

# Belg kocht vorig jaar opnieuw minder verse aardappelen

nieuws

De gemiddelde Belg kocht vorig jaar minder aardappelen dan het jaar daarvoor (-5%). Daarmee zet de dalende trend sinds 2000 zich voort. Ook de aankoop van diepvriesaardappelproducten daalde, maar die van verse verwerkte aardappelproducten steeg (+7%). Ondanks de daling bleven verse aardappelen de belangrijkste maaltijdbegeleider. Het marktaandeel van Belgische aardappelen (79%) steeg bovendien, met Bintje voorop. Dat blijkt uit onderzoek van GfK Panelservices Benelux bij 5.000 Belgische gezinnen, in opdracht van VLAM.

© 27 APRIL 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:21

Lees meer over:

akkerbouw

voedingsindustrie

consument



De gemiddelde Belg kocht vorig jaar minder aardappelen dan het jaar daarvoor (-5%). Daarmee zet de dalende trend sinds 2000 zich voort. Ook de aankoop van diepvriesaardappelproducten daalde, maar die van verse verwerkte aardappelproducten steeg (+7%). Ondanks de daling bleven verse aardappelen de belangrijkste maaltijdbegeleider. Het marktaandeel van Belgische aardappelen (79%) steeg bovendien, met Bintje voorop. Dat blijkt uit onderzoek van GfK Panelservices Benelux bij 5.000 Belgische gezinnen, in opdracht van VLAM.

In 2014 kocht de gemiddelde Belg 25 kilogram verse aardappelen. Dat is een daling van 5 procent tegenover 2013. Uitgezonderd van de crisisjaren 2007 en 2008, toen de populariteit van aardappelen een tijdelijke opflakking kende, zit er een dalende trend in het aardappelverbruik sinds 2000. Zowel het aantal kopers als de aankoopfrequentie als het aankoopvolume daalden: 89 procent van de Belgische gezinnen kocht vorig jaar minstens een keer verse aardappelen, gemiddeld stonden aardappelen 14 keer op het boodschappenlijstje en dat voor gemiddeld 4,5 kilogram per keer. Verpakkingen van 5 kilogram bleven de norm (53%), maar kleinere verpakkingen en vooral die van minder dan 2,5 kilogram (bijna 10%) wonnen terrein. Behalve minder verse aardappelen, kocht de Belg vorig jaar ook minder diepgevroren aardappelproducten. Het volume daalde met 7 procent tot 5,2 kilogram per capita. Het aankoopvolume verse verwerkte aardappelproducten, zoals verse frieten en voorgedaarde aardappelen, steeg daarentegen wel. Dit met 7 procent tot 1,6 kilogram per capita. In zes jaar tijd steeg het volume zelfs met 60 procent. Verse, onverwerkte aardappelen blijven evenwel de belangrijkste (65,2%) maaltijdbegeleider. Tegenover de 25 kilogram verse aardappelen die de Belg kocht, stonden maar 1,5 kilogram rijst en 5 kilogram droge deegwaren.

De daling van het aardappelverbruik situeert zich bij alle leeftijdsgroepen, behalve bij jongeren. Min 30-jarigen kochten vorig jaar 1 procent meer aardappelen dan het jaar daarvoor. Mogelijk heeft dit te maken met de lopende aardappelcampagne van VLAM. Die mikt op jonge singles en jongere koppels, en focust vooral op het gebruiksgemak en de varieermogelijkheden van aardappelen. Toch blijven jongeren de kleinste aardappeleters, met 60 procent marktaandeel bij min 30-jarigen ten opzichte van 74 procent bij plus 65-jarigen.

Dankzij inspanningen vanwege de supermarkten en de aardappelsector zelf, is het marktaandeel van aardappelen van Belgische origine opnieuw gestegen. Sinds begin jaren 2000 was dat aandeel dalend, van 88 procent in 2000 tot 70 procent in 2007. Maar daarna is het terug gestegen, tot 79 procent in 2014. Bintje blijft de belangrijkste variëteit (25%), al is zijn aandeel sinds 2008 (34%) aan het dalen, gevolgd door Nicola (bijna 17%) en Charlotte (8%).

Aardappelen kopen doet de Belg nog steeds vooral in super- en hypermarkten (net geen 40%). Het aandeel van de hard discount nam vorig jaar echter toe, tot 26,4 procent. Ondanks het feit dat aardappelen het product zijn dat het vaakst rechtstreeks bij de boer gekocht wordt, blijft dat percentage gering. Bovendien is het gedaald, van 14 procent in 2008 tot 9 procent in 2014.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](https://x.com/vilt_nieuws)

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltmieuws.bsky.social>

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra