nieuws

Belgisch vlees heeft beste imago in Duitsland

nieuws

Van alle buitenlandse hoofdleveranciers heeft het Belgische vlees het beste imago in Duitsland. Hiermee steekt ons land voor het eerst Denemarken voorbij. Dat blijkt uit een onderzoek dat het Belgian Meat Office van VLAM eind vorig jaar liet uitvoeren bij Duitse aankoopverantwoordelijken. Voor de Vlaamse veehouders is Duitsland de belangrijkste exportmarkt.

24 FEBRUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:47

Lees meer over:
rundveehouderij
pluimveehouderij

Van alle buitenlandse hoofdleveranciers heeft het Belgische vlees het beste imago in Duitsland. Hiermee steekt ons land voor het eerst Denemarken voorbij. Dat blijkt uit een onderzoek dat het Belgian Meat Office van VLAM eind vorig jaar liet uitvoeren bij Duitse aankoopverantwoordelijken.
De Duitse markt is goed voor de helft van de Belgische export van varkensvlees. Met 16 procent van de totale export is de Duitse vleesmarkt ook van groot belang voor de verkoop van rund- en kalfsvlees. Via het Duitse onderzoeksbureau DIMA onderzoekt het Belgian Meat Office regelmatig het imago van het Belgische vlees.
In het jongste onderzoek ging DIMA na in welke mate het imago van het vlees en de vleesleveranciers geëvolueerd is in vergelijking met de vorige studies in 2005 en 2007. Het bureau ondervroeg daarvoor 181 aankoopverantwoordelijken van groothandels, vleesverwerkers en distributieketens.
Voor de professionele aankopers blijkt de vleeskwaliteit het aankoopcriterium bij uitstek te zijn. Daarbij wordt gekeken naar de watervastheid, versheid en magerheid. De aankoper verwacht ook dat de juiste snit wordt geleverd, precies zoals hij die wil. 40 procent verwacht ook een gewaarborgde kwaliteit, met hoge

hygiënestandaarden, traceerbaarheid, een correcte behandeling van het vlees en de nodige controles.
37 procent van de Duitse aankopers vindt een snelle aanlevering een belangrijk aandachtspunt. "De nabijheid en het uitgebreide transportnetwerk van ons land bieden het gepaste antwoord, maar de vraag is of de Duitse klant dit voldoende beseft", aldus VLAM. Het herkomstland is voor Duitse klanten van ondergeschikt belang. Slechts 6 procent zweert bij louter Duits vlees.
Opmerkelijk is dat 38 procent van de aankopers liever bij een klein of middelgroot bedrijf koopt, tegen slechts 11 procent die een grote leverancier verkiest. "Dat is goed nieuws voor onze kmo's, die uitblinken in betrouwbaarheid en snelheid van levering", luidt het bij VLAM, dat de promotie-inspanningen in Duitsland in 2008 heeft afgebouwd om te kunnen prospecteren in Zuidoost-Europa.
De voorbije jaren is Duitsland uitgegroeid tot een netto-exporteur van varkensvlees. Het land is daardoor meer dan ooit de draaischijf van varkensvlees in Europa. En wat het Duits vlees aan imago wint, gaat ten koste van de buitenlandse leveranciers, stelt VLAM vast. Dat geldt voor het Belgische vlees, maar Nederland en Denemarken kregen nog hardere klappen te verduren.
"De relatieve imagowinst is een postieve evolutie. België heeft nu het beste imago van de drie grote vleesleveranciers. In 2007 viel die eer nog te beurt aan Denemarken. Ons land blinkt uit op het vlak van een juiste en gelijkmatige snit en betrouwbaarheid van levering. Ook onze flexibele houding is een troef", besluit VLAM.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/

screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada