruik je overgebleven [ingrediënt]” als recipe tag + dedicated sectie.

**Impact:** Hoog — SEO kracht, breed publiek, morele resonantie

### **Aanbeveling 5: Koppel aan supermarktaanbiedingen**

**Wat:** Automatisch tonen welke recepten goedkoper worden door deze week's aanbiedingen.

**Waarom:** Aanbiedingsfolders zijn de meest gelezen content van Nederland. Niemand vertaalt die naar recepten.

**Hoe:** Scrapen van Appie.nl/Jumbo aanbiedingen + koppeling aan receptendatabase.

**Impact:** Zeer hoog — wekelijkse reden om terug te komen, viral deelmotivatie

### **Aanbeveling 6: Investeer in NL-SEO met prijsgerichte long-tail**

**Wat:** Targeteer zoektermen als "recept voor €1 per persoon", "goedkoop weekmenu gezin", "budgetrecepten studentenhuys", "koken voor 4 personen voor €20".

**Waarom:** Deze queries worden amper beantwoord door bestaande platforms.

**Hoe:** Receptpagina's expliciet optimaliseren met prijsinfo in title/meta. Landingspagina's per budgetcategorie.

**Impact:** Hoog — unieke SEO positie zonder concurrentie

### **Aanbeveling 7: Voeg een "Wat heb ik in huis?" feature toe**

**Wat:** Gebruiker voert beschikbare ingrediënten in → krijgt goedkoopste recepten die hij/zij nu kan maken.

**Waarom:** Vermindert verspilling, verhoogt engagement, is praktisch nuttig. Geen NL-platform biedt dit serieus.

**Hoe:** Simpele ingredient-matching tool + tag-systeem op recepten.

**Impact:** Hoog — sticky feature, hoge gebruikerstevredenheid

### **Aanbeveling 8: Bouw een community rondom budgetkoken**

**Wat:** Gebruikers kunnen recepten indienen met hun kostenberekening. "Dit recept kost mij €1,50" als community-badge.

**Waarom:** Allrecipes' kracht is UGC-geloofwaardigheid. Goedkoopkoken.nl kan dit repliceren met budgetfocus.

**Hoe:** Simpele review/submission flow. Verified recepten met échte kostprijzen van echte kokkers.

**Impact:** Middelhoog — groeit langzaam maar creëert loyale community

### **Aanbeveling 9: Positioneer actief voor specifieke budgetdoelgroepen**

**Wat:** Aparte secties voor: studenten (€1/maaltijd), gezinnen (€2-3/p), 65-plussers, werkende ouders.

**Waarom:** Budgetbehoefte verschilt per levensfase. Gepersonaliseerde content converteert beter dan generiek.

**Hoe:** Tag-systeem + doelgroepspecifieke landingspagina's.

**Impact:** Middelhoog — betere conversie, sterkere SEO per doelgroep

### **Aanbeveling 10: Laat prijsinflatie in je voordeel werken — word hét anti-inflatie kookplatform**

**Wat:** Lanceer een "Inflatie-proof koken" contentpijler met wekelijkse updates over goedkope alternatieven voor dure producten.

**Waarom:** Voedselprijzen staan hoog op de maatschappelijke agenda. Een platform dat hier actief bij helpt krijgt organisch media-aandacht.

**Hoe:** Wekelijkse blogpost/nieuwsbrief: "Dit product is 15% duurder geworden — cook dit als alternatief". PR naar media.

**Impact:** Hoog op middellange termijn — merkopbouw, earned media, thought leadership

## Conclusie

De online receptenmarkt wordt in Nederland gedomineerd door twee krachtige spelers (AH Allerhande en Jumbo) die hun receptenplatformen als klantretentietool inzetten — niet als onafhankelijke service. Alle andere Nederlandse platforms (LeukeRecepten, Smulweb) concurreren zonder duidelijke differentiatie en verliezen terrein.

**De grootste kans voor goedkoopkoken.nl is de enige positie die niemand heeft ingenomen: een platform waarbij budgetkoken de kern is van alles.** Niet een filter, niet een nice-to-have — maar de fundamentele belofte aan de gebruiker.

De timing is gunstig. Voedselprijzen zijn gestegen, consumentenvertrouwen staat onder druk, en de groeiende zoektermen rondom “goedkoop koken”, “budget recepten” en “restjesmaaltijden” zijn nog niet door gevestigde spelers geklapt.

goedkoopkoken.nl hoeft niet de grootste te worden. Het hoeft alleen de **meest nuttige** te zijn voor de thuis kok die elke euro telt — en die doelgroep is enorm, groeit, en is momenteel nergens echt thuis.

---

*Rapport samengesteld op 26 maart 2026. Bronnen: directe websiteanalyse via web\_fetch, Wikipedia, publiek beschikbare platforminformatie en industriekennis. Sommige sites (Allrecipes, Serious Eats, Simply Recipes, Smulweb) waren niet direct toegankelijk vanwege bot-bescherming; analyses zijn gebaseerd op beschikbare informatie en bekende platformkarakteristieken.*