

Rapport:
GROENTE- & FRUITVERBRUIK IN BELGIË IN 2025

Aan de hand van recente cijfers en analyses wordt het verbruik van groenten en fruit in België in kaart gebracht. De lezer krijgt een overzicht van de evolutie in het verbruik van groenten en fruit, de belangrijkste groente- en fruitsoorten, de verschuivingen in aankoopkanalen en de verhouding tussen thuis- en buitenhuisverbruik. Daarnaast worden ook de houding, de aankoopcriteria en de barrières van de Vlaamse consument ten opzichte van groenten en fruit bekeken. De gegevens zijn gebaseerd op representatieve studies uitgevoerd door YouGov en iVox in opdracht van VLAM. Dit rapport is bedoeld voor iedereen die inzicht wil krijgen in de trends, voorkeuren en evoluties binnen de Belgische groente- en fruitmarkt.

VLAM.be

HIGHLIGHTS

Het thuisverbruik van verse groenten en vers fruit in België kende in 2025 een voorzichtig herstel na meerdere jaren van daling. Het thuisverbruik van verse groenten steeg voor het tweede jaar op rij tot 36,8 kg per capita (+1%), terwijl het thuisverbruik van vers fruit met 3% toenam tot 41,1 kg per capita. Daarmee lijkt de neerwaartse trend van de voorbije jaren tijdelijk doorbroken.

Groenten worden voornamelijk geconsumeerd bij de hoofdmaaltijd, terwijl fruit verspreid over de dag wordt gegeten. Het verbruik stijgt met de leeftijd en ligt hoger bij vrouwen, hoger opgeleiden en hogere sociale groepen. Gezondheid blijft een belangrijke motivator voor consumptie, maar gemak, prijsperceptie, beperkte houdbaarheid en gewoontes vormen nog steeds belangrijke drempels om het verbruik verder te verhogen. Tomaten blijven de populairste groente, met een verdere groei van kerstomaten. Bananen verstevigden hun positie als meest aangekochte fruitsoort, gevolgd door appelen en sinaasappelen. Op langere termijn winnen vooral zachtfruit, exotisch fruit en conveniencepproducten terrein, terwijl traditionele producten zoals appelen, peren, witloof en gewone tomaten onder druk staan. Grotere supermarkten blijven het belangrijkste aankoopkanaal voor groenten en fruit, maar verliezen geleidelijk marktaandeel aan hard discount. Bij aankoopbeslissingen spelen uitzicht, prijs en seizoen een centrale rol. Daarnaast hechten steeds meer Belgen belang aan het land van herkomst, met een duidelijke voorkeur voor Belgische producten.



OVER HET ONDERZOEK

De gegevens in dit rapport zijn gebaseerd op drie onderzoeken:

- **Consumentenpanel van YouGov België**: Dit panel bestaat uit een representatieve steekproef van 6.000 Belgische huishoudens, die al hun aankopen van voedingsmiddelen, waaronder groenten en fruit, systematisch registreren. De verzamelde data geven een betrouwbaar beeld van het thuisverbruik in België.
- **Consumptietracker VLAM**: Een online 'day after recall'-onderzoek uitgevoerd door iVox, waarbij dagelijks aan een aantal unieke respondenten wordt gevraagd wat zij de dag voordien geconsumeerd hebben. Op jaarbasis resulteerde dit in een representatieve steekproef van 7.300 Belgen tussen 18 en 75 jaar. Dit onderzoek brengt de totale consumptie in België in kaart, zowel thuis als buitenshuis.
- **Groente- en fruittrekking VLAM**: Online kwantitatief onderzoek dat iVox uitvoerde in 2025 bij een representatieve steekproef van 1.000 Vlamingen tussen 18 en 64 jaar. Hierbij wordt gepeild naar onder andere de houding, de aankoopcriteria en de barrières ten aanzien van groenten en fruit.

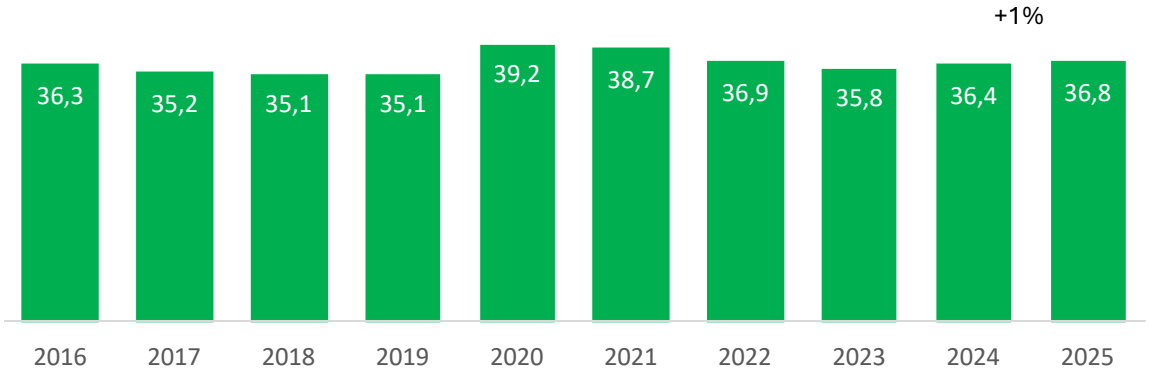
THUISVERBRUIK VAN VERSE GROENTEN STEEG VOOR TWEEDE JAAR OP RIJ

Het thuisverbruik van verse groenten in België steeg in 2025 met 1%. Het aangekochte volume nam toe van 36,4 kg per capita in 2024 naar 36,8 kg in 2025. Ook in 2024 was er al sprake van een lichte stijging. **Daarmee lijkt een einde gekomen aan een langere periode van dalingen** (met uitzondering van de coronacrisis in 2020). De gemiddelde prijs van verse groenten daalde in 2025 met 2%, waardoor **de totale bestedingen wel licht terugliepen** (-1%). Belgische gezinnen kopen gemiddeld 61 keer per jaar verse groenten.

+1%

voor verse groenten

Thuisverbruik van verse groenten in België (in kg per capita)



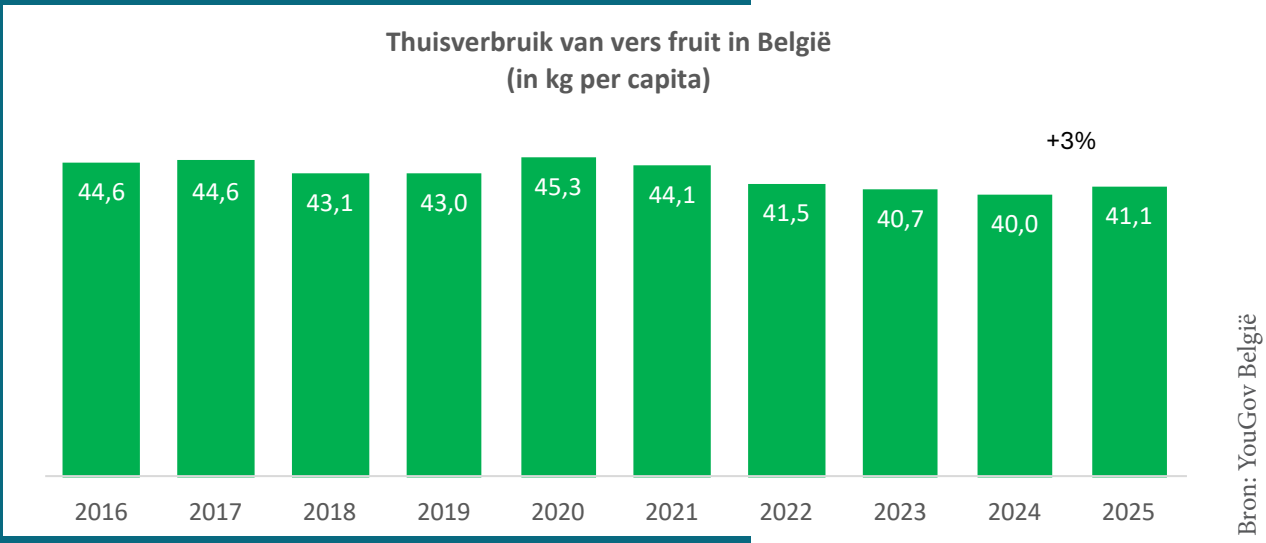
Bron: YouGov België

OOK HET THUISVERBRUIK VAN VERS FRUIT STEEG IN 2025

+4%

voor vers fruit

Het thuisverbruik van vers fruit in België kende **op lange termijn een dalende trend**: van 44,6 kg per capita in 2016 naar 40,0 kg in 2024. **In 2025 keerde die trend echter**, met een stijging van het thuisverbruik met 3% tot 41,1 kg per capita. Dat gebeurde **ondanks een stijging van de gemiddelde prijs** met 4%. Door zowel het hogere volume als de hogere gemiddelde prijs nam de besteding aan vers fruit in 2025 toe met 8%. Belgische gezinnen kochten vorig jaar gemiddeld 58 keer vers fruit.



Bron: YouGov België

TOMAAT BLIJFT POPULAIRST, MET GROEI VOOR KERSTOMATEN

Tomaten blijven de meest aangekochte groente in België. Binnen dit segment winnen vooral **kerstomaten** verder aan belang. Zij vertegenwoordigen inmiddels 37% van het tomatenvolume en 55% van de omzet.
Binnen de top tien van groenten bleven de meeste soorten **in 2025** stabiel of kenden ze een lichte groei. Enkel ajuin (-3%) en paprika (-2%) gingen achteruit. Witloof herstelde zich gedeeltelijk na de sterke daling in 2024, maar vertoont op langere termijn nog steeds een neerwaartse trend. **Op langere termijn** (10 jaar) zijn duidelijke verschuivingen zichtbaar. Komkommer, kerstomaten, bloemkool, zoete aardappel en paprika groeiden sterk in volume, terwijl onder meer gewone tomaten, witloof, wortelen, ajuin en kropsla terrein verloren.



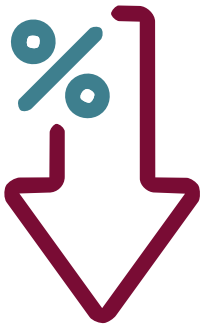


stijgers op lange termijn:

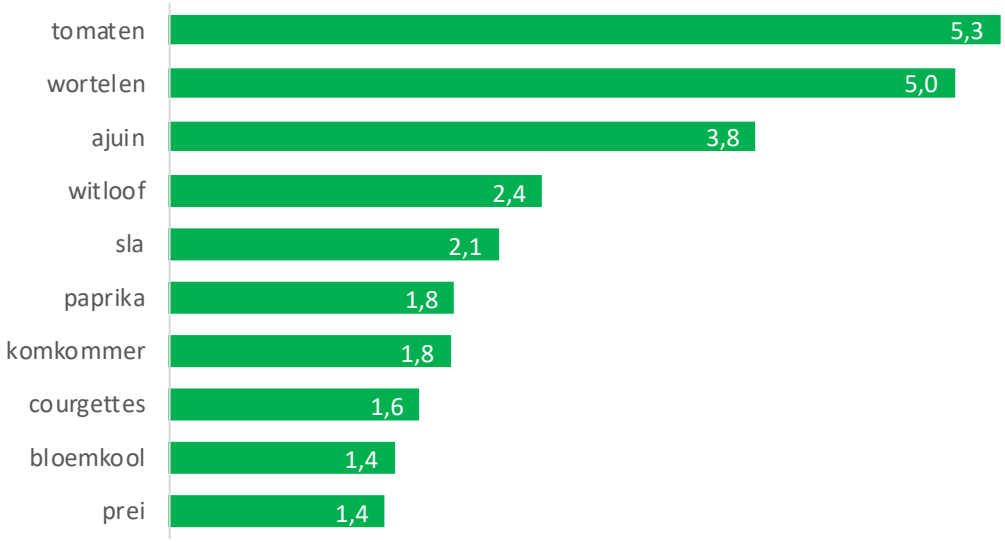
- komkommer
- kerstomaten
- bloemkool
- zoete aardappelen
- paprika

dalers op lange termijn:

- gewone tomaten
- witloof
- wortelen
- ajuin
- kropsla



Top 10 gekochte groentesoorten in België in 2025
(in kg per capita)



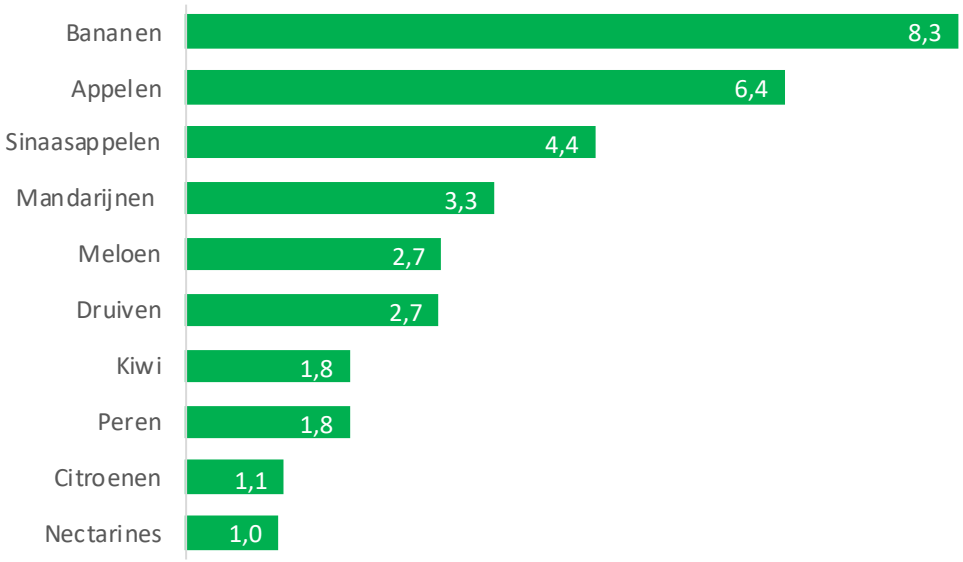
Bron: YouGov België

BANAAN VERSTEVIGT KOPPOSITIE ALS MEEST GEKOCHTE FRUITSOORT

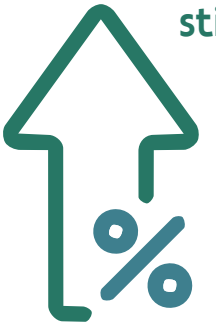
Banaan blijft de fruitsoort met het hoogste thuisverbruik, met 8,3 kg per capita. **Appelen en sinaasappelen** vervolledigen de top drie. Het thuisverbruik van bananen steeg het voorbije jaar verder en ligt inmiddels 16% hoger dan in 2016. Naast bananen kennen ook zachtfruitsoorten zoals aardbeien, blauwe bessen en frambozen, evenals exotische fruitsoorten zoals mango en avocado, een stijgend thuisverbruik. Appelen en peren vertonen daarentegen een dalende trend. Het thuisverbruik van appelen daalde van 7,8 kg per persoon in 2016 naar 6,4 kg in 2025, terwijl peren terugvielen van 2,9 kg naar 1,7 kg per persoon. Ook perziken, sinaasappelen, abrikozen en nectarines kennen op langere termijn een dalend thuisverbruik..

Binnen de appelrassen blijft **Jonagold** marktleider met een volumeaandeel van 38%, al lag dat aandeel in 2016 nog op 44%. Pink Lady staat op de tweede plaats met een volumeaandeel van 14%, gevolgd door Gala met 7%. Beide rassen wonnen de voorbije jaren marktaandeel. Bij de peren blijft **Conference** veruit de belangrijkste variëteit, met een volumeaandeel van 78%. Dat aandeel stabiliseerde de voorbije jaren, maar op langere termijn wint Conference verder terrein, zij het binnen een krimpende perenmarkt.

Top 10 gekochte fuitsoorten in België in 2025
(in kg per capita)



Bron: YouGov België

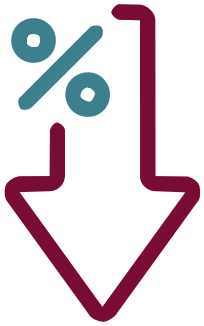


stijgers op lange termijn:

- banaan
- aardbeien
- blauwe bessen
- frambozen
- mango
- advocado

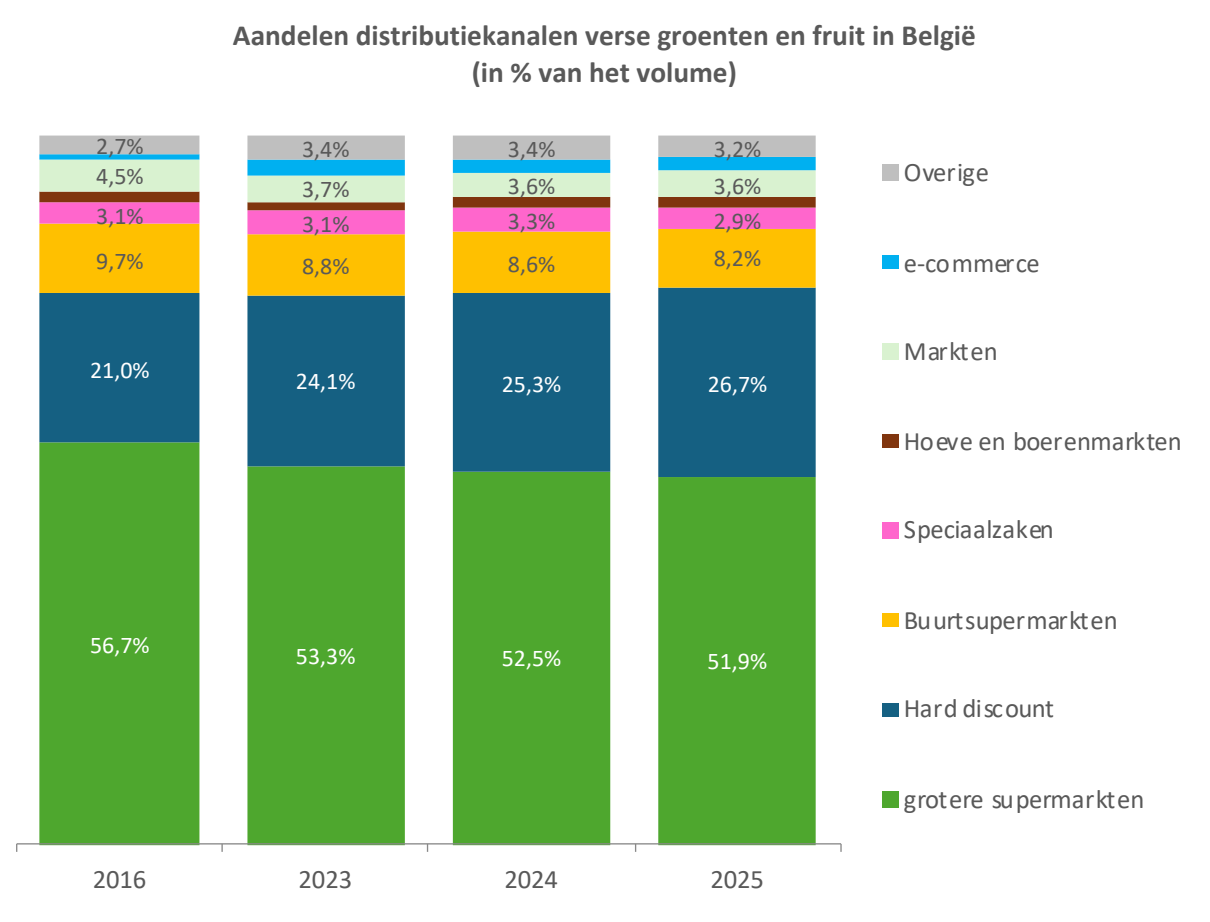
dalers op lange termijn:

- appelen
- peren
- perziken
- sinaasappelen
- abrikozen
- nectarines



HARD DISCOUNT WINT TERREIN ALS AANKOOPKANAAL VAN VERSE GROENTEN EN FRUIT

Meer dan de helft van het groente- en fruitvolume (52%) wordt aangekocht in **grotere supermarkten** (Colruyt, Carrefour Super, Delhaize Supermarkten, Albert Heijn, ...). Hun aandeel **neemt echter geleidelijk af, ten voordele van hard discount**. Aldi en Lidl blijven groeien en verhoogden hun gezamenlijk aandeel van 21% in 2016 naar 27% in 2025. **Buurtsupermarkten** (Carrefour Express, Proxy Delhaize, Okay, Spar, ...) verliezen eveneens aandeel en vertegenwoordigen nog 8% van het volume. Andere kanalen zoals **speciaalzaken, markten, korte keten en e-commerce** blijven relatief beperkt in volumeaandeel.



Bron: YouGov België

AANKOOPCRITERIA VERSE GROENTEN EN FRUIT

Bij de aankoop van groenten en fruit spelen verschillende criteria een rol. Het **uitzicht** van de groenten en het fruit is voor veel consumenten het belangrijkste criterium. Een frisse kleur, stevige textuur en een aantrekkelijk uiterlijk worden gezien als tekenen van versheid en kwaliteit. Daarna volgen **prijs** en **seizoen** als belangrijke factoren. Seizoensgroenten en -fruit worden vaak als verser, smaakvoller en milieuvriendelijker ervaren.

Daarnaast geven 57% van de Belgen aan dat het **land van herkomst** minstens gedeeltelijk een invloed heeft op hun aankoopkeuze van groenten en fruit. In 2024 was dit 51%, dus het land van herkomst speelt bij steeds meer Belgen een rol. En **inlandse herkomst** heeft bij meer dan 90% van diegenen waarbij herkomst een invloed heeft, de voorkeur. Die voorkeur voor inlands verschilt wel per groente- en fruitsoort en is bijvoorbeeld meer uitgesproken bij aardbeien dan bij paprika. De belangrijkste motivators om voor inlandse groenten en fruit te kiezen, zijn de **smaak, kwaliteit en versheid, de ondersteuning van de lokale economie, het milieu (minder transport) en het vertrouwen in de Belgische controles en regelgeving**. De belangrijkste barrières om meer inlandse groenten en fruit te kopen, zijn de grotere prioriteit van **andere aankoopcriteria** dan herkomst zoals smaakvoorkeur en prijs, een **gebrek aan kennis** over de herkomst en het **gebrek aan duidelijke communicatie** hierover op de winkelvloer en de **beperktere beschikbaarheid** van inlandse groente- en fruitsoorten. Het gebrek aan kennis over de herkomst bleek duidelijk uit het onderzoek: slechts 22% wist dat Pink Lady nooit van Belgische herkomst is en slechts 19% wist dat van Granny Smith.



Motivators inlandse groenten & fruit:

- Smaak, kwaliteit en versheid
- Lokale economie
- Milieu
- Vertrouwen



Barrières inlandse groenten & fruit:

- Hoge prioriteit andere aankoopcriteria (prijs, smaak)
- Gebrek aan kennis
- Gebrek aan duidelijke communicatie in de winkel
- Beperkte beschikbaarheid

VERSE GROENTEN EN FRUIT DOMINEREN TEGENOVER VERWERKTE PRODUCTEN

Verse groenten nemen in verhouding tot verwerkte groenten 82% van het totale groentevolume voor hun rekening, een aandeel dat de voorbije jaren verder is toegenomen. **Het thuisverbruik van groenteconserven en groenten in bokaal blijft dalen**. Conserven daalden van 3,0 kg per capita in 2016 naar 2,4 kg in 2025, terwijl groenten in bokaal terugvielen van 2,2 kg naar 1,6 kg. **Diepvriesgroenten blijven stabiel** rond 4,0 kg per capita.

Bij fruit is het overwicht van vers fruit nog groter, namelijk 96% van het volume. Het **thuisverbruik van diepvriesfruit zit weliswaar in de lift**, maar blijft met 0,4 kg per persoon per jaar een niche. **Het thuisverbruik van fruit in bokaal of blik kent een dalende trend**: van 1,6 kg per capita in 2016 naar 1,2 kg in 2025.

VERSE VOORBEWERKTE GROENTEN EN FRUIT WINNEN AAN BELANG

Binnen verse groenten en fruit is er een groeiend aanbod van voorgesneden producten zoals **voorgesneden groente– en fruitsoorten en voorgesneden mixes zoals soep- of wokgroenten**. Binnen verse groenten heeft dit segment reeds een volumeaandeel van 11%. De laatste jaren blijft dit aandeel wel **stabiel**. Bij vers fruit is het aandeel van voorgesneden fruit beperkter (1% volumeaandeel), maar dit segment kent een **jaarlijkse groei**.

THUISVERBRUIK VERTEGENWOORDIGT MEER DAN TWEE DERDE VAN DE GROENTE- EN FRUITCONSUMPTIE

Het hierboven beschreven **thuisverbruik vertegenwoordigt 67% van de groenteconsumpties** in België. De overige 33% wordt buitenshuis geconsumeerd, via afhaal- en levermaaltijden of via eigen teelt of gekregen van familie of vrienden. Bij fruit weegt het thuisverbruik nog sterker door: **73% van de fruitconsumpties zijn thuisverbruik**. Voor alle duidelijkheid: met 'thuisverbruik' bedoelen we alle aankopen voor niet onmiddellijke consumptie in retailkanalen zoals supermarkten, speciaalzaken, markten en korte keten. Groenten en fruit dat in deze kanalen gekocht werd, maar meegenomen werd naar het werk om daar op te eten, hoort dus ook onder thuisverbruik.

Groenten worden vaak enkel bij de hoofdmaaltijd gegeten.

GROENTEN VOORAL GECONSUMEERD BIJ DE HOOFDMAALTIJD, FRUIT DOORHEEN DE DAG

44% van de Vlamingen geeft aan dagelijks verse groenten te eten. Daarnaast eet 18% vijf à zes keer per week groenten en 24% drie tot vier keer per week. Dit resulteert in een dagpenetratie van 69%, wat betekent dat **bijna zeven op tien Vlamingen de dag voor het onderzoek groenten gegeten hadden** … en dus 31% niet. Die groenteconsumptie blijft dan bovendien **meestal beperkt tot slechts één keer per dag, vooral bij de hoofdmaaltijd**. Slechts 11% van de Vlamingen at de dag voor het onderzoek meerdere keren die dag groenten.

48% van de Vlamingen geeft aan dagelijks vers fruit te eten, 28% doet dit een paar keer per week en 12% één keer per week. Dit resulteert in een dagpenetratie van 62%, dus **6 op de 10 Vlamingen at de dag voor het onderzoek fruit** en 4 op 10 niet. Die fruitconsumpties zijn relatief **goed verspreid over de dag** met het tussendoortje in de namiddag en het ontbijt als belangrijkste fruitmomenten.

VERSCHILLEN NAAR LEEFTIJD EN SOCIALE KLASSE

Het groente- en fruitverbruik **stijgt met de leeftijd** en ligt hoger bij **vrouwen**, **Nederlandstaligen, samenwonenden, hoger opgeleiden en hogere sociale groepen**. Jongere consumenten (18-34 jaar) eten wel iets vaker groenten op meerdere momenten per dag, terwijl oudere groepen zich vaker beperken tot één consumptiemoment.



GEMAK EN GEBREK AAN MOTIVATIE BELANGRIJKSTE BARRIÈRES VOOR GROENTEN, PRIJS VOOR FRUIT

Groenten scoren sterk op vlak van **gezondheid** en worden door 83% van de Vlamingen als **lekker** beschouwd. Tegelijk geven consumenten aan dat **smaak kan variëren** en dat **niet alle groenten even geliefd** zijn. Er zijn ook duidelijke drempels. Groenten worden vaak als **tijdsintensief** ervaren (wassen, snijden, bereiden) en hebben een **beperkte houdbaarheid**. Daarnaast vindt 57% van de Vlamingen groenten **duur**. Opvallend is ook dat veel consumenten hun **eigen groenteverbruik overschatten en daardoor minder de behoefte voelen om hun consumptie te verhogen**. We blijven daardoor in de **gewoonte** hangen om groenten vooral **enkel bij de hoofdmaaltijd** te consumeren. Verder blijven groenten vaak **hangen in het gezondheidssfeertje** (het is gezond, we moeten het voldoende eten, …) en worden ze **minder geassocieerd met plezier, verwenning en sociale momenten**.

90% van de Vlamingen vindt **fruit gezond** en 84% **lekker**. Het haalt dus gelijkaardige scores als groenten, maar waar groenten sterk in het gezondheidssfeertje blijven hangen, wordt fruit wel **sterker geassocieerd met plezier en verwenning**. Fruit wordt daarnaast ook meer aanzien als iets dat je op **elk moment van de dag** kan eten. Bij fruit vormt de prijs echter een belangrijke barrière. Vlamingen ervaren fruit als **duur**, zeker als je kiest voor zomerfruit, exotisch fruit of biofruit. Daarnaast speelt ook de **beperkte houdbaarheid** in het nadeel van fruit, zeker in vergelijking met ander tussendoortjes zoals koeken. Andere barrières zijn de **smaakvoorkeur**, een gebrek aan **gewoonte** gekoppeld aan vergeetachtigheid en **gemak**.

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