nieuws

Belg verkiest gevogelte steeds vaker boven rood vlees

nieuws

De Belg koopt al enkele jaren minder vlees om thuis te nuttigen, maar wel nog altijd evenveel gevogelte. In 2013 kocht “de gemiddelde Belg” 8,1 kilo kip, 1,3 kilo kalkoen en 0,3 kilo ander gevogelte. Samen is dat goed voor een volumeaandeel van 30,5 procent in het vleesverbruik. Hard discount (Aldi en Lidl) won op vijf jaar tijd maar liefst zes procent marktaandeel, zo achterhaalde marktonderzoeksbureau GfK Panelservices Benelux in opdracht van VLAM.

16 MEI 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:25

Lees meer over:
pluimveehouderij
consument



De Belg koopt al enkele jaren minder vlees om thuis te nuttigen, maar wel nog altijd evenveel gevogelte. In 2013 kocht “de gemiddelde Belg” 8,1 kilo kip, 1,3 kilo kalkoen en 0,3 kilo ander gevogelte. Samen is dat goed voor een volumeaandeel van 30,5 procent in het vleesverbruik. Hard discount (Aldi en Lidl) won op vijf jaar tijd maar liefst zes procent marktaandeel, zo achterhaalde marktonderzoeksbureau GfK Panelservices Benelux in opdracht van VLAM.

Het volumeaandeel van gevogelte in het totale thuisverbruik van vlees steeg van 27,3 procent in 2008 naar 30,5 procent in 2013. Zowel het aandeel van kip als van kalkoen is de voorbije jaren gestegen. De rode vleessoorten, andere dan vleesmengelingen, hadden het de afgelopen jaren moeilijk. Dat vertaalt zich in een daling van het totale thuisverbruik van vlees (inclusief gevogelte en wild) van 34,9 kilo per Belg in 2008 tot 31,8 kilo per capita in 2013.

Bijna alle Belgische gezinnen (96%) kopen kip en ze doen dit gemiddeld 19 keer per jaar. In 2013 daalde zowel het aantal kopende gezinnen als de aankoopfrequent lichtjes, maar dit werd gecompenseerd door een groter volume per aankoop. In een dalende vleesmarkt blijft het thuisverbruik van kip de laatste jaren dus relatief stabiel. De 8,1 kilo aan kip die we jaarlijks aankopen, bestaat voor 7 kilo uit verse kip en 1,1 kilo uit diepvrieskip. De volledige braadkip verliest ieder jaar aan populariteit ten koste van kippenstukken.

De Belg koopt zijn stukje kip of kalkoen meestal in hypermarkten of grotere supermarkten (Colruyt, Delhaize Super, Carrefour Market...). Zij verliezen wel jaarlijks marktaandeel aan hard discount (Aldi en Lidl). Maar het zijn vooral de slagers die als verkoopkanaal fors inboeten en in 2013 nog een volumeaandeel haalden van 15,1 procent voor kip en van 17,4 procent voor kalkoen.

Bron: eigen verslaggeving

Beeld: 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

Crafted by Brigada