nieuws

Jongeren kiezen massaal voor schuimwijn of champagne

nieuws

Als jongeren wijn drinken, en dat doet bijna de helft wekelijks, dan kiezen ze massaal voor schuimwijn of champagne. Opmerkelijk is dat rosé op de tweede plaats komt, gevolgd door droge witte wijn en rode wijn. Dat blijkt uit een enquête van wijnkenner Alain Bloeykens bij meer dan 3.000 jongeren tussen 16 en 18. "Wijn wordt duidelijk jonger en trendy", aldus Bloeykens. De resultaten werden bekendgemaakt aan de vooravond van de wijnbeurs Megavino.

17 OKTOBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:45

Als jongeren wijn drinken, en dat doet bijna de helft wekelijks, dan kiezen ze massaal voor schuimwijn of champagne. Opmerkelijk is dat rosé op de tweede plaats komt, gevolgd door droge witte wijn en rode wijn. Dat blijkt uit een enquête van wijnkenner Alain Bloeykens bij meer dan 3.000 jongeren tussen 16 en 18. "Wijn wordt duidelijk jonger en trendy", aldus Bloeykens.

Bloeykens maakte de resultaten van zijn onderzoek bij 3.146 jongeren, tussen 16 en 18, bekend aan de vooravond van de wijnbeurs Megavino. De enquête toont aan dat jongeren vroeg kennismaken met wijn, vooral via vrienden, ouders en familie. Zo dronk een vijfde zijn eerste glas toen hij jonger dan 14 was. Vier op tien was tussen de 14 en de 16, een derde tussen de 16 en de 18. Slechts 2 procent heeft nog nooit wijn gedronken.

De 16- tot 18-jarigen genieten ook regelmatig van een glas. Meer dan de helft drinkt minimum een keer om de veertien dagen wijn, meer dan drie op tien wekelijks, ruim een tiende meerdere keren. Volgens Bloeykens blijkt uit het onderzoek dat wijn duidelijk jonger wordt. "Slechts 3 op 10 jongeren vinden dat wijn een nog ietwat oubollig imago heeft en de helft noemt wijn zelfs trendy".

Ruim acht op tien jongeren drinken vooral een glaasje op café, gevolgd door restaurant (61 pct) en thuis aan tafel (38 pct). Ook in discotheken durft een vijfde al eens wijn, en dan vooral schuimwijn, drinken. Maar tegelijk blijft voor drie jongeren op vier wijn te

moeilijk en voor zeven op tien is het aanbod te groot. "Bijna 40 pct van de jongeren pleit voor een eigen 'jongerenafdeling wijn' in de supermarkt", luidt het.
Verder zijn de 16- tot 18-jarigen niet echt te spreken over het etiket en de informatie over welke wijn bij welk gerecht past. "Zo vinden jongeren vooral dat er steeds associaties gemaakt worden met gerechten die ver van hun bed staan", zegt Bloeykens. "Zij willen weten wat te drinken bij pizza, spaghetti, Chinees, enzovoort". (KS)

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