nieuws

# ILVO en UGent zoeken marktstrategie voor dierenwelzijn

nieuws

De consument is vragende partij voor een beter welzijn voor landbouwdieren. Toch lukt het tot op heden moeilijk of niet om investeringen in dierenwelzijn als een verkoopsargument te gebruiken. ILVO en UGent willen de vicieuze cirkel die bestaat tussen consument, veehouder en retailer doorbreken en van dierenwelzijn een "unique selling point" maken.

28 DECEMBER 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:20

Lees meer over:
melkvee
dierenwelzijn

De consument is vragende partij voor een beter welzijn voor landbouwdieren. Toch lukt het tot op heden moeilijk of niet om investeringen in dierenwelzijn als een verkoopsargument te gebruiken. Het Instituut voor Landbouw- en Visserijonderzoek (ILVO) en de Universiteit Gent willen de vicieuze cirkel die bestaat tussen consument, veehouder en retailer doorbreken en van dierenwelzijn een "unique selling point" maken.
Het nieuwe project MELKWEL draait rond de vraag hoe je dierenwelzijn kan 'verkopen'. Hoe kan dierenwelzijn van melkvee op een wetenschappelijk gefundeerde manier in marktstrategieën opgenomen worden?
Dierenwelzijn in de melkveehouderij is reeds een potentiële marketingstrategie, maar tot op heden ontbreekt het in Vlaanderen aan de nodige coördinatie om dit mogelijk te maken. De consument vraagt een beter welzijn voor productiedieren. Hiervoor moet de veehouder investeren in zijn bedrijf, terwijl de retailer een afzetmarkt dient te identificeren voor hij de welzijnsvriendelijke producten inkoopt.
"De één onderneemt dus geen actie vóór de ander dit ook doet. Dat komt door een gebrek aan wetenschappelijke fundering. Het doel van MELKWEL is deze basis te

bieden en zo de bestaande impasse te remediëren", verduidelijkt ILVO in zijn jongste overzicht van op stapel staande en (bijna) afgeronde onderzoeken.
ILVO en UGent zullen alle relevante spelers betrekken bij de zoektocht naar oplossingen. Via welzijnsanalyses willen de onderzoekers een beeld krijgen van de welzijnsproblemen en risicofactoren bij melkvee in Vlaanderen. Zo ontdekken ze waar melkveehouders zich positief kunnen onderscheiden en ontwikkelen ze een economisch realiseerbare monitoring van dierenwelzijn.
Het consumentenonderzoek zal zich richten op de houding tegenover het welzijn van melkvee. Hoe denken ze dat het gesteld is met het welzijn van koeien in Vlaanderen, wat vinden ze belangrijk, over welke kennis beschikken de consumenten, in welke informatie is de consument geïnteresseerd? Op basis hiervan zullen verschillende marketingstrategieën getest worden. "Op deze manier zullen we zoeken naar de beste strategie om de consument tot een diervriendelijke productkeuze te begeleiden", beloven de onderzoekers.

**Bron:** ILVO Nieuwsgolf

**Beeld:** Danone


## 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