Vleesaankoop voor thuis duikt onder 20 kilo per Belg

De aankoop van vlees daalt verder maar de Belg is en blijft een vleeseter. Zo communiceert VLAM over de bevindingen van marktonderzoekbureau GfK Belgium, dat continu de voedingsaankopen voor thuisverbruik volgt bij 5.000 Belgische gezinnen. Bijna 99 procent van de gezinnen kocht vorig jaar vlees, gevogelte of wild maar in plaats van een totale hoeveelheid van 27 kilo zoals in 2002 gaat het nu om net geen 20 kilo meer. Varkens-, rund- en ander vlees blijft met een volumeaandeel van iets minder dan 57 procent de belangrijkste categorie maar gevogelte wint aan belang.

18 APRIL 2016 – LAATSTE UPDATE 14 SEPTEMBER 2020 14:34

Lees meer over:
consument



De aankoop van vlees daalt verder maar de Belg is en blijft een vleeseter. Zo communiceert VLAM over de bevindingen van marktonderzoekbureau GfK Belgium, dat continu de voedingsaankopen voor thuisverbruik volgt bij 5.000 Belgische gezinnen. Bijna 99 procent van de gezinnen kocht vorig jaar vlees, gevogelte of wild maar in plaats van een totale hoeveelheid van 27 kilo zoals in 2002 gaat het nu om net geen 20 kilo meer. Varkens-, rund- en ander vlees blijft met een volumeaandeel van iets minder dan 57 procent de belangrijkste categorie maar gevogelte wint aan belang.

We eten minder vaak vlees of een kleiner stukje vlees. Dat kan je concluderen uit de monitoring van de voedingsaakopen voor thuisverbruik in opdracht van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). In 2015 kocht de Belg gemiddeld 20 kilo vlees (-4%) en 10 kilo gevogelte en wild (-1%), samen goed voor een jaarbesteding van 268 euro per capita. Bijna 99 procent van de Belgische gezinnen kocht vorig jaar vlees, gevogelte of wild en deed dat gemiddeld 54 keer of twee keer minder dan in 2014 en negen keer minder dan in 2008. Voor vis, week- en schaaldieren kwam de thuisconsumptie vorig jaar uit op 6 kilo per capita (-3%) en voor vegetarische vleesvervangers op 280 gram per capita (+18%).

De aankoop van vlees voor thuisverbruik is de laatste jaren gedaald. Tussen 2002 (27,1 kilo vlees) en 2015 (20 kilo) bedraagt de daling een kwart. Gevogelte en wild blijft relatief stabiel en hierbinnen weet kip te groeien. De belangrijkste reden voor deze daling is volgens VLAM een dalende aankoopfrequentie en een krimpend volume per aankoop. De gemiddeld prijs van vers vlees bleef vorig jaar status quo waardoor de vleesbestedingen ook met zo'n vier procent daalden.

Het pure verse varkensvlees kon zich, binnen een dalende vleesmarkt, handhaven op een aankoop van 5,9 kilo per capita waardoor het volumeaandeel in de vleeskorf steeg van 30 naar 31 procent. De relatieve winst van het pure varkensvlees wordt tenietgedaan door het verlies bij de vleesmengelingen, die voor het overgrote deel uit varkensvlees bestaan. De vleesmengelingen blijven in volume de grootste categorie. Met een volume van 6,9 kilo per capita maken ze ondertussen 36 procent van het aangekochte volume vers vlees uit. Dit segment daalde wel sterker dan het marktgemiddelde.

In waarde worden de vleesmengelingen ingehaald door rundvlees. Ondanks een verdere daling van 5 naar 4,7 kilo per capita blijft het waarde-aandeel van rundvlees op 32 procent. Met 92 procent penetratie trekt deze vleessoort ook de meeste kopers aan binnen de vleesrayon. De gemiddelde prijs van rundvlees was met 12,29 euro per kilo in 2015 iets hoger dan het jaar voordien. Kalfsvlees kon in 2014 als enige vleessoort meer kopers aantrekken maar vorig jaar speelde kalfsvlees het surplus opnieuw kwijt. 54 Belgische gezinnen op 100 kochten deze vleessoort. De aankopen van kalfsvlees

daalden vorig jaar met 70 gram tot 710 gram per capita. Kalfsvlees werd goedkoper waardoor het waarde-aandeel binnen de vleeskorf daalde van zes naar vijf procent.
Schapen- en lamsvlees is met drie procent volume-aandeel een klein maar stabiel segment in de vleesmarkt. De aankopen blijven de jongste jaren stabiel op 600 gram per capita. 44 procent van de Belgische gezinnen kopen deze vleessoort en ze doen dit gemiddeld 4,5 keer per jaar. De grootste verliezers in de vleesrayon zijn de kleine segmenten paarden- en orgaanvlees. Orgaanvlees werd acht jaar geleden door één op de vier Belgen gekocht en vorig jaar maar door één op de zes meer. De aankopen halveerden van 300 naar 150 gram per kop. Paardenvlees volgt deze neerwaartse trend en daalde in dezelfde periode van 260 naar 120 gram. 13 gezinnen op 100 kochten in 2015 vers paardenvlees ten opzichte van 25 in 2008. Opmerkelijk is wel dat de gemiddelde aankoopfrequentie van deze beide segmenten stabiel blijft. De kopers die blijven, kopen deze vleessoorten dus vaker.
Charcuterie is een zeer stabiele markt over de jaren heen. Vorig jaar kocht de Belg evenveel vleeswaren dan het jaar voordien. Enkel de gemiddelde prijs daalde waardoor de besteding 1,5 procent lager uitkwam. De Belg koopt ruim 11 kilo vleeswaren en besteedt er 127 euro aan. Binnen de vleeswaren groeit het aandeel van kalkoen- en kipbereidingen. De zoutwaren en de gekookte ham blijven de grootste segmenten en vertegenwoordigen elk een vierde van deze markt. Meesterlyck deed het de voorbije jaren binnen de charcuteriemarkt zeer goed en groeide zowel in marktaandeel als in aantal kopers. 59 op 100 Belgische gezinnen kochten in 2015 Meesterlyck-ham.
Voor vleeswaren is de hard discount het afzetkanaal dat het meeste terrein wint. Met een marktaandeel van 34 procent komt het in de buurt van de gewone supermarkten die 36 procent van de charcuteriemarkt in handen hebben. Ook qua distributie van het ander vlees blijft de supermarkt het belangrijkste aankoopkanaal voor vers vlees met bijna 41 procent marktaandeel. De slager kon vorig jaar wat terrein terugwinnen en steeg boven de 24 procent volumeaandeel. Hard discount is binnen vlees een kleinere speler maar ontwikkelt zich snel. Dit kanaal verdubbelde zijn marktaandeel in zes jaar tijd en viel vorig jaar terug op 11,4 procent. De buurtsupermarkten blijven schommelen rond de 17 procent marktaandeel.
Het marktonderzoek geeft enkel een idee van het thuisverbruik van vlees maar dat maakt het niet minder belangrijk. “Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats voor voeding”, legt VLAM uit. “Van het totaal aantal consumptiemomenten vindt twee derde thuis plaats. Voor vlees en gevogelte vindt zelfs drie vierde van de consumptiemomenten thuis plaats. Vooral gemengd vlees en varkensvlees worden relatief vaak thuis gegeten. Rundvlees komt al wat vaker in een horecazaak op het bord, namelijk in tien procent van de keren dat rundvlees gegeten wordt. Thuis is ook voor vleeswaren veruit de belangrijkste consumptieplaats maar minder prominent dan voor vers vlees.”

Beeld: VLAM

VILT vzw
Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact
T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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

---

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy

Webdesign by Code d'Or