nieuws

Jongeren weten weinig over melk en zuivel

nieuws

Naar aanleiding van de Wereldmelkdag op 1 juni liet VLAM een omvangrijke enquête uitvoeren naar het zuivelgebruik van jongvolwassenen. Daaruit blijkt dat millennials positief staan ten opzichte van zuivelproducten: ze vinden ze vanzelfsprekend, gezond, kwaliteitsvol en lekker. Daartegenover staat wel dat ze weinig weten over zuivel – zeker bij de 18- tot 24-jarigen is de kennis laag. Aan de productiekant van het verhaal tonen cijfers van de federale overheidsdienst Economie aan dat de productie van kaas, melkpoeder en boter vorig jaar is gestegen. De productie van halfvolle melk, chocolademelk, yoghurt en gefermenteerde melk liep dan weer terug.

31 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:41

Lees meer over:
melkvee
onderzoek



Naar aanleiding van de Wereldmelkdag op 1 juni liet VLAM een omvangrijke enquête uitvoeren naar het zuivelgebruik van jongvolwassenen. Daaruit blijkt dat millennials positief staan ten opzichte van zuivelproducten: ze vinden ze vanzelfsprekend, gezond, kwaliteitsvol en lekker. Daartegenover staat wel dat ze weinig weten over zuivel – zeker bij de 18- tot 24-jarigen is de kennis laag. Aan de productiekant van het verhaal tonen cijfers van de federale overheidsdienst Economie aan dat de productie van kaas, melkpoeder en boter vorig jaar is gestegen. De productie van halfvolle melk, chocolademelk, yoghurt en gefermenteerde melk liep dan weer terug.

Uit cijfers van de FOD Economie blijkt dat de productie aan natuurkaas en melkerijboter vorig jaar steeg met respectievelijk 8,9 en 5,5 procent. De totale productie van consumptiemelk daarentegen, daalde in 2017 met twee procent. Ondanks de daling blijven consumptiemelk, melkdranken en verse zuivelproducten veruit de belangrijkste producten in de Belgische zuivelverwerking. Vorig jaar bedroeg de totale productie van consumptiemelk, chocomelk en vitamineerde melk ongeveer 843 miljoen liter. Zuivelproducten die graag gezien worden door de millenials, jongeren van 18 tot 30 jaar. “Millennials hebben een positief beeld van zuivel en gebruiken het graag”, klinkt het bij VLAM.

"87 procent van hen vindt zuivelproducten lekker en een soortgelijk aantal (86%) vindt ze passen in een hedendaagse levensstijl. 82 procent vindt zuivelproducten kwaliteitsvol en voor 81 procent zijn ze een essentieel onderdeel van gezonde voeding", weet Liliane Driesen, woordvoerder van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). "Een even groot percentage vindt ze trouwens een vast onderdeel van onze eetcultuur – een basisproduct dus. De favoriete zuivelproducten van de millennials zijn trouwens kaas, roomijs en yoghurt – in die volgorde. Maar ook gewoon pure melk of melk om bij je ontbijtgranen te voegen scoort nog steeds goed."
De enquête werd afgenomen bij 1.000 millennials van 18 tot 30 jaar door het onderzoeksbureau iVOX in opdracht van VLAM. Hoewel de ondervraagden een positief beeld hebben van zuivel, weten ze er weinig over. "Dat zuivel goed is voor je botten, dat weten zeven op de tien van de millennials nog wel", laat VLAM weten. "Maar voor de rest is hun kennis over de gezondheidsaspecten van melk en zuivel geen hoogvlieger." Uit de resultaten blijkt dat ongeveer de helft van de ondervraagden denkt dat veel mensen lactose-intolerant zijn - wat bij ons helemaal niet zo is. Zes op de tien millennials weten niet dat veel mensen die lactose-intolerant zijn wel nog een zekere hoeveelheid zuivelproducten mogen eten.
"Nog eens zes op de tien twijfelen bij de vraag of melkproducten het risico op kanker, hart- en vaatziekten en diabetes verhogen", aldus VLAM. "Onterecht, er zijn zelfs sterke aanwijzingen dat ze - yoghurt in het bijzonder - het risico op darmkanker en diabetes type 2 helpen verlagen. Dat wordt ook bevestigd door de voedingsdriehoek, waar melk, yoghurt en kaas deel uitmaken van de lichtgroene zone. Slechts drie op de tien jonge respondenten bevestigen dat melk niet thuishoort in de rode zone - met producten waar je het best zo weinig mogelijk van consumeert - van de voedingsdriehoek."
"Dat zijn opmerkelijke resultaten", zegt Inge Coene, voedingsdeskundige en voedingsvoorlichter bij VLAM. "We zien dat de feitelijke kennis van melk en zuivel bij de jongere generatie achteruitgaat en dat baart ons zorgen. Daarom heeft VLAM besloten om diverse initiatieven te nemen richting millennials: we lanceren meteen een quiz over melk en zuivel, waar millennials hun eigen kennis kunnen testen. Daarnaast plannen we vanaf het nieuwe academiejaar ook acties op sociale media en in real life. VLAM zal de actuele kennis – en de melkveehouder zelf – letterlijk naar het kot van onze studenten brengen!"

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