nieuws

Leer als voedselproducent 400.000 nieuwe klanten kennen

nieuws

Iedereen weet dat moslims liever bedanken voor varkensvlees, maar verder tast de Vlaamse agrovoedingssector in het duister omtrent de culinaire voorkeuren van de moslimconsument en de verkoopkanalen die deze groeiende groep consumenten frequenteert. Kunnen we karnemelkproductie nieuw leven inblazen? Waarom geen bibers of okra telen? Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) ziet tal van onbenutte marktkansen in zogenaamd 'etnisch voedsel', en vroeg daarom aan de studiedienst van de Vlaamse landbouwadministratie om de voedingsgewoonten van Turkse en Marokkaanse Belgen onder de loep te nemen. De resultaten van de studie worden op 26 oktober voorgesteld tijdens een studienamiddag in Antwerpen.

13 OKTOBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:37

Lees meer over:
consument
marketing



Iedereen weet dat moslims liever bedanken voor varkensvlees, maar verder tast de Vlaamse agrovoedingssector in het duister omtrent de culinaire voorkeuren van de moslimconsument en de verkoopkanalen die deze groeiende groep consumenten frequenteert. Kunnen we karnemelkproductie nieuw leven inblazen? Waarom geen bibers of okra telen? Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) ziet tal van onbenutte marktkansen in zogenaamd 'etnisch voedsel', en vroeg daarom aan de studiedienst van de Vlaamse landbouwadministratie om de voedingsgewoonten van Turkse en Marokkaanse Belgen onder de loep te nemen. De resultaten van de studie worden op 26 oktober voorgesteld tijdens een studienamiddag in Antwerpen.

De bevolking in Vlaanderen is erg divers wat etnische achtergrond betreft. Bijna één op vijf 'Vlamingen' is van buitenlandse origine. Zeker in de steden groeit het aantal inwoners met een buitenlandse herkomst. Toch blijft de Vlaamse land- en tuinbouw zich traditioneel richten op de Westerse consument. VLAM, het promotieorgaan voor land- en

tuinbouwproducten, beseft dat de sector zo enorm veel kansen misloopt. Waar Oost-Europeanen en Zuid-Europeanen die in Vlaanderen wonen hun gading wel zullen vinden in de supermarkt, is het maar de vraag of ook de moslimconsument op zijn wenken bediend wordt door het huidige voedingsaanbod in de gangbare verkoopkanalen.
“Naar schatting 400.000 inwoners uit Vlaanderen hebben een moslimculturele achtergrond”, vertelt Kris Roels, beleidsondersteuner van het Departement Landbouw en Visserij. “Vandaag is de halal voedingsmarkt in ons land goed voor een geschatte omzet van twee miljard euro. Op Europees niveau gaat het over een marktwaarde tussen 40 en 100 miljard euro, en die zal nog groeien de komende jaren”, weet Roels. Hij schreef in 2013 mee aan een verkennend rapport over halalvoeding in Vlaanderen. Op vraag van VLAM zoomde de studiedienst dieper in op de moslimconsument. “We weten dat Vlaamse land- en tuinbouwers zich voor hun afzet niet op de moslimbevolking richten omdat ze niet vertrouwd zijn met deze doelgroep en hun specifieke consumentenvoorkeuren. Wat beschikbaar is aan kennis hebben we verzameld”, aldus Roels.
Het Departement Landbouw en Visserij en VLAM willen de koudwatervrees helpen overwinnen zodat marktkansen door onze boeren en tuinders benut worden, in plaats van dat ze ingevuld worden door voedselimport. De onderzoeker van de landbouwadministratie verzekert dat ‘de moslimconsument’ een bereikbare doelgroep is: “We zien een geleidelijk opkomende middenklasse binnen de Marokkaanse en Turkse gemeenschap in ons land, met een sterke identiteitsbeleving gelinkt aan herkomst en religie en meer bewustzijn inzake voedselconsumptie. Door Westerse invloeden evolueert hun traditionele eetcultuur stilaan naar een hybride eetcultuur. Nog altijd zijn traditionele etnische aankoopkanalen dominant, maar het belang van andere kanalen neemt toe.”
VLAM wil de agrovoedingssector helpen om de moslimconsument aan te spreken. Het rapport van het Departement Landbouw en Visserij onderbouwt de kennis die gedeeld zal worden tijdens een studienamiddag in Antwerpen op 26 oktober. Kris Roels licht er zijn voornaamste bevindingen toe, waarna senior marketingadviseur Luc Van Bellegem (VLAM) blootlegt welke verschillen er zijn in consumptiegedrag tussen autochtone en allochtone Vlamingen, meer bepaald moslimconsumenten. “Van de 5.000 consumenten uit het GfK-panel zijn er 300 van buitenlandse origine. Daarbij zijn nogal wat Turken en (Noord-)Afrikanen. Wat vleesaankopen betreft, kiezen zij bijvoorbeeld vaker dan de Vlaming voor kip en gevogelte, diepvreesvlees en vleesvervangers.”
Nog meer inzicht krijgen in hun voedingsgewoonten opent tal van mogelijkheden voor Vlaamse landbouw- en voedingsbedrijven. Bovendien geeft een expert van het etno communicatie- en marketingbureau Tiqah tijdens het seminarie praktische handvatten om moslimconsumenten beter te bereiken met aangepaste voedingsproducten en aangepaste communicatie. Deelnemen aan het seminarie is gratis maar inschrijven voor 20 oktober is wenselijk. Alle praktische info vind je hier.

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