

Belg besteedt 12,8% meer aan voeding en boodschappen

nieuws

In 2022 gaven Belgen 12,8 procent meer uit aan voeding en boodschappen dan in 2019, vóór de coronapandemie. Dit is deels te wijten aan de hoge inflatie. Vooral consumenten uit de hogere sociale klasse hebben vorig jaar hun voedingsbestedingen teruggeschroefd. Ze gaan nu weer vaker uit eten, maar letten wel op hun uitgaven in de winkel.

8 MEI 2023 – LAATST BIJGEWERKT OM 8 MEI 2023 20:25

Lees meer over:

[inflatie](#)

[voedsel](#)

[voedselprijzen](#)

[voeding](#)

[consument](#)



Inflatie historisch hoog

Na de atypische coronajaren werd de consument in 2022 geconfronteerd met een torenhoge inflatie, die in oktober vorig jaar haar hoogtepunt bereikte. De voedingsinflatie die gestegen was boven de 14 procent en hiermee de algemene inflatie oversteeg, stagneerde in december. Door een stijging van de gemiddelde prijs van zes procent en een volumedaling van vier procent, groeide de totale voedings- en huishoudbestedingen met 1,8 procent in 2022. In vergelijking met 2019 is dit zelf 12,8 procent hoger.

Het zijn, in tegenstelling tot wat men zou verwachten, vooral de kopers uit de hogere sociale klasse die in 2022 hun voedingsbestedingen terugschroefden (-3,7%). Zij gaan ten opzichte van het voorgaande jaar opnieuw vaker op restaurant maar letten in de winkel op hun centen. De lagere middenklasse hield zijn voedingsbestedingen op peil en de lagere sociale klasse verhoogde zijn voedingsbestedingen zelfs met 3,5 procent. Dit blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK Belgium, dat in opdracht van VLAM het aankoopgedrag voor thuisverbruik volgt van 6 000 Belgische gezinnen.

Meer buitenshuis

Het merendeel van onze voeding consumeren we thuis of nemen we mee van thuis, maar ook het buitenshuisverbruik vormt een aanzienlijke markt. Volgens Foodservice Alliance spendeerden de Belgen vorig jaar 23,7 miljard euro aan voeding en dranken buitenshuis. Op een gemiddelde dag in 2017 at 71 procent van de Belgen een zelfbereide warme maaltijd. In 2020 steeg dit tot 75 procent maar in 2022 daalde echter opnieuw tot onder het niveau van 2017, namelijk tot 69 procent. Dat de Belgen in 2022 minder hun eigen potje kookten heeft niet alleen te maken met de horecabezoeken maar ook met de stijgende populariteit van afgehaalde en thuisgeleverde warme maaltijden.

Na de coronacrisis heeft er ook een verschuiving plaatsgevonden in de plaatsen waar we voornamelijk buitenshuis consumeren. De horeca heeft bijvoorbeeld meer bezoekers aangetrokken, vooral in de vorm van snelle bistro's, zomerbars en cafétterrassen. De conveniencekanalen, zoals fastfoodrestaurants en benzinestations, konden het aantal bezoekers stabiel houden ten opzichte van 2019, terwijl de cateringsector juist bezoekers verloor.

Meer kip en eieren

De markt voor gevogelte wordt gedomineerd door kip, waarvan de Belg in 2022 gemiddeld 8,3 kilogram kocht, vergeleken met 0,9 kilogram kalkoen en slechts 0,2 kilogram ander gevogelte. Binnen de categorie "gevogelte en wild" daalde het thuisverbruik van kip in 2022 met vijf procent, maar dit is nog steeds zeven procent hoger dan voor de coronaperiode. Opvallend is dat de Belg steeds meer voor gemak kiest en daarbij hele braadkippen links laat liggen. Verwerkte en versneden verse kippen maken nu 81 procent uit van de kipaankopen, waardoor het aandeel van hele braadkippen is gehalveerd van 22 procent in 2008 naar 11 procent in 2022.

Naast kip zit ook het thuisverbruik van eieren in de lift. In 2022 kocht de Belg gemiddeld 74 eieren voor een totaalbedrag van 15,90 euro. Het thuisverbruik van eieren steeg in 2022 met één procent, waardoor het tien procent hoger ligt dan voor de coronaperiode. Als gevolg van de kook- en bakwoede tijdens de coronacrisis, steeg het thuisverbruik van eieren met 14 procent in 2020. Het jaar daarop daalde het met 4,5 procent, maar het steeg weer lichtjes in 2022, waardoor het nu nog steeds hoger ligt dan voor de pandemie.

Bron: 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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)