nieuws

Lunch Garden zet Belgische kazen op menu

nieuws

In februari en maart zet Lunch Garden allerlei gerechten op het menu met Belgische kazen. De actie maakt deel uit van een grotere promotiecampagne van VLAM voor de kazen van eigen bodem. Ons kaasverbruik is de jongste jaren gestegen, zowel in volume als in besteding. Toch eet een Waal nog gemiddeld drie kilogram meer kaas dan een Vlaming. Op Europees niveau ligt het Belgisch kaasverbruik met 17 kilogram per capita ook onder het gemiddelde van 19 kilogram.

2 FEBRUARI 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:41

In februari en maart zet Lunch Garden allerlei gerechten op het menu met kazen van bij ons. Zowel in voorgerechten, hoofdgerechten als desserts zullen de koks Belgische kazen verwerken. Deze actie maakt deel uit van een grotere promotiecampagne van VLAM voor de kazen van eigen bodem. Ons kaasverbruik is de jongste jaren gestegen, zowel in volume als in besteding. Toch eet een Waal nog gemiddeld 3 kilo meer kaas dan een Vlaming.

Op Europees niveau ligt het Belgisch kaasverbruik met 17 kilogram per capita ook onder het gemiddelde van 19 kilogram. De grootste kaaseters in de EU zijn de Grieken met 29 kilo, gevolgd door de Fransen (24 kg), de Denen (24 kg) en de Italianen (23 kg). De Duitsers (22 kg) en de Nederlanders (20 kg) vervolledigen deze kopgroep. Hekkensluiters zijn de Spanjaarden, de Portugezen en de Ieren. Zij eten gemiddeld 9 à 10 kilogram kaas per inwoner per jaar.

Kwalitatief marktonderzoek van VLAM heeft aan het licht gebracht dat de Belgische kazen een eigen imago hebben dat zich situeert tussen het meer alledaagse van de Hollandse en het gecultiveerde van de Franse kazen. In het algemeen hebben onze kazen een imago van kwaliteit, degelijkheid, traditie en natuurlijkheid, maar ook van gezelligheid, gemoedelijkheid en genot. Maar liefst 85 procent van de Belgische gezinnen kocht in 2006 één keer een kaas van bij ons.

De Belgische kazen hebben een totaal volumeaandeel van 16 procent en een waardeaandeel van 18 procent binnen de categorie harde/halfharde/zachte kaas. Om de Belgische kazen nog meer onder de aandacht van de consument te brengen, lanceert VLAM een promotiecampagne voor kaas op tv, in damesbladen en op parkings van grootwarenhuizen. Daarnaast doorkruist een kaasmobiel heel Vlaanderen om de mensen te laten proeven van de kazen van bij ons.(GL)
Meer informatie: Kazen van bij ons

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