nieuws

Maaltijdbox nog niet ingeburgerd in Vlaanderen

nieuws

Het Duitse HelloFresh maakt zijn intrede op de beurs van Frankfurt en wil daar zo'n 300 miljoen euro ophalen om verder te groeien. De beursgang moet het bedrijf op 1,5 miljard euro waarderen. In Vlaanderen is de maaltijdbox voorlopig nog geen doorslaand succes. Slechts 5 procent van de Vlamingen zegt geregeld een maaltijdbox te kopen, zo bleek uit cijfers die het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) in april bekendmaakte.

2 NOVEMBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:42

Lees meer over:
consument



Het Duitse HelloFresh maakt zijn intrede op de beurs van Frankfurt en wil daar zo'n 300 miljoen euro ophalen om verder te groeien. De beursgang moet het bedrijf op 1,5 miljard euro waarderen. In Vlaanderen is de maaltijdbox voorlopig nog geen doorslaand succes. Slechts 5 procent van de Vlamingen zegt geregeld een maaltijdbox te kopen, zo bleek uit cijfers die het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) in april bekendmaakte.

HelloFresh is de grootste speler op de markt van de maaltijdboxen, abonnementsformules waarbij wekelijks een doos met ingrediënten thuis wordt afgeleverd, met recepten erbij. Maar ook al wordt het concept een grote groei toegedicht, voorlopig nemen de maaltijdboxen nog niet zo'n hoge vlucht in Vlaanderen. Slechts 5 procent van de Vlamingen zegt geregeld een maaltijdbox te kopen. Er werden toen 500 'verantwoordelijken voor aankopen binnen het gezin' bevraagd. Acht procent van hen zegde ooit een maaltijdbox te hebben gekocht, maar dat nu niet meer te doen. Slechts 7 procent stelde 'interesse in het concept te hebben'.

Dat doet vragen rijzen over het potentieel van de niche, zeker als je weet dat liefst 80 procent van de ondervraagden nog nooit een box had gekocht en zegde dat waarschijnlijk ook niet te zullen doen. “Toch denk ik dat meer groei mogelijk is”, zegt Sarah Daniëls, een onderzoekster aan de VUB, die vorig jaar promoveerde met een doctoraat over 'gemaksvoedsel'. “We leven in een gehaaste samenleving. Met zulke pakketten moet je geen tijd besteden aan winkelen. Je moet je niet afvragen: wat gaan we vanavond weer eten? Tegenwoordig worstelen mensen ook met allerhande vragen: wat is goed, wat is gezond, wat is duurzaam? Het levert keuzestress op. Met maaltijdpakketten wordt dit probleem uitbesteed aan de producenten.”

Professor Ignace Glorieux, promotor van het doctoraat, beschouwt maaltijdboxen als 'een goede tussenoplossing' tussen de diepvriespizza en de klassieke, thuisgemaakte maaltijd. “Echt gemaksvoedsel, zoals diepvriespizza's, stuit vooral bij vrouwen op weerstand”, zegt hij. “Bij hen leeft toch nog steeds het gevoel dat koken een gift to the family is, waarbij je zorgt dat gezinsleden goed eten. HelloFresh speelt daarop in, door het gevoel te geven: ik heb toch een maaltijd bereid. Mensen die die boxen al gebruiken, zijn vaak twintigers of dertigers, wanneer ze 60 zijn, zullen ze dat misschien nog steeds doen. De markt gaat groeien, maar ook verbreden. Want ook de supermarkten spelen er nu op in.”

Zo lanceerde Colruyt vorige maand nog zijn eigen box, de 'Lekker Koken-maaltijdbox' die zich richt op gezinnen met kinderen. Dat mag niet verrassen, stelt Sarah Daniëls. “Gebruikers van maaltijdboxen zijn vooral gezinnen waar beide ouders gaan werken.” Klanten van Colruyt kunnen hun box bestellen via de website en daarna oppikken aan het afhaalpunt van een Colruyt-winkel. Ook Carrefour en Delhaize zijn op de kar gesprongen. Zo kwam Carrefour met de box 'Simply you', en doet Delhaize het met 'Click & Cook'.
En dan zijn er nog de online-concurrenten, in de vorm van Marley Spoon of het Belgische Smartmat. Bij HelloFresh beseffen ze heel goed dat het stilaan dringen wordt in maaltijdboxenland. “We kampen met concurrentie van traditionele offline verkopers van levensmiddelen”, klinkt het in de prospectus van de beursgang. “Van online en offline bezorgdiensten, van andere bedrijven in de voedingssector en van mogelijke nieuwe spelers.” Maar de maaltijdboxen-sector heeft wel de wind in de zeilen, klinkt het. Doordat klanten almaar meer online shoppen, en tijd willen besparen door dat ook voor maaltijden te doen. HelloFresh werd in 2011 opgericht en telt meer dan 2.000 medewerkers. Er maken bijna 1,3 miljoen klanten gebruik van de diensten van de maaltijdboxbezorger.

Bron: De Standaard

Beeld: HelloFresh

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