



Rapport:

CONSUMPTIETRACKER VLAM 2024

Wat eten en drinken Belgen op een doorsneeddag? Met de Consumptietracker 2024 biedt VLAM een uniek en representatief inzicht in het dagelijkse voedingsgedrag van Belgen tussen 18 en 75 jaar. Op basis van 7.300 consumptiedagen, verzameld via een doorlopende 'day after recall' bevraging, brengt dit rapport in kaart wat, wanneer, waar en door wie er gegeten wordt. De lezer wordt meegenomen doorheen de verschillende consumptiemomenten – van ontbijt tot avondmaal en tussendoortjes – en krijgt een gedetailleerde analyse per productcategorie. Daarnaast worden opvallende verschillen blootgelegd tussen leeftijdsgroepen, regio's, sociale klassen en herkomst. Ook de invloed van week versus weekend en seizoenen komt aan bod. Dit rapport is dan ook een onmisbare bron voor wie het Belgische voedingslandschap beter wil begrijpen.

HIGHLIGHTS

Op basis van 7.300 onderzochte consumptiedagen blijkt dat de Belg gemiddeld drie hoofdmaaltijden en minstens één tussendoortje per dag nuttigt, met een sterke voorkeur voor thuisconsumptie en zelfbereiding, al winnen afhaal, thuislevering en buitenshuisverbruik aan belang, vooral bij jongere en stedelijke profielen.

Brood, water, vlees en groenten blijven vaste waarden in het Belgische eetpatroon, al zien we bij jongere generaties een verschuiving naar ontbijtgranen, plantaardige alternatieven, exotisch fruit en gemaksproducten. De consumptie varieert sterk naargelang leeftijd, geslacht, regio, sociale klasse en roots, met duidelijke verschillen in productvoorkeuren, eetmomenten en consumptieplaatsen.

Seizoenen en weekdagen beïnvloeden het eetgedrag aanzienlijk: in het weekend en de zomer wordt vaker buitenshuis gegeten en grijpt men sneller naar feestelijke of verwenproducten zoals frietjes, gebak en alcohol. Op weekdagen overheersen functionaliteit en gewoonte, met een voorkeur voor traditionele producten en thuisbereide maaltijden.

Hoewel de dagpenetratie van klassieke producten zoals gekookte aardappelen, brood en groenten licht daalt, blijven ze belangrijk in het Belgische eetpatroon. Tegelijk zien we een licht stijgende populariteit van pasta, ontbijtgranen en plantaardig alternatieven voor zuivel. De Belg combineert steeds vaker traditioneel met modern, thuis met buitenshuis en gezondheid met genot.



OVER HET ONDERZOEK

Om een goed beeld te krijgen van wat Belgen eten en drinken, doet VLAM een doorlopende bevraging bij **Belgen tussen 18 en 75 jaar**. Dit online kwantitatief onderzoek wordt uitgevoerd door het marktonderzoeksbureau **iVox**. Elke dag worden een twintigtal verschillende personen bevroegd over wat ze de dag voor het onderzoek gegeten en gedronken hebben (**day after recall**). Op jaarbasis levert dit een steekproef op van 7.300 respondenten en dus **7.300 onderzochte consumptiedagen**. De data zijn per kwartaal **representatief** op regio, leeftijd, geslacht, urbanisatiegraad en sociale klasse. Door elke dag van het jaar te bevragen, vermijden we vertekeningen door weekdagen, weersomstandigheden en seizoenen.

In dit rapport focussen we op de resultaten van **2024**. Door een vernieuwde vragenlijst sinds juli 2023 kunnen we deze data niet rechtstreeks vergelijken met voorgaande jaren. Toch geven we waar mogelijk een breder perspectief door evoluties te tonen tussen 2017 (soms 2014) en 2022 op basis van de vorige vragenlijst.

Belangrijk om weten: we vragen naar de werkelijke consumptie op de dag vóór het onderzoek. We weten dus wat ze die onderzochte dag geconsumeerd hebben, maar niet hoe vaak ze dit consumeren. We vragen ook enkel of ze het product geconsumeerd hebben en niet hoeveel ze daarvan geconsumeerd hebben. We gebruiken in dit rapport dus geen frequenties, volumes of bestedingen, maar vaak '**dagpenetratie**' als eenheid: het percentage Belgen dat op de dag voor het onderzoek dat product geconsumeerd heeft of anders gezegd 'het percentage Belgen dat op een gemiddelde dag in het jaar dat product geconsumeerd heeft'. Die term 'dagpenetratie' mag dus NIET geïnterpreteerd worden als het percentage Belgen dat het product dagelijks consumeert. We verduidelijken nog even met een concreet voorbeeld: een dagpenetratie van gekookte aardappelen van 21% betekent dat 21% van de Belgen de dag voor het onderzoek gekookte aardappelen gegeten hebben of ruimer geformuleerd dat als je een foto neemt van een gemiddelde dag in het jaar dat die dag dan 21% van de Belgen gekookte aardappelen eten. Het betekent NIET dat 21%% van de Belgen dagelijks gekookte aardappelen eten en ook NIET dat nog slechts 21% van de Belgen gekookte aardappelen eten.

Met deze info in het achterhoofd ben je klaar voor een reis door de culinaire dag van de Belg. We starten met de verschillende **consumptiemomenten** (ontbijt, middagmaal, avondmaal en tussendoortjes), gevolgd door een **analyse per productcategorie**. Tot slot bekijken we de cijfers vanuit **enkele socio-demografische profielen**.

INHOUDSTAFEL

CONSUMPTIEMOMENTEN

HET ONTBIJT	5
HET MIDDAGMAAL	6
HET AVONDMAAL	7
TUSSENDORTJES	8
WARME MIDDAG- EN AVONDMAALTIJDEN	9
WEEK VERSUS WEEKEND	10
DE SEIZOENEN	11

PRODUCTGROEPEN

AARDAPPELEN EN ANDERE MAALTIJDBEGELEIDERS	12
GROENTEN	14
FRUIT	16
NOTEN, ZADEN EN PITTEN	18
VLEES, VIS EN PLANTAARDIGE ALTERNATIEVEN	
VOOR VLEES EN VIS	19
EIEREN	22
ZUIVEL	22
GRAANPRODUCTEN	24
CHOCOLADE, SNOEP EN CHIPS	25
DRANKEN	26

PROFIELVERSCHILLEN

LEEFTIJD	27
GESLACHT	29
REGIO	29
SOCIALE GROEPEN	30
ROOTS	31

CONSUMPTIEMOMENTEN

HET ONTBIJT

84% van de Belgen heeft de dag voor het onderzoek ontbeten. Vooral 65- tot 74-jarigen, vrouwen, samenwonenden, hoger opgeleiden en personen uit de hogere sociale groepen namen een ontbijt. Maar ook bij groepen die minder ontbijten zoals 18- tot 54-jarigen, alleenwonenden en lagere sociale groepen nam toch nog 8 op de 10 de dag voordien een ontbijt. We merken doorheen het jaar geen significante verschillen, dus het percentage ontbijters verschilt niet afhankelijk van de weekdag en het seizoen.

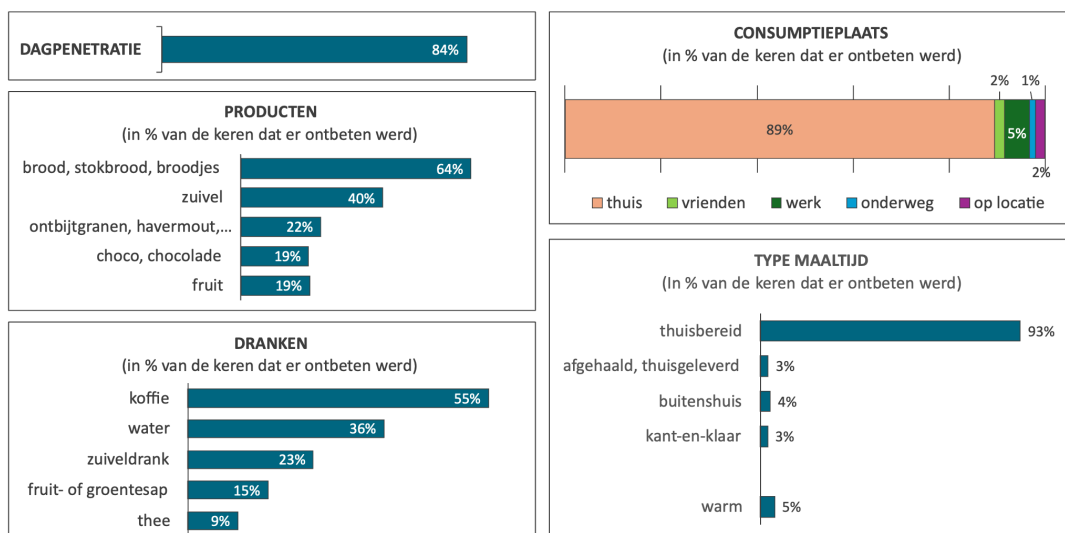
Ontbijten gebeurt meestal thuis: bijna 9 op de 10 ontbijten in België in 2024 vonden thuis plaats. Dat geldt voor alle profielen, al zien we iets meer ontbijt buitenshuis bij 18- tot 44-jarigen, alleenwonenden, stedelingen, beroepsactieven, mensen uit hogere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots. Op zaterdag wordt het ontbijt het vaakst thuis genuttigd. De tweede belangrijkste ontbijtplaats is het werk, gevolgd door familie en vrienden, onderweg en op locatie (hotel, zorginstelling, restaurant, ...). Ontbijt buitenshuis kan ook (gedeeltelijk) van thuis meegenomen zijn en ontbijt thuis kan ook afgehaald of thuisgeleverd zijn. **93% van de ontbijten in 2024 waren minstens deels thuisbereid.** Daarnaast werd 4% (deels) buitenshuis gekocht, 3% afgehaald of thuisgeleverd en 3% kant-en-klaar.

Brood is veruit het belangrijkste ontbijtproduct. Bij 64% van de ontbijten in 2024 stond er brood

(incl. stokbrood, sandwiches, pistolets, ...) op tafel. Leeftijd is hier wel een belangrijke factor: bij 65- tot 74-jarigen bevatte 78% van de ontbijten brood terwijl dit bij 18- tot 34-jarigen slechts bij 53% was. Bij 30% van de ontbijten van 18-34 jarigen stonden er ontbijtgranen (incl. havermout, granola, muesli, ...) op het menu en bij 23% koffiekoeken (incl. gebak, pannenkoeken, wafels, ...), terwijl dit bij 65- tot 74-jarigen slechts bij respectievelijk 14% en 11% was. Ook horen ontbijtgranen iets meer bij het ontbijt op een werkdag, terwijl een broodontbijt (inclusief sandwiches, pistolets en broodjes) eerder voor het weekend is en koffiekoeken voor op zondag. Toch bevat ook 14% van de ontbijten op een werkdag koffiekoeken, maar op zaterdag is dit 16% en op zondag 24%. **Ook zuivel heeft een redelijk vaste plaats op de ontbijt tafel:** 40% van de ontbijten bevatten een zuivelproduct, met melk, boter en yoghurt op kop. Andere relatief frequente ontbijtproducten zijn choco(lade), fruit en fruitbereidingen (confituur e.d.). Koffie is dé ontbijtdrank bij uitstek: bij 55% van de ontbijten wordt er koffie gedronken. Maar ook hier noteren we grote verschillen volgens leeftijd: van 78% van de ontbijten van 65-74 jarigen tot slechts 18% van de ontbijten van 18-24 jarigen. Na koffie volgen water, zuivel (melk), fruitsap en thee als belangrijkste ontbijtdranken: bij 36% van de ontbijten wordt er water gedronken, bij 23% een zuiveldrank, bij 15% fruitsap en bij 9% thee.

nam een ontbijt

Het ontbijt in België in 2024



HET MIDDAGMAAL

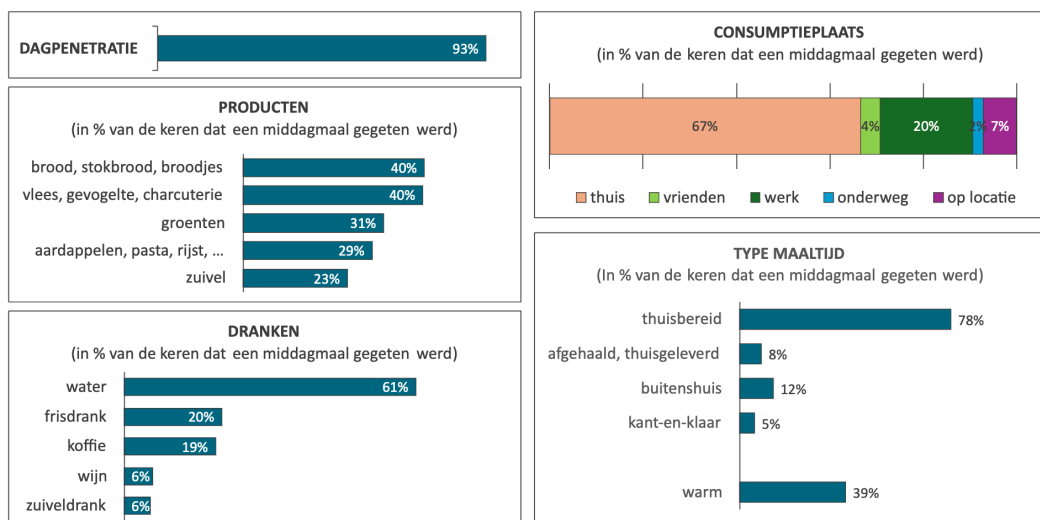
Op een gemiddelde dag in 2024 at 93% van de Belgen iets tijdens de middag. De lunch wordt meestal thuis genuttigd, al ligt dat aandeel lager dan bij het ontbijt: **67% van de middagmaaltijden in 2024 vonden thuis plaats**. Op het werk is de tweede belangrijkste consumptieplaats met een aandeel van 20%. Dit kan zowel gaan over maaltijden die op het werk gekocht werden als om maaltijden die van thuis meegenomen werden of die buitenshuis gekocht werden en vervolgens op het werk opgegeten werden. Verder werden 7% van de middagmaaltijden op locatie gegeten (o.a. in horeca), 4% bij familie en vrienden en 2% onderweg. Het belang van thuis als consumptieplaats voor de middagmaaltijden ligt hoger bij 55- tot 74-jarigen, vrouwen, samenwonenden, Walen, lager opgeleiden, niet-beroepsactieven, mensen uit lagere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots. Daarnaast eten we op werkdagen vaker de middagmaaltijd elders dan thuis dan op weekenddagen. Op een werkdag wordt er logischer wijze meer op het werk geconsumeerd. In het weekend wordt in verhouding tot werkdagen ook vaker 's middags gegeten bij familie en vrienden of op locatie. Opgesplitst naar het type maaltijd, zien we dat 78% van de middagmaaltijden in 2024 (deels) thuisbereid waren. Verder waren 12% van de maaltijden (deels) buitenshuisverbruik, 8% (deels) afgehaald of geleverd en 5% kant-en-klaar.

67%

thuis

Bij de middagmaaltijden zien we een mix van warme en koude (brood) maaltijden, waarbij ouderen 's middags eerder een warme maaltijd eten en jongeren eerder een broodmaaltijd. Maar het merendeel van de middagmaaltijden zijn koude maaltijden: slechts **39% van de middagmaaltijden in 2024 waren een warme maaltijd**. Brood blijft dan ook bij de middagmaaltijd het meest gegeten product (bij 40% van de middagmaaltijden), op de voet gevolgd door **vlees** en vleeswaren (ook 40%). Daarna volgen **groenten** (bij 31% van de middagmaaltijden), maaltijdbegeleiders zoals aardappelen, pasta en rijst (bij 29%) en zuivelproducten zoals kaas, boter en melk (bij 23%). Bij 6 op de 10 middagmaaltijden werd **water** gedronken, veruit de populairste drank bij de middagmaaltijd, gevolgd door frisdrank en koffie.

Het middagmaal in België in 2024



HET AVONDMAAL

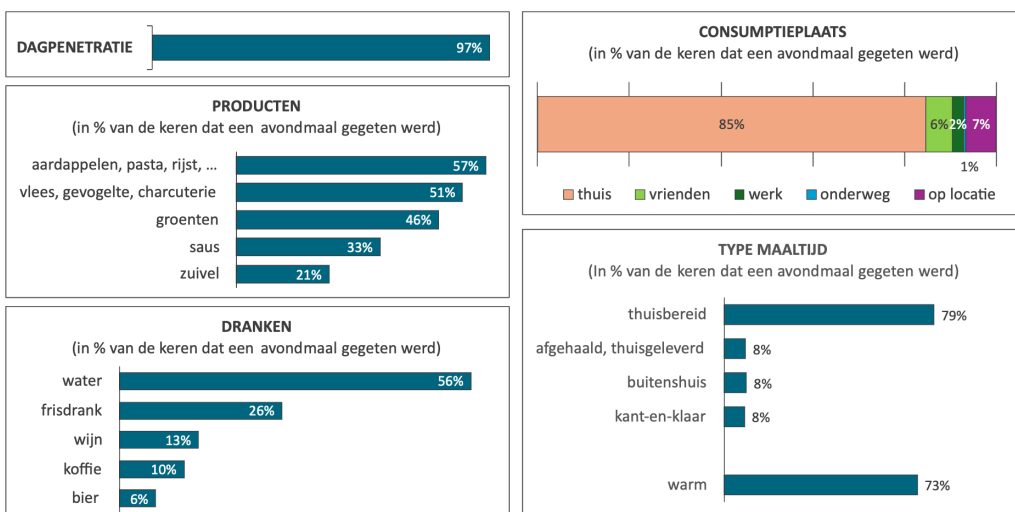
Bijna alle Belgen (97%) aten de dag voor het onderzoek een avondmaaltijd. **De meeste avondmaaltijden worden thuis genuttigd: 85% om precies te zijn.** Vooral 45-74 jarigen, samenwonenden, Walen, lager opgeleiden, niet-beroepsactieven, mensen uit lagere sociale groepen en mensen met enkel inlandse roots eten 's avonds thuis. Op vrijdagavond en in het weekend verschuift dit meer richting buitenshuisconsumptie, maar ook dan blijft thuis de dominante plek: 8 op de 10 avondmaaltijden worden ook op die dagen thuis gegeten. **79% van de avondmaaltijden in 2024 waren minstens deels thuisbereid.** Op een vrijdagavond daalt dit naar 73% en in het weekend naar 75%. Bij 18- tot 34-jarigen waren nog 63% van de vrijdagavondmaaltijden (deels) thuisbereid. Ze gaan dan ook vaak maaltijden afhalen of laten ze thuis leveren.



Net als bij de middagmaaltijden zien we bij de avondmaaltijden een mix van koude of warme maaltijden, maar in tegenstelling tot de lunch is het avondmaal meestal warm: **73% van de avondmaaltijden waren minstens gedeeltelijk een warme maaltijd.** Niet verwonderlijk dus dat de **maaltijdbegeleiders** (aardappelen, pasta, rijst, ...) op dit tijdstip de meest gegeten productcategorie zijn. Daarna volgen **vlees** (incl. vleeswaren), **groenten**, saus en zuivel (kaas, boter, melk, ...). Bij 56% van de avondmaaltijden werd **water** gedronken, gevolgd door frisdranken, wijn, koffie en bier.

73%
warm

Het avondmaal in België in 2024



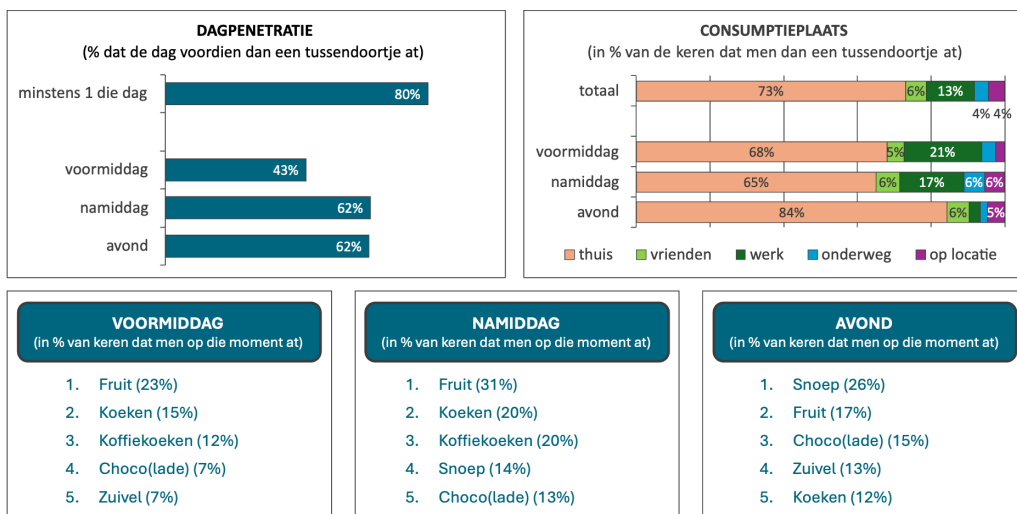
TUSSENDOORTJES

4 op 5 Belgen namen de dag voor het onderzoek minstens één tussendoortje. De populairste momenten zijn de namiddag en de avond (beide een dagpenetratie van 62%), gevolgd door de voormiddag met 43%. Het zijn eerder 18-tot 34-jarigen, thuiswonenden, ouders met kinderen, stedelingen, lager opgeleiden, mensen uit lagere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots die een tussendoortje aten. **In 73% van de gevallen gebeurt dat thuis.** Het werk is de tweede belangrijkste plek met 13%, gevolgd door familie en vrienden, onderweg en elders. De consumptieplaats hangt sterk af van het moment. In de voormiddag en namiddag eten we relatief vaker onze tussendoortjes op het werk of onderweg, 's avonds gebeurt dit vooral thuis.

Fruit is het meest gegeten tussendoortje. De dag voor het onderzoek at 35% van de Belgen minstens één keer fruit als tussendoortje. Daarna volgen **snoep** (25%), **koeken** (23%), bakkerswaren zoals koffiekoeken, wafels, gebak en taart (20%), chocolade (19%) en zuivel (15%). Fruit (appelen, bananen, ...) en zuivel (yoghurt, kaas, ...) worden zowel in de voormiddag, namiddag als avond gegeten als tussendoortje. Koeken en bakkerswaren worden daarentegen eerder gegeten in de voor- of namiddag, terwijl snoep eerder in de avond gegeten worden en 's avonds ook de populairste snack is: 1 op 4 Belgen at de dag voor het onderzoek 's avonds snoep.

80%
at een tussendoortje

Tussendoortjes in België in 2024



WARME MIDDAG- EN AVONDMAALTIJDEN

Omdat zowel de lunch als het avondmaal een mix zijn van warme en koude gerechten, geeft de analyse van de middag- en avondmaaltijden geen duidelijk beeld over de warme maaltijden. Daarom zoomen we nu specifiek in op de warme maaltijden, ongeacht het moment van de dag. **Op een gemiddelde dag in 2024 at 94% van de Belgen een warme maaltijd.** Wie dat niet deed, is eerder alleenstaand en/of heeft geen thuiswonende kinderen en ook in de zomer worden minder warme maaltijden gegeten dan in de andere seizoenen. **2/3 van de warme maaltijden werden 's avonds gegeten, 1/3 's middags.**

Thuis is veruit de belangrijkste consumptieplaats van warme maaltijden: **79% van de warme maaltijden in 2024 werden thuis gegeten.** Verder werden 10% van de warme maaltijden op locatie (bv. horeca) gegeten, 6% bij familie of vrienden en 5% op het werk. Het aandeel van thuis als consumptieplaats van de warme maaltijden stijgt met de leeftijd: van 72% bij 18-tot 34-jarigen tot 84% bij 55-tot 74-jarigen. 18- tot 34-jarigen eten in verhouding eerder warme maaltijden bij familie of vrienden en op het werk of op school. Ook mannen eten in verhouding iets vaker warm op het werk dan vrouwen. Regionaal merken we dat Walen het vaakst warme maaltijden thuis eten, zeker in vergelijking met Brusselaars die in verhouding vaker bij familie en vrienden en op het werk warm eten. Vlamingen eten in verhouding tot Walen en Brusselaars eerder warm op locatie (bv. horeca). Lagere sociale groepen eten eerder thuis warm, terwijl hogere opgeleiden in verhouding meer bij vrienden of familie, op het werk of op locatie

warm eten. Ook mensen met buitenlandse roots eten wat vaker hun warme maaltijd elders dan thuis. Het spreekt daarnaast voor zich dat beroepsactieven vaker op het werk warm eten dan niet-beroepsactieven en dat het aandeel voor 'werk' als consumptieplaats hoger ligt op werkdagen dan in het weekend. En in de zomer eten we wat minder vaak thuis of op het werk warm en wat meer op locatie.

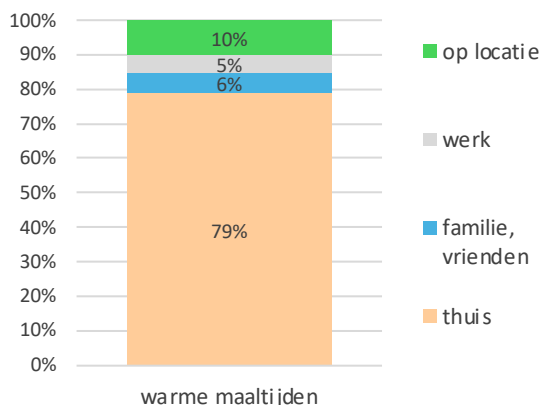
72%

thuisbereid

72% van de warme maaltijden werden in 2024 thuisbereid, 12% werd buitenshuis gegeten, 8% afgehaald of thuisgeleverd en 8% was kant-en-klaar. Voor de coronacrisis daalde het aantal thuisbereide warme maaltijden. Tijdens de pandemie wonnen deze maaltijden logischer wijze aan belang door de lockdowns en groeiden ook de afhaal- en thuislevermaaltijden. Na corona gingen Belgen weer minder warme maaltijden thuis bereiden. De kant-en-klaar maaltijden bleven groeien, en ook de afhaal- of thuisbezorgde maaltijden bleven het na corona goed doen en het buitenshuisverbruik herstelde zich mondjesmaat na de lockdowns. De recentste cijfers leren ons evenwel dat de thuisbereide warme maaltijden heropleven.

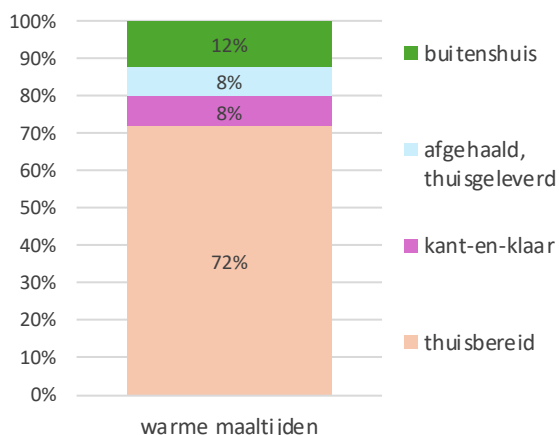
Consumptieplaatsen warme maaltijden in 2024

(in % van de warme maaltijden)



Type warme maaltijden in 2024

(in % van de warme maaltijden)



WEEK VERSUS WEEKEND

Ons eetgedrag verschilt duidelijk tussen weekdagen en het weekend. Op een gewone werkdag kiezen Belgen vaker voor een thuisbereide of kant-en-klare maaltijd. **In het weekend winnen afhaalmaaltijden, thuisgeleverde maaltijden en buitenshuismaaltijden aan belang.** Ook het moment waarop we warm eten verschuift: **in het weekend wordt er vaker 's middags warm gegeten dan op een werkdag.** En ook de consumptieplaats verandert mee. Op weekdagen is het werk uiteraard belangrijker dan in het weekend, terwijl we **in het weekend vaker bij familie of vrienden en op locatie (restaurant, event, ...) eten dan op een werkdag.** **Op weekdagen eten we eerder functioneel en bepalen gewoonte, gemak en gezondheid sterk de productkeuzes:** er wordt dan vaker gekozen voor traditionelere producten en gerechten zoals gekookte aardappelen en vlees en we eten dan ook vaker groenten, fruit en noten. **In het weekend verschuift de productkeuze dan wat meer naar genieten en mag het wat feestelijker zijn.** Denk aan koffiekoeken, friet, rundvlees en alcohol.

Weekdag	Weekend
• Ontbijtgranen • Noten/zaden/pitten • Fruit: appel, banaan, mandarijn • Groenten: erwten, prei • Soep • Gekookte aardappelen, puree, pasta • Vers vlees (varkensvlees, gemengd vlees, gepaneerd, vleesbereidingen) • Zuivel: plattekaas, smeerkaas, yoghurt • Koeken	• Koffiekoeken/gebak/taart • Aardbeien, watermeloen • Asperges, champignons, tomaten • Friet, kroketten, pizza, noedels, zoete aardappelen • Onbewerkte vis, week- en schaaldieren (grijze garnalen, scampi) • Rundvlees, vleessnacks • Koude saus • Snoep • Fruitsap, frisdrank, bier, wijn, cocktail



DE SEIZOENEN

Wat en waar we eten, verandert mee met het seizoen.

In de zomer eten Belgen iets minder warm en wint het buitenshuisverbruik (bv. op restaurant en events) aan belang ten koste van de thuisbereide maaltijden. Ook familiebezoek en onderweg eten komen dan vaker voor, terwijl het werk als consumptieplaats in dat seizoen wat terrein verliest. In de zomer wordt er **ook vaker fruit gegeten en verschijnen o.a. pasta, scampi en kip relatief vaker op het menu**. In de winter daarentegen grijpen we sneller naar soep, kolen, spruiten, witloof, kroketten en wild.

Lente

- Aardbeien, appelsien, banaan
- Asperges, witloof
- Plantaardig alternatief voor vlees
- Yoghurt

Zomer

- Fruit: aardbeien, abrikozen, frambozen, kersen, (water)meloen, nectarine, perzik, pruim
- Avocado, boontjes, courgette, komkommer, mais, paprika, sla, tomaten, kerstomaten
- Groente- en fruitbereidingen
- Pasta, couscous
- Eieren
- Onbewerkte vis, week- en schaaldieren (mosselen, scampi)
- Kip
- Koude saus
- IJs
- Water, fruitsap, pils, rosé, bubbels, cocktail

Herfst

- Appel, druiven, mandarijn, peer, pruim
- Pompoen
- Verse soep
- Puree, noedels
- Gekookte ham
- Zuivel
- Frisdrank

Winter

- Appelsien, kiwi, mandarijn, peer
- Champignons, kolen, pompoen, spruiten, witloof
- Soep
- Kroketten
- Noordzeevissen
- Wild, paté
- Thee, rode wijn

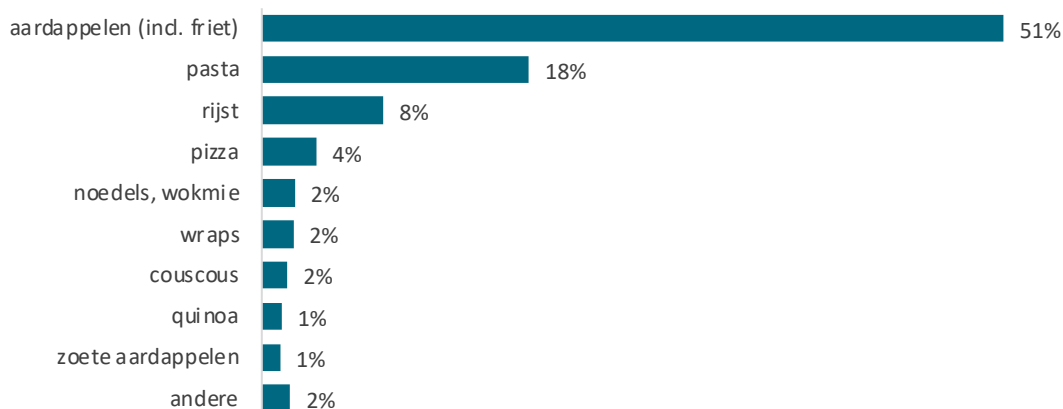
PRODUCTGROEPEN

AARDAPPELEN EN ANDERE MAALTIJDBEGELEIDERS

Aardappelen zijn de meest gegeten maaltijdbegeleider in België. In 2024 gaf 51% van de Belgen aan dat ze de dag voordien aardappelen gegeten hadden. Dat cijfer omvat alle bereidingswijzen, van gekookte aardappelen tot puree en frietjes. Ter vergelijking: 18% gaf aan de dag voordien pasta gegeten te hebben, 8% rijst en 1% quinoa. **Binnen de aardappelcategorie worden gekookte aardappelen het vaakst gegeten:** 21% van de Belgen had ze de vorige dag op het menu staan. Daarna volgen frietjes (15%), puree (8%) en gebakken aardappelen (7%).

51%
at de dag
voordien aardappelen

Dagpenetratie maaltijdbegeleiders in België in 2024



Hoewel aardappelen nog steeds dominant zijn, zien we tussen 2017 en 2022 een **daling** in het percentage Belgen dat ze de dag voordien at. Die daling is vooral merkbaar bij gekookte aardappelen en puree. Frietjes en andere aardappelbereidingen bleven stabiel. Tegelijkertijd steeg de consumptie van alternatieven zoals pasta en rijst. De afgelopen twaalf maanden stabiliseerde de dagpenetratie van zowel aardappelen als hun alternatieven.

Gekookte aardappelen zijn het populairst in Vlaanderen, bij 55- tot 74-jarigen, mannen, samenwonenden, personen zonder kinderen, lager opgeleiden, niet-beroepsactieven, personen uit de lagere sociale groepen en personen met enkel inlandse roots. **Gekookte aardappelen hebben dus een ouder profiel:** bij 55-74 jarigen ligt de dagpenetratie op 29%, terwijl die bij 18- tot 34-jarigen slechts 17% bedraagt. Hoewel 18- tot 34-jarigen in verhouding

eerder grijpen naar andere aardappelbereidingen zoals puree en frietjes, blijven gekookte aardappelen ook bij deze leeftijdsgroep de vaakst gegeten aardappelbereiding en aardappelen blijven ook bij hen de meeste gegeten maaltijdbegeleider.

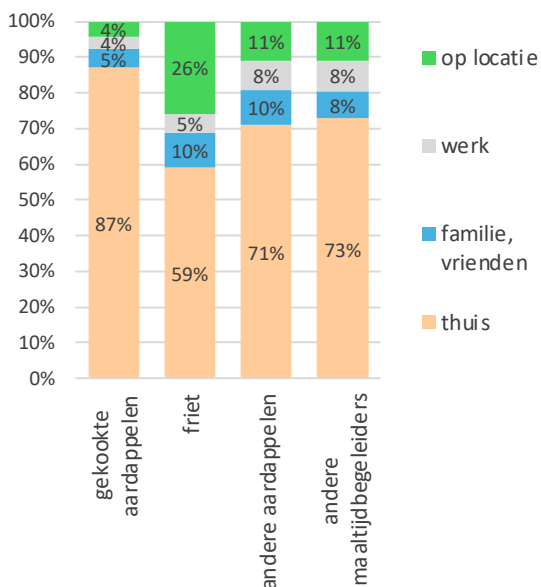
De timing speelt ook een rol. **Van maandag tot donderdag kiezen Belgen eerder voor gekookte aardappelen**, terwijl vrijdag en het weekend eerder frietjestijd zijn. Seizoensgebonden zien we dat gekookte aardappelen vaker gegeten worden **in de winter en de lente**, terwijl puree eerder in de herfst en winter op het bord komt en pasta sneller in de zomer gegeten wordt.

Gekookte aardappelen worden meestal thuis gegeten: 87% van de keren. Ook bij andere aardappelbereidingen en maaltijdbegeleiders is thuis de belangrijkste plek, al ligt het aandeel daar iets lager (respectievelijk 71% en 73%). **Frietjes worden het minst vaak thuis gegeten:** slechts 59% van de keren. Ze worden immers ook vaak op locatie gegeten zoals in restaurants en op events. De consumptieplaats vertelt echter niet het hele verhaal. Een maaltijd thuis kan bijvoorbeeld ook afgehaald of thuisgeleverd zijn. **Bij frietjes zien we dat 22% van de keren dat ze gegeten werden, ze afgehaald of thuisgeleverd werden.**



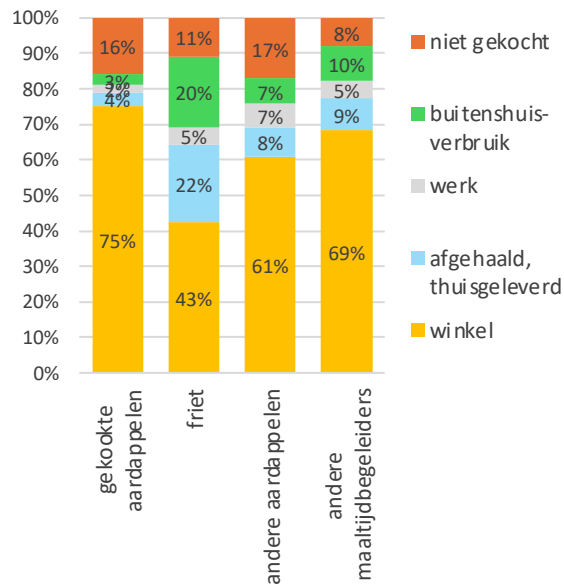
Consumptieplaatsen

(in % van de keren dat dit product gegeten werd)



Aankoopplaatsen

(in % van de keren dat dit product gegeten werd)



GROENTEN

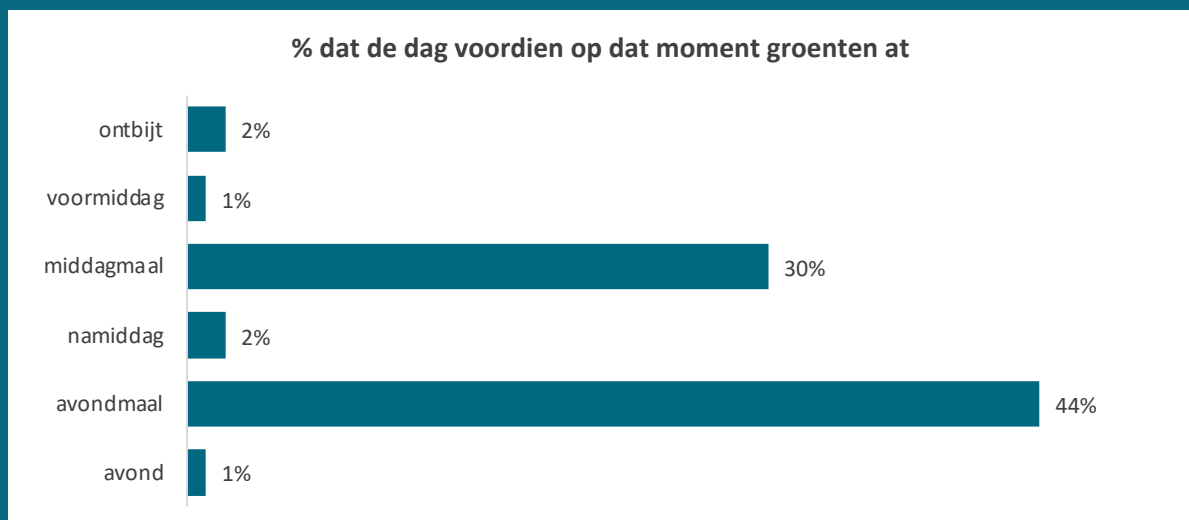
2 op 3 at de dag voordien groenten

Twee op drie Belgen aten de dag voor het onderzoek groenten. Bij de meesten (56%) gebeurde dat op één moment tijdens die dag, meestal bij de hoofdmaaltijd. **Slechts 11% at die dag op meerdere momenten groenten.** 33% gaf aan geen groenten gegeten te hebben, maar sommigen van hen aten die dag wel soep. Wanneer we soep mee in beschouwing nemen dan at 26% de dag voordien noch groenten noch soep.

Het zijn eerder 18- tot 54-jarigen, mannen, lager opgeleiden, mensen uit lagere sociale groepen en Walen die de dag voordien geen groenten aten. Ook op vrijdag, in het weekend en tijdens de winter ligt de dagpenetratie van groenten lager. Wie op meerdere momenten die dag groenten at, was vaker tussen 18 en 44 jaar, vrouw, samenwonend,

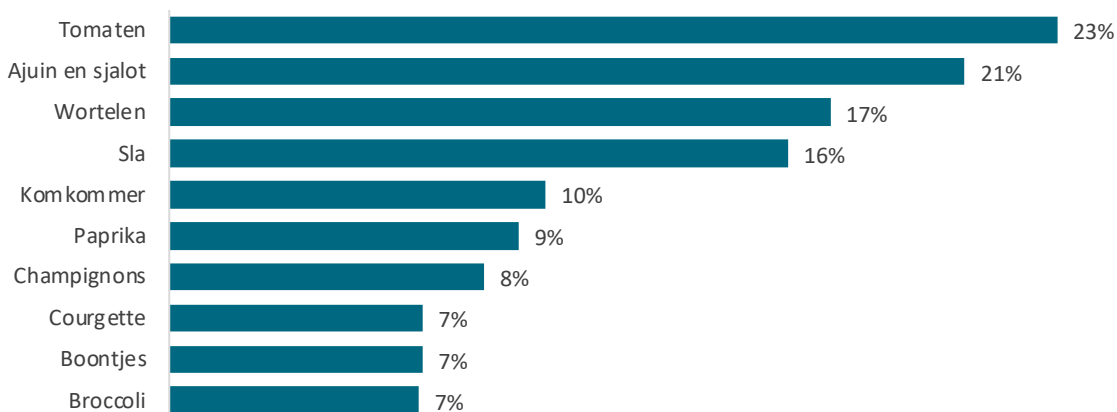
ouder van thuiswonende kinderen, Brusselaar, hoger opgeleid, beroepsactief, afkomstig uit een hogere sociale groep en met buitenlandse roots. Meerdere groentemomenten per dag komen ook vaker voor op weekdays en in de zomer. Opvallend is dat binnen de groep 18- tot 44-jarigen er zowel meer personen waren die meerdere momenten die dag groenten gegeten hebben als meer personen die geen groenten gegeten hadden, terwijl **55- tot 74-jarigen zich eerder beperkten tot één moment.**

Het avondmaal is het belangrijkste groentemoment: 44% at de dag voordien groenten bij de hoofdmaaltijd. Bij de lunch was dat 30%. Groenten bij het ontbijt of als tussendoortje blijven uitzonderlijk.



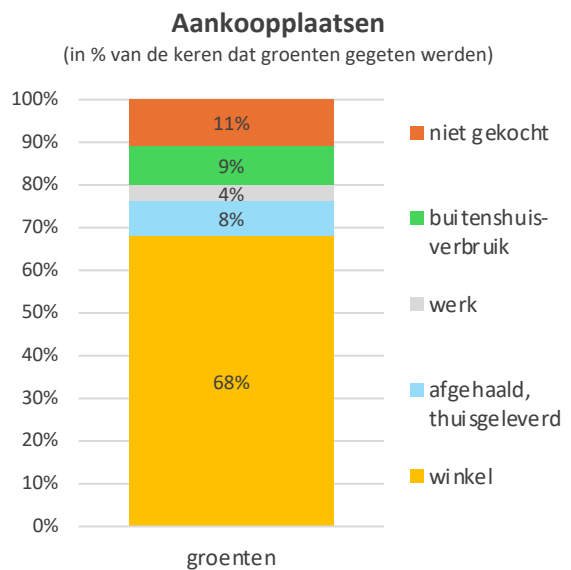
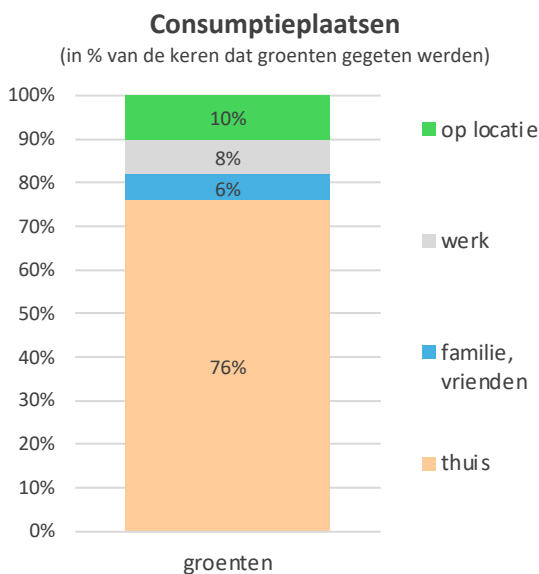
Tomaten zijn de populairste groentesoort, gevolgd door ajuin, wortelen en sla.

Tomaten en sla worden net als witloof, selder en boontjes eerder gegeten door 55- tot 74-jarigen, terwijl 18- tot 34-jarigen in verhouding tot ouderen eerder opteerden voor o.a. aubergine, avocado, broccoli, kikkererwten, komkommer, maïs en spinazie. En verder merken we bv. ook dat bloemkool, komkommer, paprika, tomaten, witloof en wortelen eerder gegeten worden door Nederlandstaligen, terwijl aubergine, courgette en kikkererwten eerder gegeten worden door Franstaligen. Courgette, komkommer, paprika, sla, tomaten en wortelen worden eerder gegeten door vrouwen, terwijl koolsoorten en boontjes eerder gegeten worden door mannen. En bloemkool en witloof zijn de groentesoorten die vaker gegeten worden door mensen met enkel inlandse roots dan door mensen met buitenlandse roots.

**Dagpenetratie groentesoorten in België in 2024 (top 10)**

Tussen 2017 en 2022 **daalde** het aantal Belgen dat de dag voordien groenten gegeten had en die daling zette zich ook het afgelopen jaar voort. Vooral klassieke groentesoorten zoals sla, wortelen, tomaten, prei en selder worden nu wat minder vaak gegeten, terwijl soorten als aubergine, avocado, bloemkool en broccoli aan terrein winnen.

Groenten worden meestal thuis gegeten: bij 76% van de consumpties is dat het geval. Andere belangrijke consumptieplaatsen voor groenten zijn het werk en op locatie (bv. restaurant). Het merendeel van het groenteverbruik is dus eerder thuisverbruik dan buitenshuisverbruik en afgehaald of thuisgeleverd. Dit geldt voor alle groentesoorten, maar sommige groentesoorten hebben wel een meer of minder uitgesproken thuisprofiel. Zo worden ajuin en witloof in verhouding vaker thuis gegeten terwijl aubergine en kikkererwten in verhouding minder vaak thuis gegeten worden.

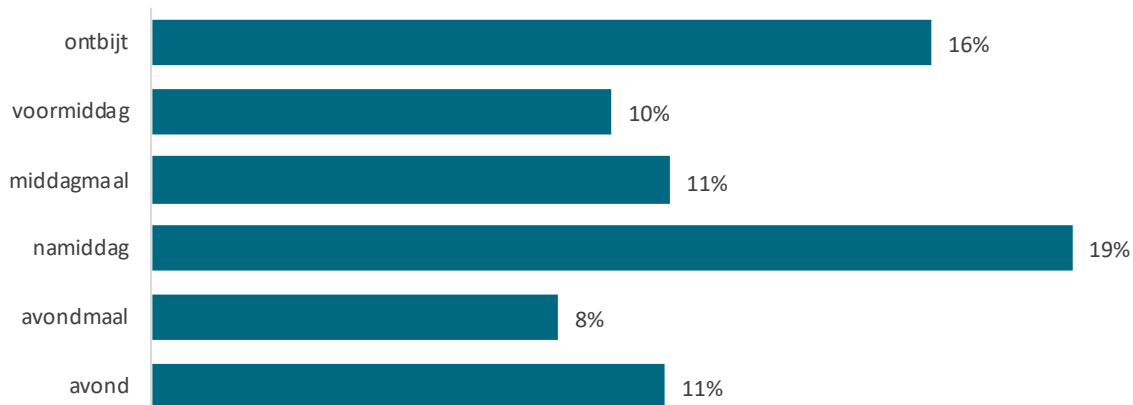


FRUIT

Op een gemiddelde dag in 2024 at 60% van de Belgen fruit. Bij de meesten (49%) bleef het wel bij één fruitmoment die dag. **Slechts 11% at op meerdere momenten fruit.** 40% van de Belgen at dus de dag voor het onderzoek géén fruit. **Wie geen fruit gegeten had, is vaker tussen 18 en 54 jaar, man, Waals, lager opgeleid, beroepsactief, afkomstig uit een lagere sociale groep of woont landelijk.** Die fruitloze dagen komen ook vaker voor **in het weekend en in de winter.** Daartegenover staat een groep die wél meerdere keren die dag fruit gegeten had. Dat zijn eerder 55- tot 74-jarigen, Brusselaars, hoger opgeleiden, mensen uit hogere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots en dit was eerder op een weekdag. Fruit wordt vrij verspreid doorheen de dag gegeten, al zijn het ontbijt en de namiddag de populairste momenten.

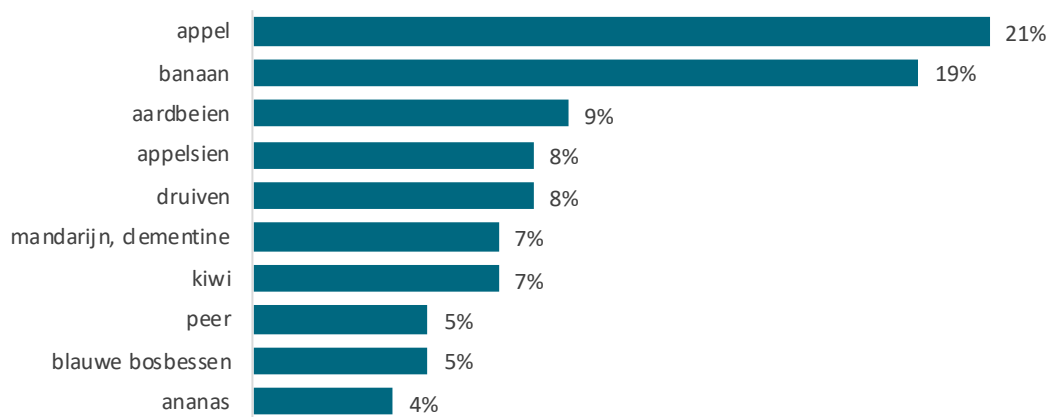
60%
at de dag
voordien fruit

% dat de dag voordien op dat moment fruit at



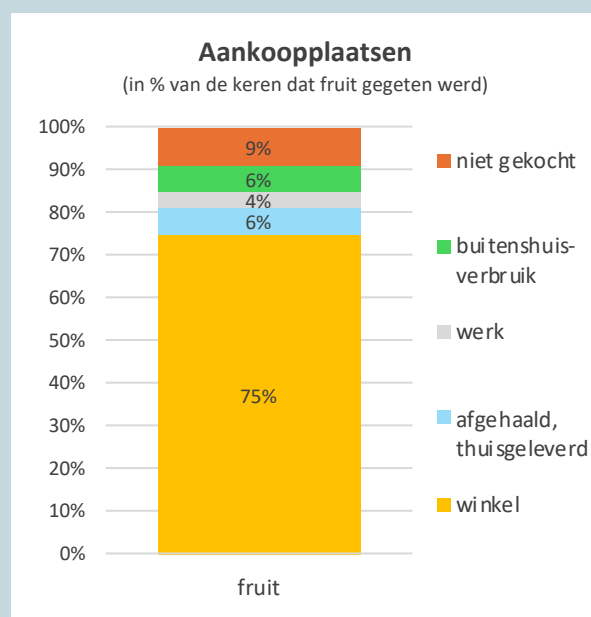
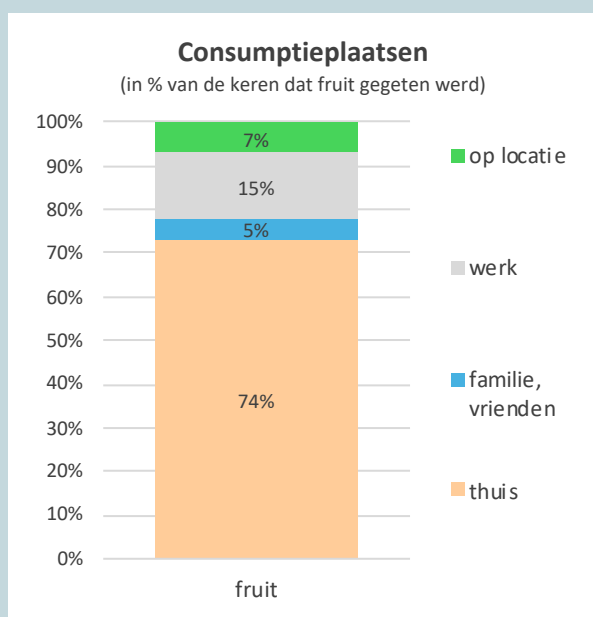
Appelen en bananen zijn veruit de meest gegeten fruitsoorten, gevolgd door aardbeien, appelsienen en druiven. 55-74 jarigen grijpen eerder naar appelen, appelsienen, druiven, kiwi, mandarijnen en peren, terwijl aardbeien, abrikozen, ananas, frambozen, kersen, mango, pompelmoes en watermeloen eerder gekozen worden door 18-34 jarigen. Er zijn ook duidelijke verschillen bij de andere socio-demografische profielen. Zo worden abrikozen en perziken eerder gegeten door Franstaligen, terwijl appelen en peren eerder geliefd zijn bij Nederlandstaligen. Kiwi en mandarijnen zijn populairder bij vrouwen, appelen en peren eerder bij mannen. En verder zijn er uiteraard seizoenseffecten, zoals aardbeien eerder in de lente en de zomer, abrikozen, kersen, meloenen, nectarines en perziken eerder in de zomer, druiven eerder in de herfst en mandarijnen eerder in de winter.

Dagpenetratie fruitsoorten in België in 2024 (top 10)



De dagpenetratie van fruit blijft de laatste jaren relatief **stabiel**. Wel zien we dat aardbeien, mango en kiwi aan populariteit winnen, terwijl appelen en peren dalen.

Fruit wordt meestal thuis gegeten: 74% van de fruitconsumpties vindt daar plaats. Het werk is de tweede belangrijkste plek, goed voor 15%, al wordt het fruit dan vaak van thuis meegebracht. Slechts bij 4% van de fruitconsumpties werd het fruit aangekocht op het werk. Het meeste fruit wordt sowieso aangekocht via retail/in een winkel. Het buitenshuisverbruik van fruit blijft eerder beperkt. De verhouding tussen thuis- en buitenshuisverbruik verschilt wel per fruitsoort. Zo is het aandeel van 'thuisverbruik' het hoogst bij appels, bananen en mandarijnen en het laagst bij ananas en watermeloen.



NOTEN, ZADEN EN PITTEN

Op een gemiddelde dag in 2024 at 21% van de Belgen iets uit de categorie noten, zaden en pitten. Dat percentage is het hoogst bij jongvolwassenen tussen 18 en 34 jaar, bij Brusselaars, hoger opgeleiden, mensen uit hogere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots. Deze producten worden vaker gegeten op weekdays dan in het weekend en op alle momenten van de dag, al is het ontbijt wel het populairste moment.

De meeste consumpties van noten, zaden en pitten vinden thuis plaats: 72% van de keren dat Belgen deze producten eten, gebeurt dat thuis. Daarnaast is ook het werk een belangrijke plek, goed voor 12% van de consumpties. Onderweg eten we ze iets minder vaak, maar toch nog in 5% van de keren dat ze gegeten worden. Wat de aankoop betreft, worden noten, zaden en pitten meestal gekocht in de winkel: in 71% van de gevallen gaat het om retailaankopen, zoals in supermarkten of speciaalzaken.

21%
at de dag voordien
noten, zaden, pitten.

VLEES, VIS EN PLANTAARDIGE ALTERNATIEVEN VOOR VLEES EN VIS

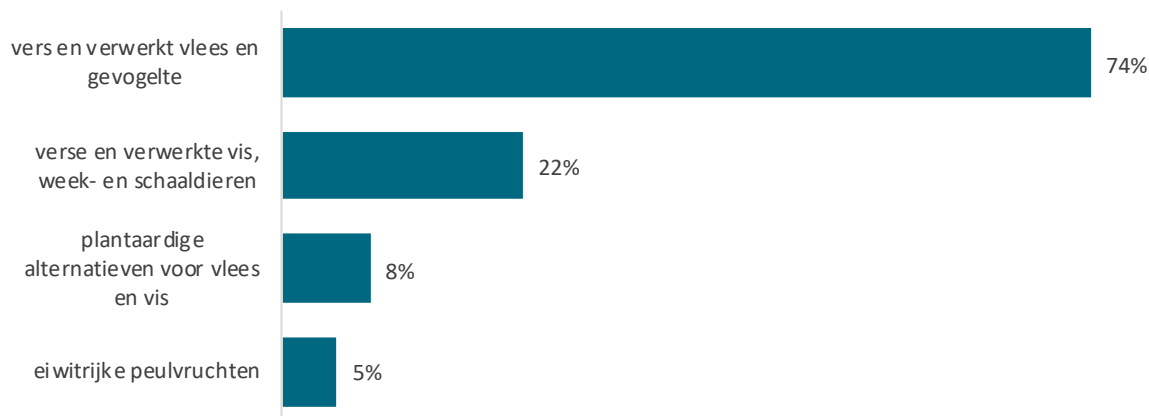
Op een gemiddelde dag in 2024 at 74% van de Belgen een vleesproduct (vers en/of verwerkt vlees en gevogelte). Vis komt minder vaak op tafel: **22% van de Belgen at de dag voordien een visproduct** (verse of verwerkte vis, week- en schaaldieren). **Plantaardige alternatieven voor vlees of vis**, zoals tofu, quorn, seitan of vegetarische burgers, **werden die dag door 8% geconsumeerd. Peulvruchten** zoals kikkererwten, linzen en bonen **kwamen bij 5% van de respondenten aan bod.**

Vleesproducten worden eerder gegeten door 45- tot 74-jarigen, lager opgeleiden en mensen die landelijk wonen. Visproducten zijn populairder bij hoger opgeleiden en Brusselaars. Plantaardige alternatieven en peulvruchten worden eerder gekozen door jongvolwassenen, Brusselaars, mensen uit hogere sociale groepen en mensen met buitenlandse roots. Toch blijft vlees bij alle profielen veruit het meest geconsumeerde eiwitproduct. Zelfs bij 18- tot 34-jarigen, die relatief vaker kiezen voor alternatieven, at nog steeds 73% vlees, tegenover 23% vis, 14% plantaardige alternatieven en 7% peulvruchten.

74% at de dag voordien vlees
22% at de dag voordien vis

Door wijzigingen in de vragenlijst kunnen we geen langetermijnevolutie geven. Op kortere termijn blijven de percentages van diegenen die de dag voordien vlees aten en diegenen die toen een plantaardig alternatief voor vlees aten eerder stabiel, terwijl we voor vis een lichte daling noteren.

Dagpenetratie vlees, vis en plantaardige alternatieven in België in 2024

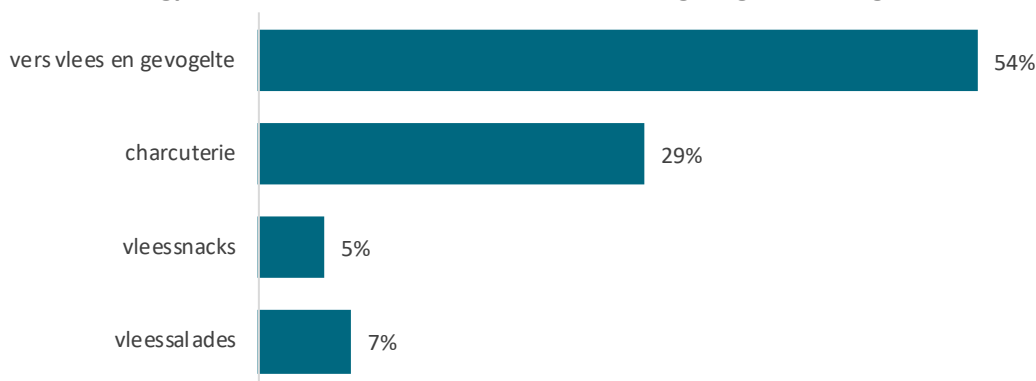


Binnen de vleescategorie heeft vers vlees en gevogelte de hoogste dagpenetratie: 54% van de Belgen at dit de dag voordien. Dit zijn eerder mannen, samenwonenden, ouders van thuiswonende kinderen, personen die landelijk wonen, beroepsactieven en personen uit de hogere sociale groepen. De dagpenetratie van vers vlees en gevogelte ligt ook hoger van maandag tot donderdag dan op vrijdag of in het weekend. **Kip is binnen dit segment**

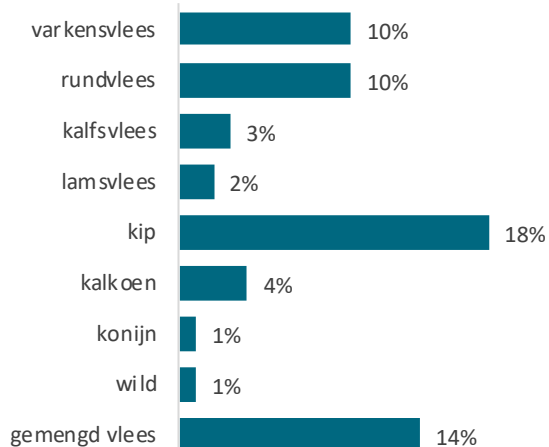
het populairst met een dagpenetratie van 18%, gevolgd door varkensvlees, rundvlees en gemengd vlees zoals gemengd gehakt of gemengde brochettes. Kip wordt eerder gegeten door vrouwen, 35- tot 54-jarigen, Vlamingen en mensen met buitenlandse roots en eerder in de zomer dan in de winter. Rundvlees is populairder bij mannen, 55- tot 74-jarigen en Walen en wordt vaker in het weekend gegeten. Varkensvlees scoort het hoogst bij 55- tot 74-jarigen en mensen uit lagere sociale groepen.

Charcuterie blijft ook een vaste waarde en werd de dag voor het onderzoek door 29% van de Belgen geconsumeerd. Gekookte ham is de meest gegeten vleeswarensoort, gevolgd door salami, rauwe of gerookte ham en kip- of kalkoenwit. Charcuterie wordt vaker gegeten door mannen, 55- tot 74 jarigen, Vlamingen, hoger opgeleiden en mensen met enkel inlandse roots.

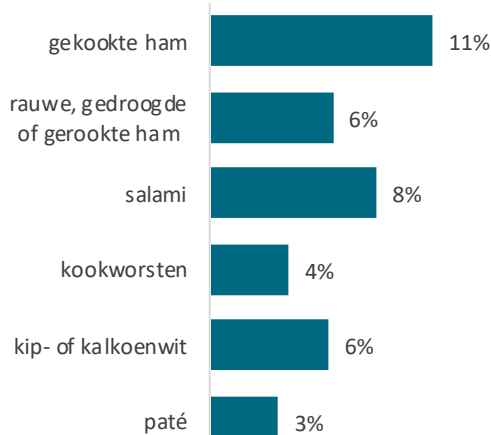
Dagpenetratie van vers en verwerkt vlees en gevogelte in België in 2024



Dagpenetratie van vers vlees en gevogelte in België in 2024



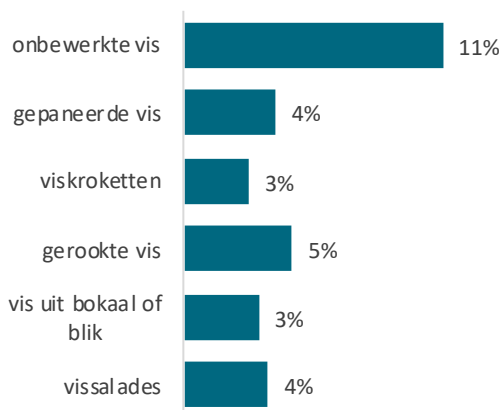
Dagpenetratie van charcuterie in België in 2024



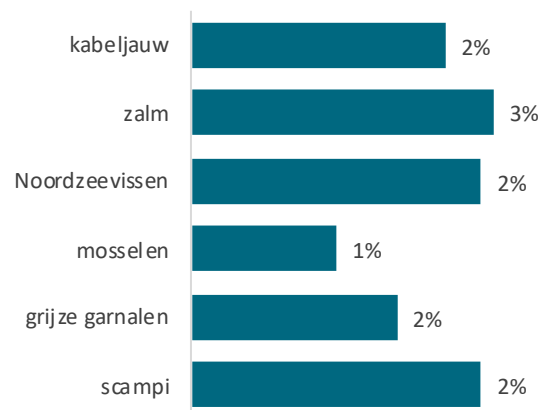
Ook binnen de categorie 'verse en verwerkte vis, week- en schaaldieren' maken we een verdere opsplitsing. **11% van de Belgen at de dag voordien onbewerkte vis, week- en schaaldieren.** Dit waren eerder Brusselaars, samenwonenden, hoger opgeleiden en mensen uit hogere sociale groepen en eerder in het weekend en in de zomer. **Zalm, scampi's**

en kabeljauw zijn de meest gegeten onbewerkte vis, week- en schaaldieren. 2% van de Belgen at de dag voordien een **'Noordzeevis'**. Hiermee bedoelen we griet, haring, koolvis, pladijs, rog, tarbot, tong, tongschar of zeeduivel.

Dagpenetratie van verse en verwerkte vis, week- en schaaldieren in België in 2024



Dagpenetratie van onbewerkte vis, week- en schaaldieren in België in 2024

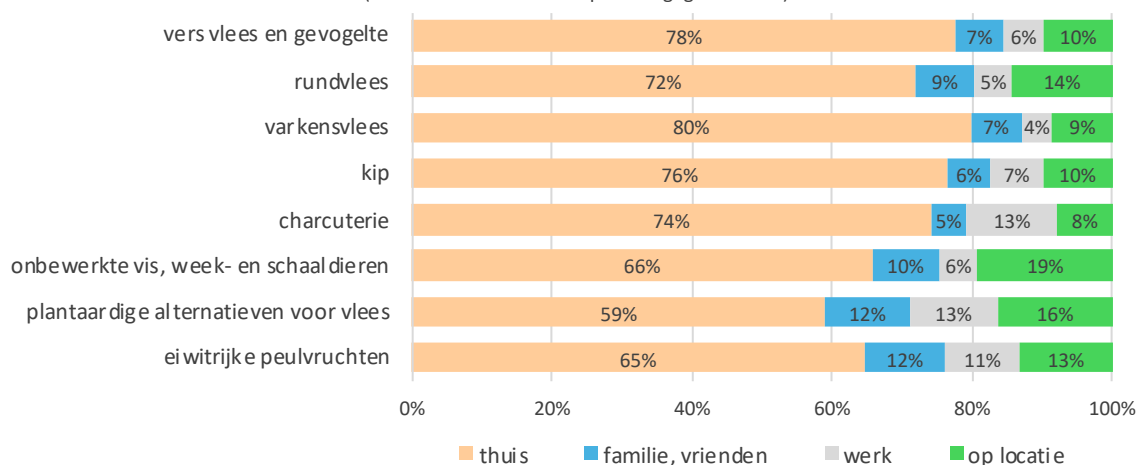


De meeste eiwitproducten worden thuis gegeten. **Vlees heeft het sterkste thuisprofiel, terwijl vis relatief vaak op locatie (bv. restaurant) gegeten wordt en plantaardige alternatieven voor vlees relatief vaak op het werk of bij familie of vrienden.** Binnen de vleessoorten wordt varkensvlees het vaakst thuis gegeten, rundvlees in verhouding vaker op locatie (restaurant) en kip relatief vaak op het werk. Ook charcuterie wordt relatief vaak op het werk gegeten, al gaat het dan wel vaak om producten

die van thuis meegebracht werden en dus niet op het werk zelf gekocht werden. Bij vis zien we dat zalm, kabeljauw en mosselen het vaakst thuis gegeten worden, terwijl scampi's relatief vaker op locatie (restaurant) gegeten worden. Ook Noordzeevissen worden maar voor de helft thuis gegeten.

Consumptieplaatsen

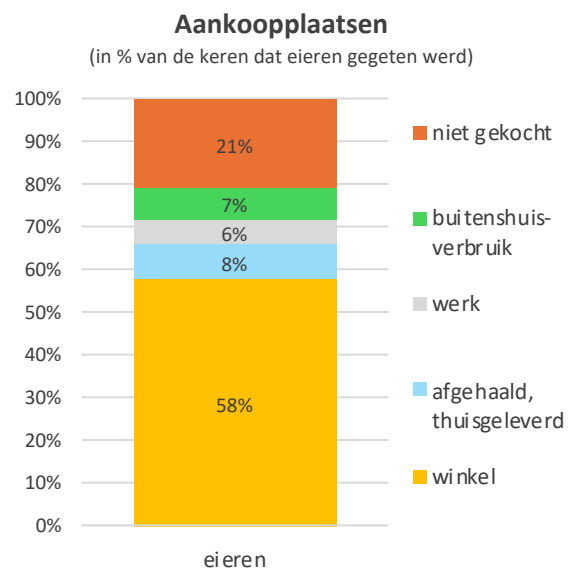
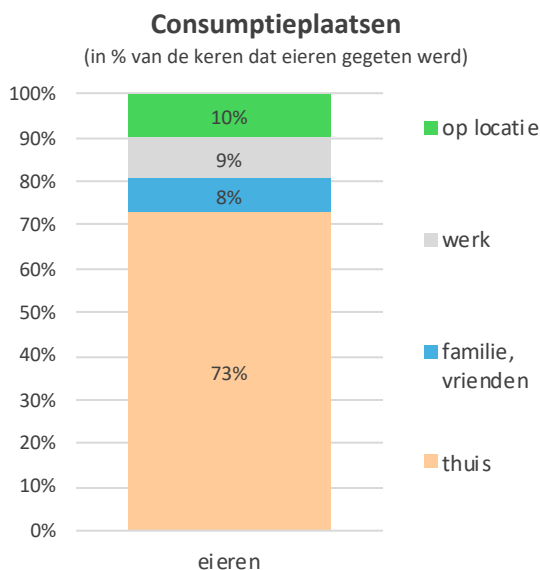
(in % van de keren dat dit product gegeten werd)



EIEREN

26% van de ondervraagden hadden de dag voor het onderzoek eieren gegeten. Dit zijn eerder 18- tot 34-jarigen, mannen, Brusselaars en mensen met buitenlandse roots. Ook het seizoen speelt een rol: eieren worden iets eerder in de lente en de zomer gegeten dan in de winter. Eieren verschijnen **op alle klassieke maaltijdmomenten**. Zo at 7% van de Belgen ze de dag voordien bij het ontbijt, 9% bij de lunch en 8% bij het avondmaal. Tussen 2017 en 2022 steeg de dagpenetratie en ook in de afgelopen twaalf maanden zette die **stijging** zich verder door.

De meeste eierconsumpties vinden thuis plaats: **73% van de keren dat er in 2024 eieren gegeten werden, gebeurde dat thuis.** Opvallend is het hoge aandeel eieren die niet gekocht werden: **21% van de keren dat er eieren gegeten werden, werden die eieren niet gekocht.** Die eieren kwamen dan bijvoorbeeld van eigen kippen of werden verkregen en/of gegeten bij familie of vrienden.



ZUIVEL

Op een gemiddelde dag in 2024 consumeerden 72% van de Belgen minstens één zuivelproduct. Daarnaast koos 16% die dag voor een plantaardig alternatief voor zuivel. Wie zuivel genuttigd had, is eerder 55- tot 74 jaar, vrouw en hoger opgeleid. Plantaardige alternatieven werden eerder gekozen door 18- tot 34-jarigen, hoger opgeleiden en Brusselaars. Tussen 2017 en 2022 en ook de afgelopen 12 maanden merken we een lichte daling in de dagpenetratie van zuivel en een lichte stijging in die van plantaardige alternatieven voor zuivel.

72%
at de dag voordien
een zuivelproduct

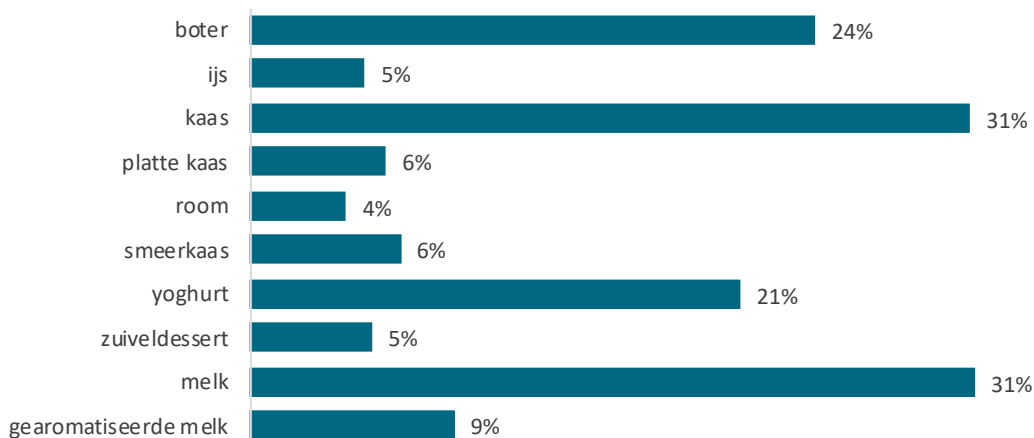
Opvallend is dat 80% van de mensen die een plantaardig alternatief voor zuivel consumeerden, diezelfde dag ook een zuivelproduct gebruikten.

Een groep consumenten combineert dus beide, afhankelijk van het moment of de toepassing. Als we de combinaties bekijken, dan zien we dat 58% van de Belgen de dag voor het onderzoek enkel zuivel geconsumeerd hadden, 3% enkel plantaardige alternatieven, 13% beide en 25% geen van beide.

Binnen de zuivelcategorie zijn melk, kaas, boter en yoghurt de meest geconsumeerde producten.

Melk is het populairst bij 18- tot 34-jarigen, hoger opgeleiden, Brusselaars en mensen met buitenlandse roots. Kaas scoort hoger bij 55- tot 74-jarigen, hoger opgeleiden en Vlamingen. Boter wordt eerder gegeten door 55- tot 74-jarigen en lager opgeleiden en yoghurt komt vaker voor bij vrouwen, 55- tot 74-jarigen, hoger opgeleiden en Vlamingen. Yoghurt wordt ook vaker op weekdagen dan in het weekend geconsumeerd. Van alle zuivelproducten is het vooral de consumptie van boter die tussen 2017 en 2022 gedaald is.

Dagpenetratie van zuivelproducten in België in 2024



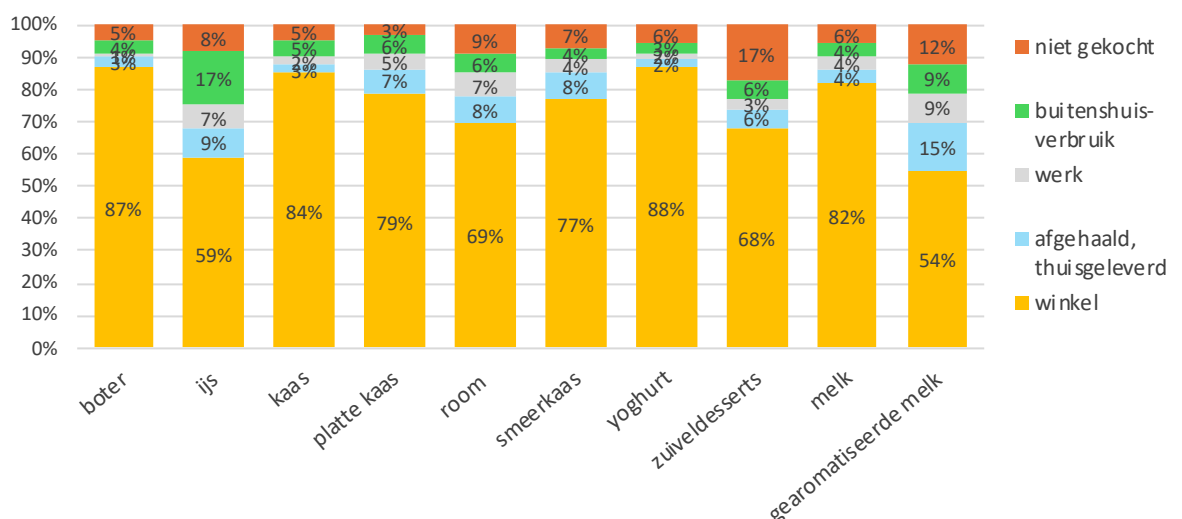
79% van de keren dat in 2024 bewust zuivel gegeten of gedronken werd, werd dit aangekocht in winkels zoals supermarkten en speciaalzaken.

De overige 21% is verdeeld over aankopen op het werk, via afhaal of thuislevering, in horeca, gekregen van bv.

familie of vrienden, ... Het aandeel van de aankopen in winkels verschilt wel sterk per zuivelproduct. Bij yoghurt, boter, melk en kaas ligt dit hoger, terwijl dit bij gearomatiseerde melk (zoals chocomelk), ijs, zuiveldesserts en room lager ligt.

Aankoopplaatsen

(in % van de keren dat dit zuivelproduct geconsumeerd werd)



GRAANPRODUCTEN

Brood blijft een vaste waarde in het Belgische eetpatroon en is één van de producten met de hoogste dagpenetratie. **Op een gemiddelde dag in 2024 at 84% van de Belgen minstens één keer brood, inclusief sandwiches en broodjes.** Toch zien we dat bepaalde groepen zoals 18- tot 34-jarigen, vrouwen, Franstaligen en mensen met buitenlandse roots iets minder vaak de dag voordien brood aten. Brood wordt het vaakst gegeten bij het ontbijt, gevolgd door de lunch en in mindere mate bij het avondmaal. Tussen 2017 en 2022 **daalde** de dagpenetratie van brood en ook in de afgelopen twaalf maanden gaven minder Belgen aan dat ze de dag voordien brood hadden gegeten.

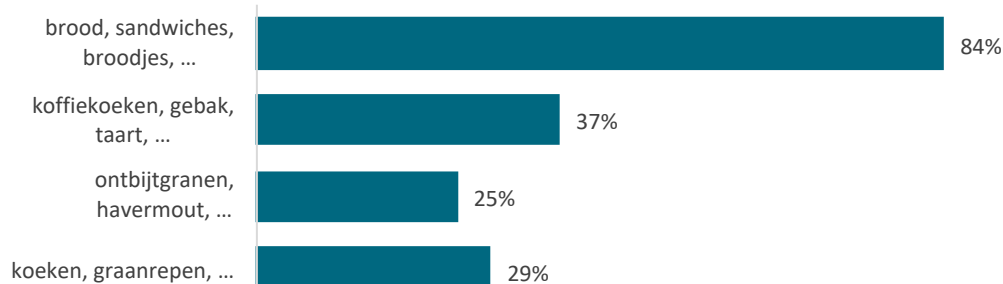
Naast brood zijn ook zoete graanproducten populair. Zo gaf **37% van de Belgen aan dat ze de dag voordien minstens één keer koffiekoeken, gebak, taart, wafels of pannenkoeken** hadden gegeten. Deze producten worden vooral geconsumeerd door 18- tot 34-jarigen, Brusselaars en mensen met buitenlandse roots en vaker in het weekend dan op weekdays. Ze verschijnen meestal bij het ontbijt of als tussendoortje in de namiddag. De dagpenetratie van deze categorie is de afgelopen jaren **stabiel** gebleven.

84% at de dag
voordien brood

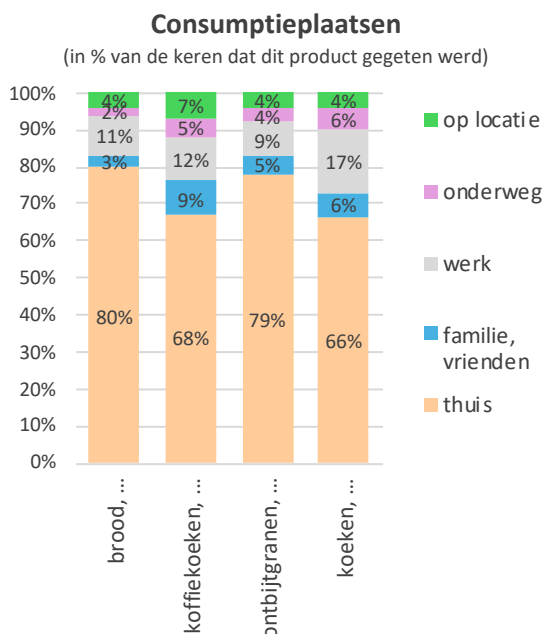
Producten zoals ontbijtgranen, havermout, granola en muesli werden de dag voor het onderzoek door één op vier Belgen gegeten. Ze zijn vooral populair bij 18- tot 34-jarigen, hoger opgeleiden, mensen uit hogere sociale groepen, Brusselaars en mensen met buitenlandse roots. Ontbijtgranen worden voornamelijk bij het ontbijt gegeten en eerder op een weekday dan in het weekend. De dagpenetratie van deze categorie kent een **stijgende** trend.

Ook koeken en graanrepen worden regelmatig geconsumeerd: **29% van de Belgen at de dag voordien minstens één keer koeken of graanrepen.** Ze worden eerder gegeten door 18- tot 34-jarigen, hoger opgeleiden en Brusselaars en vaker op weekdays dan in het weekend. Koeken en graanrepen worden meestal als tussendoortje geconsumeerd.

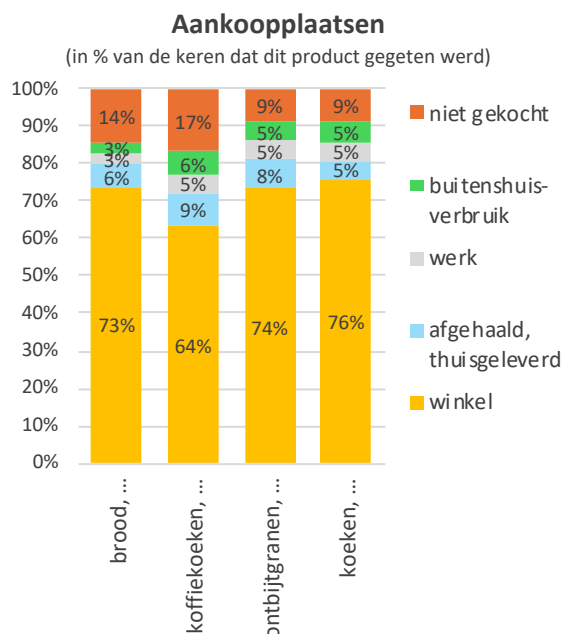
Dagpenetratie van graanproducten in België in 2024



De meeste graanproducten worden thuis gegeten. **Brood en ontbijtgranen worden in 8 op de 10 gevallen thuis geconsumeerd.** Toch worden ze ook regelmatig op het werk gegeten, vaak met producten die van thuis zijn meegebracht. Koffiekoeken, gebak en taart worden iets vaker gegeten bij familie of vrienden of op locatie, zoals in een restaurant. Koeken worden dan weer relatief vaak gegeten op het werk of onderweg.



Wat de aankoop betreft, worden graanproducten **meestal gekocht in winkels zoals supermarkten of bij de bakker. Bij brood (incl. broodjes) gebeurt dat in 73% van de gevallen.** Afhaal en thuislevering zijn goed voor 6% en in 14% van de gevallen werd het brood niet gekocht – bijvoorbeeld wanneer mensen zelf bakken of bij familie eten. Dat laatste geldt nog sterker voor koffiekoeken, gebak en taart, waar het aandeel 'niet gekocht' oploopt tot 17%.



CHOCOLADE, SNOEP EN CHIPS

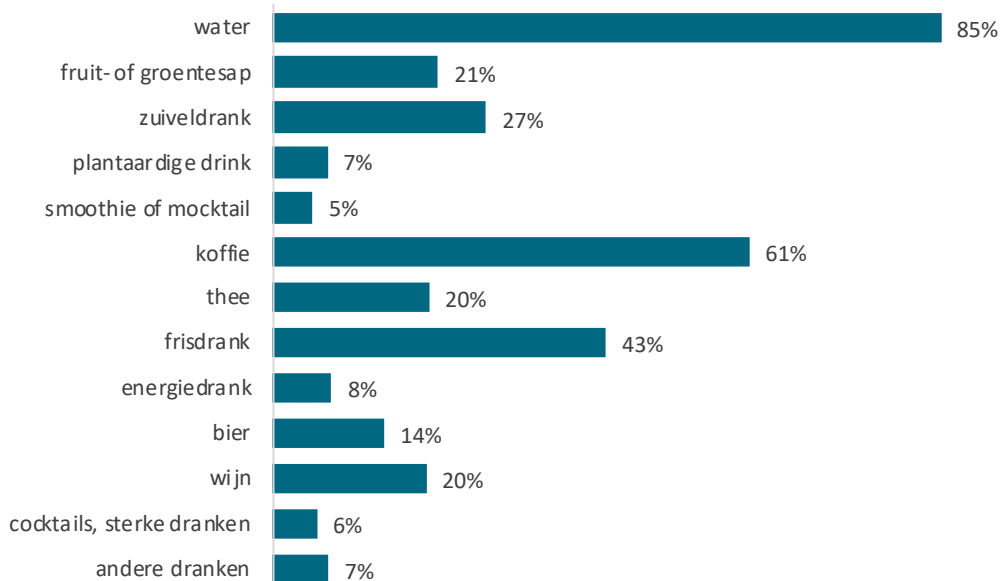
Chocolade en snoep blijven populaire verwenproducten in het Belgische eetpatroon. **Op een gemiddelde dag in 2024 at 40% van de Belgen chocolade of choco, terwijl 31% iets van chips of snoep consumeerde.** Chocolade en choco worden eerder gegeten door 18- tot 34-jarigen, Brusselaars, hoger opgeleiden en mensen uit hogere sociale groepen. Chips en snoep zijn dan weer populairder bij 18- tot 34-jarigen, mannen, Brusselaars, lager opgeleiden en mensen uit lagere sociale groepen. Het moment van consumptie verschilt per product. Chocolade en choco worden het vaakst 's ochtends gegeten, terwijl snoep en chips eerder avondsnaven zijn. Chips en snoep worden ook vaker geconsumeerd in het weekend dan op een weekdag.

Net als de meeste andere voedingsmiddelen worden chocolade, snoep en chips meestal **thuis** gegeten. Bij chocolade en choco gebeurt dat in 79% van de gevallen, bij snoep en chips in 72%. Chocolade wordt daarnaast ook regelmatig op het werk gegeten (9% van de keren), terwijl snoep en chips iets vaker bij familie of vrienden worden geconsumeerd (10% van de keren).

DRANKEN

Water is de drank met veruit de hoogste dagpenetratie in België: op een gemiddelde dag in 2024 dronk 85% van de Belgen water (plat of bruistwater, al of niet met een extra smaakje). Daarna volgen koffie en frisdranken. Melk en andere zuiveldranken hebben een dagpenetratie van 27%, bier werd de dag voordien door 14% van de Belgen gedronken en wijn door 20%.

Dagpenetratie van dranken in België in 2024



Elke drank heeft zijn eigen profiel. Koffie wordt eerder gedronken door 55- tot 74-jarigen, water eerder door vrouwen. Energiedranken zijn populairder bij lager opgeleiden, frisdranken bij Vlamingen en thee bij mensen met buitenlandse roots. Melk en zuiveldranken worden eerder gekozen door 18- tot 34-jarigen, mannen, hoger opgeleiden en mensen met buitenlandse roots. Bier wordt eerder gedronken door 55- tot 74-jarigen, mannen, hoger opgeleiden en mensen met buitenlandse roots. Wijn is populairder bij 55- tot 74-jarigen, hoger opgeleiden en mensen uit hogere sociale groepen.

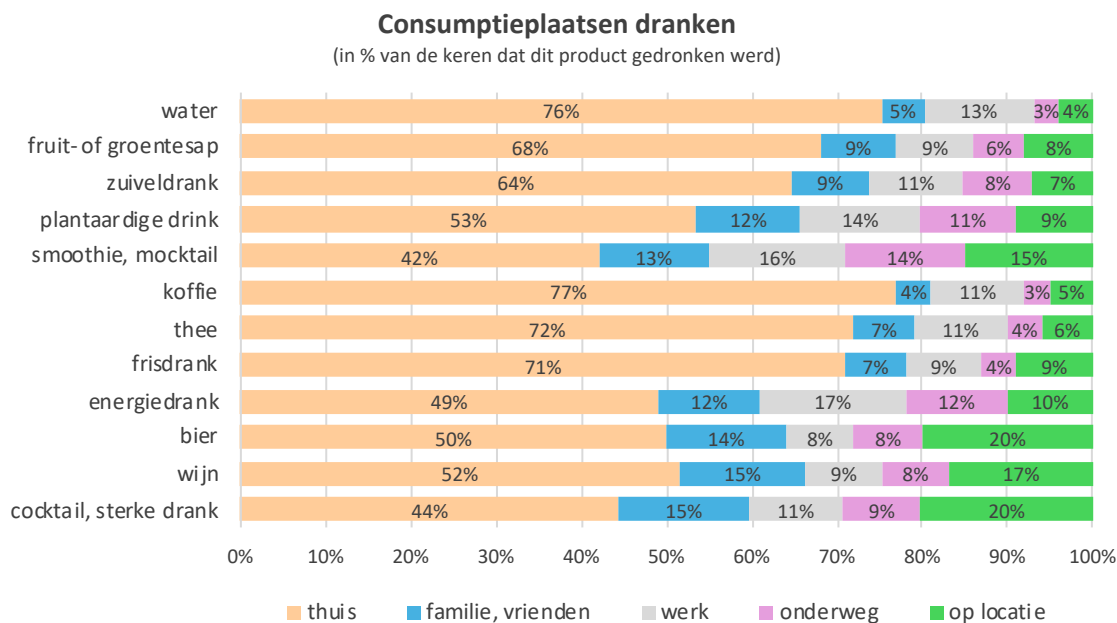
Ook het consumptiemoment verschilt per drank. Koffie, zuiveldranken, plantaardige drinks en groente- en fruitsappen worden eerder bij het ontbijt gedronken en koffie komt ook vaak voor in de voormiddag. Frisdranken worden regelmatig bij de lunch gedronken, energiedranken eerder in de namiddag. Wijn wordt vaak bij het avondmaal geserveerd en bier wordt vooral 's avonds gedronken.

Het weekend en de seizoenen hebben ook invloed. Fruitsap, frisdrank, bier, wijn en cocktails worden vaker in het weekend geconsumeerd. Thee is het populairst in de winter, terwijl cocktails en bier vaker in de zomer worden gedronken.



Wat de consumptieplaats betreft, worden koffie, water, thee en frisdranken vaak thuis gedronken.

Smoothies en cocktails worden daarentegen in verhouding vaker buitenshuis geconsumeerd. Bier, wijn en cocktails worden relatief vaak gedronken bij familie of vrienden. Energiedranken en smoothies worden dan weer vaker op het werk of onderweg geconsumeerd. Restaurants, cafés en evenementen zijn vooral belangrijk voor bier, cocktails en wijn.



PROFIELVERSCHILLEN

LEEFTIJD

Leeftijd heeft een duidelijke invloed op het eetgedrag van Belgen. 18- tot 54-jarigen slaan eerder het ontbijt over dan 55- tot 74-jarigen, maar 18-34 jarigen eten wel eerder een tussendoortje in de voormiddag, namiddag en/of avond dan 35-74 jarigen. **55- tot 74-jarigen eten eerder een warme lunch, terwijl 18- tot 34-jarigen hun warme maaltijd eerder 's avonds nuttigen.** Wie de dag voordien geen warme maaltijd at, behoort eerder tot de groep tussen 35 en 54 jaar.

Ook de manier waarop maaltijden worden verkregen verschilt per leeftijd. **55- tot 74-jarigen kiezen het sterkst voor zelfbereide maaltijden thuis,** terwijl 18- tot 34-jarigen relatief vaker grijpen naar afhaal, thuislevering, kant-en-klaar of buitenshuis eten. 18- tot 34-jarigen eten ook vaker op andere locaties dan thuis, zoals bij familie, op het werk, in fastfoodrestaurants, in snackbars en op evenementen.

In de onderstaande tabel lees je welke producten eerder gegeten worden door die leeftijdsgroep dan door de andere leeftijdsgroepen. We vermelden enkel de producten voor 18- tot 34-jarigen enerzijds en 55- tot 74-jarigen anderzijds. De leeftijdsgroep van 35- tot 54-jarigen zit qua productgebruik tussen die twee in. **55- tot 74-jarigen kiezen eerder voor de traditionele producten** uit de Belgische eetcultuur zoals gekookte aardappelen, klassieke groenten en vlees. **18- tot 34-jarigen gaan eerder voor variatie en gemak en zetten sneller 'nieuwere' producten op het menu** zoals alternatieven voor aardappelen, plantaardige alternatieven voor vlees, exotische fruitsoorten en snacks.

Voor groenten en fruit geven we de soorten die vaker door die leeftijdsgroep gegeten worden. De totale dagpenetratie van groenten en van fruit ligt hoger bij 55- tot 74-jarigen. **Bij groenten merken we wel dat die consumptie van 55- tot 74-jarigen vaak beperkt blijft tot één moment per dag.** Bij 18- tot 34-jarigen heb je een deel die de dag voordien geen groenten aten (33% versus 30% bij 55- tot 74-jarigen), maar ook een deel die meerdere momenten per dag groenten aten (14% versus 10% bij 55-74 jarigen).

18-34 jarigen

- Ontbijtgranen, koffiekoeken
- Noten, zaden, pitten
- Aardbeien, abrikozen, ananas, frambozen, kersen, mango, (water)meloen, perzik, pomelmoes
- Ajuin, asperges, aubergine, avocado, bloemkool, bonen, broccoli, courgette, erwten, kikkererwten, knolselder, komkommer, linzen, maïs, paprika, pompoen, raapjes, rode biet, spinazie, spruiten, venkel
- Gebakken aardappelen, puree, friet, kroketten, pasta, pizza, rijst, quinoa, noedels, couscous, wraps, zoete aardappelen
- Eieren
- Noordzeevissen, grijze garnalen, mosselen, gepaneerde vis, gerookte vis, viskroketten, vis uit blik of bokaal
- Kalfsvlees, kalkoen, konijn, lamsvlees, wild, vleesmengelingen, reepjes, gepaneerd, gehakt, vleesbereidingen, vleessnacks, kookworsten
- Plantaardige alternatieven voor vlees
- IJs, melk, room, zuiveldesserts
- Plantaardige alternatieven voor zuivel
- Kant-en-klare soep, instant soep
- Saus
- Choco(lade), koeken, snoep
- Water, fruitsap, zuiveldrank, plantaardige drink, smoothie, frisdrank, energiedrank, rosé, bubbels en cocktail

55-74 jarigen

- Brood, broodjes
- Fruit: appel, appelsien, druiven, kiwi, mandarijn, nectarine, peer
- Verse soep
- Groenten: boontjes, selder, sla, tomaten, witloof
- Groente- en fruitbereidingen (bv. confituur)
- Aardappelen: gekookte aardappelen
- Vlees (varkensvlees, met been), charcuterie (gekookte ham, gedroogde of gerookte ham, salami, paté), vleessalades
- Onbewerkte vis, week- en schaaldieren: kabeljauw, zalm
- Zuivel: boter, kaas, plattekaas, smeerkaas, yoghurt
- Margarine
- Koffie, thee, bier, wijn

GESLACHT

Het zijn wat eerder mannen dan vrouwen die de dag voordien geen ontbijt gegeten hadden. Bij de middag- en avondmaaltijden zien we dat **vrouwen eerder opteerden voor een thuisbereide maaltijd** dan mannen, die in verhouding eerder kozen voor een afgehaalde of thuisgeleverde maaltijd, een kant-en-klare maaltijd of een buitenshuismaaltijd. Warme middagmaaltijden werden relatief gezien meer gegeten door mannen, warme avondmaaltijden door vrouwen. Vrouwen aten bovendien eerder thuis dan mannen, die in verhouding vaker dan vrouwen op het werk en op andere locaties zoals in een snackbar, in een fastfoodrestaurant en op een event consumeerden. Vrouwen aten in verhouding eerder fruit, zuivel, pasta en vegetarisch, terwijl mannen eerder brood, aardappelen, vlees en vis aten.

man

- Brood, broodjes
- Abrikozen, ananas, appel, appelsien, banaan, kersen, peer, pompelmoes, watermeloen
- Asperges, aubergine, bloemkool, bonen, boontjes, broccoli, erwten, knolselder, kolen, pompoen, raapjes, spruiten, venkel
- Kant-en-klare soep, instant soep
- Groente- en fruitbereidingen
- Gekookte aardappelen, gebakken aardappelen, puree, friet, kroketten, pizza, quinoa, noedels, zoete aardappelen
- Eieren
- Onbewerkte vis, week- of schaaldieren (grijze garnalen, kabeljauw, mosselen, Noordzeevissen), gepaneerde vis, viskroketten, gerookte vis, vis uit blik of bokaal
- Vers vlees (kalfsvlees, kalkoen, konijn, lamsvlees, rundvlees, wild, puur stukje vlees, met been, gepaneerd, vleesbereidingen), vleeswaren (gedroogde of gerookte ham, salami, kookworsten, paté), vleessnacks, vleessalades
- Plantaardige alternatieven voor vlees
- IJs
- Saus
- Snoep
- Fruitsap, zuiveldrank, plantaardige drink, smoothie, energiedrank, bier, cocktail

vrouw

- Fruit: kiwi, mandarijn
- Ajuin, courgette, komkommer, paprika, sla, kerstomaten, wortelen
- Pasta
- Vegetarisch
- Scampi
- Zuivel: yoghurt, zuiveldesserts
- Water, thee

REGIO

Walen hebben gemiddeld minder eetmomenten op een dag. Zo geven zij bijvoorbeeld minder vaak aan dat ze een tussendoortje gegeten hadden. Brusselaars zijn op hun beurt oververtegenwoordigd bij de ontbijters en bij wie in de voormiddag een tussendoortje nam. Bij de warme maaltijden opteerden Brusselaars relatief meer voor de middag en

Vlamingen voor de avond, terwijl Walen relatief vaker aangaven dat ze de dag voordien geen warme maaltijd gegeten hadden.

Wat de bereidingswijze betreft, kiezen **Brusselaars minder vaak voor thuisbereide maaltijden** en eerder voor afhaal, thuislevering, kant-en-klaar of buitenshuis eten dan Vlamingen en Walen. Ook qua consumptieplaats eten Brusselaars minder vaak thuis en vaker op andere locaties dan Vlamingen en Walen.

De productverschillen tussen Vlamingen en Walen vindt u in onderstaande tabel. **Brusselaars** op hun beurt eten eerder op meerdere momenten op de dag groenten en fruit, waardoor ze ook meer verschillende soorten eten. Ze eten minder vaak gekookte aardappelen en meer andere aardappelbereidingen

of andere maaltijdbegeleiders. Ze eten ook minder vaak brood en eerder ontbijtgranen en koffiekoeken, gebakjes of taart. Ze opteren daarnaast meer dan Vlamingen en Walen voor noten, zaden en pitten, voor peulvruchten en voor andere plantaardige alternatieven voor vlees en zuivel. Ze eten in verhouding ook vaak eieren en vis, week- en schaaldieren. Wanneer ze vlees eten dan is dat in verhouding minder vaak varkensvlees of rundvlees, maar relatief meer andere vleessoorten zoals lamsvlees en kalfsvlees.

Vlamingen

- Brood/broodjes, ontbijtgranen
- Noten/zaden/pitten
- Fruit: aardbeien, appel, banaan, bosbessen, druiven, frambozen, kiwi, peer
- Groenten: ajuin, bloemkool, boontjes, broccoli, champignons, komkommer, paprika, prei, selder, sla, tomaten, kerstomaten, witloof, wortelen
- Verse soep
- Gekookte aardappelen
- Onbewerkte vis, week- en schaaldieren (scampi), vissalades
- Vlees (kip, puur stukje vlees, reepjes), charcuterie (salami, gevogeltewit, paté), vleessnacks, vleessalades
- Zuivel: kaas, yoghurt
- Plantaardige alternatieven voor zuivel: margarine, plantaardig alternatief voor yoghurt
- Saus
- Koeken
- Snoep
- Frisdrank, thee

Walen

- Koffiekoeken/gebak/taart
- Abrikozen, perzik
- Aubergine, courgette, kikkererwten, linzen, maïs, raapjes,
- Kant-en-klaar soep, instant soep
- Pasta, quinoa, couscous
- Vis uit blik of bokaal
- Kalfsvlees, kalkoen, lamsvlees, rundvlees, met been, vleesbereidingen
- IJs, melk, plattekaas, room
- Water, fruitsap, zuiveldrank, plantaardige drink, smoothie, energiedrank, bier, wijn, cocktail

SOCIALE GROEPEN

Personen uit lagere sociale groepen slaan eerder het ontbijt over en eten minder vaak een warme maaltijd dan personen uit hogere sociale groepen. Daartegenover staat dat zij **'s avonds iets vaker een tussendoortje** nemen. Zij kiezen ook eerder voor **thuisbereide maaltijden**, terwijl personen uit hogere sociale groepen relatief meer afgehaalde en thuisgeleverde maaltijden en buitenshuismaaltijden eten en dus meer buitenshuis consumeren terwijl lagere sociale groepen eerder thuis consumeren. Het valt op dat bij de lagere sociale groepen de dagpenetraties van veel producten lager liggen dan bij de hogere sociale groepen. **Zij eten dus doorheen de dag minder en een mindere variatie aan producten.** Zij eten minder vaak vlees en minder vaak

vis, maar ook minder vaak plantaardige alternatieven voor vlees en minder vaak groenten en fruit dan de hogere sociale groepen.

Hogere sociale groepen

- Ontbijtgranen
- Noten/zaden/pitten
- Fruit: appel, banaan, bosbessen, frambozen, mango, meloen, peer,
- Groenten: ajuin, asperges, aubergine, avocado, broccoli, champignons, courgette, kikkererwten, kolen, komkommer, maïs, paprika, pompoen, sla, spinazie, tomaten, kerstomaten, wortelen
- Kroketten, pasta, pizza, rijst, noedels, couscous, wraps, zoete aardappelen
- Onbewerkte vis, week- en schaaldieren (kabeljauw, scampi, zalm), gerookte vis, vis uit blik of bokaal
- Vers vlees (kip, gemengd vlees, puur stukje vlees, reepjes, gehakt), vleeswaren (kookworsten, gevogeltewit), vleessnacks
- Plantaardige alternatieven voor vlees
- Zuivel: ijs, kaas, melk, room, yoghurt
- Plantaardige drinks
- Koeken
- Water, wijn

Lagere sociale groepen

- Brood/broodjes
- Verse soep
- Gekookte aardappelen
- Boter, smeerkaas
- Margarine
- Koffie, frisdrank, energiedrank, pils

ROOTS

Personen met enkel inlandse roots eten hun maaltijden vaker thuis en bereiden ze ook vaker zelf. **Mensen met buitenlandse roots kiezen daarentegen relatief vaker voor afgehaalde, thuisgeleverde, kant-en-klare of buitenshuismaaltijden.**

Op productniveau zien we dat personen met enkel inlandse roots vaker kiezen voor brood, gekookte aardappelen en puree. Mensen met

buitenlandse roots geven eerder de voorkeur aan alternatieve maaltijdbegeleiders zoals rijst, pasta of wraps. Personen die de dag voordien **vlees** aten, zijn eerder personen met enkel inlandse roots. Personen met buitenlandse roots consumeren relatief meer verwerkte visproducten en plantaardige alternatieven voor vlees. Bij de groente- en fruitsoorten hebben **appelen, bloemkolen en witloof** het meest uitgesproken inlandse profiel.

Enkel inlandse roots

- Brood/broodjes
- Appel
- Bloemkool, witloof
- Verse soep
- Groente- en fruitbereidingen
- Gekookte aardappelen, puree
- Vers vlees, vleeswaren (salami, gevogeltewit), vleessalades
- Koffie, frisdrank, bier

Buitenlandse roots

- Koffiekoeken/gebak/taart, ontbijtgranen
- Noten/zaden/pitten
- Abrikozen, appelsien, frambozen, kersen, mango, perzik, pompelmoes, pruim, watermeloen
- Ajuin, aubergine, avocado, bonen, erwten, kikkererwten, komkommer, linzen, maïs, rode biet, tomaten
- Pasta, pizza, rijst, quinoa, noedels, couscous, wraps, zoete aardappelen
- Eieren
- Gepaneerde vis, gerookte vis, vis uit blik of bokaal
- Kip, gepaneerd vlees
- Plantaardige alternatieven voor vlees
- Melk, plattekaas, room, zuiveldesserts
- Water, fruitsap, zuiveldrank, plantaardige drink, smoothie, thee, energiedrank, cocktail

MEER WETEN?

Voor bijkomende informatie over dit onderzoek of andere cijfers en marktinzichten kan je steeds terecht bij VLAM.

VLAM vzw – Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing

Simon Bolivarlaan 17 bus 411
1000 Brussel
T 02 486 64 94

Bezoek ook onze kennisbank op vlaanderen.be/vlam/kennisbank voor publicaties, marktcijfers en inzichten.

HEB JE VRAGEN OVER DATA OF ANALYSE?

Neem gerust contact op met het kenniscentrum Data & Analyse via dna@vlam.be