nieuws

# Belg geeft 37% meer uit aan duurzame voeding

nieuws

Duurzame voedselconsumptie zit in Vlaanderen in de lift, dat blijkt uit de nieuwste ‘Monitor duurzame voedselkeuzes’. Gaven de Belgische consumenten in 2015 nog 429 miljoen euro aan groentjes van de boerenmarkt of duurzame vis, dan was dat bedrag in 2017 al opgelopen tot 585 miljoen euro: een stijging van liefst 36,6 procent. “Dit is een opportuniteit voor de Vlaamse landbouw en visserij”, klinkt het. “Veranderende consumptiepatronen bieden kansen om duurzaamheidsinspanningen meer te valoriseren. Duurzaamheid is niet enkel voor retailers een interessante marketingstrategie, maar ook voor producenten zelf.”

4 JANUARI 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:48

Lees meer over:
voedingsindustrie
onderzoek
consument



Duurzame voedselconsumptie zit in Vlaanderen in de lift, dat blijkt uit de nieuwste ‘Monitor duurzame voedselkeuzes’. Gaven de Belgische consumenten in 2015 nog 429 miljoen euro aan groentjes van de boerenmarkt of duurzame vis, dan was dat bedrag in 2017 al opgelopen tot 585 miljoen euro: een stijging van liefst 36,6 procent. “Dit is een opportuniteit voor de Vlaamse landbouw en visserij”, klinkt het. “Veranderende consumptiepatronen bieden kansen om duurzaamheidsinspanningen meer te valoriseren. Duurzaamheid is niet enkel voor retailers een interessante marketingstrategie, maar ook voor producenten zelf.”

Duurzaam voedsel definiëren de auteurs van de nieuwste ‘Monitor duurzame voedselkeuzes’ als voedsel waarbij tijdens de productie en verwerking meer rekening is gehouden met milieu, dierenwelzijn en/of sociale aspecten dan wettelijk verplicht is. De monitor werd uitgevoerd als bijdrage aan het Landbouwrapport 2018, meer bepaald bij uitdaging acht: voedingspatronen gezonder en duurzamer maken. “Het onderzoek van het Departement Omgeving toont duidelijk aan dat de Vlaamse burger/consument duurzame voeding belangrijk vindt en naar zijn attitudes wil handelen”, klinkt het. “Een overgrote meerderheid van de Vlamingen geven aan al acties te ondernemen op het vlak van duurzame voedselconsumptie.”

De onderzoekers verzamelden data over de consumptie van voedselproducten die door de consument op een of meer aspecten als duurzaam herkend worden. “Die herkenbaarheid is gebaseerd op een op het product aanwezig duurzaamheidslabel”, leggen ze uit. “De data zijn afkomstig van GfK Belgium, verzameld in opdracht van VLAM, of van de organisaties die duurzaamheidslabels beheren.” Uit die data konden de onderzoekers een aantal trends naar voren halen.

“De toenemende vraag naar bio zet zich voort in 2016 en 2017”, aldus de onderzoekers. “Het marktaandeel blijft echter klein.” Nog een trend: scharreleieren groeien verder als de standaard, vrije-uitloopeieren volgen op de tweede plaats. Ook duurzame vis scoort

bij de Belgische consument: de consumptie ervan groeit fors verder in 2016 en 2017, met meer dan een verdubbeling in twee jaar tijd. Daarnaast waarderen de Belgen de rechtstreekse verkoop door landbouwers. “De omzetdaling in de hoeveverkoop en boerenmarkten is gestabiliseerd. In 2017 is zelfs voor het eerst opnieuw een stijging merkbaar. “
Naast een positieve evolutie in aankoopgedrag van duurzaam voedsel, toont het onderzoek ook aan dat er een gelijkaardige evolutie merkbaar is inzake attitudes. “De Vlaamse consument/burger wordt duurzamer en wil hier ook naar handelen. Maar tegelijk blijft er een kloof tussen attitude en gedrag: tussen wat de burger wenselijk vindt en de keuze die de consument uiteindelijk maakt. Een belangrijke drempel hiervoor is de kostprijs, terwijl landbouwers voor meer duurzaamheidsinspanningen juist een correcte vergoeding verwachten.
“Consumenten moeten beter geïnformeerd worden over de kostprijs van een meer duurzame productie”, concluderen de onderzoekers. Maar ook de producenten moeten nog meer overtuigd worden van de opportuniteit die het veranderend consumptiepatroon met zich meebrengt. “Duurzaamheid is niet enkel voor retailers een interessante marketingstrategie, maar ook voor producenten zelf.”
**Lees het volledige rapport hier.**

**Bron:** Eigen verslaggeving / RetailDetail


## 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