nieuws

Consument kiest voor kipfilet en -bereidingen

nieuws

Vorig jaar at de Belg 9,59 kg verse kip, dat is een lichte stijging van 0,7 procent in vergelijking met 2008. Driekwart van het kippenvlees wordt in stukken of in bereide vorm verkocht. Om de populariteit van kippenvlees verder te promoten, lanceert VLAM radiospots op Radio 2, MNM en Q-music.

2 SEPTEMBER 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:12

Lees meer over:
pluimveehouderij
voedingsindustrie

Vorig jaar at de Belg 9,59 kg verse kip, dat is een lichte stijging van 0,7 procent in vergelijking met 2008. Driekwart van het kippenvlees wordt in stukken of in bereide vorm verkocht en dat aandeel zit nog in de lift. Om de populariteit van kippenvlees verder te promoten, zet het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) de campagne 'Goesting in iets goeds' voort door middel van radiospots op Radio 2, MNM en Q-music.

Het aandeel van het segment 'kip' binnen de categorie 'gevogelte' groeit sinds 2002. In 2009 kocht de gemiddelde Belg 9,59 kg verse kip, een lichte stijging van 70 gram of 0,7 procent tegenover 2008. In waarde bedroeg de stijging vier procent waardoor de gemiddelde besteding over het hele jaar uitkwam op 68,12 euro per Belg.

De verkoop van kippendelen en -bereidingen zit de laatste jaren in de lift. De verwerkte kip wint terrein ten nadele van de hele soep- of braadkip. Driekwart van het totale verse kipvolume wordt in stukken of in bereide vorm gekocht. De grootste groeier is kipfilet. Het segment 'andere kipproducten' (met onder meer kippenworst, vol-au-vent en kipsnacks) heeft met 40 procent het grootste volumeaandeel.

70 procent van het volume kippenvlees wordt verkocht in de supermarkten. Discounters Carrefour/GB, Delhaize, Colruyt, Cora, Match, Mestdagh, Champignon en Makro vormen veruit het belangrijkste distributiekanaal en hebben 45 procent van de

kippenmarkt in handen. Op de tweede plaats komt de speciaalzaak met net geen 19 procent marktaandeel, gevolgd door de buurtsupermarkt met 13,8 procent en de hard discount met 11,2 procent.
Van 1 tot 25 september lanceert VLAM de derde golf van 'Goesting in iets goeds? Kip, altijd een goed idee'. De campagne omvat drie radiospots die worden uitgezonden op Radio 2, MNM en Q-music. Met de radiospots mikt VLAM vooral op gezinnen met kinderen om ze te bevestigen in hun keuze voor kip op het menu. Op www.kip.be vind je heel wat informatie, weetjes, tips en recepten met kip.

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