nieuws

Belg consumeert thuis meer fruit maar minder groenten

nieuws

Voor het eerst sinds 2012 stijgt het thuisverbruik van fruit lichtjes, maar de dalende trend in de thuisconsumptie van groenten zet zich gewoon verder. In 2017 kocht de gemiddelde Belg 38 kg verse groenten en 47 kg vers fruit, 1 kg groenten minder en 0,4 kg fruit meer dan het jaar voordien. “Door een stijging van de gemiddelde groenteprijs in 2017 bleef de groentebesteding met 95,69 euro per capita wel op peil. De Belgische consument besteedde vorig jaar zo’n 5 procent meer aan fruit, goed voor 122,76 euro per capita”, laat VLAM weten. Verder blijkt ook dat verse groenten en vers fruit steeds meer supermarktproducten worden, dit ten koste van de markten, groentewinkels en rechtstreekse aankoop.

20 APRIL 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:40

Lees meer over:
consument
gezondheid



Voor het eerst sinds 2012 stijgt het thuisverbruik van fruit lichtjes, maar de dalende trend in de thuisconsumptie van groenten zet zich gewoon verder. In 2017 kocht de gemiddelde Belg 38 kg verse groenten en 47 kg vers fruit, 1 kg groenten minder en 0,4 kg fruit meer dan het jaar voordien. “Door een stijging van de gemiddelde groenteprijs in 2017 bleef de groentebesteding met 95,69 euro per capita wel op peil. De Belgische consument besteedde vorig jaar zo’n 5 procent meer aan fruit, goed voor 122,76 euro per capita”, laat VLAM weten. Verder blijkt ook dat verse groenten en vers fruit steeds meer supermarktproducten worden, dit ten koste van de markten, groentewinkels en rechtstreekse aankoop.

Thuis groenten eten, het lijkt geen gemakkelijke opdracht voor de doorsnee Belg. Sinds 2008 schommelen de aankopen van verse groenten voor thuisverbruik tussen de 39 en 40 kg per capita, maar vorig jaar bereikten ze een dieptepunt van 38,1 kg. Ook de verkoop van biogroenten groeide minder sterk dan de voorbije jaren. Traditioneel blijft de tomaat koploper binnen het groenteassortiment. Wortelen en ajuinen vervolledigen de top drie. “Opvallend is nog dat vooral de kerstomaat terrein wint op de gewone tomaat. In waarde zijn kerstomaten ondertussen zelfs het belangrijkste segment geworden binnen de tomatenrayon”, stelt VLAM vast. Het promotieorgaan baseert zich hiervoor op gegevens van het onderzoeksbureau GfK België, dat de aankopen van 5.000 Belgische gezinnen voor thuisverbruik volgt.

Vers fruit eten, gaat de Belgische consument iets makkelijker af dan in 2016. Het thuisverbruik van fruit steeg licht van 46,6 naar 47 kg per capita. Net zoals voor groenten koopt bijna elk Belgisch gezin wekelijks fruit. Het aantal kopers van biologisch geteeld fruit blijft ook stijgen, maar net zoals bij de biogroenten was de groei vorig jaar kleiner dan de jaren voordien. Met stip op nummer één in de fruitmand: de appel, gevolgd door de banaan en de sinaasappel. “Belangrijke stijgers bij het fruit zijn de blauwe bosbessen,

braambessen, watermeloen, frambozen en abrikozen. De perenverkoop daarentegen viel verder terug tot op het niveau van 2013. De grootste dalers van de fruitafdeling zijn de stekelbessen, de vijgen, alle perenrassen met uitzondering van de Conference en Reinettes-appels en Granny Smith", legt VLAM uit.

Bijna de helft van het aangekochte volume verse groenten en vers fruit passeerde in 2017 langs de kassa's van de hypermarkten en de grote supermarkten. De hard discounters Aldi en Lidl zagen ongeveer een kwart van het aangekochte volume verse groenten en vers fruit over hun toonbanken gaan. De enige stijger in 2017 is de buurtsupermarkt, hij klom van een marktaandeel van 14 procent naar 16 procent. Alle supermarkten samen haalden vorig jaar een marktaandeel van 88 procent, dit ten koste van de markten, groentewinkels en rechtstreekse aankoop. "Een andere trend die we opmerken, is de opkomst van de maaltijdboxen die je kan afhalen of thuis kan laten leveren. Bijna 3 procent van de Belgen heeft al eens zo'n maaltijdbox besteld."

Thuisconsumptie blijft ook voor groenten en fruit de norm, maar de buitenhuisconsumptie is aan een opmars bezig. Na de crisis in 2008 was de groei in de buitenhuisconsumptie compleet weg. Vanaf 2014 keerde het tij en werd het consumentenvertrouwen herwonnen. Dit zorgt voor de stimulering van de foodservicemarkt, die vorig jaar met ruim 2 procent groeide. Tijdswinst is belangrijk voor de moderne consument, die op zoek gaat naar gemakkelijke en snelle oplossingen. "We zien ook dat de beleving meer en meer centraal komt te staan. Horecazaken die investeren in het creëren van een unieke beleving zijn de winnaars van vandaag", klinkt het.

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