

Rapport:
DE HOUDING VAN VLAAMSE TIENERS TEGENOVER VOEDING

Wat en hoe eten Vlaamse tieners vandaag? Welke rol spelen smaak, gezondheid, thuiscontext en media in hun voedingskeuzes? Dit rapport biedt een analyse van de houding, het gedrag en de kennis van Vlaamse jongeren (12–18 jaar) rond voeding. Op basis van kwantitatief onderzoek schetst het rapport hoe tieners vandaag eten, denken en kiezen en hoe dit zich verhoudt tot volwassenen. Het onderzoek biedt waardevolle inzichten voor iedereen die jongeren wil begrijpen, bereiken en ondersteunen in hun voedingskeuzes.

VLAM.be

HIGHLIGHTS

Tieners eten vooral vertrouwd, eenvoudig en gemaksgedreven, met smaak als absolute prioriteit en met gezondheid als belangrijkere drijfveer dan milieu, dierenwelzijn en herkomst. De houding tegenover landbouw en Belgische producten is overwegend positief, maar minder uitgesproken dan bij volwassenen. En hun kennis over voeding is degelijk, maar vooral intuïtief en weinig verdiept. Verder tonen tieners ambitie en idealisme richting hun toekomst, maar dit vertaalt zich slechts beperkt naar hun huidig gedrag. De thuiscontext blijft bepalend voor hun mening over voeding en hun consumptiepatroon: wat thuis normaal is, wordt voor tieners de norm. Sociale media (vooral TikTok) zijn hun belangrijkste inspiratiekanaal voor voeding. Vlaamse tieners vormen wel geen homogene groep op vlak van voeding. Waar sommige segmenten sterk gestuurd worden door gewoonte en thuiscontext, zijn andere net nieuwsgierig en actief op zoek naar informatie en inspiratie.

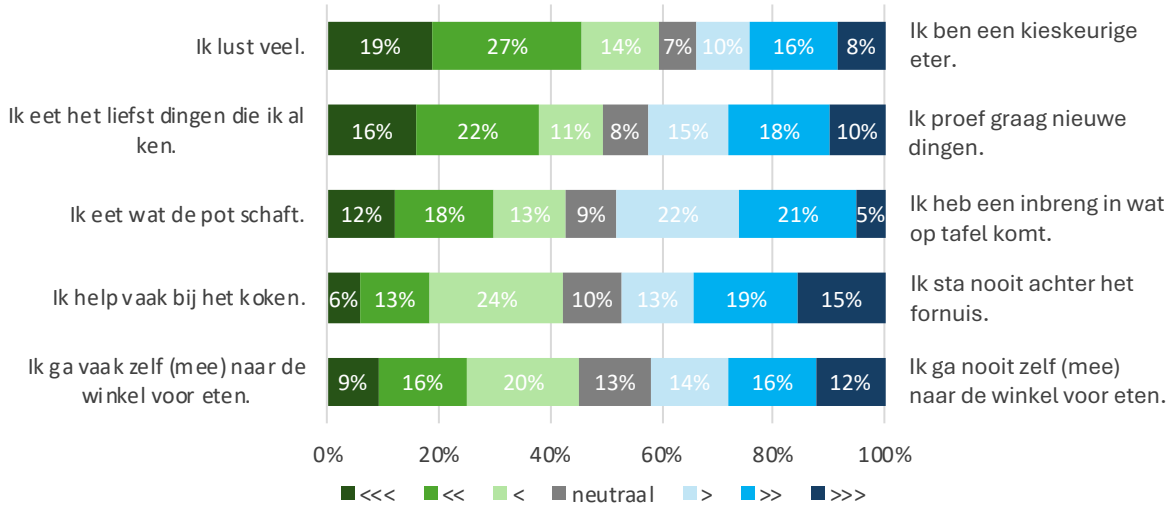


OVER HET ONDERZOEK

Dit rapport is gebaseerd op een online kwantitatief onderzoek uitgevoerd in november en december 2025. De steekproef bestond uit 600 Vlaamse jongeren tussen 12 en 18 jaar, representatief naar leeftijd, geslacht en sociale groep. Daarnaast werd een referentiegroep van 500 Vlaamse volwassenen (18–65 jaar) bevraagd. De dataverzameling en rekrutering gebeurden via iVox.

ALGEMENE HOUDING T.A.V. ETEN, KOKEN EN WINKELEN

De houding van Vlaamse tieners tegenover eten wordt gekenmerkt door een sterke voorkeur voor vertrouwdheid en gemak. Zes op de tien tieners geven aan dat ze 'veel lusten', terwijl één op de drie zichzelf als kieskeurig beschouwt. Bijna de helft eet het liefst dingen die ze al kennen, terwijl 43% graag nieuwe dingen proeft. Vlaamse tieners combineren dus een **duidelijke voorkeur voor vertrouwd en lekker eten met een gematigde openheid voor nieuwe smaken. Hun houding is voorzichtig en comfortgericht, niet afwijzend of gesloten.** De betrokkenheid bij winkelen en koken verschilt sterk binnen de volledige groep van tieners en ligt gemiddeld hoger bij meisjes. Niettegenstaande een soms beperkte inbreng, geldt voor veel tieners dat zij eten wat de pot schaft, wat het belang van de thuiscontext onderstreept.



FAVORIETE GERECHTEN EN PRODUCTEN

Uit een open vraag naar hun favoriete gerechten blijkt dat tieners vooral eenvoudige, **bekende en koolhydraatrijke gerechten** verkiezen. Frietjes staan op één, gevolgd door Italiaans geïnspireerde maaltijden zoals spaghetti, pizza en pasta en ruimere **internationale invloeden** zoals sushi en kebab. In vergelijking met volwassenen kiezen jongeren vaker voor **snelle en informele eetmomenten**. Volwassenen hebben eerder een voorkeur voor klassieke Belgische gerechten en volwaardige maaltijden. Toch geeft nog **38% van de tieners aan dat ze vooral houden van typisch Belgische gerechten** (37% houdt vooral van gerechten uit andere landen en 25% is neutraal). Het zijn eerder jongens en tieners met enkel Inlandse roots die een voorkeur hebben voor Belgische gerechten.

38%

houdt vooral van typisch Belgische gerechten

	Top 10 jongeren		Top 10 volwassenen
1	Frietjes	1	Frietjes
2	Spaghetti	2	Spaghetti
3	Pizza	3	Pasta
4	Pasta	4	Steak
5	Sushi	5	Stoofvlees
6	Kip	6	Pizza
7	Lasagne	7	Witloof
8	Steak	8	Kip
9	Macaroni	9	Lasagne
10	Hamburger	10	Vol-au-vent

Tieners beoordelen **pasta** met een score van 8,5 op 10 voor 'lekker'. Daarmee scoort pasta beduidend hoger dan **aardappelen** (7,1) en is het het best beoordeelde product in de bevraging. Pasta is ook het enige product uit de lijst waar tieners een hogere smaakscore gaven dan volwassenen.

Groenten en fruit krijgen degelijke scores op het vlak van smaak (7,3 en 7,7), maar dit gemiddelde ligt wel lager dan bij volwassenen. Net als volwassenen vinden tieners gemiddeld **kip en vlees** lekkerder dan **vis en plantaardige alternatieven voor vlees**. Tieners geven vis en de plantaardige alternatieven bovendien lagere smaakscores dan volwassenen. Binnen **zuivel** wordt melk meer gesmaakt door tieners dan door volwassenen, terwijl volwassenen in verhouding tot tieners plantaardige drinks, kaas en yoghurt lekkerder vinden.

44%

geeft aan (bijna) dagelijks verse **groenten** te eten.

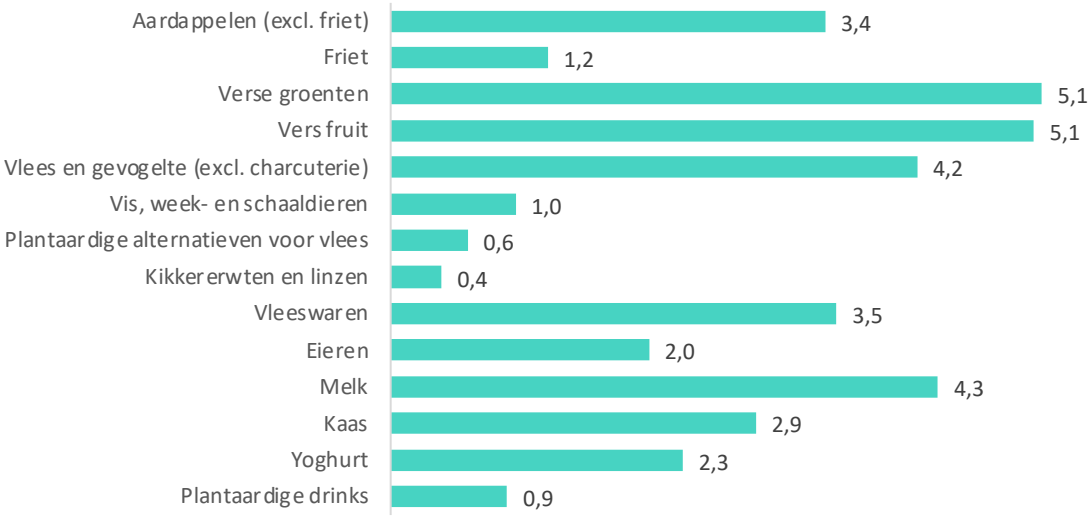
40%

geeft aan (bijna) dagelijks vers **fruit** te eten.

EETFREQUENTIE VERSPRODUCTEN

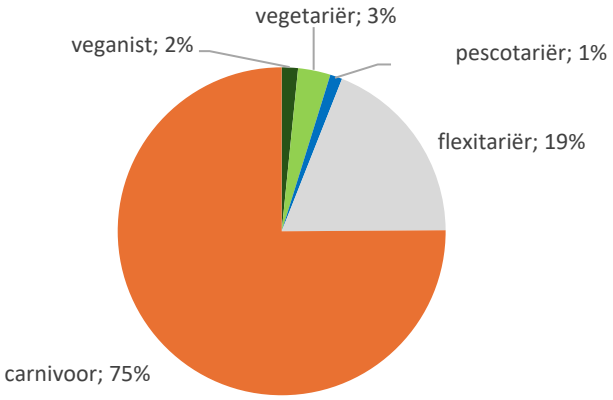
Bijna de helft van de tieners eet (bijna) dagelijks verse groenten (44%); voor vers fruit ligt dat aandeel op 40%. Gemiddeld komen tieners voor beide productgroepen aan 5,1 keer per week, wat een stukje lager is dan bij volwassenen (respectievelijk 5,4 en 5,3 keer per week). Ook **vis, kaas en yoghurt worden doorgaans minder vaak gegeten door tieners** dan volwassenen. Daartegenover staat dat tieners gemiddeld genomen **vaker aardappelen, eieren, melk, vlees en vleeswaren** eten dan volwassenen.

Verklaarde eetfrequentie
(omgerekend naar gemiddeld aantal keer per week)



VOEDINGSPROFIELEN NAAR DIERLIJKE CONSUMPTIE

Drie op de vier tieners eten meer dan vier keer per week vlees of vis. Het is opvallend dat het percentage carnivoren toeneemt met de leeftijd van de tieners. **Het percentage tieners dat geen vlees eet ligt iets hoger dan bij volwassenen, maar blijft beperkt (5%).**



- ✓ Carnivoor: eet > 4 keer per week vlees of vis
- ✓ Flexitariër: eet vlees en vis, maar ook minstens 3 keer per week vegetarisch
- ✓ Pescotariër: eet geen vlees, maar wel vis
- ✓ Vegetariër: eet geen vlees en geen vis, maar wel melkproducten en/of eieren
- ✓ Veganist: eet geen dierlijke producten zoals vlees, vis, melkproducten en eieren



De motivatie van **carnivoren** is vooral gebaseerd op **smaak** en **gewoonte** en deels op **voedingswaarde**. **Veganisten en vegetariërs** zijn dit vooral vanuit **moreel, ethisch en bewust** oogpunt. **Flexitariërs** zoeken vooral naar een **balans** tussen al deze argumenten en kiezen voor **variatie**. De argumenten van de segmenten verschillen niet wezenlijk tussen tieners en volwassenen, alleen is bij tieners de **thuiscontext** doorslaggevender: ze geven meer aan dat ze zo opgevoed zijn en dat hun ouders zo eten/koken.

De intentie om de vleesconsumptie te verminderen is verdeeld onder tieners: 31% geeft aan dit in de toekomst te willen doen, 39% niet en 30% blijft neutraal. Deze intentie ligt lager dan bij volwassenen, van wie 39% aangeeft minder vlees te willen eten.

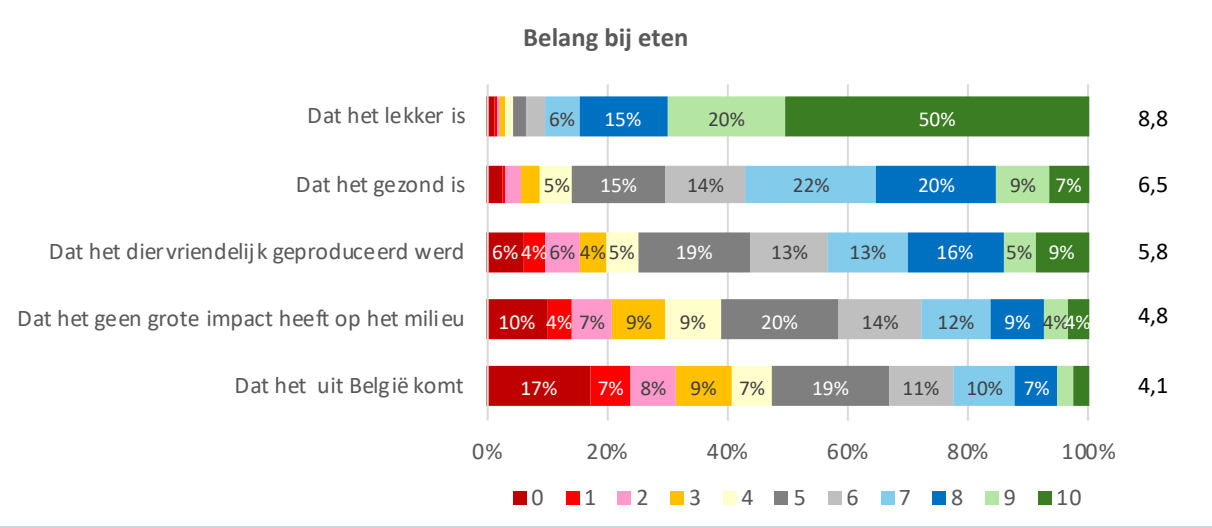
WAT VINDEN TIENERS BELANGRIJK BIJ ETEN?

Eten moet voor tieners **in de eerste plaats gewoon lekker** zijn. Slechts 18% geeft aan dat ze enigszins stilstaan bij hoe de producten geproduceerd worden. **Gezondheids- en gewetensaspecten spelen bij tieners een minder belangrijke rol** dan bij volwassenen. Van deze aspecten hechten ze het **meeste belang aan gezondheid, gevolgd door dierenwelzijn, milieu en ten slotte inlandse herkomst**. Inlandse herkomst haalt een gemiddelde belangrijkheidsscore van 4,1 op 10 (tegenover 5,8 bij volwassenen).

slechts

18%

staat enigszins stil bij hoe de producten geproduceerd worden.



HOE SCOREN VERSPRODUCTEN BIJ TIENERS OP GEZONDHEID EN MILIEUVRIENDELIJKHEID?

Tieners beoordelen versproducten over het algemeen positief op het vlak van gezondheid, in grote lijnen vergelijkbaar met volwassenen. Net als bij volwassenen scoren **groenten en fruit het hoogst, gevolgd door melk, eieren, kip en vis**. Vis krijgt bij volwassenen wel een iets hogere gezondheidswaardering dan bij tieners. **Aardappelen** behalen bij tieners, net als bij volwassenen, een gemiddelde score van 6,9 op 10. Ook **vlees** krijgt een gematigd positieve gezondheidsbeoordeling, met een gemiddelde score van 6,1: bijna de helft van de tieners (47%) geeft vlees een score van 7 of hoger, terwijl 19% het een score lager dan 5 toekent.

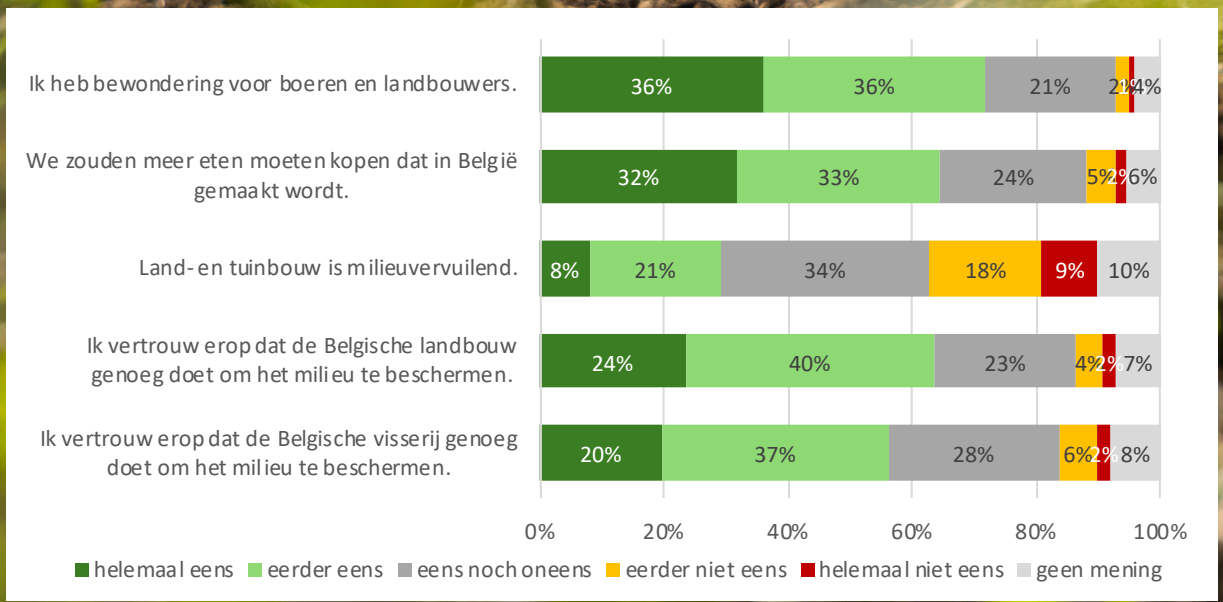
Op het vlak van milieuvriendelijkheid geven tieners de meeste versproducten doorgaans hogere scores dan volwassenen. Ze staan dus minder kritisch tegenover de milieu-impact van voeding. Dit geldt onder meer voor aardappelen, groenten en fruit, maar ook voor eieren, melk, yoghurt en plantaardige alternatieven voor vlees en zuivel. **Vlees** krijgt, net als bij volwassenen, een gemiddelde milieuscore van 5,5. De beoordelingen lopen daarbij sterk uiteen: 37% van de tieners geeft vlees een score van 7 of hoger, terwijl 30% een score lager dan 5 toekent. Opvallend is dat tieners, net als volwassenen, bij vrijwel alle producten relatief vaak een middenscore (5 of 6) geven. Dit wijst **op een beperkt zicht op of een minder uitgesproken mening over de milieu-impact van versproducten**.

HOUDING VAN TIENERS TEGENOVER LANDBOUW EN LANDBOUWERS

72%

heeft bewondering voor landbouwers.

Tieners staan **overwegend positief** tegenover landbouw en landbouwers, al is die houding **iets minder uitgesproken dan bij volwassenen**. Een ruime meerderheid geeft aan bewondering te hebben voor landbouwers en vertrouwt erop dat de sector inspanningen levert om de milieu-impact te beperken. Wel vindt 29% van de tieners dat land- en tuinbouw milieuvervuilend is, maar dit is lager dan bij volwassenen (35%). **Ook het belang dat wordt gehecht aan Belgische herkomst is bij tieners aanwezig, maar minder sterk**: 65% vindt dat we meer voeding zouden moeten kopen die in België geproduceerd wordt, tegenover 75% bij volwassenen.



DE VOEDINGSKENNIS VAN TIENERS

Om de voedingskennis van tieners in kaart te brengen, kregen zij dertien juist-foutvragen voorgelegd, met daarnaast de mogelijkheid om "geen idee" aan te duiden. Gemiddeld behaalden de tieners een score van 7,7 op 13, wat overeenkomt met 59% correcte antwoorden. Dat is een degelijke score, zeker wanneer we dit vergelijken met volwassenen, die met 64% slechts beperkt hoger scoren.

De basiskennis over voeding is bij de meeste tieners goed aanwezig. Zo weten de meeste jongeren dat Jonagold een appelras is, dat biefstuk rundvlees is, dat kip volledig doorbakken moet zijn, dat vlees belangrijke voedingsstoffen bevat en dat de voedingsaanbeveling voor groenten hoger ligt dan 300 gram per dag. **Tegelijk blijkt hun kennis minder sterk op een aantal meer specifieke of minder alledaagse thema's**. Minder dan de helft van de tieners weet bijvoorbeeld dat je in een gezonde voeding tot zeven eieren per week mag eten, dat plantaardige drinks niet dezelfde voedingsstoffen bevatten als koemelk, dat aardappelen geen dikmakers zijn, dat zalm geen typisch Belgische vissoort is, dat het aspergeseizoen niet in de zomer valt of dat wie lactose-intolerant is vaak nog bepaalde melkproducten kan verdragen. **Deze resultaten wijzen erop dat de voedingskennis van tieners eerder intuïtief dan verdiept is. Ze beschikken over een solide basis, maar missen soms nuance of context, vooral bij thema's die minder zichtbaar zijn in het dagelijkse eetpatroon of publieke debat**.

Ook wat biovoeding betreft, is de kennis bij tieners degelijk, maar minder diepgaand. Drie op de vier tieners (75%) hebben al gehoord van de term 'biovoeding'. Ze omschrijven bio voornamelijk als voeding die op een natuurlijke en milieuvriendelijke manier is geproduceerd, zonder pesticiden of chemische middelen, vaak rechtstreeks van de boer en met respect voor dieren. Biovoeding wordt bovendien geassocieerd met gezondheid, maar ook met een hogere prijs. De inhoudelijke kern van hun kennis sluit sterk aan bij die van volwassenen, al is de kennis bij tieners minder uitgewerkt en meer intuïtief van aard.

59%

op kennisvragen over voeding.

75%

heeft al gehoord over 'biovoeding'.

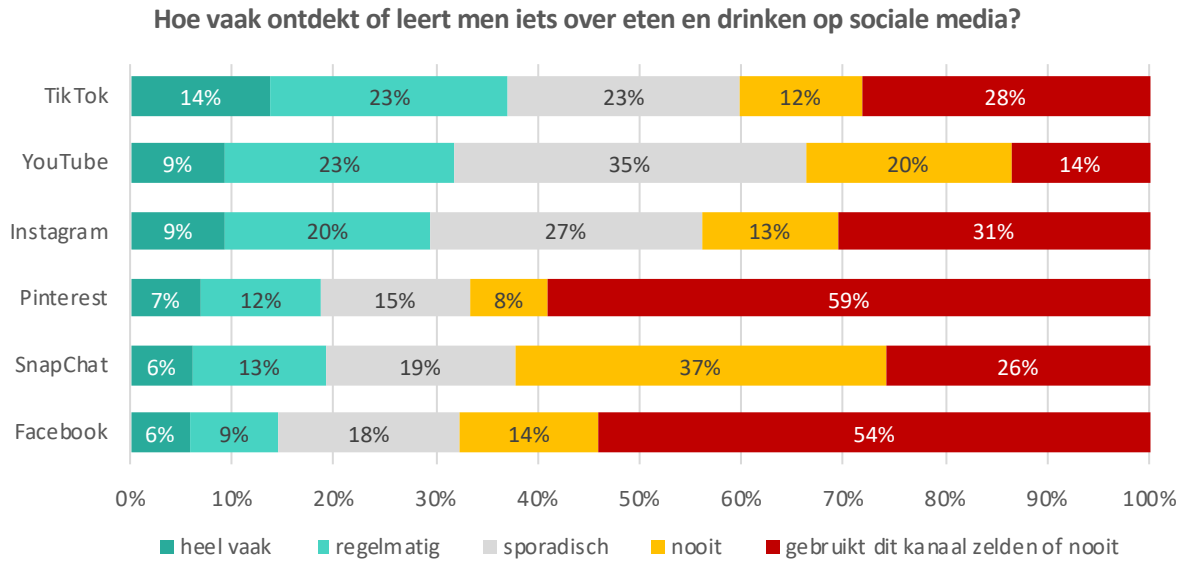
DE INFORMATIE- EN INSPIRATIEBRONNEN VAN TIENERS

Tieners zijn veelvuldige gebruikers van sociale media met **SnapChat** en **TikTok** op kop, maar ze kijken ook nog vaak **tv**. **AI-tools** zijn sterk in opmars, met momenteel 44% van de tieners die dit meerdere keren per week gebruiken. In vergelijking met volwassenen gebruiken ze **veel minder vaak radio, Facebook en kranten** (online of offline).

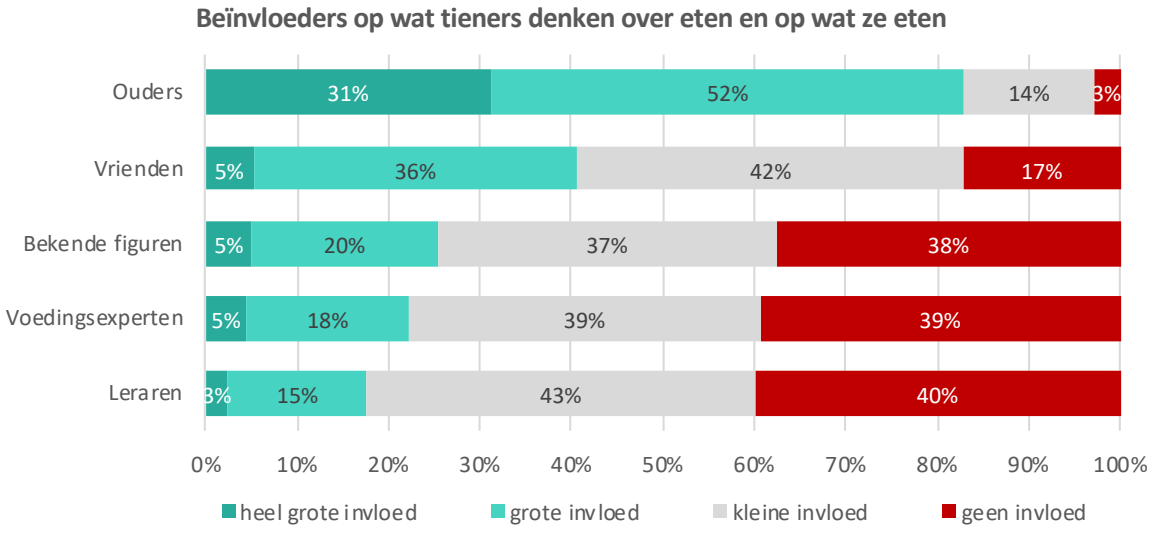
Tieners consumeren dus veel media, maar ze zijn **minder vaak op zoek naar informatie en inspiratie over voeding.** Slechts 16% zegt dit vaak te doen en 45% doet dit nooit. **Sociale media (vooral TikTok)** is voor tieners dan de belangrijkste bron en ze gebruiken die vooral voor inspiratie. Voor meer functionele informatie zoeken ze op het internet (via **Google**).

16%

zoekt info of inspiratie



De ouders hebben een heel sterke invloed op wat tieners denken over voeding en wat ze eten. Vrienden spelen eveneens een rol, terwijl bekende figuren, experten en leerkrachten een beperktere invloed hebben.



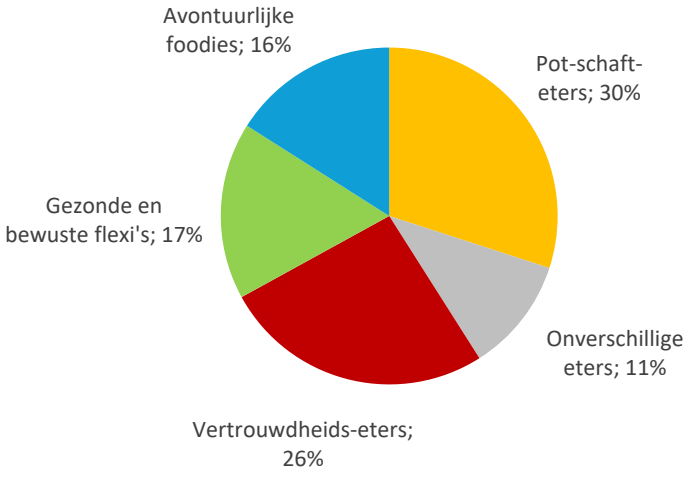
DE TOEKOMSTINTENTIES VAN TIENERS

Tieners spreken intenties uit rond **gezonder eten, minder vlees, meer autonomie en meer variatie**. Milieu- en dierenoverwegingen en inlandse herkomst worden ook vernoemd, maar in veel mindere mate. Tieners kijken naar de toekomst van hun voeding met **ambitie, idealisme en veranderingsdrang**. Deze intenties vertalen zich echter **momenteel nog beperkt in concreet gedrag**. Volwassenen zijn realistischer in hun intenties en zetten vooral in op het bijsturen binnen hun bestaande eetgewoonten en rekening houdend met gezondheid, prijs en haalbaarheid.

SEGMENTATIE VAN TIENERS OP BASIS VAN VOEDINGSATTITUDES EN -GEDRAG

Binnen de groep van 12- tot 18-jarigen kunnen we vijf subgroepen onderscheiden op basis van hun houding, betrokkenheid en gedrag ten aanzien van voeding.

- **De pot-schaft-eters (30% van de tieners):** Dit zijn tieners die voeding vooral passief beleven. Ze zijn niet kieskeurig en eten wat thuis wordt klaargemaakt. Ze zijn nauwelijks betrokken bij koken of boodschappen en denken weinig na over voeding. Ze voelen ook weinig nood tot verandering. Een typische uitspraak van deze tieners is: “Ik eet gewoon wat er is”.
- **De onverschillige-eters (11%):** Deze tieners zijn onverschillig over zaken zoals gezondheid, herkomst of duurzaamheid, zolang het maar lekker en gemakkelijk is. Ze verschillen van de “Pot-schaft”-eters doordat ze meer vanuit genot dan vanuit routine eten. “Het zal me worst wezen, zolang het maar lekker is”, is een typische uitspraak van dit segment.
- **De vertrouwdheid-eters (26%):** Dit zijn tieners die sterk vasthouden aan gekende gerechten en smaken. Ze zijn eerder kieskeurig en staan minder open voor nieuwe of onbekende voedingsmiddelen. Hun voedingspatroon is stabiel en traditioneel en verandering roept bij hun eerder weerstand op. Hun leuze is: “Doe mij maar wat ik ken”.
- **De gezonde en bewuste flexi’s (17%)** Deze tieners zijn bewust bezig met voeding. Gezondheid speelt een belangrijke rol, vaak aangevuld met aandacht voor milieu of dierenwelzijn. Ze staan meer open voor flexitarisch of vegetarisch eten en zoeken actief informatie of inspiratie. Deze groep is relatief sterk betrokken bij koken en boodschappen en beschikt over meer voedingskennis. Tieners uit dit segment zeggen: “Ik probeer bewuster te eten”.
- **De avontuurlijke foodies (16%):** Avontuurlijke foodies benaderen voeding vanuit nieuwsgierigheid en interesse. Ze experimenteren graag met nieuwe gerechten en smaken en zijn vaak actief betrokken bij koken. Hun motivatie is plezier- en ontdekkingsgedreven. Zij staan open voor innovatie, al blijft de thuiscontext ook hier een belangrijke randvoorwaarde. Tieners uit dit segment zeggen typisch: “Ik wil nieuwe dingen proberen”.



TAKE-AWAYS EN AANDACHTSPUNTEN

- ✓ Probeer niet te moraliseren en te hard te overtuigen, maar te **faciliteren**: maak het gewenste gedrag **laagdrempelig, concreet en zichtbaar.**
- ✓ **Focus op aantrekkelijkheid, eenvoud, snelheid en herkenbaarheid.** Maak het niet moeilijker en gezonder dan nodig of ideologischer dan gevraagd.
- ✓ Maak de producten en boodschappen zichtbaar en aantrekkelijk in **korte formats** (op o.a. TikTok en Instagram), met focus op **inspiratie** en met **intuïtieve beelden**.
- ✓ Behandel tieners **niet als één grote groep**, maar houdt rekening met de verschillen in houding, betrokkenheid en gedrag ten aanzien van voeding.
- ✓ **Normaliteit** is krachtiger dan overtuiging. Cruciaal om de **ouders** te bereiken als normzetters en hen te helpen om de producten en gewenste gedragingen moeiteloos te integreren in hun drukke leven en dat van hun kinderen.

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**

VLAM.be