nieuws

Biologisch vlees slachtoffer van beter landbouwimago?

nieuws

Het thuisverbruik van bio-vlees is met bijna acht procent gedaald. Zijn de consumenten de voedselcrisissen dan helemaal vergeten? "Dat niet", zegt Ulrike Maris, doctoraatstudente communicatiewetenschappen, "maar wanneer de zieke kippen en varkens verdwijnen uit het nieuws, nemen de mensen hun oude gewoonten weer op. Het bio-vlees, dat toch wel duurder is dan het klassieke broertje, moet er dan eerst aan geloven".

27 MAART 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:54

Het thuisverbruik van bio-vlees is met bijna acht procent gedaald. Zijn de consumenten de voedselcrisissen dan helemaal vergeten? "Dat niet", zegt Ulrike Maris, doctoraatstudente communicatiewetenschappen, "maar wanneer de zieke kippen en varkens verdwijnen uit het nieuws, nemen de mensen hun oude gewoonten weer op. Het bio-vlees, dat toch wel duurder is dan het klassieke broertje, moet er dan eerst aan geloven".

Ulrike Maris, die aan de KULeuven een doctoraat schrijft over de invloed van de voedselberichtgeving, vindt het ergens ook logisch. "De klassieke vleessector heeft via tal van campagnes heel veel gedaan om van zijn negatief, bijna maffia-imago af te raken. De consument heeft er terug vertrouwen in. Maar wanneer er zich vandaag opnieuw een crisis zou voordoen, zullen de mensen feller reageren en zullen de bio-vleesproducten boomen als nooit tevoren".

Uit de VLAM-studie blijkt dat het thuisverbruik van andere biologische producten zoals groenten, brood, zuivel en eieren op peil blijft. Vooral bio-fruit zit in de lift. De Belg gaf er in 2004 zes procent meer aan uit dan het jaar ervoor. Opvallend is ook dat meer dan twee derde van de Belgische gezinnen in 2004 minstens een keer een biologisch product kocht. Het grootste deel daarvan komt uit de supermarkten, die steeds meer de stuwende kracht zijn achter biologische producten. Zo steeg bij Colruyt de omzet van bioproducten in 2004 met twaalf procent.

Trendwatcher Nathalie Bekx: "Vroeger werd bio-eten beschouwd als konijnenvoer. Nu beseft iedereen dat gezonde voeding ook lekker kan zijn. Kijk maar naar het stijgende succes van bio-fastfoodketen Exki. En neen, het zijn niet noodzakelijk vegetariërs. Die groep is verwaarloosbaar. Uit een studie blijkt dat 1 op de 5 vrouwen onder de vijfentwintig vegetariër probeert te zijn. Da's niet uit idealisme, maar om te vermageren. Vroeg of laat vliegen ze toch allemaal op die biefstuk".
Lees ook: geVILT: "Op vlak van bio is België een ontwikkelingsland"

Bron: Het Nieuwsblad

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